

SUKAN SEBAGAI TARIKAN PELANCONGAN DI MALAYSIA: POTENSI DAN PROSPEK

SPORTS FOR TOURISM ATTRACTIONS IN MALAYSIA: POTENTIAL AND PROSPECTS

KU MUHAMMAD HUSSAINI KU SHABUDIN DAN JABIL MAPJABIL

ABSTRAK

Pelancongan sukan menjadi 'sub' yang popular dalam sektor pelancongan masa kini. Kejayaan menganjurkan persidangan dunia dalam pelancongan sukan di Barcelona, Sepanyol pada tahun 2001 menjadi titik tolak kepada perhatian yang serius dan liputan meluas pada tahun selepasnya (World Tourism Organisation & International Olympic Committee, 2001). Sehingga awal tahun 1990an, pelancongan dan sukan wujud dalam dua ruang aktiviti yang berasingan (Glyptis, 1991). Dalam tempoh itu, kebanyakan sarjana, pembuat keputusan dan pihak kerajaan yang terlibat dalam bidang pelancongan dan sukan melihat keuntungan bagi kedua-dua sektor ini secara terpisah, walhal manfaat yang dijana oleh sinergi kedua-duanya adalah jauh lebih besar. Di Malaysia, kejayaan menganjurkan perlumbaan *Le Tour de Langkawi* pada tahun 1996 menjadi titik peralihan kepada tumpuan kerajaan terhadap pembangunan sektor pelancongan sukan. Kini, Malaysia semakin dikenali dengan penganjuran beberapa sukan bertaraf dunia, antaranya *Royal Langkawi International Regatta* (Januari), *Ironman Triathlon* (Februari), *Formula 1 Grand Prix Malaysia* (Mac), *Piala Dunia Showjumping FEI* (Mei), *Perlumbaan Petronas Primax 3 Merdeka Millineum Endurance* (Julai), *Super GT* (Ogos), *Grand Prix Motosikal Malaysia* (September), *AIGP Malaysia* (November) dan *Piala Monsun* (Disember). Kesemua acara sukan bertaraf antarabangsa ini membawa pulangan lumayan kepada masyarakat dan negara. Sukan memiliki kelebihan sebagai produk pelancongan kerana tempoh penganjurannya berlangsung dalam beberapa hari, mendapat liputan publisiti melalui media cetak dan elektronik secara meluas, menerima tajaan daripada pelbagai syarikat multinasional dan domestik serta peluang penduduk tempatan menjalankan perniagaan dalam tempoh kejohanan berlangsung. Sebagai contoh, kejayaan penganjuran Sukan Komanwel '98' yang melibatkan 6,000 orang atlet dan pegawai, 2,500 buah syarikat media cetak dan 500 juta orang penonton siaran langsung menerusi televisyen di seluruh dunia. Perlumbaan *Piala Monsun* di Pulau Duyung, Terengganu pula merekodkan ketibaan pelancong seramai 81,000 orang pada tahun 2007 dengan nilai media kasar mencecah RM217.6 juta.

Kata kunci: pelancongan, sukan dan pelancongan sukan

ABSTRACT

In the recent years, sport tourism has become one of the core "subs" of tourism. The success of the conference for the world of sports tourism held in Barcelona, Spain in 2001 has become a cornerstone for serious attention and extensive coverage in the following year (World Tourism Organisation & International Olympic Committee, 2001). Until the early 1990s, tourism and sports activities exist in two separate spaces (Glyptis, 1991). In that period of time, most scholars, policy makers and governments involved in the field of tourism and sports, see the benefits of both these sectors separately, although the benefits generated by the synergy of the two is far greater. Sports have an advantage as a tourism product because the time period of organizing takes place within a few days, which may get extensive publicity coverage through print and electronic media, receive sponsorship from various local and multinasional companies as well as provide the opportunity of doing business for local residents during the organization of tournament. In Malaysia, the success of organizing the *Le Tour de Langkawi* in 1996 has become a turning point in the government's focus on the development of sports tourism. Nowadays, Malaysia is well-known for hosting several world-class sports, such *Royal Langkawi International Regatta* (January), the *Ironman Triathlon* (February), *Formula 1 Grand Prix of Malaysia* (March), *FEI Showjumping World Cup* (May), the *Petronas Primax 3 Merdeka Race Millineum Endurance* (July), *Super GT* (August), *Malaysian*

Motorcycle Grand Prix (September), A1GP Malaysia (November) and the Monsoon Cup (December). All of these international sporting events bring good returns to society and country. For example, the successful hosting of the Commonwealth Games 1998 'which involved 6,000 athletes and officers, 2,500 media companies and 500 million people live on television viewers around the world. Monsoon Cup race in Mermaid Island, Terengganu also recorded a total of 81,000 people in tourist arrivals in 2007 with a value of RM217.6 million gross media.

Keywords: tourism, sports and sports tourism

PENGENALAN

Menurut Bhatia (1986), pelancongan adalah *smokeless industry* kerana tidak melibatkan proses pengeluaran produk secara perkilangan, sebaliknya sumber pendapatan dijana melalui pelbagai perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelancong, contohnya perkhidmatan pengangkutan, penginapan, hospitaliti, makanan, hiburan dan ciri tarikan pelancongan yang ditawarkan. Konsep ini berkait rapat dengan model pelancongan teras yang dikemukakan oleh Medlik (1996). Menurut beliau, pelancongan adalah suatu industri yang melibatkan firma dan pertubuhan yang menyediakan perkhidmatan dan ciri tarikan pelancongan kepada pelancong. Kini, terdapat salah satu sektor pelancongan yang mula diberi perhatian di Malaysia iaitu pelancongan berkonsepkan sukan. Pelancongan berasaskan sukan sememangnya berpotensi untuk dijadikan produk pelancongan yang memberi pulangan lumayan kepada negara. Kehadiran ramai penonton serta penyertaan peserta domestik dan antarabangsa di dalam setiap acara sukan yang dilangsungkan telah menyumbang kepada pendapatan negara. Di Malaysia sektor pelancongan merupakan antara penyumbang utama kepada pendapatan negara. Pada tahun 2007 Kementerian Pelancongan Malaysia telah mensasarkan kehadiran pelancong sebanyak 20.1 juta orang dengan sasaran tukaran wang asing sebanyak RM44.5 bilion. Saban tahun peratus pertumbuhan pendapatan menerusi sektor pelancongan terus meningkat. Ini menunjukkan industri pelancongan di Malaysia akan terus berkembang dan mempunyai potensi yang amat besar. Ini bukanlah sesuatu yang mengejutkan kerana negara kita mempunyai pulau-pulau yang indah, kawasan tanah tinggi yang menarik dan pelbagai warisan lagi.

Pelancongan dan sukan adalah sektor yang paling besar dan berkembang pesat di seluruh dunia, baik dari aspek sosial mahupun ekonomi (Kurtzman dan Zauhar, 2003). Pelancongan sukan menjadi 'sub' yang popular dalam sektor pelancongan masa kini. Kejayaan menganjurkan persidangan dunia dalam pelancongan sukan di Barcelona, Sepanyol pada tahun 2001 menjadi titik tolak kepada perhatian yang serius dan liputan meluas pada tahun selepasnya (World Tourism Organisation & International Olympic Committee, 2001). Pelancongan sukan melibatkan semua bentuk penyertaan secara aktif dan pasif dalam aktiviti sukan, sama ada menyertainya secara kebetulan ataupun yang dianjurkan untuk tujuan komersial atau sebaliknya, dengan syarat ia melibatkan aktiviti perjalanan meninggalkan tempat kediaman dan lokasi bekerja yang asal (Standeven dan De Kop, 1999). Standeven dan De Kop mengemukakan suatu kerangka teoretikal berkaitan dengan pelancongan sukan yang dibahagikan kepada bentuk pasif dan aktif. Percutian sukan bentuk pasif meliputi sama ada *the casual observer* atau *the connisseur*. Bentuk sukan aktif pula dibahagikan kepada 'aktiviti sukan percutian' dan 'percutian aktiviti sukan'.

PELANCONGAN SUKAN : TINJAUAN LITERATUR

Menurut Glyptis (1991), sektor pelancongan dan sukan berkembang dalam dua ruang aktiviti yang berasingan sehingga awal tahun 1990an. Dalam tempoh 1990-1995, sebilangan besar para sarjana, pembuat keputusan dan pihak kerajaan yang terlibat dalam bidang pelancongan dan sukan seolah-olah mengabaikan potensi dan manfaat yang boleh dijana secara kolektif daripada sintesis kedua-dua bidang tersebut. Terdapat kajian yang meneliti tentang saling ketergantungan pelancongan dan sukan (Redmond, 1990; Weed dan Bull, 1997; Standeven & de Kop, 1999). Menurut Standeven & de Kop (1999), pelancongan sukan melibatkan semua bentuk penyertaan secara aktif dan pasif dalam aktiviti sukan, sama ada menyertainya secara kebetulan ataupun yang dianjurkan untuk tujuan komersial atau sebaliknya, dengan syarat ia melibatkan aktiviti perjalanan meninggalkan tempat kediaman dan lokasi bekerja yang asal (Standeven dan De Kop, 1999).

Kajian di peringkat antarabangsa mendapati pelancongan sukan telah menyumbang banyak impak kepada ekonomi sesebuah negara. Dalam satu tinjauan yang dilakukan oleh Jones (2001) terhadap kejohanan *Rugby World Cup Championship* (RWC) yang dianjurkan di Wales pada tahun 1999 mendapati sebanyak \$1.3 bilion keuntungan telah diperolehi oleh negara tersebut dan sekaligus menarik kedatangan pelancong seramai 1.7 juta orang datang untuk menyaksikan kejohanan tersebut. Begitu juga di dalam penganjuran acara golf antarabangsa yang diadakan di La Costa telah menarik kunjungan 75,000 orang termasuk penonton, pegawai kejohanan, pegawai pasukan dan staf media. Kejohanan *PGA Tour Championship* ini telah memberi pulangan sebanyak \$25 juta kepada ekonomi tempatan terutamanya dalam industri makanan, hiburan dan cenderahati (Md Amin Md Taff, 2003). Terdapat pelbagai klasifikasi berkaitan sukan dan pelancongan berdasarkan pandangan beberapa orang tokoh mengenai perkara tersebut. Sukan dan pelancongan saling berkait rapat dan menjadi salah satu produk pelancongan yang semakin mendapat tempat di negara membangun. Pelancongan acara sukan dapat menarik jumlah penonton yang ramai dan dapat meningkatkan aktiviti ekonomi masyarakat setempat (Mules dan Faulkner, 1996).

Pelancongan sukan melibatkan tarikan aktiviti fizikal yang mendorong pelancong untuk bercuti di sesuatu destinasi pelancongan. Menurut Gibson (1998), pelancongan sukan adalah apabila individu keluar dari persekitarannya dan melancong ke sesuatu tempat dalam keadaan bercuti. Semasa bercuti, mereka terlibat dengan langsung dengan aktiviti fizikal atau sekurang-kurangnya menonton aktiviti pertandingan yang berlangsung. Kemampuan sesebuah negara menganjurkan sukan bertaraf antarabangsa akan menjadi pemangkin kepada transformasi pembangunan infrastruktur, pendapatan dan ekonominya. Pelancongan sukan melibatkan suatu perjalanan yang memerlukan kos dan masa untuk sampai ke destinasi tuan rumah penganjur sesuatu acara sukan. Pada kelaziman, mereka yang terlibat adalah dalam kalangan yang menyertainya sebagai suatu pasukan seperti pengurus, jurulatih, pegawai dan pembantu sokongan serta atlet atau pemain.

Pelancongan adalah satu gabungan pelbagai aktiviti, perkhidmatan dan industri yang menyediakan satu pengalaman perjalanan iaitu pengangkutan, penginapan, makanan dan perusahaan minuman, kedai, hiburan, kegiatan kemudahan dan perkhidmatan hospitaliti lain yang disediakan untuk individu atau kumpulan pelancong jauh dari rumah (Goeldner dan Ritchie, 2006). Namun begitu, di dalam kajian tentang impak sukan terhadap komuniti yang menjadi tuan rumah kepada penganjuran sukan profesional oleh Nunn dan Rosentraub (1997), mendapati faedah yang diharapkan daripada penganjuran sukan hampir tidak dinikmati oleh penduduk tempatan. Peluang pekerjaan baru tidak dapat dijana kerana lazimnya ia dikaitkan dengan pasukan profesional khususnya pekerjaan yang memerlukan kemahiran tinggi. Selain itu, tidak terdapat peningkatan signifikan dalam perbelanjaan minuman, makanan, sewaan bilik penginapan atau gaji pekerja yang disumbangkan oleh pasukan sukan terlibat kepada penduduk tempatan. Faedah yang dapat dikaitkan dengan sukan adalah dari aspek peningkatan rasa bangga menjadi tuan rumah, peluang untuk menikmati hiburan dan peningkatan imej masyarakatnya sahaja.

PERKEMBANGAN PELANCONGAN SUKAN DI MALAYSIA

Kejayaan negara menganjurkan acara Sukan Komanwel 1998 di Kuala Lumpur adalah titik tolak bermulanya penganjuran acara sukan bertaraf antarabangsa dan sekaligus telah membuka mata semua pihak. Sukan Komanwel 1998 atau lebih dikenali sebagai SUKOM 98 adalah acara kedua terbesar di dunia selepas Sukan Olimpik. Terdapat sesetengah pihak beranggapan bahawa penganjuran sukan yang melibatkan kejohanan bertaraf antarabangsa adalah satu pembaziran. Hal ini kerana aspek kewangan dan perbelanjaan yang perlu dikeluarkan untuk menjadi tuan rumah kepada sesuatu acara sukan memerlukan kos yang tinggi. Sememangnya perlu diakui bahawa perbelanjaan yang besar perlu dilakukan bagi memastikan infrastruktur kemudahan sukan mengikut spesifikasi yang ditetapkan oleh badan antarabangsa. Namun begitu, pulangan yang bakal diterima adalah berlipat kali ganda berbanding angka yang dikeluarkan melalui kemasukan ramai pelancong asing dan penglibatan penonton tempatan yang ingin menyaksikan kejohanan antarabangsa terbesar yang julung kali diadakan di Malaysia. Secara umumnya, pelancongan sukan melibatkan suatu perjalanan yang memerlukan kos dan masa untuk sampai ke destinasi tuan rumah penganjuran sesuatu acara sukan. Pada kelaziman, mereka yang terlibat adalah dalam kalangan yang menyertainya sebagai suatu pasukan seperti pengurus, jurulatih, pegawai dan pembantu sokongan serta atlet atau pemain. Selain itu, sebahagiannya adalah ahli keluarga atlet, peminat sukan atau mereka yang ingin menyaksikan sesuatu sukan itu secara langsung, ingin merasakan keseronokan, rasa hormat dan kagum dengan reputasi pemain dan prestij pertandingan tersebut. Menurut Hudson (2003), ketibaan pelancong

dunia dianggarkan akan meningkat kepada 4.3% pada setiap tahun dan menjelang tahun 2020 ketibaan pelancong dijangka akan mencecah sehingga 1.6 bilion dan salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan tersebut adalah pelancongan sukan.

Sebelum kejohanan SUKOM 98, pada tahun 1996 Malaysia telah menganjurkan acara lumba basikal yang berprestij iaitu *Le Tour de Langkawi*. Namun begitu ianya masih gagal untuk membuka mata semua pihak tentang potensi pelancongan sukan. Nama Malaysia mula terkenal di seluruh dunia selepas berlangsungnya kejohanan Sukom 98 dan masyarakat telah mula sedar melalui keuntungan yang di perolehi hasil daripada penganjuran acara sukan bertaraf antarabangsa tersebut. Kegagalan *Le Tour de Langkawi* sebagai pemangkin bagi memperkenalkan masyarakat tentang potensi pelancongan sukan adalah disebabkan oleh perancangan yang tidak teratur dan kurang sistematik. Namun, bagi edisi yang seterusnya pihak penganjur telah banyak belajar daripada kejayaan Sukom 98. Seterusnya, hasil yang dapat dilihat pada acara lumba basikal Le Tour De Langkawi telah berjaya menarik perhatian pelumba bertaraf dunia untuk turut serta menyertai kejohanan tersebut dan sekaligus setiap pasukan yang terlibat telah membawa bersama peminat-peminat sukan berbasikal ke Malaysia.

Pada tahun 1999, satu lagi kejohanan bertaraf antarabangsa telah dianjurkan di Malaysia iaitu Kejohanan Lumba Kereta Formula One (F1). Mantan Perdana Menteri Malaysia Tun Dr. Mahatir Mohammad telah mencadangkan sesuatu yang amat membantu sektor pelancongan sukan di Malaysia melalui pembinaan litar lumba bertaraf dunia di Sepang. Pada 9 Mac 1999, Litar Sepang telah dibuka secara rasmi dan Malaysia adalah negara kedua yang mempunyai litar yang bertaraf dunia di asia selepas Jepun. Kejohanan ini telah berjaya menarik perhatian penganjur lumba kereta Formula Satu (F1) serta Moto GP di dalam menjayakan kejohanan lumba kereta yang berprestij ini. Kejayaan Malaysia menganjurkan kedua-dua acara ini telah banyak membantu melonjakkan nama negara dan seterusnya menarik minat pelancong asing terutamanya pelancong yang berminat untuk menyaksikan lumba kereta F1 dan Moto GP untuk datang ke Malaysia. Statistik yang dibuat mendapati acara perlumbaan lumba kereta *Formula One* sahaja telah berjaya menyumbang lebih daripada RM 139 juta kepada ekonomi negara dan angka ini dijangka akan terus meningkat (Azlan Akil, 2008). Hal ini membuktikan pelancongan bercorak sukan di Malaysia sebenarnya mempunyai potensi yang besar untuk dimajukan.

Pada tahun 2005, Mantan Perdana Menteri Malaysia Kelima Dato' seri Abdullah Ahmad Badawi pula mencadangkan agar satu kejohanan kapal layar diadakan di Malaysia. Negeri Terengganu telah dipilih sebagai tuan rumah untuk menganjurkan pertandingan ini yang dikenali sebagai Monsoon Cup. Kejohanan Piala Monsun di Terengganu adalah pemangkin kepada pembangunan ekonomi negara (Gilmour, 2008). Matlamat utama kejohanan ini adalah mempromosikan negeri Terengganu dan Malaysia ke seluruh dunia, di samping menjadikan pelancongan sukan sebagai salah satu produk bagi pembangunan ekonomi negara. Selain itu, kejohanan ini turut menggalakkan penglibatan penduduk tempatan di dalam sukan. Kejohanan perlumbaan kapal layar ini mendapat liputan daripada 70 siaran televisyen termasuk siaran tempatan dan antarabangsa. Jumlah penonton yang menyaksikan kejohanan ini telah bertambah dari setahun ke setahun. Pada tahun 2005, jumlah penonton adalah 25,000 orang. Jumlah penonton terus bertambah pada tahun berikutnya kepada 33,700 orang (2006) dan 81,000 orang (2007). Jumlah ini menunjukkan jumlah kedatangan pelancong yang menyaksikan kejohanan Piala Monsun dan berkunjung ke Terengganu telah meningkat pada setiap tahun. Pertambahan di dalam jumlah kedatangan pelancong telah menjadikan negeri Terengganu adalah salah satu destinasi pelancongan acara sukan yang popular sekaligus meningkatkan ekonomi penduduk tempatan.

Pelancongan sukan boleh menyumbang kepada pembangunan sesebuah negara. Sesebuah negara yang kecil dan sedang membangun tetapi mempunyai sumber alam yang berpotensi dibangunkan sebagai lokasi bagi penganjuran sukan bertaraf antarabangsa mampu membangunkan sesuatu kawasan itu dari pelbagai aspek seperti infrastruktur, perkhidmatan, ekonomi dan sumber. Antaranya, selain menganjurkan acara temasya seperti Sukan Komanwel, *Le Tour de Langkawi*, *Formula One* dan *Moonsun Cup*, Malaysia juga mempunyai kemudahan infrastruktur sukan antara yang terbaik di dunia. Sebagai contoh di Kompleks Sukan Bukit Jalil bukan sahaja menempatkan Ibu Pejabat Majlis Sukan Negara (MSN) malah mempunyai Pusat Latihan Prestasi Tinggi yang juga dikenali sebagai HPTC (*High Performance Training Centre*). Dengan adanya kemudahan seperti ini, Malaysia telah berjaya menarik perhatian beberapa negara dan pasukan ternama untuk berlatih pada fasa terakhir sebelum memasuki fasa pertandingan di sini. Antara nama besar yang pernah memilih Malaysia sebagai tempat latihan adalah skuad bola sepak kebangsaan Brazil, pasukan bola sepak Chelsea dan Manchester United dan terbaru pasukan renang negara Australia sebelum mereka bertanding di Sukan Olimpik Beijing. Ini jelas menunjukkan selain daripada penganjuran

acara sukan, kemudahan infrastruktur yang terdapat di Malaysia juga sebenarnya menarik perhatian atlit negara luar untuk datang ke Malaysia.

PENGANJURAN ACARA SUKAN ANTARABANGSA DI MALAYSIA

Siri Perlumbaan Formula 1

Satu siri perlumbaan lumba kereta yang paling diminati di dunia telah diasaskan secara rasmi pada tahun 1946 dan perlumbaan ini pada awalnya dikenali sebagai 'Formula A' sebelum ditukar kepada 'Formula 1'. Siri perlumbaan ini telah ditonton oleh 580 juta orang penduduk seluruh dunia secara langsung melalui kaca televisyen. Perlumbaan ini dinaungi oleh *Federation International de Automobile* (FIA). FIA adalah badan yang bertanggungjawab untuk menetapkan segala peraturan untuk siri perlumbaan ini. Perlumbaan F1 melibatkan penyertaan pelbagai pihak seperti syarikat pengilang kereta iaitu Alfa Romeo, Ferrari, Mercedes Benz, Bavaria Motor Works (BMW) dan Toyota. Terdapat juga pasukan persendirian seperti Petronas Sauber (kini dikenali sebagai BMW Sauber), *Jordan F1 Racing Team*, Torro Rosso dan lain-lain. Di Malaysia perlumbaan F1 diadakan di Litar Antarabangsa Sepang (SIC).

Siri Perlumbaan Moto GP

Siri perlumbaan Moto GP telah diasaskan pada tahun 1949 oleh Federation International de Motocyclisme (FIM). Hak komersial acara ini dikendalikan oleh syarikat Dorna Sport. Pasukan yang menyertai perlumbaan ini dinaungi oleh *International Road Racing Team Ascociation* (IRTA). Motosikal yang akan digunakan pula prlu dikeluarkan oleh kilang atau syarikat yang berdaftar dengan Motorcycle Sport Manufacturer Ascociation (MSMA). Motorsikal yang digunakan untuk siri perlumbaaan ini pula adalah motosikal yang dibina khas untuk berlumba dan tidak boleh digunakan di atas jalanraya yang digunakan oleh orang awam. Siri perlumbaan Moto GP mempunyai 3 kategori iaitu 125cc, 250cc, dan kategori MOTO GP iaitu 990cc.

Monsoon Cup

Merupakan sebuah perlumbaan kapal layar regatta dan juga dikenali sebagai *The Formula 1 of Sailing*. Pada masa musim tengkujuh para nelayan tidak dapat turun ke laut kerana arus deras, ombak besar dan angin bertiup agak kencang. Acara siri perlumbaaan kapal layar *regatta* ini sebenarnya masih baru. Pada tahun 2000, sebuah kesatuan telah ditubuhkan dengan nama *Swedish Match Tour* yang diberi tanggungjawab untuk menguruskan dan memastikan kejohanan Monsun Cup berjalan lancar. Kesatuan ini mengumpul semua persatuan perlumbaan *regatta* yang menyertai kejohanan kapal layar di seluruh dunia dan diuruskan dibawah satu kesatuan . Monsoon Cup menawarkan hadiah kedua tertinggi iaitu sebanyak RM 1 juta kepada pasukan yang menjuarai kejohanan tersebut. Negeri Terengganu akan terus menganjurkan acara ini sehingga tahun 2012.

La Tour de Langkawi

Merupakan satu siri perlumbaan basikal lebuhraya dan diadakan pertama kali pada tahun 1996. Jelajah ini telah mendapat pengiktirafan daripada UCI Asia Tour. Hadiah yang lumayan serta trek perlumbaan mencabar menyebabkan ramai jaguh-jaguh dunia tetap mengambil bahagian. Jelajah ini juga telah menaikan lagi nama Langkawi sebagai destinasi pelancongan terkenal di dunia. Kejohanan ini turut mengalami beberapa masalah dari aspek kewangan tetapi masih dapat diteruskan sehingga kini. Kejohanan lumba basikal ini akan membawa pelumba ke seluruh pelusuk semenanjung Malaysia. Di samping itu, siri jelajah lumba basikal Le Tour de Langkawi telah disiarkan secara langsung oleh RTM 1 dan saluran astro ESPN. Pada tahun 1996 terdapat 12 peringkat perlumbaan telah dijalankan. Namun mulai 2002, ia telah dikurangkan kepada 10 peringkat perlumbaan di atas permintaan Kesatuan Basikal Antarabangsa (UCI). Lumba basikal ini melibatkan beberapa tempat di seluruh Semenanjung Malaysia. Kini LTdL telah diiktirafsebagai kejohanan lumba basikal paling berprestij di Asia dan keempat berprestij di dunia selepas Tour de France, Vuelta d'Espania dan Giro d'Italia. Le Tour de Langkawi juga merupakan sebahagian daripada acara memanaskan badan bagi perlumba profesional sebelum kembali berlumba di Eropah.

Menurut Persekutuan Kebangsaan Berbasikal Malaysia (PKBM), setiap tahun dianggarkan lebih 800 juta penonton televisyen dan pendengar radio akan mengikuti perkembangan Le Tour de Langkawi (LTdL). Hal ini ternyata berjaya mempromosikan Pulau Langkawi khususnya dan Malaysia amnya sebagai destinasi pelancongan sukan yang popular (Utusan Malaysia, 20 December 2008).

Langkawi Ironman Triathlon

Langkawi Ironman Triathlon ialah acara yang menguji tahap kecergasan dan kekuatan fizikal dan mental. Ini melibatkan tiga jenis disiplin iaitu berenang, berbasikal dan berlari. Langkawi Ironman Triathlon mula dianjurkan pada tahun 2000. Kejohanan ini adalah acara wajib disertai oleh atlit triathlon profesional kerana menawarkan pungutan mata bagi menentukan atlit yang layak untuk menyertai Kejohanan Ironman Dunia yang diadakan di Hawaii. Atlit yang menyertai acara ini perlu berenang sejauh 2.4 batu, berbasikal sejauh 112 batu dan berlari sejauh 26.2 batu. Pada edisi 2009, sebanyak 505 atlit telah menyertai acara ini untuk kategori utama sahaja dan ia dijangka akan terus meningkat pada tahun-tahun akan datang. Sukan ini merupakan sukan bertaraf antarabangsa yang membariskan peserta handalan dunia yang bersaing meraih gelaran juara aksi lasak. Acara ini berlangsung di 23 lokasi di seluruh dunia dan mula dianjurkan di Langkawi pada tahun 2000 oleh Langkawi Ironman Endurance Sdn. Bhd. (LIEM) dengan kerjasama dengan kerajaan negeri Kedah, Majlis Sukan Negeri Kedah, Lembaga Kemajuan Langkawi (LADA), Kementerian Belia dan Sukan dan Kementerian Kesenian dan Pelancongan. Sukan ini memerlukan kekuatan fizikal dan mental para peserta (<http://www.ironman.malaysia.com.my>).

Royal Langkawi International Regatta

Acara berprestij ini mula diadakan pada tahun 2003 dan memasuki edisi yang ke-7 pada tahun 2009. Acara ini dianjurkan oleh Royal Langkawi Yacht Club bagi merebut Piala Perdana Menteri iaitu sebagai kategori utama. Pertandingan ini juga mempunyai beberapa kategori lain seperti *Primier Cruising*, *IRC*, *Sportboat*, *Sportboat Platu*, *Multihull Racing* dan *Club Cruising*. Acara berprestij ini telah berjaya menarik jaguh kapal layar yang terkenal di dunia seperti Bruno Peyron. Acara ini menerima penyertaan daripada 60 peserta Asia dan 10 negara Eropah. Antara peserta daripada negara benua Asia adalah Singapura, Thailand, Hong Kong, Korea Selatan, China, Filipina dan Australia. Manakala dari negara benua Eropah adalah Britain, Jerman, Belanda, Perancis, Belgium dan New Zealand. Pulau Langkawi ialah salah sebuah tempat pembangunan sukan perlumbaan perahu layar yang terkenal di dunia (<http://www.langkawiregatta.com>).

Kejohanan Regatta Perdana Antarabangsa Geopark Langkawi pula, yang berlangsung pada 15 hingga 20 Januari 2009, seramai 70 pelayar luar yang mewakili 8 negara telah menyertainya. Negara tersebut ialah Myanmar, Thailand, Qatar, Syria, India, England, Indonesia dan Hong Kong. Thailand telah menghantar peserta teramai iaitu 38 pelayar diikuti Myanmar (13) manakala Qatar, India dan Indonesia masing-masing empat pelayar dan Syria (tiga) serta England dan Hong Kong masing-masing dua pelayar. Malaysia pula diwakili oleh 27 pelayar kebangsaan serta 124 pelayar dari Kedah, Perak, Selangor, Johor, Melaka, Kuala Lumpur, Putrajaya, Sabah, Negeri Sembilan, Tentera Laut Diraja Malaysia (TLDM) dan Majlis Sukan Pulau Pinang akan turut bersaing pada kejohanan itu. Pertandingan ini mempertandingkan lima kategori ialah Optimis, Laser, 470, 420 dan perahu layar yang bermula di Pusat Latihan Perahu Layar Kebangsaan Langkawi (Utusan Malaysia, 14 Januari 2009).

POTENSI DAN PROSPEK SUKAN SEBAGAI PRODUK PELANCONGAN DI MALAYSIA

Setiap acara sukan dan kejohanan sukan yang berlangsung mempunyai potensi dan prospeknya tersendiri. Kejohanan sukan yang berlangsung sudah pasti melibatkan beberapa lokasi yang bersesuaian dengan acara yang bakal dijalankan. Begitu juga di dalam penglibatan pelancong di dalam aktiviti sukan ketika tempoh percutian mereka. Kebanyakan pelancong mempunyai perancangan yang tersendiri di dalam memenuhi tempoh percutian mereka. Sebagai contoh para pelancong yang berminat dengan sukan selam skuba sudah pasti memilih negeri Sabah sebagai lokasi percutian yang paling sesuai. Manakala bagi pelancong yang berminat dengan aktiviti sukan mencabar seperti mendaki gunung, berkayak dan berbasikal sudah pasti memilih lokasi Tasik Kenyir sebagai destinasi percutian mereka. Terdapat banyak lagi tempat yang menarik dan menyediakan kemudahan untuk melakukan aktiviti sukan dapat dikunjungi oleh para pelancong antara salah satunya di Pulau Langkawi. Pulau Langkawi bukan sahaja terkenal sebagai salah

satu pulau yang terindah di dunia, ia juga adalah satu lokasi percutian sukan yang popular di Malaysia. Produk pelancongan sukan adalah salah satu prospek terbaru di dalam menarik kunjungan para pelancong domestik dan antarabangsa mengunjungi sesuatu destinasi pelancongan. Selain itu, terdapat pelbagai kejohanan bertaraf antarabangsa dilihat sebagai tarikan utama kepada kedatangan pelancong ke Malaysia.

Agensi pelancongan, kerajaan tempatan dan media massa perlu memainkan peranan penting dalam mempromosikan produk pelancongan sukan untuk menarik kedatangan pelancong domestik dan antarabangsa bagi menyaksikan acara sukan yang dilangsungkan, di samping para pelancong dapat menggunakan kemudahan sukan yang disediakan di tempat percutian. Suatu konsep pelancongan sukan ditunjukkan dalam Rajah 1.0. Model Dinamik bagi pelancongan sukan terbahagi kepada beberapa elemen penting dan perlu diambil kira dalam pelancongan sukan. Di dalam Rajah 1 dapat dilihat saling kaitan dan faedah yang diperolehi melalui penganjuran sesuatu acara sukan. Model dinamik ini telah dikemukakan oleh Hudson (2003) dan beliau telah melihat pelbagai aspek melibatkan kebergantungan antara pasaran pelancongan yang memberi faedah antara satu sama lain. Selain itu Hudson (2003) juga telah melihat tentang peranan setiap organisasi terlibat di dalam pelancongan sukan serta beberapa perkara yang perlu diberi perhatian untuk perancangan jangka masa panjang.

Di dalam kejohanan sukan yang dijalankan terdapat perbezaan dari segi bentuk promosi, tempoh penganjuran dan perancangan dilakukan dalam usaha menarik kedatangan penonton bagi menyaksikan kejohanan yang berlangsung. Terdapat beberapa ciri khusus dalam sukan yang menjadikannya sebagai suatu tarikan pelancongan yang memberikan impak yang tinggi kepada pendapatan negara.

Tempoh penganjuran

Di peringkat dunia terdapat tiga acara sukan berprestij dan mendapat liputan meluas daripada seluruh media antarabangsa iaitu Sukan Olimpik, Sukan Komanwel dan Bola Sepak Piala Dunia. Ketiga-tiga acara sukan ini berlangsung dalam suatu tempoh yang panjang dan menjadi perhatian seluruh masyarakat dunia. Sebagai contohnya, Sukan Olimpik di Beijing telah berlangsung selama 16 hari iaitu pembukaan rasminya pada 8 Ogos 2008 dan berakhir pada 24 Ogos 2008. Pada Sukan Olimpik di Beijing, sebanyak 204 buah negara dan 10 ribu orang atlit telah mengambil bahagian. Kejohanan Sukan Olimpik diadakan selama 4 tahun sekali. Manakala bagi Sukan Komanwel pula telah dilangsungkan setiap empat tahun sekali, melibatkan atlet elit dari negara-negara Komanwel sahaja. Kehadiran di Sukan Komanwel biasanya lebih kurang 5,000 atlet. *Commonwealth Games Federation* (CGF) ialah organisasi yang bertanggungjawab untuk hala tuju dan kuasa Sukan Komanwel. Begitu juga dengan Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia (FIFA) yang diadakan setiap empat tahun sekali dan disertai oleh pasukan dari serata benua. Kejohanan ini adalah paling berprestij dan menjadi tumpuan penduduk dunia tanpa mengira lapisan masyarakat. Ia berlangsung dalam tempoh 31 hari. Seterusnya, di Asia pula turut berlangsung acara sukan yang hanya melibatkan atlit dari benua Asia sahaja. Kejohanan Sukan Asia adalah acara pelbagai sukan yang diadakan setiap empat tahun dalam kalangan atlet dari seluruh benua Asia. Di Malaysia khususnya terdapat kejohanan sukan yang popular seperti Sukan Malaysia (SUKMA), Majlis Sukan Sekolah Malaysia (MSSM), Majlis Sukan Universiti (MASUM) dan Sukan Staf Universiti (SUKUM). Contohnya Sukan Malaysia diadakan selama dua tahun sekali dan disertai oleh semua negeri di Malaysia.

Persediaan awal sebelum kejohanan

Sebelum sesuatu kejohanan sukan diadakan setiap negeri atau negara tuan rumah akan melakukan persediaan yang khusus dari segi kemudahan sukan, penginapan atlit, pembaikan stadium, logistik dan lain-lain lagi. Penyediaan kemudahan infrastruktur yang lengkap penting bagi memastikan setiap kejohanan berjalan dengan lancar. Selain itu, setiap negara tuan rumah juga perlu mendapatkan khidmat penglibatan sukarelawan sukan bagi membantu menjayakan kejohanan yang bakal diadakan. Para pegawai dan jawatan kuasa pengurusan turut diberi latihan dan kursus khas di samping penerangan berkaitan kejohanan turut diberikan kepada pegawai pasukan yang mengambil bahagian dalam acara sukan bakal dilangsungkan. Antara jawatankuasa yang berperanan penting di dalam sesuatu penganjuran acara sukan ialah Jawatankuasa Teknikal dan Jawatankuasa Pertandingan. Kejayaan menganjurkan Sukan Komanwel 98 telah membuka mata ramai pihak bahawa Malaysia adalah salah sebuah negara yang mampu untuk menganjurkan sukan bertaraf antarabangsa. Kebanyakan negara yang mengambil bahagian di dalam SUKOM 98 amat berpuas hati dengan mutu penganjuran yang ditunjukkan oleh negara Malaysia. Untuk menganjurkan sesuatu kejohanan sukan bertaraf antarabangsa, semua faktor perlulah dilihat dan persediaan

awal mesti dilakukan agar kejohanan yang berlangsung tidak mengalami sebarang masalah. Jawatankuasa pertandingan perlu meneliti dan mengakaji semua aspek pengurusan bagi memastikan setiap acara yang berlangsung berjalan lancar dan bersistematik. Kegagalan melakukan persediaan yang teratur akan memburukkan nama baik negara tuan rumah dan sekaligus mengurangkan keyakinan terhadap penganjuran kejohanan pada masa akan datang.

Liputan Media

Di dalam sesuatu penganjuran acara sukan, media cetak dan media elektronik adalah tunjang utama dalam mempromosikan kejohanan yang akan dilangsungkan. Media massa berperanan di dalam melakukan iklan dan promosi sebelum kejohanan berlangsung, liputan semasa ketika kejohanan berlangsung dan rumusan selepas pertandingan berakhir. Media elektronik seperti internet adalah medium paling berpengaruh di dalam memberi info berkaitan sesuatu kejohanan sukan seperti melaporkan kedudukan terkini pingat, maklumat pasukan yang bertanding, iklan produk tajaan, jadual pertandingan dan liputan secara terus menerus di negara tuan rumah kejohanan berlangsung. Maklumat berkaitan kejohanan sukan boleh diakses melalui laman web, blog dan laman web kerajaan seperti *Tourism Malaysia*, Kementerian Belia dan Sukan serta laman web rasmi kejohanan yang diadakan. Kepentingan dan keberkesanan internet sebagai saluran komersial dalam konteks menyediakan maklumat kepada pelancong telah banyak diperkatakan dalam kajian terdahulu (Bonn, Furr dan Susskind, 1999; Marcussen, 1997). Laman web telah menjadi komunikasi yang penting kepada pelancong dan saluran pengedaran yang efektif kepada pengusaha pelancongan dan perkhidmatan yang berkaitan dengannya (Law, Leung dan Wong, 2004).

Penajaan

Setiap kejohanan sukan yang berlangsung sudah pasti memerlukan penajaan dan promosi melalui iklan bagi mendapatkan dana dan menarik kedatangan penonton menyaksikan kejohanan tersebut. Terdapat beberapa penaja rasmi seperti media penyiaran, minuman kecergasan, syarikat telekomunikasi dan sebagainya. Di samping itu penajaan paling utama adalah pihak kerajaan dan organisasi yang terlibat secara langsung di dalam menjayakan sesuatu acara sukan yang bakal berlangsung. Sokongan daripada pihak penajaan adalah sangat penting bagi membantu tuan rumah menyediakan kemudahan-kemudahan seperti menyediakan tempat penginapan, makanan dan minuman, pakaian dan peralatan sukan yang akan digunakan oleh para peserta. Faedah bersama akan diperolehi oleh syarikat penajaan melalui promosi iklan barangan mereka. Selain itu, keuntungan paling utama turut diperolehi oleh tuan rumah penganjur kejohanan sukan tersebut. Sebagai contoh, penganjuran kejohanan sukan yang berprestij seperti Sukan Formula One (F1) yang mendapat banyak penajaan daripada syarikat kereta terbesar seperti Mercedes Benz, Ferrari, Renault, BMW, Lotus dan lain-lain. Terdapat juga syarikat minuman yang menjadi penaja rasmi bagi sesuatu kejohanan iaitu Red Bull, 100 PLUS, Coke-Cola dan Revive. Di dalam penyiaran pula, sudah menjadi kebiasaan bagi ASTRO, RTM dan TV3 sebagai penaja rasmi bagi saluran televisyen dengan membuat liputan siaran secara langsung sesuatu kejohanan sukan berlangsung.

Individu Terbahit

Di dalam penganjuran sesuatu acara sukan sememangnya melibatkan para atlit, pengurus pasukan, jurulatih, pegawai pasukan dan penonton. Setiap kejohanan yang berlangsung, atlit adalah individu paling utama di dalam mengambil bahagian dalam acara-acara yang dipertandingkan. Kejohanan sukan yang besar seperti Sukan Olimpik, Sukan Komanwel dan Bola Sepak Piala Dunia sudah pasti membabitkan jumlah penyertaan besar dalam kalangan peserta yang mengambil bahagian. Jumlah penyertaan atlit atau pemain, pegawai pasukan, jurulatih dan pengurus pasukan dianggarkan melebihi ribuan orang. Di samping kehadiran penonton ke setiap lokasi acara dilangsungkan melebihi angka puluhan ribu orang. Penglibatan semua pihak ke sesuatu lokasi pertandingan dapat diklasifikasikan sebagai pelancong sukan. Seterusnya, faedah yang diperolehi oleh sesebuah negara tuan rumah adalah pertambahan di dalam jumlah pendapatan negara. Sukan adalah satu produk pelancongan yang memberi sumbangan terbesar di dalam ekonomi penduduk setempat di samping menggalakkan pertumbuhan ekonomi negara. Selain itu, kemudahan infrastruktur seperti perhubungan, penginapan, telekomunikasi juga dapat ditingkatkan. Menurut Kurtzman dan Zauhar (2006), untuk menganjurkan sesuatu acara sukan, kemudahan spesifik mungkin perlu diperbaiki dan kemudahan sedia ada perlu diperbaharui. Aspek ekonomi ini biasanya memaksimumkan

kebaikan dalam jangka pendek serta mengekalkan nilai untuk jangka masa panjang. Kemudahan yang telah dibangunkan akan terus kekal dan menjadi tarikan utama kepada mereka yang mengunjungi destinasi pelancongan tersebut. Komuniti tempatan turut memperolehi faedah bersama dari segi memperkenalkan produk tempatan seperti makanan, kraftangan dan budaya masyarakat di sesuatu tempat.

KESIMPULAN

Menganjurkan sesuatu acara sukan bertaraf antarabangsa sememangnya akan membawa pelbagai impak yang positif kepada negara penganjur. Pelaburan akan dilakukan untuk jangka panjang seperti membina kemudahan infrastruktur, penambahbaikan sistem pengangkutan, peningkatan dalam aspek kualiti perkhidmatan daripada sektor awam dan swasta, peluang untuk memasarkan produk dan nama negara serta akhir sekali promosi yang sangat bernilai menerusi media antarabangsa. Namun begitu adalah perlu diingatkan sebarang bentuk penganjuran perlu dibincang secara teliti dan diambil kira semua faktor kerana pengurusan yang berkualiti dan sistematik sahaja yang mampu membawa pulangan keuntungan. Sedikit kesilapan pengurusan boleh menyebabkan sesuatu acara sukan yang sepatutnya membawa pulangan besar menjadi satu kerugian dan malapetaka. Populariti sesuatu acara sukan seperti Sukan Olimpik, Bola sepak Piala Dunia, Siri Perlumbaan Formula Satu (F1) yang mana mampu menarik kedatangan pelancong dalam kuantiti yang ramai telah membuka mata banyak pihak untuk mengakui pelancongan sukan adalah satu 'lombong emas' jika diuruskan dengan betul.

PENGHARGAAN

Penulis ingin merakamkan penghargaan kepada Universiti Sains Malaysia kerana membiayai kajian ini di bawah Geran Universiti Penyelidikan bertajuk '*Pelancongan Sukan di Wilayah Ekonomi Koridor Utara : Kajian terhadap Prioriti Sukan dalam Pelancongan dan kaitannya dengan Penganjuran Sukan serta Implikasinya*'. Nombor akaun 1001/PHUMANITI/816073.

RUJUKAN

- Azlan Akil (2008). *Investment in F1 Sports: Issues, Impacts and Opportunities*. 1st Commonwealth Conference on Sport Tourism, Kota Kinabalu, Sabah. May 13-15, 2008.
- Bonn, M., Furr, H., & Susskind, A. (1999). Predicting a Behavioural Profile for Pleasure Travellers on the Basis of Internet use Segmentation. *Journal of Travel Research*, 37(4), 333-340.
- Gibson, H. J. 1998. The Wide World of Sport Tourism. *Parks and Recreation*, 33 (9), 108-114.
- Gilmour, Peter (2008). *Monsoon Cup, Terengganu: Sport Tourism – The Business Case. World Match Racing Tour*.
- Glyptis, S. A. 1991. Sport and Tourism. In C. P. Cooper (Ed.). *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*. London: Belhaven, 165-187.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (10th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hudson, S. (Ed.). (2003). *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press, Binghamton.
- Jones, C. 2001. Mega Events and Host Region Impact Determining the True Worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, 3, 241-251.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (2003). A Wave in Time – The Sport Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8, 35-47.
- Law, R., Leung, K., & Wong, J. (2004). The Impact of the Internet on Travel Agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100-107.
- Md Amin Md Taff. 2003. *Sports Tourism: The New Zealand Way*. Diakses pada 22 April 2010. <http://www.freewebs.com/outdoorasia/Microsoft%20Word%20SPORT%20TOURISM%201.pdf>.
- Mules, T. & Faulkner, B. 1996. An Economic Perspective on Special Events. *Tourism Economics* 2, 314-329.

Nunn, S. & Rosentraub, M. (1997). Sport Wars: Suburbs and Center Cities in a Zero Sum Game. *Journal of Sport & Social Issues*, 21 (1), 65-82.

Redmond, G. 1990. Points of Increasing Contact: Sport and Tourism in The Modern World. Dlm. A. Tomlinson (ed.). *Sport in Society: Policy, Politics and Culture*. Eastbourne: Leisure Studies Association.

Standeven, J. & De Knop, P. 1999. *Sport Tourism*. Leeds. Human Kinetics.

Utusan Malaysia, 20 December 2008

Weed, M. & Bull, C. 1997. Integrating Sport and Tourism: A Review of Regional Policies in England. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3 (2), 129-148.

World Tourism Organization & International Olympic Committee (2001). *Sport and Tourism: Sport Activities During the Outbound Holidays of the German, The Dutch and the French*. Madrid, Spain : WTO & IOC

Diakses pada 23 Julai 2010. [Http://www.ironmanmalaysia.com.my](http://www.ironmanmalaysia.com.my)

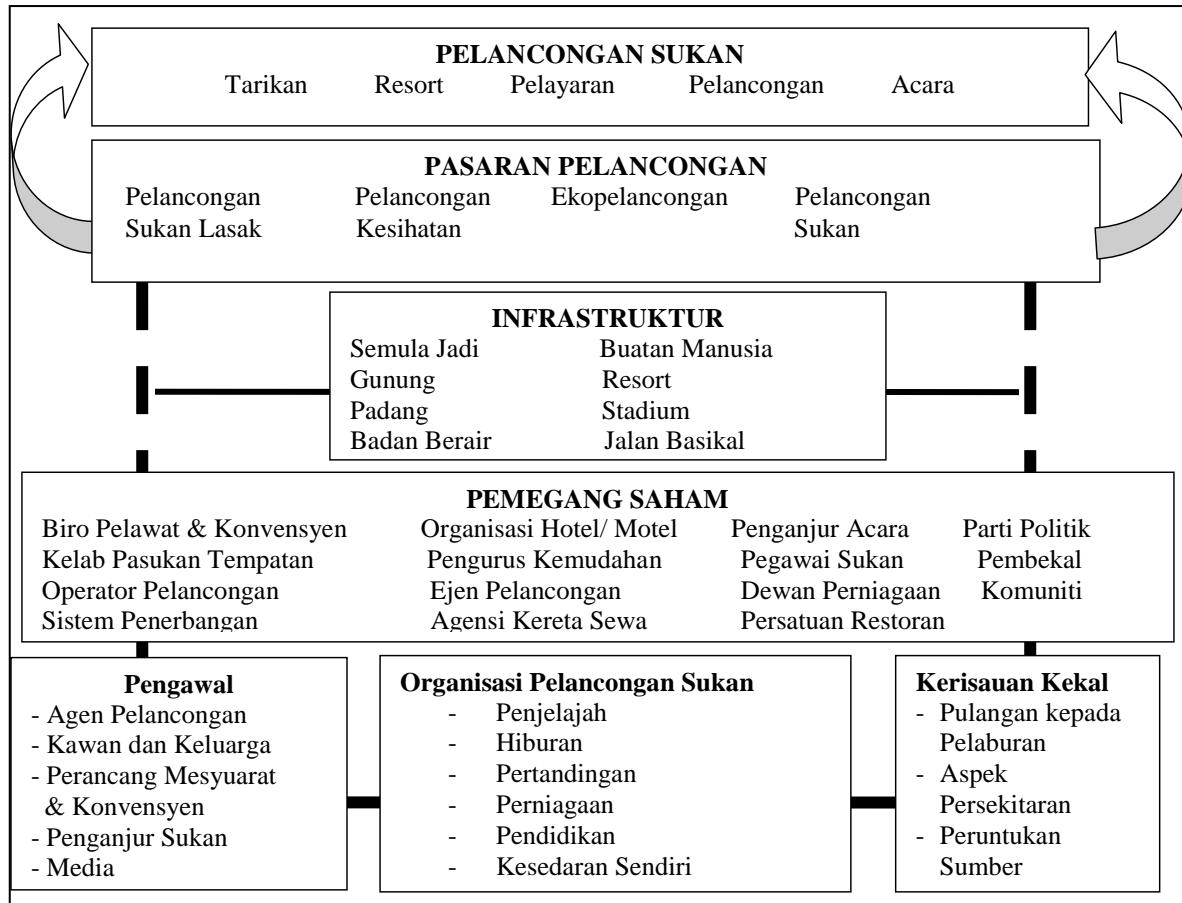
Diakses pada 30 Julai 2010. [Http://www.langkawiregatta.com](http://www.langkawiregatta.com)

JADUAL 1: Peratus penonton dan jualan tiket mengikut benua

	2003	2004	2005	2006	2007
Jumlah penonton	101,485	84,010	106,422	107,634	115,794
Eropah	6.0%	11.0%	10.0%	10.75%	9.23%
Asia Tenggara	11.3%	25.9%	16.5%	29.5%	14.3%
Asia	2.3%	4.87%	5.01%	7.22%	4.2%
Lain-lain (Afrika Selatan, Amerika & Kanada)	1.3%	2.64%	2.49%	2.03%	2.07%
Malaysia	80.1%	55.59%	66.0%	50.5%	70.2%
Jumlah	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Azlan Akil, 2008.

RAJAH 1 : Model dinamik bagi pelancongan sukan



Sumber: Diubahsuai daripada Hudson, 2003 dalam Nurul Azhani, 2008.