



## Efektifitas Tour de Singkarak (TdS) Sebagai Sarana Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Sumatera Barat

Wawan Junresti Daya<sup>1</sup>, Amung Ma'mun<sup>2</sup>, Venessa Gaffar<sup>3</sup>, Nuryadi<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Pendidikan Olahraga, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia

<sup>3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan

Indonesia E-mail: [wawanpor20@upi.edu](mailto:wawanpor20@upi.edu)

### ABSTRAK

*Tour de Singkarak (TdS) merupakan event olahraga balap sepeda international yang menjadi brand pariwisata bagi Sumatera Barat. Permasalahan dalam penelitian ini adalah belum diketahuinya seberapa besar tingkat efek Tour de Singkarak (TdS) dalam meningkatkan kunjungan pariwisata ke Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektifitas Tour de Singkarak (TdS) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat. Event balap sepeda international Tour de Singkarak (TdS) merupakan momentum utama kebangkitan pariwisata di Sumatera Barat yang untuk pertama kalinya diadakan pada tahun 2009. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi dokumentasi yang menggunakan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat dari tahun 2010-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa event balap sepeda International Tour de Singkarak efektif dalam meningkatkan kunjungan pariwisata ke Sumatera Barat dengan persentase kenaikan sebesar 125% atau sebanyak 414.068 wisatawan mancanegara dalam kurun waktu 2010-2019. Dengan demikian dapat disimpulkan untuk meningkatkan citra pariwisata suatu daerah hendaknya dapat konsepkan dengan acara-acara yang khas salah satunya acara olahraga.*

**Kata Kunci:** *Tour de Singkarak, Tourism, Event Olahraga besar*

### ABSTRACT

*Tour de Singkarak (TdS) is an international cycling sports event that has become a tourism brand for West Sumatra. The problem in this study is that it is not yet known how big the level of the effect of Tour de Singkarak (TdS) is in increasing tourism visits to West Sumatra. This study aims to see the effectiveness of Tour de Singkarak (TdS) in increasing tourist visits to West Sumatra. The Tour de Singkarak (TdS) international bicycle racing event is the main momentum for the revival of tourism in West Sumatra which was held for the first time in 2009. In this study, the authors used a qualitative descriptive method with a documentation study approach that used data from the Central Statistics Agency of West Sumatra from the year 2009. 2010-2020. The results showed that the International Tour de Singkarak cycling event was effective in increasing tourism visits to West Sumatra with a percentage increase of 125% or as many as 414,068 foreign tourists in the 2010-2019 period. Thus, it can be concluded that to improve the image of tourism in an area, it should be conceptualized with special events, one of which is sporting events.*

**Keywords:** *Tour de Singkarak, Tourism, Sporting Mega Events*



## PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan ini, pemerintah Indonesia telah menyadari betapa pentingnya event olahraga besar dalam meningkatkan citra kota maupun negara, serta untuk meningkatkan potensi pariwisata dan investasi dari masyarakat dunia terhadap Indonesia. Hal ini terlihat dari upaya pemerintah Indonesia yang akan menyelenggarakan beberapa event besar olahraga di antaranya, Piala Dunia U-20 2021 namun di undur menjadi tahun 2022 karena pandemic covid-19, Moto GP Mandalika 2022, dan upaya pemerintah Indonesia untuk menjadi tuan rumah olimpiade pada tahun 2032. Harus diakui bahwa saat ini acara olahraga besar telah menjadi satu alat untuk membangun brand dan memperkuat identitas nasional suatu negara, memperkuat kohesi sosial dan kebanggaan masyarakat suatu bangsa. Seperti halnya negara China membangun brand melalui olimpiade Beijing 2008 (Berkowitz et al., 2007). Orang-orang telah menghadiri acara olahraga di stadion, atau mengikuti kompetisi internasional melalui media untuk merayakan pencapaian nasional dan kemenangan yang bersejarah .

Apabila dilihat kebelakang, Indonesia telah beberapa kali sukses menyelenggarakan event olahraga besar di antaranya Asian Games IV tahun 1962 yang mana AG 1962 ini sebagai bentuk eksistensi Indonesia dipanggung politik internasional sekaligus sebagai representasi perlawanan terhadap hegemoni barat pada saat itu (Ma'mun, 2019). Selanjutnya Indonesia juga patut berbangga karena kembali menjadi tuan rumah Asian Games 2018, dimana kesuksesan penyelenggaraan dan kesuksesan prestasi pada Asian Games 2018 ditengah polarisasi masyarakat yang terbelah karena adanya pemilihan presiden pada saat itu.

Ditingkat daerah atau provinsi di Indonesia, beberapa daerah sudah rutin menyelenggarakan event olahraga besar berskala internasional sebagai brand bagi daerah tersebut. Berapa diantaranya adalah Bali International Run, Bali International Triathlon, Sail Morotai Festival di Provinsi Maluku Utara, dan perlombaan balap sepeda internasional Tour de Singkarak (TdS) di Provinsi Sumatera Barat.

Acara olahraga dapat menjadi bagian dari produk pariwisata yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan perdagangan dan pendapatan serta untuk meningkatkan citra destinasi tuan rumah (Kaplanidou et al., 2013). Peningkatan

perdagangan, pendapatan, dan perbaikan citra destinasi berkontribusi pada dampak ekonomi dan pariwisata, yang dapat didorong oleh acara olahraga yang menarik bisnis dan penduduk di daerah tersebut (O'Brien, 2007). Menurut (Preuss, 2007) warisan acara olahraga sebagai struktur terencana dan tidak terencana, positif dan negatif, berwujud dan tidak berwujud yang diciptakan untuk dan oleh acara olahraga yang bertahan lebih lama dari acara itu sendiri. Warisan acara olahraga biasanya dikaitkan dengan acara olahraga dalam skala yang membutuhkan investasi signifikan dalam infrastruktur dan pembangunan perkotaan, memiliki eksposur media internasional, dan menarik sejumlah besar wisatawan (Thomson et al., 2019).

(Getz, 2008) menyatakan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan Dalam merancang sebuah event; 1). Event yang direncanakan di bidang apa, 2. Permintaan dan penawaran dari masyarakat, 3). Pendekatan strategis yang digunakan, 4. Frameworks dari event tourism yang akan di selenggarakan. Sangat penting untuk merencanakan suatu event olahraga dengan matang untuk dapat mencapai kesuksesan acara tersebut, karena dalam suatu event olahraga akan banyak sekali dampak atau efek yang akan ditimbulkan apabila event olahraga tersebut berhasil. Acara olahraga itu sendiri berdurasi singkat tetapi perubahan yang dibawanya dapat memiliki konsekuensi penting bagi kota tuan rumah. Oleh karena itu, peristiwa tersebut dapat dilihat sebagai katalisator perubahan yang secara teratur membawa energi ke dalam sistem politik, ekonomi dan sosial kota (Preuss, 2015).

Tour de Singkarak (TdS) merupakan salah satu event olahraga balap sepeda internasional yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Barat sejak tahun 2009. Balap sepeda dipilih sebagai salah satu upaya meningkatkan daya tarik wisata di Sumatera Barat karena sejarah dari olahraga ini sendiri. Bersepeda sudah lama dikenal di Indonesia, bahkan lomba balap sepeda pertama di Asia diadakan di Indonesia melalui Tour de Java pada tahun 1958 (Susanti et al., 2017). Kompetisi bersepeda awalnya diadakan di negara-negara industri seperti Inggris, Belanda, Perancis, dan banyak negara Eropa lainnya. Ekspansi dari negara-negara tersebut ke banyak negara lain, termasuk Indonesia, membawa perkembangan balap sepeda. Tour de Singkarak (TdS) terinspirasi dari event balap sepeda yang banyak dilaksanakan oleh negara-negara di dunia yang salah satunya diadakan di Eropa yaitu Tour de France yang telah dilaksanakan lebih dari 1 abad (Suci & Indra Pahlawan, 2015). Tour de Singkarak (TdS) merupakan acara perlombaan balap

sepeda internasional yang diikuti oleh lebih dari 10 negara. Setiap Negara dalam event tour de singkarak (TdS) mengirimkan setidaknya 5 orang pembalap dan 10 orang official team (Susanti, 2015).

(Suci & Indra Pahlawan, 2015) mengatakan bahwa Tour de Singkarak (TdS) merupakan program kegiatan dari Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang bekerjasama dengan pemerintah provinsi Sumatra Barat, kabupaten/kota, dan organisasi PB ISSI. Pelaksanaan Tour de Singkarak (TdS) didukung oleh International Cycling Union (ICU) yang merupakan organisasi sepeda dunia internasional, dan Amaury Sport Organization yang merupakan organisasi yang mengelola berbagai olahraga Internasional yang ada di Eropa. Lebih lanjut (Suci & Indra Pahlawan, 2015) menyampaikan penggagas Tour de Singkarak (TdS) adalah Sapta Nirwandar yang pada saat itu menjabat sebagai wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Penggunaan nama dari Tour de Singkarak (TdS) menggunakan nama sebuah danau terbesar yang ada di Sumatra Barat yang dikelilingi oleh dua kabupaten yaitu Solok dan Tanah Datar.

Dalam pelaksanaannya mulai dari tahun 2009 sampai yang terakhir 2019 penyelenggaraan Tour de Singkarak (TdS) selalu mendapatkan animo yang sangat luar biasa, baik itu dari peserta Tour de Singkarak (TdS) maupun dari masyarakat Sumatera Barat pada khususnya. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah peserta baik dari international maupun nasional, dan juga jumlah hadiah yang diperbutkan pembalap pada Tour de Singkarak (TdS) selalu meningkat dari tahun ke tahun.

Artikel ini merupakan tinjauan efektifitas tour de singkarak (TdS) dalam meningkatkan kungjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat, serta bagaimana peran event olahraga besar dalam hal ini Tour de Singkarak (TdS) dalam paradigma *sport for development* dengan menjadikan olahraga sebagai instrument pembangunan di suatu negara atau daerah.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi dokumentasi. Menurut Nasution (2003) ada beberapa keuntungan dari penggunaan studi dokumen dalam penelitian kualitatif, yaitu: 1). Bahan dokumenter itu telah ada, telah tersedia, dan siap pakai. 2). Penggunaan bahan ini tidak meminta biaya, hanya memerlukan waktu untuk mempelajarinya. 3). Banyak yang dapat ditimba pengetahuan dari bahan itu bila

dianalisis dengan cermat, yang berguna bagi penelitian yang dijalankan. 4). Dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian. 5). Dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek kesesuaian data. 6). Merupakan bahan utama dalam penelitian historis. Data yang diungkapkan merupakan hasil telaahan dan analisis dari dokumen-dokumen terkait dan relevan dengan topik penelitian, serta teori yang digunakan merupakan teori yang merujuk ada penelitian-penelitian relevan sebelumnya. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 data yang berasal dari badan pusat statistik Sumatera Barat mulai dari tahun 2010-2020.

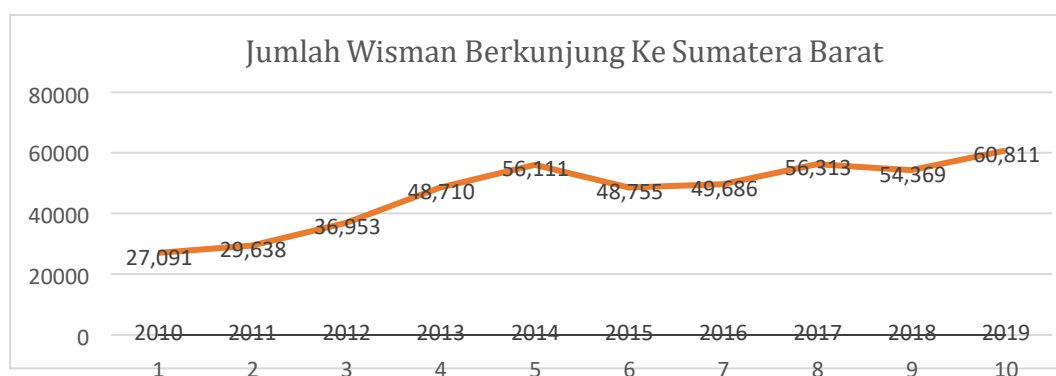
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan suksesnya Event olahraga Tour de Singkarak (TdS) menjadi brand pariwisata Sumatera Barat, artinya pemerintah Sumatera Barat sudah berhasil membangun “Global Persepsi” yang positif terhadap pariwisata Sumatera Barat. Sama seperti apa yang dilakukan China untuk membangun persepsi global terhadap negaranya melalui Olimpiade Beijing 2008 (Berkowitz et al., 2007). Kesuksesan Provinsi Sumatera Barat membangun persepsi global terkait pariwisata di Sumatera Barat ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat dari tahun ketahun.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Sumatera Barat

No	Tahun	Jumlah (Orang)	Keterangan
1.	2010	27.091	Jumlah kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat tahun 2010-2019 sebesar 125%.
2.	2011	29.638	
3.	2012	36.953	
4.	2013	48.710	
5.	2014	56.111	
6.	2015	48.755	
7.	2016	49.686	
8.	2017	56.313	
9.	2018	54.369	
10.	2019	60.811	

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat



Gambar 1. Grafik kunjungan wisatawan mancanegara Ke Sumatera barat 2009-2019

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera barat dari tahun 2010-2019, data menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Apabila diakumulasikan, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2010-2019 peningkatannya yaitu sebesar 125%. Artinya strategi pemerintah Sumatera Barat membranding pariwisata melalui event olahraga Tour de Singkarak (TdS) untuk meningkatkan pariwisata di Sumatera Barat sangat berhasil. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh (Astuti, 2015) yang menyatakan bahwa ada 3 element yang harus diperhatikan untuk kesuksesan sebuah event, yaitu referensi, observasi, dan pengalaman. Selain itu juga diperlukan *success story* dan *leverage* yang dibangun terus menerus dengan konsistensi sebagai kuncinya. Lebih lanjut (Astuti, 2015) menyatakan penyelenggaraan TdS semakin tahun semakin professional, dilihat dari sisi peserta dan keterlibatan negara dan dukungan daerah serta sponsor semakin meningkat. Demikian pula. Keberhasilan Tour de Singkarak (TdS) dapat dijadikan sebagai model dalam pengembangan sport tourism di daerah daerah yang lainnya.

Dalam konsep teori branding suatu negara atau daerah, (Anholt, 2005) mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur ekuitas brand suatu negara atau daerah yang dinamakan "nation brand hexagon". Lebih lanjut (Anholt, 2005) mengatakan 6 indikator yang digunakan tersebut yaitu: 1. Pariwisata, 2. Ekspor, 3. Pemerintahan, 4. Investasi dan Imigrasi, 5. Budaya dan warisan, 6. Orang/masyarakat. Melihat apa yang di sampaikan teori branding diatas, dapat disimpulkan apa yang dilakukan pemerintah Sumatera Barat sudah sangat berhasil, untuk membranding provinsi Sumatera Barat melalui pariwisatanya dengan event olahraga Tour de Singkarak (TdS).

Provinsi Sumatra Barat terletak di Pulau Sumatra dengan Kota Padang sebagai ibu kota. Provinsi Sumatra Barat terletak disepanjang pesisir barat Sumatra bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, Provinsi Sumatera Barat memiliki luas wilayah 42.012,89 km<sup>2</sup> yang berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatra Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk di Provinsi Sumatera Barat yaitu sebanyak 5,58 Juta jiwa yang tersebar di 19 Kabupaten/Kota (Badan Pusat Statistik, 2022).

Karena letak wilayah yang sangat strategis, Provinsi Sumatera Barat memiliki potensi pariwisata alami yang sangat luar biasa, seperti pantai, pegunungan, dataran

tinggi, serta potensi alam lainnya yang sangat menarik, unik, dan tentu sangat indah. Disamping wisata budaya dan kuliner yang juga menjadi andalan dari Provinsi Sumatera Barat. Pemerintah Sumatera Barat sangat menyadari bahwa untuk dapat meningkatkan potensi pariwisata yang ada di daerah tersebut, harus dilakukan dengan membuat suatu event olahraga besar yang dirancang dengan konsep sport tourism. Sehingga pada tahun 2009, di untuk pertama kalinya diadakan lomba balap sepeda internasional Tour de Singkarak (TdS). Hal ini sesuai dengan pernyataan (Hinch & Higham, 2001) bahwa Ada 3 domain terkait dengan sport tourism yaitu acara khas, rekreasi luar ruangan (Petualangan), dan sport tourism yang berkaitan dengan kesehatan dan kebugaran . Lebih lanjut (Hinch & Higham, 2001) menyatakan area acara khas (hallmark event) merupakan tautan paling langsung ke olahraga seperti kompetisi kejuaraan nasional, dan acara besar olahraga internasional. Susanti (2015) menyatakan pada saat penyelenggaraan event Tour de Singkarak (TdS) berbagai acara dan atraksi wisata andalan masing- masing daerah di Sumatera Barat tampilkan untuk mendukung kegiatan mempromosikan potensi pariwisata di Sumatera Barat. Event Tour de Singkarak (TdS) diharapkan dapat memberikan informasi kepada dunia internasional tentang potensi pariwisata Sumatera Barat. Dengan diselenggarakannya Tour de Singkarak juga diharapkan mampu menciptakan dimensi ekonomi, social, dan lingkungan yang positif di kalangan masyarakat Sumatera Barat.

Dalam paradigma sport for development olahraga dijadikan sebagai suatu instrument untuk memberikan dampak pembangunan bagi daerah atau tuan rumah penyelenggara event olahraga. Setiap event olahraga dapat memberikan dapat dampak positif pada infrastruktur utama (stadion / lapangan / track) dan infrastruktur pendukung (jalan raya, transportasi, dan akomodasi). Sport event memberikan kontribusi ekonomi dan infrastruktur bagi tuan rumah, acara olahraga dapat menjadi peluang ekonomi bagi pengusaha lokal besar, menengah, dan kecil.

Gibson (2005) menyatakan Acara olahraga dapat mempengaruhi proses pemasaran pariwisata lokal sebagai media dalam menampilkan potensi mereka. Memeriksa dampak pariwisata dari acara olahraga jauh lebih sulit untuk dievaluasi daripada pengeluaran untuk infrastruktur atau panitia penyelenggara, dengan demikian diperlukan model pengukuran yang lebih halus (Preuss, 2011). Menurut Girginov & Hills (2008) dalam event olahraga dapat diidentifikasi enam dampak berwujud dan tidak berwujud dari penyelenggaraan acara olahraga yaitu: a).

dampak ekonomi, b). pertimbangan budaya, c). dampak sosial, d). warisan olahraga, e). dampak politik, f). nilai pendidikan Olimpiade. Lebih lanjut (Pentifallo & VanWynsberghe, 2015) menyatakan setiap acara/event olahraga besar dampak ekonomi, pariwisata / komersial, fisik/infrastruktur, sosial budaya, psikologis, dan politik.

Pembangunan infrastruktur yang baik tentunya harus dilakukan oleh pemerintah Sumatera Barat dalam menyelenggarakan event Tour de Singkarak (TdS). Dalam pembangunan infrastruktur inilah olahraga menjadi salah satu indikator bahwa olahraga dapat dijadikan sebagai penggerak pembangunan dalam paradigma sport for development. Beberapa infrastruktur yang dibutuhkan adalah Pembangunan jalan raya yang halus, rata dan tidak bergelombang, pembangunan sarana transportasi atlet dari bandara ke hotel, sarana akomodasi hotel yang layak untuk atlet dari luar negeri dan dalam negeri. Dengan adanya event olahraga dapat menjadi katalis positif untuk pembangunan daerah setempat (Susanti et al., 2017). Disisi lain, penyelenggaraan TdS mendorong pembangunan dan peningkatan infrastruktur yang terintegrasi, yaitu jalan, moda transportasi, dan fasilitas akomodasi dengan kuantitas dan kualitas yang semakin meningkat. Fakta bahwa TdS dapat diselenggarakan setiap tahun disertai dengan pengelolaan destinasi yang baik dan benar untuk sport tourism di Provinsi Sumatera Barat (Silisna & Susanti, 2020)

Selain pembangunan infrastruktur penunjang event olahraga, dampak lain adalah dengan dibangunnya beberapa destinasi wisata baru bagi tuan rumah event olahraga. Dari awal penyelenggaraan event Tour de Singkarak (TdS) 2009 sampai saat ini, di provinsi Sumatera Barat sudah banyak mendapatkan proyek-proyek strategis nasional dari kementerian PUPR dan Kementerian Pariwisata pembangunan daerah dan pariwisata di Sumatera Barat. Beberapa infrastruktur baru yang dibangun di Sumatera Barat diantaranya; 1. Jembatan layang Kelok 9 selesai pada tahun 2013. 2. Pembangunan Kawasan wisata mandeh yang menjadi salah satu proyek strategis nasional, 3. Pembangunan jalan tol Sumatera Padang-Pekanbaru, 4. Pembangunan kawasan wisata pantai carocok painan, dan masih banyak pembangunan yang lain yang dilaksanakan oleh pemerintah Sumatera Barat untuk menunjang promosi pariwisata di Sumatera Barat.

## **KESIMPULAN**

Pemerintah Sumatera Barat telah berhasil membangun Brand bagi daerahnya melalui event olahraga Tour de Singkarak (TdS) dalam upaya mempromosikan



potensi pariwisata yang ada di Sumatera Barat. Melalui event balap sepeda tour de singkarak terbukti efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Provinsi Sumatera Barat terutama wisatawan asing dengan persentase peningkatan sebesar 125% dalam kurun waktu 2009-2019. Penulis menyarankan agar penelitian kedepan dapat mengkaji dan menganalisis beberapa dampak yang lain yang ditimbulkan sport event tour de singkarak bagi provinsi Sumatera Barat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2005). Anholt nation brands index: How does the world see America? *Journal of Advertising Research*, 45(3), 296–304. <https://doi.org/10.1017/S0021849905050336>
- Astuti, M. T. (2015). Potensi Wisata Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 31–40.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Provinsi Sumatera Barat Dalam Angka 2022*. BPS Sumatera Barat.
- Berkowitz, P., Gjermano, G., Gomez, L., & Schafer, G. (2007). Brand China: Using the 2008 Olympic Games to enhance China's image. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(2), 164–178. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000059>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Gibson, H. (2005). Sport tourism: Concepts and theories. An introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133–141. <https://doi.org/10.1080/17430430500101996>
- Girginov, V., & Hills, L. (2008). A Sustainable Sports Legacy: Creating a Link between the London Olympics and Sports Participation. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 2091–2116. <https://doi.org/10.1080/09523360802439015>
- Hinch, T. D., & Higham, J. E. S. (2001). Sport tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45–58. [https://doi.org/10.1002/1522-1970\(200101/02\)3:1<45::aid-jtr243>3.0.co;2-a](https://doi.org/10.1002/1522-1970(200101/02)3:1<45::aid-jtr243>3.0.co;2-a)
- Kaplanidou, K. (Kiki), Kerwin, S., & Karadakis, K. (2013). Understanding sport event success: exploring perceptions of sport event consumers and event providers. *Journal of Sport and Tourism*, 18(3), 137–159. <https://doi.org/10.1080/14775085.2013.861358>

- Ma'mun, A. (2019). Governmental Roles in Indonesian Sport Policy: From Past to Present. *International Journal of the History of Sport*, 36(4-5), 388-406. <https://doi.org/10.1080/09523367.2019.1618837>
- Nasution (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- O'Brien, D. (2007). Points of Leverage: Maximizing Host Community Benefit from a Regional Surfing Festival. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 141-165. <https://doi.org/10.1080/16184740701353315>
- Pentifallo, C., & VanWynsberghe, R. (2015). Mega-event impact assessment and policy attribution: embedded case study, social housing, and the 2010 Winter Olympic Games. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 7(3), 266-281. <https://doi.org/10.1080/19407963.2014.990236>
- Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport and Tourism*, 12(3-4), 207-228. <https://doi.org/10.1080/14775080701736957>
- Preuss, H. (2011). A method for calculating the crowdingout effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA world cup. *Development Southern Africa*, 28(3), 367-385. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2011.595995>
- Preuss, H. (2015). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6), 643-664. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.994552>
- Silisna, B. El, & Susanti, R. (2020). Sport Tourism Event of Tour De Singkarak to Support Destination Management in West Sumatera, Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i1.58742>
- Suci, A. R., & Indra Pahlawan. (2015). *MICE, Tour de Singkarak, Tourism Concept, Promotion Tourism, Local Revenues* \*. 2(2), 1-15.
- Susanti, R. (2015). Event Tour De Singkarak Sumatera Barat, Pemasaran dan Pariwisata yang Berkelanjutan. *Menara Ekonomi*, 1(2), 38-46.
- Susanti, R., Priyambodo, T. K., Damanik, J., & Soeprihanto, J. (2017). Organization of Sport Tourism Event Tour De Singkarak Contribution Toward Tourist Attraction Improvement in West Sumatera. *IOSR Journal Of Humanities And*

*Social Science (IOSR-JHSS)*, 22(10), 1–13. <https://doi.org/10.9790/0837-2210050113>

Thomson, A., Cuskelly, G., Toohey, K., Kennelly, M., Burton, P., & Fredline, L. (2019). Sport event legacy: A systematic quantitative review of literature. *Sport Management Review*, 22(3), 295–321. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.06.011>