

Strategi Integrasi Sirkuit Mandalika dan Olahraga Tradisional untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi Wisata Sport Tourism

Amin Pujiati¹, Sucihatiningsih Dian Wisika Prajanti¹, Jumesam², Suryansah^{*2}, Aristiyanto³, Guntur Ratih Prestifa Herdinata³, Fredy Eko Setiawan³, Muhammad Syaleh⁴, Dixon E. M. Taek Bete⁵

¹Universitas Negeri Semarang, ²Universitas Hamzanwadi, ³Universitas Ngudi Waluyo, ⁴Sekolah Tinggi Bina Guna Medan, ⁵Universitas Persatuan Guru 1945 NTT, Indonesia

* Correspondence: amin.pujiati@mail.unnes.ac.id

Abstract

The construction of the Mandalika Circuit has positioned Lombok as a global sports tourism destination, particularly in the field of motorsports. However, sustainable competitiveness requires irreplaceable uniqueness. Traditional sports such as Presean and Bau Nxale (a maritime tradition with a sporting element), as well as Perahu Bedar, are cultural assets with high commercial value. The integration of the modern image of the Mandalika Circuit and the authenticity of traditional sports has the potential to create a Unique Selling Proposition (USP) for Lombok. This study aims to formulate a strategy for integrating these two elements to create a comprehensive sports tourism package. A qualitative method with case studies was used, with data collected through in-depth interviews with relevant stakeholders and analyzed using SWOT. The results of the study identify a great opportunity for a "Dual Experience: Adrenaline & Culture" package. The circuit serves as an anchor attraction, while traditional sports become a complementary product that extends the length of stay and increases tourist spending. The key to the success of this strategy lies in integrated marketing, professional event management, and authentic tourism experience packaging.

Keyword: Sports tourism; mandalika circuit; traditional sports; marketing integration; destination competitiveness; Lombok.

Abstrak

Pembangunan Sirkuit Mandalika telah memposisikan Lombok sebagai destinasi sport tourism global, khususnya di bidang motorsport. Namun, daya saing berkelanjutan membutuhkan keunikan yang tak tergantikan. Olahraga tradisional seperti Presean dan Bau Nxale (tradisi laut bernuansa olahraga), serta Perahu Bedar, merupakan aset budaya bernilai jual tinggi. Integrasi antara citra modern Sirkuit Mandalika dan keaslian olahraga tradisional berpotensi menciptakan Unique Selling Proposition (USP) bagi Lombok. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi integrasi kedua elemen tersebut untuk menciptakan paket wisata olahraga yang komprehensif. Metode kualitatif dengan studi kasus digunakan, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam bersama pemangku kepentingan terkait dan dianalisis menggunakan SWOT. Hasil penelitian mengidentifikasi peluang besar untuk paket "Dual Experience: Adrenaline & Culture". Sirkuit berfungsi sebagai anchor attraction, sementara olahraga tradisional menjadi complementary product yang memperpanjang masa tinggal dan meningkatkan pengeluaran wisatawan. Kunci keberhasilan strategi ini terletak pada pemasaran terpadu, manajemen acara yang profesional, dan pengemasan pengalaman wisata yang autentik.

Kata kunci: Sport tourism; sirkuit mandalika; olahraga tradisional; integrasi pemasaran; daya saing destinasi; Lombok.

Received: 30 September 2025 | Revised: 17, 20 Oktober 2025

Accepted: 17 November 2025 | Published: 3 Desember 2025



Jurnal Porkes is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Pendahuluan

Pembangunan sirkuit internasional Mandalika merupakan sebuah lompatan besar bagi Indonesia, khususnya Pulau Lombok, dalam peta global sport tourism (Frederick et al., 2022). Sirkuit ini tidak hanya menjadi tempat bagi penyelenggaraan event-event olahraga bergengsi seperti MotoGP dan World Superbike, tetapi juga berfungsi sebagai magnet bagi wisatawan mancanegara yang mencari pengalaman unik dan menarik (Rahmadio, 2022). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana sirkuit Mandalika dapat berkontribusi terhadap perkembangan pariwisata di Lombok dan tantangan yang dihadapinya. Sirkuit Mandalika, yang terletak di kawasan pariwisata Mandalika, memiliki desain yang memukau dan fasilitas yang modern, menjadikannya salah satu sirkuit terindah di dunia (Nafisah et al., 2024).

Dengan panjang lintasan sekitar 4,31 km dan 17 tikungan, sirkuit ini dirancang untuk memberikan pengalaman balapan yang menantang bagi para pembalap, sekaligus menawarkan pemandangan laut yang spektakuler bagi penonton. Keberadaan sirkuit ini tentu saja telah meningkatkan visibilitas internasional Lombok, menciptakan peluang bagi pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Simatupang, 2024). Namun, meskipun sirkuit Mandalika telah berhasil menarik perhatian dunia, tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan momentum tersebut tidak bisa diabaikan. Event-event olahraga berskala besar, meskipun menarik banyak pengunjung, bersifat temporer dan seringkali tidak memberikan dampak ekonomi jangka panjang yang signifikan.

Menurut (Getz & Page, 2016), dampak ekonomi yang dihasilkan dari event-event tersebut sering kali tidak merata, dengan sebagian besar keuntungan hanya mengalir kepada segelintir pelaku industri pariwisata. Oleh karena itu, penting untuk merumuskan strategi yang dapat mengoptimalkan dampak ekonomi dari event-event tersebut, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Di sisi lain, Lombok memiliki kekayaan budaya yang luar biasa yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Olahraga tradisional masyarakat Sasak, seperti presean, peresean, dan bau nyale, bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang mendalam (Perwithasari & Istiqomah, 2025). Misalnya, presean, yang merupakan simulasi pertarungan antara dua pria menggunakan rotan dan perisai kulit, tidak hanya menampilkan keterampilan fisik, tetapi juga mengandung nilai-nilai keberanian dan kehormatan.

Di sisi lain, bau nyale, yang merupakan tradisi menangkap cacing laut, melibatkan komunitas dalam sebuah ritual yang sarat makna dan simbolisme (Rahmawati et al., 2022). Namun, meskipun olahraga tradisional ini memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan, pemanfaatannya dalam konteks pariwisata masih sangat terbatas. Banyak dari olahraga ini yang hanya menjadi atraksi sampingan dalam paket wisata, dan belum dikelola secara profesional. Dinas Pariwisata NTB (2023) mencatat bahwa kurangnya integrasi antara olahraga tradisional dan pariwisata modern menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan sport tourism di Lombok. Hal ini menciptakan kesenjangan yang jelas antara dua realitas yang ada di satu sisi, ada event olahraga modern yang menarik wisatawan dengan daya beli tinggi, namun dampaknya bersifat sementara, di sisi lain, ada kekayaan budaya lokal yang dapat menjadi daya tarik berkelanjutan, tetapi belum dimanfaatkan secara optimal.

Kesenjangan ini menunjukkan perlunya adanya strategi terpadu yang dapat menghubungkan gelaran event internasional dengan penawaran budaya lokal. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan menciptakan paket wisata yang mengintegrasikan pengalaman balapan di sirkuit Mandalika dengan aktivitas budaya lokal. Misalnya, wisatawan yang datang untuk menyaksikan MotoGP dapat diajak untuk berpartisipasi dalam workshop presean, di mana mereka dapat belajar tentang teknik dan filosofi di balik olahraga tersebut. Hal ini tidak hanya akan memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi wisatawan, tetapi juga akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih merata kepada masyarakat lokal.

Selanjutnya, penting untuk memperhatikan akses dan kapasitas komunitas lokal untuk terlibat dalam rantai nilai pariwisata modern. Banyak komunitas di Lombok yang memiliki potensi untuk berkontribusi dalam pengembangan pariwisata, namun sering kali terhambat oleh kurangnya pelatihan dan dukungan. Oleh karena itu, program-program pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan dalam manajemen pariwisata, pemasaran, dan layanan pelanggan perlu diperkenalkan. Dengan meningkatkan kapasitas komunitas lokal, mereka dapat lebih aktif terlibat dalam industri pariwisata, sehingga menciptakan dampak ekonomi yang lebih besar dan berkelanjutan.

Selain itu, narasi yang menyatukan citra modern sirkuit Mandalika dengan identitas kultural Lombok perlu dikembangkan. Dalam hal ini, penting untuk menciptakan cerita yang menarik dan autentik tentang Lombok, yang dapat menghubungkan olahraga modern dengan tradisi lokal. Misalnya, pembuatan dokumenter atau konten media sosial yang menampilkan hubungan antara balapan di sirkuit Mandalika dengan olahraga tradisional dapat membantu membangun kesadaran dan minat wisatawan terhadap budaya lokal. Dengan cara ini, wisatawan tidak hanya datang untuk melihat balapan, tetapi juga untuk memahami dan menghargai kekayaan budaya yang ada di Lombok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah antara dua realitas tersebut dengan merumuskan strategi integrasi yang terukur antara sirkuit Mandalika dan olahraga tradisional. Model sport tourism yang diusulkan tidak hanya akan memanfaatkan momentum event besar, tetapi juga berupaya untuk membangun daya saing berkelanjutan melalui pengalaman wisata yang unik dan autentik. Dengan menggabungkan adrenalin balapan dengan denyut nadi kebudayaan yang berusia ratusan tahun, diharapkan Lombok dapat menjadi destinasi sport tourism yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkelanjutan.

Kesimpulannya, pembangunan sirkuit internasional Mandalika membuka peluang besar bagi pengembangan sport tourism di Lombok, namun tantangan dalam menciptakan dampak ekonomi yang berkelanjutan tidak bisa diabaikan. Dengan memanfaatkan kekayaan budaya lokal dan mengintegrasikannya dalam paket wisata yang menarik, Lombok dapat menciptakan model pariwisata yang tidak hanya berfokus pada event-event besar, tetapi juga menghargai dan melestarikan tradisi lokal. Melalui pendekatan yang terpadu dan strategi yang terukur, diharapkan Lombok dapat menjadi contoh sukses dalam pengembangan sport tourism yang berkelanjutan di Indonesia dan di tingkat global.

Metode

Desain dan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik (Stake, 1995). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam dan holistik dalam konteks alamiahnya, di mana peneliti menjadi instrumen kunci (Creswell, 2014). Desain studi kasus digunakan untuk menyelidiki secara mendalam kasus tunggal yang spesifik dan kompleks, yaitu strategi integrasi antara sirkuit mandalika dan olahraga tradisional di Lombok. Penelitian ini telah dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan. Lokasi penelitian meliputi kawasan ekonomi khusus (KEK) mandalika dan desa-desa di sekitar Lombok Tengah dan Lombok Timur yang menjadi pusat penyelenggaraan olahraga tradisional, khususnya presean (istilah yang digunakan secara konsisten dalam naskah ini).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) kunci yang terlibat dalam pengembangan destinasi wisata olahraga di Lombok. Populasi dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu Pengelola dan pengembang destinasi, perwakilan dari ITDC dan Dinas Pariwisata Provinsi NTB. Komunitas pelaku budaya, *pepadu* (emain) dan *pekembar* (wasit) presean, tokoh adat, dan ketua kelompok seni. Pelaku industri pariwisata, pemilik dan manajer hotel berbintang di sekitar mandalika, *tour operator*, dan agen perjalanan. Pemerhati dan akademisi dosen dari Universitas lokal yang memiliki keahlian di bidang pariwisata, budaya sasak, atau ekonomi kreatif.

Sampel penelitian berjumlah 30 orang informan yang dipilih dengan teknik purposive sampling dan snowball sampling (Patton, 2015). Komposisi sampel adalah sebagai berikut kelompok 1 (pengelola) 5 orang, kelompok 2 (komunitas) 10 orang, kelompok 3 (industri) 10 orang, kelompok 4 (akademisi/pemerhati) 5 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi untuk meningkatkan validitas data (Creswell & Poth, 2018), dengan menggunakan tiga teknik utama wawancara mendalam (*in-depth interview*) wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan panduan wawancara yang disusun khusus untuk masing-masing kelompok sampel. Fokus wawancara adalah menggali persepsi, tantangan, dan peluang integrasi. Observasi partisipatif peneliti mengamati secara langsung kegiatan olahraga tradisional (seperti gelaran presean) dan event di sirkuit mandalika untuk memahami konteks, interaksi, dan suasana. Studi dokumentasi data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan ITDC, dokumen strategis Dinas Pariwisata NTB, serta sumber online dan media terkait.

Teknik analisis data yang terkumpul dianalisis secara interaktif menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) menurut (Braun & Clarke, 2006), melalui enam tahapan familiarisasi dengan data mencermati transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen. Generasi kode awal memberikan kode pada potongan data yang relevan. Pencarian tema Mengelompokkan kode serupa menjadi tema potensial. Peninjauan tema memeriksa kesesuaian tema dengan data keseluruhan. Pendefinisian dan pemberian nama tema menyempurnakan dan memberi nama tema yang jelas. Produksi laporan menyajikan hasil analisis secara naratif.

Analisis SWOT Sebagai bagian dari analisis data, dilakukan juga analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari integrasi sirkuit mandalika dan olahraga tradisional. Hasil analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk merumuskan model integrasi "3C" yang diusulkan. Keabsahan data (*trustworthiness*) untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan empat teknik triangulasi sumber mengumpulkan data dari berbagai jenis informan. Triangulasi teknik menggabungkan data dari wawancara, observasi, dan studi dokumen. Review informan (*member check*) mengonfirmasi interpretasi data kepada informan. Keterlibatan peneliti yang berkepanjangan peneliti terlibat langsung di lapangan dalam waktu yang cukup untuk memahami konteks secara mendalam.

Hasil

Penelitian ini melibatkan 30 informan kunci yang terbagi dalam empat kelompok pemangku kepentingan utama. Kelompok pertama adalah pengelola destinasi, yang terdiri dari 5 orang, di mana 2 di antaranya merupakan perwakilan manajemen ITDC mandalika dan 3 pejabat Dinas Pariwisata NTB. Kelompok kedua adalah komunitas budaya, dengan 10 orang yang terdiri dari 5 pepadu (emain presean), 3 pekembar (wasit), dan 2 tokoh adat sasak. Kelompok ketiga adalah pelaku industri pariwisata, yang juga terdiri dari 10 orang, termasuk 5 manajer hotel berbintang di sekitar mandalika dan 5 pemilik biro perjalanan wisata. Kelompok keempat adalah akademisi dan pemerhati, yang terdiri dari 5 orang, termasuk 3 dosen pariwisata dari Universitas lokal dan 2 ketua asosiasi ekonomi kreatif.

Tabel 1. Ringkasan temuan tematik

Tema	Deskripsi Singkat	Jml Informan	Contoh Kutipan
Potensi Sinergi	Peluang integrasi antara modernitas dan tradisi	30/30	"Wisatawan MotoGP ingin mengalami sesuatu yang autentik khas Lombok" (Manager ITDC)
Kendala Koordinasi	Lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan	25/30	"Tidak ada roadmap yang jelas untuk integrasi ini" (Pejabat Dinas Pariwisata)
Disparitas Kapasitas	Ketimpangan akses dan kapabilitas komunitas	28/30	"Kami siap tampil tapi tidak tahu harus menghubungi siapa" (Pepadu Senior)
Peluang Ekonomi	Potensi peningkatan nilai ekonomi signifikan	27/30	**"Paket terintegrasi bisa tingkatkan length of stay dari 3 hari menjadi 5-7 hari"** (Pengelola Hotel)
Pelestarian Budaya	Kekhawatiran komersialisasi berlebihan	10/10	"Jangan sampai nilai spiritual Presean hilang untuk hiburan turis" (Tokoh Adat)

Temuan tematik tema 1 potensi sinergi yang belum termanfaatkan optimal seluruh informan (30/30) menyepakati adanya potensi integrasi yang sangat besar antara industri pariwisata dan budaya lokal. Seorang Manager ITDC menyatakan "Kami sudah melihat antusiasme wisatawan MotoGP terhadap budaya lokal. Mereka tidak hanya ingin menonton balap, tetapi juga ingin mengalami sesuatu yang autentik khas Lombok." Pernyataan ini mencerminkan harapan dan keinginan untuk mengaitkan pengalaman olahraga dengan budaya lokal. Namun, 28 informan lainnya mengakui bahwa belum ada strategi terstruktur untuk memanfaatkan potensi ini. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas yang ada di lapangan.

Contoh konkret dari potensi ini dapat dilihat dalam penyelenggaraan event-event yang menggabungkan MotoGP dengan pertunjukan budaya sasak, seperti presean. Masyarakat lokal memiliki keahlian yang mendalam dalam seni tradisional, namun mereka sering kali tidak mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan bakat mereka kepada wisatawan. Dalam konteks ini, kolaborasi antara pengelola destinasi dan komunitas budaya sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi wisatawan. Analisis mendalam menunjukkan bahwa pengembangan sinergi ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal.

Dengan menciptakan pengalaman yang unik dan autentik, wisatawan akan lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan uang selama kunjungan mereka. Ini mengarah pada peningkatan pendapatan bagi komunitas lokal dan pelaku industri pariwisata. Tema 2 kendala regulasi dan koordinasi sebanyak 25 informan menyoroti masalah koordinasi antara stakeholders. Seorang pejabat Dinas Pariwisata mengungkapkan: "Koordinasi antara pengelola sirkuit, pemerintah daerah, dan komunitas budaya masih lemah. Tidak ada roadmap yang jelas untuk integrasi ini." Kendala birokrasi dan perbedaan visi menjadi penghambat utama dalam mencapai tujuan bersama.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa koordinasi yang baik adalah kunci untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Kendala regulasi sering kali muncul akibat kurangnya pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, pengelola sirkuit mungkin memiliki pandangan yang berbeda tentang bagaimana seharusnya acara diselenggarakan dibandingkan dengan komunitas budaya. Hal ini dapat menyebabkan konflik yang tidak perlu dan menghambat kemajuan. Untuk mengatasi masalah ini, perlu ada upaya untuk membangun komunikasi yang lebih baik antara semua pihak. Sebuah kajian yang dilakukan oleh (Zapata & Hall, 2012) menunjukkan bahwa kolaborasi yang efektif antara pemerintah daerah dan komunitas lokal dapat meningkatkan keberhasilan proyek pariwisata.

Dalam hal ini, pembentukan forum atau task force yang melibatkan semua pemangku kepentingan dapat menjadi langkah awal yang baik untuk meningkatkan koordinasi. Tema 3 disparitas kapasitas dan akses semua informan dari komunitas budaya (10/10) mengaku kurang memiliki akses dan kapasitas untuk terlibat secara optimal. Seorang pepadu senior menyatakan: "Kami siap tampil, tetapi tidak tahu harus menghubungi siapa. Juga tidak ada pelatihan bagaimana menyajikan pertunjukan untuk turis asing." Di sisi lain, 8 dari 10 pelaku industri mengakui kurangnya pengetahuan tentang olahraga tradisional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi dan pengetahuan yang signifikan antara komunitas budaya dan pelaku industri pariwisata.

Untuk mengatasi hal ini, perlu ada program capacity building yang dirancang khusus untuk meningkatkan kemampuan komunitas budaya dalam menyajikan pertunjukan yang menarik bagi wisatawan. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari teknik pertunjukan hingga cara berkomunikasi dengan wisatawan asing. Sebagai contoh, beberapa daerah di Indonesia telah berhasil mengimplementasikan program serupa dengan melibatkan akademisi dan praktisi untuk memberikan pelatihan kepada komunitas lokal. Ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas pertunjukan, tetapi juga memberikan rasa percaya diri kepada para pelaku seni lokal.

Tema 4 peluang peningkatan nilai ekonomi sebanyak 27 informan melihat peluang ekonomi yang signifikan. Seorang pengelola hotel berbintang menjelaskan: "Paket wisata yang menggabungkan MotoGP dengan pengalaman budaya tradisional bisa meningkatkan length of stay dari 3 hari menjadi 5-7 hari." Perhitungan awal menunjukkan potensi peningkatan spending wisatawan hingga 30-40%. Peluang ini tidak hanya terbatas pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga mencakup pengembangan produk wisata yang lebih beragam. Dengan menciptakan paket wisata yang menarik dan terintegrasi, destinasi Mandalika dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan lokal.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa pengembangan produk wisata yang menggabungkan olahraga dan budaya dapat meningkatkan daya saing destinasi. Dalam konteks global, wisatawan semakin mencari pengalaman yang unik dan berbeda dari yang biasa mereka temui. Oleh karena itu, kombinasi antara MotoGP dan budaya lokal dapat menjadi daya tarik yang kuat. Tema 5 tantangan pelestarian nilai budaya seluruh informan komunitas budaya (10/10) menyatakan kekhawatiran akan komersialisasi berlebihan. Seorang tokoh adat memperingatkan "Kami tidak ingin nilai spiritual dan filosofi Presean hilang hanya untuk hiburan turis. Integrasi harus dilakukan dengan bijak."

Hal ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya merupakan hal yang sangat penting dan harus menjadi bagian dari setiap strategi pengembangan pariwisata. Dalam konteks ini, penting untuk menemukan keseimbangan antara pengembangan ekonomi dan pelestarian budaya. Komersialisasi yang berlebihan dapat mengancam keberlangsungan nilai-nilai budaya yang telah ada selama berabad-abad. Oleh karena itu, perlu ada pendekatan yang bijaksana dalam mengintegrasikan budaya lokal ke dalam industri pariwisata. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Chinyele & Lwoga, 2019) menunjukkan bahwa pelestarian budaya dapat dilakukan dengan melibatkan komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan.

Dengan cara ini, nilai-nilai budaya dapat tetap terjaga sambil tetap memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Model integrasi yang diusulkan berdasarkan temuan penelitian, dirumuskan model integrasi "3C" (coordinate, cultivate, commercialize) coordinate (koordinasi) membentuk task force khusus beranggotakan semua stakeholders. Menyusun kalender event terpadu, membuat standar operasional prosedur kolaborasi, cultivate (kembangkan) program capacity building untuk komunitas budaya, pengembangan infrastruktur pendukung, penyusunan paket experience yang autentik, commercialize (komersialisasikan) pengembangan paket wisata terintegrasi, strategi pemasaran digital yang menyeluruh, skema revenue sharing yang adil.

Implementasi strategi jangka pendek (0-6 bulan) pembuatan website dan media sosial khusus integrasi. Pelatihan pemandu wisata budaya. Penyusunan paket trial experience. Strategi jangka menengah (6-12 bulan) pengembangan merchandise kolaboratif, event kolaborasi pertama, penyusunan regulasi khusus, strategi jangka panjang (1-2 tahun) pembentukan brand terpadu "mandalika culture & speed". Pengembangan aplikasi khusus, ekspansi ke market Internasional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi sirkuit mandalika dan olahraga tradisional bukan hanya feasible tetapi sangat necessary untuk menciptakan sustainable tourism economy. Model 3C yang diusulkan memberikan framework komprehensif yang mempertimbangkan aspek ekonomi, budaya, dan sosial.

Kunci keberhasilan strategi ini terletak pada Komitmen seluruh stakeholders. Pendekatan bertahap dan terukur, keseimbangan antara komersialisasi dan pelestarian, inovasi terus-menerus dalam packaging dan marketing, implementasi strategi ini diproyeksikan dapat meningkatkan jumlah wisatawan tahunan sebesar 25-30% dan kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD NTB sebesar 15-20% dalam waktu 3 tahun. Dampak yang Diharapkan ekonomi peningkatan pendapatan masyarakat lokal, tumbuhnya UMKM pendukung, dan meningkatnya investasi di sektor pariwisata. Sosial budaya pelestarian olahraga tradisional, kebanggaan masyarakat lokal, dan penguatan identitas budaya. Pariwisata diversifikasi produk wisata, peningkatan daya saing destinasi, dan pembentukan brand yang kuat.

Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan destinasi wisata sport tourism yang berkelanjutan dan inklusif. Dengan memahami dan mengimplementasikan model integrasi ini, diharapkan Mandalika dapat menjadi contoh sukses bagi destinasi lain yang ingin menggabungkan olahraga dan budaya dalam pengembangan pariwisata mereka.

Pembahasan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi kompleksitas dan dinamika integrasi antara sirkuit Mandalika sebagai ikon pariwisata olahraga modern dan olahraga tradisional sebagai representasi kearifan lokal Lombok. Temuan penelitian tidak hanya mengkonfirmasi potensi sinergi yang besar tetapi juga mengungkap akar permasalahan dan jalan menuju solusi yang berkelanjutan. Pembahasan ini akan menjabarkan temuan penelitian dalam konteks teori yang relevan dan praktik terbaik *sport tourism* global.

1. Membangun Ekosistem Kolaboratif: Sebuah Keharusan

Temuan bahwa 28 dari 30 informan menyoroti lemahnya koordinasi mengindikasikan bahwa pendekatan yang selama ini bersifat *fragmented* dan *reactive* tidak lagi memadai. Hasil ini sejalan dengan teori stakeholder management (Freeman, 1984) yang menekankan bahwa kesuksesan sebuah destinasi wisata bergantung pada kemampuan mengelola hubungan dan menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan. Ketidak selaras antara *mindset* korporat ITDC, birokrasi pemerintah, dan nilai-nilai komunitas adat merupakan penghambat utama yang harus diatasi.

Oleh karena itu, pembentukan *task force* khusus yang diusulkan dalam model "3C" bukan sekadar rekomendasi, melainkan sebuah prasyarat. Forum ini harus berfungsi sebagai *platform* untuk menyamakan persepsi, membangun trust, dan merancang *roadmap* bersama yang jelas tanpa governance structure yang inklusif dan efektif, semua strategi integrasi akan sulit diimplementasikan (Getz & Page, 2016).

2. Dari Commodification menuju Co-creation: Menjaga Autentisitas dalam Komersialisasi

Kekhawatiran seluruh informan komunitas (10/10) terhadap komersialisasi yang merusak nilai budaya adalah sebuah peringatan yang serius. Pendekatan yang hanya menjadikan olahraga tradisional sebagai "commodity" atau pajangan untuk turis akan berujung pada erosi makna dan penolakan dari masyarakat pemilik budaya. Temuan ini

memperkuat (Cole, 2007) tentang pentingnya pergeseran dari *commodification* menuju *co-creation of experience*.

Model "3C" merespons hal ini dengan menempatkan "Cultivate" (pengembangan) sebelum "Commercialize" (komersialisasi). Ini berarti investasi pada *capacity building*, pelatihan, dan penguatan infrastruktur komunitas harus menjadi prioritas. Paket experience yang ditawarkan harus dirancang secara bersama-sama (*co-created*) dengan komunitas, dimana mereka bukan hanya objek tetapi subjek yang aktif menentukan bagaimana budaya mereka disajikan. Dengan demikian, nilai ekonomis yang didapat akan sejalan dengan pelestarian nilai kultural (Duignan, 2020).

3. Memaksimalkan Digital Leverage untuk Storytelling yang Membumi

Potensi media sosial dan platform digital yang diakui oleh 27 informan merupakan peluang emas yang belum dimanfaatkan. Namun, strategi digital tidak boleh sekadar bersifat promosional, tetapi harus fokus pada *authentic storytelling*. Konten digital harus mampu menceritakan narasi mendalam di balik setiap pukulan *penjalin* dalam presean, menghubungkan adrenalin MotoGP dengan semangat heroik para pepadu. Strategi ini selaras dengan konsep *destination branding* oleh (Blain et al., 2005) yang menekankan pada penciptaan dan komunikasi identitas destinasi yang unik. Brand "Mandalika" harus diperkaya dengan narasi-narasi kultural yang dalam, sehingga tidak hanya dikenal sebagai "the monaco of asia" tetapi juga sebagai "the island of warriors and speed". Pendekatan digital memungkinkan narasi ini menjangkau audiens global secara efektif dan efisien, membangun ekspektasi dan emotional connection sebelum wisatawan bahkan tiba di Lombok.

4. Membangun Model Ekonomi yang Inklusif dan Berkeadilan

Proyeksi peningkatan *length of stay* dan *tourist expenditure* harus diikuti dengan mekanisme distribusi manfaat ekonomi yang adil. Skema *revenue sharing* yang transparan, pengembangan UMKM lokal sebagai penyedia merchandise, dan pelibatan pemuda lokal sebagai pemandu wisata budaya adalah beberapa bentuk konkretnya. Hal ini merupakan implementasi dari prinsip *sustainable tourism* dan *community-based tourism* (UNWTO, 2023). Ketika komunitas lokal merasakan manfaat ekonomi secara langsung, maka insentif mereka untuk melestarikan budaya dan mendukung strategi integrasi ini akan semakin besar. Dengan demikian, sustainability ekonomi dan budaya dapat berjalan beriringan.

5. Keterbatasan dan Implikasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan geografis dan jumlah sampel yang terbatas pada 30 informan kunci. Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak komunitas dari berbagai daerah di Lombok dan menggunakan pendekatan mixed-methods. Survei kuantitatif terhadap wisatawan, misalnya, dapat mengukur *willingness to pay* dan tingkat minat mereka terhadap paket experience terintegrasi, sehingga memberikan data yang lebih robust untuk perencanaan bisnis.

Simpulan

Integrasi sirkuit mandalika dan olahraga tradisional adalah sebuah keniscayaan strategis untuk membangun daya saing destinasi Lombok yang berkelanjutan. Keberhasilannya tidak ditentukan oleh pembangunan infrastruktur fisik semata, tetapi pada pembangunan ekosistem kolaborasi yang kuat di antara semua pemangku kepentingan. Model "3C" (Coordinate, Cultivate, Commercialize) yang diusulkan menawarkan sebuah kerangka kerja yang komprehensif dan berorientasi pada nilai-nilai kelestarian budaya dan keadilan ekonomi. Dengan menjadikan olahraga tradisional sebagai mitra sejajar, bukan sekadar pelengkap, Lombok dapat menawarkan sebuah narrative wisata yang truly unique and unforgettable: dimana kecepatan bertemu dengan ketabahan, dan teknologi berjabat tangan dengan tradisi.

1. Potensi sinergi yang signifikan namun belum dimanfaatkan optimal penelitian ini mengkonfirmasi bahwa integrasi antara sirkuit mandalika sebagai ikon pariwisata olahraga modern dan olahraga tradisional sebagai representasi kearifan lokal Lombok memiliki potensi sinergi yang sangat besar. Kombinasi antara adrenalin balap motor dan keautentikan budaya dapat menciptakan *unique selling proposition* (USP) yang membedakan Lombok dari destinasi *sport tourism* lainnya. Namun, potensi ini belum termanfaatkan secara optimal akibat kurangnya koordinasi dan strategi yang terpadu antar para pemangku kepentingan.
2. Model integrasi "3C" sebagai solusi komprehensif berdasarkan analisis terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi, penelitian ini menghasilkan model integrasi "3C" (*Coordinate, Cultivate, Commercialize*) yang dapat dijadikan kerangka kerja strategis. Coordinate pembentukan *governance structure* yang inklusif dan efektif berupa *task force* khusus yang melibatkan semua pemangku kepentingan adalah prasyarat mutlak. Cultivate investasi pada *capacity building*, pelatihan, dan penguatan infrastruktur komunitas budaya harus mendahului komersialisasi. Commercialize pengembangan paket *experience* yang autentik dan skema *revenue sharing* yang adil akan memastikan keberlanjutan ekonomi.
3. Pentingnya pendekatan *co-creation* dan *authentic storytelling* integrasi harus bergeser dari pendekatan *commodification* menuju *co-creation*, dimana komunitas lokal dilibatkan secara aktif sebagai subjek, bukan hanya objek. Strategi pemasaran digital harus fokus pada *authentic storytelling* yang membangun narasi mendalam yang menghubungkan nilai-nilai modern dan tradisi, sehingga menciptakan *emotional connection* dengan calon wisatawan.
4. Dampak ganda yang dihasilkan implementasi strategi integrasi yang komprehensif diproyeksikan akan menghasilkan dampak ganda (*double impact*) dampak ekonomi meningkatkan *length of stay* dan *tourist expenditure*, serta mendistribusikan manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal melalui pengembangan UMKM dan penciptaan lapangan kerja. Dampak sosial-budaya memperkuat pelestarian dan kebanggaan akan olahraga tradisional, sekaligus memperkaya brand destinasi Lombok dengan identitas kultural yang kuat.
2. Keberlanjutan sebagai kunci utama keberhasilan strategi ini pada akhirnya ditentukan oleh komitmen berkelanjutan dari semua pihak untuk menciptakan sebuah ekosistem pariwisata

olahraga yang inklusif, adil, dan berakar pada nilai-nilai budaya lokal. Integrasi yang harmonis antara modernitas dan tradisi ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga memastikan bahwa pembangunan pariwisata membawa kemanfaatan bagi semua lapisan masyarakat.

Pernyataan Penulis

Penulis menyatakan bahwa artikel ini merupakan karya asli yang belum pernah dipublikasikan pada jurnal ilmiah manapun, baik dalam bentuk cetak maupun digital, dan tidak sedang dalam proses pengajuan di tempat lain. Segala bentuk kutipan dan referensi telah dicantumkan sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi selama proses penulisan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1111/1478088706qp063oa>
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations. *Journal of Travel Research*, 43(4), 328–338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Chinyele, B. J., & Lwoga, N. B. (2019). Participation in decision making regarding the conservation of heritage resources and conservation attitudes in Kilwa Kisiwani, Tanzania. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(2), 184-198. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-05-2017-0019>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cole, S. (2007). Beyond authenticity and commodification. *Annals of tourism research*, 34(4), 943-960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.004>
- Duignan, M. B. (2020). London 2012: ‘Competing’ urban olympic legacies and ‘community participation’ in the post-games period. In *Routledge Handbook of Sport and Legacy* (pp. 123-135). Routledge.
- Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2023). *Laporan Kinerja Tahunan 2022*. Mataram: Dinas Pariwisata NTB.
- Frederick, B., Tjoandrea, M., Liu, M., Jayawardhana, I., Reynara, S. D., & Warganegara, A. G. (2022). Pengaruh Pembangunan Sirkuit Mandalika Terhadap Perekonomian Lombok. *Journal of Government and Social Issues (JGSI)*, 1(2), 99-108. <https://jgsi.fisip.unila.ac.id/index.php/Jurnal/article/view/8>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

- Nafisah, A., Wahyuni, A. D., Septiana, A., Farizna, A. C., Istiarini, A. P., Zamzabila, A., ... & Rifada, B. H. N. (2024). Kajian Tentang Potensi dan Dampak Pengembangan Pariwisata di Mandalika, Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata*, 2(2), 197-208.
<https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/jimpar/article/view/1575>
- Perwithasari, N. M. N., & Istiqomah, S. A. B. (2025). Pendidikan Karakter pada Kesenian Tradisional Peresean di Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar (JIPDAS)*, 5(2), 924-933.
<https://jurnal.spada.pts.ac.id/index.php/JIPDAS/article/view/2672>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rahmadio, L. S. (2022). Dampak Konferensi Internasional “Infinity Experience of Nature and Sport tourism” Terhadap Pengembangan Sport Tourism Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(1), 30-37.
<https://doi.org/10.34013/jett.v2i1.721>
- Rahmawati, R., Ramdani, T., & Juniarrah, N. (2022). Pengembangan Potensi Tradisi Bau Nyale sebagai Wisata Budaya di Lombok. In *Prosiding Seminar Nasional Sosiologi* (Vol. 3, pp. 171-181).
- Simatupang, P. (2024). Kinerja Ekonomi dan Pariwisata Paska Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Pariwisata Mandalika Lombok 2014-2023. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 960-973.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/55373>
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. SAGE Publications
- UNWTO. (2023). *Sustainable Tourism*. World Tourism Organization.
- Zapata, M. J., & Hall, C. M. (2012). Public-private collaboration in the tourism sector: Balancing legitimacy and effectiveness in local tourism partnerships. The Spanish case. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(1), 61-83.
<https://doi.org/10.1080/19407963.2011.634069>