

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan potensi sumber daya alam, keanekaragaman hayati, peninggalan sejarah, budaya dan potensi pariwisata yang melimpah. Hampir seluruh daerah dan provinsi berupaya mengembangkan program pariwisata dengan menjual dan menawarkan keunikan budaya hingga lingkungan alamnya. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek wisata dan daya tarik serta usaha-usaha yang berhubungan dengan pariwisata. Obyek daya tarik wisata sendiri merupakan segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan dan menjadi tujuan wisata.

Berdasarkan undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, kebijaksanaan yang digariskan adalah bahwa yang dijadikan Objek dan daya tarik wisata adalah berupa keadaan alam, flora, fauna, purba dan hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah, seni dan budaya, merupakan modal yang besar bagi perkembangan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia.

Sektor kepariwisataan merupakan salah satu potensi peningkatan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat maupun pembangunan daerah. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, baik dari bentuk dan sifat kegiatan wisata sampai dengan pola kegiatan wisatanya. Perkembangan wisata dalam suatu daerah dapat menjadi daya tarik baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun wisatawan lokal. Potensi wisata di Indonesia yang sangat melimpah menjadi keuntungan lebih untuk Indonesia, namun dari banyaknya pariwisata yang ada di Indonesia diperlukannya pengembangan dan juga kesiapan para pengelola agar dapat memaksimalkan potensi yang ada.

Banyaknya potensi pariwisata yang ada di Indonesia, salah satu yang menjadi daya tarik adalah jenis pariwisata olahraga. Pariwisata olahraga

merupakan perpaduan antara olahraga dan wisata, yang saat ini sudah berkembang dan terus mengalami peningkatan wisatawan. Dalam sebuah jurnal yang berjudul *sport and Tourism* yang dituliskan oleh *Don Anthony* untuk *Central Council of Physical Recreation* di Inggris tahun 1966, menuliskan hubungan antara olahraga dan pariwisata, isi dalam jurnal tersebut meninjau kemungkinan keterlibatan olahraga dalam memainkan peran di dunia kepariwisataan (Weed 2008:1). Wisata olahraga mempunyai banyak jenis aktivitas di dalamnya, salah satunya adalah wisata olahraga panahan. Olahraga panahan merupakan kegiatan yang menggunakan alat yang disebut busur dan anak panah serta papan sasaran yang menjadikan pusat utamanya, busur adalah alat yang digunakan untuk menembakkan anak panah yang dibantu oleh kekuatan elastisitas dari busur itu sendiri. Dalam olahraga panahan busur dan anak panah merupakan alat utama dalam proses memanah.

Perkembangan olahraga panahan di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang, pada saat PORI (Persatuan Olahraga Republik Indonesia) dibentuk dan memasukkan olahraga panahan sebagai cabang olahraga yang dilombakan dan dibentuklah PRANI (Persatuan Panahan Indonesia) pada tahun 1953 di Yogyakarta atas prakarsa Sri Paku Alam VIII pada PON II.

Salah satu wilayah di Jakarta Timur yaitu Condet, memiliki potensi untuk dijadikan sebagai wilayah destinasi wisata. Berdasarkan surat keputusan Gubernur DKI Jakarta bernomor D.IV-115/e/3/1974 Menetapkan bahwa Condet di Jakarta Timur sebagai kawasan cagar budaya. Condet berada di satu kesatuan wilayah yang meliputi tiga Kelurahan, secara administratif Condet termasuk kedalam kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur, tiga kelurahan yang berada di wilayah Condet diantaranya adalah Kelurahan Balekambang, Kelurahan Batu Ampar dan Kelurahan Kampung Tengah. Dengan ditetapkannya wilayah Condet sebagai kawasan cagar budaya, maka secara tidak langsung wilayah tersebut dapat dikembangkan sebagai wilayah destinasi wisata, salah satu destinasi wisata yang dapat dikembangkan pada wilayah ini adalah wisata olahraga. Pada Kelurahan Balekambang terdapat salah satu

wilayah destinasi wisata olahraga panahan yang dikelola oleh komunitas masyarakat setempat setempat.

Komunitas Memanah Tanjungan (KOMETA) *Archery* terletak di Jl. Eretan II, RT 02/RW01, Kelurahan Balekambang, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. KOMETA merupakan suatu komunitas yang di bentuk oleh masyarakat setempat, komuunitas ini berawal terbentuk pada tahun 2018 dari masyarakat yang memiliki hobi dalam olahraga memanah. Berawal dari hobi masyarakat setempat hingga akhirnya banyak masyarakat umum yang datang ke lokasi tersebut untuk mengikuti kegiatan panahan tersebut. Dengan banyaknya masyarakat umum yang berkunjung ke wilayah komunitas tersebut maka dibentuklah wisata olahraga memanah di wilayah Balekambang ini. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke wilayah tersebut, menjadikan masyarakat yang tergabung dalam komunitas memanah ini untuk membuat struktur kepengurusan dan di jadikan nya lokasi yang berada di kelurahan Balekambang tersebut sebagai destinasi wisata.

Perkembangan wisata olahraga panahan ini memberikan banyak perubahan terhadap fasilitas pendukung untuk dijadikannya destinasi wisata olahraga yang lebih baik. Berdasarkan Penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul analisis pengembangan objek wisata olahraga di Komunitas Memanah Tanjungan (KOMETA) *Archery* Kelurahan Balekambang.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan pada penelitian yang dirumuskan oleh peneliti adalah “Bagaimana pengembangan wisata olahraga di Komunitas Memanah Tanjungan (KOMETA) *Archery* di Kelurahan Balekambang, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur”

C. Fokus Penelitian

Peneliti membatasi penelitian ini dengan berfokus pada analisis pengembangan objek wisata olahraga panahan di Komunitas Memanah Tanjungan (KOMETA) *Archery* Kelurahan Balekambang, Kecamatan Kramat

Jati, Jakarta Timur. Adanya fokus penelitian ini bermaksud agar peneliti lebih berfokus dan mengkajinya secara mendalam.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan objek wisata olahraga panahan di Komunitas Memanah Tanjungan (KOMETA) *Archery* Balekambang, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi akademisi diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan bahan untuk penelitian lebih lanjut.
2. Secara umum penelitian ini bermanfaat untuk melihat gambaran mengenai pengembangan objek wisata olahraga di Komunitas Memanah Tanjungan *Archery* Balekambang.
3. Bagi pemerintah dapat menjadi masukan untuk pengembangan potensi objek wisata olahraga di kawasan Balekambang.

E. Kerangka Konseptual

1. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata mulai dikenal di Indonesia setelah terselenggaranya Musyawarah Nasional Tourisme ke II di Tretes, Jawa Timur pada tanggal 12 sampai 14 Juni 1958. Sebelumnya digunakan kata *tourisme* (bahasa Belanda) yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia yaitu *tourisme*. Secara etimologis, kata pariwisata terdiri dari kata *pari* dan *wisata*. Kata *pari* memiliki arti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan kata *wisata* berarti perjalanan, bepergian. Maka atas dasar pengertian di atas, pariwisata adalah perjalanan yang dilaksanakan secara berkali-kali dari satu tempat ke tempat yang lain. (Nurdin, 2005).

Industri pariwisata di sebuah negara menghasilkan produk berupa tempat tujuan wisata, hal ini dapat disebut sebagai ekspor yang tidak kentara atau disebut *invisible exports* hal ini memberikan pengaruh yang positif terhadap perekonomian, kebudayaan dan kehidupan sosial masyarakat. Kemudian dalam Ketetapan MPRS Nomor I-II Tahun 1960,

menyatakan bahwa kepariwisataan dalam dunia modern pada hakekatnya adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi hiburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu berjalan serta mempunyai modal untuk melihat-lihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara-negara lain (pariwisata luar negeri). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yang dimaksud Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Maka dapat disimpulkan pengertian pariwisata adalah sebuah perjalanan yang dilaksanakan secara sementara dari satu daerah ke daerah yang lain dengan tujuan tidak melakukan bisnis atau mencari nafkah di daerah tujuan wisata, tetapi hanya untuk menikmati perjalanan untuk bertamasya dan rekreasi atau memenuhi berbagai keinginan (Yoeti, 2008).

Menurut Sya dan Zulkifli Harahap (2018) menyebutkan bahwa Herman V. Schulalard, seorang ahli ekonomi Austria, pada tahun 1910 mengemukakan batasan pariwisata sebagai berikut : *Tourism is the sum of operation mainly of an economic nature. Which is directly related to the entry, stay and movement of foreigner inside certain country, city or region.* Menurut dia, yang dimaksudkan dengan kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk kota, daerah atau negara. Karena batasan ini diberikan oleh seorang ahli ekonomi, maka batasan ini lebih banyak ditekankan pada aspek-aspek ekonomi, tetapi tidak secara tegas menyatakan aspek-aspek sosiologi, psikologi, seni budaya maupun aspek geografi kepariwisataan.

2. Komponen Pariwisata

Sya dan Harahap (2018) mengatakan bahwa Masyarakat umum biasanya hanya mengenal beberapa komponen dari industri pariwisata, misalnya industri penerbangan, industri perhotelan, bisnis hiburan, dll.

Masing-masing industri sering tidak sama sebagai suatu kelompok terintegrasi, dan sering memiliki pendapat dan orientasi yang berbeda. Ada pula usaha lain yang melayani wisatawan maupun penduduk seperti restoran, rekreasi, perbelanjaan, dll. Jasa yang dilakukan oleh industri di bidang pariwisata, adalah jasa pada orang-orang yang berkunjung di luar kawasan dimana ia tinggal dan bekerja.

Ada lima komponen dalam pariwisata, diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Objek dan daya tarik (*Attraction*)

Objek wisata merupakan sebuah tempat atau situasi alam yang memiliki potensi yang dibangun dan dikembangkan sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Sebuah daerah yang menjadi objek wisata harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Daerah tersebut memiliki sesuatu yang dapat disebut sebagai *Something To See* yaitu daerah tersebut banyak hal yang dapat disaksikan, daerah ini harus juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas rekreasi (*amusements*) supaya wisatawan lebih betah untuk tinggal di daerah itu,
2. Harus tersedia dengan sesuatu yang disebut dengan *Something To Do* maknanya di daerah itu harus terdapat objek dan atraksi wisata yang khas (memiliki 8 daya tarik yang khusus). Selain itu daerah wisata juga harus memiliki atraksi wisata sebagai hiburan (*entertainment*) bagi wisatawan, daerah tersebut memiliki dengan sesuatu yang bisa disebut dengan istilah *Something To Buy* yang berarti daerah itu harus menyediakan fasilitas berbelanja (*shopping*) terutama souvenir dan berbagai kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh khas wilayah tersebut, fasilitas belanja ini harus dilengkapi juga dengan berbagai fasilitas pembantu seperti money changer, bank, dan lain-lain (Yoeti, 2008, Dalam Rindi, 2020).

Atraksi wisata adalah daya tarik bagi wisatawan untuk berlibur disebuah destinasi wisata seperti atraksi sumber daya alam, sumber daya manusia (budaya), dsb. Sedangkan promosi adalah sebuah ide untuk memperkenalkan atraksi wisata yang akan disuguhkan kepada wisatawan. Oleh karena itu atraksi dan promosi adalah hal yang penting juga untuk diperhatikan (Sya, dan Harahap, 2018).

Hal ini lah yang menjadi penarik wisatawan untuk datang dan menikmati obyek wisata, sehingga atraksi menjadi motivasi atau pendorong wisatawan untuk berkunjung. Seperti natural amenities atau benda-benda yang ada di alam, contohnya pemandangan, bukit, pantai serta hasil ciptaan manusia seperti monumen sejarah, upacara adat, kerajinan tangan dan sebagainya. Komponen ini sangat penting dalam industri pariwisata.

b. Promosi dan pemasaran

Promosi adalah sebuah langkah memperkenalkan atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang berkunjung. Kegiatan perencanaan dan promosi adalah salah satu hal yang penting dalam pariwisata, hal yang tidak kalah penting 9 adalah pasar wisata, informasi mengenai gaya perilaku wisatawan, asal wisatawan, keinginan, motivasi kebutuhan dan lain-lain memiliki dampak yang besar pada jumlah dan tempat pengembangan pariwisata (Sya, dan Harahap, 2018).

c. Letak geografis

Adapun letak geografis yang terdapat dalam komponen pariwisata adalah sebagai berikut.

1. Daerah Asal Wisatawan (*traveler generating regions*), merupakan daerah permulaan yang memotivasi wisatawan melakukan kunjungan ke suatu daerah atau negara yang memiliki daya objek dan daya tarik wisata. (Marpaung, 2002).
2. Daerah Tujuan Wisatawan (*tourist destination region*) atau disebut juga destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang

terdapat satu atau lebih atraksi wisata (Marpaung, 2002). Sedangkan pengertian menurut UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yang dimaksud daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

3. Daerah Rute Transit (*transit route*), adalah daerah singgah sementara wisatawan yang sedang bepergian untuk melakukan perjalanan namun daerah ini juga berkemungkinan menjadi tujuan akhir wisatawan apabila wisatawan tidak dapat melanjutkan perjalanan ke destinasi wisata tujuan (Marpaung, 2002).

d. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas (*accessibility*) adalah bagian penting yang menyangkut pengembangan pariwisata secara lintas sektoral (Sya, dan Harahap, 2018). Aktivitas seseorang atau kelompok dalam melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor jarak dan waktu yang bergantung pada transportasi dan komunikasi. Kemudahan infrastruktur seperti sarana transportasi umum, jalan dan lain-lain semakin mendukung kegiatan pariwisata, sehingga wisatawan dapat lebih mudah mencapai daerah tujuan wisata. Aksesibilitas adalah kemampuan mencapai tempat yang dituju berdasarkan kondisi jarak, jalan dan ketersediaan transportasi.

e. Sarana dan prasarana (*Amenity*)

Ketersediaan sarana dan prasarana dalam pengembangan pariwisata suatu daerah merupakan faktor penting, karena kepariwisataan terkait dengan pergerakan manusia dengan berbagai hasratnya. Keperluan sarana dalam kegiatan kepariwisataan diantaranya sebagai berikut.

1. sarana pokok (*main tourism suprastructures*) yang terdiri dari biro perjalanan, angkutan, akomodasi, dan lain-lain,
2. sarana perlengkapan (*supplementing tourism superstructure*), dan
3. sarana penunjang (*supporting tourism superstructure*).

Selain sarana tersebut di atas yang harus dipenuhi, prasarana pariwisata (*infrastructure tourism*) juga harus disediakan agar kegiatan dapat terselenggara dengan baik. Prasarana kepariwisataan ini meliputi jaringan jalan, jaringan listrik, telekomunikasi, persediaan air, pengendalian kecelakaan dan lain sebagainya (Sya, dan Harahap, 2018). Kemudian menurut pandangan Arjana (2016) pelayanan dalam hal fasilitas atau akomodasi yang harus ada dalam sebuah kegiatan kepariwisataan seperti adanya restoran/rumah makan, alat komunikasi, toko souvenir, ATM, keamanan, air bersih atau tempat penginapan. Jenis akomodasi yang dikenal dalam dunia kepariwisataan Indonesia yaitu, villa, cottage, homestay, hotel, losmen, pondok wisata.

3. Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk mengembangkan personalitas dan fasilitas suatu objek sehingga kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan baik dan optimal (Ramly, Nadjamuddin 2007). Menurut Oka A. Yoeti (1997) menyatakan alasan perlunya pengembangan pariwisata atau objek wisata sebagai berikut.

- a. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.
- b. Pengembangan pariwisata lebih banyak bersifat nonekonomis sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam daerah yang dikunjungi.
- c. Untuk menghilangkan kepanikan berfikir, mengurangi salah pengertian dan mengetahui tingkah laku wisatawan yang datang

berkunjung terutama bagi masyarakat di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

Pengembangan suatu objek wisata menjadi daerah tujuan wisata yang dapat diandalkan ditentukan oleh berbagai produk wisata yang harus dimiliki daerah tersebut, faktor-faktor tersebut yaitu adanya objek yang disaksikan dan mempunyai daya tarik khusus serta berbeda dengan daerah lainnya, ada atraksi wisata yang disajikan untuk wisatawan, ada oleh-oleh khusus dari kawasan objek wisata yang akan dibeli dan dibawa pulang, serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai seperti restoran, penginapan, transportasi, komunikasi dan lainnya (Khodyat, 1996).

Menurut Oka A. Yoeti (1996) suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yakni sebagai berikut.

- a. Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*Something To See*), maksudnya adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat, dalam hal ini objek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri). Disamping itu perlu juga mendapat perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai *entertainment* bila orang berkunjung nantinya.
- b. Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*Something To Buy*), yaitu terdapat sesuatu yang menarik yang khas untuk dibeli dalam hal ini dijadikan cendramata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja yang menyediakan souvenir maupun kerajinan tangan lainnya dan harus didukung pula oleh fasilitas lainnya seperti money changer dan bank.
- c. Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*Something To Do*) yaitu suatu aktifitas yang dapat dilakukan ditempat itu yang bisa membuat orang yang berkunjung merasa betah ditempat tersebut.

Pengembangan objek wisata ditentukan oleh kemampuan pihak-pihak pengelola wisata daerah yang bersangkutan. Dengan arti lain, berhasil atau tidaknya suatu daerah dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata ditentukan oleh pihak pengelola dan sikap masyarakat (Oka A. Yoeti, 1996:123).

4. Wisata Olahraga

Sebuah studi mengemukakan bahwa olahraga dewasa ini telah berpengaruh pada aktivitas perjalanan manusia secara spasial. Di mana hal ini mempengaruhi kepentingan perkembangan pariwisata itu sendiri. Menurut Isnaini dan Hasbi (2020) *Sport Tourism* adalah aktivitas olahraga yang dilakukan dengan tujuan rekreasi, dimana *sport tourism* juga melibatkan pihak-pihak sebagai peserta dan penyelenggara yang mengelola fasilitas penunjang *sport tourism* tersebut.

Mantu (2019) mengemukakan bahwa *sport tourism* pada saat ini telah memiliki potensi sebagai atraksi wisata baru yang memunculkan *multicultural sport tourism*. *Sport tourism* sendiri pada hakikatnya lebih berorientasi pada kegiatan fisik yang dilakukan atau sekedar di saksikan, untuk memenuhi kepuasan. Beberapa olahraga seperti, memancing, berburu, menyelam, mendaki dan lain-lain. Sependapat dengan pendapat di atas, Danasaputra dalam Sudiana (2018) juga mengungkapkan inti dari pariwisata olahraga atau *sport tourism* itu adalah kegiatan olahraga yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi kesenangan, tanpa ada paksaan dan pada umumnya dilakukan di tempat objek wisata.

Dari pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa *sport tourism* atau kegiatan pariwisata olahraga memiliki nilai yang berbeda dibanding dengan kegiatan olahraga pada umumnya. Kepuasan dan kesenangan batin seseorang dalam melakukan kegiatan menjadi tujuan utama dari *sport tourism*. Seseorang pada umumnya dapat dipahami ingin melakukan kegiatan olahraga ini untuk *refreshing* dari rutinitasnya.

Sehingga tidak ada paksaan dan orang tersebut melakukannya dengan sukarela.

5. Sejarah Olahraga Memanah

Panahan adalah kegiatan menembakan anak panah dengan busur panah. Kegiatan ini belum dapat dipastikan kapan dan siapa yang memulainya. Namun para peneliti menyimpulkan bahwa manusia mulai memanah sudah dilakukan beribu-ribu tahun lalu ketika manusia dalam masa periode berburu untuk bertahan hidup. Beberapa bukti pada akhirnya juga mengungkapkan tentang memanah ini telah dilakukan sejak 5.000 tahun lalu yang mulai digunakan untuk berburu dan kemudian berkembang menjadi alat bertempur juga.

Pada perkembangan budaya peradaban manusia, panah dan memanah banyak hadir dalam cerita atau simbol-simbol suatu kebudayaan yang menunjukkan kekuatan dan kekuasaan. Sebut saja kebudayaan Yunani, Suku Amazon, dan epos Mahabarata di nusantara.

Memasuki zaman modern, panahan kemudian berkembang menjadi olahraga yang ditujukan untuk rekreasi. Salah satu pencetus pertama dalam kegiatan ini adalah Raja Charler II dari Inggris. Ide ini kemudian diikuti oleh negara-negara lain hingga tercetus lah GNAS (*Grand National Archery Society*) yang merupakan kejuaraan panahan nasional Inggris pada tahun 1844. Kemudian Amerika mengikutinya pada tahun 1879 di Chicago.

Hingga kini, olahraga ini telah mengalami banyak perkembangan. Di dalam negeri sendiri, Indonesia mendirikan organisasi panahan yang diprakarsai oleh Sri Paku Alam VIII di Yogyakarta pada tanggal 12 Juli 1953. Baru kemudian pada tahun 1959, Indonesia diterima menjadi anggota FITA (*Federation International de Tir A'Larc*) saat kongresnya di Oslo, Norwegia. (Pelana & Oktafiranda, 2017: 52-55).

6. Komponen dalam Olahraga Memanah

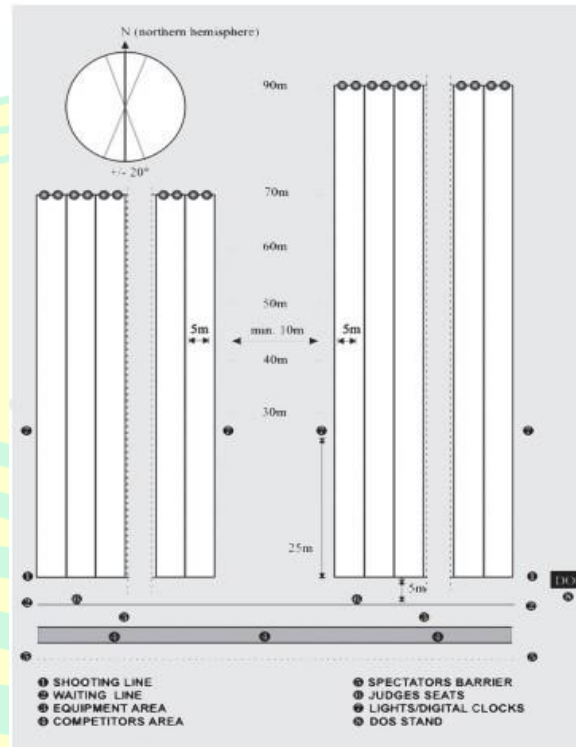
Menurut Syah, Pelana, dan Hernawan (2021) mengatakan bahwa panahan merupakan salah satu olahraga yang membutuhkan sentuhan halus, kesabaran, keuletan, konsentrasi, dan daya tahan mental yang tinggi, maka itu olahraga ini memiliki karakteristik yang berbeda dari olahraga lainnya. Menurut Tinazci (2011) mengatakan, secara komparatif memanah menuntut para atlet nya untuk memiliki kekuatan yang sangat spesifik dan daya tahan, baik itu dalam pelatihan maupun kompetisi. Dalam olahraga panahan di berlukan beberapa komponen peralatan didalamnya diantara adalah sebagai berikut:

a. Lapangan Panahan

Kondisi lapangan panahan dibedakan menjadi lapangan *indoor* dan *outdoor*. Standar yang berlaku untuk lapangan yang digunakan dalam setiap kompetisi panahan yang telah ditetapkan oleh FITA memiliki beberapa aspek, diantaranya:

1. Di dalam lapangan dipasang kamera di tiap sudut untuk mendukung juri saat memberikan penilaian dengan lebih tepat.
2. Lapangan memiliki lajur yang lebarnya ± 5 meter. Arena permainan laki-laki dan perempuan dibedakan sebesar ± 10 m
3. Terdapat garis tunggu dibelakang garis tembak jaraknya ± 5 m. di belakang garis tunggu terdapat area pemain bisa meletakan keperluannya. Kemudian di belakangnya lagi terdapat area kompetitor.
4. Untuk jarak sasaran ketetapanannya diatur oleh FITA, jarak sasaran ini terdiri dari jarak 30, 40, 50, 60, 70, dan 90 m. Jarak sasaran untuk pertandingan laki-laki terdiri dari jarak 30, 50, 70, dan 90 m, sedangkan untuk pertandingan perempuan dibagi menjadi 30, 40, 60, dan 70 m.
5. Tempat juri terletak di depan garis tunggu.
6. Pada jarak ± 25 m di depan garis tembak, di tiap samping lapangan permainan dipasang pencahayaan dan jam digital.

7. Pada area di sekeliling lapangan dibuat *safety area* agar tidak terjadi kecelakaan saat pertandingan tengah berlangsung. (Pelana & Oktafiranda, 2017)



Gambar 1. Lapangan Panahan

b. Busur Panah

Salah satu peralatan utama dalam olahraga panahan adalah busur panah. Adapun jenis-jenis busur panah adalah sebagai berikut:

1) Busur Jemparingan/Busur Tradisional

Jemparingan, seni memanah tradisional khas gaya Mataram Yogyakarta. Jemparingan dalam bahasa Jawa sendiri artinya adalah panah. Yang membuatnya berbeda dengan olah raga panahan modern adalah bentuk busur panah atau biasa disebut dengan gendowo-nya yang sangat sederhana, terbuat dari kayu dan bambu. Selain itu, para pemainnya harus mengenakan busana tradisional, yakni kebaya jarit untuk wanita serta blangkon dan surjan untuk pria dan duduk bersila ketika menembakkan panah ke sasaran.

Jemparingan bukan sekadar olahraga namun juga seni mengolah rasa dimana seorang pemanah dalam membidik mereka juga melibatkan sehingga dibutuhkan ketenangan saat bermain. Pemain harus fokus pada bandul putih dengan warna merah di atasnya yang digantung dengan tali sebagai sasaran tembaknya. Anak panah harus tertancap pada bandul tersebut dan untuk menandainya, lonceng pada tali penggantungnya akan berbunyi.

Aturan main jemparingan ini pun sederhana. Pemain harus duduk dengan posisi bersila dengan jarak 30 meter dari sasaran, kemudian pemain harus menembakkan anak panah ke bandul putih yang menggantung dengan panjang kira-kira 30 centi meter. Biasanya, pemanah diberi kesempatan menembak dalam 20 rambahan (ronde) dengan empat anak panah pada setiap ronde. Poin tertinggi akan diperoleh jika anak panah menancap pada bagian merah bandul.

2) *Standard Bow*

Standard bow di Indonesia adalah busur recurve take down (limbs bisa dibongkar pasang) yang risernya berbahan kayu dan limbsnya berbahan kayu berlapis fiberglass. Dalam kompetisi panahan Indonesia, standard bow ini boleh mengikuti ronde nasional dan ronde recurve.

Jadi standard bow pun masuknya ke ronde recurve. Ronde nasional outdoor biasanya berjarak 40 meter, sedangkan ronde recurve outdoor biasanya berjarak 70 meter. Untuk indoor kedua jenis busur ini (standard bow dan recurve) jarak tembaknya sama, biasanya 18 meter.

3) *Recurve Bow*

Busur buatan Amerika dan Korea, busur yang dibuat menggunakan campuran bahan fiber dan karbon, berat hingga mencapai lima kilogram. Ciri yang membedakan dengan busur yang lain adalah ujung busur yang melengkung menjauhi pemanah. Busur

ini menyimpan energi yang sama dengan busur berbentuk lurus dengan panjang busur yang lebih pendek.

4) *Compound Bow*

Busur *compound* di klasifikasikan kepada dua sub-kategori, yaitu busur *compound* berburu dan busur *compound* sasaran. Yang membedakan dari keduanya adalah aksesoris, corak dan warna kemasan luaran. Bahan dasar pada busur *compound* ini menggunakan logam magnesium (lebih ringan) atau aluminium (lebih murah).

c. Anak Panah

Anak panah biasanya terbuat dari kayu, aluminium, karbon atau kombinasi karbon dan aluminium. Alat dalam olahraga panahan ini harus memiliki kekuatan dan ukuran tertentu, ukuran anak panah di sesuaikan dengan jenis busur panah yang digunakan. Jika ukuran anak panah tidak sesuai atau terlalu pendek ataupun panjang, maka anak panah akan melestandan melukai pengguna.

d. Target

Target merupakan sasaran yang dibuat dan disesuaikan dengan nomor pertandingan. Terdapat dua jenis target dalam memanah, diantaranya adalah sebagai berikut.

1) Outdoor

Bantalan target dan kertas target pada jenis ini memiliki diameter 80 cm dengan jarak 80 meter. Ukuran wajah target sangat tergantung pada jenis putaran dimainkan dan jarak dari garis menembak. Ukuran umum diatur oleh FITA yaitu 40 cm untuk didalam ruangan dengan 18 meter jarak.

2) Indoor

Bantalan target dan kertas target pada jenis ini memiliki diameter 40 cm dengan jarak 25 meter. Jarak garis bidikan target adalah 18 meter dan 25 meter untuk pemain. Area membidik dari jarak 30 meter, 90 meter untuk senior pemanah karena diluar

kompetisi terdiri dari beberapa jarak. Junior pemanah bisa menembak dari jarak dekat. Digunakan dalam olimpiade yang jaraknya 70 meter, dalam kompetisi indoor ada dua puluh berakhir dengan tiga anak panah setiap akhir.

Dalam pertandingan resmi setiap pemanah memiliki batas waktu standar yang memiliki tujuan yang cepat. Sinyal yang diberikan untuk memberikan informasi bahwa waktu sudah habis menggunakan peluit.

F. Penelitian Relevan

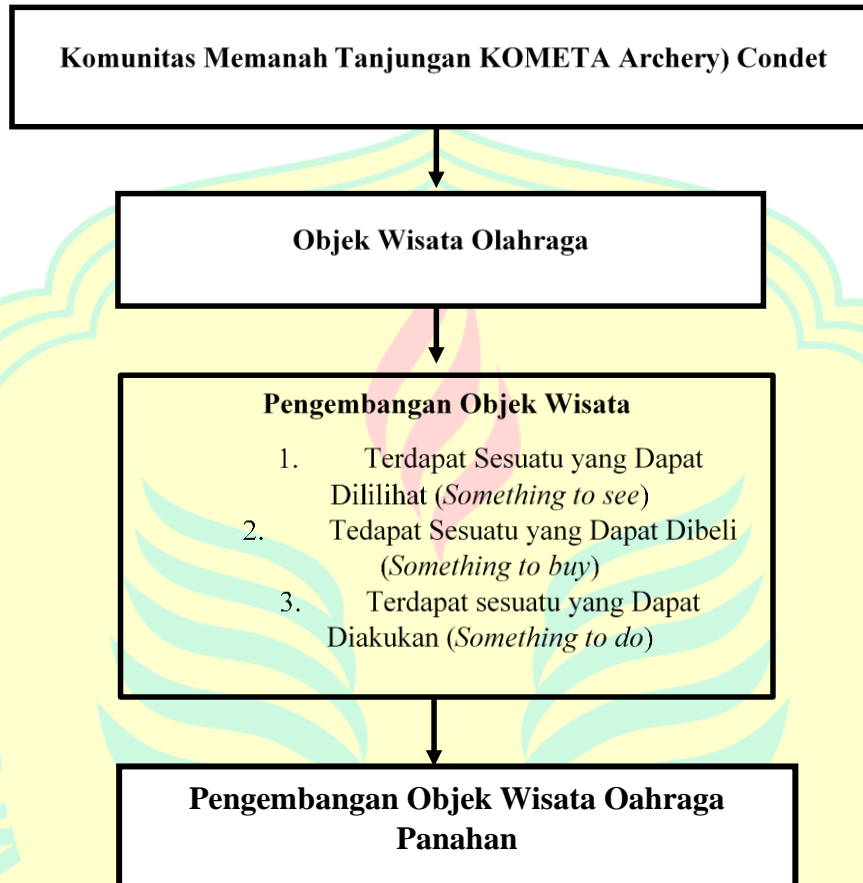
Tabel 1. Penelitian Relevan

No.	Nama Penulis dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Nahri Nurul Azrianti dan Devi Kausan Pengembangan Potensi Wisata Agro di Kawasan Condet Kelurahan Balekambang Jakarta Timur	Kualitatif dengan pendekatan survei	Hasil dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi potensi wisata agro di kawasan Condet kelurahan Balekambang dengan menggunakan Strategi 4A+Kelembagaan. Dari segi atraksi dan aksesibilitas sudah cukup baik dan memadai, sedangkan dari segi amenitas masih kurang nya modal dan perhatian dari pemerintah setempat, dari segi <i>ancillary</i> atau fasilitas pendukung sudah memenuhi kebutuhan pengunjung serta untuk kelembagaan sudah tersedia dan berjalan cukup baik.
2	Andhika Sutrisno Wibowo Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara	Deskriptif kualitatif dan kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat potensi wisata alam dengan analisis skoring dan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukan tiap potensi atraksi yang dimiliki objek wisata alam pada kabupaten Kolaka memiliki daya Tarik yang kuat, beberapa tingkat

			potensi sangat rendah dikarenakan tingkat kunjungan pada lokasi wisata rendah.
3	Dewi Yanti Ratih Indonesiani	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan objek wisata Tanjung Karang sebagai Desa Wisata belum maksimal. Hal ini dikarenakan masih banyaknya kelemahan fasilitas dan infrastruktur yang ada, belum tersedianya kamar mandi yang memadai, belum tersedianya instalasi listrik dan air bersih, belum tersedianya pusat informasi dan jauh dari fasilitas Kesehatan.
4	Yunita Fella Suffa	Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah filosofi olahraga panahan semula bukan suatu cabang olahraga, di Indonesia umumnya busur panah merupakan alat mata pencaharian pada masyarakat pada masa lampau. Panahan dapat dikembangkan sebagai budaya bangsa dalam bentuk olahraga bergensi bermutu dan menarik. Indonesia memiliki atlet panahan dengan prestasi-prestasi kompeten di tingkat nasional

Sumber: Penelitian, 2022

G. Kerangka Berfikir



Gambar 2. Kerangka Berpikir
Sumber: Penelitian, 2022

Adanya komunitas memanah tanjungan *Archery* Condet membuat masyarakat tertarik untuk melihat dan mengikuti kegiatan memanah di lokasi tersebut, banyak warga tertarik dan berdatangan dari luar wilayah tempat komunitas panahan sehingga menjadikan lokasi tersebut objek wisata olahraga. Jumlah masyarakat yang berkunjung di hari sabtu dan minggu dapat mencapai 20 sampai 30 orang, banyaknya masyarakat yang berkunjung tersebut membuat pihak pengelola mengembangkan lokasi menjadi objek wisata, akan tetapi diperlukannya analisis mengenai pengembangan objek wisata olahraga pada lokasi tersebut, di lihat dari tiga aspek daerah tujuan wisata yaitu sesuatu yang dapat dilihat (*Something To*

See), sesuatu yang dapat dibeli (*Something To Buy*), sesuatu yang dapat dilakukan (*Something To Do*).

