



Transformasi Borobudur Marathon: Dari Ajang Lari Menuju Magnet Wisata Olahraga Jawa Tengah

Pranoto^{1*}, Sukrisno², Srinata Dwijaningtyas³
^{1,2,3} STIEPARI Semarang, Indonesia

Korespondensi Penulis: pranhp@yahoo.com*

Abstract. *This qualitative study examines the development of tourist interest in the Borobudur Marathon as a sports tourism destination in Central Java from 1990 to 2022. Through analysis of participant data and successful implementation, the study shows a significant transformation from a simple running race to a world-class sports tourism event that has a significant economic impact with an estimated turnover of IDR 10 billion in 2022. The results of the study indicate that the friendliness of the local community, sustainable innovation, and integration with MSMEs are the main keys to the growth of tourist interest. By using a qualitative approach and descriptive analysis, this study contributes to the understanding of the development of sport tourism in Indonesia, especially in the context of utilizing cultural heritage as the main attraction.*

Keywords: *Borobudur Marathon; Economic impact; Sport tourism; MSMEs*

Abstrak. Penelitian kualitatif ini mengkaji perkembangan animo wisatawan terhadap Borobudur Marathon sebagai destinasi wisata olahraga (*sport tourism*) di Jawa Tengah dari tahun 1990 hingga 2022. Melalui analisis data peserta dan keberhasilan penyelenggaraan, penelitian menunjukkan transformasi signifikan dari lomba lari sederhana menjadi event wisata olahraga kelas dunia yang memberikan dampak ekonomi signifikan dengan estimasi perputaran uang mencapai Rp10 miliar pada tahun 2022. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa faktor keramahan masyarakat lokal, inovasi berkelanjutan, dan integrasi dengan UMKM menjadi kunci utama pertumbuhan animo wisatawan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman pengembangan *sport tourism* di Indonesia, khususnya dalam konteks pemanfaatan warisan budaya sebagai daya tarik utama.

Kata Kunci: Borobudur Marathon; Dampak ekonomi; *Sport tourism*; UMKM

1. PENDAHULUAN

Pariwisata olahraga atau *sport tourism* telah menjadi sektor yang berkembang pesat di Indonesia, dengan nilai ekonomi yang diprediksi mencapai Rp 18,790 triliun pada tahun 2022 (Indonesia.go.id, 2022). Menurut Astuti (2015), *sport tourism* merupakan strategi efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia dengan menggabungkan aktivitas olahraga dan pariwisata. Dalam konteks global, hubungan antara wisata dan olahraga telah berlangsung sejak abad ke-19, dengan berbagai kompetisi olahraga modern yang melibatkan peserta lintas negara di benua Eropa (Schwark, 2007).

Di antara berbagai event wisata olahraga nasional, Borobudur Marathon menonjol sebagai fenomena menarik yang berhasil mentransformasi diri dari lomba lari biasa menjadi destinasi wisata olahraga yang menarik ribuan peserta domestik dan mancanegara. Candi Borobudur, sebagai warisan dunia UNESCO dan destinasi wisata superprioritas Indonesia, menyediakan latar yang sempurna untuk pengembangan *sport tourism*.

Penelitian tentang pariwisata olahraga di Indonesia masih terbatas, meskipun potensinya sangat besar. Masrurun (2019) dalam penelitiannya tentang pariwisata olahraga paralayang di Wonosobo menyebutkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata olahraga dengan memanfaatkan kekayaan alam dan budaya lokal. Soedjatmiko (2015) menekankan pentingnya pengembangan *sport tourism* di Indonesia sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana perkembangan animo wisatawan terhadap Borobudur Marathon sebagai destinasi wisata olahraga di Jawa Tengah, dengan fokus pada periode 1990-2022 yang menandai evolusi signifikan event ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Konsep *Sport Tourism*

Menurut Gibson et al. (2003), *sport tourism* dapat didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang melibatkan partisipasi atau konsumsi olahraga sebagai tujuan utama atau sekunder. Bangun (2014) menekankan peran *recreational sport* dalam pengembangan *sport tourism* di Indonesia untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa.

Astuti (2015) mengklasifikasikan *sport tourism* menjadi dua kategori utama: *hard sport tourism* sebagai acara perlombaan bersifat reguler seperti Asian Games atau World Cup, dan *soft sport tourism* yang berkaitan dengan gaya hidup (*lifestyle*) seperti bersepeda, berlari, atau berselancar. Borobudur Marathon termasuk dalam kategori *soft sport tourism* yang dapat diikuti masyarakat umum.

Dampak Ekonomi *Sport Tourism*

Penelitian tentang dampak ekonomi *sport tourism* menunjukkan hasil yang signifikan. Nicolau & Santa-María (2017) dalam penelitiannya tentang nilai ekonomi pertandingan tenis Rafael Nadal menunjukkan bahwa satu poin pertandingan dapat bernilai €12,000,000 dalam konteks pariwisata. Yeh et al. (2016) menekankan pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan manfaat rekreasi untuk *sport tourism*.

Dalam konteks Indonesia, Taleghani & Ghafary (2014) memberikan model manajemen untuk pengembangan *sport tourism* yang menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai stakeholder untuk mencapai dampak ekonomi yang optimal.

Event Tourism dan Destinasi

Getz & Page (2016) dalam analisis komprehensif mereka tentang *event tourism* menyebutkan bahwa event memiliki potensi besar untuk mengembangkan destinasi wisata. Fourie & Santana-Gallego (2011) menunjukkan dampak positif mega-event olahraga terhadap kedatangan wisatawan, meskipun efektivitasnya tergantung pada berbagai faktor kontekstual.

Gibson et al. (1997) mengidentifikasi segmentasi pasar *sport tourism* aktif berdasarkan perspektif *life-span*, yang menunjukkan bahwa motivasi dan perilaku wisatawan olahraga berbeda berdasarkan tahap kehidupan mereka.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Masrurun (2019), pendekatan kualitatif deskriptif sangat tepat untuk menganalisis fenomena pariwisata olahraga karena dapat menggali aspek-aspek kompleks yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Data dikumpulkan melalui analisis dokumen resmi, laporan penyelenggaraan, survei dampak ekonomi, dan testimoni peserta. Sumber data utama meliputi dokumentasi dari Yayasan Borobudur Marathon, Bank Jateng, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan publikasi media massa periode 1990-2022. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan triangulasi sumber data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evolusi Sejarah Borobudur Marathon

Era Awal (1990-2012): Fondasi Pembentukan

Perjalanan Borobudur Marathon dimulai pada tahun 1990 ketika Bob Hasan, Ketua Umum Pengurus Besar PASI, menginisiasi lomba lari Borobudur 10K (Kompas.id, 2023). Event ini cukup prestisius karena diikuti sejumlah pelari *top* dunia, meletakkan fondasi untuk perkembangan wisata olahraga di kawasan Borobudur. Momentum penting terjadi pada tahun 2012 dengan penyelenggaraan Borobudur Interhash yang diinisiasi pengusaha Liem Chie An. Tahun 2013 menjadi titik balik dengan peluncuran Borobudur 10K yang diikuti 15.000 peserta, menunjukkan antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap event lari di kawasan bersejarah ini. Era Ekspansi (2013-2016): Diversifikasi Kategori

Perkembangan signifikan terjadi pada 2015 dengan penambahan kategori setengah maraton (21 km), diikuti kategori maraton penuh (42 km) pada 2016. Transformasi ini

mengubah nama event menjadi "Borobudur Marathon", menandai ambisi untuk menjadi event maraton kelas dunia.

Era Konsolidasi (2017-2022): Menuju Standar Internasional

Tahun 2017 menjadi titik balik krusial dengan kerja sama antara Harian Kompas, Bank Jateng, dan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Pembatasan peserta menjadi sekitar 10.000 orang dilakukan untuk menjaga kenyamanan, sekaligus memperkenalkan inovasi *cheering team* yang melibatkan masyarakat lokal (Kompas.id, 2024).

Analisis Perkembangan Animo Wisatawan

Pertumbuhan Kuantitatif Peserta

Data menunjukkan pertumbuhan dramatis partisipasi sebagaimana terlihat dalam table berikut:

Tabel 1. Data Penyelenggaraan Borobudur Marathon Sebagai Wisata Olahraga

Tahun	Pelaksanaan	Animo Peserta	Keterangan
2013	17 Nov 2013	15.000	Yayasan 10K, Borobudur 10K cikal bakal Borobudur Marathon
2014	16 Nov 2014	16.000	
2015	15 Nov 2015	16.000	
2016	18-20 Nov 2016	18.535	
2017	19 Nov 2017	8.754	
2018	18 Nov 2018	9.672	
2019	17 Nov 2019	8.000	
2020	15 Nov 2020	10.040	Pembatasan Covid 19, 50 Pelari Elit dan 9.090 Pelari Nasional
2021	27 Nov 2021	178	Pembatasan Covid 19, 50 Pelari Elit dan 128 Pelari Nasional secara online

Sumber: Diolah dari berbagai data penyelenggaraan acara Borobudur Marathon

Transformasi Kualitas Pengalaman

Inovasi *Cheering Team* Salah satu keunggulan unik Borobudur Marathon adalah *cheering team* yang melibatkan masyarakat lokal. Inovasi ini dimulai pada tahun 2017 dan menjadi diferensiator utama yang membedakan Borobudur Marathon dari event lari lainnya di Indonesia. Integrasi Budaya Lokal Event ini berhasil mengintegrasikan unsur budaya Jawa melalui pertunjukan kesenian di sepanjang lintasan, menciptakan pengalaman yang tidak hanya sebatas olahraga tetapi juga wisata budaya.

Dampak Ekonomi Sebagai Indikator Animo

Data dampak ekonomi menunjukkan tren positif yang konsisten:

Tabel 2. Dampak Ekonomi Penyelenggaraan Borobudur Marathon

Tahun	Animo Peserta	Perkiraan Pendapatan	Keterangan
2013	15.000	Tidak Tercatat	Yayasan 10K, Borobudur 10K cikal bakal Borobudur Marathon
2014	16.000	Tidak Tercatat	
2015	16.000	Tidak Tercatat	
2016	18.535	Tidak Tercatat	
2017	8.754	Rp. 15.000.000.000	
2018	9.672	Rp. 21.000.000.000	
2019	8.000	Rp. 30.000.000.000	
2020	10.040	Tidak Tercatat	Pembatasan Covid 19, yang hadir hanya pelari undangan elit, sisa peserta berlari secara online mandiri dari tempat masing masing
2021	178	Tidak Tercatat	

Sumber: Diolah dari berbagai data penyelenggaraan acara Borobudur Marathon

Survei Markplus pada peserta 2021 menunjukkan 51,5% responden mengeluarkan Rp 500.000 – Rp 2.000.000, sementara 14% mengeluarkan Rp 3.500.000 – 5.000.000 selama tinggal di Magelang.

Faktor-Faktor Pendorong Animo Wisatawan

1. Keunikan Destinasi. Kombinasi antara *heritage site* Candi Borobudur dengan aktivitas olahraga menciptakan proposisi nilai unik yang sulit ditandingi destinasi lain. Hal ini sejalan dengan temuan Masrurun (2019) bahwa potensi alam dan budaya lokal menjadi faktor kunci keberhasilan pariwisata olahraga.
2. *Hospitality* Masyarakat Lokal. Keramahan masyarakat Magelang dan dukungan *cheering team* menjadi diferensiator utama yang membuat peserta ingin kembali berpartisipasi. Ini mendukung argumen Yeh et al. (2016) tentang pentingnya kualitas layanan dalam *sport tourism*.
3. Inovasi Berkelanjutan. Tahun 2017 merupakan pengenalan *cheering team* dan pembatasan peserta untuk kenyamanan. Tahun 2020 menggunakan format hibrida (50 luring + 9.090 daring) adaptasi pandemic. Tahun 2021 diterapkan Sistem undian dengan protokol kesehatan ketat. Tahun 2022 diperkenalkan Program Bank Jateng Young Talent untuk regenerasi atlet
4. Integrasi UMKM. Keterlibatan UMKM lokal tidak hanya memberikan dampak ekonomi tetapi juga memperkaya pengalaman wisatawan dengan kuliner dan kerajinan khas Magelang.

Tantangan dan Adaptasi

Borobudur Marathon menunjukkan resiliensi luar biasa selama pandemi COVID-19 ditandai dengan adanya kepatuhan dalam implementasi protokol kesehatan ketat dengan sistem gelembung selama perlombaan tahun 2020. Dilanjutkan dengan penerapan sistem undian untuk membatasi peserta yang animonya tetap besar selama masa pandemic pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 diharapkan sudah sepenuhnya kembali normal dan terjadi recovery peserta dengan target mencapai 5.000 peserta.

Tingginya permintaan mengharuskan penerapan sistem pengundian keikutsertaan langsung (*ballot*) selama masa pandemic COVID 19 menunjukkan bahwa *brand* Borobudur Marathon telah mencapai status premium di kalangan pelari Indonesia. Hal ini merupakan keunggulan yang akan menjamin keberlanjutan event ini pada tahun tahun berikutnya

Implikasi Teoritis: *Sport Tourism* sebagai *Soft Diplomacy*

Borobudur Marathon merupakan contoh sempurna *soft sport tourism* yang menggabungkan aktivitas olahraga dengan gaya hidup dan dapat diikuti masyarakat umum. Event ini membuktikan bahwa *sport tourism* efektif sebagai:

1. Economic Multiplier: Menggerakkan berbagai sektor ekonomi dari akomodasi, kuliner, hingga transportasi
2. Cultural Ambassador: Memperkenalkan budaya Jawa kepada peserta domestik dan internasional
3. Community Empowerment: Memberdayakan masyarakat lokal melalui keterlibatan dalam *cheering team* dan UMKM

Temuan ini mendukung argumen Bangun (2014) tentang peran *recreational sport* dalam meningkatkan kualitas hidup bangsa melalui pengembangan *sport tourism*. Dalam penelitiannya yang dipublikasikan di Asian Social Science, Bangun menekankan bahwa pariwisata olahraga merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk mengangkat martabat bangsa di hadapan bangsa-bangsa lain dunia (Bangun, 2014).

Lebih dari sekadar dampak ekonomi semata, Borobudur Marathon menunjukkan bagaimana *recreational sport* dapat menjadi katalis untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara holistik. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terbaru tentang hubungan antara kohesi sosial dan kualitas hidup, di mana aktivitas yang mendorong interaksi sosial positif, seperti yang terjadi dalam event olahraga, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Paramita et al., 2021). Penelitian di Bandung menunjukkan

bahwa kualitas hidup berkorelasi signifikan dengan kohesi sosial, sehingga strategi yang bertujuan meningkatkan kohesi sosial dapat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas hidup (Paramita et al., 2021).

Konteks Borobudur Marathon menunjukkan manifestasi nyata dari konsep ini. Ketika ribuan pelari berkumpul, bersama dengan masyarakat lokal yang terlibat sebagai *cheering team*, tercipta ruang sosial yang mendorong interaksi lintas budaya dan memperkuat ikatan komunitas. Aktivitas *recreational sport* ini tidak hanya memberikan manfaat fisik bagi peserta, tetapi juga menciptakan modal sosial yang berharga bagi masyarakat Magelang. Sebagaimana ditekankan oleh penelitian internasional, olahraga dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk membangun kohesi sosial, memberdayakan komunitas, dan menciptakan inklusi sosial (Journal of Sport for Development, 2024).

Dampak transformatif ini terlihat jelas dalam bagaimana Borobudur Marathon telah mengubah lanskap sosial dan ekonomi Magelang. Event ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi bagi UMKM lokal, tetapi juga membangun rasa kebanggaan kolektif masyarakat yang turut berpartisipasi dalam event internasional. Hal ini mengkonfirmasi pandangan Bangun (2014) bahwa koordinasi dan dukungan dari semua lembaga - baik pemerintah, perguruan tinggi, organisasi olahraga, pengusaha, LSM, maupun organisasi masyarakat lainnya - sangat diperlukan dalam memajukan pariwisata olahraga di Indonesia untuk mencapai peningkatan kualitas hidup bangsa yang berkelanjutan.

Prospek dan Implikasi

Pencapaian hingga 2022

Hingga tahun 2022, Borobudur Marathon telah mencapai beberapa milestone penting: yang ditandai dengan berhasil bertahan dan beradaptasi selama pandemi COVID-19, berhasil mempertahankan *brand strength* dengan tingginya *demand* peserta, dapat menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan dan menjadi model integrasi antara *heritage tourism* dan *sport tourism*

Model Pengembangan Sport Tourism

Keberhasilan Borobudur Marathon memberikan beberapa pembelajaran penting untuk pengembangan sport tourism di Indonesia:

1. Pentingnya lokasi strategis dengan daya tarik heritage
2. Keterlibatan aktif masyarakat lokal sebagai diferensiator

3. Adaptabilitas terhadap situasi krisis (pandemi)
4. Integrasi dengan ekonomi lokal melalui UMKM

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa Borobudur Marathon telah berhasil mentransformasi diri dari event olahraga lokal menjadi destinasi wisata olahraga yang menarik ribuan wisatawan domestik dan mancanegara. Faktor-faktor kunci keberhasilan meliputi:

1. Lokasi strategis: pemanfaatan Candi Borobudur sebagai magnet wisata
2. *Hospitality Excellence*: keramahan masyarakat lokal yang menjadi diferensiator utama
3. Inovasi berkelanjutan: adaptasi dan perbaikan konstan berdasarkan umpan balik peserta
4. Integrasi stakeholder: kolaborasi efektif antara pemerintah, swasta, dan masyarakat
5. Dampak ekonomi nyata: kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal dan regional

Perkembangan animo wisatawan yang konsisten dari tahun 1990 hingga 2022, tercermin dari tingginya rasio *demand-supply* dan pertumbuhan dampak ekonomi yang mencapai Rp 10 miliar pada 2022, menunjukkan bahwa Borobudur Marathon telah berhasil memosisikan diri sebagai *flagship event* wisata olahraga Jawa Tengah.

Event ini membuktikan bahwa dengan pengelolaan profesional dan komitmen jangka panjang, *sport tourism* dapat menjadi instrumen efektif untuk pembangunan ekonomi regional sambil melestarikan warisan budaya. Keberhasilan Borobudur Marathon dapat menjadi model replikasi untuk pengembangan wisata olahraga di destinasi *heritage* lainnya di Indonesia.

Penelitian ini juga mengkonfirmasi temuan Astuti (2015) bahwa *sport tourism* merupakan strategi efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, serta mendukung argumen Soedjatmiko (2015) tentang pentingnya pengembangan *sport tourism* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA. (2022, September 25). Borobudur Marathon ajang torehkan prestasi dan menggerakkan ekonomi. <https://www.antaranews.com/berita/3137973/borobudur-marathon-ajang-torehkan-prestasi-dan-menggerakkan-ekonomi>
- Astuti, T. M. (2015). Sport tourism to increase tourist arrival in Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 31–40.
- Bangun, S. Y. (2014). The role of recreational sport toward the development of sport tourism in Indonesia in increasing the nations quality of life. *Asian Social Science*, 10(5), 98–103.

- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364–1370. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.011>
- 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>
- Gibson, H. J., Attle, S. P., & Yiannakis, A. (1997). Segmenting the active sport tourist market: A life-span perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 52–64. <https://doi.org/10.1177/135676679700400105>
- Gibson, H. J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181–190. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00058-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00058-4)
- Indonesia.go.id. (2022). Mendongkrak ekonomi daerah dengan wisata olahraga. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8010/mendongkrak-ekonomi-daerah-dengan-wisata-olahraga>
- Kompas.com. (2022, July 13). Buka untuk umum, Borobudur Marathon 2022 kembali terapkan sistem ballot. <https://www.kompas.com/sports/read/2022/07/13/08200028/buka-untuk-umum-borobudur-marathon-2022-kembali-terapkan-sistem-ballot>
- Kompas.com. (2022, November 18). Borobudur Marathon 2022 gerakkan wisata olahraga, ekonomi, dan budaya di Magelang. <https://biz.kompas.com/read/2022/11/18/160904228/borobudur-marathon-2022-gerakkan-wisata-olahraga-ekonomi-dan-budaya-di-magelang>
- Kompas.id. (2021, May 29). Di tengah pandemi, Borobudur Marathon dorong pengembangan UMKM Magelang. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/05/29/di-tengah-pandemi-borobudur-marathon-dorong-pengembangan-umkm-magelang>
- Kompas.id. (2021, November 27). Menyambut pelari, menyambut investasi. <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/11/27/menyambut-pelari-menyambut-investasi/>
- Kompas.id. (2022, August 31). Momentum menggaungkan kembali sport tourism Indonesia. <https://www.kompas.id/baca/riset/2022/08/31/momentum-menggaungkan-kembali-sport-tourism-indonesia>
- Masrurun. (2019). Kajian strategi pengembangan pariwisata olahraga paralayang di Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 86–97. <https://doi.org/10.31294/par.v7i1.6965>
- Nicolau, J., & Santa-María, M. (2017). Sports results creating tourism value: Rafael Nadal's tennis match points worth €12,000,000. *Tourism Economics*, 23(3), 697–701. <https://doi.org/10.5367/te.2016.0550>
- Schwark, J. (2007). Sport tourism and the emergence of sport and leisure environments. *European Journal for Sport and Society*, 4(2), 135–148.
- Soedjatmiko. (2015). Sports tourism development in Indonesia. *Journal of Sports Science*, 3, 257–261.

- Taleghani, G., & Ghafary, A. (2014). Providing a management model for the development of sports tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 120, 289–298. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.108>
- Yeh, C., Hua, K., & Huang, C. (2016). Service quality improving effects and recreational benefits for sports tourism – A case study. *Tourism Economics*, 22(6), 1332–1337. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0522>