



injourney
TOURISM DEVELOPMENT
CORPORATION

MGPA
MANDALIKAS GRAND PRIX ASSOCIATION

wonderful
Indonesia

MOTOGP MANDALIKA 2025

Akselerasi Ekonomi, Citra, dan Pariwisata



KEMENTERIAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL /
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL (BAPPENAS) 2026



MOTOGP MANDALIKA 2025

Akselerasi Ekonomi, Citra, dan Pariwisata



MOTOGP MANDALIKA 2025 AKSELERASI EKONOMI, CITRA, DAN PARIWISATA

Perpustakaan Nasional RI : Katalog dalam Terbitan (KDT)

JUDUL DAN PENGANGGUNG JAWAB	MotoGP Mandalika 2025 : akselerasi ekonomi, citra dan pariwisata / penyusun, Istasius Angger Anindito, M. Abdurrachman Rafi, Rizal Putra Munthe, Della Aprilia Prisanti, Yunan Maulana [dan 5 lainnya] ; Editor Mores strategics, Abdul Malik
PUBLIKASI	Jakarta Pusat : Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 2026
DESKRIPSI FISIK	191 Halaman : Ilustrasi ; 25.7 cm
IDENTIFIKASI	ISBN 978-634-7023-31-5 (PDF)
SUBJEK	Pariwisata-Indonesia
KLASIFIKASI	338.479 159 8 [23]
PERPUSNAS ID	https://isbn.perpusnas.go.id/bo-penerbit/penerbit/isbn/data/view-kdt/1383069

TIM PENYUSUN

Penasihat :

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Bappenas
Wakil Menteri PPN/Wakil Kepala Bappenas

Pengarah :

Vivi Yulaswati, Kementerian PPN/Bappenas
Ahmad Fajar, InJourney Tourism Development Corporation
Troy Reza Warokka, InJourney Tourism Development Corporation

Penanggung Jawab :

Wahyu Wijayanto, Kementerian PPN/Bappenas
Priandhi Satria, Mandalika Grand Prix Association (MGPA)

Foto dan Dokumentasi :

Mandalika Grand Prix Association (MGPA)

Editor :

Mores Strategics
Abdul Malik

Penyusun :

Istasius Angger Anindito
M. Abdurrachman Rafi
Rizal Putra Munthe
Della Aprilia Prisanti
Yunan Maulana
M. Thufail Mukhairiq
Vania Darasalsabila Ritonga
Berliana Apriyanti
M. Dani Fadholi
Ruth Yohanna Banjarnahor

Tenaga Ahli :

Taufan Rahmadi
Mohamad Dian Revindo
Siti Chotijah
Budi Rizanto Binol
Setya Agung Riyadi
Gerald Ezra Charles
Yani Adriani

Bekerja sama dengan :

InJourney Tourism Development Corporation
Mandalika Grand Prix Association (MGPA)

Desain Layout :

Mores Strategics

Foto Sampul :

Ahmad Subaidi / ANTARA FOTO

Hak Penerbitan © Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional / Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas)

Dilarang memperbanyak tanpa izin dari penulis dan penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun, baik cetak, *photoprint*, *microfilm* dan sebagainya.



KATA PENGANTAR



Nasional/Kepala Bappenas

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas tersusunnya buku MotoGP Mandalika 2025 Akselerasi Ekonomi, Citra, dan Pariwisata sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan *sport tourism* nasional. Pengembangan pariwisata nasional saat ini memasuki fase transformasi yang semakin menuntut kualitas, keberlanjutan, dan nilai tambah yang tinggi bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dalam kerangka pembangunan nasional jangka menengah 2025–2029 sebagai fondasi menuju Visi Indonesia Emas 2045, sektor pariwisata diposisikan sebagai salah satu sektor *low hanging fruit* dan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, penciptaan lapangan kerja berkualitas, serta penguatan daya saing Indonesia di tingkat global. Salah satu strategi kunci dalam transformasi tersebut adalah pengembangan *sport tourism* sebagai bagian dari hilirisasi jasa dan penguatan ekonomi berbasis pengalaman (*experience-based economy*).

Kawasan Mandalika di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang telah ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) pariwisata, menjadi contoh konkret implementasi strategi tersebut. Penyelenggaraan MotoGP Mandalika bukan sekadar *event* olahraga internasional, tetapi merupakan bagian integral dari upaya membangun ekosistem pariwisata berkualitas yang mampu mengonversi investasi infrastruktur berskala besar menjadi manfaat ekonomi, sosial, dan pembangunan jangka panjang. Dalam konteks ini, MotoGP Mandalika dipandang sebagai instrumen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah, memperkuat citra Indonesia, serta mempercepat transformasi struktur ekonomi menuju sektor-sektor bernilai tambah tinggi.

Buku ini disusun untuk memberikan analisis yang komprehensif dan berbasis data mengenai dampak ekonomi, sosial, dan strategis dari penyelenggaraan MotoGP Mandalika. Analisis ini tidak hanya menilai dampak ekonomi langsung yang muncul selama penyelenggaraan *event*, tetapi juga mengevaluasi efek pengganda terhadap perekonomian nasional dan regional, penciptaan lapangan kerja, penguatan UMKM, serta kontribusinya terhadap *branding* destinasi dan citra Indonesia di mata dunia. Selain itu, buku ini menelaah aspek tata kelola, keberlanjutan lingkungan, dan kolaborasi kelembagaan sebagai prasyarat penting bagi keberlanjutan penyelenggaraan *event* internasional di Indonesia.

Analisis menunjukkan bahwa MotoGP Mandalika telah memberikan dampak ekonomi yang signifikan, baik pada tingkat nasional maupun regional, serta manfaat strategis dalam penguatan *branding* destinasi dan citra Indonesia. Namun demikian, buku ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan, antara lain terkait keberlanjutan pembiayaan, peningkatan biaya penyelenggaraan, penguatan koordinasi lintas pemangku kepentingan, serta isu keberlanjutan lingkungan dan kualitas layanan publik. Temuan-temuan tersebut menjadi pengingat bahwa keberhasilan penyelenggaraan *event* internasional perlu diiringi dengan tata kelola yang adaptif, kolaboratif, dan berorientasi jangka panjang.

Akhir kata, saya menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pengambil kebijakan, pemerintah daerah, dunia usaha, akademisi, dan seluruh pemangku kepentingan pariwisata dalam mengembangkan *sport tourism* Indonesia secara lebih terarah, berdaya saing, dan berkelanjutan. Dengan sinergi yang kuat dan kebijakan yang tepat, MotoGP Mandalika diharapkan terus memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi nasional, penguatan citra bangsa, dan percepatan pembangunan pariwisata Indonesia menuju Indonesia Emas 2045.

PRAKATA



Dr. Vivi Yulaswati, M.Sc.

Deputi Bidang Ekonomi dan Transformasi Digital Bappenas

Pengembangan *sport tourism* merupakan bagian dari strategi transformasi ekonomi nasional yang diarahkan untuk meningkatkan nilai tambah, produktivitas, dan daya saing sektor pariwisata, sebagaimana tertuang dalam RPJMN 2025–2029 dan Visi Indonesia Emas 2045. Dalam kerangka tersebut, penyelenggaraan *event* olahraga internasional seperti MotoGP Mandalika diposisikan sebagai instrumen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berkualitas melalui hilirisasi jasa, penguatan destinasi, serta peningkatan citra Indonesia di tingkat global.

Buku ini menyajikan analisis komprehensif mengenai dampak ekonomi, sosial, dan strategis penyelenggaraan MotoGP Mandalika sebagai bagian integral dari pengembangan *sport tourism* nasional. Analisis dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dengan memanfaatkan data ekonomi, pariwisata, serta kebijakan lintas sektor.

Hasil analisis menunjukkan bahwa MotoGP Mandalika memberikan manfaat ekonomi dan reputasi yang signifikan, sekaligus mengidentifikasi tantangan keberlanjutan pembiayaan dan tata kelola. Oleh karena itu, laporan ini diharapkan menjadi rujukan strategis bagi perumusan kebijakan pembangunan pariwisata dan transformasi ekonomi nasional yang berkelanjutan. Kementerian PPN/Bappenas mengapresiasi seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan laporan ini bersama InJourney Tourism Development Corporation (ITDC), Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Sekretariat Negara, Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Pariwisata, Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik, Pemerintah Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, Pemerintah Daerah Lombok Tengah, Mandalika Grand Prix Association (MGPA), asosiasi, dunia usaha, dan tenaga ahli serta seluruh pihak yang mendukung penyusunan laporan ini.



Ahmad Fajar

Plt Direktur Utama InJourney Tourism Development Corporation

Penyelenggaraan MotoGP™ Mandalika merupakan bagian strategis dalam mendorong akselerasi pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika/The Mandalika sebagai destinasi pariwisata prioritas nasional yang berdaya saing global berorientasi pada dan pembangunan berkelanjutan. The Mandalika, yang dikelola InJourney Tourism Development Corporation (ITDC), dan menjadi lokasi Sirkuit Internasional Mandalika, diposisikan sebagai “*The Ultimate Lifestyle Sportstainment Destination*” yang mengintegrasikan *sport tourism*, *experiential economy*, dan penguatan industri pariwisata berkualitas.

Sebagai master *developer* dan *asset manager*, ITDC mendorong hilirisasi jasa pariwisata melalui pembangunan infrastruktur terintegrasi, optimalisasi aset, serta penguatan ekosistem investasi yang produktif dan inklusif termasuk pengembangan skema pembiayaan berkelanjutan melalui Kerja Sama Pemerintah dengan Badan Usaha (KPBU).

Buku MotoGP™ Mandalika 2025 Akselerasi Ekonomi, Citra, dan Pariwisata ini menunjukkan dampak ekonomi yang signifikan, diperkuat oleh tingginya antusiasme publik dengan total kehadiran penonton mencapai 140.324 orang, dan penguatan *branding* nasional melalui eksposur global yang masif. Buku ini mencerminkan penerapan tata kelola *event* yang progresif dan berlandaskan prinsip berkelanjutan, sekaligus menegaskan pentingnya transformasi dari *event-based economy* menuju *event-led development* agar manfaat ekonomi, sosial, dan pembangunan kawasan dapat berlangsung secara berkelanjutan. ITDC mengapresiasi sinergi lintas sektor bersama Danantara Indonesia, Badan Pengaturan BUMN, Kementerian PPN/Bappenas, Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Pariwisata, Pemerintah Provinsi NTB, Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, Mandalika Grand Prix Association (MGPA), seluruh Kementerian & Lembaga, dan pemangku kepentingan, serta berkomitmen memperkuat keberlanjutan kawasan sejalan dengan arah RPJMN 2025–2029.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	6
PRAKATA	8
DAFTAR ISI	10
DAFTAR GRAFIK	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	14
BAB 1 PERKEMBANGAN <i>SPORT TOURISM</i>	
1.1 Arah Pengembangan Pariwisata dan Olahraga Ke Depan	19
1.2 Perkembangan Destinasi Mandalika	21
1.3 Bisnis <i>Sport Tourism</i> Dunia	22
1.4 <i>Sport Tourism</i> di Indonesia	25
BAB 2 SATU DEKADE PEMBANGUNAN MANDALIKA	
2.1 Gambaran Umum Kawasan KEK Mandalika dan Pertamina Mandalika International Circuit	35
2.2 Investasi Infrastruktur KEK Mandalika dan Pertamina Mandalika International Circuit	38
2.3 Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025	42
2.4 Standar Keberlanjutan Lingkungan Kawasan Sirkuit	46
BAB 3 SIGNIFIKANSI MOTOGP MANDALIKA 2025	
3.1 Pengaruh Sosial Ekonomi	51
3.1.1 Dampak Langsung (<i>Direct Impact</i>) Stimulus Dampak Ekonomi	51
3.1.2 Dampak terhadap PDB Nasional dan Daerah (<i>Multiplier Effect</i>)	65
3.1.3 Dampak terhadap Kesempatan Kerja dan Pendapatan Masyarakat	67
3.1.4 Sektor Terdampak MotoGP Mandalika 2025	68
3.1.5 Perbandingan dengan MotoGP Negara Lain	70
3.2 Peningkatan <i>Branding</i> , Keberlanjutan, dan Citra Nasional	77
3.2.1 Meningkatnya <i>Branding</i> Mandalika, Pertamina, dan Indonesia	77
3.2.2 Kesuksesan Mandalika Berpengaruh untuk Sektor Produktif	87
3.2.3 Transmisi dari <i>Branding</i> ke Pertumbuhan Nilai Pariwisata di Daerah	87

5.1	Penutup	151
5.2	Harapan	153

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1.	Jumlah Penonton MotoGP Mandalika tahun 2022-2025	43
Grafik 3.1.	Distribusi Sampel Survei	54
Grafik 3.2.	Rata-rata lama menginap (malam) dan Rata-rata biaya menginap (malam)	56
Grafik 3.3.	Proporsi Pengeluaran Wisman selama periode <i>Event</i> Powerboat	58
Grafik 3.4.	Proporsi Pengeluaran Wisnus dan Wislok selama periode <i>Event</i> Powerboat	58
Grafik 3.5.	Proporsi Pengeluaran Total	59
Grafik 3.6.	Percakapan Media Sosial MotoGP Mandalika Indonesia	80
Grafik 3.7.	Artikel Berita MotoGP Mandalika	83
Grafik 3.8.	Kontribusi 10 Media Utama Pemberitaan MotoGP Mandalika	84
Grafik 3.9.	Perbandingan Analisis Sentimen Media Online dan Media Sosial	86
Grafik 3.10	Perbandingan <i>web search</i> penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode November 2022 - November 2025	90
Grafik 3.11	Perbandingan <i>web search</i> penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode November 2024 - November 2025	90
Grafik 3.12	Perbandingan <i>web search</i> penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode Agustus 2025 - November 2025	90
Grafik 3.13.	Perbandingan Pola <i>Reach Media & Brand Comparison</i> MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang	93
Grafik 3.14.	Perbandingan <i>Categories Share</i> MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang	93
Grafik 3.15.	Perbandingan Sentimen Negatif MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Sports Tourism Market</i> : Nilai Pasar, Tren, dan Proyeksi Global (Fortune Business Insight, 2025)	23
Gambar 2.1.	Perubahan Tutupan Lahan Tahun 2019-2023 KEK Mandalika	37
Gambar 2.2.	Kunjungan Pembalap MotoGP di Istana Presiden	42
Gambar 2.3.	Penyerahan <i>Trophy</i> Juara MotoGP Mandalika 2022-2025	44
Gambar 2.4.	Kegiatan Journey To <i>Green Tourism</i> Mandalika (Lombok, 26 September 2024)	46
Gambar 3.1.	Jumlah Spektator Selama Periode MotoGP Mandalika 2023-2025	52
Gambar 3.2.	Penetrasi komunikasi lintas negara. Monitoring dilakukan pada tanggal 1-11 Oktober 2025	85
Gambar 3.3.	Dukungan Kemenpora pada Penyelenggaraan MotoGP 2025	112
Gambar 3.4.	Spektrum Pembiayaan dan Pemangku Kepentingan Utama MotoGP Mandalika	121
Gambar 4.1.	Usulan Opsi Skema Pembiayaan MotoGP Mandalika	134
Gambar 4.2.	Masukan Penonton WNI (Survei Bappenas, 2025)	142
Gambar 4.3.	Masukan Penonton WNA (Survei Bappenas, 2025)	143
Gambar A.1.	Kerangka Perhitungan Manfaat Ekonomi	161
Gambar A.2.	Kerangka Stimulus Perhitungan Dampak Ekonomi	164



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Data LUDA dan Status Investor Mandalika	40
Tabel 2.2.	Daftar Pembalap yang Naik Podium MotoGP Mandalika tahun 2022-2025	43
Tabel 3.1.	Jumlah Wisatawan MotoGP 2025 berdasarkan Golongan	54
Tabel 3.2.	Nilai Stimulus per Wisatawan berdasarkan Sektor (Ribu Rupiah)	60
Tabel 3.3.	Nilai Stimulus Pengeluaran Wisatawan berdasarkan Sektor (Ribu Rupiah)	61
Tabel 3.4.	Nilai Stimulus dari Pengeluaran Pemerintah Pusat dan Daerah Berdasarkan Sektor	62
Tabel 3.5.	Nilai Stimulus Realisasi Investasi Berdasarkan Daerah (Juta Rupiah)	64
Tabel 3.6.	Estimasi Dampak Ekonomi MotoGP 2025 Level Nasional	65
Tabel 3.7.	Estimasi Dampak Ekonomi MotoGP 2025 Level Provinsi Nusa Tenggara Barat	66
Tabel 3.8.	Estimasi Dampak Tenaga Kerja dan Pendapatan MotoGP 2025 Level Nasional	67
Tabel 3.9.	Estimasi Dampak Tenaga Kerja dan Pendapatan MotoGP 2025 Level Regional/Nusa Tenggara Barat	67
Tabel 3.10.	Sektor Terdampak Paling Besar dari Penyelenggaraan MotoGP 2025 Level Nasional (Juta Rupiah)	69
Tabel 3.11.	Sektor Terdampak Paling Besar dari Penyelenggaraan MotoGP 2025 Level Regional Provinsi Nusa Tenggara Barat (Juta Rupiah)	70
Tabel 3.12.	Perhitungan <i>Brand Value</i> (Metode Keller)	78
Tabel 3.13.	Perhitungan <i>Brand Value</i> (Metode Aaker)	78
Tabel 3.14.	Tabel penayangan media <i>broadcasting</i> Dorna atas penyelenggaraan MotoGP Mandalika	79
Tabel 3.15.	Data Percakapan Sosial Media	80
Tabel 3.16.	Kontributor Akun Media Sosial MotoGP Mandalika Indonesia	81
Tabel 3.17..	Sumber informasi media sosial MotoGP Mandalika Indonesia	81
Tabel 3.18	Data Topik Pemberitaan MGPA Februari 2025 - Oktober 2025	82
Tabel 3.19.	Perbandingan jumlah penonton kegiatan MotoGP di wilayah Asia Oceania	89
Tabel 3.20.	Daftar negara utama yang terpapar komunikasi penyelenggaraan kegiatan MotoGP Mandalika	91
Tabel 3.21.	Perbandingan perbedaan citra MotoGP Mandalika dan MotoGP Lainnya	92
Tabel 3.22.	<i>Sponsorship & Marketing</i> MotoGP 2025	108
Tabel 3.23.	Dukungan Pembangunan Infrastruktur Kementerian PU dan Dinas PU Provinsi NTB	111
Tabel 3.24.	Perbandingan Kolaborasi Pemerintah-Swasta MotoGP Mandalika, Sepang dan Buriram	116
Tabel 3.25.	Perbandingan Promotor MotoGP di Thailand, Australia, dan Indonesia	117
Tabel 3.26.	Laporan Keuangan MotoGP Mandalika Tahun 2025	119







BAB 1

PERKEMBANGAN *SPORT TOURISM*

1.1 Arah Pengembangan Pariwisata dan Olahraga ke Depan



Pariwisata sebagai Penggerak Pertumbuhan Menuju Indonesia Emas 2045 dengan Lombok-Gili Tramena (Mandalika) sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Prioritas

Dalam kerangka perencanaan pembangunan nasional jangka panjang menuju Visi Indonesia Emas 2045, sektor pariwisata diposisikan sebagai salah satu **sektor strategis penghela pertumbuhan ekonomi**. Sektor pariwisata berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan dan penciptaan lapangan kerja berkualitas melalui pengembangan destinasi, industri, SDM pariwisata, dan memiliki citra pariwisata yang baik di mata dunia. Sejalan dengan arah tersebut, RPJMN 2025–2029 sebagai fondasi awal dalam mencapai Visi Indonesia 2045 menegaskan peran Destinasi Lombok-Gili Tramena (Mandalika) sebagai destinasi yang menjadi katalis peningkatan ekonomi nasional dan daerah. Pengembangan pariwisata nasional ke depan diarahkan pada transformasi menuju Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan sebagai strategi utama pembangunan. Transformasi ini tidak sekadar pada peningkatan jumlah kunjungan, melainkan juga pada peningkatan nilai tambah, kualitas pengalaman wisatawan (*experience*), keberlanjutan (*sustainability*), dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Destinasi Lombok-Gili Tramena adalah *Quick Win* untuk mendukung target pertumbuhan ekonomi nasional sebesar

8 persen pada 2029

Destinasi Lombok-Gili Tramena (Mandalika) adalah sebuah *Quick Win* dan instrumen strategis dalam mendukung pencapaian target pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 8 persen (2029) sebagaimana tertuang dalam Asta Cita. Dalam kerangka tersebut, penyelenggaraan MotoGP Mandalika merepresentasikan model hilirisasi jasa yang inovatif, yakni mentransformasikan investasi berskala besar melalui pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan sirkuit MotoGP Mandalika sebagai produk *sport tourism* berdaya saing global. Model ini tidak hanya memberikan efek berganda bagi perekonomian regional dan nasional, tetapi juga mendorong diversifikasi struktur ekonomi yang lebih berkelanjutan dan tidak bergantung pada sektor ekstraktif, selaras dengan Asta Cita 3 (pengembangan industri kreatif), Asta Cita 5 (hilirisasi), dan Asta Cita 6 (pembangunan dari desa dan daerah).

Sport Tourism sebagai instrumen strategis penguatan Industri Olahraga dan Destinasi Pariwisata Prioritas dengan *event* global seperti MotoGP Mandalika sebagai agenda pembangunan unggulan

Kementerian Pemuda dan Olahraga telah merumuskan 8 (delapan) langkah strategis, termasuk penguatan *sport industry* (industri olahraga) dan *sport tourism*, sebagai bentuk operasionalisasi Asta Cita di sektor kepemudaan dan olahraga. Di dalam penguatan industri olahraga terdapat rumusan pengembangan wisata olahraga (*sport tourism*) dan hiburan olahraga (*sport entertainment*) yang profesional sebagai sektor unggulan, melalui penguatan destinasi wisata olahraga unggulan, promosi dan kemitraan global, serta menyelenggarakan *event* olahraga berkelanjutan. Pengembangan *sport tourism* diarahkan untuk mendorong pembudayaan olahraga di masyarakat, sehingga olahraga tidak semata dipersepsikan sebagai aktivitas prestasi yang terbatas pada pengembangan atlet, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup sehat, nilai dan kebanggaan, hobi dan rekreasi, serta interaksi sosial. Dalam konteks tersebut, penyelenggaraan *event* internasional berkelas dunia seperti MotoGP Mandalika perlu diposisikan sebagai agenda pembangunan yang adaptif dan progresif, tidak hanya sebagai *event* rutin, tetapi sebagai sarana penguatan industri, destinasi, dan budaya olahraga masyarakat secara inklusif.

Penyusunan buku ini merupakan instrumen evaluasi strategis untuk penilaian keselarasan antara perencanaan jangka panjang dan menengah, khususnya Visi Indonesia Emas 2045 dan RPJMN 2025-2029, dengan implementasi kebijakan di tingkat jangka pendek yaitu melalui penyelenggaraan *event* MotoGP Mandalika 2025. Melalui analisis komprehensif berbasis data, buku ini berperan sebagai mekanisme umpan balik yang memvalidasi kontribusi nyata dan terukur dari investasi publik terhadap pencapaian target dalam RPJMN. Dengan mempertimbangkan besarnya nilai investasi, kompleksitas pemangku kepentingan, signifikansi strategis *event*, serta tantangan keberlanjutan *pasca-event*, maka analisis mendalam terhadap dampak ekonomi, sosial, dan pembangunan MotoGP Mandalika menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan bagi Indonesia.

Olahraga harus diposisikan tidak hanya sebagai atraksi pariwisata melalui *sport tourism*, tetapi juga sebagai fondasi pengembangan *sport industry* nasional. Jika dikelola secara terintegrasi, sektor ini berpotensi menjadi motor pertumbuhan ekonomi baru yang menciptakan ekosistem usaha bernilai tinggi.

Rachmat Pambudy

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional / Kepala Bappenas



1.2 Perkembangan Destinasi Mandalika



Sumber : Unsplash / Bangoland

Bali–Nusra sebagai Tourism Hub Indonesia yang menghubungkan destinasi unggulan dunia melalui konektivitas global dan investasi strategis

Berdasarkan RPJMN 2025-2029, Regional Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur (Bali-Nusra) ditetapkan sebagai *tourism hub*. *Tourism hub* adalah wilayah inti yang menjadi pusat konsentrasi destinasi unggulan dan didukung aksesibilitas internasional dan domestik. Bali-Nusra berfungsi sebagai gerbang (*gateway*), penghubung, dan pengungkit ekonomi bagi wilayah sekitarnya. Bali-Nusra merupakan ekosistem pariwisata terintegrasi lintas provinsi tidak berdiri sendiri sebagai satu destinasi. Bali yang lebih dahulu dikembangkan akan bertindak sebagai *entry point* utama bagi wisatawan masuk kemudian melanjutkan perjalanan ke Lombok, Sumbawa, Flores, termasuk Labuan Bajo. Selain itu, *tourism hub* juga menjadi prioritas lokasi investasi pariwisata dan infrastruktur, dukungan Kawasan Ekonomi Khusus, penyelenggaraan tuan rumah *event* internasional termasuk *sport tourism*, pariwisata bahari, pariwisata berbasis MICE dan *medical*, serta potensi pariwisata berbasis *yacht* dan *cruise*.

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 84 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Trampena Tahun 2020-2044, diamanatkan Pulau Lombok dan gugusan pulau Gili Trawangan, Gili Meno, Gili Air (disingkat Trampena) sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas nasional. Peraturan Presiden ini telah menetapkan empat *Key Tourism Area* (KTA) yaitu kawasan Senggigi, Mataram dan sekitarnya, Kawasan Ekowisata Rinjani, dan Pantai Selatan Lombok/Mandalika. Khusus di KTA Pantai Selatan Lombok/Mandalika terdapat Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang berfokus pada pengembangan kawasan terintegrasi dan berdaya saing internasional dengan bertepatan wisata petualangan, termasuk di dalamnya pengembangan *sport tourism* melalui fasilitasi pembangunan Sirkuit Mandalika.

Penyelenggaraan
MotoGP Mandalika 2023
memberikan kontribusi
ekonomi mencapai

Rp1,2 Triliun

Dalam perkembangannya, Mandalika tidak hanya menjadi pusat *sport tourism*, tetapi juga menjadi gerbang utama pengembangan pariwisata berkualitas di Kawasan Indonesia Timur. Sebagai destinasi petualangan dan *sport tourism*, Mandalika telah berhasil menjadi tuan rumah pada ajang MotoGP sejak 2022 hingga 2024. *Mega sport event* ini mendatangkan lebih dari 100.000 penonton per tahun. MotoGP Mandalika 2023 memberikan kontribusi ekonomi yang tinggi hingga mencapai Rp1,2 triliun (Bank Indonesia, 2023). Penyelenggaraan *mega sport event* ini juga meningkatkan okupansi hotel bulanan hingga mencapai 85 persen (100 persen di hari penyelenggaraan), pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 25 persen, dan promosi global melalui siaran di 180 negara (ITDC, 2023). Berbagai dampak positif ini diharapkan sebagai strategi yang signifikan dalam mempercepat transformasi ekonomi baik di daerah maupun nasional.

1.3 Bisnis *Sport Tourism* Dunia

Sport Tourism merupakan jenis kegiatan wisata yang merujuk pada pengalaman perjalanan wisatawan sebagai penonton ataupun sebagai peserta dalam suatu acara olahraga umumnya melibatkan aktivitas komersial maupun nonkomersial yang bersifat kompetitif (UN Tourism). Tipologi *sport tourism* mencakup *event sport tourism* (berbasis spektator), *active sport tourism* (berbasis partisipasi), *heritage sport tourism* (berbasis nostalgia), *sport-based recreation tourism* (berbasis rekreasi), serta industri pendukung (seperti media, *merchandise*, dan *hospitality*). Keragaman tipologi ini menunjukkan bahwa *sport tourism* tidak hanya berorientasi pada *event* tetapi juga pada pengalaman, kesehatan, rekreasi, dan nilai sejarah yang mendorong pergerakan wisatawan dan ekonomi pariwisata.

Sport Tourism sebagai
Engine of Growth
Pariwisata Global yang
memperkuat kunjungan
internasional, daya saing,
dan keberlanjutan destinasi

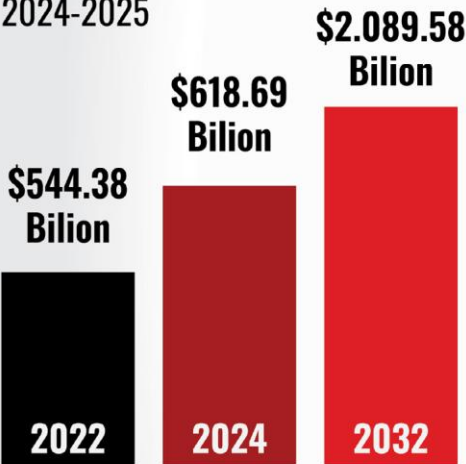
Di masa kini, bisnis *sport tourism* telah berkembang menjadi industri berskala global yang menghubungkan olahraga, pariwisata, media, dan ekonomi kreatif lintas negara. *Event* olahraga internasional seperti Olimpiade, FIFA World Cup, Formula 1, MotoGP, dan ajang lari marathon dunia secara konsisten menarik jutaan wisatawan internasional, baik sebagai penonton maupun partisipan. Laporan UN Tourism melalui *Summary Report 3rd World Sports Tourism Congress (2025)* menegaskan bahwa *sport tourism* merupakan salah satu segmen pariwisata dengan pertumbuhan tercepat. Gelaran *sport tourism* mampu mendorong arus kunjungan wisata berskala besar serta memperkuat daya saing dan visibilitas destinasi di tingkat global. Selain itu, *sport tourism* berperan strategis dalam menciptakan nilai ekonomi, keberlanjutan destinasi, dan keterlibatan sosial masyarakat lokal.

SPORTS TOURISM MARKET

Sports Tourism Market
to grow at

16.43%

CAGR during
2024-2025



TRENDS

Trend of Social Media and Digital Platforms
for Promoting Sports Tournaments

DRIVERS

Rising Number of Sports Tournaments
Worldwide
Advancement in Technologies and Online
Booking Mode

INDUSTRY DEVELOPMENT

Sportslink Travel, a travel service
provider for sports team, extend its
partnership for two years with
Volleyball Australia

BY SPORTS TOURISM TYPE

Active Sports Tourism | Passive Sports Tourism
Nostalgia Sports Tourism

BY TOURISM TYPE

International
Domestic

BY SPORTS TYPE

Football/Soccer: 30.97%
Tennis | Cricket | Others

EUROPE, BY SPORTS TYPE

Football/Soccer: 32.48%
Tennis | Cricket | Others

Europe



Gambar 1.1. Sports Tourism Market: Nilai Pasar, Tren, dan Proyeksi Global
(Fortune Business Insight, 2025)

Sport Tourism Bernilai USD 618,69 Miliar (2024) dan Diproyeksikan Tembus USD 2.089,58 Miliar (2032) sebagai instrumen ekonomi, *branding*, dan *soft power global*

Sport tourism memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian dunia dengan nilai ekonomi mencapai USD 618,69 miliar (2024) dan diproyeksikan dapat terus tumbuh hingga USD 2.089,58 miliar (2032). Pada sektor ekonomi dan *branding*, *sport tourism* memiliki potensi yang sangat tinggi dan strategis. Penyelenggaraan *event* olahraga internasional memberikan dampak ekonomi secara langsung dan tidak langsung. Dampak ekonomi yang dirasakan secara langsung berasal dari belanja wisatawan dan akomodasi. Sedangkan dampak secara tidak langsung adalah terciptanya nilai ekonomi serta lapangan kerja dari sektor transportasi, UMKM, dan jasa penyewaan. Selain itu, eksposur media global menjadikan *sport tourism* sebagai alat *destination branding* yang efektif, membangun citra, reputasi, dan daya saing destinasi dalam jangka panjang. Studi terbaru menunjukkan bahwa nilai promosi global dari liputan media dan *engagement digital* sering kali melampaui biaya penyelenggaraan *event*, sehingga banyak negara memanfaatkan *sport tourism* sebagai instrumen diplomasi budaya dan *soft power* untuk memperkuat posisi di peta pariwisata dunia.

Dalam konteks bisnis, daya tarik utama *sport tourism* adalah pada penciptaan nilai *Branding Promotion* dan *City Branding* yang bernilai tinggi. Penyelenggaraan *event* olahraga internasional memberikan eksposur media yang tinggi bagi kota atau negara tuan rumah, menempatkan mereka di peta dunia secara instan. Ini menciptakan siklus positif di mana *event* menarik wisatawan, yang kemudian membelanjakan uang di destinasi tersebut, menciptakan *multiplier effect* ke sektor lainnya. Bisnis *sport tourism* secara keseluruhan dibangun di atas model pendapatan yang terdiversifikasi dan saling melengkapi. Hak siar, *sponsorship* dan *naming rights*, serta *ticketing & hospitality* membentuk ekosistem komersial yang memungkinkan *event* olahraga beroperasi pada skala global sekaligus memberikan manfaat ekonomi lokal. Pendekatan terpadu ini tidak hanya mencerminkan potensi keuntungan bagi penyelenggara, tetapi juga sebagai alat promosi destinasi dan penggerak rantai ikutannya.

1. **Hak siar (*broadcasting rights*)**. Di era digital, potensi hak siar menempati posisi sentral dalam struktur pendapatan modern yang meliputi hak siar lewat televisi internasional, *platform* dan layanan *streaming*. Pendapatan dari hak siar cenderung stabil dan berskala besar sehingga menjadi dasar pembiayaan utama bagi penyelenggara.
2. ***Sponsorship* dan *naming rights*** menjadi pilar yang menambah aspek komersial dan pemasaran *event*. Dengan menjalin kemitraan strategis bersama merek-merek global dan lokal, penyelenggara dapat mengakses pendanaan, aktivasi pemasaran, dan kapasitas promosi tambahan. *Sponsorship* tidak hanya berupa pendanaan langsung, tetapi juga kolaborasi konten, aktivasi *brand* di lokasi *event*, dan program keterlibatan komunitas.
3. ***Ticketing* dan *hospitality*** berperan sebagai sumber pendapatan langsung dan pencipta pengalaman bagi penonton yang hadir. Penjualan tiket reguler, tiket *premium*, dan paket *hospitality* serta layanan VIP meningkatkan *revenue per kapita*.

1.4 Sport Tourism di Indonesia

Di Indonesia, *sport tourism* berpotensi menjadi pengungkit pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah, dengan nilai ekonomi diperkirakan mencapai **Rp18,79 triliun (Kemenpar, 2024)**. Potensi ini menegaskan pentingnya pengembangan *sport tourism* secara terintegrasi sebagai instrumen peningkatan daya saing pariwisata dan akselerasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Sport tourism
berpotensi mengungkit
pertumbuhan ekonomi
Indonesia dengan
perkiraan mencapai

Rp18,79 Triliun

Indonesia memiliki rekam jejak yang semakin solid dan kredibel sebagai tuan rumah *sport tourism* kelas dunia, ditandai dengan keberhasilan penyelenggaraan berbagai *event* olahraga internasional berskala besar hingga menengah. Pengalaman ini mencerminkan kapabilitas nasional yang komprehensif, mulai dari kesiapan infrastruktur, tata kelola lintas sektor, keamanan, hingga kemampuan mengorkestrasi dampak ekonomi dan promosi destinasi. Pengalaman ini membuktikan kapabilitas nasional dalam menyelenggarakan *event* kompleks yang memberikan dampak ekonomi nyata antara lain:

- **Asian Games 2018 (Jakarta-Palembang)**

Asian Games 2018 Jakarta–Palembang merupakan salah satu *multi-event* olahraga terbesar dalam sejarah Indonesia, yang diselenggarakan oleh Indonesia Asian Games Organizing Committee (INASGOC) di bawah koordinasi Pemerintah Indonesia dan Olympic Council of Asia (OCA). *Event* ini melibatkan lebih dari 11.000 atlet dan ofisial dari 45 negara, serta menuntut investasi besar pada pembangunan dan renovasi *venue*, infrastruktur transportasi, sistem teknologi, dan logistik penyelenggaraan. Berdasarkan laporan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas, 2018), total belanja yang terkait langsung dan tidak langsung dengan Asian Games, termasuk pembangunan infrastruktur dan biaya operasional diperkirakan mencapai Rp45,8 triliun, yang bersumber dari APBN, APBD, BUMN, dan sponsor swasta.

Dari sisi dampak ekonomi, kajian Bappenas mencatat bahwa Asian Games 2018 memberikan dampak output perekonomian nasional sebesar Rp42,4 triliun pada periode 2015–2019, termasuk pengeluaran pengunjung sekitar Rp3,6 triliun selama penyelenggaraan *event* (Bappenas, 2018). Keberlanjutan program pembangunan sarana dan prasarana olahraga dilakukan melalui pendekatan *legacy-based development*, di mana aset utama seperti Kompleks Olahraga Jakabaring diserahkan kepada Pemerintah Daerah Sumatera Selatan untuk dapat dimanfaatkan sebagai pusat olahraga, *venue event* nasional dan internasional, serta penggerak *sport tourism* regional secara berkelanjutan.

- **Formula E (Jakarta E-Prix)**

Formula E Jakarta atau Jakarta E-Prix merupakan ajang balap mobil listrik internasional yang menjadi bagian dari ABB FIA Formula E *World Championship*, diselenggarakan oleh PT Jakarta Propertindo (Persero) atas mandat Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan lisensi dari Formula E Operations (FEO). *Event* ini dirancang tidak hanya sebagai kompetisi olahraga, tetapi juga sebagai instrumen *city branding* dan promosi mobilitas berkelanjutan. Berdasarkan berbagai kajian dan laporan resmi, total biaya penyelenggaraan Formula E Jakarta termasuk *hosting fee*, pembangunan sirkuit jalan raya (*street circuit*), dan operasional *event* diperkirakan berada pada kisaran Rp1,3–1,45 triliun per penyelenggaraan *event* dengan pembiayaan yang bersumber dari APBD, BUMD, sponsor, dan mitra komersial.

Kajian Institute for Development of Economics and Finance (INDEF, 2022) mencatat bahwa penyelenggaraan Formula E Jakarta memberikan dampak ekonomi sebesar Rp2,63 triliun, dengan dampak langsung dari tahap persiapan dan pelaksanaan mencapai sekitar Rp597 miliar. Strategi ke depan untuk *event* ini diarahkan pada pemanfaatan infrastruktur terintegrasi dengan kawasan Ancol untuk pemanfaatan wisata, serta penguatan *positioning* Jakarta sebagai kota global yang berbudaya.

- **Borobudur Marathon & Bali Marathon**

Borobudur Marathon merupakan *event* lari internasional dengan status World Athletics Elite Label, diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bekerja sama dengan PB PASI dan World Athletics. *Event* ini memanfaatkan lanskap budaya dan status Candi Borobudur sebagai Warisan Dunia UNESCO untuk menarik pelari nasional dan internasional. Berdasarkan laporan pemerintah daerah dan penyelenggara, biaya operasional Borobudur Marathon diperkirakan berada pada kisaran Rp12–18 miliar per penyelenggaraan, mencakup logistik lomba, sistem waktu, keamanan, dan aktivasi komunitas.

Sementara itu, Maybank Marathon Bali diselenggarakan oleh PT Bank Maybank Indonesia Tbk bekerja sama dengan pemangku kepentingan pariwisata Bali, dengan biaya operasional dan promosi yang diperkirakan mencapai Rp40–48 miliar per tahun. Laporan ekonomi pariwisata Bali mencatat bahwa Maybank Marathon Bali 2024 menghasilkan dampak ekonomi sebesar Rp164 miliar, dengan nilai tambah (*value added*) mencapai Rp125 miliar bagi perekonomian daerah (Bali Tourism Economic Report, 2024). Keberlanjutan kedua *event* ini dijaga melalui model *event* tahunan berkelanjutan, penguatan komunitas pelari, dan integrasi dengan sektor perhotelan, UMKM, serta ekonomi kreatif lokal.

- **F1 Powerboat (F1H2O) & Aquabike**

F1 Powerboat (F1H2O) dan Aquabike Danau Toba merupakan ajang olahraga air internasional yang diselenggarakan melalui kerja sama H2O Racing, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah sebagai bagian dari strategi percepatan promosi Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) Danau Toba. Penyelenggaraan *event* ini memerlukan investasi signifikan untuk *hosting fee*, infrastruktur lintasan perairan, sistem keselamatan, serta fasilitas pendukung dengan total biaya yang diperkirakan berada pada kisaran Rp320–410 miliar per *event* (Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, 2023).

Dari sisi dampak ekonomi, F1 Powerboat Danau Toba tercatat mampu menghasilkan dampak ekonomi sekitar Rp391 miliar hanya dalam satu minggu penyelenggaraan, terutama dari sektor akomodasi, transportasi, kuliner, dan UMKM lokal (Kemenparekraf, 2024). Pelaksanaan F1 Powerboat di Danau Toba memberikan manfaat berupa penguatan *brand* Danau Toba di pasar internasional, peningkatan kesiapan destinasi, serta pengembangan *event* olahraga air secara berkelanjutan sebagai bagian dari portofolio *sport tourism* nasional.

- **MotoGP Mandalika**

MotoGP Mandalika merupakan bagian dari kalender resmi MotoGP *World Championship* yang dikelola oleh Dorna Sports, dengan penyelenggara nasional Mandalika Grand Prix Association (MGPA) dan pengelola kawasan InJourney Tourism Development Corporation (ITDC) di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Pembangunan Sirkuit Mandalika dan infrastruktur pendukung memerlukan investasi sekitar Rp1,2–1,4 triliun, sementara biaya operasional dan penyelenggaraan tahunan termasuk *hosting fee* MotoGP Mandalika 2022-2024 mencapai Rp300–400 miliar per tahunnya (ITDC, 2025).

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika memberikan dampak ekonomi langsung dan tidak langsung melalui belanja wisatawan, peningkatan okupansi hotel, serta eksposur media global yang signifikan bagi pariwisata Indonesia. Keberlanjutan *event* ini dirancang melalui pemanfaatan *multi-event*, pengembangan kawasan pariwisata terpadu, serta peningkatan kapasitas tenaga kerja dan partisipasi masyarakat lokal, menjadikan MotoGP Mandalika sebagai instrumen pembangunan destinasi jangka panjang yang berdaya saing internasional.

Pengembangan *sport tourism* perlu dilakukan secara sinergis dengan penguatan industri olahraga nasional. Keterpaduan antara keduanya akan menciptakan ekosistem yang saling menguatkan, sehingga mampu berkembang menjadi sektor bisnis berskala besar yang berkelanjutan. Dalam jangka panjang, sinergi ini berpotensi menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah serta membuka lapangan kerja yang lebih luas.



Sumber : Kementerian Pariwisata



Sumber : MotoGP.com



Sumber : Unsplash / Rico Reynaldi





BAB 2

SATU DEKADE PEMBANGUNAN MANDALIKA

Lini Masa Transformasi Mandalika

2014

Penetapan
KEK Mandalika
melalui
PP No.52
Tahun 2014

2018

Perencanaan
masterplan
kawasan KEK
Mandalika dan
Sirkuit
Mandalika,
Mandalika
Bangkit pasca
gempa
Lombok

2020

Pembangunan
Sirkuit
Mandalika dan
berbagai
infrastruktur
pendukung.
Pandemi
Covid-19
melanda
tetapi tidak
menyurutkan
progres
pembangunan

2017

Peresmian
operasional di
bawah
pengelolaan
InJourney
Tourism
Development
Corporation
(ITDC)

2019

Pembangunan
Sirkuit
Mandalika
untuk gelaran
sport tourism
Indonesia
bertaraf
internasional

2022

Debut penyelenggaraan MotoGP di Pertamina Mandalika Circuit

2024

Penyelenggaraan MotoGP 2024, gelaran olahraga selain balap motor digelar untuk memperkuat citra *sport tourism* di kawasan Mandalika

2021

Peresmian Pertamina Mandalika Circuit serta penyelenggaraan balapan dunia pertama *World Superbike* (WSBK)

2023

Penyelenggaraan MotoGP 2023, pengaspalan ulang (*resurfacing*) untuk memenuhi standar berbagai gelaran balap internasional

2025

Penyelenggaraan MotoGP 2025, serta pembangunan fasilitas dan infrastruktur pendukung berstandar internasional semakin berkembang. Kemudian gelaran MotoGP tahun keempat sukses dilaksanakan

2.1 Gambaran Umum Kawasan KEK Mandalika dan Pertamina Mandalika International Circuit

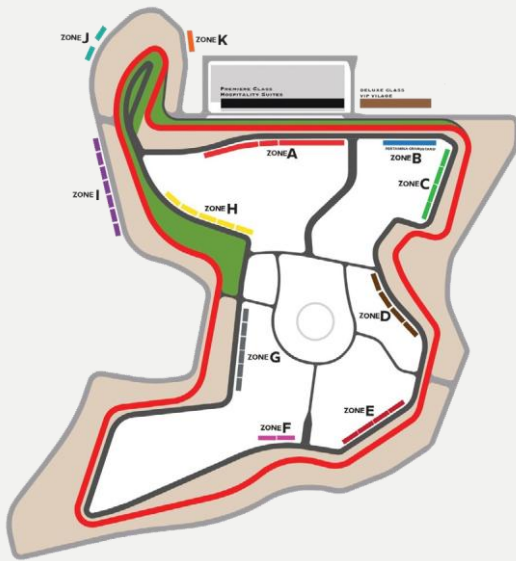


Sumber : Shutterstock / Alisyam 13

Penetapan Mandalika sebagai salah satu dari 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) nasional menunjukkan bahwa kawasan ini memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan. Penegasan tersebut tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025 tentang RPJMN 2025–2029. Adapun Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional (RIDPN) Lombok–Gili Tramenia menetapkan struktur pengembangan kawasan pariwisata yang terintegrasi dan berfokus di wilayah Lombok dan sekitarnya.

KEK Mandalika sebagai destinasi sport tourism kelas dunia yang mendorong transformasi pariwisata terintegrasi di Indonesia

Penetapan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika juga merupakan *milestone* pengembangan sektor prioritas sebagai satu kawasan strategis pariwisata yang dikembangkan secara terintegrasi. Penetapan kawasan ekonomi khusus pariwisata ini dilakukan melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 52 Tahun 2014. KEK Mandalika mulai beroperasi pada tahun 2017 di Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Kawasan ini memiliki luas lahan sebesar 1.035,67 hektare dan pengelolaan kawasan ini dilakukan oleh PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (InJourney Tourism Development Corporation/ITDC). Perusahaan ini menjalankan mandat sesuai PP Nomor 72 Tahun 2021 dan PP Nomor 104 Tahun 2021 untuk memperkuat integrasi, kolaborasi, serta pemulihan sektor pariwisata Indonesia. Komitmen tersebut tercermin dalam pengelolaan tiga kawasan pariwisata strategis, yakni The Nusa Dua sebagai *“Bali’s Finest Family-Friendly Resort Haven”*, The Mandalika sebagai *“The Ultimate Lifestyle Sportstainment Destination”* dan The Golo Mori sebagai *“Sustainable Marine-Based MICE Tourism Destination”*.



MGPA sebagai pengelola sirkuit Mandalika yang memastikan standar balap dunia dan menghadirkan *event motorsport* internasional di Indonesia

Kawasan Pantai Selatan Mandalika, atau yang lebih dikenal sebagai “The Mandalika”, dikembangkan sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia dengan jenama “*The Ultimate Lifestyle Sportainment Destination*”. Kawasan ini yang berfokus pada pengembangan area untuk *sport tourism*, MICE, dan *lifestyle tourism*. Konsep pengembangan ini diwujudkan melalui penyediaan berbagai fasilitas dan atraksi internasional, termasuk Pertamina Mandalika International Circuit yang menjadi tuan rumah ajang balap motor dunia seperti MotoGP dan Asian Road Racing Championship (ARRC). ITDC memulai pembangunan infrastruktur pada tahun 2013 dan secara masif pada tahun 2015. Upaya penguatan Mandalika sebagai destinasi global juga ditandai dengan penandatanganan promoter’s *agreement* bersama Dorna Sports untuk menghadirkan MotoGP sebagai atraksi utama Indonesia direncanakan mulai 2021, walaupun pada akhirnya baru diselenggarakan mulai 2022. Pembangunan sirkuit sebagai salah satu investasi mendasar dimulai pada 2019, dan menjadi sirkuit MotoGP pertama di Indonesia sekaligus menjadi ikon *sport tourism* Indonesia di dunia.

Dalam mengelola kawasan Mandalika sebagai destinasi *sport tourism* bertaraf internasional, ITDC menjalankan strategi operasional yang terstruktur dan didukung oleh penguatan organisasi serta inovasi bisnis. Strategi utama ITDC sejak 2008 di The Mandalika berfokus pada sewa lahan, optimalisasi aset, *collection* dan pelaksanaan *event*, sebagai upaya meningkatkan kinerja kawasan sekaligus memperluas pendapatan *non-core* melalui pengembangan wisata *event* dan peran sebagai *destination management organization*. Dalam mendukung penyelenggaraan ajang balap motor dan hiburan dunia di Pertamina Mandalika International Circuit, ITDC membentuk anak perusahaan yang khusus menangani balap yaitu Mandalika Grand Prix Association (MGPA). MGPA bertanggung jawab mengelola, memenuhi standarisasi infrastruktur dan prosedur yang ditetapkan oleh otoritas balap internasional, dan mengoperasikan sirkuit selama penyelenggaraan balap.

Pengembangan kawasan The Mandalika menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan dari sisi penguasaan lahan dan peningkatan aksesibilitas dan kunjungan wisatawan. Hingga tahun 2025, ITDC telah menguasai 1.170 hektare lahan, dengan 772 hektare atau 66 persen dialokasikan sebagai zona pengembangan dan 398 hektare atau 34 persen sebagai zona *non-pengembangan*. Dari total tersebut, 302,6 hektare atau 39 persen telah termanfaatkan, sementara 135 hektare atau 17 persen direncanakan untuk dikembangkan seiring meningkatnya aktivitas ekonomi dan pariwisata di kawasan tersebut. Hingga tahun 2025, telah terbangun Hotel Pullman Lombok, Hotel Montana Oceanside, Mandalika Beach Club, Restoran Pawon Nusantara, dan Restoran Recharge

Pengembangan aksesibilitas kawasan Mandalika berkontribusi pada peningkatan wisatawan sebesar

15,4 persen.

MotoGP Mandalika 2025 sukses menarik **140.324 penonton** atau meningkat **15,7 persen** dari tahun sebelumnya

Pemerintah pusat dan daerah turut memperkuat pengembangan Mandalika melalui peningkatan aksesibilitas, antara lain Bandara Internasional Lombok, jalan bypass BIL–Mandalika, serta akses Pelabuhan Gili Mas untuk cruise terminal dan Pelabuhan Kapal Laut Lombok-Jawa yang mendukung mobilitas wisatawan, logistik, dan peserta *event*. Dukungan ini berkontribusi pada melonjaknya kunjungan wisatawan, pada tahun 2025 mencapai 1.202.968 orang atau meningkat 15,4 persen dibandingkan tahun 2024 yang berjumlah 1.042.643 orang.

Periode 2024–2025 menunjukkan bahwa KEK Mandalika mengalami percepatan pembangunan dan pertumbuhan pariwisata yang signifikan, terutama didorong oleh penyelenggaraan *event internasional MotoGP Mandalika 2025*. Keberhasilan ini tercermin dari kesuksesan penyelenggaraan MotoGP 2025 yang berhasil menarik lebih dari 140.324 penonton atau meningkat 15,7 persen (*y-on-y*). Dampak penyelenggaraan *event* tersebut turut memperkuat perekonomian daerah, ditandai dengan tingkat okupansi hotel yang mencapai 100 persen di Kawasan Mandalika dan 90 persen di Kota Mataram dan Lombok Tengah selama periode balapan. Selain itu, penyelenggaraan MotoGP melibatkan 202 Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM), diikuti penambahan 44 penerbangan yang terdiri dari Garuda Indonesia (18 penerbangan), Citilink (10 penerbangan), Air Asia (8 penerbangan), dan Wings Air (8 penerbangan).

Persiapan fasilitas penunjang MotoGP Mandalika 2025 menunjukkan kesiapan yang kuat dan terkelola dengan baik, ditandai oleh peningkatan infrastruktur, penguatan layanan, dan dukungan sumber daya yang mencukupi. Berbagai perbaikan telah dilakukan MGPA dan pihak terkait, sementara sistem teknis seperti *race control* dan *telemetry* telah disesuaikan dengan standar Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM). Untuk mendukung mobilitas penonton, MGPA menyediakan 130 unit transportasi yang terdiri dari bus dan minibus. Layanan kesehatan juga diperkuat melalui penyediaan tenaga medis, ambulans, pos kesehatan di berbagai titik, dan helikopter evakuasi. Selain itu, sebanyak 240 *officials* dan 2.050 *volunteer* terlibat dalam penyelenggaraan, mencerminkan kesiapan SDM yang memadai. Dari sisi pendanaan dan promosi, nilai *sponsorship* dan *marketing* mencapai sekitar Rp127 miliar, menunjukkan besarnya dukungan sektor swasta terhadap ajang internasional tersebut.



(Peta Citra 2019)



(Peta Citra 2024)

Sumber: Google Earth

Gambar 2.1. Perubahan Tutupan Lahan Tahun 2019-2024 KEK Mandalika

2.2 Investasi Infrastruktur KEK Mandalika dan Pertamina Mandalika International Circuit



Sumber : Shutterstock / Akhmad Dody Firmansyah

Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) memiliki kontribusi dalam pembangunan infrastruktur dasar dan fasilitas penunjang di kawasan KEK Mandalika yang mendorong pemulihan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja

Meskipun menghadapi tekanan Pandemi Covid-19, ITDC berhasil mempertahankan keberlanjutan pembangunan kawasan Mandalika. Pembangunan kawasan The Mandalika tetap berjalan dan diikuti dengan Pemerintah memberikan dukungan melalui penyediaan Penyertaan Modal Negara (PMN) kepada ITDC sebesar Rp500 miliar dalam kerangka Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2020. Pendanaan ini dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur dasar dan fasilitas penunjang KEK Mandalika, sekaligus mendorong pemulihan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan UMKM. Berbagai forum investasi internasional telah dilaksanakan untuk mendapatkan minat investasi dari Uni Emirat Arab, Australia, Taiwan, dll. Sejumlah investor telah melakukan penandatanganan kerja sama pemanfaatan lahan untuk pengembangan kawasan pariwisata ke depan.

Selama periode Pandemi Covid-19, ITDC terus melanjutkan pembangunan infrastruktur kawasan tanpa mengalami perlambatan. Pekerjaan difokuskan pada kesiapan infrastruktur pendukung MotoGP, pembangunan fasilitas publik, serta pengembangan hotel sebagai pionir properti di kawasan. Aktivitas investasi tercermin dari peningkatan pembelian aset tetap dan pengelolaan dana melalui instrumen keuangan untuk menjaga likuiditas. Arus kas investasi tercatat mencapai (Rp312,54 miliar), mencerminkan intensitas belanja modal untuk percepatan pengembangan kawasan. Secara keseluruhan, total aset ITDC meningkat menjadi Rp2,98 triliun pada akhir 2020, naik 48,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini berasal dari pertumbuhan nilai aset tetap dan properti investasi, terutama yang terkait dengan pembangunan kawasan The Mandalika.

Total Aset ITDC Meningkat
93% menjadi
Rp5,74 Triliun
 pada 2021

Tahun 2021 menjadi fase strategis bagi ITDC dalam mempercepat pemulihan dan pembangunan kawasan pariwisata Mandalika. Fokus investasi diarahkan pada penyelesaian berbagai infrastruktur strategis yang mendukung penyelenggaraan event internasional serta meningkatkan nilai kawasan. Upaya tersebut menghasilkan peningkatan signifikan pada total aset ITDC yang mencapai Rp5,74 triliun, atau naik 93 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini terutama didorong oleh pembangunan Jalan Kawasan Khusus/Mandalika International Circuit, penguatan infrastruktur dasar, serta penyelesaian konstruksi Hotel Pullman Mandalika.

Struktur pendanaan dan strategi investasi menjadi pilar utama ITDC dalam memastikan keberlanjutan pembangunan kawasan The Mandalika. Dalam mendukung pendanaan pembangunan kawasan, ITDC menandatangani Fasilitas Kredit Sindikasi HIMBARA yang terdiri dari Kredit Investasi Rp400 miliar untuk pembangunan sirkuit, Kredit Modal Kerja Rp150 miliar untuk persiapan WSBK dan MotoGP, serta SBLC senilai EUR 14,6 juta. Selain itu, ITDC memperkuat strategi investasi melalui kerja sama pemanfaatan lahan dan pengembangan properti investasi, dengan nilai HPL kawasan Mandalika yang masuk dalam portofolio properti investasi mencapai Rp613,34 miliar melalui skema *Land Utilization and Development Agreement* (LUDA) sebagai aset jangka panjang yang stabil.

Selain itu, investasi non-fisik dan penguatan infrastruktur pendukung menjadi elemen strategis dalam peningkatan kesiapan kawasan sebagai destinasi kelas dunia. Hal ini tercermin dari pengembangan teknologi informasi senilai Rp2,89 miliar yang diarahkan untuk memperkuat transformasi bisnis melalui pembangunan aplikasi serta infrastruktur teknologi informasi. Selain itu, penyelesaian berbagai infrastruktur utama mulai dari sistem kelistrikan premium PLN, jalur mobilitas udara, hingga kerja sama layanan fasilitas terintegrasi menjadi fondasi penting yang memastikan kualitas layanan kawasan tetap optimal dan memenuhi standar internasional.

Pada tahun 2023, kinerja keuangan ITDC menunjukkan perkembangan yang positif meskipun masih dibayangi oleh kerugian operasional. Pendapatan usaha meningkat signifikan hingga mencapai Rp885,21 miliar atau tumbuh 34,64 persen dibandingkan tahun 2022, didorong oleh strategi optimalisasi aset dan penyelenggaraan berbagai event. Total aset perusahaan juga bertambah 6,37 persen sehingga mencapai Rp7,30 triliun per 31 Desember 2023. Namun demikian, ITDC masih mencatat kerugian tahun berjalan sebesar Rp278,41 miliar.

Multiplier effect sejak
 Mandalika beroperasi
 mencapai
Rp5,03 Triliun
 sehingga menjadi KEK
 pariwisata dengan kontribusi
 terbesar secara nasional

Pada tahun 2025, KEK Mandalika menegaskan posisinya sebagai kawasan pariwisata strategis dengan kontribusi ekonomi yang kuat serta meningkatnya realisasi investasi. Sebanyak 28 pelaku usaha telah beroperasi di dalam kawasan dengan 30 objek yang dikerjasamakan melalui skema LUDA dan realisasi investasi sebesar Rp753 miliar. Secara kumulatif, *multiplier effect* sejak Mandalika beroperasi mencapai Rp5,03 triliun, menjadikannya salah satu KEK pariwisata dengan kontribusi ekonomi terbesar secara nasional. Investor yang telah beroperasi mencakup Montana Oceanside Hotel & Komersial, Alangen Food Gallery, Mandalika Beach Club, Lipco Jewelry, SWRO Mandalika, SPBU Mandalika, dan Pawon Nusantara. Sementara itu, investor baru melalui program New LUDA 2025 meliputi Tumbow Beach Club (ACTA-1), Villa Bukit Niti (VH1-A), Wakeboard Park (WL1), Kleo Beach Club (TTA3-A), Absolute Racing Garage (WCH5-A), dan Hotel Jambuluwuk Mandalika (lot KG2-3).

Tabel 2.1 Data LUDA dan Status Investor Mandalika

A. LUDA Signed – Operasional / Konstruksi

No	Lot	Fasilitas	Luas (m²)	Investor	LUDA	Status
1	IC1	SWRO	20.000	PT *** (undisclosed)	2016	Operasional
2	KCH1	The Oceanside Mandalika	6.949	PT *** (undisclosed)	2017	Operasional
3	C5/ BK14	Mandalika Beach Club	9.373	PT *** (undisclosed)	2018	Operasional
4	SC1-A	SPBU dan Fasilitasnya	9.116	PT *** (undisclosed)	2020	Operasional
5	—	Jalan Akses Raja Hotel	1.286	PT *** (undisclosed)	2021	Operasional
6	—	Jalur Listrik Temp. Raja Hotel	58 m ¹	PT *** (undisclosed)	2021	Operasional
7	ICT	JKK Mandalika	10.115 & 314	PT *** (undisclosed)	2022	Operasional
8	BKC4	Alangen Food Gallery	1.751	PT *** (undisclosed)	2022	Operasional (Phase 1)
9	H6/BS4	Novotel & fasilitas utilitas	14.512	PT *** (undisclosed)	2024	Operasional
10	MCA2	Lipco Jewelry	818	PT *** (undisclosed)	2024	Operasional
11	MKC1	Pawon Nusantara Resto	280	PT *** (undisclosed)	2024	Operasional
12	VH1-A	Villa On The Hill	8.979	PT *** (undisclosed)	2025	Konstruksi
13	TTA3-A	Luxury Brand Hotel	101.185	PT *** (undisclosed)	2025	Konstruksi

Sumber: ITDC Mandalika, 2025



B. LUDA Signed – Dalam Proses Amandemen / Terminasi / Desain

No	Lot	Fasilitas	Luas (m ²)	Investor	LUDA	Status
14	KCH2	Mixed Use	19.306	PT *** (undisclosed)	2018	Somasi III / Proses Terminasi
15	BKC1	Mixed Use	2.842	PT *** (undisclosed)	2018	Proses Amandemen
16	MCA1	Mixed Use	4.635	PT *** (undisclosed)	2019	Proses Desain; Reminder I
17	KGH3	Mixed Use	7.835	PT *** (undisclosed)	2019	Menunggu C&C (LAAM & SBU)
18	BKC2-3	Mixed Use	6.107	PT *** (undisclosed)	2021	Proses Desain
19	KGC5	Komersial	225	PT *** (undisclosed)	2022	Proses Amandemen
20	KQ4	JM Hotel	2.106	PT *** (undisclosed)	2023	LUDA Signed 28 Nov 2023
21	KQ2-3	Jambululuwuk Hotel	16.689	PT *** (undisclosed)	2023	Proses Desain
22	ACTA-1	Komersial	4.510	PT *** (undisclosed)	2025	Signed LUDA
23	WL1 & LH1B	Wakepark	73.400	PT *** (undisclosed)	2025	Proses Desain
24	WCH5-A	Luxury Garage & Workshop	7.035	PT *** (undisclosed)	2025	Proses Desain

Sumber: ITDC Mandalika, 2025

2.3 Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika menjadi agenda strategis nasional yang berperan penting dalam pengembangan *sport tourism* di Indonesia. Implementasi kegiatan ini berlangsung di Pertamina Mandalika International Circuit, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, yang pengelolaannya dilaksanakan oleh MGPA. Dalam struktur penyelenggaraan, MGPA memegang tanggung jawab utama untuk mengoordinasikan aspek teknis, operasional, serta layanan pendukung, sementara Dorna Sports berfungsi sebagai promotor internasional dan pemegang hak komersial MotoGP yang menetapkan kalender balap dan standar penyelenggaraan global.

Presiden RI Prabowo Subianto: Arahan untuk pengembangan *sport tourism* serta pembinaan atlet nasional ke depan

Keberhasilan event MotoGP Mandalika bertumpu pada kolaborasi kelembagaan yang kuat antara ITDC, MGPA, pemerintah pusat dan daerah, asosiasi dan industri, serta pemilik lisensi yaitu Dorna Sports. Dukungan pemerintah hadir melalui berbagai kementerian dan lembaga yang memberikan fasilitasi perizinan, pengamanan, pengaturan lalu lintas, kesiapan transportasi, keterlibatan UMKM dan sektor swasta, hingga promosi pariwisata. Sinergi lintas sektor ini menjadi prasyarat untuk memastikan seluruh tahapan penyelenggaraan dapat berjalan sesuai standar dan memenuhi ekspektasi seluruh pemangku kepentingan.



Gambar 2.2. Kunjungan Pembalap MotoGP di Istana Presiden

Presiden Republik Indonesia, Prabowo Subianto, menerima kunjungan juara dunia MotoGP Marc Marquez bersama dua pembalap muda Indonesia, Mario Aji dan Veda Ega Pratama, di Istana Merdeka, Jakarta, pada Selasa, 30 September 2025. (Foto: BPMI Setpres)

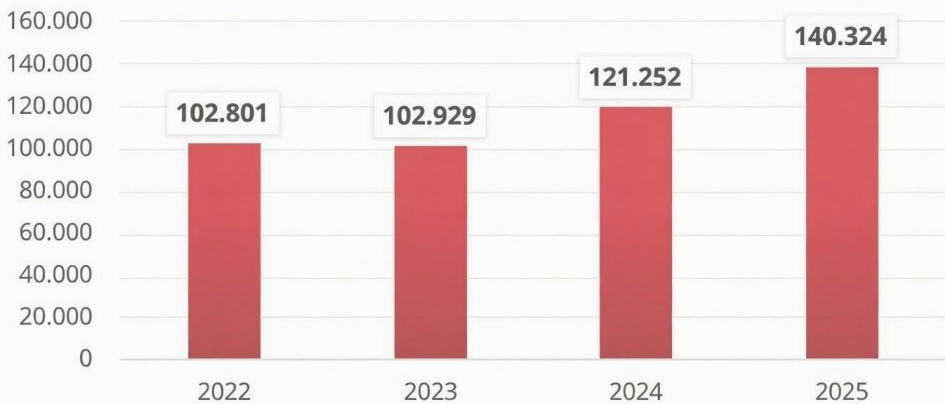
“

Peningkatan penonton MotoGP Mandalika dari tahun ke tahun mengindikasikan semakin kuatnya posisi Mandalika sebagai destinasi *sport tourism* di mata wisatawan dari dalam dan luar negeri.

”

Dari aspek penyelenggaraan, MotoGP Mandalika menunjukkan perkembangan positif yang tercermin dari peningkatan jumlah penonton setiap tahunnya. Data resmi MGPA mencatat bahwa jumlah penonton MotoGP Mandalika 2025 mencapai 140.324 orang, atau meningkat 15,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Tren ini mengindikasikan semakin kuatnya posisi Mandalika sebagai destinasi *sport tourism* unggulan yang menarik minat wisatawan lokal (wislok), wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Kehadiran puluhan ribu penonton tersebut juga menghasilkan dampak ekonomi langsung, terutama melalui peningkatan tingkat hunian hotel, pergerakan transportasi, konsumsi wisatawan, dan aktivitas UMKM lokal. Berbagai kajian mencatat bahwa kontribusi ekonomi yang dihasilkan event ini memberikan nilai tambah signifikan bagi perekonomian daerah.

Jumlah Penonton MotoGP Mandalika



Grafik 2.1. Jumlah Penonton MotoGP Mandalika tahun 2022-2025

Tabel 2.2 Daftar Pembalap yang Naik Podium MotoGP Mandalika tahun 2022-2025

TAHUN	NAMA PEMBALAP		
	MotoGP	Moto2	Moto3
2022	Peringkat 1: Miguel Oliveira Peringkat 2: Fabio Quartararo Peringkat 3: Johann Zarco	Peringkat 1: S. Chantra Peringkat 2: C. Vietti Ramus Peringkat 3: A. Canet	Peringkat 1: D. Foggia Peringkat 2: I. Guevara Peringkat 3: C. Tatay
2023	Peringkat 1: Francesco Bagnaia Peringkat 2: Maverick Vinales Peringkat 3: Fabio Quartararo	Peringkat 1: P. Acosta Peringkat 2: A. Canet Peringkat 3: F. Aldeguer	Peringkat 1: D. Moreira Peringkat 2: D. Alnso Peringkat 3: D. Munoz
2024	Peringkat 1: Jorge Martin Peringkat 2: Pedro Acosta Peringkat 3: Francesco Bagnaia	Peringkat 1: A Canet Peringkat 2: A Ogura Peringkat 3: A Lopez	Peringkat 1: D. Alonso Peringkat 2: A. Fernandez Peringkat 3: D. Munoz
2025	Peringkat 1: Fermin Aldeguer Peringkat 2: Pedro Acosta Peringkat 3: Alex Marquez	Peringkat 1: D. Moreira Peringkat 2: Manuel Gonzalez Peringkat 3: Izan Guevara	Peringkat 1: J. Antonio Rueda Peringkat 2: L. Lunetta Peringkat 3: G. Pini

Meskipun menunjukkan perkembangan positif, penyelenggaraan MotoGP Mandalika sebagai event berskala internasional tetap menghadapi sejumlah tantangan yang perlu mendapat perhatian. Beberapa isu yang muncul meliputi harga tiket, pengaturan lalu lintas menuju sirkuit, kesiapan fasilitas publik, serta kualitas layanan yang dirasakan penonton. Pada masa awal penyelenggaraan, aspek teknis seperti kondisi lintasan juga menjadi fokus perbaikan untuk memenuhi standar balap internasional. Seiring dengan evaluasi berkelanjutan, penyelenggara bersama pemerintah terus melakukan penyesuaian dan peningkatan agar mutu layanan, kenyamanan, serta pengalaman penonton dapat meningkat secara konsisten setiap tahun.

Kehadiran Presiden Republik Indonesia dan menteri dalam prosesi penyerahan medali MotoGP Mandalika memiliki makna strategis yang penting. Kehadiran tokoh tersebut menjadi simbol komitmen negara terhadap *sport tourism* berkelas dunia dan posisi Indonesia di mata komunitas olahraga serta pariwisata global. Partisipasi langsung Presiden tidak hanya meningkatkan prestise dan kredibilitas *event* internasional, tetapi juga mengirimkan sinyal politik dan ekonomi yang jelas kepada dunia bahwa Indonesia serius menjadikan MotoGP Mandalika sebagai agenda berkelanjutan, aman, dan bernilai tinggi. Momentum ini memperkuat kepercayaan investor, penyelenggara olahraga internasional, serta wisman terhadap pariwisata Indonesia.

MotoGP 2022



MotoGP 2023



MotoGP 2024



MotoGP 2025



Gambar 2.3. Penyerahan Trophy Juara MotoGP Mandalika 2022-2025

Foto 2022: Presiden Jokowi menyerahkan *trophy* juara. 2023: Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno menyerahkan *trophy* juara. 2024: Presiden Jokowi beserta Menteri Badan Usaha Milik Negara, dan Menteri Pemuda dan Olahraga menyerahkan *trophy* juara, 2025: Menteri Pemuda dan Olahraga Erick Thohir menyerahkan *trophy* juara

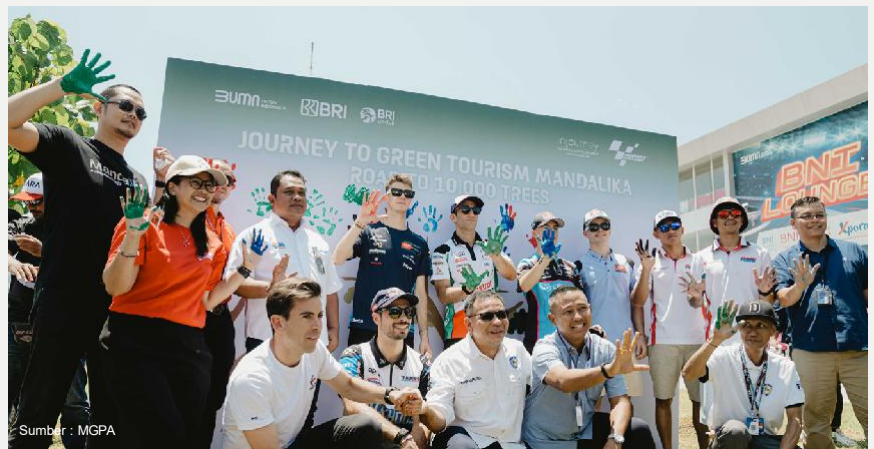
Meskipun demikian, penyelenggaraan MotoGP Mandalika menghadapi tantangan strategis berupa peningkatan biaya *event fee* atau *hosting fee* setiap tahunnya. Hal ini memicu kontroversi publik akibat belum jelasnya pembagian tanggung jawab antara pemerintah dan pemerintah daerah. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat menyatakan memiliki ruang fiskal yang terbatas. Adapun Kementerian Pariwisata mendapatkan catatan dari Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) terkait penyediaan *hosting fee* di tahun 2022. Kendala ini menegaskan kebutuhan akan analisis yang komprehensif untuk merumuskan model pembiayaan yang berkelanjutan antara Dorna Sports dengan ITDC/MGPA guna menjamin keberlanjutan penyelenggaraan MotoGP Mandalika di masa mendatang.



Sumber : MGPA

2.4 Standar Keberlanjutan Lingkungan Kawasan Sirkuit

Pengembangan KEK Mandalika menekankan pentingnya keberlanjutan lingkungan dan pelibatan masyarakat sebagai fondasi utama pembangunan. Fokus tersebut kemudian diterjemahkan oleh ITDC/MGPA melalui berbagai program yang tidak hanya membangun infrastruktur fisik, tetapi juga menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Upaya ini mencakup penerapan standar keberlanjutan, pengelolaan kawasan yang berbasis komunitas, serta penyelarasan seluruh rencana kerja dengan target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/*Sustainable Development Goals* (TPB/SDGs).



Gambar 2.4. Kegiatan Journey To Green Tourism Mandalika (ITDC, 2024)

Penerapan prinsip ekonomi hijau (*green economy*) menjadi fokus utama dalam pengelolaan kawasan Sirkuit Internasional Mandalika untuk meminimalkan dampak lingkungan dari penyelenggaraan event. Komitmen ini diwujudkan melalui kebijakan operasional yang mencakup sistem pengelolaan sampah terpadu dengan melibatkan pemerintah daerah, sektor swasta, dan komunitas lokal guna meningkatkan efektivitas pemilahan serta daur ulang limbah. Selain itu, kebijakan "Diet Plastik" diterapkan untuk membatasi penggunaan plastik sekali pakai di seluruh area sirkuit. Pembangunan infrastruktur di kawasan ini juga diwajibkan memenuhi standar Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), disertai inisiatif penanaman pohon sebagai bagian dari upaya mitigasi jejak karbon.

Pelibatan masyarakat (*community engagement*) menjadi elemen kunci dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika karena berperan sebagai penggerak ekonomi lokal di Nusa Tenggara Barat. Keterlibatan ini tercermin dari partisipasi ribuan UMKM dalam dalam rantai pasok layanan, mulai dari penyediaan kuliner, akomodasi, hingga *souvenir*, yang secara signifikan meningkatkan perputaran ekonomi di tingkat daerah. Selain itu, berbagai program peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dilakukan melalui pelatihan *hospitality* dan literasi digital untuk memastikan masyarakat lokal mampu memenuhi standar layanan pariwisata internasional.

MotoGP Mandalika mendorong inklusivitas dengan pelibatan masyarakat lokal melalui dukungan kewirausahaan, pemberdayaan UMKM, dan peningkatan kapasitas SDM

Sinergi antara aspek lingkungan hidup dan tanggung jawab sosial menjadi fondasi utama bagi terwujudnya pembangunan berkelanjutan di KEK Mandalika. Prinsip ini memastikan bahwa setiap *event* olahraga internasional, termasuk MotoGP, tidak hanya berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi regional, tetapi juga sebagai *platform* untuk menjaga kelestarian lingkungan dan memperkuat kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan yang terencana dan berkelanjutan, penyelenggaraan ajang tersebut diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.



Sumber : MGPA



BAB3

SIGNIFIKASI MOTOGP MANDALIKA 2025

3.1 Pengaruh Sosial Ekonomi

3.1.1 Dampak Langsung (*Direct Impact*) Stimulus Dampak Ekonomi



Sumber : MGPA

Penyelenggaraan MotoGP memberikan dampak langsung dan dampak tidak langsung bagi perekonomian nasional dan regional terutama pada 3 (tiga) hari penyelenggaraan yaitu Jumat, Sabtu, dan Minggu untuk agenda *free practices*, kualifikasi, dan balap. *Event* internasional ini mendatangkan spektator dari dalam dan luar negeri. Beberapa wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) bahkan hadir sebelum *event* dan tinggal di Lombok beberapa hari setelah *event*. Adapun dampak ekonomi dapat diklasifikasikan menjadi: dampak langsung (*direct impact*), dampak tidak langsung (*indirect impact*), dan dampak terhadap penciptaan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat.

Dampak langsung dari penyelenggaraan MotoGP 2025 mencakup jumlah pengunjung, pendapatan dari penjualan tiket, penerimaan sektor akomodasi, serta berbagai bentuk pengeluaran wisatawan selama berlangsungnya *event*. Selain itu turut diuraikan pengeluaran pemerintah pusat dan pemerintah daerah serta investasi swasta yang dialokasikan untuk mendukung penyelenggaraan MotoGP. Melalui analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kontribusi *event* terhadap perekonomian nasional dan setempat.

Pengunjung MotoGP



Gelaran MotoGP Mandalika 2025 mencatat rekor jumlah penonton sebanyak **140.324** Jumlah tertinggi selama empat tahun pelaksanaannya.

Jumlah pengunjung gelaran MotoGP 2025 cukup tinggi yaitu sebanyak 140.324 penonton selama tiga hari penyelenggaraan, jumlah ini meningkat sebanyak 15,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah ini merupakan rekor tertinggi dari empat tahun pelaksanaan MotoGP Mandalika. Untuk menghitung jumlah pengunjung yang hadir secara langsung, angka kumulatif tersebut tidak secara langsung merepresentasikan jumlah pengunjung per individu (riil) karena seluruh tiket yang dijual adalah tiket terusan untuk tiga hari (*3 day pass*). Dengan mempertimbangkan hal tersebut, untuk mengurangi risiko penghitungan ganda (*double counting*), maka jumlah pengunjung riil diasumsikan adalah sebesar 67.905 orang. Hal ini mengacu pada jumlah penonton tertinggi yang tercatat pada hari Minggu sebagai indikator paling mendekati kehadiran individu yang sebenarnya (saat puncak acara MotoGP).

	2023 INDONESIA			2024 INDONESIA			2025 INDONESIA		
	CIRCUIT	Paddock + VIP VILLAGE	TOTAL	CIRCUIT	Paddock + VIP VILLAGE	TOTAL	CIRCUIT	Paddock + VIP VILLAGE	TOTAL
THURSDAY	-	-	0	-	1.680	1.680	-	1.903	1.903
FRIDAY	5819	2.697	8.516	9.721	2.661	12.382	12.012	3.767	15.779
SATURDAY	17.607	3.677	21.284	43.104	3.377	46.481	50.229	4.508	54.737
SUNDAY	69.525	3.604	73.129	57.472	3.237	60.709	63.196	4.709	67.905
TOTAL	92.951	9.978	102.929	110.297	10.955	121.252	125.437	14.887	140.324

Gambar 3.1 Jumlah Spektator Selama Periode MotoGP Mandalika 2023-2025
Sumber: MGPA (2025)

Terdapat selisih antara potensi jumlah riil pengunjung dengan penjualan tiket sebanyak **25.501** sehingga diperlukan analisis untuk mengidentifikasi selisih tersebut.

Dari total pengunjung sebesar 67.905 orang, jumlah penjualan tiket resmi tercatat sebanyak 42.854 tiket sehingga diperlukan analisis untuk mengidentifikasi sebanyak 25.501 (selisih antara potensi jumlah riil pengunjung dengan penjualan tiket) pengunjung lainnya. Dari total tersebut, terdapat 2.050 *volunteer* yang bertugas, 1.903 kru MotoGP di paddock, dan 21.098 orang yang diasumsikan merupakan tiket yang dibagikan sebagai undangan yang dialokasikan untuk berbagai pemangku kepentingan, pemerintah, sponsor, media, dan kalangan masyarakat baik wisatawan lokal maupun wisatawan nusantara. Pemberian tiket undangan ini dilakukan kepentingan promosi, hubungan kelembagaan, serta maupun peningkatan keterlibatan publik dalam *event*.

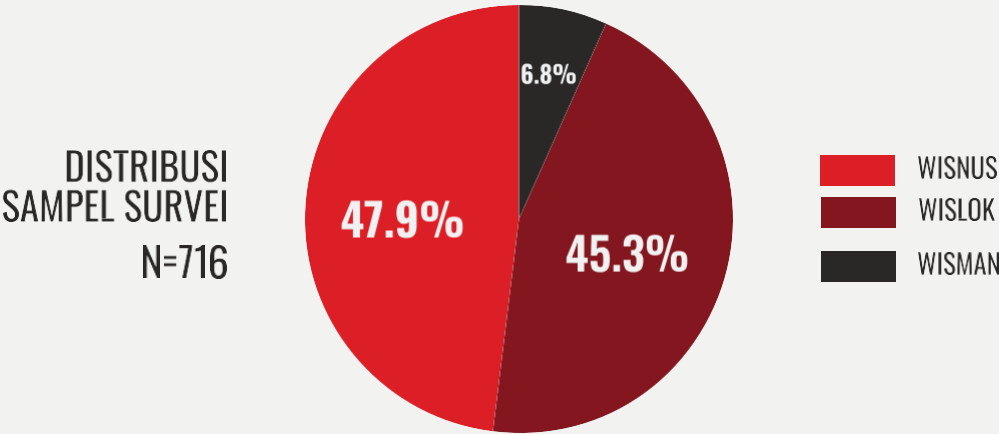


Penjualan tiket MotoGP Mandalika 2025 mencapai 42.854 tiket dengan dominasi penjualan tertinggi pada kategori grandstand, hal ini menunjukkan tingginya minat penonton pada segmen ini yang menawarkan keseimbangan antara harga tiket dan kualitas pengalaman menonton. Penjualan tiket VIP dan *hospitality* masih relatif terbatas. Sementara itu, kategori festival juga mencatatkan penjualan yang relatif terbatas. Walaupun terbatas, penjualan festival ini menunjukkan animo dan segmentasi pasar penikmat konsep hiburan dan atraksi pendukung sebagai bagian dari pengembangan ekosistem *event sport tourism* yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan.

Dalam melakukan analisis lebih lanjut, diperlukan pendalaman dan asumsi terhadap kategori dan pembagian tiket undangan. Undangan tersebut terbagi menjadi dua kategori yaitu undangan lokal dan undangan luar kota dengan asumsi pembagian 75 persen dan 25 persen. Asumsi ini mempertimbangkan pola distribusi undangan pada *event* berskala nasional umumnya mengikuti logika kedekatan geografis, hubungan kelembagaan, serta kebutuhan promosi daerah. Undangan lokal lebih banyak yang meliputi undangan untuk pemerintah daerah, komunitas lokal, media, organisasi masyarakat, pelajar, dan mitra strategis di sekitar sirkuit untuk mendorong partisipasi publik dan memperkuat *sense of ownership* terhadap penyelenggaraan MotoGP. Sementara itu, undangan luar kota lazim diberikan dalam jumlah lebih terbatas kepada sponsor nasional, instansi pemerintah, serta pemangku kepentingan lainnya yang memiliki keterlibatan/kewenangan pada tingkat nasional atas penyelenggaraan MotoGP.



Setelah memperkirakan jumlah undangan, disusun asumsi lanjutan untuk membagi sekitar 42 ribu pengunjung yang membeli tiket berdasarkan daerah asal. Pembagian ini menggunakan data dari survei primer yang dilakukan oleh Bappenas pada 4-20 Oktober 2025 terhadap 716 responden (Lampiran 2). Hasil survei menunjukkan bahwa proporsi wisman mencapai 6,8 persen. Angka proporsi tersebut kemudian dikalikan dengan total pengunjung berbayar untuk mendapatkan estimasi jumlah wisman. Selain itu, wisman juga ditambah wisatawan yang berasal dari kategori *Paddock* (C) pada hari pertama yang jumlahnya 1.903 orang. Dengan menggabungkan kedua sumber tersebut, total wisman diperkirakan mencapai 4.840 orang. Proses perhitungan yang sama juga diterapkan untuk wisnus dan wislok. Dari total sekitar 39 ribu pengunjung yang membeli tiket, hasil survei menunjukkan bahwa 47,9 persen merupakan wisnus dan 45,3 persen berasal dari wislok. Dengan menggunakan proporsi tersebut, jumlah wisnus diperkirakan mencapai sekitar 21 ribu orang, sedangkan wislok berjumlah sekitar 18 ribu orang.



Grafik 3.1. Distribusi Sampel Survei
Sumber: Survei Bappenas (2025)

Tabel 3.1. Jumlah Wisatawan MotoGP 2025 berdasarkan Golongan

DATA	JUMLAH (ORANG)	KETERANGAN
Jumlah Wisman (Penonton dan Paddock)	4.480	Diperoleh dari Estimasi Penjualan Tiket (B)
Jumlah Wisatawan Nusantara (Wisnus)	21.829	
Jumlah Wisatawan Lokal (Wislok)	18.088	
Total Penjualan Resmi + Paddock	44.757	

Sumber: MGPA, 2025; diolah penulis

Komposisi wisatawan MotoGP 2025 menunjukkan bahwa pasar domestik menjadi penopang utama jumlah pengunjung. Pasar domestik yang terdiri atas wisnus dan wislok mencapai lebih dari 90 persen total wisatawan. Dominasi ini mengindikasikan bahwa *event* MotoGP berfungsi kuat sebagai *domestic demand-driven event*, di mana dampak ekonomi sangat bergantung pada mobilitas antarwilayah di dalam negeri dan daya beli masyarakat domestik.

Pendapatan Tiket

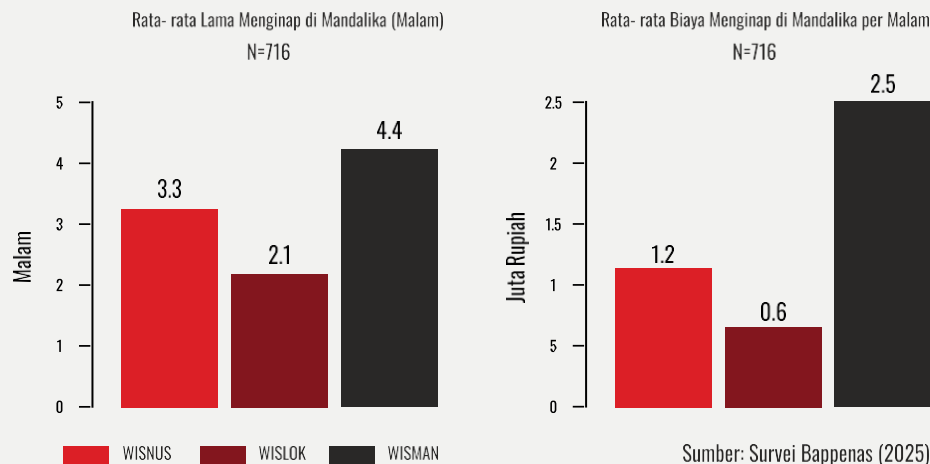


Total pendapatan tiket yang digunakan ke dalam model analisis dampak adalah sebesar Rp29,1 miliar. Penjualan tiket MotoGP 2025 menunjukkan komposisi yang beragam berdasarkan jenis tiket dan tingkat harga. Adapun kelas tiket yang dijual meliputi kelas VVIP Royal Box, VIP Deluxe Class, VIP Luxury Tent, premium Grandstand, serta Regular Grandstand.

Harga tiket diskon juga diberikan khusus untuk pemilik KTP Nusa Tenggara Barat yang mencapai 50%. Misalnya, premium Grandstand A dari harga awal Rp1.750.000 kini menjadi Rp875.000. Direktur Utama Mandalika Grand Prix Association (MGPA), Priandhi Satria, menekankan bahwa kebijakan harga khusus bagi pemilik KTP Nusa Tenggara Barat tidak hanya bertujuan sebagai upaya promosi, tetapi juga merupakan apresiasi kepada masyarakat setempat yang memiliki peran penting dalam mendukung terselenggaranya MotoGP Mandalika (themandalikapp, 2025).



Pengeluaran Akomodasi



Grafik 3.2. Rata-rata lama menginap (malam) dan Rata-rata biaya menginap (malam)

Sumber: Survei Bappenas (2025)

Berdasarkan hasil survei, wisman menjadi kelompok dengan rata-rata lama menginap dan biaya menginap tertinggi. Berdasarkan grafik 3.2, wisman memiliki waktu rata-rata menginap sebanyak 4,4 malam. Adapun berdasarkan grafik 3.2 wisman juga menghabiskan biaya akomodasi lebih besar yaitu Rp2,5 juta per malam. Adapun untuk waktu rata-rata menginap untuk wisatawan nusantara sebanyak 3,3 malam dan wisatawan lokal sebanyak 2,1 malam. Di sisi lain, wislok memiliki biaya akomodasi terendah karena mayoritas orang di kelompok ini tidak menginap.

Tingkat okupansi hotel di Pulau Lombok selama periode penyelenggaraan MotoGP Mandalika menunjukkan pola yang bervariasi antarwilayah. Kota Mataram dan Lombok Tengah mencatat tingkat hunian mencapai 90 persen, Lombok Barat mencapai 80 persen, sedangkan Lombok Timur mencapai 40 persen, Lombok Utara justru mencatat tingkat okupansi penuh atau 100 persen kawasan tiga Gili sedangkan di daerah Tanjung dan wilayah sekitarnya mencatat tingkat okupansi 60 persen (PHRI NTB, 2025). Perlu dicatat bahwa tingginya okupansi ini tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh penonton MotoGP karena tidak seluruh pengunjung adalah penonton MotoGP. Bulan September pada dasarnya merupakan periode ramai kunjungan wisata (*high season*), sehingga secara alami permintaan kamar hotel meningkat meskipun tanpa kehadiran *event* besar.

Di sisi lain, pada setiap penyelenggaraan MotoGP Mandalika maupun *event* berskala besar lainnya di Lombok, harga akomodasi-baik hotel berbintang maupun non bintang-sering kali mengalami lonjakan yang signifikan tinggi. Kondisi ini dipicu oleh tingginya permintaan serta keberadaan pihak ketiga atau perantara (*broker*) untuk memperoleh keuntungan jangka pendek (PHRI NTB, 2025). Praktik tersebut kerap menyebabkan tarif kamar meningkat secara tidak wajar dan menimbulkan persepsi bahwa pihak hotel secara sengaja menaikkan harga.

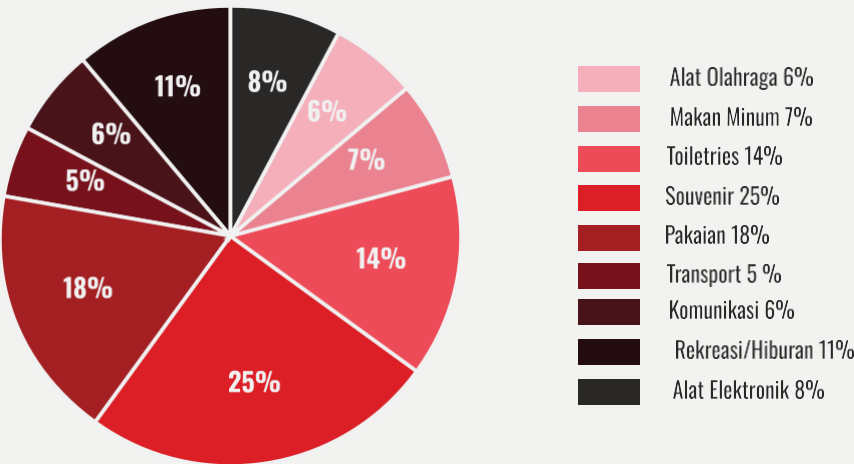
Berdasarkan Survei Bappenas (2025), tingkat kepuasan terhadap akomodasi tergolong rendah-sedang. Tingkat kepuasan layanan akomodasi terhadap harga yang dibayarkan adalah sebesar 3,9 dari skala 5 untuk wisnus dan 3,8 dari skala 5 untuk wisman. Hal ini menunjukkan masih kurang puasnya wisatawan terhadap layanan akomodasi dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Pemerintah Daerah sebenarnya telah mengatur batas kenaikan harga akomodasi melalui Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 9 Tahun 2022. Pergub ini mengatur batas kenaikan berdasarkan lokasi akomodasi, yaitu hingga 100% (1 kali harga tarif normal) untuk lokasi penyangga *event*, 200% (2 kali harga tarif normal) untuk lokasi sub-utama *event*, dan 300% (3 kali harga tarif normal) untuk lokasi utama di sekitar *event*. Namun demikian, masih terdapat perbedaan dalam interpretasi batas kenaikan ini sehingga menyebabkan kenaikan harga yang tidak wajar. Oleh karena itu, sosialisasi, penjelasan, dan penegakan mengenai Pergub ini perlu ditingkatkan.

Pengeluaran Wisatawan

Analisis pada buku ini menggunakan asumsi proporsi pengeluaran dari Studi Dampak Penyelenggaraan Event Olahraga Tunggal terhadap Perekonomian Lokal: Studi Kasus F1 Powerboat di Danau Toba (Nusantoro & Revindo, 2024) sebagai acuan. Penggunaan proporsi tersebut menjadi penting karena analisis *Input–Output* (I–O) membutuhkan pemetaan yang jelas terhadap sektor-sektor ekonomi yang relevan dan berpotensi terdampak oleh penyelenggaraan *event* MotoGP 2025. Dalam penerapannya, beberapa asumsi yang digunakan adalah:

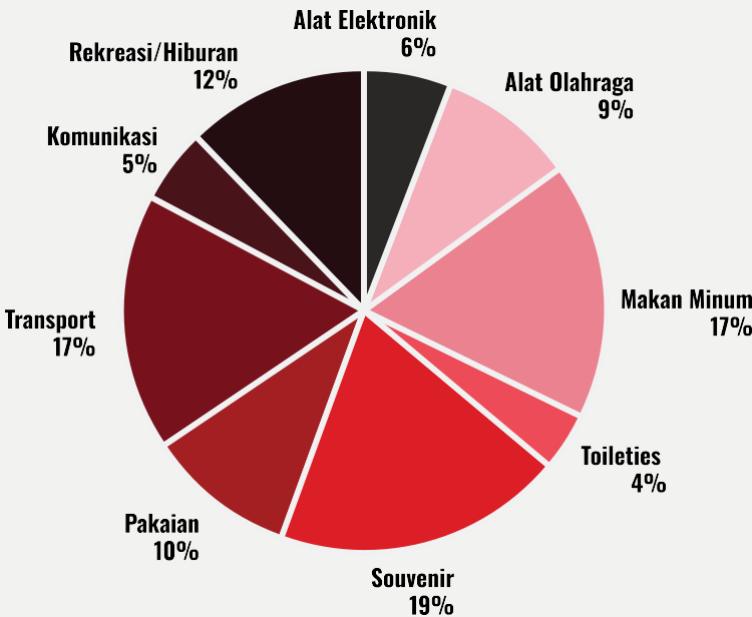
1. Proporsi pengeluaran untuk *sport tourism* pada MotoGP disamakan dengan *event Powerboat*, mengingat keduanya tergolong sebagai kegiatan *sport tourism* dengan karakteristik perilaku belanja yang relatif sejenis.
2. Proporsi pengeluaran wisnus dan wislok disamakan, karena secara umum pola konsumsi keduanya saat melakukan aktivitas wisata dianggap tidak memiliki perbedaan signifikan.
3. *Souvenir* menjadi komponen pengeluaran terbesar bagi seluruh kategori pengunjung, baik Wisman, Wisnus, maupun Wislok, sebagaimana ditunjukkan dalam studi rujukan.
4. Untuk *volunteer* dan wislok undangan, pengeluaran diasumsikan hanya berfokus pada kategori makanan–minuman dan transportasi, mengingat keterbatasan ruang gerak dan durasi keterlibatan mereka dalam *event*.

Dengan menggunakan pendekatan asumptif berbasis studi sebelumnya, analisis I–O tetap dapat dilakukan dengan struktur proporsi pengeluaran yang lebih realistis dan konsisten dengan karakteristik *event sport tourism*.



Grafik 3.3. Proporsi Pengeluaran Wisman selama periode *Event Powerboat*

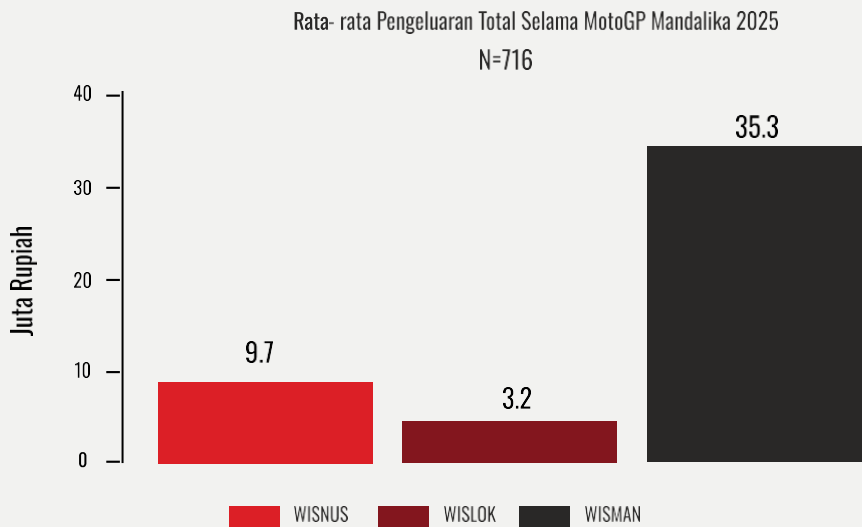
Sumber: Nusantara & Revindo (2024)



Grafik 3.4. Proporsi Pengeluaran Wisnus dan Wislok selama periode *Event Powerboat*

Sumber: Nusantara & Revindo (2024)

Total pengeluaran wisatawan selama penyelenggaraan MotoGP bervariasi berdasarkan jenisnya; Wisman tercatat memiliki rata-rata pengeluaran tertinggi, yaitu Rp35,3 juta (kurs Rp16.605). Di sisi lain, pengeluaran rata-rata wisnus sebesar Rp9,7 juta dan wislok sebesar Rp3.0 juta selama *event* berlangsung. Untuk kategori undangan, pola pengeluarannya lebih rendah dibandingkan pengunjung yang membeli tiket. Wisnus undangan mencatat rata-rata pengeluaran sekitar Rp7,3 juta, sementara wislok undangan hanya sekitar Rp1 juta, sejalan dengan keterbatasan aktivitas wisata yang mereka lakukan selama *event*.



Grafik 3.5. Proporsi Pengeluaran Total

Sumber: Survei Bappenas (2025)

Total pengeluaran penonton selama berkunjung di Mandalika bervariasi tergantung asalnya, pengeluaran wisman

Rp35,3 juta, wisnus
Rp9,7 juta dan wislok
Rp3 juta

Setelah memperoleh rata-rata pengeluaran per orang, analisis lanjutan dilakukan untuk mendistribusikan pengeluaran tersebut ke dalam sektor untuk digunakan dalam sektor *Input-Output*. Tabel 3.5 menunjukkan angka yang digunakan untuk memperoleh total stimulus berdasarkan komponen / sektor pengeluaran wisatawan. Akomodasi menjadi sektor dengan perputaran uang terbesar khususnya disumbangkan oleh wisatawan semua golongan. Sesuai pembahasan sebelumnya, terdapat data biaya rata-rata akomodasi per malam dan lama menginap. Maka dari itu, total pengeluaran akomodasi untuk setiap *k* (golongan wisatawan) dapat dihitung dengan persamaan 1. Jika dilihat secara total, wisman menghabiskan rata-rata biaya Rp12,3 juta untuk menginap selama 5 hari disusul wisnus Rp4,7 juta selama 4 hari.

$$\text{Total Pengerluan Akomodasi} = \text{rerata pengeluaran akomodasi per hari} \times \text{rerata lama menginap} \dots\dots\dots(1)$$

Pengeluaran untuk akomodasi penonton bervariasi, pengeluaran penonton wisman

Rp12,3 juta, dan wisnus
Rp4,7 juta

Untuk komponen pengeluaran di luar akomodasi, estimasi dilakukan menggunakan Persamaan 2, yang memetakan pengeluaran berdasarkan sektor ekonomi dan kelompok wisatawannya. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *souvenir* menjadi kategori belanja yang paling dominan setelah akomodasi. Temuan ini sejalan dengan karakteristik *event sport tourism*, di mana wisatawan cenderung membeli *merchandise* dan produk lokal sebagai bagian dari pengalaman kunjungan (Naranjo, 2016; Nirwana, 2021). Maka dari itu, untuk kedepannya, penyelenggara dapat meningkatkan keterlibatan pengunjung dan mendorong peningkatan belanja pada kategori ini dengan menyediakan produk spesial, diskon, atau menghadirkan pengalaman *venue* penjualan *merchandise* yang menarik (Anderson & Knott, 2020). Selain itu, penggunaan strategi pemasaran yang menonjolkan keunikan dan kelangkaan produk berlogo *event* juga mendorong peningkatan penjualan.

$$\text{Total Pengerluan Sektor} = \text{rerata pengeluaran di luar akomodasi proporsi pengeluaran sektor} \dots\dots\dots(2)$$

Dalam buku ini, pembelian *souvenir* diasumsikan masuk ke dalam sektor pakaian jadi, mengikuti klasifikasi yang digunakan dalam analisis *Input–Output*. Setelah *souvenir*, makan dan minum juga mencatat porsi pengeluaran yang cukup besar. Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan konsumsi harian tetap menjadi bagian penting dari aktivitas wisatawan selama gelaran MotoGP 2025.

Tabel 3.2. Nilai Stimulus per Wisatawan berdasarkan Sektor (Ribu Rupiah)

JENIS STIMULUS	SEKTOR I-O	DESKRIPSI I-O	UNIT	WISMAN	WISNUS	WISLOK	VOLUNTEER	WISLOK UNDANGAN	WISNUS UNDANGAN
Total Pengeluaran Seluruh Wisatawan Di Luar Tiket Pesawat			Rp	35.269	9.748	3.225	818	1.030	7.311
Akomodasi	164	Penyediaan Akomodasi	Rp	12.371	4.786	1.075	-	-	3.589
Makan Minum	165	Penyediaan Makan dan Minum	Rp	1.659	850	265	409	515	637
Toiletries	103	Kosmetik	Rp	3.306	213	66	-	-	160
Souvenir	82	Pakaian Jadi	Rp	5.612	959	299	-	-	719
Pakaian	82	Pakaian Jadi	Rp	4.128	517	161	-	-	388
Transport Lokal	158	Jasa Angkutan Darat Selain Angkutan Rel	Rp	1.225	851	265	409	515	638
Komunikasi	168	Jasa Telekomunikasi	Rp	1.438	251	78	-	-	188
Rekreasi/ Hiburan	183	Jasa Kesenian, Hiburan dan Rekreasi	Rp	2.433	574	179	-	-	430
Alat Elektronik	121	Barang-barang Elektronik, Komunikasi dan Perlengkapannya	Rp	1.769	295	92	-	-	221
Alat Olahraga	140	Alat-Alat Olahraga	Rp	1.327	452	141	-	-	339
Tiket Pesawat	161	Jasa Angkutan Udara	Rp	3.000	3.000	-	-	-	3.000
Total Pengeluaran Seluruh Wisatawan Termasuk Tiket Pesawat			Rp	38.269	12.748	2.620	818	1.030	10.311

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Arus perputaran uang terbesar berasal dari wisnus termasuk wisnus undangan yaitu Rp325 Miliar, disusul wisman Rp185 Miliar. Arus perputaran uang terkecil ada pada wislok undangan yaitu Rp16,2 miliar dan *volunteer* yang hanya Rp1,7 Miliar. Arus perputaran uang ini dihitung secara agregat dengan mengalikan pengeluaran setiap orang dengan jumlah wisman, wisnus, wislok, dan *volunteer* yang sudah dihitung pada bagian sebelumnya. Besarnya kontribusi wisnus ini masuk akal karena mereka merupakan kelompok pengunjung dengan jumlah paling besar dan memiliki pola belanja yang luas, terutama pada sektor akomodasi, konsumsi, dan transportasi lokal.

Tabel 3.3. Nilai Stimulus Pengeluaran Wisatawan berdasarkan Sektor (Ribu Rupiah)

JENIS STIMULUS	SEKTOR I-O	DESKRIPSI I-O	UNIT	WISMAN	WISNUS	WISLOK	VOLUNTEER	WISLOK UNDANGAN	WISNUS UNDANGAN	TOTAL
Total Pengeluaran Seluruh Wisatawan Di Luar Tiket Pesawat			Rp	170.695.039	212.797.313	47.397.864	1.677.537	16.298.666	38.563.677	487.430.096
Akomodasi	164	Penyediaan Akomodasi	Rp	59.872.423	104.481.897	19.450.600	-	-	18.934.478	202.739.398
Makan Minum	165	Penyediaan Makan dan Minum	Rp	8.028.168	18.544.735	4.784.865	838.079	8.142.636	3.360.725	43.699.208
Toiletries	103	Kosmetik	Rp	16.002.815	4.645.327	1.198.575	-	-	841.838	22.688.555
Souvenir	82	Pakaian Jadi	Rp	27.161.968	20.931.889	5.400.792	-	-	3.793.331	57.287.980
Pakaian	82	Pakaian Jadi	Rp	19.981.221	11.290.094	2.913.041	-	-	2.046.020	36.230.377
Transport Lokal	158	Jasa Angkutan Darat Selain Angkutan Rel	Rp	5.930.140	18.575.240	4.792.735	839.458	8.156.030	3.366.253	41.659.856
Komunikasi	168	Jasa Telekomunikasi	Rp	6.957.745	5.483.510	1.414.841	-	-	993.736	14.849.832
Rekreasi/Hiburan	183	Jasa Kesenian, Hiburan dan Rekreasi	Rp	11.774.646	12.526.701	3.232.107	-	-	2.270.121	29.803.575
Alat Elektronik	121	Barang-barang Elektronik, Komunikasi dan Perlengkapannya	Rp	8.563.379	6.446.031	1.663.188	-	-	1.168.166	17.840.765
Alat Olahraga	140	Alat-Alat Olahraga	Rp	6.422.534	9.871.888	2.547.119	-	-	1.789.009	20.630.551
Tiket Pesawat	161	Jasa Angkutan Udara	Rp	14.519.543	58.937.815	-	-	-	1.4241.150	87.698.508
Total Pengeluaran Seluruh Wisatawan Termasuk Tiket Pesawat			Rp	185.214.582	271.735.128	47.397.864	1.677.537	16.298.666	52.804.827	575.128.604

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Sementara itu, wisman memberikan kontribusi signifikan terutama pada akomodasi dan tiket pesawat, mencerminkan karakteristik perjalanan jarak jauh dengan lama tinggal dan intensitas belanja yang lebih tinggi per orang. Kontribusi wisman pada sektor konsumsi *non-esensial* (*souvenir*, pakaian, alat olahraga) juga relatif besar, yang mengindikasikan potensi penguatan UMKM lokal berbasis pariwisata. Kelompok wislok berkontribusi moderat dengan pola belanja yang lebih terfokus pada kebutuhan harian dan transportasi lokal. Adapun wislok undangan dan *volunteer* memiliki nilai stimulus yang sangat kecil secara agregat, sehingga perannya lebih bersifat pendukung kegiatan dibandingkan sebagai motor penggerak ekonomi.

Berdasarkan Survei Bappenas (2025), tingkat kepuasan terhadap transportasi lokal di kawasan Mandalika tergolong tinggi, baik bagi wisnus maupun wisman. Wisnus mencatat tingkat kepuasan sebesar 4,1 dari skala 5, sedangkan wisman mencatat tingkat kepuasan yang lebih tinggi, yaitu 4,3 dari skala 5. Hal ini menunjukkan bahwa wisman relatif lebih puas terhadap layanan transportasi lokal yang tersedia. Tingkat kepuasan yang lebih tinggi pada wisman terutama dipengaruhi oleh layanan rental mobil dan sepeda motor yang dinilai lebih tertata, mudah diakses, serta kompetitif dari sisi harga. Kondisi ini memberikan indikasi positif bahwa pengelolaan transportasi lokal memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata, khususnya bagi wisman.

Pengeluaran Pemerintah Pusat dan Daerah

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika tidak hanya didukung oleh peran penyelenggara dan sektor swasta, tetapi juga memperoleh kontribusi dari pemerintah pusat dan daerah, dan dukungan keamanan dan ketertiban dari TNI dan Polri. Dukungan tersebut diwujudkan melalui berbagai bentuk stimulus daerah, antara lain penyediaan dan peningkatan infrastruktur, fasilitasi perizinan, pengamanan terpadu, pengaturan lalu lintas dan transportasi, serta dukungan logistik dan operasional selama rangkaian kegiatan berlangsung. Bagian ini akan menganalisis dukungan pemerintah dan pemerintah daerah selama tahun 2025. Khusus kontribusi peningkatan infrastruktur oleh Kementerian/Lembaga dan Dinas Pekerjaan Umum (PU), juga menghitung kontribusi selama 2024-2025. Tabel 3.7 menyajikan berbagai bentuk stimulus fiskal yang diberikan pemerintah pusat maupun daerah dalam rangka mendukung penyelenggaraan MotoGP 2025.

Tabel 3.4. Nilai Stimulus dari Pengeluaran Pemerintah Pusat dan Daerah Berdasarkan Sektor

JENIS STIMULUS	SEKTOR I-O	DESKRIPSI I-O	UNIT	NILAI	SUMBER
Pengeluaran Kementerian/ Lembaga	177	Jasa Pemerintahan Umum	Rp	59.966.078.000	File Estimasi Bappenas V8
Pengeluaran Pemda	177	Jasa Pemerintahan Umum	Rp	63.236.634.457	File Estimasi Bappenas V8
Pengeluaran Dinas Pariwisata	185	Jasa Lainnya	Rp	150.000.000	Powerpoint Dinas Pariwisata FGD 14 November 2025
Pengeluaran Dinas Pariwisata	185	Jasa Lainnya	Rp	200.000.000	Powerpoint Dinas Pariwisata FGD 14 November 2025
Pengeluaran Dinas Pariwisata	167	Jasa Penyiaran dan Pemrograman, Film dan Hasil Perekaman Suara	Rp	100.000.000	Powerpoint Dinas Pariwisata FGD 14 November 2025
Pengeluaran Dinas Pendidikan	167	Jasa Lainnya	Rp	66.750.000	Powerpoint Bappeda Nusa Tenggara Barat FGD 14 November 2025
Pengeluaran Dinas PU	167	Jalan, Jembatan, dan Pelabuhan	Rp	82.000.000.000	Powerpoint Dinas PU FGD 14 November 2025
Pengeluaran Dinas Kesehatan	167	Jasa Kesehatan Pemerintah	Rp	1.500.000.000	Powerpoint MGPA FGD 13 November 2025
Pengeluaran TNI dan Polri	180	Jasa Pemerintahan Lainnya	Rp	8.930.000.000	File Estimasi Bappenas V8
TOTAL			Rp	132.132.712.457	

Sumber: Diolah dari Berbagai Sumber (2025)

Komponen stimulus terbesar berasal dari Dinas Pekerjaan Umum, dengan alokasi anggaran sekitar Rp82 miliar untuk sektor jalan, jembatan, dan pelabuhan. Paket pekerjaan infrastruktur dari alokasi anggaran tersebut yaitu rekonstruksi ruas jalan Tanjung Geres-Pohgading-Pringgabaya. Ruas jalan ini menjadi salah satu akses untuk pergerakan logistik dan mobilitas masyarakat. Selain itu, dilakukan pemeliharaan berkala jalan pada sejumlah titik di Pulau Lombok, seperti ruas Batunyalu–Sengkol, Wakul–Ketejer, dan Kediri–Rumak. Berbagai intervensi infrastruktur tersebut menunjukkan bahwa kesiapan akses dan mobilitas menjadi prioritas utama dalam mendukung suksesnya penyelenggaraan MotoGP 2025.

Selanjutnya, Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah turut memberikan dukungan signifikan melalui alokasi anggaran masing-masing sebesar Rp59,97 miliar dan Rp63,24 miliar pada sektor jasa pemerintahan umum. Dukungan anggaran ini berfungsi untuk penguatan koordinasi, operasional pemerintahan, serta fasilitasi kegiatan strategis selama periode penyelenggaraan. Anggaran Kementerian/Lembaga diambil dari belanja seluruh Kementerian/Lembaga di Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2025. Sementara, anggaran Pemerintah Daerah dari Belanja Pemerintah Daerah Provinsi 4 kabupaten/kota di Nusa Tenggara Barat untuk urusan pariwisata.

Dinas Pariwisata berkontribusi melalui beberapa bentuk pengeluaran, antara lain Rp150 juta dan Rp200 juta untuk sektor jasa lainnya, serta Rp100 juta yang diarahkan untuk sektor penyiaran dan pemrograman. Anggaran ini mencakup kebutuhan untuk *opening ceremony*, *side-event*, dan pengeluaran untuk publikasi. Di sisi lain, Dinas Pendidikan mengalokasikan Rp66,75 juta untuk museum *civilization* Mandalika, sementara Dinas Kesehatan menyediakan Rp1,5 miliar untuk mendukung layanan kesehatan selama penyelenggaraan.

Aparat keamanan dari TNI dan Polri turut terlibat melalui alokasi anggaran sebesar *equivalent* Rp8,93 miliar untuk memastikan pengamanan dan ketertiban umum. Anggaran untuk Polri ini diperoleh dengan asumsi untuk membiayai personil yang dikerahkan untuk pengamanan sebanyak 3.572 orang. Secara keseluruhan, ragam dukungan tersebut menunjukkan komitmen pemerintah dalam memastikan penyelenggaraan MotoGP 2025 berjalan dengan lancar, aman, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat luas.



Investasi Penyelenggaraan MotoGP

Tabel 3.5. Nilai Stimulus Realisasi Investasi Berdasarkan Daerah (Juta Rupiah)

WILAYAH	Nilai Investasi Sektor Hore (PMA + PMDN) (Rp juta)	Bobot (persentase)	Nilai x Bobot (Rp juta)
Kabupaten Lombok Barat	281.244	50%	140.622
Kabupaten Lombok Tengah	623.233	75%	467.425
Kabupaten Lombok Utara	736.734	10%	73.673
Kota Mataram	52.132	50%	20.066
Total	1.693.342	-	707.786

Sumber: Kementerian Investasi dan Hilirisasi / BKPM & Estimasi Penulis (2025)

Data investasi Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) pada sektor hotel dan restoran menunjukkan total nilai mencapai Rp1,69 triliun di empat wilayah utama Pulau Lombok. Seluruh nilai investasi dimasukkan dalam sektor I-O 149 yaitu Bangunan Tempat Tinggal dan Bukan Tempat Tinggal. Untuk kepentingan analisis dampak MotoGP 2025, investasi ini kemudian diberi bobot untuk mencerminkan proporsi investasi yang relevan dengan penyelenggaraan *event*. Pembobotan diperlukan karena tidak seluruh investasi sektor hotel dan restoran secara langsung digunakan untuk kegiatan MotoGP, serta nilai pemanfaatannya cenderung meningkat seiring kedekatan lokasi dengan Sirkuit Mandalika.

1. Kabupaten Lombok Tengah sebagai lokasi langsung penyelenggaraan MotoGP, memperoleh bobot tertinggi sebesar 75 persen. Dengan nilai investasi Rp623,23 miliar, kontribusi terestimasi terhadap *event* mencapai Rp467,43 miliar.
2. Kabupaten Lombok Barat dan Kota Mataram yang menjadi area penyangga utama akomodasi dan mobilitas wisatawan, masing-masing diberi bobot 50 persen. Hasilnya, kontribusi investasi terkait *event* diperkirakan sebesar Rp140,62 miliar untuk Lombok Barat dan Rp20,07 miliar untuk Kota Mataram.
3. Sementara itu, Kabupaten Lombok Utara memperoleh bobot terendah sebesar 10 persen. Hal ini mempertimbangkan letaknya yang lebih jauh dari Mandalika, meskipun destinasi seperti Gili Trawangan tetap menjadi alternatif populer bagi wisatawan. Dengan total investasi Rp736,73 miliar, kontribusi yang relevan dengan MotoGP diperkirakan sebesar Rp73,67 miliar.



Secara keseluruhan, setelah pembobotan, total nilai investasi yang diperkirakan berkaitan dengan penyelenggaraan MotoGP 2025 mencapai Rp707,79 miliar. Angka ini menunjukkan bahwa *event* berskala internasional tidak hanya memengaruhi pergerakan wisatawan, tetapi juga memperkuat ekosistem investasi terutama pada sektor hotel dan restoran di wilayah sekitar Mandalika.

Dalam analisis *Input-Output*, hanya aktivitas ekonomi yang terjadi di dalam negeri yang dapat dihitung. Oleh karena itu, analisis pada buku ini mengasumsikan bahwa 80% dari total nilai investasi memiliki kandungan lokal nasional. Sementara itu, kandungan lokal spesifik untuk wilayah Nusa Tenggara Barat diasumsikan sebesar 50% dari total nilai investasi. Dengan menggunakan asumsi tersebut, nilai investasi yang dimasukkan ke dalam tabel I–O adalah sekitar Rp566 miliar untuk level nasional dan Rp353 miliar untuk level Nusa Tenggara Barat. Angka ini memberikan gambaran mengenai besarnya kontribusi investasi terkait MotoGP yang benar-benar mengalir ke perekonomian domestik dan daerah dan menggunakan komponen domestik dan lokal.

3.1.2 Dampak terhadap PDB Nasional dan Daerah (*Multiplier Effect*)

Dari sisi output atau omset perekonomian, event ini diperkirakan menghasilkan dampak sebesar Rp2,70 triliun untuk Tipe I¹ dan meningkat hingga Rp4,7 triliun untuk Tipe II². Angka Tipe II yang mendekati Rp4,7 triliun ini sejalan dengan penghitungan estimasi sebelumnya yang menyebutkan bahwa MotoGP memberikan dampak ekonomi sekitar Rp4,8 triliun (Kemenpora, 2025). Hasil estimasi ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia.

Tabel 3.6. Estimasi Dampak Ekonomi MotoGP 2025 Level Nasional

Indikator	Satuan	Dampak Ekonomi Tipe I	Dampak Ekonomi Tipe II
Dampak Output/Omset Perekonomian	Triliun Rupiah	2,7	4,7
Nilai Tambah Bruto	Triliun Rupiah	1,31	1,96
Persentase terhadap PDB Nasional Tahun 2025*	Persen	0,006%	0,008%

(*)
Tabel 3.9.
*Angka persentase menunjukkan proporsi terhadap PDB Nasional Tahun 2025 atas dasar harga konstan (Rp13.581 triliun). Estimasi dampak nilai tambah bruto telah disesuaikan terlebih dahulu menggunakan deflator Tahun 2025.

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

¹ Tipe I adalah dampak yang hanya memperhitungkan *direct effect* dan *indirect effect*. *Direct effect* adalah dampak langsung dari belanja pengunjung, panitia, tim balap, dan seluruh operasi penyelenggaraan.
Indirect effect muncul dari aktivitas ekonomi tambahan pada sektor-sektor yang memasok barang dan jasa untuk penyelenggaraan *event* (misalnya pemasok makanan, transportasi, logistik, konstruksi pendukung, dan sebagainya).
² Tipe II adalah estimasi dampak yang memperhitungkan semua komponen tipe I dan *induced income effect*. *Induced Income Effect* merupakan dampak ekonomi yang timbul dari pengeluaran rumah tangga yang pendapatannya meningkat akibat kegiatan langsung dan tidak langsung dari penyelenggaraan *event*. Contohnya; *volunteer* yang memperoleh tambahan pendapatan.

Proses analisis tidak berhenti pada nilai *output* untuk memahami kontribusi ekonomi bersih secara lebih akurat. *Output* menggambarkan total nilai produksi atau omset perekonomian, termasuk aktivitas produksi yang masih memerlukan *input* antara (*intermediate inputs*). Oleh karena itu, analisis nilai tambah bruto memberikan gambaran yang lebih tepat terkait kontribusi ekonomi yang benar-benar ditambahkan ke perekonomian domestik.

Dalam studi ini, dampak terhadap nilai tambah bruto diperkirakan berkisar antara Rp1,31 triliun pada Tipe I dan Rp1,96 triliun pada Tipe II. Jika dibandingkan dengan Produk Domestik Bruto Nasional tahun 2025, nilai tambah bruto tersebut berkontribusi sekitar 0,006 persen untuk Tipe I dan 0,008 persen untuk Tipe II (Tabel 3.9). Meski secara persentase terlihat kecil, angka ini mencerminkan kontribusi signifikan dari satu *event* olahraga yang berlangsung hanya dalam hitungan hari.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 terbukti memberikan dorongan yang cukup besar bagi perekonomian Nusa Tenggara Barat. Dari sisi perputaran ekonomi atau omset, *event* ini diperkirakan menghasilkan dampak sekitar Rp1,7 triliun pada skenario Tipe I, dan meningkat menjadi Rp2,9 triliun ketika memperhitungkan efek ekonomi yang lebih luas pada Tipe II. Angka ini menggambarkan bagaimana kegiatan selama penyelenggaraan—mulai dari layanan akomodasi, transportasi, perdagangan, hingga jasa pendukung—menciptakan gelombang aktivitas ekonomi di berbagai sektor di Nusa Tenggara Barat. Nilai ini lebih tinggi dari estimasi Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun 2022 yang menyatakan dampak penyelenggaraan MotoGP di tahun tersebut terhadap perekonomian Nusa Tenggara Barat yaitu Rp606,81 miliar (BPS, 2022).

Tabel 3.7. Estimasi Dampak Ekonomi MotoGP 2025 Level Provinsi Nusa Tenggara Barat

Indikator	Satuan	Dampak Ekonomi Tipe I	Dampak Ekonomi Tipe II
Dampak Output/Omset Perekonomian	Triliun Rupiah	1,7	2.9
Nilai Tambah Bruto	Triliun Rupiah	0,88	1,21
Persentase terhadap PDB Nasional Tahun 2025*	Persen	0,456%	0,626%

*Angka persentase menunjukkan proporsi terhadap PDRB Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2025 atas dasar harga konstan (Rp112,93 triliun). Estimasi dampak nilai tambah bruto telah disesuaikan terlebih dahulu menggunakan deflator Tahun 2025.

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Lebih jauh lagi, ketika dilihat dari Nilai Tambah Bruto sebagai ukuran kontribusi ekonomi bersih, MotoGP memberikan tambahan sebesar Rp0,88 triliun (Tipe I) hingga Rp1,21 triliun (Tipe II). Jika dibandingkan dengan total PDRB NTB pada Tahun 2025, kontribusi tersebut setara dengan 0,47% pada Tipe I dan meningkat menjadi 0,63% pada Tipe II. Dengan kata lain, satu *event* internasional berdurasi tiga hari ini mampu menyumbang lebih dari 0,6% dari aktivitas ekonomi NTB. Besaran tersebut menunjukkan bahwa MotoGP merupakan salah satu pengungkit ekonomi bagi Nusa Tenggara Barat dalam jangka pendek.

3.1.3 Dampak terhadap Kesempatan Kerja dan Pendapatan Masyarakat

Tabel 3.8. Estimasi Dampak Tenaga Kerja dan Pendapatan MotoGP 2025 Level Nasional

Indikator	Satuan	Dampak Ekonomi Tipe I	Dampak Ekonomi Tipe II
Kesempatan Kerja	Orang	9.849	14.852
Pendapatan Rumah Tangga	Juta Rupiah	543.765	775.154

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 juga berdampak langsung pada peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat. Berdasarkan hasil estimasi, *event* ini diperkirakan menciptakan 9.849 peluang kerja pada perhitungan Tipe I yang mencakup efek langsung dan tidak langsung dalam rantai produksi. Ketika efek *induced income* turut diperhitungkan, yakni peningkatan aktivitas ekonomi akibat naiknya pendapatan pekerja yang kemudian membelanjakan pendapatannya di berbagai sektor, jumlah kesempatan kerja meningkat hingga 14.852 orang pada Tipe II. Walaupun bersifat temporer, peningkatan kesempatan kerja ini memberikan pendapatan dan pengalaman bagi tenaga kerja di NTB. Berdasarkan hasil wawancara, pengalaman kerja di *event* MotoGP dipandang dapat memberikan nilai lebih dan meningkatkan peluang mendapatkan pekerjaan di masa yang akan datang.

Penyelenggaraan MotoGP 2025 juga memberikan dampak terhadap Pendapatan Rumah Tangga secara agregat akibat aktivitas ekonomi yang berlangsung. Tercatat dampak terhadap pendapatan mencapai Rp775,1 Miliar. Dampak ini utamanya disumbang oleh aktivitas masyarakat yang bekerja pada sektor bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal, jasa pemerintahan umum, dan penyediaan akomodasi. Sebagai catatan, dampak terhadap pendapatan Rumah Tangga ini telah diperhitungkan dalam Nilai Tambah Bruto Tipe I dan II.

Tabel 3.9. Estimasi Dampak Tenaga Kerja dan Pendapatan MotoGP 2025 Level Regional/Nusa Tenggara Barat

Indikator	Satuan	Dampak Ekonomi Tipe I	Dampak Ekonomi Tipe II
Kesempatan Kerja	Orang	7.305	10.317
Pendapatan Rumah Tangga	Juta Rupiah	438.054	589.042

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 memberikan kontribusi signifikan dalam peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan rumah tangga. Berdasarkan hasil estimasi, *event* ini berpotensi menciptakan 7.305 lapangan kerja pada Tipe I, yaitu ketika hanya mempertimbangkan efek langsung dan tidak langsung dari aktivitas ekonomi yang muncul selama *event* berlangsung. Di sisi lain, peningkatan aktivitas ekonomi juga mendorong naiknya pendapatan rumah tangga di Nusa Tenggara Barat. Total tambahan pendapatan diperkirakan mencapai Rp438 miliar pada Tipe I, dan meningkat menjadi Rp589 miliar pada Tipe II ketika efek belanja lanjutan rumah tangga diperhitungkan. Kenaikan ini menggambarkan bagaimana perputaran ekonomi yang tercipta dari MotoGP dapat memperkuat daya beli masyarakat. Pendapatan rumah tangga ini banyak disumbang oleh mereka yang bekerja di sektor konstruksi, penyediaan akomodasi, dan industri tekstil serta pakaian jadi.

3.1.4 Sektor Terdampak MotoGP Mandalika 2025

Penyelenggaraan MotoGP menunjukkan kontribusi yang signifikan pada berbagai sektor, khususnya sektor konstruksi dan infrastruktur terutama **Bangunan Tempat Tinggal dan Bukan Tempat Tinggal**, mencatat nilai dampak terbesar yakni mencapai **Rp578,6 miliar pada Tipe I dan Rp586,2 miliar pada Tipe II**. Hal ini didorong oleh stimulus utama dari investasi di sektor hotel dan restoran, khususnya pembangunan penginapan dan fasilitas pendukung *event*. Pembangunan akomodasi sebelum hari H tidak hanya meningkatkan kapasitas hunian, tetapi juga berdampak langsung pada sektor Penyediaan Akomodasi yang tercatat mencapai Rp209,9 miliar. Demikian pula, sektor perdagangan, transportasi, dan jasa hiburan mengalami efek langsung dari aktivitas ekonomi yang dipicu oleh penyelenggaraan MotoGP, termasuk konsumsi pengunjung, kebutuhan logistik, serta layanan rekreasi.

Selain itu, terdapat sektor yang menerima dampak tidak langsung dari gelaran MotoGP sebagai contoh, sektor **Pakaian Jadi dan Barang Galian Segala Jenis** mencatat dampak sebesar berturut-turut **Rp95,6 miliar dan Rp57,9 miliar**. Dampak pada sektor tersebut seiring dengan meningkatnya permintaan pakaian untuk seragam penyelenggaraan *event*, serta peningkatan bahan baku dan material yang digunakan dalam pembangunan infrastruktur dan fasilitas pendukung *event*.



Tabel 3.10. Sektor Terdampak Paling Besar dari Penyelenggaraan MotoGP 2025 Level Nasional (Juta Rupiah)

SEKTOR	TIPE 1	TIPE 2
Bangunan Tempat Tinggal dan Bukan Tempat Tinggal	578.638,89	586.202,85
Penyediaan Akomodasi	209.996,21	216.173,72
Jasa Kesenian, Hiburan dan Rekreasi	190.783,48	197.540,07
Jasa Pemerintahan Umum	126.734,63	129.488,95
Perdagangan selain Mobil dan Sepeda Motor	122.919,43	240.133,87
Jasa Angkutan Udara	97.138,87	114.139,40
Pakaian Jadi	95.621,37	107.535,42
Jasa Angkutan Darat Selain Angkutan Rel	89.889,74	125.769,39
Jalan, Jembatan, dan Pelabuhan	84.555,38	84.837,42
Barang Galian Segala Jenis	57.946,95	59.211,96
Penyediaan Makan dan Minum	56.560,94	137.246,77

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Sama halnya dengan tingkat nasional, di tingkat Provinsi Nusa Tenggara Barat juga memperoleh dampak yang signifikan dari gelaran MotoGP. Dampak yang paling terasa khususnya pada sektor konstruksi dan penyediaan akomodasi dengan perolehan Rp435,9 miliar dan Rp208,7 miliar. Sektor konstruksi mendapatkan dorongan utama dari pembangunan sirkuit, hotel, penginapan, dan fasilitas penunjang *event*, yang tidak hanya menyerap tenaga kerja lokal tetapi juga meningkatkan permintaan material dan jasa terkait. Sementara itu, sektor penyediaan akomodasi mencerminkan tingginya kebutuhan penginapan bagi pengunjung, peserta, dan tim MotoGP, sekaligus berimplikasi pada pertumbuhan jasa makan-minum serta perdagangan lokal.

Selain itu, sektor ketenagalistrikan menyumbang dampak tidak langsung sebesar Rp61,1 miliar. Pengeluaran sektor ketenagalistrikan meningkat karena konsumsi listrik untuk mendukung operasional sirkuit. Lonjakan pengunjung selama *event* berlangsung turut memengaruhi peningkatan konsumsi listrik pada fasilitas hotel, restoran, serta kegiatan hiburan dan rekreasi.



Tabel 3.11. Sektor Terdampak Paling Besar dari Penyelenggaraan MotoGP 2025 Level Regional Provinsi Nusa Tenggara Barat (Juta Rupiah)

PRODUK	TIPE 1	TIPE 2
Konstruksi	435.918,11	446.127,98
Penyediaan Akomodasi	208.757,36	211.430,09
Jasa Lainnya	208.471,05	230.601,38
Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	99.730,62	106.630,41
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	76.308,79	78.099,40
Angkutan Darat	68.396,12	95.809,50
Pertambangan dan Penggalian Lainnya	65.679,17	67.312,89
Ketenagalistrikan	61.192,09	78.923,51
Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	57.476,17	105.221,36
Angkutan Udara	52.931,90	71.815,39
Penyediaan Makan Minum	49.084,74	82.123,44

Sumber: Estimasi Penulis (2025)

Sebagai perbandingan, nilai dampak per sektor yang dihasilkan dalam studi ini tercatat lebih tinggi dibandingkan estimasi BPS tahun 2022. BPS mencatat bahwa dampak *output* terbesar dari penyelenggaraan MotoGP terkonsentrasi pada sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, yang mencapai Rp190,05 miliar atau sekitar 31,32 persen dari total *output* perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dampak tersebut selanjutnya diikuti oleh sektor Transportasi dan Pergudangan sebesar Rp122,52 miliar, serta Jasa Lainnya yang mencapai Rp87,22 miliar. Sementara itu, kontribusi sektor ekonomi lainnya relatif terbatas, dengan total dampak *output* sebesar Rp16,58 miliar atau hanya 2,73 persen dari keseluruhan *output* yang tercipta.

3.1.5 Perbandingan dengan MotoGP Negara Lain

Gibson *et al.* (2003) mendefinisikan *event* olahraga sebagai “perjalanan rekreasi yang untuk sementara waktu membawa individu keluar dari komunitas asalnya untuk berpartisipasi dalam aktivitas fisik, menyaksikan aktivitas fisik, atau menghormati daya tarik yang terkait dengan aktivitas fisik.” Melalui penyelenggaraan *event* olahraga, suatu destinasi pariwisata dapat melakukan *rebranding* untuk membangun keterkaitan dengan empat pemangku kepentingan utama, yaitu: (1) pengunjung, (2) masyarakat lokal, (3) industri dan pelaku usaha, serta (4) pasar ekspor (Herstein & Berger, 2013).

Dalam konteks event olahraga berskala internasional, fungsi branding destinasi-dalam hal ini Mandalika dengan brand sport tourism menjadi semakin strategis. MotoGP tidak hanya berperan sebagai ajang olahraga, tetapi juga sebagai *platform* promosi global yang memiliki jangkauan *audiens* lintas negara dan lintas segmen pasar. Dampak sosial dan ekonomi wisata olahraga memperoleh nilai tambah dari penyelenggaraan event berskala besar. Masyarakat lokal memandang event tersebut sebagai peluang untuk memperoleh manfaat dari kehadiran wisatawan. Pemanfaatan peluang ini sangat bergantung pada upaya pembuat kebijakan, penyelenggara, serta dukungan masyarakat lokal sebagai tuan rumah.

Menurut Roche et al. (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi penyelenggara event pariwisata olahraga meliputi cabang olahraga itu sendiri, karakteristik event, serta tim atau turnamen yang dipertandingkan. Elemen-elemen ini membantu proses segmentasi wisatawan. Dalam MotoGP daya tarik tidak hanya berasal dari perlombaan itu sendiri, ketertarikan penonton juga dari eksistensi pembalap dan tim populer, kalender balap internasional, serta pengalaman unik yang ditawarkan sirkuit dan destinasi sekitar. Hal ini menjadikan MotoGP sebagai *magnet event* yang mampu menarik wisatawan dengan tingkat pengeluaran relatif tinggi dan lama tinggal yang lebih panjang.

Dampak ekonomi dari wisata olahraga dapat bersifat signifikan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal maupun nasional. Kehadiran event olahraga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Nyikana dan Tichaawa (2018), dalam artikel berjudul "*Sport Tourism as a Local Economic Development Enhancer for Emerging Destinations*", menyatakan bahwa baik negara maju maupun berkembang memanfaatkan pariwisata olahraga untuk mendorong pembangunan, memperkuat kohesi sosial, meningkatkan kesejahteraan, serta memperkuat daya tarik wilayah sebagai destinasi wisata.

Wisata olahraga memberikan kontribusi langsung terhadap perekonomian lokal melalui belanja wisatawan pada sektor akomodasi, konsumsi, transportasi, dan cenderamata, sekaligus mendorong penciptaan lapangan kerja di sektor perhotelan, transportasi, dan manajemen event (Gratton et al., 2006; Daniels, 2007). Pada event MotoGP, dampak langsung ini diperkuat oleh kebutuhan logistik berskala besar, mobilisasi kru internasional, media global, serta aktivitas pendukung seperti *fan activities*, pameran, dan hiburan. Berbagai kebutuhan tersebut secara simultan meningkatkan permintaan terhadap jasa lokal.

Selain itu, investasi infrastruktur olahraga mendukung keberlanjutan penyelenggaraan event dan menarik kegiatan serupa di masa depan, sehingga berkontribusi pada pembangunan ekonomi jangka panjang serta revitalisasi wilayah perkotaan (Preuss, 2002; Smith & Stewart, 2013). Pembangunan sirkuit MotoGP dan infrastruktur pendukungnya—seperti jalan, bandara, akomodasi, dan utilitas—sering kali diposisikan sebagai investasi jangka panjang yang diharapkan mampu menciptakan *multiplier effect* lintas sektor, baik pariwisata, perdagangan, maupun jasa. Namun demikian, besarnya dampak ekonomi tersebut sangat dipengaruhi oleh desain dan besaran stimulus kebijakan publik yang menyertai penyelenggaraan event olahraga.

Memaksimalkan manfaat ekonomi wisata olahraga memerlukan penanganan sejumlah tantangan utama, antara lain penerapan pariwisata berkelanjutan untuk meminimalkan dampak lingkungan dan menjaga sensitivitas budaya lokal (Higham, 1999). Selain itu dibutuhkan diversifikasi produk pariwisata guna mempertahankan minat wisatawan di luar *event* utama (Weed, 2009). Dalam konteks MotoGP, tantangan ini mencakup risiko ketergantungan berlebihan pada *event* tunggal (*event dependency*), tekanan terhadap lingkungan dan kapasitas wilayah, serta potensi kebocoran ekonomi jika keterlibatan pelaku lokal tidak dioptimalkan. Oleh karena itu, penguatan pengadaan lokal dan keterlibatan masyarakat menjadi kunci untuk memastikan distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata dan membangun dukungan komunitas tuan rumah (Daniels, 2007).

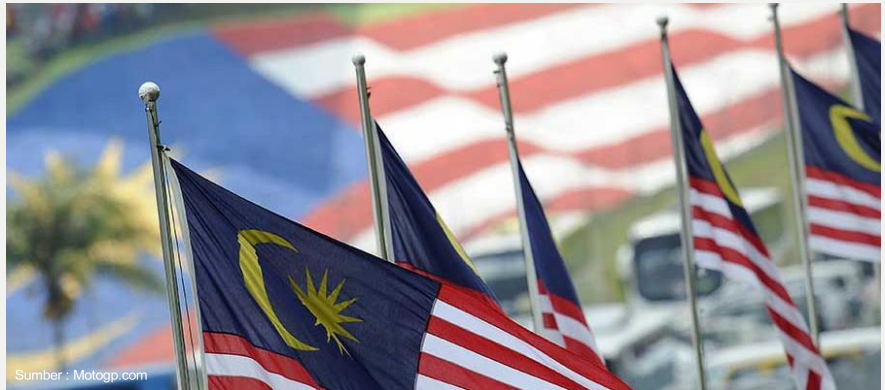
Tantangan lainnya yaitu *boom and bust* yang artinya menjaga agar perekonomian Mandalika jangan hanya hidup karena satu acara yaitu MotoGP. Aktivitas ekonomi di Mandalika hendaknya tetap berlangsung dan tidak lesu setelah *event* MotoGP. Penguatan fondasi dan ekosistem pariwisata di KEK Mandalika dapat diperkuat untuk mengatasi fenomena ini (Brilliyanti, 2025). Dibutuhkan penguatan *event sport tourism* yang merata sepanjang tahun untuk menjaga permintaan akan bisnis *sport tourism* yang tinggi sepanjang tahun.

Sangat penting untuk memaksimalkan penggunaan Sirkuit Mandalika, tidak hanya untuk MotoGP, tetapi juga melalui berbagai ajang nasional dan internasional. Jadi pemanfaatan Sirkuit harus sepanjang tahun.

Priandhi Satria
Direktur Utama MGPA



Benchmark: Sepang International Circuit (SIC), Malaysia



Saat sirkuit Sepang secara resmi dibuka pada 1999, Malaysia menjadi negara kedua di Asia yang memiliki sirkuit balap berstandar internasional. Pemilik lisensi Formula One (F1) dan MotoGP tertarik untuk mengadakan perlombaan bergengsi tersebut di sana. Keberhasilan dalam menyelenggarakan kedua ajang ini membuat Malaysia semakin dikenal dan turut menarik wisatawan.

Sepang International Circuit (SIC) atau Sirkuit Sepang terletak di Selangor, sekitar 45–50 km selatan ibu kota Kuala Lumpur, dibangun sebagai bagian dari pengembangan fasilitas olahraga dan pariwisata nasional. Sirkuit ini memiliki konfigurasi lintasan sepanjang $\pm 5,54$ km dengan 15 tikungan, dan mampu menampung hingga sekitar 130.000 penonton, termasuk sekitar 30.000 kursi di Grandstand utama. Kini, 26 tahun setelah awal penyelenggaraannya, Sepang masih menjadi pusat balap internasional di Asia dan terus menjadi tuan rumah MotoGP Malaysia.

Penyelenggaraan MotoGP Malaysia 2024 memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Menurut pemerintah, *event* tersebut menghasilkan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar RM 694 juta (Rp2,36 triliun) serta menciptakan lebih dari 4.000 lapangan pekerjaan. Angka ini menunjukkan bahwa untuk setiap RM 1 yang diinvestasikan oleh pemerintah, rata-rata diperoleh *Return on Investment (ROI)* sekitar 6,3 kali lipat (Berita RTM, 2025). Dari sisi kehadiran penonton, pada 2024 tercatat sekitar 184.000 orang menghadiri MotoGP Malaysia, dan untuk 2025 target penonton dinaikkan hingga 200.000. Kehadiran ini termasuk banyak wisatawan internasional, misalnya dari Indonesia yang turut memperkuat dampak pariwisata dan konsumsi lokal.

Pemerintah Malaysia, melalui lembaga terkait, menunjukkan komitmen mendukung keberlanjutan MotoGP di Sepang. Pada 2024, kontrak penyelenggaraan MotoGP diperpanjang hingga 2026 setelah mendapat “lampu hijau” dari pemerintah. Dalam pidatonya di Dewan Rakyat, Menteri Keuangan II menyampaikan bahwa hasil ekonomi dari MotoGP cukup signifikan terhadap perekonomian. Hal ini menjadi dasar bagi keputusan melanjutkan kontrak. Pemerintah juga menyatakan bahwa operasional SIC telah diambil alih, sebagai upaya memperkuat sektor *motorsport* dan menjadikan Malaysia sebagai destinasi olahraga internasional berkelanjutan.

Perjanjian dua tahun saat ini antara SIC dan Dorna dipastikan akan berakhir setelah balapan tahun 2026, sehingga kedua pihak tengah memasuki fase negosiasi untuk pembaruan kontrak berikutnya (Bernama, 2025). Media lokal memberitakan bahwa salah satu isu utama dalam perundingan tersebut adalah potensi kenaikan *hosting fee* hingga mencapai 20 persen, mengikuti pola penyesuaian biaya yang juga dialami beberapa negara penyelenggara MotoGP lainnya (The Star, 2025). Diskusi awal antara SIC dan Dorna dilaporkan berlangsung positif, namun keputusan final tidak dapat diambil oleh SIC secara mandiri karena *hosting fee* MotoGP merupakan beban yang ditanggung oleh Pemerintah Malaysia.

Dalam konteks pemasaran dan *commercial planning*, SIC bersama Dorna telah memulai strategi penjualan tiket MotoGP 2026 sejak akhir 2024, jauh sebelum negosiasi kontrak tuntas. Hal ini umum dilakukan dalam industri balap internasional untuk memastikan arus kas stabil, mengukur minat pasar, dan memaksimalkan pendapatan komersial serta menarik minat wisatawan MotoGP. Pada akhirnya, strategi ini dapat memberikan dampak pada jumlah pengunjung dan penjualan tiket.

Benchmark: Phillip Island, Australia



Sirkuit Phillip Island, yang berlokasi di Phillip Island di wilayah Bass Coast, Victoria — sekitar 140 kilometer di tenggara Melbourne — telah menjadi wajah dunia balap motor internasional sejak dibangun tahun 1956. Lintasan sepanjang 4,45 km ini secara konsisten direnovasi dan dijaga standar internasional agar dapat kembali menggelar balapan kelas dunia (Primer VIC, 2025).

Perhelatan MotoGP di Phillip Island baru-baru ini menarik jumlah penonton yang besar, yaitu pada penyelenggaraan 2025 tercatat sekitar 91.245 pengunjung, meningkat sekitar 11.000 orang dibanding tahun sebelumnya — ini menandakan meningkatnya antusiasme penggemar terhadap ajang balap tersebut (Department of Jobs, Skills, Industry and Regions, 2025). Lonjakan ini tidak hanya membawa atmosfer sportif yang meriah, tetapi juga *multiplier effect* bagi ekonomi lokal dan regional.

Gelaran MotoGP di Phillip Island memberikan kontribusi ekonomi sebesar 54,6 juta dolar Australia terhadap perekonomian Victoria dan sekitarnya, serta mendukung terciptanya 284 pekerjaan penuh waktu (*full-time equivalent*) bagi masyarakat setempat (*Department of Jobs, Skills, Industry and Regions Victoria, 2023*). Selain itu, liputan media global yang dihasilkan — ribuan artikel dan tayangan media internasional — meningkatkan eksposur wisata Phillip Island, menarik wisatawan nusantara maupun mancanegara, dan memberi efek jangka panjang terhadap industri pariwisata di kawasan itu.

Dukungan pemerintah negara bagian Victoria terbukti sangat nyata. Pemerintah di bawah pemerintahan *Andrews Labor Government* telah 'mengunci' komitmennya untuk menjadikan Phillip Island sebagai tuan rumah Grand Prix setidaknya hingga 2026, dan menjamin kelangsungan ajang-ajang *motorsport* besar di daerah tersebut (Primer VIC, 2016). Pemerintah menilai bahwa MotoGP merupakan “permata mahkota” dalam kalender *event* besar Victoria, di mana *event* semacam ini memberikan manfaat ekonomi dan mendongkrak citra global Victoria sebagai destinasi olahraga dan pariwisata kelas dunia. (Primer VIC, 2019).

Benchmark: Buriram International Circuit, Thailand



Sirkuit Internasional Chang, atau Buriram International Circuit, berlokasi di Provinsi Buriram di kawasan Timur Laut Thailand. Lintasan ini memiliki panjang sekitar 4,55 km dengan 12 tikungan dan dirancang sebagai sirkuit modern berstandar FIA Grade 1 dan FIM Grade A. Sirkuit resmi dibuka pada Oktober 2014 dan menjadi sirkuit pertama di Thailand yang mampu menyelenggarakan ajang *motor sport* kelas dunia, termasuk Thailand Motorcycle Grand Prix (MotoGP) sejak 2018.

Penyelenggaraan MotoGP 2025 di Buriram pada 28 Februari 2025 –2 Maret 2025 menjadi penanda penting kebangkitan jumlah penonton yang berkelanjutan. *Event* ini berhasil menarik sekitar 224 ribu penonton, hampir menyamai rekor pra-pandemi sekitar 226 ribu penonton. Angka tersebut menjadikan Thailand Grand Prix sebagai salah satu seri dengan penonton terbanyak dalam kalender MotoGP, sekaligus mempertegas posisi Buriram sebagai destinasi unggulan balap motor di kawasan Asia.

Dari sisi ekonomi, dampak penyelenggaraan MotoGP 2025 di Buriram sangat signifikan. Nilai dampak ekonomi *event* ini diperkirakan mencapai sekitar 5 miliar baht (sekitar Rp2,2 triliun) bagi perekonomian lokal dan regional, dengan lebih dari 7.000 lapangan kerja yang tercipta selama periode penyelenggaraan, baik di sektor pariwisata, *hospitality*, transportasi, maupun jasa pendukung lainnya. Data ini sejalan dengan estimasi otoritas Thailand bahwa dalam beberapa tahun terakhir, rangkaian gelaran MotoGP di Buriram secara kumulatif telah menghasilkan puluhan miliar baht bagi perekonomian melalui belanja wisatawan, investasi, dan perputaran usaha lokal (Motomatters, 2025).



SEPANG INTERNATIONAL CIRCUIT (Malaysia)

- Diresmikan: 1999
- Panjang Lintasan: ± 5.54km
- Kapasitas Penonton: 130.000
- Nilai Dampak Ekonomi: Rm694 Juta/Rp2.36 T (2024)
- Jumlah Penonton MotoGP: 184.000/3 hari (2024)



PHILIP ISLAND CIRCUIT (Australia)

- Diresmikan: 1956
- Panjang Lintasan: ± 4.45km
- Kapasitas Penonton: 100.000+
- Nilai Dampak Ekonomi: AUD 54.6 Juta
- Jumlah Penonton MotoGP: 91.245/3 hari (2025)



BURIRAM INTERNATIONAL CIRCUIT (Thailand)

- Diresmikan: 2014
- Panjang Lintasan: ± 4.55km
- Kapasitas Penonton: 100.000
- Nilai Dampak Ekonomi: THB 5 Miliar/2.2 T
- Jumlah Penonton MotoGP: ±224.000/3 hari (2025)

3.2 Peningkatan *Branding*, Keberlanjutan, dan Citra Nasional

3.2.1 Meningkatnya *Branding* Mandalika, Pertamina, dan Indonesia

Skor *brand equity*
MotoGP Mandalika
mencapai skor rata-rata
5,07 dalam skala 1-6.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika Indonesia berkontribusi signifikan terhadap penguatan *branding* Mandalika dan Indonesia melalui berbagai aktivitas komunikasi terpadu. Penguatan *branding* tersebut terjadi sebagai dampak dari penayangan MotoGP yang mencakup konten promosi, siaran langsung, serta publikasi di media internasional, nasional, dan lokal. Penayangan dan publikasi MotoGP Mandalika diklasifikasikan ke dalam beberapa kanal media, yaitu media penyiaran (*broadcasting*), publikasi media daring, serta publikasi melalui media sosial, termasuk media resmi milik penyelenggara, baik Dorna Sports maupun MGPA.

Peningkatan *brand equity* Mandalika dipengaruhi oleh hasil survei pengalaman penonton dengan skor rata-rata 5,07 (skala 6). Pengalaman penonton terbagi menjadi penonton langsung dan penonton *live streaming*. Tingkat kepuasan penonton *live streaming* mencapai 5,51 (skala 6). Penonton langsung warga negara Indonesia skor kepuasan mencapai 5,19 (skala 6). Penonton langsung warga negara asing tingkat kepuasan mencapai 4,53 (skala 6). Skor ini digunakan sebagai penghitungan *brand equity* MotoGP Mandalika dengan pendekatan teori Keller dan Aaker.

Data Dorna Sports
menunjukkan akumulasi
audiens MotoGP 2025
di media digital hingga
61,6 juta dengan total
929,7 juta impresi.

Media exposure dan *digital engagement* memberi pengaruh penting dalam kenaikan *branding* Mandalika. Berdasarkan laporan Dorna pada penyelenggaraan MotoGP 2025, terdapat 389 media terdaftar dari 21 negara. Akumulasi *audiens* pada media digital berdasarkan data Dorna adalah 61,6 Juta dengan total 929,7 juta impresi. Jumlah penayangan video pada *platform* digital sejumlah 300,9 juta dengan waktu penayangan 99,5 Juta menit. Interaksi pada media digital MotoGP tercatat mencapai 18,1 juta.



Model dan metode perhitungan *brand equity* pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika merupakan gabungan metode Keller (*customer based brand equity / CBBE*) dan Metode Aaker / *interbrand (Media/ PR Value)*. Prinsip CBBE mengukur nilai *brand* dari sisi persepsi pelanggan (skor kepuasan penonton). Pendekatan ini memberi pemahaman bahwa semakin tinggi kepuasan maka semakin besar porsi nilai pasar yang dapat dicapai. Metode *interbrand* mengkonversi skor kepuasan menjadi faktor pengali atas nilai publisitas yang diperoleh dari media. Gabungan kedua metode ini memberi keseimbangan pandangan pelanggan melalui kepuasan penonton dan nilai media yang dihasilkan dari kegiatan komunikasi.

Nilai pasar potensial penyelenggaraan MotoGP Mandalika yang digunakan dalam studi ini adalah sebesar Rp2 Triliun per musim. Sedangkan, berdasarkan nilai dasar Indef tahun 2022, dapat mencapai kisaran Rp2 Triliun (konservatif) sampai dengan Rp5 Triliun (progresif). Nilai *PR value* (AVE) MotoGP Mandalika adalah Rp6,9 T (361,6 juta Euro). Maka perhitungan *brand value* MotoGP Mandalika 2025 adalah sebagai berikut (asumsi nilai tukar rupiah terhadap dollar = 16.600 dan euro = 19.300):

Tabel 3.12. Perhitungan Brand Value (Metode Keller)

Segmentasi Penonton	Skor Likert (6,0)	Nilai Dasar Potensial	Brand Value Keller
WNI	5,19	2 Triliun	1,73 Triliun
WNA	4,53	2 Triliun	1,51 Triliun
Live Streaming	5,51	2 Triliun	1,83 Triliun
Rata-Rata Brand Value Penonton	5,07		1,69 Triliun

Sumber : Data Survei Bappenas 2025, Nilai Dasar Indef 2022

Tabel 3.13. Perhitungan Brand Value (Metode Aaker)

Segmentasi Penonton	Skor Likert (6,0)	AVE Int Media	Brand Value Aaker
WNI	5,19	6.978.880.000.000	6.036.731.000.000
WNA	4,53		5.268.994.000.000
Live Streaming	5,51		6,508.938.133.000
Rata-Rata Brand Value Penonton	5,07		5.897.153.600.000

Sumber : Data Survei Bappenas 2025, Nilai AVE Dorna 2025

Brand Value MotoGP Mandalika dengan pendekatan pengalaman menonton dan konversi *media value* yang dihasilkan merupakan pendekatan rata-rata gabungan *brand value* dari 2 metode sebesar 3.793.576.800.000.

Skor kepuasan tinggi penonton MotoGP Mandalika menurut model Keller mencerminkan betapa kuatnya pengalaman penonton membentuk ekuitas merek. Nilai 5,07 pada skala 6,0 menunjukkan angka Rp1,69 T sebagai nilai *brand value* yang didapatkan dengan pendekatan pengalaman penonton. Sedangkan skor kepuasan tinggi penonton pada model Aaker menunjukkan paparan berita internasional yang memberikan pengaruh besar pada *brand value* yang dipengaruhi oleh nilai *PR/AVE value* sebesar Rp5,8 T. Nilai rata-rata menjadi nilai yang menggambarkan *brand value* dari dua pendekatan yaitu pengalaman menonton dan *media value* yaitu sebesar Rp3,7 T. Angka ini dinilai paling representatif dengan menyeimbangkan perspektif penonton dan nilai publisitas MotoGP Mandalika.

Media broadcasting MotoGP Mandalika diperoleh dari hak siar yang dimiliki oleh Dorna selaku pemegang lisensi hak siar. MotoGP Mandalika tahun 2025 ditayangkan pada 200 media yang terdiri dari 183 media televisi dan 17 radio. Jumlah ini mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2024 dengan jumlah total 285 media dan tahun 2023 dengan total 305 media. *Media broadcasting* MotoGP Dorna terdiri dari radio dan televisi lokal, internasional dan kontrak hak siar permanen penayangan *live* MotoGP di berbagai negara. Berikut adalah tabel penayangan *media broadcasting* Dorna atas penyelenggaraan MotoGP Mandalika tahun 2023-2025:

Tabel 3.14. Tabel penayangan media broadcasting Dorna atas penyelenggaraan MotoGP Mandalika

	2023		2024		2025	
	Radio	TV	Radio	TV	Radio	TV
	Ina	Ina	Ina	Ina	Ina	Ina
Lokal	11	49	14	43	10	15
Internasional	0	9	0	6	1	7
Permanen	6	230	0	222	5	161
	17	288	14	271	17	183
Total	305		285		200	

Sumber : Data Media Broadcasting Dorna 2025 dan MGPA

Masyarakat merespons positif terhadap MotoGP Mandalika, hal ini dapat dilihat dari **12.899** percakapan selama periode 24 September-20 Oktober 2025

Berdasarkan data Dorna Sports, jumlah penonton MotoGP pada media penyiaran (*broadcasting*) di Indonesia mencapai **2.956.333**. Penayangan MotoGP di Indonesia dilakukan oleh Trans 7 sebagai pemegang hak siar resmi MotoGP dari Dorna. Secara kinerja, MotoGP Mandalika pada periode 2022-2025 mengalami penurunan jumlah penonton pada media *broadcasting* di hampir seluruh kategori kelas penonton, yaitu Upmid 1, *Middle* maupun *Upper*. Besaran penurunan ini bervariasi pada masing-masing kategori dan tahun dari 0,5% hingga 10%. Penurunan ini juga mengindikasikan adanya tren penurunan konsumsi media televisi di Indonesia secara umum, seiring dengan preferensi masyarakat terhadap media digital. Adapun profil penonton *media broadcasting* di Indonesia didominasi oleh laki-laki sekitar 60%, dengan rentang usia penonton utama berada pada kelompok 20-54 tahun.

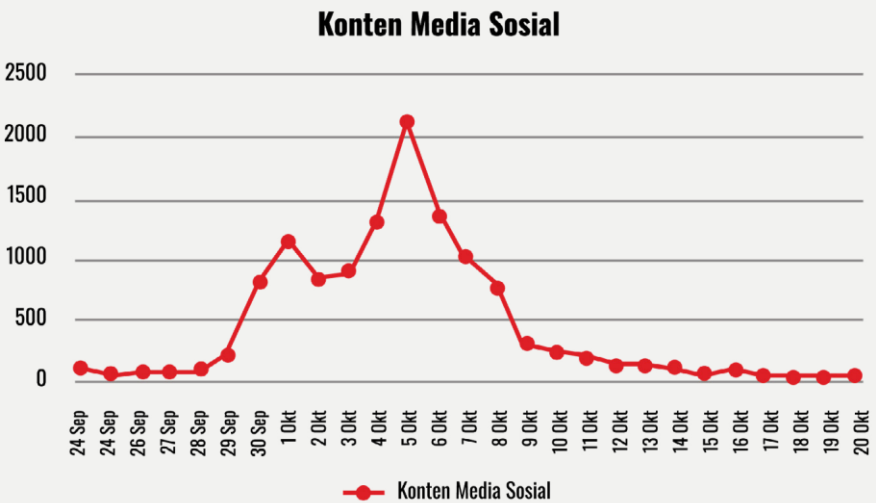
Respon masyarakat terhadap MotoGP Mandalika selama periode 24 September 2025 – 20 Oktober 2025 menunjukkan keterlibatan digital yang tinggi dan sentimen positif yang dominan. Hal ini dibuktikan dengan total 12.899 percakapan yang dipantau berbagai *platform* media sosial. Dari jumlah tersebut, sentimen positif merupakan sentimen terbanyak yang mencapai 51%, diikuti oleh netral 47%, dan negatif hanya 2%. Analisis sentimen ini mencerminkan pandangan masyarakat yang sangat baik. Data ini relevan dengan data media online pada periode yang sama dengan perbedaan presentasi di angka 1%. Pada periode 24 September 2025 hingga 20 Oktober 2025, media sosial *Instagram* menjadi kanal utama dengan jumlah 3.595 *mention*, diikuti dengan *facebook* (3.149), *TikTok* (2.176), *x* (2.095) dan *youtube* (1.884) *mention*.

Tabel 3.15. Data Percakapan Sosial Media

Media	Instagram	Facebook	Tik Tok	X/Twitter	Youtube
Jumlah Mention	3.595	3.149	2.176	2.095	1.884

Sumber Data : Pantauan Data Media Sosial Kemkomdigi

Berikut adalah sajian grafik terkait dengan konten media sosial selama penyelenggaraan kegiatan MotoGP Mandalika periode 24 September 2025 – 20 Oktober 2025 dengan total 12.899 percakapan yang berasal dari 5.010 akun media sosial. Puncak percakapan terjadi pada postingan di tanggal 5 Oktober 2025 dengan tema gelaran utama MotoGP Mandalika:



Grafik 3.6. Percakapan Media Sosial MotoGP Mandalika Indonesia

Sumber: Data Komdigi dan Analisis Tim Komunikasi

Topik percakapan di media sosial terkait MotoGP Mandalika didominasi oleh perpaduan antara daya tarik tokoh ternama MotoGP dan besarnya dampak ekonomi penyelenggaraan. Konten populer pada percakapan media sosial adalah kedatangan pembalap Valentino Rossi di Mandalika dan Jakarta, Pertemuan Presiden Republik Indonesia Bapak Prabowo Subianto dengan pembalap Marc Marquez dan Pertemuan Menteri Pemuda dan Olahraga Bapak Erick Thohir dengan pembalap Valentino Rossi. Selain itu, konten dampak ekonomi penyelenggaraan MotoGP Mandalika sebesar Rp4,8T mendominasi berbagai postingan serta antusiasme penonton dalam menyaksikan MotoGP Mandalika 2025. Sedangkan beberapa isu negatif yang muncul adalah komentar terkait beberapa aspek penyelenggaraan dan beberapa tuntutan dari masyarakat pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025.

Akun utama penyumbang impresi didominasi dari akun media massa. Tabel 3.19. menyajikan 10 akun kontributor pada media sosial dengan percakapan terkait dengan penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025:

Tabel 3.16. Kontributor Akun Media Sosial MotoGP Mandalika Indonesia

Instagram	Instagram	Tik Tok	X/Twitter	Youtube
speedgp_id	detikSport	spotv.indonesia	tribunSUPERBALL	Tribun Lombok
themandalikagp	Lombok Post Online	Insidelombok	BOLASPORTCOM	E c o l o g y
gpracingindonesia	GP Racing Indonesia	SUARANTBcom	okezonenews	tvOneNews
juraganhelm	BolaSport.com	motogp.lombok	detikcom	Pertamina
MotoMainly	BOLA.COM	informasi_sportivo	detikSport	METRO TV
Insidelombok	RCTI Sports	detikcom	lamberesing	Viralitica
gpnews_ig	Mandalika Lombok	Inilahcom	antaranews	Mata Hati Reformasi
poldantb	Moto_Indonesia_GP	themandalikagp	BolacomID	Jhony ahmad Ch
motogplombok	DetikOto.com	idntimes	fahriajaoke	BeritaSatu
injourney.id	alineadotid	globalfmlombok967	IDNTimesNTB	MOTO BIJI ID

Sumber: Analisis Media Komdigi, 2025

Tiga tema atau topik pembicaraan MotoGP Mandalika:

- 1. Dampak ekonomi MotoGP Mandalika mencapai Rp4,8 Triliun
- 2. Dampak penyelenggaraan terhadap sektor pariwisata khususnya hunian hotel
- 3. Persiapan dan pengaman penyelenggaraan MotoGP

Pada periode tanggal 24 September 2025 – 20 Oktober 2025, media sosial banyak membicarakan pemberitaan dengan tiga tema utama. Ketiga tema utama tersebut adalah dampak ekonomi MotoGP Mandalika sebanyak 580 artikel dengan *headline* utama dampak ekonomi Rp4,8T. *Kedua*, 400 artikel terkait dengan dampak pariwisata seperti tema hunian hotel di Lombok khususnya di Mandalika, Kota Mataram dan Area Senggigi. *Ketiga*, tema persiapan dan pengamanan MotoGP sejumlah 217 artikel.

Tabel 3.17. Sumber informasi media sosial MotoGP Mandalika Indonesia

Source Of Information	%
Video	34,3 %
Tiktok	21%
Instagram	17,2%
News	11,5%
X (Twitter)	10,5%
Blog	3%
Facebook	2%
Web	0,4%

Sumber: Analisis Media Komdigi, 2025

Analisis media sosial menunjukkan bahwa penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 berhasil menghasilkan interaksi digital yang sangat signifikan dengan total **18,1 juta engagement** dan **929,7 juta impressions**, tingkat keterlibatan atau **engagement rate mencapai 1,95%**. Nilai ini tergolong tinggi untuk sebuah kegiatan olahraga berskala global dengan jangkauan hampir satu miliar tayangan. Kinerja ini menegaskan bahwa Mandalika memiliki daya tarik kuat di ruang digital, terutama dalam percakapan yang melibatkan penggemar MotoGP di kawasan Asia dan internasional. Analisis lebih lanjut juga menunjukkan perbedaan performa antar *platform*: konten berbasis video, khususnya yang menampilkan pembalap seperti Valentino Rossi dan Marc Marquez, serta konten ekonomi yang menyoroti dampak Rp4,8 triliun (Kemenpora, 2025), menjadi jenis konten yang paling viral dan paling banyak dibagikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi ke depan perlu menekankan format video pendek, *storytelling human-interest*, dan narasi dampak ekonomi untuk memaksimalkan jangkauan dan *engagement* di berbagai *platform digital*.

Strategi komunikasi penyelenggaraan MotoGP Mandalika ke depan perlu menekankan **format video pendek, storytelling human-interest, dan narasi dampak ekonomi**.

Analisis Pemberitaan Media (*online* dan *print out media*), MGPA melakukan kegiatan komunikasi mulai Februari 2025 hingga November 2025 dengan jumlah 31.040 pemberitaan. Pemberitaan ini terbagi dalam tiga tipe media yaitu media elektronik 879 Pemberitaan, media online 28.441 pemberitaan dan media cetak 1.723 pemberitaan. Berikut adalah topik utama pemberitaan terkait dengan MotoGP yang dilakukan oleh tim MGPA:

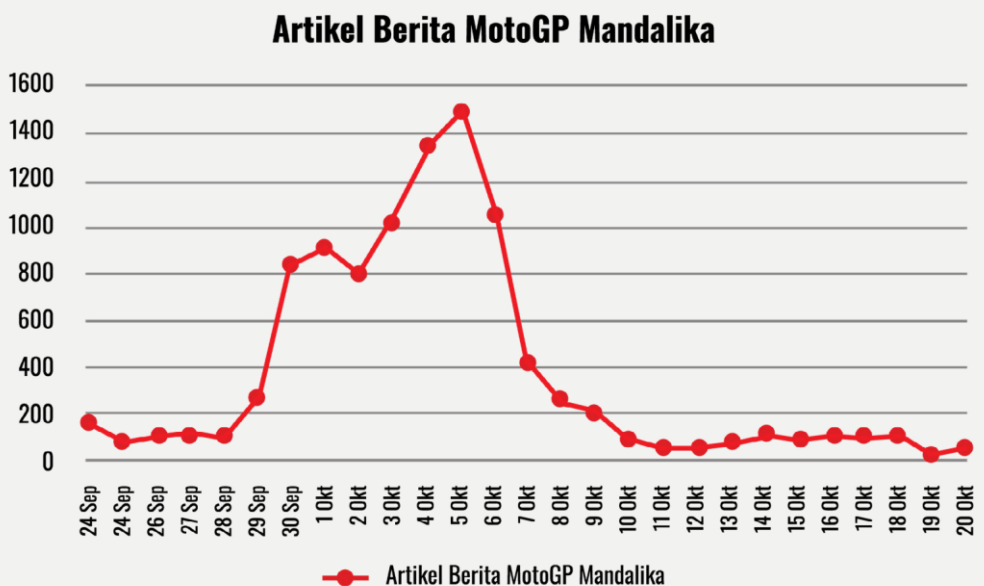
Tabel 3.18. Data Topik Pemberitaan MGPA Februari 2025 - Oktober 2025

Peringkat	Topik Pemberitaan MotoGP Mandalika Tahun 2025	Jumlah Berita
1	Pertumbuhan Ekonomi Wilayah NTB	809
2	Jadwal MotoGP Mandalika 2025	789
3	Bezzecchi Raih Pole Position di MotoGP Mandalika	525
4	Marc Marquez Bertemu Prabowo Jelang MotoGP Mandalika 2025	437
5	Insiden Marc Marquez di MotoGP Mandalika 2025	436
6	Marc Marquez Cedera di Mandalika	418
7	Pertamina Grand Prix of Indonesia Catat 140.324 Pengunjung	405
8	Tiket Indonesian GP 2025 Early Bird	395
9	Lelang Merchandise MotoGP Mandalika	373
10	ASDP Dukung MotoGP Mandalika 2025	352
11	Pengamanan MotoGP Mandalika 2025	339
12	Pertamina Mandalika Racing Series 2025	323
13	Pertamina Mandalika Racing Series	311
14	Penjualan Tiket MotoGP Mandalika 2025	311
15	Infrastruktur di Sirkuit Mandalika diperbaiki	302
16	Pertamina Patra Niaga Pastikan Stok Energi Aman	295
17	Hasil MotoGP Mandalika 2025	295
18	Marc Marquez Cedera di MotoGP Mandalika 2025	291
19	Valentino Rossi Belum Dipastikan Hadir di Mandalika	289
20	Sirkuit Mandalika Kirim Logistik MotoGP 540 Ton Australia	257

Sumber: Analisis Media Komdigi, 2025

Analisis sentimen dalam pemberitaan berdasarkan analisis pemberitaan yang tayang antara Februari 2025 hingga Oktober 2025 didominasi dengan pemberitaan sentimen positif sebanyak 77 persen. Adapun secara rinci hasil analisis sentimen adalah: (i) sentimen positif sebanyak 23.865 pemberitaan (77%), (ii) sentimen netral 6.866 (22%), dan (iii) sentimen negatif 309 pemberitaan (1%). Sedangkan analisis sentimen pemberitaan pada 1 bulan (20 September 2025 – 20 Oktober 2025) pada saat *on event* sedikit berbeda yaitu sentimen positif sebanyak 49%, sentimen netral 50% dan sentimen negatif 1%. Sentimen netral ini berisi terkait dengan hasil penyelenggaraan *event*, sedangkan sentimen positif disumbang oleh isu dampak ekonomi dan pertemuan Marc Marquez dengan Presiden Prabowo. Pemberitaan yang dilaksanakan oleh MGPA selama periode Februari 2025 - Oktober 2025 mencatat PR *value* Rp1.334.387.147.330 dan *advertising value* Rp375.921.683.310.

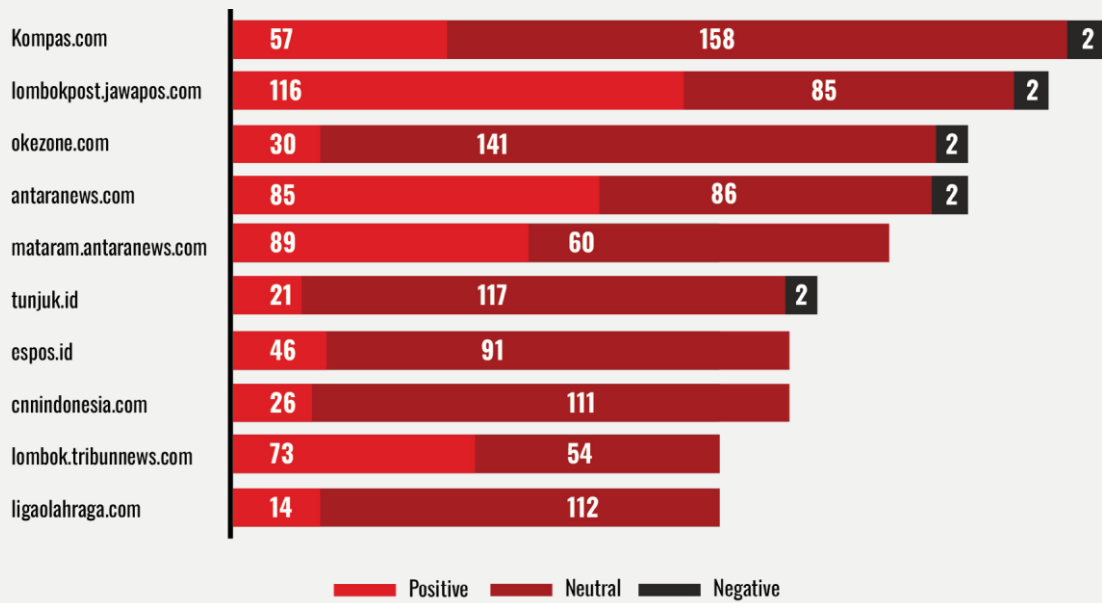
Pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika, pemberitaan difokuskan pada 24 September 2025 – 20 Oktober 2025 dengan total pemberitaan sejumlah 9.469 berita online mengenai MotoGP Mandalika dan melibatkan 144 Media baik lokal maupun Nasional. Puncak pemberitaan terjadi pada tanggal 5 Oktober 2025 dengan 1.438 pemberitaan, sedangkan *boosting* dan pembelian *space media* terjadi lonjakan dari tanggal 2 Oktober 2025. Pemberitaan utama pada tanggal 5 Oktober 2025 adalah isu dampak ekonomi MotoGP Mandalika 2025 yang tayang hampir di seluruh media utama nasional. Adapun grafik pemberitaan MotoGP Mandalika dapat dilihat pada berikut:



Grafik 3.7. Artikel Berita MotoGP Mandalika

Sumber: Data Komdigi dan Analisis Tim Komunikasi

Berikut adalah grafik kontribusi media utama pada periode 20 September 2025 – 20 Oktober 2025 terkait dengan pemberitaan MotoGP Mandalika:



Grafik 3.8. Kontribusi 10 Media Utama Pemberitaan MotoGP Mandalika

Pemberitaan pada media di atas merupakan pemberitaan yang bersumber pada *press release* yang disampaikan pada *Media Center*, *placement* dari berbagai pihak yang terlibat seperti MGPA, Kemenpora dan Pemerintah Provinsi NTB. Selain *press release* sebagai sumber berita utama, liputan media pada jalannya kegiatan menjadi konten pemberitaan yang bersifat netral atas penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025. Pada pemberitaan oleh berbagai pihak baik yang dilaksanakan dari Februari 2025 maupun pada rentang waktu 30 hari pada 20 September 2025 - 20 Oktober 2025 isu pariwisata tidak mendominasi dan tidak masuk dalam 10 besar topik pemberitaan. Hal ini menunjukkan bahwa ada peran yang tidak optimal dalam upaya *branding* pariwisata baik Indonesia maupun Mandalika Lombok sebagai destinasi.

Hasil publikasi internasional yang dilakukan Dorna pada tanggal 1-11 Oktober 2025 menghasilkan sebanyak 10.032 artikel di media daring internasional. *Total Unique Visitors per Month (UVM)* dari publikasi tersebut mencapai 31,59 juta dan AVE senilai 361,6 juta Euro. Capaian UVM sebesar 31,59 juta menunjukkan bahwa publikasi MotoGP Mandalika tidak hanya hadir di media internasional, tetapi juga menjangkau ekosistem *audience global* dalam skala yang sangat luas. Hal ini mengindikasikan bahwa pemberitaan yang diproduksi dan disebarluaskan oleh Dorna berhasil menembus portal-portal media dengan tingkat kunjungan tertinggi di berbagai negara. Eksposur terhadap nama “Mandalika”, dan “Indonesia” tersebar secara masif kepada miliaran pembaca unik dalam periode waktu yang relatif singkat. Besarnya jangkauan ini mencerminkan kuatnya penetrasi komunikasi lintas negara yang sulit dicapai melalui kampanye pemasaran konvensional, sekaligus menjadi indikator tingginya minat media internasional terhadap penyelenggaraan MotoGP Indonesia.



Gambar 3.2. Penetrasi komunikasi lintas negara. Monitoring dilakukan pada tanggal 1-11 Oktober 2025

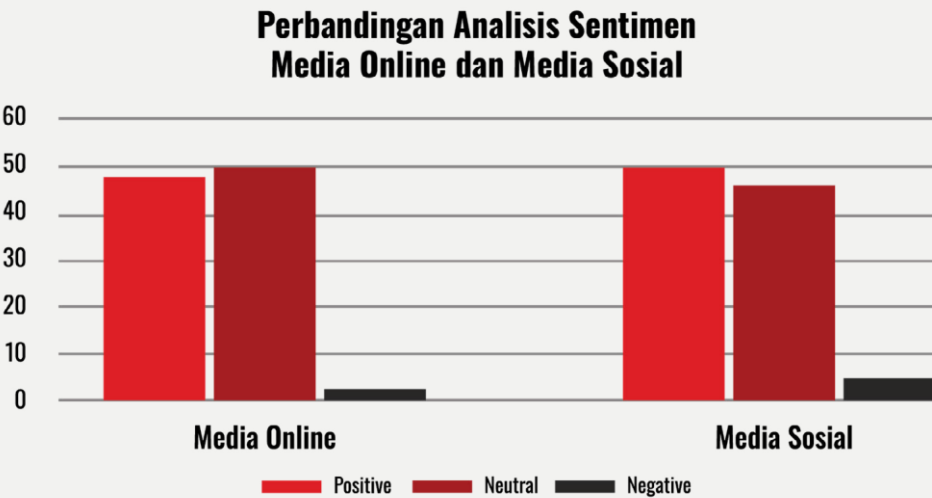
Sumber: Much Rack

Event MotoGP Mandalika bermanfaat untuk memperkuat *brand equity* destinasi, meningkatkan daya saing *sport tourism* Indonesia di mata dunia, dan menciptakan nilai yang jauh lebih besar daripada investasi pada promosi tradisional.

Nilai *Advertising Value Equivalency (AVE)* yang menggambarkan nilai komersial yang setara dengan biaya yang harus dikeluarkan apabila Indonesia ingin membeli ruang iklan dengan jangkauan yang sama besarnya melalui saluran media berbayar mencapai 361,6 juta euro. Nilai ini menunjukkan bahwa eksposur pemberitaan yang terjadi selama periode 1–11 Oktober 2025 memberikan manfaat strategis yang sangat signifikan, baik dari perspektif komunikasi maupun *branding*. AVE sebesar ini menegaskan bahwa event MotoGP Mandalika berfungsi sebagai “*amplifier*” global yang memperkuat *brand equity* destinasi, meningkatkan daya saing Indonesia dalam peta *sport tourism* dunia, serta menciptakan nilai komunikasi yang jauh lebih besar daripada investasi promosi tradisional. Dengan demikian, UVM dan AVE yang dihasilkan bukan hanya menggambarkan *volume* publikasi, tetapi juga mencerminkan dampak reputasional, ekonomi kreatif, dan pariwisata yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh Indonesia.

Analisis sentimen media online berdasarkan analisis pemberitaan yang tayang pada 1 bulan (20 september 2025 – 20 oktober 2025) pada saat on event yaitu sentimen positif sebanyak 49%, sentimen netral 50% dan sentimen negatif 1%. Analisis sentimen memberi gambaran bagaimana publik merespon dan merasakan penyelenggaraan event. Porsi ini memberikan gambaran umum bahwa persepsi publik terhadap penyelenggaraan acara relatif baik.

Sedangkan analisis sentimen media sosial dari 12.899 percakapan terkait topik MotoGP Mandalika Indonesia selama 1 bulan (20 september 2025 - 20 oktober 2025) distribusi sentimen publik menunjukkan komposisi 51% sentimen positif, 47% sentimen netral, dan 2% sentimen negatif. Analisis sentimen diukur dari pemberitaan media online dan media sosial. Perbedaan tingkat sentimen antara kedua platform media menunjukkan angka yang tidak signifikan. Proporsi ini memberikan gambaran umum bahwa persepsi publik terhadap penyelenggaraan kegiatan secara keseluruhan berada dalam kondisi yang sangat baik.



Grafik 3.9. Perbandingan Analisis Sentimen Media Online dan Media Sosial

Persentase sentimen positif yang mencapai 49% (media online) dan 51% (media sosial) menunjukkan bahwa jumlah sentimen positif secara signifikan mendominasi jumlah sentimen negatif dalam memberikan respons yang mendukung, memuji, atau menunjukkan apresiasi terhadap kegiatan yang dianalisis. Dominasi sentimen positif mengindikasikan bahwa publik memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan menilai bahwa pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan baik. Hal ini mencerminkan keberhasilan penyelenggaraan maupun komunikasi publik yang telah dilakukan.

Sebesar 50% (media online) dan 47% (media sosial) percakapan publik dikategorikan sebagai sentimen netral. Percakapan dengan sentimen netral umumnya terdiri atas unggahan informatif, pemberitaan media, serta komentar publik yang tidak mengekspresikan opini emosional tertentu. Tingginya porsi sentimen netral menunjukkan bahwa informasi mengenai kegiatan tersampaikan secara luas dan diterima publik sebagai bagian dari penyebaran fakta atau pembaruan tanpa memicu kontroversi. Kondisi ini mendukung terbentuknya narasi publik yang stabil dan tidak menimbulkan polarisasi.

Persentase sentimen negatif yang hanya mencapai 1% (media online) dan 2% (media sosial) mencerminkan bahwa keluhan atau ketidakpuasan publik terhadap kegiatan sangat minimal. Isu negatif yang muncul bersifat terisolasi dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi keseluruhan. Rendahnya sentimen negatif menunjukkan bahwa potensi risiko reputasi berada pada tingkat yang rendah serta manajemen isu berjalan secara efektif.

3.2.2 Kesuksesan Mandalika Berpengaruh untuk Sektor Produktif

Keberhasilan penyelenggaraan MotoGP Mandalika dari sisi publikasi telah memberikan dorongan signifikan terhadap peningkatan *awareness* Mandalika sebagai destinasi pariwisata. Penguatan *awareness* ini tidak hanya berdampak pada *branding* Mandalika, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan *destination branding* Lombok sebagai bagian dari *country branding* Indonesia. Kolaborasi antara Dorna dan MGPA dalam menghasilkan cakupan media global memberikan dampak positif terhadap persepsi publik internasional terhadap Mandalika dan Indonesia. Persepsi yang semakin positif tersebut selanjutnya berpengaruh terhadap preferensi dan minat publik, sehingga berpotensi mendorong pertumbuhan kunjungan wisata.

Untuk mengestimasi potensi pertumbuhan wisatawan tersebut, analisis ini menggunakan *Tourism Uplift Model* yang dikembangkan oleh Ogilvy, yaitu model empiris yang disusun berdasarkan lebih dari 25 kampanye pariwisata nasional dan mengaitkan eksposur merek (*brand exposure*), *sentimen audiens*, dan pertumbuhan permintaan pariwisata (*tourism demand growth*). Berdasarkan model tersebut, peningkatan signifikan dalam visibilitas merek (*brand visibility*) suatu destinasi berpotensi menghasilkan pertumbuhan jumlah wisatawan rata-rata sekitar 11%. Dengan capaian MotoGP Mandalika sebagai *event* global yang tercermin dari nilai AVE sebesar 361,6 juta euro, total impresi mencapai 929,7 juta, serta 10.032 artikel berita global, kegiatan ini memiliki kapasitas yang kuat untuk memicu *tourism uplift*, khususnya terhadap minat dan kedatangan wisman, dengan estimasi peningkatan pada kisaran 8%–12%.

Kesuksesan kegiatan MotoGP Mandalika adalah bentuk komitmen Pemerintah Indonesia dalam pembangunan salah satu dari 10 Destinasi Pariwisata Prioritas nasional. Komitmen ini dapat meningkatkan tingkat kepercayaan investasi di berbagai sektor produktif di Mandalika, Lombok. Dalam citra nasional, Mandalika tumbuh dengan sangat progresif dilihat dari kenaikan penonton pada tiap tahunnya dan media *value* yang dihasilkan dalam penyelenggaraan kegiatan.

3.2.3 Transmisi dari *Branding* ke Pertumbuhan Nilai Pariwisata di Daerah

Penguatan *branding* Mandalika melalui penyelenggaraan MotoGP Mandalika mendorong pertumbuhan ekonomi daerah khususnya pada sektor pariwisata melalui peningkatan kunjungan wisatawan. Meningkatnya *brand* Mandalika memberi dampak pada posisi Mandalika sebagai preferensi destinasi bagi wisatawan. Dampak komunikasi dapat dikategorikan melalui *media value*, *PR value* maupun *AVE value* yang meningkatkan *awareness* dan *brand equity*. Kenaikan *brand equity* yang diharapkan bukan hanya pada kegiatan MotoGP Mandalika namun juga keberadaan Mandalika, Lombok sebagai destinasi. Demikian juga dengan Indonesia bukan hanya sebagai lokasi namun juga *brand* pariwisata Wonderful Indonesia diharapkan mampu mendorong pertumbuhan angka kunjungan wisata.

Berdasarkan *Tourism Uplift Model*, setiap peningkatan signifikan dalam eksposur *branding* di sebuah destinasi—termasuk melalui penyelenggaraan sebuah kegiatan berskala global—berkorelasi positif dengan potensi pertumbuhan kunjungan wisatawan sebesar sekitar 11%. Model ini digunakan untuk mengestimasi dampak kenaikan *brand visibility* terhadap peningkatan minat berwisata.

Pada MotoGP Mandalika 2025, jumlah wisman mencapai 4.832 orang sehingga potensi pertumbuhan wisatawan adalah 531 wisman. Jika pengeluaran wisman pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 adalah Rp35.268.681, maka potensi kenaikan tingkat belanja adalah Rp18,27 miliar. Sedangkan potensi kenaikan wisnus adalah 11% dari 21.772 yaitu 2.394 dengan rata rata pengeluaran Rp10.960.462 maka potensi kenaikan angka belanja sebesar Rp26,24 miliar. Untuk mencapai angka di atas, kenaikan *brand* Mandalika, Lombok dan Indonesia sebagai destinasi harus optimal dengan didukung strategi pemasaran terintegrasi.

Tantangan untuk peningkatan kualitas pengalaman wisata di Mandalika khususnya terkait dengan aksesibilitas internasional, konektivitas transportasi, kenyamanan akomodasi, kualitas layanan pendukung, dan integrasi *event* MotoGP dengan produk wisata lainnya.

Berdasarkan hasil Survei Bappenas (2025), baik wisnus maupun wisman menunjukkan niat untuk kembali menonton MotoGP Mandalika di masa mendatang. Namun, tingkat keinginan untuk kembali (*repeater*) antara kedua kelompok wisatawan tersebut berbeda. Wisnus memiliki tingkat niat kembali sebesar 5,3 dari skala 6, sedangkan wisman sebesar 4,3 dari skala 6. Tingkat keinginan kembali wisman yang relatif lebih rendah ini mengindikasikan masih adanya tantangan dalam peningkatan kualitas pengalaman wisata secara menyeluruh, khususnya terkait aksesibilitas internasional, keterhubungan transportasi, kenyamanan akomodasi, kualitas layanan pendukung, dan integrasi *event* MotoGP dengan produk wisata di kawasan Mandalika dan sekitarnya. Temuan ini menjadi dasar penting bagi perumusan kebijakan pengembangan destinasi dan penyelenggaraan *sport tourism* ke depan, agar tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan *event*, tetapi juga pada penciptaan pengalaman wisata yang bernilai tambah, berdaya saing global,

3.2.4 Dampak terhadap Citra Indonesia di Mata Dunia

Citra Mandalika di mata dunia masih tergolong baru namun relatif progresif. Tahun 2025 adalah tahun ke-4 pelaksanaan MotoGP Mandalika, angka ini sangat relatif baru jika dibandingkan Phillip Island Australia dan Sepang Malaysia yang telah menyelenggarakan kegiatan serupa lebih dari 20 tahun. Buriram Thailand sebagai pesaing terdekat, juga relatif lebih berpengalaman dibandingkan Mandalika karena telah menjalankan MotoGP selama delapan tahun. Mandalika memiliki *positioning* sebagai destinasi *sport tourism* kelas dunia yang baru dan memiliki keunikan pada nilai visual yang eksotis dengan *landscape* alam dan pantai. *Positioning* ini mendukung citra Mandalika sebagai destinasi super prioritas. Mandalika menjadi ikon baru yang menunjukkan keseriusan pemerintah Indonesia dalam mengembangkan destinasi pariwisata kelas dunia. Keseriusan ini dapat dilihat dari masuknya Mandalika dalam proyek strategis nasional yang memiliki visi modernitas dan keberlanjutan.

Mandalika mendapatkan predikat sebagai “*circuit with the view*” dari publik dalam berbagai percakapan media. Pada percakapan media, Sirkuit Mandalika identik dengan *nature, new development, exotic tourism, dan emerging destination*. Kesuksesan MotoGP Mandalika pada tahun 2022-2025 menaikkan reputasi Indonesia di mata dunia. Indikator ini dapat dilihat dari jumlah penonton serta eksposur media yang sangat tinggi dibandingkan dengan kegiatan serupa di wilayah Asia Oceania. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.19. Perbandingan jumlah penonton kegiatan MotoGP di wilayah Asia Oceania

Negara	Grand Prix	Sirkuit	First Play	Jumlah Penonton			
				2022	2023	2024	2025
Indonesia	Grand Prix Indonesia	Sirkuit Internasional Mandalika	2022	102.801	102.929	121.252	140.324
Malaysia	Grand Prix Malaysia	Sirkuit Internasional Sepang	1999	163.567	182.912	184.923	190.997
Thailand	Grand Prix Thailand	Sirkuit Internasional Chang	2018	178.463	179.811	205.343	224.634
Australia	Grand Prix Australia	Phillip Island	1989	91.958	71.387	90.685	91.245

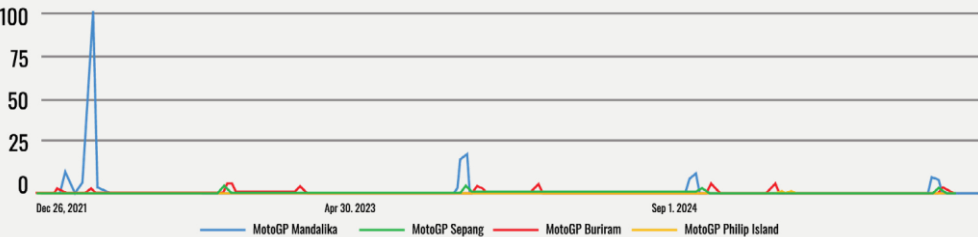
Sumber: Goodstat.id



Sebagai pendatang baru, Indonesia relatif progresif dalam mencapai jumlah penonton. Kepercayaan publik pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika merupakan dampak dari komunikasi yang dilakukan dan mendapatkan dukungan berupa antusiasme, energik, dan emosional. MotoGP Mandalika adalah kebanggaan, khususnya bagi fanbase MotoGP dan komunitas otomotif di Indonesia. Volume web search (world wide) terhadap MotoGP Mandalika lebih tinggi dibandingkan dengan MotoGP Sepang, Buriram dan Phillip Island.

Berikut adalah *volume* pencarian *web search* pada kurun waktu empat tahun (2022-2025), 12 Bulan terakhir, dan 90 hari terakhir.

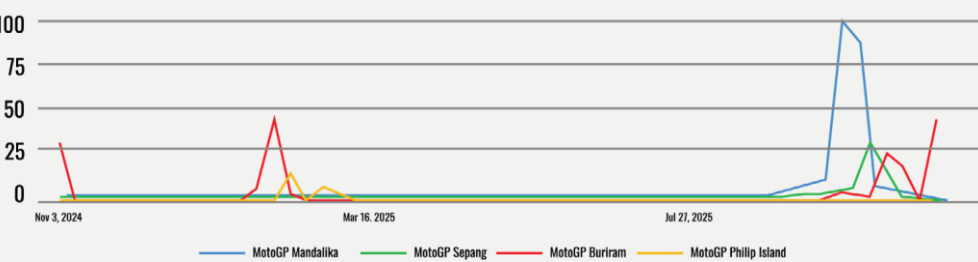
Grafik 3.10. Perbandingan web search penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode November 2022 - November 2025



Sumber: Brand24, 2025

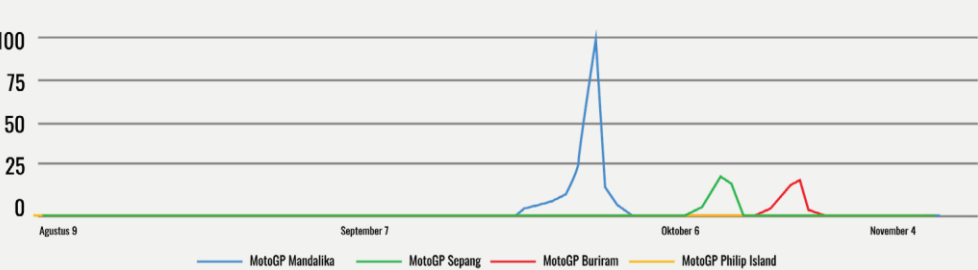
Grafik 3.10 menunjukkan bahwa Indonesia melalui MotoGP Mandalika memimpin dalam *volume* pencarian informasi dibandingkan dengan tiga pesaing lainnya. Grafik ini menunjukkan ketertarikan publik hingga potensi penonton MotoGP. Potensi ini perlu dioptimalkan, diolah serta didukung faktor penunjang lainnya seperti akses dan akomodasi. Jika pengoptimalan ini dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa MotoGP Mandalika berpeluang mendapatkan jumlah penonton melebihi kompetitor pada masa yang akan datang. Konsistensi MotoGP Mandalika dalam memimpin pencarian informasi konsisten hingga penyelenggaraan ditahun ke-4 (2025) sebagai berikut:

Grafik 3.11. Perbandingan web search penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode November 2024 - November 2025



Sumber: Brand24, 2025

Grafik 3.12. Perbandingan web search penyelenggaraan MotoGP di empat negara periode Agustus 2025 - November 2025



Sumber: Brand24, 2025

Konsistensi ini menunjukkan antusiasme serta ketertarikan publik terhadap MotoGP Mandalika. Adapun 11 negara utama yang terpapar komunikasi terkait penyelenggaraan kegiatan MotoGP Mandalika jika dibandingkan dengan Sepang, Buriram dan Phillip Island adalah sebagai berikut:

Tabel 3.20. Daftar negara utama yang terpapar komunikasi penyelenggaraan kegiatan MotoGP Mandalika

	MotoGP Mandalika: (1/1/22 - 11/9/25)	MotoGP Sepang: (1/1/22 - 11/9/25)	MotoGP Buriram: (1/1/22 - 11/9/25)	MotoGP Phillip Island: (1/1/22 - 11/9/25)
Indonesia	94%	6%	1%	1%
Malaysia	10%	87%	2%	1%
Singapore	24%	69%	3%	4%
Italy	19%	53%	6%	22%
Portugal	23%	58%	7%	12%
Spain	25%	55%	4%	16%
Australia	3%	5%	1%	91%
France	19%	58%	10%	13%
Germany	22%	38%	12%	28%
United Kingdom	17%	42%	7%	34%
United States	33%	34%	5%	28%

Sumber: Brand24, 2025

Tabel 3.23 menyajikan daftar 11 negara utama yang terpapar informasi penyelenggaraan MotoGP Mandalika jika dibandingkan dengan Sepang, Buriram dan Phillip Island. Data ini memberikan indikasi potensi pasar penonton yang dapat menjadi sasaran utama dalam pemasaran MotoGP Mandalika. Sebagai contoh publik di Singapore yang memiliki ketertarikan pada MotoGP Mandalika dibanding kegiatan lainnya adalah 24%. Sedang 69% publik lebih mencari informasi terkait MotoGP Sepang, 3% lebih mencari Buriram dan 4% mencari informasi tentang Phillip Island.

Analisis sebaran geografis pemberitaan menunjukkan bahwa percakapan mengenai MotoGP Mandalika tidak hanya terkonsentrasi pada negara-negara Asia Tenggara. Percakapan MotoGP Mandalika juga menjangkau pasar-pasar utama Eropa, Timur Tengah, dan Amerika Latin. Dari keseluruhan 11 negara yang teridentifikasi sebagai kontributor terbesar, terlihat bahwa beberapa negara memiliki potensi strategis yang berbeda. Negara dengan *volume* percakapan tertinggi seperti Indonesia, Malaysia, dan Thailand merupakan pasar paling prospektif dari sisi audiens. Hal ini dikarenakan negara-negara tersebut memiliki basis penggemar MotoGP yang besar dan tingkat *engagement* yang tinggi.

Persepsi publik terhadap MotoGP Mandalika cukup beragam berdasarkan asal negaranya. Negara dengan proporsi sentimen positif terbesar—di antaranya Australia, Jepang, dan Spanyol—menunjukkan persepsi yang kuat terhadap kualitas penyelenggaraan kegiatan dan daya tarik destinasi Mandalika. Sementara itu, beberapa negara seperti Italia dan Jerman tercatat lebih sensitif terhadap isu teknis terkait balapan, fasilitas, dan aspek keselamatan, sehingga memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih proaktif dan informatif. Temuan ini penting sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi internasional yang lebih tersegmentasi untuk meningkatkan efektivitas pesan, memperkuat reputasi kegiatan, dan mengoptimalkan potensi pasar wisatawan yang berbeda di masing-masing negara.



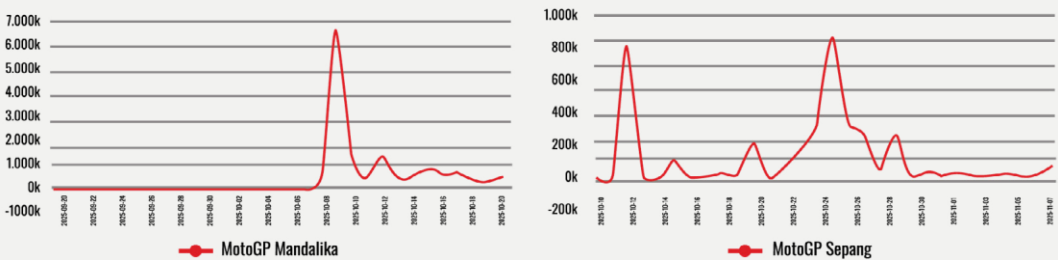
Sebagai upaya menaikkan citra Indonesia di mata dunia melalui *event* MotoGP Mandalika, perlu beberapa langkah komunikasi strategis dan terintegrasi. Langkah ini untuk dapat meningkatkan jumlah *volume* komunikasi (publikasi dan promosi), jangkauan media dan pengelolaan isu / sentimen dari komunikasi yang dilakukan. Pesaing utama MotoGP Mandalika dalam skala Asia Oceania jika dispesifikkan adalah MotoGP Sepang. MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang berada di wilayah Asia Tenggara, namun memiliki karakteristik yang berbeda. Berikut adalah perbedaan citra MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang:

Tabel 3.21. Perbandingan perbedaan citra MotoGP Mandalika dan MotoGP Lainnya

Dimensi Citra / Brand	MotoGP Mandalika:	MotoGP Sepang:	MotoGP Buriram:	MotoGP Phillip Island:
Citra Internasional	Baru, Menarik, Unik	Stabil dan Profesional	Enerjik dan menampilkan kekuatan budaya	Adventures, Tantangan Alam
Positioning	Sport Tourism (Menawarkan Mandalika Lombok Sebagai Destinasi Kelas Dunia)	Sirkuit Profesional (Pengalaman, Kualitas Teknis dan Stabilitas Penyelenggaraan)	Asia's rising motorsport venue: modern	Ekstrem Motorsport Experience
Media Exposure	Tinggi (Faktor Utama Daya Tarik Visual)	Konsisten	Meningkat Event Manajemen dan dukungan pemerintah	Tinggi. Publikasi dramatisasi cuaca ekstrem
Narasi dan Reportase	Landscape Pariwisata (Sport Tourism)	Motorsport Performance	Harmonisasi budaya Thailand dan motorsport modern	Daya tahan pembalap, cuaca ekstrem, dan karakter lintasan yang menantang
National Issue	Pariwisata dan Pembangunan (Emerging Power in Sport Tourism)	Motorsport dan Industri (Establish Hub For Motorsport)	Promosi industri pariwisata dan pencitraan nasional Thailand	Konservasi lingkungan pesisir dan identitas olahraga Australia
Branding	Meningkatkan Citra Indonesia Sebagai Negara Modern Dalam Bidang Pariwisata	Memperkuat Malaysia Sebagai Pusat Olahraga Otomotif Asia	Memperkuat citra Thailand sebagai destinasi hiburan dan olahraga yang kompetitif	Menegaskan Australia sebagai negara dengan tradisi motorsport kuat dan alam spektakuler
Dampak Diplomasi Internasional	Meningkatkan kepercayaan Internasional terhadap pengelolaan kegiatan global dan destinasi pariwisata	Meningkatkan Legacy dan reputasi Malaysia dalam motorsport	Meningkatkan citra Thailand sebagai negara yang stabil, responsif, dan ramah terhadap penyelenggaraan event internasional	Memperkuat reputasi Australia sebagai negara dengan standar keselamatan tinggi dan aksesibilitas global yang kuat

Pada strategi dan pola komunikasi, MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang dapat dibandingkan melalui *reach media*, kategori konten komunikasi dan sentimen publik. Berikut adalah perbandingan pola komunikasi MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang dilihat dari aspek *reach media*, sentimen negatif dan variasi konten publikasi:

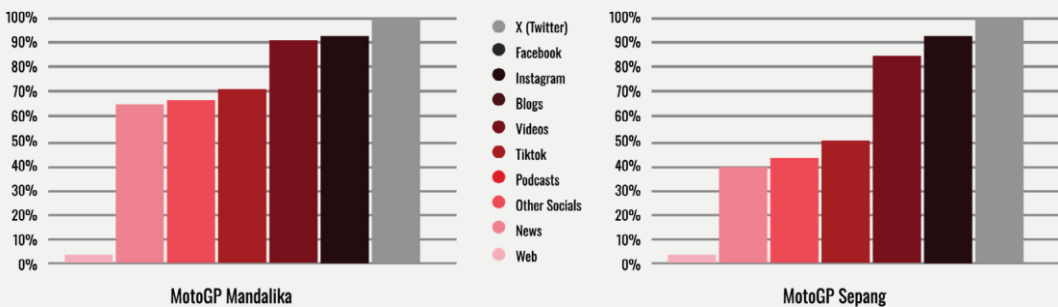
Grafik 3.13. Perbandingan Pola Reach Media & Brand Comparison MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang



Sumber : Brand24, 2025

Pada pola *reach media*, terdapat dua poin utama yang dapat menjadi poin analisis. Kedua poin tersebut yaitu, jumlah *reach media* dan pola penyebaran informasi yang dapat ditinjau dari *timeline* komunikasi yang dilakukan. Pada sisi *reach* atau jangkauan, MotoGP Mandalika memiliki nilai yang sangat tinggi. Berdasarkan grafik dan skala di atas, MotoGP Mandalika tujuh kali lebih unggul dari sisi jangkauan. Namun, pola komunikasi yang dilakukan cenderung memiliki linimasa singkat dan berfokus pada penyelenggaraan kegiatan. MotoGP Sepang memiliki pola komunikasi yang lebih panjang dan konsisten terfokus pada pra kegiatan dan penyelenggaraan kegiatan. Perbedaan pola komunikasi ini berpengaruh kepada persentase publik yang terpapar informasi untuk datang sebagai penonton atau wisatawan.

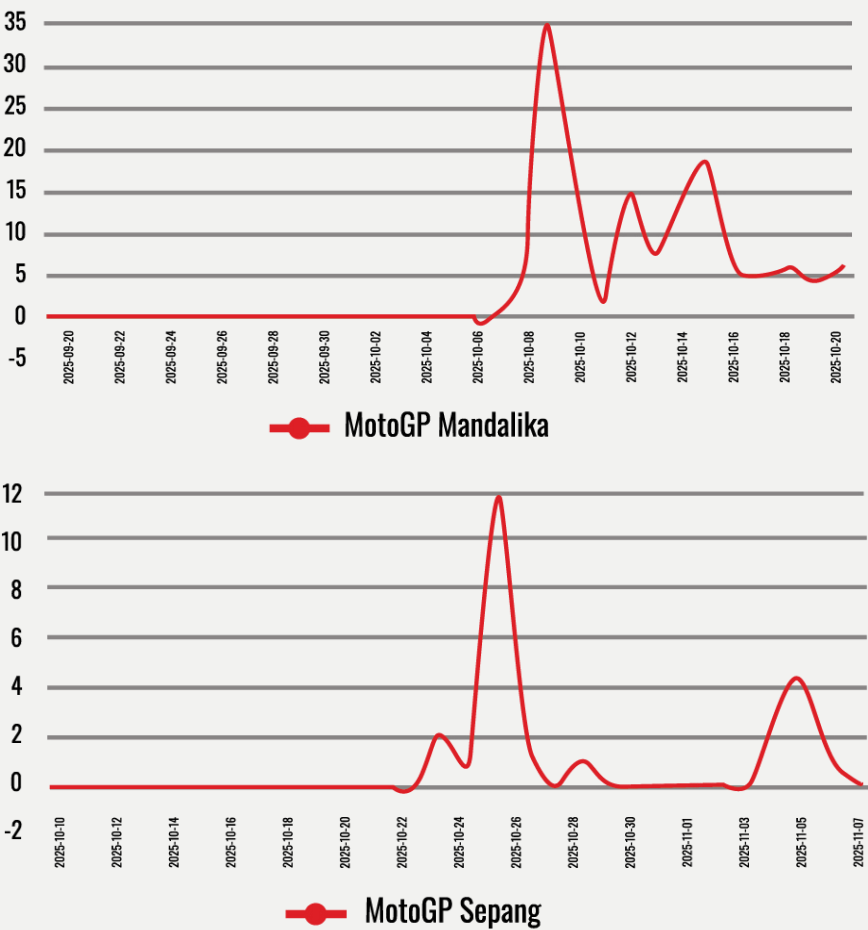
Grafik 3.14. Perbandingan Categories Share MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang



Sumber : Brand24, 2025

Meskipun jangkauan media MotoGP Mandalika mendominasi, namun keberagaman dalam kategori media yang digunakan sangat berbeda. MotoGP Mandalika terfokus pada publikasi media online dengan angka lebih dari 60%. Sedangkan, MotoGP Sepang *leading* dalam *platform* video dan memiliki keberimbangan dengan publikasi media online. Kategori *shared* konten memiliki peran untuk meningkatkan target market MotoGP yang dapat diajukan menjadi penonton pada masa yang akan datang.

Grafik 3.15. Perbandingan Sentimen Negatif MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang



Sumber : Brand24, 2025

Sentimen negatif menjadi poin penting sebagai evaluasi dalam penyelenggaraan event, komentar negatif merupakan bentuk UGC dan bagian analisa penting dalam *media listening* sebagai timbal balik bagi penyelenggaraan kegiatan. Jika dilihat, perbandingan poin sentimen negatif antara MotoGP Mandalika dan MotoGP Sepang berbanding 33 : 11 atau (3:1). Dari data ini, menunjukkan bahwa MotoGP Mandalika memiliki sentimen negatif tiga kali lebih banyak dibanding MotoGP Sepang. Semakin rendah sentimen negatif akan berdampak sebagai upaya pembentukan citra dan reputasi penyelenggaraan kegiatan.

3.2.5 Penerapan Aspek Lingkungan dan Keberlanjutan Pada Penyelenggaraan Event (Green Event)

Nilai aspek *green event* dalam pelaksanaan MotoGP Mandalika adalah

5.5 dari 6
ditinjau dari 10 aspek utama

Penilaian aspek *green event* dalam pelaksanaan MotoGP Mandalika adalah 5.5 dari 6.0 ditinjau dari 10 aspek utama. Kesepuluh aspek dimaksud yaitu energi, pengelolaan sampah, transportasi berkelanjutan, air dan sanitasi, logistik ramah lingkungan, makanan dan minuman, komunikasi dan edukasi, manajemen *venue*, inklusi sosial dan ekonomi lokal serta kompensasi emisi. Penyelenggaraan MotoGP Mandalika memiliki standarisasi internasional sesuai dengan ketentuan dan lisensi dari Dorna. Sirkuit Mandalika dan kegiatan MotoGP Mandalika memiliki homologasi MotoGP dari *Federation Internationale de Motocyclisme* (FIM) dengan *Grade A*. Homologasi merupakan persetujuan atau sertifikasi Dorna terkait dengan produk, kendaraan, pemenuhan standar teknis dan keselamatan penyelenggaraan kegiatan. Proses homologasi memastikan bahwa kegiatan aman, ramah lingkungan dan sesuai dengan standar MGPA selaku pelaksana kegiatan memperbaharui homologasi pada setiap tahun pelaksanaan.

MotoGP Mandalika melibatkan

2.050 orang
relawan sehingga memberikan dampak ekonomi langsung

MotoGP Mandalika memberi peluang bagi tenaga kerja lokal dan memberi dampak ekonomi langsung melalui nilai belanja. Penyelenggaraan MotoGP Mandalika melibatkan 2.050 orang relawan pada tahun 2025, mengalami kenaikan 43 orang dari tahun 2024. Jumlah belanja jasa relawan Rp3.355.074.991, mengalami kenaikan dari tahun 2024 sebesar Rp2.303.999.700. Seluruh relawan merupakan masyarakat NTB, sebagai upaya peningkatan dampak ekonomi lokal. Sedangkan nilai belanja pada vendor lokal NTB tahun 2025 sejumlah Rp37.870.051.083, mengalami kenaikan dari angka tahun 2024 sebesar Rp29.515.927.527. Sebagai nilai tambah Sirkuit Mandalika, MGPA menggelar 51 kegiatan tambahan selain MotoGP, pada tahun 2025.

Event MotoGP Mandalika memberikan kesempatan bagi UMKM setempat dan mendorong standarisasi termasuk dalam usaha makanan dan minuman. Akses dan keterlibatan UMKM lokal sebagai partisipasi inklusi dan sosial pada *side event* MotoGP Mandalika sebanyak 202 UMKM NTB. UMKM yang terlibat berasal kawasan Lombok Tengah dengan materi utama berupa kuliner dan kerajinan lokal. Pelayanan konsumsi makanan dan minuman pada *Paddock*, *VVIP Village* dan *VVIP Deluxe* dilaksanakan oleh Pullman Hotel dengan standarisasi bintang 5 dan menyajikan menu lokal. Penyelenggaraan MotoGP Mandalika menerapkan pengurangan *food waste* dan penetapan wilayah bebas plastik pada area utama. Penyediaan *shuttle bus* bagi penonton dan akses parkir sesuai dengan kelas tiket memberi kemudahan bagi penonton. Meskipun demikian perlu peningkatan pada aspek penggunaan energi terbarukan serta pengurangan penggunaan bahan plastik khususnya pada *side event*. MotoGP Mandalika dalam penyelenggaraannya disarankan untuk melaksanakan *sustainability report* dan perhitungan emisi karbon sebagai pengukuran dampak lingkungan.

Langkah Penerapan Aspek Lingkungan dan Keberlanjutan MotoGP Mandalika



Pembukaan peluang pada tenaga kerja lokal.



Standarisasi layanan makan dan minum pada UMKM.



Pengendalian volume dan pemilahan sampah.



Larangan penggunaan kemasan plastik.



Pengolahan sampah makanan untuk kompos.



Dukungan *Net Zero Emission* dan penghitungan karbon.



Penanaman pohon penghasil buah.



Pengelolaan air limbah dan sanitasi.



Pemanfaatan kendaraan ramah lingkungan.



Optimalisasi adopsi digital pada berbagai sistem layanan.



Kebijakan terkait Sampah, Plastik, dan Pengurangan Sampah Makanan

Manajemen sampah menjadi aspek krusial dalam penyelenggaraan MotoGP karena besarnya potensi timbulan limbah yang dihasilkan selama acara. Berdasarkan data Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Lombok Tengah, total timbunan sampah selama pelaksanaan MotoGP Mandalika 2025 mencapai 49.998,36 kilogram atau hampir 50 ton. *Volume* tersebut berasal dari berbagai titik di sekitar Sirkuit Mandalika, area parkir, jalur akses menuju lokasi, hingga kawasan penginapan dan fasilitas umum di sekitarnya. Mayoritas sampah berasal dari kemasan makanan dan minuman penonton, serta limbah sisa kegiatan promosi.

Sirkuit Mandalika menerapkan sistem pengendalian *volume* dan pemilahan sampah sejak dari sumber. Penyediaan fasilitas pemilahan sampah tersebar di beberapa lokasi strategis seperti tribun, *fan zone*, *food court*, dan area *paddock*. Petugas juga bekerja sama dengan bank sampah dan komunitas peduli lingkungan untuk memilah sampah organik dan anorganik sebelum dikirim ke tempat pembuangan akhir. Ke depan, DLH Lombok Tengah akan melakukan evaluasi sistem pengelolaan sampah pada *event* besar, memperbanyak fasilitas tempat sampah terpilah di area publik Mandalika, serta meningkatkan sosialisasi kepada pengunjung dan pelaku usaha mengenai pentingnya pengelolaan limbah.

Penerapan kebijakan bebas plastik sekali pakai di MotoGP Mandalika dilakukan dengan mengurangi penggunaan botol, sedotan, dan kemasan plastik oleh vendor dan tenant selama *event*. Dalam *event* MotoGP Mandalika, penyelenggara menerapkan Protokol Guna Ulang (*Reuse Protocol*) di area *VIP Lounge* di mana seluruh alat makan dan minum diganti dengan peralatan yang dapat dipakai ulang. Pengunjung di area tersebut juga dilarang membawa atau menggunakan plastik sekali pakai, namun diimbau untuk membawa *tumbler* pribadi. Panitia juga menyediakan air minum isi ulang dalam galon. Selain itu, ITDC juga mendorong penggunaan material ramah lingkungan, bahkan memastikan setiap pembangunan di dalam kawasan dirancang dengan mempertimbangkan prinsip keberlanjutan. *Standard Operating Procedure* (SOP) pembatasan plastik dan pengolahan limbah juga disusun dan diterapkan oleh seluruh pihak yang terlibat, baik dalam kegiatan rutin kawasan maupun saat penyelenggaraan *event*. Selain itu, ITDC juga kini menyediakan air minum dalam botol kaca bagi karyawan dan pengunjung di kawasan Nusa Dua.

Di luar area VIP, penyelenggara menerapkan larangan membawa plastik sekali pakai seperti botol, sedotan, dan *styrofoam* di kawasan sirkuit. Upaya ini selaras dengan program *Journey to Green Tourism* Mandalika yang bertujuan menjadikan kawasan Mandalika sebagai destinasi ramah lingkungan. Meskipun demikian, tantangan tetap muncul mengingat tingginya jumlah penonton dan aktivitas komersial, sehingga pengawasan dan kolaborasi dengan vendor makanan, penyedia logistik, dan pengunjung menjadi faktor penting agar kebijakan ini berjalan efektif. Secara keseluruhan, MotoGP Mandalika telah memulai praktik nyata menuju *event* bebas plastik dengan mengkombinasikan protokol guna ulang, pengawasan lapangan, serta penyediaan fasilitas daur ulang.

Mengingat banyaknya spektator dan jumlah konsumsi makanan dalam event MotoGP, ITDC mengatasi *food waste* melalui program *Integrated Food Surplus Management*. ITDC berkolaborasi dengan komunitas Bank Sampah setempat untuk mewujudkan prinsip ekonomi sirkuler, guna memberikan manfaat bagi lingkungan, masyarakat, dan perusahaan. Program *Integrated Food Surplus Management* adalah program pengelolaan sisa makanan yang layak makan menjadi *takeaway* dan sisa yang sudah tidak layak makan menjadi kompos. Kelebihan makanan yang masih aman untuk dikonsumsi dari *VIP Royal Box, Deluxe and VIP Tents, Dorna Sports Kitchen*, dan panitia penyelenggara dikemas ulang. Makanan tersebut kemudian didistribusikan pada hari yang sama kepada para relawan dan masyarakat sekitar, termasuk kelompok belajar anak-anak di sekitar *area The Mandalika*. Hal ini terbukti mengurangi limbah sekaligus memberi manfaat ke masyarakat sekitar.

Dalam rangka mendukung prinsip *Environmental, Social, and Governance (ESG)* serta penyelenggaraan event berkelanjutan, Sirkuit MotoGP Mandalika menerapkan pemilahan limbah organik, khususnya sisa makanan, secara terpisah dari jenis sampah lainnya. Limbah organik tersebut selanjutnya dikelola melalui proses komposting industri atau biokonversi menjadi pupuk, sehingga berkontribusi pada pengurangan beban TPA, penurunan emisi, dan penguatan praktik pariwisata hijau. Kolaborasi ITDC dengan komunitas binaan lokal *Look Up Agro* berhasil mengumpulkan 4,71 ton sampah makanan selama ajang MotoGP Mandalika 2025. Seluruh sampah tersebut dipilah dan diolah melalui metode biokonversi menggunakan larva *Black Soldier Fly (BSF)* dan pengomposan lokal.

Proses pengolahan sampah melalui pengomposan dapat membantu untuk menurunkan emisi karbon dengan mencegah pembusukan limbah makanan yang menghasilkan metana. Metana merupakan salah satu gas yang paling berpotensi tinggi menimbulkan gas rumah kaca. Metode biokonversi ini tidak hanya mengurangi volume sampah, tetapi juga menghasilkan nilai ekonomi baru berupa pakan ternak dari maggot dan pupuk organik dari kompos. Maggot yang dihasilkan akan dimanfaatkan kembali oleh komunitas *Look Up Agro*, sedangkan komposnya digunakan untuk mendukung program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) *Integrated Farming System ITDC* bagi para petani binaan di kawasan *The Mandalika*. Program ini ditujukan kepada masyarakat Dusun Ngolang dan Dusun Mongge, Desa Sukadana, dengan kegiatan berupa pengembangan hortikultura, pengolahan hasil pertanian menjadi produk makanan, serta budidaya madu trigona sebagai sumber pendapatan tambahan.



Kebijakan terkait Energi, Jejak Karbon, dan Keberlanjutan Event



ITDC berkomitmen untuk turut serta dalam mendukung target nasional *Net Zero Emission* yang ditetapkan pemerintah pada tahun 2060. Penghitungan energi yang dilakukan oleh ITDC mencakup sumber energi yang berada di bawah kendali langsung perusahaan, yakni konsumsi listrik untuk operasional kantor dan fasilitas pendukung, serta bensin (BBM) untuk kendaraan operasional dan peralatan bermesin. Pada tahun 2025, seluruh energi yang digunakan dalam *event* MotoGP berasal dari sumber yang tidak terbarukan. Pasokan listrik disiapkan oleh PT PLN (Persero) yang memastikan kelistrikan andal dan tanpa gangguan di seluruh area sirkuit. Meskipun demikian, pemanfaatan energi dari sumber terbarukan, seperti *solar panel*, telah digunakan di kawasan dan penggunaan lampu-lampu kawasan. Lampu penerangan jalan pada *service road area* sirkuit telah 100% menggunakan PLTS. Listrik di Sirkuit Mandalika sebesar 3,5 MW telah bersertifikat REC (*Renewable Energy Certificate*).

Total konsumsi energi ITDC pada tahun 2024 berhasil diturunkan dari 18.007 GigaJoule menjadi 15.786 GigaJoule dengan penurunan sekitar 12,3 persen dibandingkan tahun 2023. Efisiensi energi ini tercermin dalam penurunan intensitas energi menjadi 0,0044 GJ/Juta Rupiah, jauh lebih rendah dibandingkan 0,0203 GJ/Juta Rupiah pada tahun 2023. ITDC secara berkala melakukan *monitoring* terhadap konsumsi energi di kawasan-kawasan yang dikelolanya. Pemantauan ini bertujuan untuk menilai efektivitas inisiatif efisiensi energi yang telah diterapkan. Beberapa langkah strategis yang telah dilakukan oleh ITDC adalah pengendalian operasional listrik dan desain bangunan hemat energi.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan, terutama terkait dengan jejak karbon (*carbon footprint*) yang dihasilkan selama kegiatan berlangsung. Jejak karbon dapat didefinisikan sebagai nilai emisi karbon yang dihasilkan oleh suatu peristiwa, produk, dan aktivitas manusia. Semakin banyak aktivitas yang dilakukan oleh manusia, maka semakin tinggi nilai emisi yang dihasilkan. Aktivitas seperti mobilisasi penonton, transportasi logistik, konsumsi energi di sirkuit, dan lain-lain dapat menyumbang secara langsung terhadap total jejak karbon. Penghitungan jejak karbon penting untuk memastikan penyelenggaraan *event* tetap berkelanjutan. Langkah ini membantu dalam memahami, mengelola, dan mengurangi dampak emisi Gas Rumah Kaca (GRK) yang dihasilkan selama acara berlangsung.

Dalam mendukung manajemen keberlanjutan event, perhitungan jejak karbon dilakukan dengan mengacu pada standar Internasional, yakni ISO 20121. Pendekatan ini mencakup tiga cakupan, diantaranya cakupan 1 mencakup emisi langsung dari sumber yang dikendalikan penyelenggara, seperti genset, kendaraan operasional, dan konsumsi bahan bakar selama persiapan maupun pelaksanaan. Untuk perhitungan emisi cakupan 1 dari pembakaran bahan bakar, ITDC menggunakan metodologi berdasarkan pedoman *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) 2006 Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories*. Metodologi ini mencakup perhitungan emisi dari gas karbon dioksida (CO₂), dinitrogen oksida (N₂O), dan metana (CH₄), yang dihasilkan dari penggunaan bensin pada kendaraan operasional. Cakupan 2 adalah emisi tidak langsung yang dihasilkan dari penggunaan listrik di area sirkuit dan fasilitas pendukung. ITDC menggunakan faktor emisi *grid* yang dirilis oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM). Sedangkan, Cakupan 3 mencakup emisi tidak langsung lainnya, seperti mobilitas penonton, pembalap, kru Internasional, transportasi logistik motor dan peralatan, dan lain-lain. Cakupan 3 biasanya termasuk komponen terbesar dalam suatu event. Namun, pada tahun 2024 emisi cakupan 3 belum dihitung, mengingat masih terbatasnya data pendukung dan kebutuhan penguatan sistem pencatatan di luar kendali langsung ITDC.

Pada tahun 2024, ITDC mencatat penurunan emisi GRK sebesar 21,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang juga diikuti oleh penurunan intensitas emisi terhadap pendapatan. Total emisi pada cakupan 1 mencapai 59,56 ton CO₂eq, sedangkan total emisi pada cakupan 2 sebesar 4.340 ton CO₂eq. Total emisi GRK tahun 2024 pada cakupan 1 dan 2 sebesar 4.400 ton CO₂eq, sedangkan pada tahun 2023 mencapai 5.622 ton CO₂eq. Adapun intensitas emisi dari cakupan 1 dan 2 sebesar 0,0012 ton CO₂eq/Juta Rupiah dengan pendapatan perusahaan mencapai 3.565.117 Juta Rupiah. Apabila cakupan 3 dihitung, event MotoGP bahkan mampu menghasilkan ratusan ribu ton CO₂eq per musim. Sumber utama emisi karbon dalam MotoGP biasanya akan didominasi oleh akomodasi, mobilitas staf, dan logistik penyelenggaraan. Akomodasi dapat memberikan kontribusi besar terhadap jejak karbon karena mencakup penyediaan penginapan dan makanan bagi staf maupun penonton serta aktivitas lainnya yang terkait. Berdasarkan *ESG Annual Report Dorna*, emisi akomodasi pada tahun 2024 mencapai 40.578 ton CO₂eq atau sekitar 30 persen. dari 123.645 ton CO₂eq.

Dalam mengimbangi emisi gas rumah kaca yang tinggi dari aktivitas balap, maka carbon offset perlu dilakukan dengan mendanai proyek penyerapan atau pengurangan emisi di tempat lain. Namun fokus utama MotoGP saat ini lebih ke arah pengurangan emisi langsung melalui transisi ke bahan bakar 100 persen *nonfossil* pada tahun 2027. Mulai tahun 2024, semua bahan bakar yang digunakan di berbagai kelas MotoGP harus mengandung minimal 40 persen bahan bakar *nonfossil*, dengan target mencapai 100 persen pada tahun 2027 untuk semua kelas (Moto3, Moto2, MotoGP). Bahan bakar ini akan dinilai melalui uji C14 yang mengukur fraksi C14, Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahan bakar benar-benar berasal dari sumber *nonfossil*, bukan minyak bumi. Inovasi bahan bakar *nonfossil* berupa *biofuel* dan *e-fuel* dapat menjadi bahan bakar masa depan yang lebih hijau untuk industri otomotif secara lebih luas. *Biofuel* adalah bahan bakar terbarukan yang berasal dari materi organik (*biomassa*). Sedangkan, *e-fuel* adalah bahan bakar sintetis yang diproduksi dengan menggunakan listrik terbarukan, air, dan CO₂.



Pelestarian lingkungan secara aktif dilakukan khususnya di kawasan The Mandalika melalui penanaman pohon penghasil buah. ITDC menanam pohon-pohon yang menghasilkan buah di berbagai titik kawasan. Pohon-pohon tersebut berfungsi sebagai penghijauan dan menjadi sumber makanan alami bagi burung dan hewan liar yang hidup di sekitar kawasan. Selain itu, area pesisir dan zona yang terdampak pembangunan juga dihindarkan kembali sehingga dapat mengembalikan fungsi ekologis kawasan dan menciptakan habitat ramah bagi satwa. Sepanjang tahun 2024, ITDC mencatat tidak adanya pelanggaran terhadap peraturan maupun perundang-undangan lingkungan yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan lingkungan yang diterapkan berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 menempatkan pengelolaan air dan sanitasi sebagai aspek prioritas untuk menjaga kenyamanan pengunjung serta meminimalkan dampak lingkungan. ITDC berkomitmen untuk menggunakan air secara efisien dan memastikan bahwa air yang telah digunakan dapat dikembalikan ke alam dalam kondisi yang aman. Total pengambilan air pada tahun 2024 tercatat relatif stabil di angka 41,61 megaliter, meningkat sedikit sekitar 2 persen dari 40,91 megaliter pada tahun sebelumnya. Sistem penyediaan air bersih diperkuat melalui distribusi terkelola ke seluruh area sirkuit, termasuk *pit*, *paddock*, *tribun*, dan zona festival. Fasilitas sanitasi ditingkatkan dengan penggunaan *portable toilet* berstandar internasional, sistem *wastewater treatment* untuk mengolah air limbah sementara, serta penyediaan tempat cuci tangan dan stasiun hidrasi untuk mengurangi penggunaan air kemasan sekali pakai.

Dalam memastikan kelestarian sumber daya air, ITDC menerapkan berbagai inisiatif pengelolaan air yang berkelanjutan, seperti edukasi dan kampanye hemat air. ITDC memasang stiker hemat air di setiap toilet kantor untuk meningkatkan kesadaran seluruh penghuni dan karyawan kawasan. Selain itu, ITDC juga mengoperasikan Unit Pengolahan Air Limbah (IPAL) di Lagoon. Lagoon adalah kawasan The Nusa Dua yang mampu mengolah air limbah menjadi air layak guna. Air hasil olahan tersebut kemudian digunakan kembali untuk keperluan nondomestik, seperti penyiraman taman dan area hijau. ITDC juga secara rutin melakukan pengecekan terhadap baku mutu air, baik air bersih maupun air limbah hasil olahan, untuk memastikan bahwa standar kualitas yang ditetapkan oleh peraturan pemerintah terpenuhi.

Penggunaan Kendaraan Ramah Lingkungan dan Adopsi Digital

Dalam aspek transportasi ramah lingkungan, MotoGP Mandalika 2025 mendorong penggunaan mobil *hybrid* untuk operasional direksi. Di kawasan The Nusa Dua, tersedia 14 unit *electric shuttle bus*, empat *buggy car* listrik, dan dua motor listrik untuk mendukung mobilitas dalam kawasan secara bebas emisi. Di The Mandalika, tersedia empat unit *buggy car* listrik serta fasilitas pengisian daya (*charging station*) untuk kendaraan listrik. ITDC telah membangun Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) di kawasan The Nusa Dua bekerja sama dengan anak perusahaan, Indonesia Nuansa Utama (INU). PLTS ini digunakan untuk mendukung kebutuhan operasional INU secara bertahap. Kebijakan *park and ride* ditempatkan di titik strategis untuk mengurangi kendaraan pribadi di area sirkuit, sekaligus mendukung terciptanya pengalaman menonton yang lebih nyaman, aman, dan berwawasan lingkungan.

Penerapan digitalisasi dalam MotoGP Mandalika 2025 dilakukan guna meningkatkan efisiensi operasional, pengalaman pengunjung, dan transparansi penyelenggaraan acara. Digitalisasi diwujudkan melalui penggunaan *e-ticketing*, *barcode access*, *sistem crowd analytics* berbasis *IoT* dan *AI*, *real-time traffic monitoring*, serta integrasi aplikasi tunggal yang menyediakan jadwal balapan, peta area, layanan darurat, dan transaksi digital UMKM. Teknologi digital ini memungkinkan penyelenggara memantau mobilitas penonton, mengurangi kepadatan antrian, mempercepat proses masuk-keluar area sirkuit, dan mendukung sistem pembayaran nontunai (*cashless*), yang terbukti mempermudah UMKM lokal dan pembeli, serta meningkatkan akurasi transaksi.

Dukungan dari TelkomGroup turut berkontribusi dalam penyiapan dan penguatan akses konektivitas internet selama perhelatan MotoGP Mandalika 2025 berlangsung. Penyediaan akses internet berkecepatan tinggi melalui jaringan *broadband 4G/LTE* dan *hyper 5G* yang dapat dinikmati selama penyelenggaraan MotoGP berlangsung. Layanan tersebut dapat digunakan di pusat-pusat aktivitas wisatawan, ekonomi, hingga area sirkuit seperti akses utama, bandara, pelabuhan, *media center*, hotel dan kawasan UMKM dan wisata.

Kolaborasi digitalisasi diterapkan dalam aspek *safety and security* pada MotoGP Mandalika 2025 dengan diperkuat melalui pendekatan berbasis teknologi dan kolaborasi multi agensi. Sistem keamanan mencakup pemanfaatan *CCTV intelligent surveillance*, *drone monitoring*, *emergency response system*, serta pusat komando terpadu (*command center*) yang melibatkan Polri, TNI, Basarnas, BNPB, MGPA, dan tenaga pengamanan profesional. Protokol keselamatan bagi penonton maupun pembalap diperkuat melalui manajemen risiko bencana, simulasi evakuasi, serta teknologi *tracking* medis untuk respons cepat kecelakaan. Dengan kombinasi teknologi digital dan penguatan standar keamanan internasional, MotoGP Mandalika 2025 diharapkan mampu menciptakan penyelenggaraan yang aman, tertib, responsif, dan ramah bagi seluruh pengunjung.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 menjadi momentum strategis untuk memperkuat inklusi sosial melalui pemberdayaan tenaga kerja masyarakat lokal. Sebanyak 2.073 tenaga kerja lokal asal NTB berpartisipasi langsung dalam operasional penyelenggaraan acara, baik di sektor *hospitality*, keamanan, transportasi, maupun logistik. Ajang MotoGP Mandalika 2025 memberikan dampak ekonomi yang sangat nyata bagi masyarakat NTB. Keterlibatan masyarakat Indonesia khususnya Lombok, terlihat dari dominasi pekerja lokal pada sektor operasional *event* seperti operator *control room*, keamanan, kebersihan, transportasi, pelayanan penonton, hingga kru teknis pendukung. Berbagai pelatihan kompetensi dasar seperti *event hospitality*, manajemen keramaian, dan keselamatan kerja difasilitasi oleh penyelenggara bersama pemerintah daerah dan ITDC, sehingga tenaga kerja lokal dapat memberikan pelayanan sesuai standar internasional.

Kebijakan Peningkatan Kesempatan dan Keterlibatan Masyarakat



MotoGP Mandalika 2025 juga menjadi sarana penting untuk *transfer knowledge* bagi masyarakat, mahasiswa, dan pelaku industri pariwisata. Diantaranya terdapat 380 marshal lokal yang dilatih langsung oleh instruktur dari FIM (Federasi Balap Motor Internasional), beberapa di antaranya juga dipercaya bertugas di seri MotoGP lain seperti Sepang. Program magang dan relawan (*volunteer*) membuka kesempatan bagi generasi muda Lombok untuk belajar langsung tentang teknologi penyelenggaraan balapan internasional, manajemen logistik *event*, sistem keselamatan sirkuit, hingga pengelolaan keberlanjutan lingkungan. Melalui alur ini, penyelenggaraan MotoGP berperan sebagai katalis peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal agar mampu mengelola *event* internasional secara mandiri di masa depan, serta memperkuat ekosistem profesional pariwisata di NTB secara berkelanjutan.

Selain tenaga kerja, UMKM lokal turut menjadi bagian dari ekosistem ekonomi MotoGP Mandalika 2025. Berbagai mitra binaan MGPA/Pemprov/Pemda/Kementerian/Lembaga dan umum membuka stan resmi di dalam dan sekitar sirkuit. Pada tahun 2025 jumlah pelaku UMKM yang dilibatkan pemerintah berjualan di areal Sirkuit Mandalika sebanyak 120 UMKM. Terbagi 60 UMKM yang difasilitasi Pemerintah Provinsi (Pemprov) NTB dan 60 yang difasilitasi Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah. Dari 120 UMKM yang dilibatkan, 80 persen bergerak di usaha kuliner, sisanya 20 persen adalah usaha kerajinan. Dukungan peningkatan kapasitas meliputi perbaikan kemasan, pelatihan layanan pelanggan, hingga digitalisasi transaksi. Partisipasi UMKM tidak hanya memperkuat roda ekonomi lokal selama penyelenggaraan *event*, tetapi juga menghadirkan identitas budaya Sasak melalui produk khas seperti tenun Lombok, perhiasan tradisional, dan kuliner lokal yang menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

3.3 Tata Kelola dan Kinerja

3.3.1 Kepanitiaan Nasional



Pengalaman Indonesia dalam penyelenggaraan *event* internasional World Superbike (WSBK) tahun 2021 dan MotoGP tahun 2022 di Mandalika didukung oleh pembentukan Panitia Nasional melalui Keputusan Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Nomor 185 Tahun 2021. Keputusan ini menjadi dasar koordinasi lintas kementerian/lembaga dalam percepatan penyiapan sarana, prasarana, dan dukungan operasional yang diperlukan untuk memastikan kelancaran *event* balap internasional tersebut. Selain itu, pembentukan kepanitiaan ini merujuk pada pengalaman dan praktik terbaik dalam koordinasi *event* nasional, termasuk struktur dan mekanisme kerja yang digunakan dalam Kepanitiaan Asian Games. Landasan ini memastikan bahwa penyelenggaraan *event* internasional memiliki sistem koordinasi yang solid, terarah, dan mampu menjawab kebutuhan operasional yang kompleks.

Struktur kepanitiaan di atas terdiri dari unsur pengarah, panitia pelaksana pusat yang terdiri dari Ketua Pelaksana dan Sekretariat Nasional, serta Kelompok Kerja (Pokja) Tematik sebagai bidang-bidang pelaksana yang berfungsi untuk mengoordinasikan tugas sektoral. Pada tingkat pusat, Panitia Pelaksana dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai Ketua merangkap Anggota, didampingi oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara sebagai Wakil Ketua. Struktur ini dirancang untuk mengintegrasikan kementerian teknis, BUMN, dan pemerintah daerah dalam menyiapkan berbagai aspek pendukung penyelenggaraan *event*. Adapun Sekretariat Nasional menjalankan fungsi administrasi, dokumentasi, dan konsolidasi laporan serta Pokja Tematik mencakup: Pokja Infrastruktur dan Fasilitas Sirkuit; Pokja Transportasi dan Mobilitas; Pokja Keamanan dan Kedaruratan; Pokja Pariwisata dan *Hospitality*; serta Pokja Komunikasi Publik dan Media.

Pembentukan Kepanitiaan Nasional bertujuan untuk memastikan penyelenggaraan MotoGP berlangsung aman, lancar, dan memenuhi standar FIM dan Dorna Sports, selaku penyelenggara resmi. Selain itu, kepanitiaan dibentuk untuk mengintegrasikan perencanaan lintas kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan operator sirkuit sehingga seluruh tahapan persiapan dan pelaksanaan *event* berjalan terpadu. Kepanitiaan ini juga diarahkan untuk memaksimalkan dampak ekonomi, pariwisata, dan *branding* Indonesia sebagai negara penyelenggara ajang balap internasional.

Kepanitiaan juga berperan sebagai forum koordinasi tunggal dalam pengambilan keputusan strategis terkait MotoGP. Cakupan tugasnya meliputi penyiapan dan pengawasan infrastruktur sirkuit, pengaturan transportasi dan mobilitas penonton, pengamanan dan manajemen kedaruratan, penyediaan layanan pariwisata dan *hospitality*, penguatan komunikasi publik dan kerja sama media, serta urusan lain yang berkaitan dengan *event*. Kepanitiaan juga bertanggung jawab untuk melaksanakan *monitoring* dan evaluasi setelah pelaksanaan *event*.

Badan Usaha dan Pemerintah Daerah melaksanakan peran sesuai dengan tugas dan fungsinya dalam penyelenggaraan MotoGP. Sebagai operator sirkuit, ITDC/MGPA memegang peran kunci terkait penyiapan teknis sirkuit, homologasi FIM, manajemen tiket, dan kesiapan fasilitas. Pemerintah Provinsi NTB dan Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah memberikan dukungan dalam penyediaan layanan publik, pengaturan transportasi lokal, perizinan, penataan UMKM, kebersihan, dan penyiapan atraksi wisata penunjang

3.3.2 Event Fee atau Hosting Fee

Event Fee atau Hosting fee MotoGP Mandalika merupakan komponen biaya utama yang dibayarkan kepada Dorna Sports sebagai pemegang hak komersial MotoGP. *Hosting Fee* ini mencakup hak penyelenggaraan balapan, penggunaan lisensi resmi, serta akses terhadap jaringan promosi dan distribusi media global MotoGP. Pembayaran *hosting fee* ini menjadi prasyarat utama agar Indonesia dapat menjadi tuan rumah ajang balap motor kelas dunia, sekaligus memastikan Mandalika masuk dalam kalender resmi MotoGP. Dalam konteks strategis, *hosting fee* tidak hanya dipandang sebagai biaya operasional *event*, tetapi juga sebagai investasi *branding* nasional untuk memperkuat posisi Indonesia, khususnya Mandalika dan Lombok, dalam peta destinasi pariwisata dan *sport tourism global*.

Nilai hosting fee MotoGP Mandalika dalam periode penyelenggaraan hingga tahun 2025 menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan. Menurut direksi ITDC, *hosting fee* dibebankan kepada ITDC/MGPA sebagai bagian dari kewajiban *local promotor*. Nilai *hosting fee* ini mengalami peningkatan berturut-turut sejak tahun 2022 hingga tahun 2025 dengan rerata kenaikan tahunan mencapai 5 persen per tahun. Kenaikan *hosting fee* tersebut mencerminkan eskalasi nilai komersial MotoGP Mandalika dalam kalender MotoGP dunia, seiring dengan meningkatnya standar penyelenggaraan, peliputan dari media global, serta posisi strategis Indonesia sebagai tuan rumah *event sport tourism* berskala internasional sekaligus menunjukkan *bargaining power* yang tinggi Dorna Sport selaku pemilik lisensi.



Kenaikan *hosting fee* MotoGP bukan fenomena yang terjadi di Indonesia saja, melainkan praktik standar dalam kontrak event olahraga global dan terjadi di hampir semua negara penyelenggara. Adapun beberapa alasan utama: (i) model bisnis MotoGP bersifat eksklusif dan kompetitif, (ii) eskalasi kontrak dan penalti jika terjadi wanprestasi, dan (iii) peningkatan standar dan nilai eksposur. Di sisi lain, kenaikan *hosting fee* dinilai Dorna Sports seiring dengan kenaikan nilai layanan seperti standar teknis, keselamatan, kualitas penyelenggaraan, dan publikasi dari berbagai media global terhadap tuan rumah.

Dorna Sports mengelola MotoGP sebagai produk komersial global yang eksklusif dengan jumlah slot kalender yang terbatas. Banyak negara bersaing untuk menjadi tuan rumah sedangkan MotoGP tidak memiliki rencana untuk memperluas kalendernya lebih dari 22 balapan per tahun (CSO Dorna Sports Carlos Ezpeleta, 2025). Pada tahun 2025, hanya ada satu sirkuit baru yaitu Balaton Park di Hungaria, menggantikan sirkuit lama yaitu Hungaroring di Hungaria. Sedangkan rencana di tahun 2026, hanya akan ada satu sirkuit baru yaitu MotoGP Brazil yang akan menggantikan MotoGP Argentina. Komersialisasi MotoGP memberikan: publikasi berbagai media global, legitimasi *sport tourism* kelas dunia, efek diplomasi ekonomi. Dalam kondisi permintaan tinggi dan slot terbatas, harga hak penyelenggaraan (*hosting fee*) cenderung meningkat.

ITDC atau MGPA dapat melakukan negosiasi besaran *hosting fee* kepada Dorna Sports namun tidak mudah. Keringanan hanya bisa diperoleh melalui negosiasi berbasis kepentingan strategis, bukan dari permintaan sepihak. Beberapa opsi negosiasi ulang adalah berbasis kinerja dan kontribusi antar pihak. Indonesia dapat mengajukan negosiasi ulang dengan argumen: stabilitas penyelenggaraan atau tidak pernah gagal; pasar penonton domestik yang besar; posisi Indonesia sebagai *hub* MotoGP Asia Tenggara; dan posisi Mandalika sebagai “*circuit with the view*” yang memberikan tantangan sekaligus keindahan bagi pembalap.

Dalam proses kontrak antara tuan rumah dan Dorna Sports terdapat pula penalti jika terdapat ketidaksesuaian. Indonesia pernah mendapat penalti sebagai konsekuensi pembatalan penyelenggaraan WSBK. Menghindari terulangnya penalti untuk Indonesia, Presiden RI dalam Sidang Kabinet Paripurna pada 6 Agustus 2025 memberikan arahan untuk memastikan MotoGP 2025 diselenggarakan. Presiden menekankan penyelenggaraan *event* MotoGP di Indonesia penting untuk dilaksanakan secara kontinyu, sekaligus menghindari konsekuensi yang harus ditanggung karena ketidaksesuaian dengan kontrak yang disepakati dan menjaga agar *event* ini dapat berlangsung dan memberikan dampak bagi ekonomi Indonesia.

3.3.3 Sponsorship dan Naming Rights

Kesuksesan penyelenggaraan MotoGP Mandalika tidak lepas dari datangnya berbagai sponsor. Sebagai gelaran balapan berkelas dunia, MotoGP juga menjadi sarana dalam promosi atau pemasaran global bagi para sponsor. Gelaran MotoGP turut menjadi ajang bergengsi untuk mengaungkan merek-merek ternama dan negara tuan rumah. Berbagai merek-merek dan negara tuan rumah ditampilkan dan disebutkan secara terus menerus selama balapan berlangsung. Penonton MotoGP baik di sirkuit maupun siaran televisi dapat melihat sehingga meningkatkan *awareness* pada merek-merek sponsor.

Dukungan sponsor (*sponsorship*) pada MotoGP dapat dilakukan pada *naming rights* grand prix dan sirkuit, tim balap, pembalap, maupun dukungan penyelenggaraan *event*. *Naming rights* atau hak penamaan tidak hanya sekadar memajang sponsor, nama atau merek sponsor menjadi identitas sebuah entitas. Entitas dalam MotoGP ini dapat berupa nama tim balap hingga nama seri balapan di suatu negara. Sponsor utama akan mendapat sorotan atau publikasi tertinggi karena penempatannya sepanjang balapan berlangsung. Beberapa merek yang mendukung gelaran MotoGP di masing-masing negara seperti Qatar Airways untuk Grand Prix of Qatar dan Petronas untuk Grand Prix of Malaysia. Di Indonesia, Pertamina menjadi sponsor utama dan pemilik *naming rights* sirkuit Mandalika. Nama resmi gelaran MotoGP di Indonesia akhirnya menjadi Pertamina Grand Prix of Indonesia dan nama sirkuit Pertamina Mandalika International Circuit.

Dengan eksposur yang besar, sponsor utama menjadi salah satu pemasukan bagi penyelenggaraan *event* karena *brand* akan memberikan penawaran harga yang tinggi. Meskipun tidak didapatkan angka atau biaya *sponsorship* secara pasti di berbagai seri Moto GP di negara lain, namun semua perusahaan pemberi sponsor utama adalah perusahaan global yang masuk dalam jajaran perusahaan top dunia mulai dari perusahaan minyak dan gas, hingga perusahaan makanan dan minuman seperti Petronas, Qatar Airways, Michelin, Red Bull, dan Tissot. Hal ini peluang bagi negara penyelenggara MotoGP untuk dapat mendorong promosi perusahaan negara atau mendapatkan dana dari perusahaan global sebagai sponsor utama.



Sponsor dari penyelenggaraan MotoGP Mandalika sebesar Rp127 miliar yang terdiri dari *revenue sponsorship* sebesar Rp69 miliar dan *endorsement top-level* sebesar Rp58 miliar. Struktur *sponsorship* penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 masih didominasi oleh kontribusi perusahaan milik negara (BUMN) yang diperkirakan mencapai sekitar Rp100–105 miliar, atau lebih dari 80 persen dari total *sponsorship*. Sementara itu, kontribusi dari perusahaan swasta dalam negeri berada pada kisaran Rp5–10 miliar, dan kontribusi dari perusahaan swasta luar negeri terbatas yaitu sekitar Rp2–3 miliar.

Tabel 3.22. Sponsorship & Marketing MotoGP 2025

No.	Perusahaan	Sponsorship Tahap 1 (Rp Miliar)	Sponsorship Tahap 2 (Rp Miliar)	Total (Rp Miliar)
	TOTAL	69,0	58,9	127,9

Naming rights adalah hak eksklusif untuk menamai sebuah *event*, sirkuit, atau kompetisi, sehingga nama sponsor utama melekat langsung pada identitas resmi kegiatan tersebut dalam seluruh media komunikasi. Nama Pertamina melekat pada nama sirkuit dan seluruh *event* yang dilaksanakan di dalamnya termasuk MotoGP Mandalika, sehingga digunakan secara resmi dalam penamaan *event* di kalender MotoGP dan seluruh kanal komunikasi Dorna Sport. Bagi Pertamina, *naming rights* ini memberikan manfaat berupa eksposur merek global, asosiasi merek dengan teknologi dan kecepatan dan performa tinggi, dan penguatan positioning Pertamina sebagai *global energy company*. Selain itu dengan menjadi pemilik *naming rights*, Pertamina juga memiliki akses eksklusif terhadap kanal pemasaran MotoGP. Bagi pemerintah, skema *naming rights* memiliki keuntungan strategis karena dapat mengurangi beban pembiayaan, termasuk *hosting fee* yang biasanya ditanggung oleh pemerintah. Intinya, *naming rights* dapat saling menguntungkan (*mutually beneficial partnership*) dan perlu dirancang secara tepat.





Sumber : MGPA

Nilai *naming rights* Pertamina di MotoGP Mandalika mengalami puncak tertinggi di tahun 2023, dan mengalami penurunan selama dua tahun berturut-turut hingga tahun 2025. Turunnya nilai *naming rights* di tahun 2025 sangat signifikan mempengaruhi pendapatan MGPA, dan mungkin disebabkan akibat beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain penyesuaian internal BUMN, evaluasi manfaat, tekanan akibat efisiensi keuangan, dan perubahan strategi promosi di Pertamina.

Dengan akan berakhirnya kerja sama Pertamina sebagai sponsor utama pada tahun 2026, ITDC/MGPA memiliki peluang untuk mendapatkan peningkatan nilai kerja sama sponsor utama (*naming rights*). Kinerja penyelenggaraan MotoGP Mandalika yang menunjukkan tren perbaikan, baik dari sisi jumlah penonton, eksposur media, maupun nilai promosi destinasi, memberikan landasan yang kuat bagi ITDC/MGPA untuk menegosiasikan nilai sponsor yang lebih tinggi. Selain itu, proses penajakan sponsor perlu dilaksanakan secara terbuka dan kompetitif guna memperoleh penawaran terbaik serta memaksimalkan nilai komersial sirkuit.

Nilai *naming rights* yang diterima MotoGP Mandalika 2025 secara nominal berada di bawah kisaran komersial internasional. Sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan valuasi *naming rights*, besaran nilai kerja sama dapat mengacu pada beberapa pembandingan (*benchmark*), antara lain: (i) biaya penyelenggaraan satu *event* utama (*anchor event*) di sirkuit, yaitu MotoGP Mandalika 2025 sebesar Rp346 miliar; (ii) praktik internasional pada MotoGP Sepang, di mana Petronas membayar *naming rights* sebesar 100 juta Ringgit Malaysia atau mencapai Rp420 miliar per tahun; (iii) *naming rights* berskala global, seperti pembelian *naming rights* Crypto.com Arena di Los Angeles senilai Rp10,8 triliun untuk periode 20 tahun atau setara Rp500 miliar per tahun (*idxchannel.com*, 2025), dan (iv) nilai eksposur media atau *PR Value* MotoGP Mandalika 2025 sebesar Rp1,33 triliun.

Dalam konteks globalisasi dan penguatan tata kelola komersial yang profesional, MGPA dapat memperluas strategi *commercial outreach* dengan membuka peluang kerja sama *naming rights* dan *title sponsorship* kepada berbagai korporasi di tingkat regional dan global. Pendekatan yang terbuka dan kompetitif kepada calon sponsor internasional, termasuk perusahaan energi dan otomotif global seperti Shell dan Astra maupun entitas multinasional lainnya seperti Red Bull, akan menciptakan mekanisme pasar yang sehat, meningkatkan daya tawar MGPA, berpotensi menghasilkan nilai komersial yang lebih optimal, serta pada akhirnya mengurangi beban yang harus ditanggung oleh pemerintah (APBN). Dengan membiarkan para calon pemegang *naming rights* berkompetisi secara transparan dan profesional, MGPA tidak hanya memperkuat keberlanjutan pembiayaan MotoGP Mandalika, tetapi juga mendorong integrasi Mandalika ke dalam ekosistem bisnis dan promosi global tanpa mengurangi kepentingan strategis nasional.

3.3.4 Kolaborasi dengan Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah/BUMN/BUMD



Sumber : itdc.co.id

Kolaborasi antara instansi pemerintah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) menjadi faktor utama dalam menjamin kelancaran operasional gelaran MotoGP. Kolaborasi lintas pihak ini khususnya pada penyediaan layanan strategis seperti infrastruktur, transportasi, keamanan, dan layanan kesehatan. Sinergi lintas sektor ini memperkuat integrasi perencanaan dan pelaksanaan di lapangan, meminimalkan risiko gangguan operasional, serta meningkatkan efisiensi dan keandalan pelayanan publik selama *event* berlangsung. Penguatan peran BUMN dan BUMD dalam ekosistem penyelenggaraan MotoGP juga berkontribusi pada peningkatan citra nasional, daya saing destinasi, serta optimalisasi dampak ekonomi bagi Provinsi NTB.

Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah menempatkan MotoGP sebagai agenda strategis pembangunan daerah. Penyelenggaraan MotoGP memberi manfaat pada wilayah Lombok Tengah untuk meningkatkan pariwisata, pertumbuhan ekonomi lokal, dan penguatan citra destinasi internasional. Dalam kerangka perencanaan pembangunan daerah, dukungan terhadap MotoGP diintegrasikan ke dalam program lintas sektor yang melibatkan pengembangan konektivitas transportasi, peningkatan pelayanan kesehatan dan keselamatan, penataan kawasan, penguatan UMKM, serta promosi destinasi wisata.

Dalam kurun waktu 2024-2025, investasi yang dilakukan Kementerian Pekerjaan Umum sebesar total Rp134 Miliar, sedangkan Dinas PU Provinsi NTB sebesar total Rp69 Miliar. Peningkatan infrastruktur dilaksanakan melalui investasi yang dilakukan ITDC/MGPA, Kementerian Pekerjaan Umum (KemenPU), Dinas Pekerjaan Umum (PU) Provinsi NTB. Investasi yang dilakukan oleh ITDC/MGPA bernilai Rp1,97 Triliun untuk peningkatan kualitas sirkuit, fasilitas sirkuit (*upgrading, paddock & MEP, tribune VIP deluxe dan grandstand*) dan *groundwork area* sirkuit. Selain itu, terdapat investasi untuk Hotel Pullman and Restaurant sebesar Rp710,1 miliar. Kemudian besaran nilai investasi KemenPU dan Dinas PU Provinsi NTB masing-masing sebesar Rp124 miliar dan Rp69 miliar. Investasi kedua instansi pemerintah ini difokuskan pada rekonstruksi jalan, peningkatan kualitas jalan, dan penggantian jembatan. Rincian kegiatan KemenPU dan Dinas PU Provinsi NTB dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.23. Dukungan Pembangunan Infrastruktur Kementerian PU dan Dinas PU Provinsi NTB

No.	Kegiatan	Pagu (Rp)	Tahun	Sumber Dana	Keterangan
1	Rekonstruksi jalan Lembar-Sekotong -Pelangan	87.000.000.000	2024	APBN	Pekerjaan Fisik Oleh BPJN NTB
2	Peningkatan Jalan Lb. Lombok - Sambelia (IJD)	47.000.000.000	2025	APBN	Pekerjaan Fisiknya Dikerjakan Oleh BJN NTB
3	Penanganan ruas jalan Lembar-Sekotong -Pelangan	1.450.000.000	2023	APBD	
4	Penggantian jembatan Medas	8.000.000.000	2023	APBD	
5	Penanganan Long Segment Ruas Jalan Soekarno-Hatta (Gerung)	3.500.000.000	2024	APBD	DAK Tematik Pariwisata
6	Penanganan Long Segment Ruas Jalan Rembige (BTS.Kota) -Pemenang	21.000.000.000	2024	APBD	DAK Penugasan Tematik, PKE di Daerah Afirmasi
7	Penggantian Jembatan Nyangget Ruas Jalan Soekarno-Hatta (Gerung)	9.500.000.000	2024	APBD	DAK Tematik Pariwisata
8	Rekonstruksi Ruas Jalan Tanjung Geres - Pohgading - Pringgabay	27.000.000.000	2025	APBD	
9	Pemeliharaan Berkala Jalan Tersebar Pulau Lombok (Jl. Batunyalu - Sengkol, Wakul - Ketejer, dan Kediri - Rumak)	4.000.000.000	2025	APBD	
10	Penggantian Jembatan Selong Belanak Desa Mekar Sari (Jalan Sp. Pengantap - Mt. Ajan - Kuta)	4.000.000.000	2025	APBD	
Total		212.450.000.000			

Sumber: Dinas PUPR Provinsi NTB, 14/11/2025

Kementerian Pariwisata dan Kementerian UMKM turut berinvestasi pada gelaran MotoGP pada tahun 2024. Investasi yang dilakukan Kementerian Pariwisata berupa perjanjian publikasi *branding* Wonderful Indonesia dan kegiatan dukungan *event* di Destinasi Prioritas Mandalika. Kedua investasi tersebut masing-masing sebesar Rp49,1 Miliar dan Rp11,8 Miliar sehingga total investasi Kementerian Pariwisata sekitar Rp60,9 Miliar (ITDC, 2025). Kementerian UMKM memberikan dukungan pada fasilitasi kurasi, *onboarding*, dan peningkatan kapasitas UMKM agar bisa terlibat langsung di gelaran MotoGP Mandalika 2024. Peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM dilakukan melalui pendampingan standar mutu, kemasan, sertifikasi, dan *branding*. Sejumlah UMKM binaan juga didorong untuk masuk ke dalam area *official tenant*, *fan zone*, dan kawasan pendukung *event*, guna menawarkan produk-produk mulai dari kuliner, kriya, fesyen, hingga *merchandise* tematik MotoGP. Masuk ke tahun 2025, kedua kementerian ini tidak berinvestasi pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika.

Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) berencana mengalokasikan dukungan sebesar Rp138,6 untuk pembiayaan sebagian dari *hosting fee*. Sampai dengan laporan ini dituliskan, status investasi tersebut masih dalam proses tinjau ulang bersama BPKP dan menindaklanjuti hasil pendapat hukum (*legal opinion*) Jaksa Pengacara Negara terhadap Rencana Bantuan Pemerintah dari Kementerian Pemuda dan Olahraga Kemenpora, selain itu Kemenpora telah menerbitkan Surat Pergeseran BA BUN per tanggal 25 November 2025. Dukungan pembiayaan ini merupakan bentuk konkret dari penerjemahan tugas dan fungsi Kementerian Pemuda dan Olahraga Kemenpora terutama pada kebijakan di bidang pembinaan dan pengembangan olahraga prestasi, peningkatan citra dan daya saing olahraga nasional di tingkat internasional, serta fasilitasi penyelenggaraan kejuaraan olahraga berskala nasional dan internasional. Melalui dukungan terhadap sebagian *hosting fee*, Kemenpora berperan dalam memastikan terselenggaranya *event* olahraga internasional yang strategis sebagai sarana pembinaan atlet nasional, peningkatan ekosistem olahraga prestasi, penguatan *sport industry*, serta peningkatan publisitas Indonesia di forum olahraga dunia.



Gambar 3.3. Dukungan Kemenpora pada Penyelenggaraan MotoGP 2025

Dinas Kesehatan Lombok Tengah berperan menyediakan tenaga medis dan operasional ambulans sebagai bagian dari sistem respons kegawatdaruratan. Pada tahun 2020 telah dibangun RSUD Mandalika yang dibiayai melalui APBD dan beroperasi sejak tahun 2021. Rumah Sakit Mandalika menjadi pusat pelayanan kesehatan utama di kawasan Mandalika, menyediakan layanan IGD 24 jam, *Trauma Center*, dokter spesialis, rawat inap, hingga radiologi (*CT Scan*) dan laboratorium, melayani masyarakat lokal dan wisatawan, serta kebutuhan untuk layanan dan standar penyelenggaraan *event* internasional. RSUD ini dibangun dengan konsep *Green Hospital* dan sistem rekam medis elektronik untuk kemudahan pasien.

Dalam perannya terhadap *event* MotoGP, keberadaan RSUD Mandalika yang relatif dekat dengan sirkuit meningkatkan *response time* penanganan medis. Hal ini merupakan salah satu standar dan indikator penting dalam kelayakan penyelenggaraan *event* balap internasional. Keberadaan rumah sakit RSUD Mandalika tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pelayanan kesehatan bagi masyarakat lokal, tetapi juga sebagai elemen krusial dalam pemenuhan standar *event* internasional yang mensyaratkan kesiapsiagaan medis tingkat lanjut. Peran Rumah Sakit Mandalika mencakup: (1) penanganan korban kecelakaan pembalap, kru, maupun penonton; (2) penyediaan layanan kegawatdaruratan medis lanjutan; dan (3) dukungan pelayanan rawat inap dan tindakan medis lanjutan apabila diperlukan.

Sedangkan dalam hal pelayanan transportasi, DAMRI bersama Dinas Perhubungan turut mendukung layanan *shuttle bus* untuk mobilitas penonton dan ofisial. Dukungan lintas sektor lainnya pada lingkup Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah antara lain:

1. Penyiapan sarana/prasarana pengelolaan sampah di kawasan Mandalika dan penguatan armada serta petugas kebersihan selama *event* MotoGP
2. Penyediaan dukungan komunikasi, jaringan informasi, dan publikasi kegiatan MotoGP
3. Pengelolaan informasi publik dan *media center* Pemkab Lombok Tengah selama *event* berlangsung
4. Produksi konten promosi digital untuk memperkuat citra daerah
5. Patroli dan pengawasan Satpol PP di berbagai titik strategis sekitar kawasan Sirkuit Mandalika
6. Bekerja sama dengan pihak kepolisian, TNI, dan instansi terkait dalam operasi pengamanan besar (Operasi Mandalika Rinjani 2025), termasuk menjaga jalur transportasi dan area publik, lingkup Bandara Internasional Lombok dan jalur akses penting
7. Memberikan rekomendasi izin dan Proteksi terkait risiko kebakaran, termasuk penempatan personel Pemadam Kebakaran (Damkar) pada titik-titik marshal MotoGP, penempatan armada damkar dalam sirkuit dan diluar sirkuit;
8. Penyelenggaraan kegiatan pendukung seperti festival budaya, pertunjukan seni yang dijadikan sebagai ajang sosialisasi penyelenggaraan *event* MotoGP;
9. Promosi potensi wisata unggulan Lombok Tengah melalui media digital dan publikasi nasional maupun internasional.

Instansi pemerintah pusat, daerah, dan swasta telah berperan dan berkontribusi dengan baik dalam gelaran MotoGP Mandalika. Aspek-aspek yang sudah baik dalam mendukung *event* MotoGP Mandalika diantaranya sinkronisasi antar pemangku kepentingan utama—pemerintah pusat, pemerintah daerah, penyelenggara *event*, dan aparat keamanan—berjalan relatif lebih tertata. Pada aspek *operasional venue*, kesiapan Sirkuit Mandalika dan fasilitas pendukung menunjukkan standar yang semakin baik dan sesuai dengan persyaratan FIM. Dari sisi keamanan dan keselamatan, pengamanan *event* dilaksanakan secara terkoordinasi dengan baik, termasuk pengamanan kawasan. Sinergi pembiayaan dan peran lintas sektor ini tidak hanya meminimalkan risiko operasional, tetapi juga meningkatkan efisiensi pelayanan publik, citra destinasi, serta dampak ekonomi bagi daerah dan nasional.

Meskipun terdapat berbagai capaian positif, masih diperlukan perbaikan di berbagai aspek. Pada aspek transportasi perlu ditingkatkan pengaturan *flow* dan manajemen moda transportasi. Untuk transportasi umum/*shuttle*, diperlukan peningkatan jumlah moda dan integrasi antar moda, terutama pada puncak kedatangan dan kepulangan penonton. Pada aspek keterlibatan ekonomi lokal, manfaat ekonomi bagi pelaku UMKM dan masyarakat sekitar belum terdistribusi secara optimal. Skema integrasi UMKM lokal ke dalam ekosistem *event* masih terbatas, baik dari sisi jumlah, variasi produk, maupun akses terhadap area strategis penonton. Selain itu, dari perspektif manajemen, belum sepenuhnya terlihat adanya kerangka evaluasi terstruktur (penerapan KPI *event* MotoGP Mandalika) yang mengaitkan penyelenggaraan MotoGP dengan keberlanjutan pengembangan destinasi Mandalika. Pemanfaatan hasil *event* sebagai dasar kebijakan lanjutan, baik untuk peningkatan infrastruktur, penguatan SDM lokal, maupun pengembangan *event* turunan, masih perlu diperkuat.

Penyelenggaraan MotoGP di Sirkuit Sepang Malaysia dapat menjadi *best practice* untuk kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam pengembangan *sport tourism* berkelas dunia. Pemerintah Malaysia melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga serta Kementerian Pariwisata, Seni, dan Budaya berperan dalam penetapan kebijakan, promosi internasional, serta dukungan anggaran strategis, sementara pengelolaan operasional sirkuit dilakukan oleh Sepang International Circuit (SIC) Sdn. Bhd., sebuah perusahaan milik negara yang dikelola secara profesional dan berorientasi bisnis. Model ini memungkinkan pembagian peran yang jelas antara regulator (pemerintah) dan operator (korporasi), sehingga penyelenggaraan *event* berjalan efisien, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi.

Malaysia menerapkan skema pembiayaan campuran (*blended financing*) antara pemerintah dan swasta. Pihak pemerintah mendukung promosi global, pengamanan, dan infrastruktur strategis, sementara pihak swasta berperan dalam *sponsorship*, komersialisasi tiket, hak siar. Kolaborasi ini diperkuat dengan keterlibatan otoritas daerah Selangor dalam penyediaan akses transportasi, penguatan konektivitas bandara, serta dukungan layanan publik. Dampak dari gelaran MotoGP Sepang tidak hanya berfungsi sebagai ajang olahraga internasional tetapi juga sebagai instrumen penggerak pariwisata, investasi, dan ekonomi regional secara berkelanjutan.



Contoh lain keberhasilan kolaborasi pemerintah dan swasta dalam penyelenggaraan MotoGP adalah di Chang International Circuit, Buriram Thailand. Kolaborasi pemerintah mulai dari daerah hingga pusat bersama dengan sektor swasta berhasil mengembangkan *sport tourism* sebagai instrumen pembangunan wilayah. Sirkuit Chang dibangun dan dikelola oleh Buriram United International Circuit Co., Ltd, perusahaan swasta yang terafiliasi dengan kelompok usaha olahraga Buriram United. Pemerintah Thailand berperan sebagai fasilitator kebijakan, pendukung promosi internasional, serta penyedia infrastruktur strategis, sementara pemerintah Provinsi Buriram berperan aktif dalam penyiapan kawasan, transportasi lokal, keamanan, dan layanan publik.

Pembiayaan MotoGP Thailand menggunakan skema kemitraan publik-swasta atau Public-Private Partnership (PPP). Pemerintah pusat memberikan dukungan awal dalam bentuk promosi global, pengamanan, serta sebagian biaya penyelenggaraan, sementara pihak swasta menanggung investasi utama sirkuit, operasional *event*, *sponsorship*, hak siar, dan komersialisasi. MotoGP Buriram juga terintegrasi secara kuat dengan agenda pembangunan regional, di mana *event* internasional ini dijadikan sebagai instrumen *branding* daerah, akselerasi infrastruktur, serta transformasi ekonomi dari wilayah agraris menjadi destinasi *sport tourism* kelas dunia. Keberlanjutan *event* dijaga melalui orientasi bisnis pengelola yang profesional, kepastian dukungan kebijakan pemerintah, serta tingginya minat pasar internasional. Secara ringkas perbandingan kolaborasi antara pemerintah dan swasta dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika, Sepang dan Buriram, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.24. Perbandingan Kolaborasi Pemerintah–Swasta MotoGP Mandalika, Sepang dan Buriram

Aspek	Mandalika (Indonesia)	Sepang (Malaysia)	Buriram (Thailand)
Pengelola Sirkuit	ITDC MGPA (BUMN)	Sepang International Circuit (SIC) – Government Linked Company	Buriram United International Circuit – Swasta
Model Kepemilikan Sirkuit	Negara (BUMN)	Negara melalui perusahaan komersial	Swasta penuh
Peran Pemerintah Pusat	Regulasi, pembangunan infrastruktur strategis, dukungan APBN, promosi nasional	Kebijakan nasional, promosi global, dukungan anggaran event	Dukungan promosi internasional, keamanan nasional, fasilitasi kebijakan
Peran Pemerintah Daerah	Layanan publik (kesehatan, transportasi, PJU, UMKM, keamanan), penataan kawasan	Transportasi regional, keamanan, layanan publik	Transportasi lokal, layanan kesehatan, keamanan, penataan kawasan
Skema Pembiayaan Event	APBN, APBD, sponso BUMN dan swasta, dan tiket	Anggaran pemerintah + sponsor global + hak komersial + tiket	Skema PPP: swasta sebagai investor utama + dukungan pemerintah
Peran Sektor Swasta	Sponsor, perhotelan, UMKM, transportasi, EO	Sponsor global, logistik, hospitality, media	Investor utama sirkuit, sponsor, hospitality, promotor
Model Bisnis Pengelolaan	Berbasis penugasan negara, orientasi pengembangan kawasan	Korporasi profesional berorientasi profit	Full business oriented & sport industry driven
Integrasi dengan Pariwisata	Dalam tahap penguatan ekosistem	Sudah terintegrasi kuat dengan pariwisata nasional	Terintegrasi sebagai strategi utama transformasi wilayah
Dampak Ekonomi Daerah	Meningkat pada UMKM, transportasi, pariwisata lokal	Stabil dan signifikan bagi hotel, ritel, aviasi	Transformasional bagi ekonomi regional Buriram
Risiko Fiskal Pemerintah	Relatif tinggi (ketergantungan APBN/APBD)	Moderat (terbagi dengan swasta)	Rendah (mayoritas ditanggung swasta)
Keberlanjutan Event	Masih memerlukan penguatan skema bisnis jangka panjang	Stabil & mapan secara komersial	Sangat kuat dengan basis bisnis swasta
Branding Destinasi	Sport tourism baru berkembang	Sport tourism mapan Asia	Sport tourism sebagai identitas daerah

Sumber: Diolah dari berbagai sumber (2025)

MotoGP Mandalika masih dalam fase penguatan ekosistem, dengan ketergantungan yang relatif tinggi pada dukungan APBN dan APBD, namun memiliki potensi pertumbuhan besar sebagai destinasi *sport tourism* baru. Untuk Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, model Buriram relevan untuk mendorong penguatan skema Kerja sama Pemerintah dan Badan Usaha/*Public Private Partnership* (KPBU/PPP) di Mandalika, meningkatkan investasi swasta pada *hospitality* dan atraksi pendukung, serta memastikan MotoGP menjadi motor transformasi ekonomi daerah yang berkelanjutan, bukan sekadar *event* berskala global.

Negara tuan rumah gelaran MotoGP di dunia secara umum masih mengandalkan dukungan pemerintah. Dukungan pembiayaan pemerintah dialokasikan untuk menutup *hosting fee* dan sebagian biaya operasional *event*. Faktor lain yang menyebabkan pemerintah negara tuan rumah masih terlibat dalam skema pembiayaan adalah: (1) upaya pemerintah sebagai bagian dari diplomasi *sport tourism*; (2) sponsor lokal yang belum cukup menutup biaya operasional *event*; dan (3) keuntungan ekonomi terbesar dari dampak pariwisata dan publisitas media, bukan dari profit penyelenggaraan *event*. Kondisi ini terjadi juga karena hak komersial utama (*broadcasting, global sponsorship, dan sebagian iklan*) dimiliki oleh Dorna Sports sebagai pemegang lisensi MotoGP.

Tabel 3.25. Perbandingan Promotor MotoGP di Thailand, Australia, dan Indonesia

Negara	Promotor	Tahun Mulai MotoGP	Dukungan Pemerintah	Catatan Model Pembiayaan
Thailand	Sports Authority Of Thailand	2018	±70-75% Tahun 2025 atau Balap ke-6	Pemerintah menanggung hosting fee dan logistik utama
Australia	Philip Island Grand Prix Circuit	1989	±70-75%	Pemerintah negara bagian Victoria mensubsidi event sebagai strategi promosi pariwisata
Indonesia	Injourney Tourism Development Corporation/ Mandalika Grandprix Association	2022	Kurang dari 50% Tahun 2025 atau Balap ke-4	Kombinasi APBN, BUMN, dan sponsor

Sumber: dari berbagai sumber, diolah (2025)

Penyelenggara membeli satu-satunya produk di dunia dari pemilik lisensi (MotoGP™)

Managing Director, Chang International Circuit, Tanaisiri Chanvitayaron



3.3.5 Kinerja Keuangan ITDC

Kinerja Keuangan MGPA dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika sangat dipengaruhi oleh kerangka kontraktual yang ditetapkan oleh Dorna Sports selaku pemegang lisensi (*rights holder* atau *commercial rights holder*). Struktur pendapatan, beban operasional, dan kapasitas perusahaan dalam mencapai margin keuntungan tidak dapat dilepaskan dari konfigurasi pengaturan kontraktual tersebut. Karakter kontrak penyelenggaraan MotoGP bersifat kompleks karena mencakup aspek komersial, teknis, dan keselamatan yang secara langsung mempengaruhi ruang gerak MGPA sebagai operator lokal (*event promoter* atau *local promoter*). MotoGP, sebagai *event* global dengan standar yang terstandarisasi di seluruh negara penyelenggara, menuntut level kesiapan finansial dan teknis yang tinggi sehingga struktur *revenue*, *cost*, dan potensi *net profit* tidak hanya ditentukan oleh kinerja internal perusahaan, tetapi juga oleh ketentuan global. Oleh karena itu, analisis keuangan MGPA tidak dapat dipisahkan dari pemahaman mengenai bagaimana relasi kontraktual tersebut membentuk pola risiko, peluang, dan tekanan finansial yang kemudian menentukan apakah penyelenggaraan MotoGP dapat berlangsung secara berkelanjutan dari perspektif bisnis maupun pengembangan destinasi.



Sumber : MGPA

© & MotoGP Asset

Tabel 3.26. Laporan Keuangan MotoGP Mandalika Tahun 2025



Laporan kinerja keuangan MotoGP Mandalika menunjukkan bahwa pendapatan *event* selama periode 2022–2025 masih sangat bergantung pada *naming rights*, *sponsorship*, dan *ticketing*, dengan fluktuasi yang cukup signifikan antar tahun. Total pendapatan *event* meningkat dari tahun 2022 menjadi puncaknya pada tahun 2023, sebelum kembali menurun pada tahun 2024 dan 2025. Penurunan pendapatan terutama dipengaruhi oleh lemahnya kontribusi *naming rights* dan *ticketing*, yang mencerminkan tantangan dalam mempertahankan nilai komersial *event* secara konsisten, khususnya pada aspek monetisasi audiens dan *sponsorship* jangka panjang.

Struktur pendapatan MGPA ditentukan oleh jenis hak komersial yang diberikan dalam kontrak penyelenggaraan, terdiri dari penjualan tiket, paket *hospitality*, *sponsorship* lokal, serta pemanfaatan fasilitas sirkuit, namun porsi *revenue* yang dapat dikembangkan secara independen masih relatif terbatas. Ketergantungan pada pemasukan yang hanya muncul saat *event* berlangsung menunjukkan bahwa MGPA belum memiliki ruang yang cukup luas untuk mengembangkan sumber pendapatan lain. Keterbatasan ini terjadi karena sejumlah hak komersial penting seperti hak siar, *branding*, sponsor utama, dan lisensi *merchandise* sepenuhnya dikendalikan oleh Dorna. Pembatasan ini berpotensi membatasi ruang inovasi komersial lokal, sehingga peningkatan pendapatan MGPA sangat bergantung pada kemampuan meningkatkan kapasitas monetisasi yang tersedia, seperti optimalisasi tiket *premium*, *hospitality corporate*, serta kerja sama dengan BUMN dan swasta nasional dalam format kolaborasi komersial yang sah secara kontraktual. Dalam konteks ini, analisis pendapatan MGPA perlu mempertimbangkan bahwa kendala bukan hanya berasal dari sisi pasar atau permintaan, tetapi juga dari batasan struktural yang membatasi ekspansi *revenue* ke arah yang lebih luas dan progresif.

Dari sisi beban, terjadi penurunan yang cukup tajam pada biaya *race related* tahun 2025 dari tahun 2022, yang mengindikasikan adanya peningkatan efisiensi operasional dan optimalisasi biaya teknis penyelenggaraan, terutama pada beban *race related*. Namun demikian, total beban *event* tetap relatif stabil karena munculnya komponen biaya lain seperti *side event* dan kontraprestasi sponsor, terutama pada tahun 2024 dan 2025. Secara agregat, sebelum memperhitungkan *hosting fee*, *event* masih mampu menghasilkan laba operasional pada seluruh tahun pengamatan, dengan kinerja terbaik pada 2023.

Di sisi lain, struktur biaya MGPA tetap tinggi karena harus memenuhi kewajiban penyelenggaraan *event*, pemeliharaan sirkuit, dan standar keselamatan yang ditetapkan federasi balap motor internasional, sehingga peluang untuk efisiensi biaya menjadi terbatas. Karakter biaya ini mencakup porsi besar dari *fixed cost*, seperti perawatan lintasan, sistem keselamatan, peralatan operasional, serta peningkatan fasilitas secara berkala agar dapat memenuhi homologasi internasional. Bersamaan dengan itu, terdapat pula biaya variabel yang terkait langsung dengan penyelenggaraan *event*, termasuk produksi *event*, tenaga kerja tambahan, pengamanan, transportasi logistik, dan pemenuhan standar *hospitality* tertentu yang ditetapkan Dorna. Ketidakseimbangan antara tingginya biaya penyelenggaraan dan kapasitas pendapatan yang terbatas menimbulkan tekanan terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, analisis struktur biaya tidak hanya melihat efisiensi operasional, tetapi juga menilai sejauh mana biaya-biaya yang sulit ditekan tersebut menuntut adanya penyesuaian dalam model pembiayaan dan pola kerja sama agar lebih fleksibel.



Sumber : MGPA

Setelah memasukkan komponen *hosting fee* yang nilainya meningkat signifikan dari tahun 2022 hingga tahun 2025, kinerja keuangan *event* secara keseluruhan berubah menjadi rugi bersih pada sebagian besar tahun. Pendanaan *hosting fee* MotoGP Mandalika oleh negara diperlukan karena penyelenggaraan *event* ini membawa dampak ekonomi yang besar bagi perekonomian nasional dan daerah, yang tidak sepenuhnya dihitung sebagai pendapatan oleh MGPA maupun pelaku usaha lokal. Kondisi ini menegaskan bahwa tantangan utama keberlanjutan MotoGP Mandalika bukan pada operasional *event*, melainkan pada struktur pembiayaan *hosting fee*, sehingga diperlukan strategi penguatan pendapatan komersial, diversifikasi sponsor, serta pendekatan kebijakan yang lebih terintegrasi untuk memastikan keberlanjutan fiskal dan nilai ekonomi jangka menengah.

Selain itu, *event* MotoGP berperan strategis sebagai *nation-branding tool* yang memperkuat posisi Indonesia dalam peta geopolitik olahraga dunia, menarik minat investor global, dan menunjukkan kapasitas Indonesia dalam menyelenggarakan *event* berskala internasional. Dampak reputasi dan diplomasi ekonomi ini membutuhkan dukungan pembiayaan negara karena manfaatnya tidak langsung dikonversi menjadi pendapatan finansial bagi penyelenggara, tetapi memberikan nilai jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan pendanaan negara, keberlanjutan penyelenggaraan MotoGP dapat dijamin, sekaligus memastikan bahwa Indonesia tetap kompetitif dibandingkan negara lain yang juga memberikan dukungan fiskal besar untuk menarik *event* internasional sejenis.



Gambar 3.4. Spektrum Pembiayaan dan Pemangku Kepentingan Utama MotoGP Mandalika

Skema pembagian tugas dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika dibagi ke dalam tiga komponen utama, yaitu biaya penyelenggaraan, *hosting fee*, dan promosi. Pihak yang dapat dilibatkan untuk melakukan kolaborasi pembiayaan adalah pemangku kepentingan (Kementerian/Lembaga) dan badan usaha (*local promotor*) yang berbeda sesuai tugas dan kewenangan masing-masing.

- A. Biaya penyelenggaraan merupakan biaya teknis dan operasional agar balapan MotoGP dapat terlaksana sesuai standar FIM dan Dorna Sports.** Komponen ini mencakup operasional sirkuit, perawatan lintasan, fasilitas pendukung seperti *pit lane*, *paddock*, kelistrikan, air, dan telekomunikasi, keselamatan dan keamanan, serta manajemen *event*, termasuk sumber daya manusia dan jasa pendukung lainnya. Dalam skema ini, pembiayaan biaya penyelenggaraan terutama menjadi tanggung jawab ITDC dengan dukungan kementerian terkait yaitu Kementerian Pariwisata dan Kemenpora.
- B. *Hosting fee* ditempatkan sebagai komponen yang berbeda secara fundamental dari biaya operasional, karena bersifat biaya lisensi atau hak penyelenggaraan yang dibayarkan kepada Dorna Sports sebagai pemegang hak komersial MotoGP.** *Hosting fee* memiliki karakteristik kontraktual jangka menengah hingga panjang (*fixed, multi-years*) dan umumnya meningkat secara bertahap sesuai klausul kontrak. Berbeda dengan biaya operasional, *hosting fee* tidak secara langsung menghasilkan pendapatan tiket atau *sponsorship* lokal, melainkan memberikan manfaat tidak langsung berupa publisitas global melalui siaran internasional di ratusan negara serta penguatan *nation branding*. Oleh karena itu, pembiayaan *hosting fee* melibatkan peran Kemenpora dan MGPA sebagai bentuk investasi strategis peran negara.
- C. Komponen pemasaran difokuskan pada aktivitas pemasaran dan komunikasi untuk memaksimalkan dampak ekonomi dan pariwisata dari penyelenggaraan MotoGP Mandalika.** Pemasaran mencakup kampanye pemasaran domestik dan internasional, *media buying*, *digital marketing*, *influencer*, serta produksi konten kreatif yang mengintegrasikan MotoGP dengan *branding* destinasi dan pariwisata Indonesia. Selain itu, promosi juga meliputi aktivasi *event* seperti *fan festival*, *side event*, *UMKM showcase*, dan *cultural showcase*, serta kegiatan *public relations* seperti *media center*, *press trip*, dan liputan internasional. Peran pemasaran ini dilaksanakan melalui sinergi antara MGPA, Kementerian Pariwisata, Kemenpora, Kementerian UMKM, Kementerian Koperasi, dan kementerian/lembaga lainnya.

Kementerian Pariwisata akan mendukung pelaksanaan MotoGP melalui promosi dan dukungan *event* untuk aktivasi pariwisata

Bayu Aji

Sekretaris Jendral Kementerian Pariwisata



Aspek komersialisasi antara pemilik lisensi global (Dorna Sport) dan *local promoter* (MGPA) masih menunjukkan ketidakseimbangan yang berdampak langsung pada profitabilitas MGPA dan keberlangsungan keberlangsungan event MotoGP Mandalika. Salah satu solusi adalah renegosiasi kontrak untuk memberikan ruang bagi kedua belah pihak untuk mendapatkan hak komersial yang berimbang. Struktur kontrak saat ini menempatkan sebagian besar hak komersial bernilai tinggi mayoritas di bawah kendali pemegang lisensi, yaitu *broadcasting rights*, *global title sponsor*, *official global partners*, serta *official merchandising*. Hak-hak tersebut secara konsisten menjadi sumber pendapatan utama bagi pemilik lisensi, namun belum memberikan kontribusi signifikan bagi operator lokal.

Dampaknya, kemampuan MGPA dalam menghasilkan keuntungan sangat bergantung pada optimalisasi ruang komersial lokal yang relatif terbatas dibandingkan potensi pasar global. Dalam konteks ini, renegosiasi diperlukan untuk membuka dan memperluas hak-hak komersial yang masih memungkinkan untuk dinegosiasikan, seperti hak aktivasi digital lokal, pelibatan sponsor nasional di area sirkuit, serta skema pembagian pendapatan pada kategori *merchandise* tertentu yang tidak bersinggungan dengan *branding* global. Semakin luas ruang komersial yang dapat dinegosiasikan ulang, semakin besar peluang MGPA untuk memperbaiki struktur pendapatan dan meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan.

Upaya peningkatan komersialisasi MotoGP Mandalika memerlukan dua strategi yang saling melengkapi, yaitu (1) optimalisasi hak komersial yang telah dimiliki dan (2) advokasi perluasan hak melalui renegosiasi kontrak yang lebih argumentatif dan berbasis data. Optimalisasi hak yang sudah ada dapat dilakukan melalui diversifikasi paket *hospitality premium*, pengembangan *side events* yang mampu menarik tambahan sponsor dan pengunjung, serta pemanfaatan kawasan sirkuit sebagai ruang komersial sepanjang tahun untuk kegiatan otomotif, hiburan, MICE, dan *branding activation*.

Kedua, renegosiasi kontrak perlu diarahkan untuk membuka sumber pendapatan yang belum dimanfaatkan secara optimal, antara lain perluasan lisensi *merchandise* lokal, pengembangan konten digital yang dapat dimonetisasi melalui skema *partnership*, serta eksplorasi *revenue sharing* pada kategori sponsor tertentu. Dengan pendekatan simultan yang berorientasi jangka panjang, MGPA berpeluang memperkuat struktur keuangannya sehingga penyelenggaraan MotoGP Mandalika tidak hanya memenuhi standar internasional, tetapi juga menghasilkan nilai ekonomi yang signifikan dan berkelanjutan bagi perusahaan, destinasi, serta ekosistem pariwisata nasional.



Sumber : MGPA

PERTAMINA GRAND OF INDONESIA 2025



BAB4

STRATEGI PENGEMBANGAN DAN KEBERLANJUTAN

MotoGP 2025 Memberikan
Dampak Ekonomi

**Rp2,7–Rp4,7
Triliun**

terhadap perekonomian
regional dan nasional

Hasil analisis menunjukkan bahwa penyelenggaraan *event* MotoGP 2025 memberikan dampak ekonomi yang nyata terhadap perekonomian regional dan nasional sebesar Rp2,7–Rp4,7 triliun. Dampak tersebut tercermin pada peningkatan kunjungan wisatawan, tingkat hunian akomodasi, perputaran ekonomi sektor perdagangan dan jasa, serta peluang pendapatan bagi pelaku usaha lokal. Selain dampak langsung, *event* juga memicu dampak tidak langsung dan lanjutan melalui permintaan pasokan, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan konsumsi rumah tangga selama periode penyelenggaraan *event*.

Namun demikian, hasil analisis juga mencatat bahwa dampak ekonomi *event* masih bersifat temporer dan belum sepenuhnya didukung oleh struktur ekonomi daerah. Keterkaitan antara *event* dengan pelaku usaha lokal, Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM), dan ekonomi desa di sekitar kawasan masih terbatas, sehingga efek pengganda jangka panjang belum optimal.

Dari sisi tata kelola, hasil analisis menegaskan bahwa keberhasilan *event* tidak hanya ditentukan oleh kualitas penyelenggaraan teknis, tetapi juga oleh koordinasi lintas aktor, meliputi pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN pengelola kawasan, dan pelaku usaha. Ketidaksinkronan kebijakan, keterbatasan infrastruktur pendukung di luar-sirkuit, serta belum optimalnya perencanaan *pasca-event* (*legacy planning*) menjadi faktor yang mengurangi potensi manfaat jangka panjang bagi daerah.

“

MotoGP sebagai
Strategic Leverage untuk
Transformasi Sport
Tourism dan Budaya
Olahraga Indonesia

”

Event MotoGP diposisikan oleh pemerintah sebagai *platform* strategis untuk memperkuat *sport tourism* dan mendorong pembudayaan olahraga secara lebih luas. Dalam perspektif pembangunan, pembudayaan olahraga tidak selalu dibangun melalui partisipasi langsung dalam olahraga prestasi, tetapi juga melalui penciptaan pengalaman, identitas, dan ekosistem yang menumbuhkan minat masyarakat terhadap aktivitas fisik dan gaya hidup aktif.



Sumber : MGPA

MotoGP berfungsi sebagai etalase olahraga prestasi kelas dunia yang mampu menarik atensi publik, memperluas *exposure* olahraga di ruang publik, serta menghubungkan olahraga dengan pariwisata, rekreasi, dan ekonomi kreatif. Melalui penyelenggaraan MotoGP, olahraga dihadirkan sebagai pengalaman publik yang mudah diakses, atraktif, dan terintegrasi dengan ruang pariwisata, ekonomi kreatif, serta aktivitas rekreasi, sehingga mendorong keterlibatan masyarakat lintas usia dan latar belakang dalam aktivitas fisik dan olahraga secara berkelanjutan. Dengan demikian, MotoGP berfungsi sebagai katalis dalam membangun ekosistem olahraga nasional yang tidak hanya mengejar prestasi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya hidup aktif dan sehat sebagai bagian dari kualitas hidup masyarakat Indonesia ke depan.

Event MotoGP Mandalika memiliki potensi strategis sebagai katalis pembangunan ekonomi daerah dan destinasi pariwisata berkelas dunia, namun perlu perbaikan untuk peningkatan dampak ekonomi dan aspek keberlanjutan. Buku ini merekomendasikan pergeseran paradigma dari *event-based economy* menuju *event-led development*, dimana *event* diposisikan sebagai pemicu bagi transformasi ekonomi lokal, penguatan kualitas atraksi pariwisata, penguatan kapasitas usaha, dan peningkatan daya saing wilayah secara berkelanjutan.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 terbukti memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap penguatan *branding* Mandalika dan Indonesia di tingkat nasional maupun global. Melalui publisitas media internasional yang masif, keterlibatan digital yang tinggi, serta tingkat kepuasan penonton yang berada pada kategori sangat baik, MotoGP Mandalika berfungsi sebagai instrumen strategis dalam memperkuat ekuitas merek destinasi dan citra Indonesia sebagai negara penyelenggara *event* olahraga kelas dunia.

Branding MotoGP Mandalika
Berpotensi Mendorong
Kunjungan Wisatawan

8–12 Persen

berdasarkan *Tourism Uplift
Model*

Keberhasilan *branding* MotoGP Mandalika memiliki transmisi yang jelas terhadap sektor pariwisata. Berdasarkan *Tourism Uplift Model*, peningkatan *brand visibility* berpotensi mendorong pertumbuhan kunjungan wisatawan sebesar 8–12 persen. Secara keseluruhan, MotoGP Mandalika 2025 menegaskan komitmen Pemerintah Indonesia dalam pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas dan penguatan citra nasional melalui *sport tourism*.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 menunjukkan penerapan aspek lingkungan dan keberlanjutan yang relatif baik dan progresif. Hal ini tercermin dari capaian penilaian *green event* sebesar 5,5 dari 6,0 serta pemenuhan standar internasional melalui homologasi Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM) Grade A. Hal ini menegaskan bahwa MotoGP Mandalika tidak hanya memenuhi aspek teknis dan keselamatan balap, tetapi juga telah mengintegrasikan prinsip keberlanjutan sebagai bagian dari manajemen *event* berskala internasional.

MotoGP Mandalika 2025 dapat dinilai sebagai *event* internasional yang telah mengadopsi prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) secara bertahap dan terukur. Meskipun masih diperlukan peningkatan pada aspek energi terbarukan, pengurangan emisi tidak langsung, dan pelaporan keberlanjutan yang lebih komprehensif, penyelenggaraan MotoGP Mandalika telah menunjukkan arah yang positif dalam mendukung pariwisata berkelanjutan, penguatan ekonomi lokal, serta pencapaian tujuan pembangunan nasional di sektor pariwisata.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika menunjukkan bahwa tata kelola event internasional telah dibangun melalui kerangka koordinasi nasional yang relatif kuat. Keterlibatan instansi pemerintah pusat, pemerintah daerah, sektor swasta, media, serta masyarakat mencerminkan adanya kontribusi multipihak dalam mendukung penyelenggaraan event internasional tersebut. Namun demikian, hasil analisis merekomendasikan perlunya penyempurnaan tata kelola event agar memiliki struktur kelembagaan yang lebih jelas, pola koordinasi yang terstandar, pembagian indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPI*) yang terukur antar pemangku kepentingan, serta mekanisme evaluasi yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Penguatan **Kolaborasi, Investasi, dan Evaluasi Kinerja** sebagai prasyarat transformasi ekonomi berkelanjutan

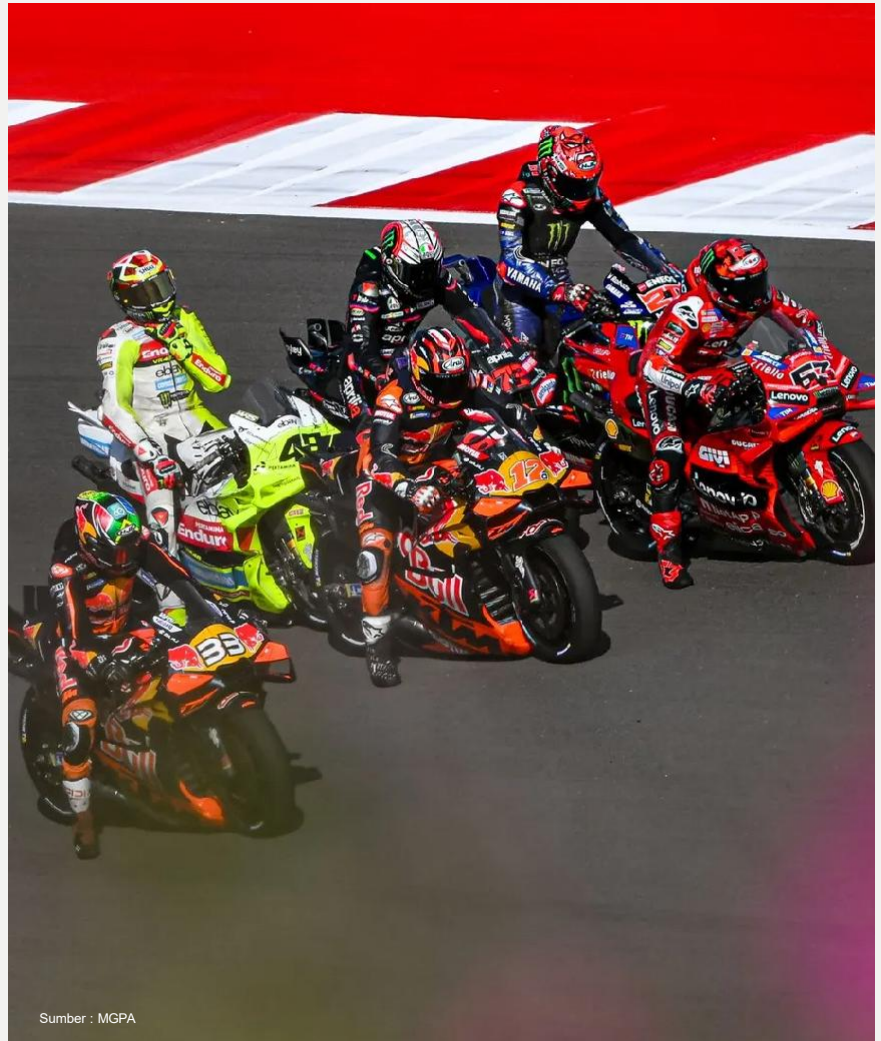
Hosting fee MotoGP Mandalika merupakan komponen biaya strategis sekaligus investasi branding nasional. Tren kenaikan *hosting fee* tahunan hingga 2025 mencerminkan meningkatnya nilai komersial MotoGP Mandalika, tingginya permintaan global terhadap slot balapan, serta eskalasi standar teknis dan publisitas media internasional. Walaupun kenaikan ini tidak dapat dihindarkan, keberlanjutan penyelenggaraan MotoGP merupakan kebutuhan dua belah pihak antara pemilik lisensi (Dorna Sport) dan promotor lokal (MGPA). Hasil analisis merekomendasikan adanya kebutuhan untuk melakukan negosiasi ulang untuk mendapatkan kesetaraan hak komersial bagi kedua belah pihak. Dengan perbaikan strategi *sponsorship* dan pengelolaan kontrak yang lebih adaptif, MotoGP Mandalika berpotensi menjadi event yang tidak hanya berhasil secara operasional dan reputasi, namun lebih berkelanjutan secara fiskal dan ekonomi dalam jangka panjang.

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika merupakan hasil dari kolaborasi lintas sektor yang relatif komprehensif antara pemerintah, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, serta swasta. Sinergi ini berperan penting dalam menjamin kelancaran operasional event, khususnya pada aspek penyediaan infrastruktur, transportasi, keamanan, dan layanan kesehatan, yang merupakan prasyarat utama penyelenggaraan event olahraga internasional dengan standar FIM. Investasi oleh ITDC/MGPA, kementerian teknis, serta pemerintah daerah menunjukkan adanya komitmen negara dalam menjadikan MotoGP sebagai agenda strategis pengembangan destinasi pariwisata dan pengungkit ekonomi wilayah.

MotoGP Mandalika sebagai **Strategic Branding Investment** yang Memerlukan Model **Komersial Berkelanjutan**

Dengan demikian, MotoGP Mandalika masih berada pada fase penguatan ekosistem sport tourism. Diperlukan penguatan skema kolaborasi dan pembiayaan berbasis Kerja sama Pemerintah dan Badan Usaha/*Public Private Partnership* (KPBU/PPP), peningkatan peran investasi swasta, pengembangan ekosistem UMKM lokal, serta penerapan sistem evaluasi kinerja yang terukur dan berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut menjadi prasyarat agar MotoGP Mandalika tidak hanya berfungsi sebagai event internasional tahunan, tetapi juga sebagai katalis transformasi ekonomi daerah dan penguatan daya saing destinasi Lombok Tengah secara berkelanjutan

Dari sisi keuangan, penyelenggaraan MotoGP Mandalika secara operasional menunjukkan perbaikan efisiensi biaya, khususnya pada komponen *race related*, dan mampu menghasilkan laba sebelum *hosting fee*. Meskipun demikian, beban *hosting fee* yang cenderung meningkat setiap tahun menyebabkan kinerja event secara keseluruhan masih mengalami defisit. Kondisi ini menegaskan bahwa tantangan utama keberlanjutan MotoGP Mandalika bukan pada aspek teknis penyelenggaraan, melainkan pada struktur pembiayaan *hosting fee* dan keterbatasan hak komersial lokal akibat konfigurasi kontrak dengan pemegang lisensi global.



Sumber : MGPA

Penurunan Nilai *Naming Rights* menegaskan perlunya **diversifikasi** dan **optimalisasi model komersialisasi**

Penurunan nilai *naming rights* Pertamina sejak 2023 hingga 2025 berdampak signifikan terhadap pendapatan MGPA dan menegaskan adanya kerentanan fiskal pada model pembiayaan yang terlalu terpusat pada satu mitra strategis. Meskipun secara nominal nilai *naming rights* Pertamina masih dapat dinilai wajar, secara komersial nilainya berada jauh dibawah *benchmark* internasional. Hal ini mengindikasikan adanya ruang peningkatan valuasi melalui pendekatan komersialisasi yang lebih terbuka, transparan, dan kompetitif.

Dukungan pembiayaan negara terhadap MotoGP Mandalika untuk menghasilkan dampak ekonomi makro, penguatan pariwisata, serta manfaat strategis berupa *nation branding* dan diplomasi olahraga. Namun demikian, dalam menjaga keberlanjutan fiskal dan meningkatkan akuntabilitas diperlukan strategi penguatan pendapatan non-APBN melalui diversifikasi sponsor, peningkatan nilai *naming rights*, serta perluasan partisipasi swasta nasional dan internasional.

4.1 Strategi Penguatan Dampak Ekonomi dan Sosial

Strategi untuk penguatan dampak ekonomi dan sosial ke depan adalah:

- Diperlukan *grand design* industri olahraga Nasional sebagai bentuk strategi pengembangan *sport tourism* ke depan
- Diperlukan kebijakan nasional yang menempatkan *event* internasional sebagai bagian dari strategi pembangunan pariwisata dan ekonomi daerah jangka panjang, bukan sekadar agenda tahunan.
- Memperkuat skema pendanaan dan insentif fiskal yang mendukung keberlanjutan *event*, termasuk dukungan infrastruktur, transportasi, dan promosi terpadu lintas kementerian.
- Mendorong integrasi *event* MotoGP Mandalika ke dalam agenda *sport tourism* dan MICE nasional, serta memastikan konsistensi kalender *event* untuk mengurangi ketidakpastian bagi investor dan pelaku usaha.

Hasil analisis pada buku ini dapat menjadi *input* bagi pengambilan kebijakan pada tingkat daerah, dalam hal ini Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) dan Kabupaten Lombok Tengah. *Pertama*, mengembangkan strategi penguatan keterkaitan (*linkages*) antara *event* dengan ekonomi lokal, termasuk UMKM, desa wisata, dan sektor kreatif. *Kedua*, meningkatkan kualitas infrastruktur pendukung di luar kawasan sirkuit, seperti aksesibilitas, transportasi publik, kebersihan, dan layanan dasar. *Ketiga*, menyusun kebijakan pengembangan SDM lokal (pelatihan, sertifikasi, dan *hospitality skills*) agar masyarakat setempat menjadi bagian integral dari ekosistem *event*.

Hasil analisis juga memberikan *insight* bagi pelaku usaha, terutama penyelenggara *event*. *Pertama*, memaksimalkan nilai dan jangkauan dari *event*, guna menciptakan stimulus ekonomi yang lebih besar dari pengeluaran pengunjung dan investasi pelaku usaha. *Kedua*, mengembangkan model pengelolaan kawasan dan *event* berbasis keberlanjutan, dengan fokus pada diversifikasi aktivitas *non-event* (*sport tourism*, *entertainment*, *leisure*, dan *community-based activities*). *Ketiga*, memperkuat kolaborasi dengan pelaku usaha lokal melalui skema kemitraan, kurasi vendor lokal, dan integrasi UMKM dalam rantai nilai *event*. *Keempat*, menyusun dan mengimplementasikan *legacy plan* *pasca-event* yang jelas, mencakup pemanfaatan aset, peningkatan *brand* kawasan, dan kesinambungan aktivitas ekonomi sepanjang tahun.

Selain itu, buku ini juga dapat memberikan *insight* bagi pelaku usaha lainnya. *Pertama*, pelaku usaha lokal dan nasional perlu melihat *event* MotoGP sebagai peluang untuk meningkatkan citra dan bisnisnya. *Kedua*, meningkatkan kesiapan kapasitas usaha, kualitas layanan, dan inovasi produk agar mampu menangkap peluang ekonomi dari *event* secara berkelanjutan. *Ketiga*, asosiasi usaha, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan dapat berperan dalam membangun ekosistem pendukung melalui pelatihan, standarisasi, dan jejaring bisnis. *Keempat*, diperlukan partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kualitas destinasi, keamanan, dan citra Mandalika sebagai destinasi internasional.

Event harus dikelola sebagai **Platform Ekosistem Berkelanjutan dengan Legacy Plan yang Terukur**

4.2 Strategi Penguatan Tata Kelola: Kelembagaan, Pembiayaan, dan Kinerja



Dalam rangka pengembangan *sport tourism* nasional ke depan, penyelenggaraan dan pemasaran event MotoGP dapat diperkuat melalui kolaborasi lintas kementerian/lembaga, antara lain melalui penugasan kepada Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Pariwisata, dan kementerian/lembaga terkait lain sesuai dengan tugas dan fungsi. Kementerian Pemuda dan Olahraga dapat berperan lebih strategis dalam mendukung penyelenggaraan event olahraga internasional, termasuk MotoGP Mandalika, terlebih jika didukung skema pembiayaan khusus. Sebagai perbandingan, di Thailand terdapat *Sports Authority of Thailand* (SAT) dan *National Sports Development Fund* (NSDF). SAT merupakan otoritas olahraga nasional yang dibentuk melalui Undang-undang dan memiliki mandat dalam pengelolaan dan penyelenggaraan event olahraga internasional strategis. Keberadaan SAT memberikan dukungan yang kuat dalam pengembangan *sport tourism* dan *sport industry* di Thailand, termasuk penyelenggaraan MotoGP Buriram. NSDF adalah skema dana abadi olahraga yang turut mendukung pembiayaan MotoGP Buriram.

Dalam pelaksanaan pemasaran *sport tourism*, Kementerian Pariwisata dapat melakukan promosi mendukung MotoGP Mandalika. Di Thailand, terdapat *Tourism Authority of Thailand* (TAT) yaitu sebuah lembaga pemerintah Thailand yang bertanggung jawab untuk promosi dan pemasaran pariwisata Thailand, baik di pasar domestik maupun internasional. Lembaga ini berada di bawah pengawasan *Ministry of Tourism and Sports of Thailand*, dan berperan sebagai badan utama dalam meningkatkan jumlah wisatawan serta memperkuat citra Thailand sebagai destinasi wisata global. TAT memiliki mandat untuk melakukan dukungan promosi dan pemasaran MotoGP Buriram. Selain itu, kementerian/lembaga lain seperti Kementerian UMKM dan Kementerian Koperasi dapat mendukung kelancaran dan kesuksesan penyelenggaraan event MotoGP Mandalika melalui penyediaan *booth* pameran produk lokal.



Sumber : MGPA

Berdasarkan evaluasi terhadap kesuksesan penyelenggaraan MotoGP Mandalika pada tahun 2022-2024 yang dikawal oleh Kepanitiaan Nasional, maka perlu dibentuk kembali kelembagaan berupa Kepanitiaan Nasional untuk penyelenggaraan MotoGP Mandalika kedepannya. Struktur kelembagaan dapat mengacu pada struktur Kepanitiaan Nasional sebelumnya yang terdiri atas unsur Pengarah, Ketua Pelaksana, Sekretariat Nasional, dan Pokja-Pokja Tematik sebagai bidang-bidang pelaksana yang berfungsi untuk mengoordinasikan tugas sektoral.

Dalam rangka menuju penyelenggara event MotoGP yang berkelanjutan, terdapat empat usulan opsi skema pembiayaan MotoGP Mandalika yaitu:

1. **Opsi pertama adalah pembiayaan penuh oleh ITDC/MGPA melalui penugasan Badan Pengaturan BUMN (Model Komersial).** Skema ini tidak membebani APBN dan mendorong kemandirian industri olahraga, namun memiliki risiko finansial tinggi di tahap awal serta membutuhkan kapasitas bisnis dan permodalan yang kuat.
2. **Opsi kedua adalah pembiayaan penuh oleh negara (Model APBN).** Skema ini menjamin kepastian penyelenggaraan dan memperkuat *nation branding*, tetapi menimbulkan beban fiskal besar, mengurangi dorongan kemandirian industri, serta berisiko tidak berkelanjutan dalam jangka panjang.
3. **Opsi ketiga pembiayaan bertahap menuju kemandirian industri olahraga (Model Inkubasi).** Dalam skema ini, APBN berperan sebagai *enabler* sementara risiko dan pembiayaan dibagi, sehingga menjadi opsi paling seimbang antara keberlanjutan fiskal, penguatan industri nasional, dan menjaga reputasi internasional.
4. **Opsi keempat adalah penghentian MotoGP.** Meskipun menghilangkan beban fiskal dan risiko keuangan, opsi ini berdampak negatif terhadap reputasi internasional, kepercayaan mitra global, dan potensi ekonomi daerah, serta berisiko menyisakan aset infrastruktur yang tidak optimal.

01 Dibiayai penuh oleh ITDC/MGPA (Model Komersial)

Deskripsi: Seluruh pembiayaan MotoGP (termasuk *hosting fee*, operasional *event*, promosi dan risiko finansial) ditanggung ITDC/MGPA. Negara tidak lagi menyediakan APBN, hanya dukungan perizinan dan diplomasi.

Skema *hosting fee*, dibayar penuh dari: *Ticketing & hospitality premium, Sponsorship & naming rights, Rights Commercial* kawasan (hotel, *experience*), *Broadcasting & media rights* (jika memungkinkan).

✓ PRO

- Kemandirian industri olahraga murni
- Tidak membebani fiskal negara
- Mendorong profesionalisme tinggi dan efisiensi biaya
- Sinyal kuat ke pasar dan investor global
- Selaras dengan prinsip *Business to Business* (B2B)

✗ KONTRA

- Risiko finansial sangat tinggi di awal
- Bankability ITDC/MGPA harus sangat kuat
- Kebutuhan penyertaan modal negara untuk modal di awal
- Jika swasta gagal, reputasi Indonesia terdampak
- Potensi kenalkan harga tiket (akses publik menurun)

02 Dibiayai penuh negara (Model APBN)

Deskripsi: Negara menanggung seluruh biaya MotoGP, termasuk *Hosting Fee*, operasional, dan promosi internasional. ITDC/MGPA hanya bertindak sebagai operator teknis.

Skema *hosting fee*: *Event* diposisikan sebagai *Public Good & Nation Branding*.

✓ PRO

- Kepastian penyelenggaraan *Event*
- Sebagai Instrumen negara untuk diplomasi *internasional & National Branding*
- Risiko finansial tidak ditanggung BUMN
- Harga tiket dapat dijaga tetap terjangkau
- Dampak ekonomi daerah realtif stabil

✗ KONTRA

- Beban fiskal besar dan berulang
- Risiko inefisiensi dan prioritas sektor lain tidak terdantai
- Tidak mendorong kemandirian industri olahraga
- Sulit dipertahankan dalam jangka panjang
- Rentan kritik publik karena menjadi *Public Good*

01

02

Gambar 4.1. Usulan Opsi Skema Pembiayaan MotoGP Mandalika

Bertahap menuju kemandirian industri olahraga (Model Inkubasi) 03

Deskripsi: Negara tidak mensubsidi, tetapi menginkubasi MotoGP Mandalika hingga layak secara komersial melalui skema bertahap (risk-sharing > market based)

✓ PRO

- Paling seimbang secara fiskal dan bisnis
- APBN berfungsi sebagai *Enabler*, bukan operator
- Meningkatkan *Bankability* ITDC/MGPA secara bertahap
- Mendorong tumbuhnya industri olahraga nasional
- Reputasi Indonesia tetap terjaga

✗ KONTRA

- Membutuhkan tata kelola nasional dan IKU lintas sektor
- Perlu kejelasan *Exit Strategy* APBN
- Ketergantungan pada APBN akan berlanjut jika pentahapan tidak tercapai.

MotoGP dihentikan (Stop) 04

Deskripsi: Indonesia menghentikan penyelenggaraan MotoGP Mandalika dan tidak memperpanjang kontrak *Hosting Fee*

Implikasi *hosting fee*: Tidak ada kewajiban *Hosting Fee* ke depan.

✓ PRO

- Tidak ada beban fiskal
- Tidak ada risiko finansial
- Anggaran bisa dialihkan ke sektor prioritas lain

✗ KONTRA

- Kehilangan reputasi internasional
- Risiko terkena biaya kontrak
- Dampak ekonomi daerah menurun signifikan
- *Sunk Cost infrastruktur* yang tinggi
- Kegagalan *Sport Tourism* nasional menjadi preseden buruk
- Kepercayaan mitra global berkurang

Gambar 4.1. Usulan Opsi Skema Pembiayaan MotoGP Mandalika

Mempertimbangkan pro dan kontra di atas, skema pembiayaan berkelanjutan untuk penyelenggaraan MotoGP Mandalika diarahkan pada Model Inkubasi. Pemerintah menempatkan MotoGP Mandalika sebagai *strategic sport tourism asset* yang pada tahap awal memerlukan dukungan negara untuk menurunkan risiko, membangun reputasi, serta meningkatkan *bankability* penyelenggara, hingga pada akhirnya layak secara komersial dan mandiri secara finansial.

Prinsip dasar pembiayaan berkelanjutan menekankan pada penurunan porsi APBN secara bertahap, peningkatan reputasi dan kredibilitas finansial MGPA, serta transformasi belanja publik dari sekadar dukungan operasional menjadi skema berbagi risiko (*risk-sharing*) dan pengungkit pendapatan (*revenue-enabling*). Seluruh kebijakan diarahkan untuk memastikan keberlanjutan kepemilikan dan pelaksanaan *hosting rights* MotoGP Mandalika dalam jangka panjang. Skema pembiayaan berkelanjutan terdiri dari tiga tahap sebagai berikut:

Tabel 4.1. Peta Jalan Pembiayaan Berkelanjutan Menuju MotoGP Mandalika Mandiri Secara Finansial

Tahap 1 Event Stabilization Tahun 2026-2028	Tahap 2 Commercial Expansion Tahun 2029-2031	Tahap 3 Mature Event Ecosystem Tahun 2032-2034
Biaya Penyelenggaraan adalah keseluruhan biaya yang terdiri dari <i>operasional event</i> , <i>hosting fee</i> , dan pemasaran		
Tujuan: Memastikan kerbelanjutan <i>event</i> dan memperkuat reputasi Mandalika sebagai tuan rumah MotoGP Asia. Menurunkan risiko awal serta membangun reputasi dan <i>bankability</i> MGPA.	Tujuan: Mengalihkan sebagian pembiayaan APBN ke <i>market</i> . Reputasi dan <i>bankability</i> MGPA tinggi.	Tujuan: MotoGP Mandalika mandiri secara finansial.
Pembagian Biaya Penyelenggaraan: 1. APBN (70-75%) dengan fokus pada: <i>Hosting Fee</i> , penyelenggaraan, dan dukungan pemasaran 2. BUMN dan sponsor nasional (20-25%) 3. Pendapatan komersial <i>Event</i> dan Kawasan (10%)	Pembagian Biaya Penyelenggaraan: 1. APBN (50-70%) 2. Sponsor global dan regional (20-30%) 3. Pendapatan Komersial <i>Event</i> dan Kawasan (10-20%)	Pembagian Biaya Penyelenggaraan: 1. APBN (<50%) 2. Non APBN (>50%)

Tahap 1 Event Stabilization Tahun 2026-2028	Tahap 2 Commercial Expansion Tahun 2029-2031	Tahap 3 Mature Event Ecosystem Tahun 2032-2034
Fokus Strategi: APBN menanggung <i>hosting fee</i>, negosiasi jangka waktu dan nilai <i>naming rights</i> (<i>multiyears</i> dan <i>multi-scheme</i>), peningkatan <i>ticketing revenue</i>, negosiasi kontrak dengan Dorna Sport untuk peningkatan nilai <i>revenue</i>, penguatan kapasitas ITDC/MGPA melalui penyertaan modal negara, <i>sovereign loan</i>, laba ditahan (<i>retained earning</i>), dll.	Fokus Strategi: Peningkatan nilai <i>naming right</i> secara signifikan, penguatan sponsor global otomotif, membentuk <i>Special Purpose Vehicle</i> (SPV) yang memiliki <i>rights</i> besar dan membiayai <i>hosting fee</i>, negosiasi kontrak termasuk opsi novasi untuk melibatkan lembaga yang bertugas mengembangkan dan mengelola industri olahraga nasional.	<i>Naming rights</i>, title sponsor, dan <i>hospitality program</i> dapat sepenuhnya menutup <i>Hosting Fee</i>. APBN digunakan untuk diplomasi <i>event</i> dan promosi pariwisata internasional dan <i>strategic event funding</i>
Justifikasi: Mandalika masih dalam fase pembentukan pasar	Justifikasi: Mandalika memiliki reputasi dan akses pembiayaan yang lebih baik	Justifikasi: Reputasi dan <i>revenue stream</i> telah memadai dan berkelanjutan

MotoGP Mandalika bukan disubsidi, tetapi diinkubasi sampai layak secara komersial.

Vivi Yulaswati

Deputi Bidang Ekonomi dan Transformasi Digital Bappenas



Peta Jalan Mandalika mengarahkan pada penurunan dukungan APBN secara bertahap dan peningkatan kontribusi komersial melalui pengembangan ekosistem kawasan dan monetisasi *event*, bukan penghapusan dukungan APBN.

Dalam peta jalan pembiayaan bertahap jangka pendek hingga menengah, Tahap 1 (2026–2028) difokuskan pada stabilisasi penyelenggaraan *event* serta penguatan reputasi Mandalika sebagai tuan rumah MotoGP. Pada fase ini, dukungan APBN masih relatif signifikan yaitu 70-75 persen, terutama untuk membiayai *hosting fee*, penyelenggaraan, dan pemasaran. Pembiayaan dilengkapi oleh kontribusi BUMN dan sponsor nasional sebesar 20–25 persen, serta pendapatan komersial sebesar 10 persen. Instrumen utama yang digunakan meliputi negosiasi kontrak dengan Dorna Sport, optimalisasi nilai komersial melalui skema *naming rights*, serta pengelolaan pendapatan melalui penyertaan modal negara, *sovereign loan*, laba ditahan (*retained earning*) guna memperkuat kapasitas keuangan MGPA.

Tahap 2 (2029–2031) menandai fase transisi, di mana pembiayaan mulai dialihkan dari APBN ke mekanisme pasar. Porsi APBN diturunkan menjadi 50-70 persen, sementara sponsor global dan regional menjadi sumber utama pendanaan dengan kontribusi 20-30 persen. Pendapatan komersial dari *event* dan kawasan ditargetkan mencapai 10-20 persen. Pada tahap ini, reputasi dan *bankability* MGPA diharapkan sudah kuat sehingga memungkinkan peningkatan nilai komersial melalui kontrak *naming rights* jangka menengah hingga panjang, perluasan kemitraan dengan sponsor global, serta penguatan skema kelembagaan melalui pembentukan SPV guna meningkatkan kapasitas pembiayaan *hosting fee* secara lebih berkelanjutan.

Tahap 3 (2032-2034) merupakan fase kemandirian finansial, di mana MotoGP Mandalika ditargetkan beroperasi secara komersial dengan porsi APBN hanya sekitar <50 persen dan non-APBN mencapai >50 persen. Pada fase ini, sumber pendanaan utama berasal dari optimalisasi skema *naming rights*, *title sponsor global*, serta pengembangan produk *hospitality* dan *premium experience*. Peran APBN difokuskan pada dukungan strategis, khususnya dalam rangka diplomasi *event* dan promosi pariwisata internasional.

Target akhir dari keseluruhan skema ini adalah menjadikan MotoGP Mandalika sebagai *event* internasional berbasis *business-to-business* (B2B) yang berkelanjutan dengan peran negara sebagai *enabler* dan *leveraging partner*, bukan sebagai penanggung biaya operasional utama.

Sebagai bagian dari tata kelola, kepanitiaan perlu menyusun *Key Performance Indicators* (KPI) sebagai alat ukur kinerja. KPI mencakup aspek penyelenggaraan *event*, dampak ekonomi, lingkungan, keberlanjutan, *branding*, dampak pariwisata, lingkungan dan keberlanjutan, serta kepuasan pemangku kepentingan. Evaluasi *pasca-event* harus melibatkan analisis perubahan citra destinasi, peningkatan kompetensi SDM lokal, efektivitas promosi, serta dampaknya terhadap UMKM dan ekonomi masyarakat. Di sisi lain, evaluasi kualitatif melalui wawancara, survei kepuasan, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan memberikan perspektif mendalam mengenai pengalaman penyelenggaraan, tantangan operasional, serta peluang peningkatan mutu *event* kedepannya.

Tabel 4.2. Usulan Key Performance Indicator (KPI)

No	Pilar	Sub Pilar
1	Kesiapan Penyelenggaraan Event	Meliputi Kesiapan Sirkuit dan Fasilitas di Arena, Kesiapan Fasilitas di Arena, Kesiapan Personnel, Kesiapan Tenant UMKM
2	Infrastruktur dan Layanan Penunjang (Transportasi dan Akomodasi)	Infrastruktur Konektivitas, Layanan Transportasi, Layanan Akomodasi
3	Dampak Ekonomi dan Sosial	Jumlah spektator, Dampak Ekonomi, Investasi dan Keberlanjutan Bisnis sektor Pariwisata, Tenaga Kerja dan Keterlibatan Masyarakat Lokal, Kontribusi Pendapatan pajak kepada Pemda
4	Media, Branding, dan Dampak Pariwisata	Strategi Pemasaran Terintegrasi, Peningkatan Brand Exposure, Peningkatan Media Value, Kunjungan Wisatawan dan Diversifikasi Produk Wisata
5	Lingkungan dan Keberlanjutan	Manajemen Sampah dan Energi, Dampak terhadap lingkungan di sekitar, Sertifikasi Ramah Lingkungan, Digitalisasi, Air dan Sanitasi, Safety dan Security, Inklusi Sosial, dan Transfer Knowledge
6	Kepuasan Stakeholders	Kepuasan penonton Wisnus, Wisman, Sponsor dan Mitra Bisnis, UMKM, Tenaga Kerja, dan Penonton Live Streaming

MotoGP Mandalika
Dikelola dengan **Sistem
Monitoring dan Evaluasi
Berbasis KPI** untuk
**Menjamin Standar
Internasional**

Pelaporan kinerja dilaksanakan secara menyeluruh sebelum, saat pelaksanaan, dan setelah event berlangsung. Pelaporan sebelum acara dilakukan melalui rapat berkala memantau perkembangan persiapan di masing-masing pokja. Pemantauan harian sepanjang penyelenggaraan MotoGP antara lain terkait operasional, keamanan, transportasi, dan kesiapan sirkuit. Tabel 4.2 mengusulkan sejumlah pilar dan sub pilar yang dapat ditetapkan sebagai KPI. Adapun masing-masing sub pilar perlu dilengkapi dengan indikator. Adapun usulan indikator terdapat dalam Lampiran 3 laporan ini. Setelah event selesai, Sekretariat Nasional menyusun laporan evaluasi konsolidasi seluruh 6 pilar KPI. Hasil evaluasi disampaikan kepada Dewan Pengarah untuk bahan evaluasi dan perbaikan penyelenggaraan event pada tahun berikutnya. Kehadiran Kepanitiaan Nasional ini memastikan penyelenggaraan MotoGP Mandalika yang sesuai standar internasional dan target yang telah dicanangkan oleh dewan pengarah.



4.3 Strategi Penguatan Branding dan Promosi



Penguatan *branding* dan promosi MotoGP Mandalika perlu dilakukan secara **strategis dan terintegrasi** melalui beberapa langkah utama. Langkah utama perlu diawali dengan kampanye terpadu melalui penyusunan narasi utama (*master narrative*). Narasi utama akan menjadi acuan seluruh aktivitas komunikasi, dilengkapi narasi turunan yang disesuaikan dengan tugas dan fungsi setiap lembaga terkait. Dalam memastikan keseragaman pesan, perlu ditetapkan mekanisme koordinasi dan orkestrasi kampanye komunikasi antar pemangku kepentingan.

Selanjutnya, perlu ditetapkan narasi inti yang akan diperkuat oleh setiap sektor sesuai dengan kewenangannya, sehingga seluruh komunikasi publik mengenai MotoGP Mandalika memiliki arah yang konsisten. Sebagai ilustrasi, narasi inti pada sektor pariwisata dapat berfokus pada *profiling* destinasi yang dapat dikunjungi selama penyelenggaraan MotoGP, serta kesiapan akomodasi yang meliputi hotel, resor, dan *homestay* dalam menyambut wisatawan. Selain itu, atraksi budaya, keramahan masyarakat lokal, serta keunikan budaya masyarakat Lombok dapat diangkat sebagai materi komunikasi yang memperkuat citra Lombok sebagai *world class destination*.

MotoGP Mandalika sebagai **Strategic Investment Showcase** dengan **Multiplier Effect** dan **Kepastian Regulasi**

Narasi inti sektor ekonomi dan investasi dalam konteks komunikasi publik MotoGP Mandalika dapat disampaikan melalui potensi utama dan kemudahan berinvestasi. Topik terkait sektor unggulan dan potensi pertumbuhan ekonomi Nusa Tenggara Barat dapat menjadi pemberitaan untuk meningkatkan minat pengembangan sektor usaha. *Multiplier effect* penyelenggaraan MotoGP dan peluang investasi di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dapat menarik bagi investor. Insentif dan kemudahan berinvestasi serta prosedur merupakan informasi penting bagi calon investor. Kepastian regulasi, infrastruktur pendukung dan stabilitas merepresentasikan keseriusan pemerintah Indonesia. Topik peluang kerja sama dan kemitraan dengan pelaku usaha lokal dapat menjadi simbol dukungan dan penerimaan masyarakat.

Penentuan target audiens potensial MotoGP Mandalika berdasar distribusi informasi, akses menuju Mandalika dan optimasi fanbase MotoGP wilayah Asia perlu menjadi pertimbangan. Penguatan *branding* dilakukan melalui penyusunan narasi tunggal penyelenggaraan MotoGP Mandalika yang disampaikan secara serempak oleh seluruh *stakeholder*. Selain itu, perlu dilakukan penguatan narasi pariwisata dalam materi promosi sehingga kegiatan ini tidak hanya menonjolkan aspek balap, tetapi juga mendorong citra destinasi pariwisata daerah. Peningkatan citra pariwisata dapat dilakukan dengan meningkatkan kemunculan *brand* pariwisata Indonesia “Wonderful Indonesia” dan *brand* pariwisata lokal “Lombok”.

Timeline komunikasi dan promosi MotoGP Mandalika dapat dibagi kedalam tiga tahap yaitu *pre event*, *on event*, dan *post event*. Intensitas pemberitaan dan promosi perlu ditingkatkan pada masa pra kegiatan, dengan target wisman mulai dari sembilan hingga enam bulan sebelum penyelenggaraan serta wisnus minimal sejak dua bulan sebelum pelaksanaan. Tahap *pre event* (60%) merupakan tahap paling krusial untuk meyakinkan penonton/wisatawan untuk hadir di Mandalika. Topik komunikasi dapat berisi kesiapan kegiatan, destinasi wisata, akomodasi, akses dan pembelian tiket. Tahap *on event* (20%) merupakan reportase penyelenggaraan dan euforia pelaksanaan kegiatan. Tahap *post event* (20%) merupakan gambaran testimoni, keberhasilan dan kepuasan pengunjung sebagai upaya untuk menjaga citra dan reputasi MotoGP Mandalika.

Penguatan *Branding* Lombok sebagai *World Class Tourism Brand* melalui MotoGP Mandalika

Terakhir, penguatan *branding* Lombok memiliki peran strategis dalam membangun serta menegaskan identitas pariwisata Lombok, sebagai *world class tourism brand*. Aspek penataan *branding* “Lombok” pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika perlu mendapatkan perhatian khusus. *Key words* “Lombok” dapat disejajarkan dengan Mandalika dan Indonesia dalam berbagai narasi komunikasi. Upaya peningkatan *awareness* terhadap Lombok di tingkat nasional maupun internasional diharapkan dapat mendorong pertumbuhan jumlah wisatawan dan devisa, meningkatkan minat investasi, memperkuat sektor *hospitality*, serta memberikan kontribusi positif terhadap citra Indonesia melalui penyelenggaraan MotoGP Mandalika.



Sumber : MGPA

4.4 Strategi Peningkatan Kualitas dan Daya Saing Event MotoGP Mandalika

Dari hasil survei dan analisis, disimpulkan bahwa dibutuhkan peningkatan kualitas dan daya saing event MotoGP Mandalika. Pelaksanaan event MotoGP bukan hanya sekedar menyelenggarakan balap, namun juga tentang penyediaan layanan (*hospitality*) melalui berbagai media yang imersif dan dapat meningkatkan pengalaman berwisata yang unik, bernilai tinggi, dan berkesan. Peningkatan kualitas suatu event dapat mengacu pada evaluasi dan capaian pelaksanaan event yang sama di tahun sebelumnya atau mengacu pada praktik baik penyelenggaraan event yang sama yaitu MotoGP di negara lain. Adapun dari hasil Survei Cepat terdapat beberapa keluhan yang diterima antara lain disajikan dalam Gambar 4.2 dan Gambar 4.3 berikut ini.



Gambar 4.2. Masukan Penonton WNI (Survei Bappenas, 2025)

01. Fasilitas dan Kenyamanan Area Sirkuit

- **Layar kurang besar dan penempatan tidak tepat**, mengganggu pengalaman menonton.
- **Tidak ada komentator dalam bahasa Inggris**
- **Tidak boleh membawa air dan minuman cepat habis**, perlu *Refill Station* gratis dan variasi makanan lebih banyak
- **Sampah dan kebersihan kurang terkelola. *Merchandise* dan area otomotif terbatas**, perlu lebih banyak toko dan fasilitas penunjang
- **Toilet minim, gelap, dan tidak terpisah jelas**, serta **area teduh dan ventilasi panas tidak memadai**.



02. Harga dan Pelayanan Pendukung

Harga tiket VIP dianggap terlalu tinggi dibandingkan kualitas layanan:

- Tidak ada *Souvenir*, *T-shirt*, atau fasilitas tambahan.
- Parkir VIP tidak sesuai hak-nya
Staf kurang terlatih dan tidak memiliki informasi yang jelas.

Pengunjung meminta perbandingan harga dan kualitas layanan yang adil, terutama dengan *Event* internasional seperti Sepang. Beberapa saran tambahan:

- ***Merchandise* resmi dengan tanggal *Event***, toko suku cadang motor, dan area minuman beralkohol
- **Sistem tiket dan penukaran Wristband lebih sederhana dan dekat pintu masuk**, bukan jauh di bazaar.
- **Penyediaan komentator radio FM** seperti di sirkuit luar negeri.



03. Akomodasi dan Harga Penginapan

- Sebagian besar penonton asing tidak terlalu menyoroti masalah penginapan secara langsung, namun ada keluhan terkait **jarak antara hotel/penginapan dengan sirkuit** yang cukup jauh.
- Beberapa pengunjung VIP merasa **harga tiket VIP dan paket VIP terlalu mahal dibandingkan kualitas layanan yang diterima**, bahkan lebih tinggi dari *event* serupa di Malaysia



04. Transportasi dan Aksesibilitas

- Sistem ***Shuttle Bus* dinilai sangat buruk dan membingungkan**, dengan banyak perpindahan bus dan kurangnya informasi berbahasa Inggris.
- **Akses keluar masuk sirkuit kacau**, terutama setelah *race*, hingga membahayakan penonton.
- **Area parkir dan rute berbeda tiap hari**, membuat pengunjung bingung.
- **Kurang akses untuk lansia dan disabilitas**, termasuk toilet dan transportasi khusus. Disarankan: **Jalur bus langsung, peta jelas, papan petunjuk, dan lebih banyak gerbang akses.**



Gambar 4.3. Masukan Penonton WNA (Survei Bappenas, 2025)

Penyediaan fasilitas dan amenitas yang layak dan inklusif (lansia, difabel, dan ibu menyusui) perlu ditingkatkan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan penggemar maupun berbagai segmen pengunjung. Belajar dari MotoGP Phillip Island Australia, selain penyediaan layanan dasar seperti yang telah tersedia di Mandalika, *event* juga dilengkapi dengan penyediaan pusat kuliner dan *food truck* serta *Family Zone* untuk area bermain keluarga. Sedangkan di MotoGP Sepang, penonton juga disediakan fasilitas *giant screen* untuk melengkapi pengalaman menonton dan pilihan *hillstand* atau area piknik berumput. Selain itu, Sirkuit Chang, tempat diselenggarakannya MotoGP Buriram Thailand, memiliki akses dan tribun yang dirancang khusus untuk memudahkan pergerakan pengunjung lanjut usia (lansia) dan penyandang disabilitas, termasuk mereka yang menggunakan kursi roda. Terdapat juga *ramp* (jalan landai) dan *lift* untuk memfasilitasi pergerakan di berbagai tingkat sirkuit, serupa dengan standar aksesibilitas di fasilitas umum lainnya di Thailand. Dengan menyediakan berbagai fasilitas tersebut, *event* MotoGP dapat dinikmati oleh berbagai segmen pengunjung mulai dari penggemar fanatik MotoGP hingga keluarga dan pengunjung dengan kebutuhan khusus.

Penyelenggaraan juga perlu dilengkapi dengan event pendukung yang menarik atau kegiatan interaktif, terutama bagi fans, namun tetap dapat dinikmati berbagai segmen pengunjung yang hadir. Fitur atau hiburan tersebut seperti MotoGP Mega Carnival di MotoGP Sepang Malaysia yang berisikan *Hero Walk*, *Riders Fan Parade* dimana pembalap berkeliling sirkuit menyapa penggemar, *Autograph Session* untuk sesi *meet and greet* dengan pembalap termasuk penggemar boleh meminta tanda tangan pembalap, serta *booth* and *kiosk* kuliner dan *merchandise*. Belajar dari MotoGP Phillip Island Australia, terdapat fitur *Fan Forum Stage* sebagai lokasi wawancara pembalap dengan media dan penggemar, serta penampilan musik untuk hiburan pengunjung di luar jadwal balapan.

Kesuksesan Malaysia dan Thailand menjadi seri uji coba dan seri pembuka di tahun 2026, juga dapat menjadi patokan bagi Indonesia dalam negosiasi dengan promotor. Belajar dari MotoGP Sepang Malaysia dan MotoGP Buriram Thailand, kesuksesan event juga didorong oleh kapan seri balapan tersebut berlangsung sehingga perlu dimulai sejak negosiasi kontrak dengan Dorna. Indonesia dapat mendorong Mandalika Grand Prix Association (MGPA) menjadi *highlight* baik seri pembuka maupun penutup. Dukungan pemerintah diperlukan untuk memastikan kelancaran persiapan dan pelaksanaan acara, termasuk pendampingan proses negosiasi kontrak kerja sama dengan promotor. Selain itu, penyelenggaraan dapat diperkuat dengan dukungan berbagai sponsor.

4.5 Sinergi Event MotoGP dengan Pengembangan Destinasi

Rekomendasi penguatan pengembangan MotoGP Mandalika dalam event MotoGP dengan pengembangan destinasi pariwisata melalui kolaborasi pemerintah, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, industri dan asosiasi dapat dilakukan melalui sinergi kelembagaan yaitu:

1. Integrasi MotoGP dalam masterplan pengembangan destinasi

Menetapkan MotoGP sebagai ikon *sport tourism* dalam dokumen perencanaan pariwisata daerah dan *masterplan* pengembangan destinasi Mandalika dan sekitarnya (RIDPN Lombok-Gili Tramen), melalui sinkronisasi kebijakan antara Kementerian Pariwisata, Kementerian PPN/Bappenas, Dinas dan Bappeda Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Kabupaten Lombok Tengah, serta pengelola kawasan (ITDC/MGPA) agar arah pengembangan kawasan, infrastruktur, dan promosi berjalan terpadu dan berkelanjutan.

2. Penguatan *side event* atau *event road to MotoGP* yang memiliki tema otomotif

Mengembangkan MotoGP Mandalika tidak hanya sebagai ajang balap, tetapi juga sebagai platform *sport tourism* berkelanjutan melalui penyelenggaraan *side event* dan rangkaian *road to MotoGP* yang bertema otomotif. Pendekatan ini dapat meniru praktik pameran berskala nasional dan internasional seperti *Gaikindo Indonesia International Auto Show* (GIIAS) dan *Indonesia International Motor Show* (IIMS), sehingga MotoGP mampu memperpanjang promosi *event*, meningkatkan daya tarik kunjungan, serta memperluas manfaat ekonomi sebelum, saat, dan setelah pelaksanaan balapan utama.

3. Pengembangan paket wisata terintegrasi dan rantai layanan destinasi

Mendorong pengembangan paket wisata terintegrasi MotoGP–wisata bahari–desa wisata–budaya Lombok melalui kolaborasi lintas pemangku kepentingan, termasuk Dinas Pariwisata Provinsi NTB dan Kabupaten Lombok Tengah, BUMD pariwisata, BUMN transportasi dan perhotelan, serta pelaku industri perjalanan. Strategi ini dilengkapi dengan penyediaan transportasi terintegrasi, peningkatan kualitas akomodasi, dan pengayaan atraksi wisata non-balap guna memperpanjang lama tinggal wisatawan serta memperluas sebaran manfaat ekonomi secara inklusif.

4. Penguatan *branding* dan promosi terpadu MotoGP–Mandalika–Lombok

Membangun keselarasan *branding* dan komunikasi pemasaran antara penyelenggara MotoGP dan otoritas pariwisata melalui narasi terpadu “Mandalika–Lombok” sebagai *world-class destination*. Strategi ini dilaksanakan melalui penguatan pemasaran digital, publikasi internasional, serta kolaborasi dengan Dorna, ITDC, pemerintah daerah, dan mitra sponsor BUMN maupun swasta, dengan memanfaatkan media global dan hak siar internasional untuk menampilkan tidak hanya sirkuit, tetapi juga keunikan alam dan budaya Lombok secara berkelanjutan.

4.6 Penguatan Data untuk *Monitoring* dan Evaluasi serta Pengambilan Kebijakan

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika memerlukan penguatan dari sisi data, agar proses *monitoring* dan evaluasi serta pengambilan kebijakan lebih tepat sasaran. Penguatan ini penting karena MotoGP tidak hanya berfungsi sebagai tontonan olahraga, tetapi juga sebagai pendorong pertumbuhan kawasan, peningkatan daya tarik wisata, serta penguatan posisi Indonesia dalam kompetisi *sport tourism* global. Integrasi data antara Kementerian PPN/Bappenas, Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Pariwisata, Pemerintah Provinsi NTB, Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, ITDC/ MGPA, pelaku dan asosiasi usaha, media dalam *platform digital* merupakan langkah strategis untuk menghasilkan *evidence-based policy*. Penggunaan metode inovatif seperti survei digital, *big data*, sensor mobilitas, dan analitik transaksi akan menghasilkan data yang lebih akurat dan *real time* untuk mendukung perhitungan dampak ekonomi serta penyusunan strategi pengembangan *sport tourism*.

Penguatan **Data**,
Monitoring, dan **Evaluasi**
sebagai **Pilar Utama**
Keberlanjutan dan
Daya Saing Global
MotoGP Mandalika

***Monitoring* penyelenggaraan MotoGP Mandalika perlu diperkuat melalui penggunaan teknologi dan sistem pemantauan terpadu.** Dengan pengembangan *real-time dashboard*, pemerintah dan pengelola kawasan dapat memantau mobilitas penonton, utilisasi fasilitas publik, kapasitas transportasi, aktivitas ekonomi kawasan, serta potensi kendala operasional. *Monitoring* yang responsif akan membantu memastikan kelancaran mobilitas, keamanan, kenyamanan pengunjung, hingga kesiapan infrastruktur pendukung. Selain itu, penerapan *early warning system* diperlukan agar berbagai risiko seperti kepadatan pengunjung, cuaca ekstrem, maupun gangguan operasional dapat ditangani secara cepat dan tepat.

Secara menyeluruh, penguatan data, *monitoring*, dan evaluasi menjadi pilar utama dalam memastikan MotoGP Mandalika berkembang sebagai *event sport tourism* yang kompetitif dan berkelanjutan di tingkat global. Integrasi data yang lebih baik memperkuat landasan perencanaan yang Tematik, Holistik, Integratif dan Spasial (THIS). Perencanaan berbasis *evidence*, proses *monitoring* yang terstruktur memastikan penyelenggaraan berjalan sesuai rencana, dan evaluasi menyeluruh mendukung penyempurnaan penyelenggaraan di periode berikutnya.



Sumber : MGPA



BAB 5

MASA DEPAN MOTOGP MANDALIKA

5.1 Penutup

Penyelenggaraan MotoGP Mandalika tidak dapat dipandang sekadar sebagai ajang balap motor, melainkan sebuah transformasi ekonomi Indonesia yang bergerak menuju hilirisasi jasa dan industri kreatif. Pelaksanaan MotoGP Mandalika adalah inisiatif bersama menyelenggarakan *event internasional* dalam upaya mendorong *sport tourism* di destinasi prioritas Indonesia. Berdasarkan analisis yang telah dituangkan di Bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan strategis yaitu:

1. **MotoGP Mandalika 2025 Menghasilkan Dampak Ekonomi yang Signifikan:** MotoGP Mandalika telah terbukti menjadi mesin penggerak ekonomi yang vital. Dengan estimasi dampak ekonomi nasional mencapai Rp2,7 hingga 4,7 triliun pada tahun 2025, *event* ini memberikan kontribusi nyata terhadap PDB Nasional dan PDRB NTB. *Multiplier effect* yang dihasilkan menjangkau lintas sektor, mulai dari okupansi hotel yang mencapai 100% di Mandalika dan 90% di Lombok Tengah dan Kota Mataram, lonjakan penumpang transportasi udara, hingga peningkatan omzet UMKM yang signifikan.
2. **Transformasi Citra dan Diplomasi Global:** Mandalika telah berhasil menempatkan Indonesia dalam peta pariwisata dunia sebagai destinasi *sport tourism* kelas premier. Keberhasilan dalam menyedot perhatian lebih dari 61,6 juta penonton global di lebih dari 200 negara di dunia dan menjadi *trending topic* dunia membuktikan efektivitas diplomasi *soft power* melalui olahraga.
3. **MotoGP Mandalika patut dilanjutkan sebagai instrumen strategis pengembangan *sport tourism* nasional,** khususnya untuk memperkuat Destinasi Pariwisata Prioritas Lombok–Gili Tramena (Mandalika) sebagaimana tercantum dalam RPJMN 2025–2029.

MotoGP Mandalika
Menjadi **Motor**
Penggerak Ekonomi,
Diplomasi Global, dan
Pengembangan *Sport*
Tourism Nasional



Sumber: MGPA

Keberlanjutan MotoGP Mandalika bergantung pada **model pembiayaan yang matang** dan **utilisasi kawasan sepanjang tahun**

Meskipun menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan, penyelenggaraan MotoGP hingga saat ini belum sepenuhnya optimal dalam memaksimalkan manfaat bagi perekonomian nasional maupun regional (NTB) sehingga dibutuhkan langkah- langkah konkret perbaikan ke depan. Buku ini juga mencatat tantangan strategis yang menjadi bahan evaluasi serius bagi pemangku kebijakan, yaitu:

1. **Hosting Fee dan Kebutuhan Model Inkubasi:** Kepastian terkait pembayaran *hosting fee* tahun 2025 yang memicu polemik di media menjadi catatan kritis. Dinamika ini menunjukkan belum matangnya model pembiayaan yang berkelanjutan. Ke depan, buku ini merekomendasikan Peta Jalan Pembiayaan Berkelanjutan menuju MotoGP Mandalika Mandiri Finansial dengan mengusulkan dukungan APBN untuk menginkubasi MotoGP Mandalika hingga layak secara komersial.
2. **Keberlanjutan Pasca-Event (*Post-Event Sustainability*):** Tantangan terbesar Mandalika adalah menghindari sindrom "gajah putih" (*white elephant*)—infrastruktur megah yang sepi *pasca-event*. Kritik mengenai rendahnya utilisasi sirkuit di luar jadwal MotoGP dan *event internasional* yang saat ini masih terbatas perlu dijawab dengan penciptaan *event internasional* yang lebih banyak dan tersebar merata sepanjang tahun, mencakup kejuaraan internasional dan nasional, festival gaya hidup, dan aktivitas lain yang bernilai tinggi dan dapat menciptakan daya beli dan menghidupkan ekonomi kawasan sepanjang tahun.

Roadmap Penguatan Mandalika menuju **destinasi multi-event dengan pembiayaan berkelanjutan dan integrasi tourism hub regional**

Rekomendasi kebijakan yang untuk meningkatkan dampak ekonomi serta keberlanjutan penyelenggaraan MotoGP Mandalika yaitu:

1. Mendorong peran sektor swasta. Pemerintah perlu mendorong model pembiayaan *event* yang lebih berkelanjutan dengan meningkatkan peran sektor swasta dalam pembiayaan penyelenggaraan MotoGP. Dengan model pembiayaan yang mendorong inkubasi menuju pembiayaan mandiri, maka ketergantungan terhadap dukungan fiskal pemerintah dapat dikurangi secara bertahap.
2. Mempercepat diversifikasi *event* di Mandalika. Guna memastikan pemanfaatan optimal infrastruktur yang telah dibangun, kawasan Mandalika perlu dikembangkan sebagai *multi-event destination* yang menyelenggarakan berbagai kegiatan sepanjang tahun.

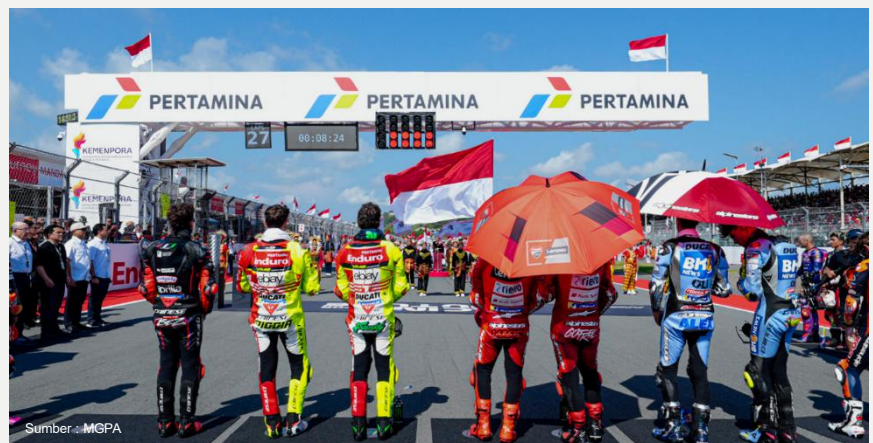
3. Percepatan Integrasi dengan Ekosistem Pariwisata Bali–Nusa Tenggara. Pengembangan Mandalika perlu diintegrasikan secara lebih kuat dengan ekosistem pariwisata Bali–Nusa Tenggara sebagai *tourism hub* regional. Langkah-langkah yang bisa ditempuh diantaranya penguatan konektivitas transportasi, pengembangan paket wisata terpadu, serta promosi destinasi secara terintegrasi di pasar internasional. Dengan integrasi yang lebih kuat, Mandalika dapat berfungsi sebagai destinasi pelengkap bagi wisatawan internasional yang berkunjung ke Bali.

5.2 Harapan

MotoGP Mandalika sebagai **Model Transformasi Destinasi Pariwisata Nasional** menuju Indonesia Emas 2045

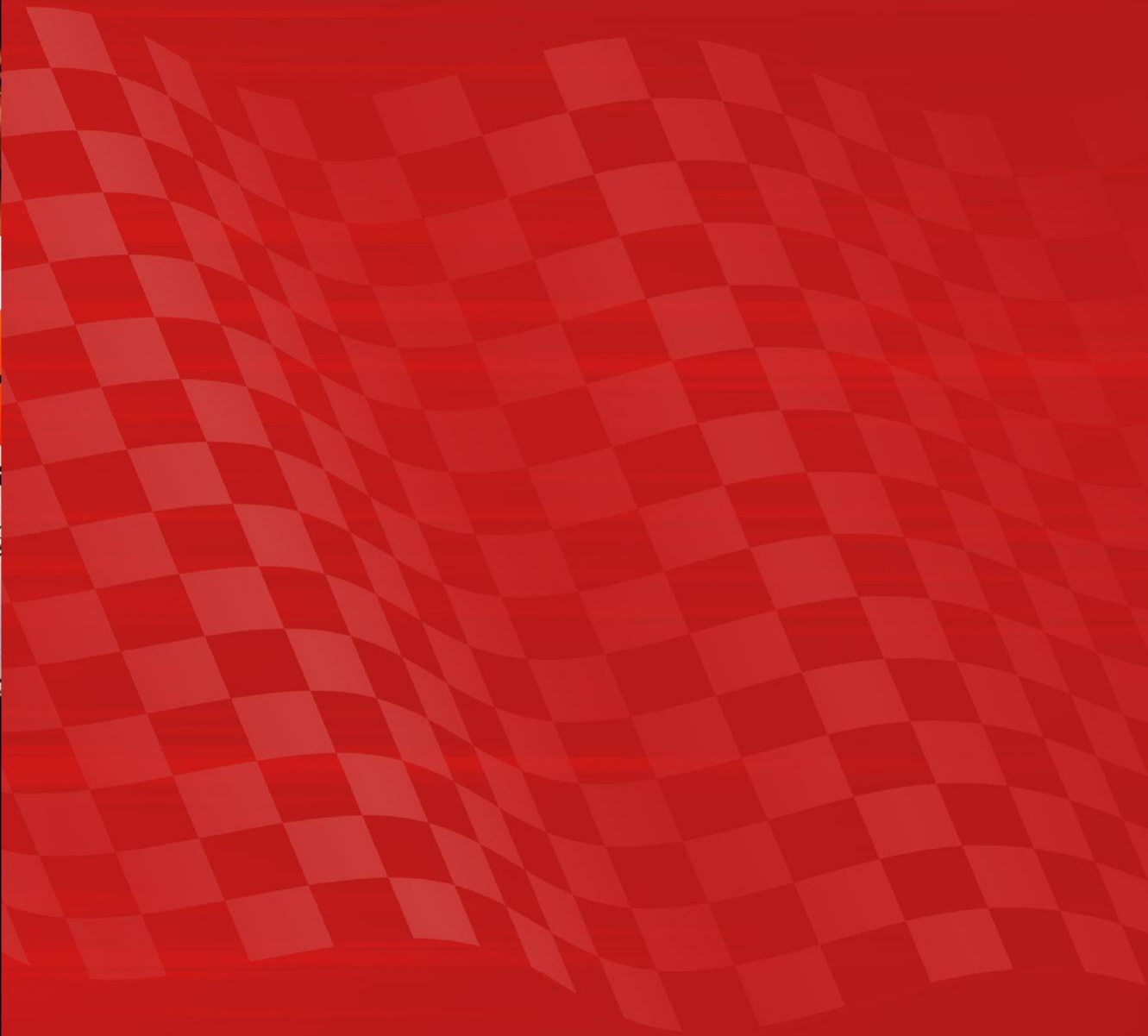
Penyelenggaraan MotoGP Mandalika memiliki peran strategis, peran yang harus terus dikawal dalam menyongsong Visi Indonesia Emas 2045 dan implementasi Asta Cita Pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, khususnya *sport tourism* adalah ujung tombak untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi 8 persen melalui penciptaan lapangan kerja dan devisa. Mandalika adalah model ideal bagi pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) nasional. Kesuksesan Mandalika membuktikan bahwa pembangunan infrastruktur yang dibarengi dengan penyelenggaraan *event* berskala dunia dan peningkatan kapasitas SDM adalah formula yang efektif untuk menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru di luar Pulau Jawa.

Keberlanjutan gelaran MotoGP Mandalika memerlukan sinergi Pentahelix yang lebih solid antara pemerintah, akademisi, badan usaha, komunitas, dan media. Hanya dengan kolaborasi yang transparan dan akuntabel, Mandalika dapat bertransformasi dari sekadar sirkuit balap menjadi monumen kebangkitan ekonomi dan pariwisata Indonesia yang berkelanjutan.





LAMPIRAN



Lampiran 1: Metodologi

A1. Analisis model pengganda Ekonomi

Analisis *input-output* merupakan pendekatan sistematis untuk memahami keterkaitan antar-sektor dalam suatu perekonomian yang kompleks. Melalui metode ini, hubungan antara proses produksi dan pemanfaatan berbagai barang serta jasa dapat diperhitungkan secara terstruktur. Tabel atau Model *Input-Output* (Miller & Blair, 2009) pada dasarnya adalah sekumpulan angka yang membentuk suatu sistem persamaan linier, di mana setiap persamaan menggambarkan bagaimana *output* suatu industri didistribusikan ke seluruh perekonomian. Kerangka analitis ini pertama kali dikembangkan oleh Wassily Leontief pada akhir 1930-an dan kemudian memperoleh pengakuan dunia melalui Hadiah Nobel Ekonomi pada tahun 1973.

Dalam kerangka teori *input-output*, perekonomian dibagi ke dalam sejumlah sektor, masing-masing dengan *input* dan *output* tertentu untuk menghasilkan barang maupun jasa. *Input* tersebut dapat berupa barang, jasa, atau tenaga kerja yang disuplai oleh sektor lain. Sementara itu, *output* dari suatu sektor selanjutnya menjadi *input* bagi sektor-sektor lainnya. Proses ini direpresentasikan melalui vektor koefisien teknis yang menggambarkan hubungan kuantitatif antara penggunaan *input* dan produksi *output*. Keterkaitan antar-sektor tersebut dituangkan dalam rangkaian persamaan linier yang menunjukkan kondisi keseimbangan antara total *input* dan total *output* agregat dalam suatu periode tertentu (Leontief, 1986).

Dengan memahami pola keterhubungan ini, analisis *input-output* memungkinkan prediksi mengenai bagaimana perubahan dalam satu sektor dapat memengaruhi sektor lainnya serta perekonomian secara keseluruhan. Metode ini sangat relevan untuk mendukung perumusan kebijakan ekonomi, mengevaluasi dampak kebijakan yang telah berjalan, serta melakukan perencanaan di tingkat nasional maupun regional. Penggunaannya meliputi perencanaan pembangunan, analisis industri, penyusunan anggaran, hingga pemodelan kebijakan perdagangan.

Model *input-output* juga memungkinkan perhitungan berbagai jenis *multiplier* seperti *multiplier output*, nilai tambah bruto (GVA), pendapatan, dan tenaga kerja yang kemudian dapat dikaitkan dengan objek analisis tertentu. Dengan menetapkan besaran stimulus tertentu, model ini dapat digunakan untuk mengestimasi dampaknya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pendapatan rumah tangga, maupun penciptaan lapangan kerja, baik untuk periode historis maupun proyeksi ke depan. Selain itu, tabel IO juga bermanfaat untuk menganalisis keterkaitan multisektoral yang mampu mendorong perekonomian pada level nasional, provinsi, hingga kabupaten/kota.

A2. Model *Multiplier*

Dalam analisis *input–output*, pengukuran keterkaitan antar-sektor dapat dilakukan dengan dua pendekatan utama, yaitu *Multiplier* Tipe I dan *Multiplier* Tipe II. Penjelasan sebelumnya pada bagian ini menggambarkan pendekatan Tipe I, yaitu *multiplier* yang menangkap dampak langsung (*direct effect*) dan dampak tidak langsung (*indirect effect*) yang timbul akibat perubahan permintaan akhir. Pendekatan Tipe I menggunakan matriks koefisien input antarsektor (A) dan rumah tangga dianggap sebagai bagian dari sektor *final demand*, bukan sebagai sektor produksi.

Namun, dalam banyak studi, khususnya ketika ingin melihat efek ekonomi yang lebih luas, digunakan *Multiplier* Tipe II. Pada pendekatan ini, rumah tangga diperlakukan sebagai sektor produksi, bukan lagi komponen permintaan akhir. Dengan kata lain, pendapatan rumah tangga yang bertambah akibat aktivitas ekonomi akan memengaruhi kembali konsumsi rumah tangga, sehingga menciptakan putaran ekonomi tambahan—efek ini dikenal sebagai *induced income effect*.

Pada *Multiplier* Tipe II, matriks transaksi diperluas dengan memasukkan rumah tangga sebagai baris dan kolom tambahan. Hal ini memungkinkan model untuk menangkap bagaimana peningkatan pendapatan tenaga kerja dari berbagai sektor kembali memicu permintaan terhadap barang dan jasa, yang selanjutnya menimbulkan aktivitas produksi baru pada sektor-sektor tersebut. Dengan demikian, *Multiplier* Tipe II memberikan gambaran dampak ekonomi yang lebih komprehensif, mencakup Dampak langsung (*direct effect*) meliputi aktivitas produksi yang terjadi pada sektor yang menerima stimulus. Dampak tidak langsung (*indirect effect*) meliputi aktivitas tambahan pada sektor-sektor pemasok input. Dampak lanjutan (*induced effect*) meliputi tambahan aktivitas ekonomi sebagai akibat peningkatan konsumsi rumah tangga yang memperoleh pendapatan.

Secara matematis, struktur umum Leontief *inverse* operasi $(I - A)^{-1}$ tetap digunakan, namun matriks A diperluas dengan memasukkan koefisien pendapatan rumah tangga dan pola konsumsi rumah tangga. Untuk indikator lain seperti *multiplier output*, nilai tambah, pendapatan, dan tenaga kerja, perbedaannya terletak pada matriks koefisien yang sudah mencakup rumah tangga sebagai sektor endogen.

Dengan demikian, penggunaan *Multiplier* Tipe II memungkinkan model untuk memperkirakan dampak ekonomi yang lebih besar dibandingkan pendekatan Tipe I, terutama ketika efek konsumsi rumah tangga memainkan peran penting dalam perekonomian.

Dalam analisis model I-O, transaksi yang bersifat eksogen adalah Permintaan Akhir (F) sektor dan wilayah tertentu, artinya penentuan besarnya komponen-komponen lain dalam model I-O seperti nilai output, nilai input, nilai impor, Nilai Tambah Bruto dan lain-lain, ditentukan oleh Permintaan Akhir. Besarnya nilai output akibat Permintaan Akhir dirumuskan sebagai berikut :

$$X = (I - A)^{-1}F$$

Di mana:

X = Vektor output gabungan semua sektor
 F = Vektor Permintaan Akhir di suatu sektortabel
 I = matriks identitas
 $(I - A)^{-1}$ = matriks Kebalikan Leontief

Selanjutnya, andaikan M adalah Matriks Pengganda (*multiplier*) Output, sehingga:

$$M = (I - A)^{-1}$$

sedangkan dampak (*effect*) perubahan *output* akibat terjadinya perubahan Permintaan Akhir dirumuskan dengan:

$$\Delta X = M \Delta F$$

Di mana

ΔX = vektor dampak perubahan *output* gabungan semua sektor;
 M = Matriks pengganda *output*
 ΔF = Vektor perubahan Permintaan Akhir

Dengan mengalikan angka pengganda dengan stimulus atau permintaan akhir, maka dapat diketahui dampak perubahan *output*, nilai tambah bruto, pendapatan atau tenaga kerja.

Untuk pengganda pendapatan, suatu angka yang menggambarkan besarnya penambahan pendapatan sebagai akibat terjadinya penambahan satu satuan uang Permintaan Akhir, yang diperoleh dari rumus:

$$Z = \hat{Y} [I - A]^{-1}$$

Di mana

Z = matriks pengganda pendapatan,
 $[I - A]^{-1}$ = matriks Kebalikan Leontief dan
 $\hat{Y}$ = matriks koefisien pendapatan (rasio upah dan gaji terhadap total *input*).

Pengganda nilai tambah bruto adalah suatu angka yang menggambarkan besarnya penambahan nilai tambah bruto sebagai akibat terjadinya penambahan satu satuan uang Permintaan Akhir, yang diperoleh dari rumus:

$$T=V[I-A]^{-1}$$

Di mana

- T = matriks pengganda nilai tambah bruto,
- $[I-A]^{-1}$ = matriks Kebalikan Leontief dan
- V = matriks koefisien nilai tambah bruto (rasio upah dan gaji terhadap total input).

Pengganda tenaga kerja adalah suatu angka yang menggambarkan besarnya penambahan tenaga kerja sebagai akibat terjadinya penambahan satu satuan uang Permintaan Akhir, yang diperoleh dari rumus:

$$TK = L [I - A]^{-1}$$

Di mana

- TK = matriks pengganda kesempatan kerja,
- $[I-A]^{-1}$ = matriks Kebalikan Leontief dan
- L = matriks koefisien tenaga kerja (rasio tenaga kerja terhadap total *input*).

A3. Kerangka Perhitungan Dampak Ekonomi

Dalam menganalisis dampak ekonomi yang dihasilkan oleh aktivitas MotoGP pada penyelenggaraan 2025, digunakan Model *Multiplier* Nasional dan provinsi yang berbasis pada Tabel *Input-Output* (IO) Nasional Tahun 2020 dan provinsi Nusa tenggara Barat 2016. Perbedaan tahun dasar tabel IO yang digunakan dikarenakan belum tersedianya pembaruan terbaru dari BPS untuk tabel IO Provinsi NTB hingga buku ini disusun.

Penggunaan model *multiplier* ini dipilih karena mampu menangkap pola keterkaitan antar sektor secara komprehensif dalam perekonomian nasional dan juga regional, sehingga perubahan yang dipicu oleh stimulus proyek tersebut dapat diterjemahkan menjadi dampak ekonomi yang terukur. Penyelenggaraan MotoGP 2025 akan memberikan stimulus ekonomi melalui berbagai mekanisme yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Secara umum, stimulus ini muncul dalam berbagai sumber yang digambarkan dalam *framework* sebagai berikut:



Framework Evaluasi Dampak MotoGP*



Gambar A.1. Kerangka Perhitungan Manfaat Ekonomi

Sumber: Ilustrasi Penulis (2025)

Framework evaluasi dampak ekonomi MotoGP ini dirancang untuk menangkap bagaimana aktivitas penyelenggaraan acara, termasuk kegiatan oleh ITDC, pelaku industri, masyarakat, serta pemerintah, menghasilkan stimulus bagi perekonomian. Berbagai sumber pendapatan mulai dari belanja pengunjung, operasional industri pendukung, hingga penerimaan pemerintah dipandang sebagai aliran ekonomi yang memicu aktivitas tambahan di sejumlah sektor. Seluruh aliran tersebut kemudian dipetakan sebagai stimulus yang masuk ke dalam perekonomian domestik dan memengaruhi sektor-sektor terkait, baik di tingkat nasional maupun regional.

Stimulus ekonomi yang tercipta mencerminkan berbagai jenis aktivitas, seperti pengeluaran wisatawan untuk akomodasi, makanan-minuman, transportasi, dan hiburan; belanja industri penyelenggara untuk jasa profesional, logistik, periklanan, dan infrastruktur pendukung; serta peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat lokal yang menyediakan berbagai layanan. Keseluruhan aktivitas tersebut menghasilkan permintaan tambahan yang kemudian direspons oleh sektor-sektor dalam perekonomian melalui peningkatan produksi barang dan jasa, penggunaan layanan pendukung, serta penyerapan tenaga kerja.

Untuk mengestimasi dampak yang ditimbulkan dari stimulus tersebut, analisis dilakukan melalui dua model *multiplier*, yaitu model *multiplier* nasional menggunakan Tabel *Input-Output* Indonesia tahun 2020 serta model *multiplier* regional berdasarkan Tabel IO Provinsi NTB tahun 2016. Penggunaan dua model ini memungkinkan evaluasi yang lebih komprehensif: model nasional menggambarkan bagaimana stimulus MotoGP berdampak ke seluruh perekonomian Indonesia, sementara model regional menangkap dampaknya secara spesifik pada perekonomian lokal Provinsi NTB sebagai lokasi utama penyelenggaraan acara.

Melalui kedua model tersebut, stimulus ekonomi diterjemahkan menjadi tiga indikator utama manfaat ekonomi, yaitu (1) pembentukan nilai tambah bruto (PDB dan PDRB), (2) peningkatan pendapatan rumah tangga, dan (3) penciptaan kesempatan kerja. Pendekatan ini mampu menjelaskan tidak hanya dampak langsung dari pengeluaran terkait MotoGP, tetapi juga efek tidak langsung dan efek lanjutan (*induced effect*) yang muncul dari reaksi berantai antar-sektor. Dengan demikian, kerangka analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kontribusi penyelenggaraan MotoGP terhadap perekonomian nasional dan regional, sekaligus menjadi dasar untuk menilai efektivitas *event* tersebut dalam mendorong aktivitas ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.

A4. Hasil dan Indikator Dampak Makroekonomi

Dari pengolahan model *multiplier input-output*, diperoleh empat indikator utama:

- *Output* Perekonomian: Menggambarkan peningkatan total produksi barang dan jasa (Omset) perekonomian akibat stimulus baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Nilai Tambah Bruto (PDB): Sebagian *output* yang tercipta merupakan nilai tambah Bruto yang berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Indikator ini mengukur kontribusi nyata program terhadap pertumbuhan ekonomi secara nasional.
- Pendapatan Rumah Tangga: Dampak ekonomi dari program ini yang kemudian mengalir ke sektor rumah tangga melalui upah, gaji, dan keuntungan yang dibagikan untuk tenaga kerja yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan Kegiatan Program FLPP dan BSPS.
- Tenaga Kerja: kegiatan yang muncul dari program FLPP dan BSPS akan meningkatkan *output* dan juga mendorong penciptaan kesempatan kerja. Model *multiplier Input-output* ini dapat mengestimasi besaran tambahan tenaga kerja yang terserap, baik langsung maupun tidak langsung akibat tambahan *output* yang tercipta di setiap sektor perekonomian.

Besar kecilnya dampak ekonomi dari penyelenggaraan suatu *event* ini sangat bergantung pada sejauh mana aktivitas tersebut terhubung dengan sektor-sektor lain dalam perekonomian. Keterkaitan antar sektor ini dapat dibedakan menjadi dua bentuk: keterkaitan ke hulu (*backward linkage*), yaitu seberapa besar suatu kegiatan memicu permintaan terhadap *input* yang diproduksi sektor lain, dan keterkaitan ke hilir (*forward linkage*), yaitu seberapa besar *output* suatu sektor dimanfaatkan sebagai *input* dalam proses produksi sektor lain.

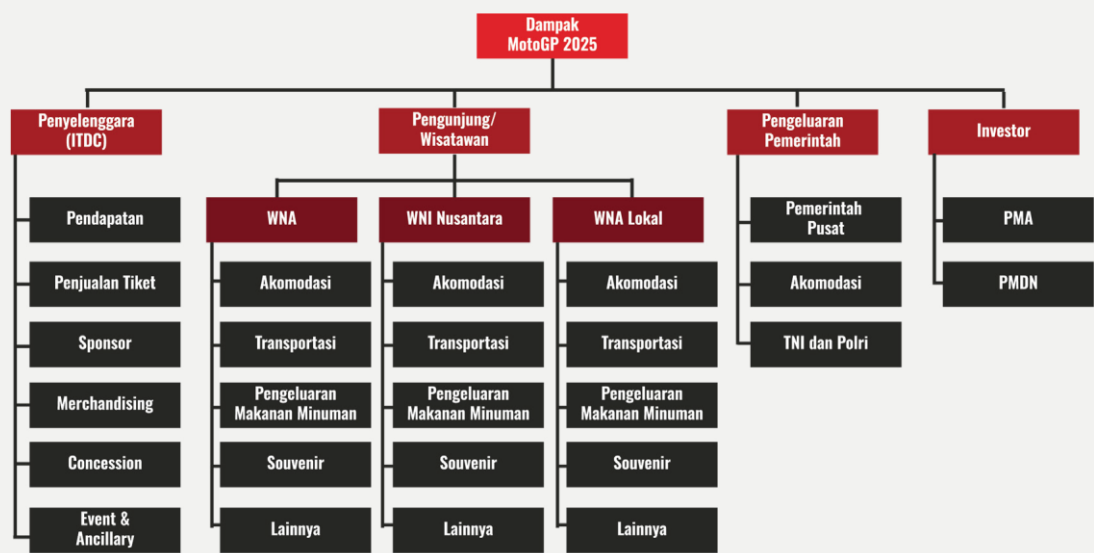
Dalam konteks penyelenggaraan MotoGP, struktur dampak ekonominya terutama digerakkan oleh keterkaitan ke hulu. Hal ini terjadi karena pelaksanaan *event* memunculkan lonjakan permintaan akhir terhadap berbagai barang dan jasa seperti belanja wisatawan, operasional logistik, penyediaan akomodasi, konsumsi makanan dan minuman, transportasi, layanan komunikasi, keamanan, periklanan, hingga berbagai bentuk jasa profesional semuanya membutuhkan *input* yang disediakan oleh sektor lain. Aktivitas ini selanjutnya mendorong peningkatan produksi di sektor-sektor hulu seperti industri makanan-minuman, perdagangan, transportasi, konstruksi ringan, industri kreatif, dan jasa pariwisata. Dengan demikian, *multiplier effect* MotoGP terutama tercermin dari menguatnya permintaan input di sepanjang rantai pasok sektor-sektor pendukung *event*.

Sebaliknya, keterkaitan ke hilir dari MotoGP relatif lebih terbatas. *Event* olahraga internasional seperti MotoGP menghasilkan *final services* atau permintaan akhir yakni pengalaman hiburan dan aktivitas wisata yang dikonsumsi langsung oleh penonton maupun peserta yang tidak menjadi *input* bagi proses produksi sektor lain secara berkelanjutan. Berbeda dengan sektor industri yang menghasilkan bahan baku untuk proses produksi lanjutan, *output* utama MotoGP tidak menciptakan rantai produksi baru ke hilir. Karena itu, besaran dampak ekonomi *event* ini lebih banyak ditentukan oleh kuatnya permintaan ke hulu yang menciptakan gelombang aktivitas ekonomi di sektor-sektor penyedia barang dan jasa.

Dengan dasar tersebut, analisis dampak ekonomi MotoGP difokuskan pada pengukuran keterkaitan ke hulu di mana aliran belanja pengunjung, operasional industri penyelenggara, dan penerimaan yang diterima masyarakat maupun pemerintah menjadi sumber stimulus utama yang mendorong perekonomian baik di tingkat nasional maupun regional.

A5. Sumber dan Jenis Data

Framework stimulus ekonomi MotoGP 2025 dirancang untuk mengidentifikasi seluruh aliran pengeluaran yang muncul selama penyelenggaraan *event* serta memetakan kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan regional. Struktur stimulus ini berasal dari empat kelompok utama pelaku ekonomi: penyelenggara (ITDC/MGPA), wisatawan/penonton, pemerintah, dan investor. Masing-masing kelompok memiliki pola pengeluaran yang berbeda sehingga memberikan jenis stimulus yang beragam bagi sektor-sektor terkait.



Gambar A.2. Kerangka Stimulus Perhitungan Dampak Ekonomi

Sumber: Ilustrasi Penulis (2025)

Sumber stimulus pertama berasal dari penyelenggara, dalam hal ini ITDC/MGPA, yang menyediakan data langsung mengenai komponen pendapatan maupun investasi yang terkait dengan penyelenggaraan *event*. Pendapatan penyelenggara terdiri dari penjualan tiket, sponsorship, hak siar (*broadcasting*), *merchandising*, *concession*, serta berbagai aktivitas komersial pendukung lainnya. Selain itu, penyelenggara juga melakukan belanja modal tambahan (*additional CAPEX*) yang khusus dikeluarkan untuk penyelenggaraan *event* di tahun 2025 yang mendukung kesiapan infrastruktur dan layanan pada kawasan Mandalika. Seluruh komponen ini nanti akan menjadi stimulus awal yang mendorong meningkatnya aktivitas pada sektor jasa, konstruksi, logistik, dan industri kreatif.

Sumber stimulus kedua berasal dari wisatawan, baik wisman (WNA), wisnus, maupun wislok yang hadir sebagai penonton. Estimasi jumlah wisatawan diperoleh melalui proksi hasil survei yang dilakukan di lokasi acara maupun titik-titik strategis lainnya. Sementara itu, struktur rinci pengeluaran wisatawan—seperti akomodasi, transportasi, makanan-minuman, pembelian *souvenir*, dan kategori belanja lainnya—mengacu pada parameter yang dikembangkan melalui studi dampak ekonomi F1 Powerboat lake toba championship yang dilakukan oleh Nusantara & Revindo (2024). Studi tersebut digunakan karena memiliki cakupan kategori pengeluaran yang sebanding, metodologi yang dapat dipertanggungjawabkan, serta relevansi yang tinggi dengan perilaku belanja wisata olahraga (*sport tourism*).

Stimulus berikutnya berasal dari pengeluaran pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Estimasi besaran pengeluaran ini diperoleh dari data sekunder yang disampaikan oleh Bappenas, Pemerintah Provinsi NTB, serta masukan dari FGD yang dilaksanakan di daerah. Pengeluaran ini meliputi dukungan infrastruktur, penyediaan layanan publik, pengamanan oleh TNI–Polri, penataan kawasan, dan berbagai bentuk fasilitas lainnya. Seluruh kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan aktivitas sektor konstruksi, jasa pemerintahan, transportasi, keamanan, serta sektor pendukung lainnya.

Sumber stimulus terakhir merupakan aliran pengeluaran dari investor, baik Penanaman Modal Asing (PMA) maupun Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Investasi ini memperkuat kapasitas kawasan Mandalika dalam menggelar *event* berskala internasional dan memberikan kontribusi tambahan terhadap perekonomian melalui peningkatan permintaan barang dan jasa konstruksi serta layanan pendukung lainnya.

Dengan mengintegrasikan seluruh komponen tersebut, *framework* ini memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana penyelenggaraan MotoGP 2025 memunculkan stimulus ekonomi yang menyebar ke berbagai sektor. Seluruh data yang telah dihimpun kemudian dimasukkan ke dalam model *Input–Output* nasional maupun regional untuk mengestimasi dampak ekonomi berupa peningkatan output, nilai tambah bruto, pendapatan rumah tangga, dan penciptaan lapangan kerja.



A6. Batasan Analisis

Penggunaan analisis *Input–Output* (IO) dalam mengestimasi dampak ekonomi MotoGP memiliki sejumlah batasan metodologis yang perlu diperjelas agar interpretasi hasil tetap berada dalam konteks yang tepat.

Pertama, struktur ekonomi yang digunakan dalam model IO bersifat statis, karena tabel IO hanya merepresentasikan pola keterkaitan antar-sektor pada tahun publikasi dan tidak mencerminkan perubahan teknologi, perubahan produktivitas, maupun dinamika substitusi *input* yang terjadi setelah periode tersebut. Dengan demikian, estimasi dampak MotoGP menggunakan Tabel IO Nasional 2020 dan Tabel IO Provinsi NTB 2016 bergantung pada asumsi bahwa struktur koefisien *input* antar sektor pada periode tersebut masih relevan untuk menggambarkan pola produksi saat ini. Perubahan-perubahan terbaru dalam sektor pariwisata, digitalisasi ekonomi, maupun pergeseran pola konsumsi pada periode setelah periode tabel IO tidak sepenuhnya dapat tertangkap oleh model IO.

Kedua, model IO mengasumsikan hubungan yang bersifat linear dan proporsional. Artinya, setiap tambahan permintaan (stimulus) akan menghasilkan peningkatan *output* dengan rasio yang konstan untuk semua sektor. Asumsi linearitas ini mengabaikan potensi *diminishing returns*, kapasitas produksi yang terbatas, atau potensi *bottleneck* di sektor tertentu selama penyelenggaraan MotoGP. Oleh karena itu, besaran *multiplier* yang dihasilkan mencerminkan kondisi ideal dalam situasi tanpa kendala kapasitas.

Ketiga, terdapat batasan yang terkait dengan validitas angka stimulus yang digunakan dalam model. Estimasi stimulus—baik belanja pengunjung, pendapatan industri, maupun penerimaan pemerintah—bergantung pada data survei, data administratif, dan beberapa asumsi perilaku konsumsi.



A7. Limitasi Buku MotoGP Mandalika 2025

1) Keterbatasan kerangka model *Input-Output* (linier & statis)

Perhitungan dampak ekonomi menggunakan model I-O yang bersifat linier dan statis, sehingga mengasumsikan hubungan antar-sektor proporsional serta koefisien teknologi/struktur *input* tetap selama periode analisis. Dengan demikian, estimasi belum sepenuhnya menangkap dinamika perekonomian seperti perubahan teknologi, substitusi *input*, penyesuaian kapasitas produksi, maupun respons harga terhadap lonjakan permintaan saat penyelenggaraan *event*.

2) Estimasi bersifat potensial, bukan realisasi transaksi aktual

Meskipun stimulus ekonomi dihitung berdasarkan transaksi aktual yang diperoleh dari survei, tetapi hasil perhitungan dampak ekonomi merepresentasikan dampak potensial secara makro berdasarkan besaran stimulus dan struktur keterkaitan sektoral dalam tabel I-O, bukan pengukuran langsung atas transaksi riil di lapangan. Karena itu, angka dampak sebaiknya diperlakukan sebagai indikasi besaran pengaruh ekonomi yang mungkin terjadi, bukan nilai aktual yang teramati pada data akuntansi/penjualan.

3) Keterbatasan atribusi (*counterfactual*)

Estimasi dampak umumnya mengasumsikan stimulus belanja terkait MotoGP sebagai tambahan permintaan akhir. Dalam praktiknya, sebagian belanja dapat merupakan pergeseran (*displacement/substitusi*) dari belanja wisata/hiburan lain, atau terdapat potensi tumpang tindih antar-komponen belanja (mis. belanja penonton, penyelenggara, sponsor). Oleh karena itu, hasil estimasi dampak perlu diinterpretasikan hati-hati agar tidak dibaca sebagai dampak “murni” tanpa mempertimbangkan potensi substitusi belanja lain.

4) Asumsi *ceteris paribus*

Estimasi dilakukan dengan asumsi faktor ekonomi lain tetap (*ceteris paribus*). Artinya, perubahan *output*, nilai tambah, pendapatan rumah tangga, dan kesempatan kerja yang diestimasi diasumsikan terutama berasal dari aktivitas terkait MotoGP, tanpa secara eksplisit memasukkan pengaruh kebijakan lain, kondisi makro (inflasi/suku bunga), bencana/cuaca ekstrem, gangguan logistik, maupun perubahan perilaku wisatawan selama periode analisis.

5) **Keterbatasan interpretasi dampak Tipe II (*induced*) dan faktor waktu realisasi**
Perhitungan dengan *multiplier* Tipe II memasukkan dampak lanjutan dari pendapatan rumah tangga (*induced effect*) yang diasumsikan Kembali menjadi stimulus ekonomi melalui konsumsi. Namun, dalam praktiknya, tidak seluruh tambahan pendapatan yang diterima akan langsung dibelanjakan pada tahun yang sama, sebagian dapat ditabung, digunakan untuk pelunasan utang, atau direalisasikan sebagai konsumsi pada periode berikutnya. Karena itu, estimasi dampak Tipe II perlu dipahami sebagai potensi dampak lanjutan yang berpotensi tersebar lintas waktu, bukan seluruhnya terealisasi secara simultan pada tahun pelaksanaan MotoGP.

Lampiran 2: Hasil Survei Kepuasan Terhadap Event MotoGP Mandalika 2025

Survei *Event* Pertamina Grand Prix of Indonesia 2025 dilakukan pada 4-20 Oktober 2025, dengan menggunakan data primer baik penonton langsung di sirkuit maupun penonton *streaming*. Target survey diperuntukkan : (1) Penonton yang terdiri dari Wisnus, Wisman dan Wislok; (2) *Tenant* / Usaha / UMKM Tenaga Kerja/Panitia dan (3) Sponsor. Survei bertujuan untuk Mengetahui persepsi penonton/tenant/usaha/UMKM Tenaga Kerja/Panitia dan Sponsor terhadap pelaksanaan *Event* Pertamina Grand Prix of Indonesia 2025.

A. Jumlah Responden Survei

Survei	Populasi	Target Responden	Jumlah Responden	Jumlah Responden Setelah Cleaning	Capaian
Survei Kepuasan Penonton					
Penonton WNI (<i>Indonesian Spectators</i>)	63.065	500	676	667	135,2%
Penonton WNA (<i>Foreign Spectators</i>)	4.840	50	53	49	106,0%
Survei Kepuasan Stakeholder Utama					
<i>Sponsorship</i>	18	18	25	25	138,9%

Tenant (UMKM/Usaha Besar)	202	133	116	111	87,2%
Tenaga Kerja (Official/ Volunteer)	2.203	328	974	938	297,0%
Total		1.029	1.844	1.844	174.0%

B. Profil Responden Survei

No	Informasi	Wisatawan Lokal	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
1	Usia Rerata (Tahun)	33,9	36,7	48,8
2	Lama Tinggal (Malam)	2,1	3,3	4,4
3	Pendapatan per bulan (<i>Monthly Income</i>)	Rp7.772.595	Rp15.629.630	\$12.138
4	Pengeluaran selama di Mandalika, Nusa Tenggara Barat	Rp2.601.312	Rp9.482.253	\$2.143
5	Harga Akomodasi per malam	Rp631.663	Rp1.087.654	\$145
6	Total Pengeluaran untuk Akomodasi	Rp2.091.938	Rp3.751.400	\$710
7	Pengeluaran selama di <i>Venue</i> MotoGP	Rp366.254	Rp601.775	\$67

C. Penonton Wisatawan Nusantara (Luar NTB)

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-5)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Seberapa puas Anda dengan pengalaman menginap dibandingkan dengan harga yang dibayarkan	3,9	5
2	Seberapa puas Anda dengan tingkat kenyamanan transportasi yang Anda gunakan dibandingkan dengan harga yang dibayarkan	4,1	5

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Informasi mengenai jadwal MotoGP mudah diakses melalui kanal resmi.	5,4	6
2	Pengalaman menonton balapan secara keseluruhan (Balapan itu sendiri, <i>Fan Zone</i> , Siaran Langsung Balapan)	5,2	6
3	Proses pembelian tiket mudah dan jelas	5,4	6
4	Kualitas internet selama acara	4,2	6
5	Transportasi dari kabupaten/kota asal menuju Lombok mudah diakses	4,8	6
6	Waktu tempuh dari penginapan	3,9	6
7	Fasilitas <i>shuttle</i> /angkutan umum menuju sirkuit memadai	4,3	6
8	Fasilitas toilet bersih dan cukup tersedia	4,3	6
9	Fasilitas ibadah (mushola/ruang doa) memadai	4,6	6
10	Fasilitas tempat sampah selama MotoGP 2025	4,8	6
11	Petugas dan Layanan Kebersihan selama MotoGP 2025	4,9	6
12	Penilaian Anda terhadap fasilitas yang disediakan untuk lansia? (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,5	6
13	Penilaian Anda terhadap fasilitas ruang menyusui yang tersedia (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,7	6
14	Penilaian Anda terhadap fasilitas yang disediakan untuk difabel (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,7	6
15	Kebersihan area tempat duduk/tribun/sirkuit terjaga dengan baik	4,9	6
16	Kualitas <i>sound system</i> dan layar penunjang baik	4,5	6
17	Kualitas petunjuk arah (<i>signage board</i> dan <i>screen</i>) dan informasi seputar <i>event</i>	4,7	6
18	Keragaman <i>tenant</i> makanan & minuman yang tersedia	4,8	6
19	Responsif petugas dan <i>volunteer</i> memuaskan	4,8	6



20	Proses masuk/keluar ke area sirkuit berjalan lancar	4,5	6
21	Atmosfer penonton dan <i>crowd experience</i> memuaskan	5,2	6
22	<i>Side event</i> seperti <i>event</i> musik, <i>live cooking</i> , <i>meet and greet</i> , dan <i>doorprize</i> menambah pengalaman yang positif. (Jika Anda tidak melihat atau mengikuti <i>side event</i> , silakan lewati pertanyaan ini.)	5,1	6
23	Penampilan budaya Indonesia (<i>design venue</i> , hiburan, dll) yang ditampilkan di MotoGP 2025 menurut Anda?	5,1	6
24	Fasilitas tambahan (<i>Fan zone</i> , <i>Photobooth</i> , <i>VR</i>), aktivitas sponsor, dan <i>merchandise</i> memberikan nilai tambah penyelenggaraan	4,9	6
25	Harga tiket sesuai dengan kualitas pengalaman yang diperoleh	4,8	6
26	Harga makanan dan minuman di area sirkuit wajar	4,4	5
27	Tingkat keamanan di area <i>event</i> baik	5,1	6
28	Protokol keselamatan dan evakuasi cukup jelas	5,0	5
29	Secara keseluruhan saya puas dengan pengalaman menonton MotoGP Mandalika	5,1	6
30	Pengalaman menonton MotoGP Mandalika sesuai dengan ekspektasi	5,1	6
31	Saya berniat kembali menonton MotoGP Mandalika di masa mendatang	5,3	6
32	Saya bersedia merekomendasikan <i>event</i> ini kepada orang lain	5,2	6
33	Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda dengan pengalaman di acara MotoGP Mandalika?	5,1	6

D. Penonton Wisatawan Lokal (NTB)

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-5)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Seberapa puas Anda dengan pengalaman menginap dibandingkan dengan harga yang dibayarkan	4,3	5
2	Seberapa puas Anda dengan tingkat kenyamanan transportasi yang Anda gunakan dibandingkan dengan harga yang dibayarkan	4,3	5

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Informasi mengenai jadwal MotoGP mudah diakses melalui kanal resmi.	5,4	6
2	Pengalaman menonton balapan secara keseluruhan (Balapan itu sendiri, <i>Fan Zone</i> , Siaran Langsung Balapan)	5,4	6
3	Proses pembelian tiket mudah dan jelas	5,3	6
4	Kualitas internet selama acara	4,0	6
5	Transportasi dari kabupaten/kota asal menuju Lombok mudah diakses	5,2	6
6	Waktu tempuh dari penginapan	3,9	4
7	Fasilitas <i>shuttle</i> /angkutan umum menuju sirkuit memadai	4,7	6
8	Fasilitas toilet bersih dan cukup tersedia	4,4	6
9	Fasilitas ibadah (mushola/ruang doa) memadai	4,8	6
10	Fasilitas tempat sampah selama MotoGP 2025	4,9	6
11	Petugas dan Layanan Kebersihan selama MotoGP 2025	4,9	6
12	Penilaian Anda terhadap fasilitas yang disediakan untuk lansia? (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,5	6
13	Penilaian Anda terhadap fasilitas yang disediakan untuk lansia? (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,6	6
14	Penilaian Anda terhadap fasilitas yang disediakan untuk difabel (Jika tidak relevan, lewati pertanyaan ini)	4,6	6
15	Kebersihan area tempat duduk/tribun/sirkuit terjaga dengan baik	4,9	6
16	Kualitas <i>sound system</i> dan layar penunjang baik	4,6	6
17	Kualitas petunjuk arah (<i>signage board</i> dan <i>screen</i>) dan informasi seputar <i>event</i>	4,9	6
18	Keragaman tenant makanan & minuman yang tersedia	4,9	6
19	Responsif petugas dan volunteer memuaskan	4,9	6



20	Proses masuk/keluar ke area sirkuit berjalan lancar	4,7	6
21	Atmosfer penonton dan <i>crowd experience</i> memuaskan	5,3	6
22	<i>Side event</i> seperti <i>event</i> musik, <i>live cooking</i> , <i>meet and greet</i> , dan <i>doorprize</i> menambah pengalaman yang positif. (Jika Anda tidak melihat atau mengikuti <i>side event</i> , silakan lewati pertanyaan ini.)	5,3	6
23	Penampilan budaya Indonesia (<i>designn venue</i> , hiburan, dll) yang ditampilkan di MotoGP 2025 menurut Anda?	5,2	6
24	Fasilitas tambahan (<i>Fan zone</i> , <i>Photobooth</i> , <i>VR</i>), aktivitas sponsor, dan <i>merchandise</i> memberikan nilai tambah penyelenggaraan	5,1	6
25	Harga tiket sesuai dengan kualitas pengalaman yang diperoleh	5,0	6
26	Harga makanan dan minuman di area sirkuit wajar	4,3	5
27	Tingkat keamanan di area event baik	5,1	6
28	Protokol keselamatan dan evakuasi cukup jelas	5,1	5
29	Secara keseluruhan saya puas dengan pengalaman menonton MotoGP Mandalika	5,3	6
30	Pengalaman menonton MotoGP Mandalika sesuai dengan ekspektasi	5,2	6
31	Saya berniat kembali menonton MotoGP Mandalika di masa mendatang	5,5	6
32	Saya bersedia merekomendasikan <i>event</i> ini kepada orang lain	5,4	6
33	Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda dengan pengalaman di acara MotoGP Mandalika?	5,3	6

E. Penonton Wisatawan Mancanegara (Wisman)

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-5)	Modus/Nilai Terbanyak
1	How satisfied were you with your transportation compared to the price you paid?	4,29	5,00
2	How satisfied were you with your stay compared to the price you paid?	3,80	4,00

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Information about the MotoGP schedule was easily accessible through official channels	4,86	6,00
2	Overall race experiences enhanced the positive experience. (Race Itself, Fan Zone, Live Broadcast)	4,33	6,00
3	The ticket purchasing process was easy and clear	4,12	6,00
4	The quality of the internet were reliable during the event	4,57	6,00
5	Transportation from your country to Lombok (LOP) was easily accessible	4,92	6,00
6	Shuttle/public transportation facilities to the venue were well-provided	3,61	6,00
7	The travel time from your hotel was quite comfortable and reasonable	4,86	6,00
8	Cleaning Staff and Services during MotoGP 2025 were well-organized	4,54	6,00
9	Worship facilities (mushola/prayer room) were adequate	4,55	6,00
10	Trash bin facilities during MotoGP 2025 were adequate	4,34	6,00
11	Clean and sufficient toilet facilities were provided	4,24	6,00
12	The Lactation Room were Adequate (If not relevant, skip this question)	5,00	6,00
13	The Facilities Provided for Elder were Adequate (If not relevant, skip this question)	4,25	6,00
14	The Facilities Provided for Persons with Disabilities were Adequate (If not relevant, skip this question)	4,11	6,00
15	The cleanliness of the seating area/grandstand/circuit was well maintained	4,80	6,00
16	The quality of the sound system and supporting screen was good	3,45	3,00
17	The quality of directions and information (signage boards or screens) were clear	4,16	6,00
18	Variety of food and beverage vendors available	3,94	6,00



19	The responsiveness of the officials and volunteers was satisfying	4,73	6,00
20	The process of entering/exiting the circuit area ran smoothly	4,08	6,00
21	The atmosphere of the audience and crowd experience was satisfying	4,92	6,00
22	The side events, such as concert, live cooking, meet and greet, and doorprizes, enhanced the positive experience.	4,45	6,00
23	The showcase of Indonesia Culture (Venue Deisgn, Entertainment, etc.) was delivered well	4,52	6,00
24	Additional facilities (fan zone, photobooth, VR), activities organized by sponsors, and merchandise provided extra value.	3,80	6,00
25	The ticket price felt worth with the experienced you gained.	4,67	6,00
26	Prices for food and drinks in the circuit area were reasonable.	4,71	5,00
27	The level of security in the event area was well-organized	4,82	6,00
28	Safety and evacuation protocols were quite clear.	4,51	6,00
29	Overall I really satisfied with the experience of watching MotoGP Mandalika.	4,35	6,00
30	The experience at MotoGP Mandalika met my expectation	4,16	6,00
31	I am willing to recommend this event to others.	4,24	6,00
32	I intend to watch MotoGP Mandalika again in the future	4,27	6,00

F. Tenaga Kerja (Official/Volunteer)

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Kepuasan secara umum bekerja selama <i>event</i> MotoGP berlangsung	5,51	6
2	Kepuasan terhadap perlindungan tenaga kerja (keselamatan, keamanan, kenyamanan)	5,32	6

3	Kepuasan terhadap fasilitas kerja yang disediakan (seragam, makan, transportasi, dll.)	5,25	6
4	Kepuasan terhadap komunikasi & koordinasi dengan panitia/ penyelenggara lainnya	5,21	6
5	Kepuasan terhadap kondisi kerja (jam kerja, beban kerja, shift)	5,14	6
6	Kepuasan terhadap nilai gaji/upah	4,89	6

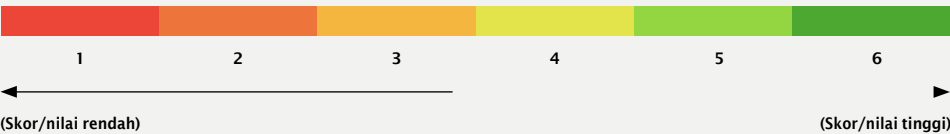
G. Tenant (UMKM/Usaha Besar)

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Bagaimana pendapat Anda mengenai kemudahan pendaftaran untuk berjualan?	5,11	6,00
2	Bagaimana kondisi fasilitas tempat berjualan (tenda, listrik, air, kebersihan, keamanan)?	5,21	6,00
3	Apakah lokasi lapak strategis dan mudah dijangkau pengunjung?	5,00	6,00
4	Bagaimana tingkat keramaian pengunjung di sekitar lapak Anda?	4,99	6,00
5	Apakah penjualan selama acara sesuai dengan harapan Anda?	4,75	6,00
6	Bagaimana koordinasi dan bantuan dari panitia kepada pedagang UMKM?	4,97	6,00
7	Bagaimana tingkat keamanan dan kenyamanan selama berjualan?	5,26	6,00
8	Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda dengan pengalaman di acara MotoGP Mandalika? / Overall, how satisfied are you with your MotoGP event experience?	5,23	6,00

H. Sponsorship

No	Pertanyaan	Rata-rata Skala Likert (1-6)	Modus/Nilai Terbanyak
1	Sikap Profesional panitia dan petugas	5,36	6
2	Kualitas Komunikasi Panitia dengan Sponsor	5,32	6
3	Secara keseluruhan, seberapa puaskah Anda dengan pengalaman di acara MotoGP Mandalika? / Overall, how satisfied are you with your MotoGP event experience?	5,28	6
4	Informasi dan Panduan Sponsorship dari Panitia	5,24	6
5	Panitia terbuka terhadap masukan/penyesuaian mendadak dari pihak sponsor	5,24	6
6	Sponsorship di MotoGP berdampak pada peningkatan penjualan/ engagement produk	5,24	6
7	Sponsorship di MotoGP Mandalika meningkatkan brand awareness perusahaan Anda	5,2	6
8	Panitia dan petugas cepat menangani kendala (misal akses sponsor, logistik, keamanan)	5,16	6
9	Seberapa puas Anda dengan posisi logo/brand di media promosi dan area sirkuit	5,12	6
10	Tingkat kepuasan Anda secara keseluruhan terhadap manfaat sponsorship	5,12	6
11	Tingkat kepuasan Anda secara keseluruhan terhadap manfaat sponsorship	5,08	6
12	Tingkat kepuasan Anda secara keseluruhan terhadap sponsorship	5,08	6

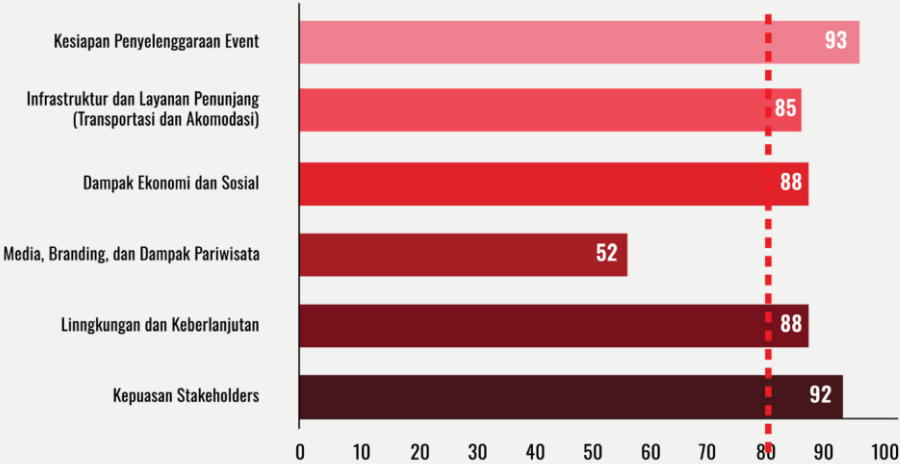
Skala Heatmap :



Lampiran 3: Usulan Aspek Utama dan Indikator dalam Key Performance Indicator (KPI)

Indikator Kinerja Utama (*Key Performance Indicators/KPI*) dalam buku ini dirancang sebagai instrumen penguatan tata kelola dan evaluasi kinerja penyelenggaraan MotoGP Mandalika untuk tahun 2026 dan tahun berikutnya. Kerangka KPI ini dimaksudkan untuk mendukung pendekatan pembangunan berbasis kinerja (*performance-based development*) yang selaras dengan arah kebijakan RPJMN dan Visi Indonesia Emas 2045, khususnya dalam konteks pengembangan *sport tourism* dan hilirisasi jasa pariwisata berdaya saing global di Mandalika-NTB.

USULAN KPI PENYELENGGARAAN MOTOGP MANDALIKA (ANGKA ILUSTRASI JIKA DITERAPKAN PADA MOTOGP MANDALIKA 2025)



*Angka ilustrasi jika IKU Lintas Sektor diterapkan pada pelaksanaan MotoGP Mandalika 2025

Adapun penerapan KPI terhadap penyelenggaraan MotoGP Mandalika tahun 2025 dilakukan semata-mata sebagai ilustrasi dan simulasi analitis guna memberikan gambaran hipotesis mengenai capaian kinerja apabila indikator tersebut telah diterapkan pada periode tersebut. Oleh karena itu, nilai dan skor yang ditampilkan tidak dapat dipahami sebagai target resmi, tolok ukur kinerja formal, maupun dasar penilaian terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025. Pada saat penyelenggaraan *event* tersebut, KPI ini belum ditetapkan, disepakati, maupun digunakan sebagai instrumen perencanaan dan evaluasi, sehingga seluruh capaian disajikan murni untuk kepentingan pembelajaran kebijakan (*policy learning*) dan perbaikan berkelanjutan ke depan. Ke depan, dewan pengarah Kepanitiaan Nasional yang akan menetapkan target untuk tiap-tiap pilar, sub-pilar, dan indikator yang akan menjadi basis tolok kinerja para Kepanitiaan Nasional.

Hasil penerapan ilustratif Indikator Kinerja Utama (KPI) apabila dilakukan pada penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2025 menunjukkan bahwa secara umum kinerja penyelenggaraan *event* berada pada kategori baik hingga sangat baik, khususnya pada aspek-aspek inti penyelenggaraan dan dampak strategis. **Nilai tinggi pada indikator Kesiapan Penyelenggaraan Event (skor 93) dan Kepuasan Stakeholders (skor 92) mengindikasikan bahwa tata kelola operasional event, koordinasi lintas pemangku kepentingan, serta kemampuan penyelenggara dalam mengelola kompleksitas event internasional telah terbangun secara solid.** Hal ini mencerminkan peningkatan kapasitas institusional nasional dan daerah dalam mengelola *event sport tourism* berkelas dunia secara berulang dan konsisten.

Pada aspek Infrastruktur dan Layanan Penunjang yang mencakup transportasi dan akomodasi, skor 85 menunjukkan capaian yang relatif kuat namun masih menyisakan ruang perbaikan. Capaian ini menegaskan bahwa investasi infrastruktur dasar dan pendukung telah memberikan kontribusi nyata terhadap kelancaran *event*, namun kualitas layanan, keterjangkauan harga, serta integrasi antar moda dan destinasi masih perlu ditingkatkan agar selaras dengan prinsip Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan. Dengan meningkatnya ekspektasi wisatawan internasional, aspek ini menjadi krusial untuk menjaga daya saing Mandalika sebagai destinasi global.

Dari sisi Dampak Ekonomi dan Sosial, skor 88 menunjukkan bahwa MotoGP Mandalika berfungsi efektif sebagai instrumen pengungkit ekonomi regional dan nasional. Penyelenggaraan *event* mampu mendorong perputaran ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta keterlibatan pelaku usaha lokal, sekaligus memperkuat posisi Mandalika sebagai katalis pengembangan wilayah di Nusa Tenggara Barat. Capaian ini mengafirmasi peran MotoGP sebagai model hilirisasi jasa dan *sport tourism* yang sejalan dengan agenda transformasi ekonomi nasional dan pembangunan non-ekstraktif.

Sementara itu, indikator Lingkungan dan Keberlanjutan juga memperoleh skor tinggi (88), yang mengindikasikan adanya upaya nyata dalam pengelolaan dampak lingkungan, kesadaran terhadap aspek keberlanjutan, serta penerapan praktik ramah lingkungan dalam penyelenggaraan event. Namun demikian, capaian ini masih perlu diperkuat melalui pengukuran yang lebih terstandar, integrasi prinsip ESG, serta peningkatan partisipasi masyarakat lokal agar keberlanjutan tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga struktural dan jangka panjang.

Sebaliknya, indikator Media, Branding, dan Dampak Pariwisata mencatat skor terendah (52), yang menandakan adanya kesenjangan signifikan antara keberhasilan penyelenggaraan event dan optimalisasi nilai tambah promosi destinasi. Hal ini mengindikasikan bahwa eksposur media internasional, narasi *branding* destinasi, serta konversi *event* menjadi peningkatan kunjungan dan lama tinggal wisatawan belum sepenuhnya dimanfaatkan secara strategis. Temuan ini menegaskan perlunya reposisi MotoGP Mandalika tidak hanya sebagai *event* olahraga, tetapi sebagai *platform* pemasaran pariwisata nasional yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penilaian KPI ini menunjukkan bahwa MotoGP Mandalika memiliki fondasi penyelenggaraan yang kuat dan dampak ekonomi yang signifikan, namun masih membutuhkan penguatan pada aspek hilirisasi *non-fisik*, khususnya media, *branding*, dan dampak pariwisata jangka panjang.

Lampiran 4: Daftar Pustaka

ABSTRAK — Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi pengaruh besar terhadap perkembangan dalam berbagai bidang. Repository UNPAS. Diakses dari: <http://repository.unpas.ac.id/68787/4/Abstrak.pdf>

Analisis Dampak Moto GP 2022 Mandalika Sektor Parekraf. Diakses dari: <https://id.scribd.com/document/686565844/Analisis-Dampak-Moto-GP-2022-Mandalika-Sektor-Parekraf>

Analisis Penyelenggaraan Event MotoGP dan WSBK Mandalika terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM Indonesia. Diakses dari: <https://ulilalbabbinstitute.id/index.php/EKOMA/article/download/2977/2507/6342>

Antara. (2024). Indosat Kampanyekan Sampah Jadi Pulsa di MotoGP Mandalika 2024. Diakses dari: <https://jateng.antaranews.co.id/berita/551495/>

ASTA Cita Pemerintahan Prabowo–Gibran. Diakses dari: <https://tlogopayung.kendakab.go.id/kegiatan/detail/MIFmQ005NGlhUkZnTUC2eVdKMxRWZz09/asta-cita-pemerintahan-prabowo-gibran.html>

BAB I — Diplomasi pariwisata melalui event sport tourism Indonesia yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. ETD UMY. Diakses dari: <https://etd.umy.ac.id/50936/4/Bab%20I.pdf>

BAPPENAS — Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. Diakses dari: <https://bappeda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/bappenas-58>

Bappenas: Sirkuit Mandalika tingkatkan devisa dan pendapatan daerah. ANTARA News. Diakses dari: <https://www.antaranews.com/berita/2340278/bappenas-sirkuit-mandalika-tingkatkan-devisa-dan-pendapatan-daerah>

Bangkok Post. (2025, November 13). Govt pulling support for MotoGP in Thailand says Newin. Diakses dari: <https://www.bangkokpost.com/sports/2971750/govt-pulling-support-for-motogp-in-thailand-says-newin>

Berita Harian. (2025, November). MotoGP jana RM694 juta kepada ekonomi, Amir Hamzah. Diakses dari: <https://www.bharian.com.my/sukan/litar/2025/11/1468399/motogp-jana-rm694-juta-kepada-ekonomi-amir-hamzah>

Bernama. (2025). MotoGP Malaysia 2024 contributes to economy, says official. Diakses dari: <https://www.bernama.com/en/news.php?id=2458700>

BikesRepublic. (2024). Malaysian MotoGP 2024 generate RM694 million, says minister. Diakses dari: <https://www.bikesrepublic.com/english/malaysian-motogp-2024-generate-rm694-million-minister/>

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2022). Events Management: An Introduction. Routledge.

BPPD NTB: Promosi Pariwisata Melalui Event MotoGP adalah Bagian Strategic Plans. Diakses dari: <https://ketikjari.com/bppd-ntb-promosi-pariwisata-melalui-event-motogp-adalah-bagian-strategic-plans/>

Brilliyan. (2025). MotoGP Mandalika: Formula kecepatan baru pertumbuhan ekonomi NTB. Kemenkeu Learning Center 2. Diakses dari: <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/motogp-mandalika-formula-kecepatan-baru-pertumbuhan-ekonomi-ntb-678b45f1/detail/>

Circuit de Barcelona–Catalunya. (2022). Zero Waste to Landfill Program Implementation. Diakses dari: <https://www.circuitcat.com/en/sustainability/>

Circuit de Barcelona–Catalunya. (2022). Sustainability Report: Waste & Food Waste Management in Major Events. Diakses dari: <https://www.circuitcat.com/en/sustainability/>

Circuit de Jerez. (2023). Solar Energy Deployment and Green Circuit Strategy. Diakses dari: <https://www.circuitodejerez.com/en/sustainability>

CNBC Indonesia. (2025). Penonton MotoGP Mandalika 2025 Rekor, Perputaran Ekonomi Rp 4,8 T. Diakses dari: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20251006105410-4-673146/penonton-motogp-mandalika-2025-rekor-perputaran-ekonomi-rp-48-t>

Collins, P., Mulligan, E., & Cawley, M. (2018). Business impacts of event hosting: Evidence from the Volvo Ocean Race Finale in Galway 2012. *International Journal of Event and Festival Management*, 9(3), 297–315. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2017-0042>

Dampak Event Penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2023. Diakses dari: <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/dampak-event-penyelenggaraan-motogp-mandalika-2023/show>

Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332–347. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.09.004>

Dell'Aversano, et al. (2024). E-Fuels: A Comprehensive Review of the Most Promising Technological Alternatives towards an Energy Transition. *Energies*, 17(16), 1–43.

Department of Jobs, Skills, Industry and Regions Victoria. (2023). 2023 Australian Motorcycle Grand Prix Economic Impact Assessment. Diakses dari: https://djsir.vic.gov.au/_data/assets/pdf_file/0007/2397787/2023-Australian-Motorcycle-Grand-Prix-Economic-Impact-Assessment.pdf

Department of Jobs, Skills, Industry and Regions Victoria. (t.t.). Australian Motorcycle Grand Prix revs up Phillip Island's economy. Diakses dari: <https://djsir.vic.gov.au/news-and-articles/australian-motorcycle-grand-prix-revs-up-phillip-islands-economy>

Detik. (2024). 20 Larangan di MotoGP Mandalika. Diakses dari: <https://www.detik.com/bali/nusra/d-7561317/>

DetikOto. (2025). Ketika Penonton Eropa Dibuat Terpujau MotoGP Mandalika. Diakses dari: <https://oto.detik.com/otosport/d-8149491/ketika-penonton-eropa-dibuat-terpujau-motogp-mandalika>

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Lombok Tengah. (2025). Jaga Kebersihan Lingkungan, DLH Tuntaskan Sampah di Ajang MotoGP Mandalika 2025. Diakses dari: <https://dlh.lomboktengahkab.go.id/berita/jaga-kebersihan-lingkungan-dlh-tuntaskan-sampah-di-ajang-motogp-mandalika-2025>

Dietplastik Indonesia. (2024). Plasticdiet Indonesia Applies Reuse Protocol at 2024 Indonesia MotoGP Mandalika. Diakses dari: <https://plasticdiet.id/en/plasticdiet-indonesia-applies-reuse-protocol-at-2024-indonesia-motogp-mandalika/>

Diversifikasi Ekonomi Bali untuk Capai Target Pertumbuhan 7 Persen di 2045. Bappenas. Diakses dari: <https://bappenas.go.id/id/berita/diversifikasi-ekonomi-bali-untuk-capai-target-pertumbuhan-7-persen-di-2045-ZV3Ou>

Domino Efek MotoGP Mandalika 2025: Pariwisata NTB Melejit 47%, Infrastruktur Kian Canggih. infodis.id. Diakses dari: <https://infodis.id/domino-efek-motogp-mandalika-2025-pariwisata-ntb-melejit-47-infrastruktur-kian-canggih/>

Dorna Sports. (2023). MotoGP Environmental & Sustainability Strategy. Diakses dari: <https://www.motogp.com>

Dorna Sports. (2023). MotoGP Host Community Engagement Framework. MotoGP Sustainability & Community Impact Section.

Dorna Sports. (2023). MotoGP Sustainable Fuel Roadmap 2024–2027. Diakses dari: <https://www.motogp.com>

Dorna Sports. (2023). MotoGP Sustainability Initiatives: Environmental Responsibility Report. Diakses dari: <https://www.motogp.com>

Dorna Sports. (2024). ESG Annual Report 2024. Diakses dari: https://www.dorna.com/wp-content/uploads/2025/06/memoria-ESG_2024_compressed-1.pdf

Dorna Sports. (2024). MotoGP Global Sustainability and Digital Innovation Framework. MotoGP Official Report.

Ekuatorial. (2024). Protokol Guna Ulang di MotoGP Mandalika 2024 untuk Mengurangi Sampah Plastik. Diakses dari: <https://www.ekuatorial.com/2024/10/protokol-guna-ulang-di-motogp-mandalika-2024-untuk-mengurangi-sampah-plastik/>

Evoria Event Orchestrator. (t.t.). Peran Bappenas dalam Pembangunan Nasional Indonesia. Diakses dari: <https://evoriaevent.com/peran-bappenas-dalam-pembangunan-nasional-indonesia-2/>

Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM). (2023). FIM Environmental Sustainability Programme. Diakses dari: <https://www.fim-moto.com>

Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM). (2023). FIM Environmental Sustainability Programme – Waste & Resource Management. Diakses dari: <https://www.fim-moto.com/en/environment>

FIM — Fédération Internationale de Motocyclisme. (2024). FIM Standards for Circuit Safety and Event Security. Geneva: FIM Publications.

Fiskal Kemenkeu. (2024). Neraca Perdagangan Indonesia Tetap Surplus di Tengah Berbagai Tantangan Global. Diakses dari: <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/583>

Good News From Indonesia. (2025). MotoGP Mandalika 2025 Bikin Ekonomi dan Pariwisata Lokal di NTB Melejit, Cetak Rp4,8 Triliun. Diakses dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/10/08/motogp-mandalika-2025-bikin-ekonomi-dan-pariwisata-lokal-di-ntb-melejit-cetak-rp4-8-triliun>

Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2006). The economic impact of major sports events: A review of ten events in the UK. *Sociological Review*, 54(Suppl. 2), 41–58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00652.x>

Herstein, R., & Berger, R. (2013). Much more than sports: Sports events as stimuli for city re branding. *Journal of Business Strategy*, 34(2), 38–44.

Higham, J. (1999). Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82–90. <https://doi.org/10.1080/13683509908667845>

IDEAS. (2024). Target Pertumbuhan Ekonomi 8% di Era Prabowo, Bisakah Terwujud? Diakses dari: <https://ideas.or.id/2024/05/27/target-pertumbuhan-ekonomi-8-di-era-prabowo-bisakah-terwujud/>

InJourney Tourism Development Corporation (ITDC) & Mandalika Grand Prix Association (MGPA). (2025). Mandalika mantapkan diri menjadi tuan rumah MotoGP 2025: Kesiapan infrastruktur jadi prioritas. 31 Agustus 2025.

ITDC. (2024). Digital Tourism & Smart Event Management in The Mandalika Special Economic Zone. The Mandalika SEZ Publication.

ITDC. (2025). Program Pemberdayaan Masyarakat di Kawasan The Mandalika. Indonesia Tourism Development Corporation.

ITDC. Annual Report. Diakses dari: <https://www.itdc.co.id/annual-report>

Jadesta — MotoGP–Superbike Bisa Berdampak bagi Desa Wisata. Diakses dari: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/berita/17050>

Jurnal Asing Terkesan Fasilitas Media Center MotoGP Mandalika 2025 Semakin Nyaman dan Berkualitas. Kemenpora. Diakses dari: <https://www.kemenpora.go.id/detail/6469/jurnal-asing-terkesan-fasilitas-media-center-motogp-mandalika-2025-semakin-nyaman-dan-berkualitas>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). MotoGP 2025 di KEK Mandalika, momentum penguatan ekonomi, investasi dan pariwisata nasional. 6 Oktober 2025.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Pengembangan UMKM dalam Event Internasional di Destinasi Super Prioritas.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Panduan Penyelenggaraan Event Internasional Berbasis Teknologi dan Keamanan Publik. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Policy Brief Evaluasi Penyelenggaraan F1 Powerboat Danau Toba. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Dampak Positif MotoGP Mandalika 2025: Hotel Penuh, Penerbangan Melonjak. Diakses dari: <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/dampak-positif-motogp-mandalika-2025-hotel-penuh-penerbangan-melonjak>

Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) / Penyelenggara MotoGP Mandalika. (2025). MotoGP Mandalika 2025 catatkan penyelenggaraan terbaik sepanjang sejarah. Diakses dari: <https://kemenpora.go.id/>

Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2025). Dampak ekonomi MotoGP Mandalika 2025. Deputi IV Pengembangan Industri Olahraga. Diakses dari: <https://deputi4.kemenpora.go.id/dokumen/43/dampak-ekonomi-motogp-mandalika-2025>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Kunci Capai Target Pertumbuhan Ekonomi 8 Persen: Hilirisasi. Diakses dari: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Kunci-Capai-Target-Pertumbuhan-Ekonomi-8-Persen>

Kompas. (2025). MotoGP Mandalika 2025 Dongkrak Ekonomi NTB dan Nation Branding. Diakses dari: <https://money.kompas.com/read/2025/09/30/113000026/motogp-mandalika-2025-dongkrak-ekonomi-ntb-dan-nation-branding>

Komdigi — Visi Misi Kementerian Komunikasi dan Digital. Diakses dari: <https://www.komdigi.go.id/profil/visi-misi>

Lomboknesia. (2024). ITDC Optimalkan Pengelolaan Sampah di MotoGP 2024. Diakses dari: <https://lomboknesia.id/itdc-optimalkan-pengelolaan-sampah-di-motogp-2024-wujudkan-the-mandalika-sebagai-kawasan-ramah-lingkungan/>

Mapjabil, J., Marzuki, M., Kumalah, M. J., Tangavello, L., & Abidin, M. K. Z. (2015). Sport as a tourism attraction in Malaysia: Potential and prospects. *Geografia*, 11(12).

MGPA (Mandalika Grand Prix Association). (2023). Laporan Penyelenggaraan MotoGP Mandalika: Infrastruktur, Keamanan, dan Teknologi. Jakarta: ITDC Group.

Misano World Circuit. (2022). Sustainability and Waste Management Policy. Diakses dari: <https://www.misanocircuit.com/sustainability>

Misano World Circuit. (2022). Energy Efficiency and Renewable Energy Initiatives. Diakses dari: <https://www.misanocircuit.com/sustainability>

Motomatters. (2025, March 3). Buriram MotoGP round at risk after 2026. Diakses dari: https://motomatters.com/news/2025/03/03/buriram_motogp_round_at_risk_after_2026.html

MotoGP. (2024). Sustainable Fuel Era: Technical Briefing. Diakses dari: <https://www.motogp.com/technical>

Music City Digicast. MotoGP Mandalika 2025 Dongkrak Ekonomi NTB, Okupansi Hotel 100%. Diakses dari: <https://musiccitydigicast.com/motogp-mandalika-2025-dongkrak-ekonomi-ntb-okupansi-hotel-100/>

Nusantoro, N., Puspita, A., Azizah, N., & Revindo, M. D. (2025). Do Local Businesses Benefit from International Sports Event? The Alignment of F1 Powerboat Championship in Lake Toba, Indonesia, with SDG 8 and 10. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(3), e05106–e05106.

Nyikana, S., & Tichaawa, T. M. (2018). Sport Tourism as a Local Economic Development Enhancer for Emerging Destinations. *Journal of Tourism in Africa*, 1(1).

OJS Unigal. View of Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap di Sirkuit Mandalika sebagai Upaya Peningkatan Nation Branding Indonesia. Diakses dari: <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/view/2704/2067>

Pemprov NTB. (2025). Laporan Tahunan Penguatan SDM dan UMKM dalam Event MotoGP Mandalika. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Pereira, E., Mascarenhas, M., Flores, A., Chalip, L., & Pires, G. (2020). Strategic leveraging: Evidences of small-scale sport events. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(1), 69–88. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2018-0046>

PHRI. (2025). Peran PHRI Provinsi NTB dalam Menyediakan Sarana Akomodasi Selama Penyelenggaraan MotoGP Mandalika Tahun 2026.

Premier of Victoria. (t.t.). MotoGP roars at Phillip Island. Diakses dari: <https://www.premier.vic.gov.au/motogp-roars-phillip-island>

Premier of Victoria. (t.t.). Phillip Island bikes are here to stay. Diakses dari: <https://www.premier.vic.gov.au/site-4/phillip-island-bikes-are-here-stay>

Premier of Victoria. (t.t.). Phillip Island revs Australian MotoGP. Diakses dari: <https://www.premier.vic.gov.au/site-4/phillip-island-revs-australian-motogp>

Presiden Prabowo Subianto Sampaikan Arahan Langsung Terkait Capaian Kinerja Investasi di KEK dan Penyusunan RAPBN 2026. Diakses dari: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6486/>

Preuss, H. (2002). Economic Dimension of the Olympic Games. University Lecture on the Olympics.

Reic, I. (2012). Events Management. *Tourism Management*, 33(5), 1289–1290. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.011>

ResearchGate. The Economic Impact of Tourism Development in Mandalika Lombok Indonesia. Diakses dari: https://www.researchgate.net/publication/374540814_The_Economic_Impact_of_Tourism_Development_in_Mandalika_Lombok_Indonesia

Roche, S., Spake, D. F., & Joseph, M. (2013). A model of sporting event tourism as economic development. *Sport, Business and Management*, 3(2), 147–157. <https://doi.org/10.1108/20426781311325078>

RTR Sports Marketing. (2025). F1, MotoGP, dan Revolusi Hijau: Bagaimana Keberlanjutan Mengubah Sponsor Olahraga Motor. Diakses dari: <https://rtrsports.com/id/blog/f1-motogp-dan-revolusi-hijau-bagaimana-keberlanjutan-mengubah-sponsor-olahraga-motor/>

Sandiaga Uno Ungkap Nasib MotoGP Mandalika Usai Nunggak Hosting Fee. Diakses dari: <https://oto.detik.com/otosport/d-7535259/sandiaga-uno-ungkap-nasib-motogp-mandalika-usai-nunggak-hosting-fee>

Scooter Prix dan Pertamina Mandalika Racing Series Bisa Menjadi Katalisator Ekonomi. Sindonews. Diakses dari: <https://ekbis.sindonews.com/read/1560797/34/>

Setneg. RPJMN 2025–2029: Fondasi Awal Wujudkan Visi Indonesia Emas 2045. Diakses dari: https://www.setneg.go.id/baca/index/rpjmn_2025_2029_fondasi_awal_wujudkan_visi_indonesia_emas_2045

Silverstone Circuit. (2023). Green Events and Waste Reduction Strategy. Diakses dari: <https://www.silverstone.co.uk/sustainability>

Silverstone Circuit. (2023). Green Events Framework: Catering, Food Surplus, and Waste Reduction Policies. Diakses dari: <https://www.silverstone.co.uk/sustainability>

Smith, A. C., & Stewart, B. (2013). The Special Features of Sport: A Critical Revisit. In Handbook of Research on Sport and Business (pp. 526–547). Edward Elgar Publishing.

Suara Lombok News. SWIM Menduga Pemprov NTB Terjebak Politik Praktis. Diakses dari: <https://www.suaralomboknews.com/2023/12/20/swim-menduga-pemprov-ntb-terjebak-politik-praktis-kek-mandalika-ditелantarkan/>

Tempo. Alasan Pemprov NTB Enggan Bayar Hosting Fee MotoGP Mandalika 2024. Diakses dari: <https://www.tempo.co/politik/alasan-pemprov-ntb-enggan-bayar-hosting-fee-motogp-mandalika-2024-8007>

The Mandalika GP. (2025, September 16). Harga Khusus Tiket MotoGP Mandalika 2025 untuk Pemilik KTP NTB. Diakses dari: <https://www.themandalikagp.com/news/2025/09/16/harga-khusus-tiket-motogp-mandalika-2025-untuk-pemilik-ktp-ntb>

The Star. (2025, August 14). SIC hope to negotiate Harga Khusus Tiket MotoGP Mandalika 2025 untuk Pemilik KTP NTB better terms on renewal of contract to host MotoGP. Diakses dari: <https://www.thestar.com.my/sport/motorsport/2025/08/14/sic-hope-to-negotiate-better-terms-on-renewal-of-contract-to-host-motogp>

United Nations Environment Programme (UNEP). (2021). Guidelines for Sustainable Sports Events: Food Waste and Resource Efficiency. Diakses dari: <https://www.unep.org>

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2023). Sports Tourism and Community Empowerment Guidelines.

Visi Indonesia 2045 — Kementerian PPN/Bappenas. Diakses dari: https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy_Paper/Dokumen%20lengkap%202045_final.pdf

Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. Tourism Management, 30(5), 615–628. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.002>

Lampiran 5: Daftar Istilah

Istilah	Pengertian
Active Sport Tourism	Bentuk sport tourism yang melibatkan partisipasi langsung wisatawan dalam aktivitas olahraga
Aksesibilitas	Tingkat kemudahan wisatawan untuk menjangkau destinasi melalui transportasi dan infrastruktur pendukung
Brand Value	Nilai ekonomi dan persepsi yang melekat pada suatu merek atau destinasi
Branding Destinasi	Strategi pembentukan citra destinasi untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing pariwisata
City Branding	Upaya strategis membangun citra kota melalui promosi, event internasional, dan identitas destinasi
Direct Impact	Dampak ekonomi langsung dari belanja wisatawan, operasional event, dan pengeluaran pemerintah
Dampak Ekonomi	Perubahan aktivitas ekonomi yang timbul akibat suatu kegiatan atau kebijakan
Destination Management Organization (DMO)	Perubahan aktivitas ekonomi yang timbul akibat suatu kegiatan atau kebijakan
Event Fee / Hosting Fee	Biaya lisensi yang dibayarkan kepada pemegang hak komersial untuk menyelenggarakan event internasional
Green Economy	Pendekatan ekonomi yang menekankan keberlanjutan lingkungan dan efisiensi sumber daya
Green Event	Penyelenggaraan event dengan prinsip ramah lingkungan dan keberlanjutan
Heritage Sport Tourism	Sport tourism berbasis nilai sejarah, warisan, dan nostalgia olahraga
Hilirisasi Jasa	Transformasi investasi dan aktivitas ekonomi menjadi produk jasa bernilai tambah
Key Performance Indicator (KPI)	Indikator utama untuk mengukur kinerja dan capaian suatu program atau kebijakan

Istilah	Pengertian
Key Tourism Area	Kawasan inti pariwisata yang menjadi fokus pengembangan destinasi unggulan
Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)	Kawasan dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh pemerintah melalui Peraturan Pemerintah dan diberikan insentif untuk memacu investasi dan pertumbuhan ekonomi
Kunjungan Wisatawan	Jumlah wisatawan yang datang ke suatu destinasi dalam periode tertentu
Multiplier Effect	Efek pengganda aktivitas ekonomi terhadap sektor lain secara berantai
Nilai Tambah (Value Added)	Peningkatan nilai ekonomi yang dihasilkan dari suatu kegiatan atau investasi
Okupansi Hotel	Tingkat keterisian kamar hotel dalam periode tertentu
Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan	Pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan kualitas pengalaman, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat
Pembangunan Berkelanjutan	Pembangunan yang menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan
Pengeluaran Wisatawan	Seluruh belanja wisatawan selama berada di destinasi
Quick Win	Program prioritas yang memberikan hasil cepat dan berdampak signifikan
Sport Tourism	Kegiatan pariwisata yang berkaitan dengan olahraga, baik sebagai penonton maupun partisipan
Stakeholder	Pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan keterlibatan dalam suatu kegiatan atau kebijakan
Sustainability	Prinsip keberlanjutan yang menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan
Tourism Hub	Wilayah pusat pariwisata yang berfungsi sebagai gerbang dan pengungkit ekonomi kawasan sekitar

Istilah	Pengertian
Wisatawan Mancanegara (wisman)	Wisatawan yang berasal dari luar negeri
Wisatawan Nusantara (wisnus)	Wisatawan domestik yang melakukan perjalanan di dalam negeri
Wisatawan Lokal (wislok)	Wisatawan yang berasal dari wilayah sekitar destinasi, dalam buku ini diartikan wisatawan yang berasal dari Nusa Tenggara Barat



Lampiran 6: Daftar Singkatan

Singkatan	Kepanjangan
AMDAL	Analisis Mengenai Dampak Lingkungan
ARRC	Asian Road Racing Championship
BUMD	Badan Usaha Milik Daerah
BUMN	Badan Usaha Milik Negara
COVID-19	Coronavirus Disease 2019
DPP	Destinasi Pariwisata Prioritas
F1H2O	Formula 1 Powerboat
FIM	Fédération Internationale de Motocyclisme
FGD	Focus Group Discussion
HIMBARA	Himpunan Bank Milik Negara
ITDC	Indonesia Tourism Development Corporation
KEK	Kawasan Ekonomi Khusus
KPI	Key Performance Indicator
KSPN	Kawasan Strategis Pariwisata Nasional
KTA	Key Tourism Area
LUDA	Land Utilization and Development Agreement
MICE	Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition
NDSF	National Sports Development Fund
NTB	Nusa Tenggara Barat
PDB	Produk Domestik Bruto
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto

Singkatan	Kepanjangan
PEN	Program Pemulihan Ekonomi Nasional
PMN	Penyertaan Modal Negara
PP	Peraturan Pemerintah
RIDPN	Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SAT	Sports Authority of Thailand
SDGs	Sustainable Development Goals
SDM	Sumber Daya Manusia
SPBU	Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum
SPV	Special Purpose Vehicle
UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
UN Tourism	United Nations World Tourism Organization
TAT	Tourism Authority of Thailand
VIP	Very Important Person
VVIP	Very Very Important Person
WSBK	World Superbike Championship







Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional /
Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas)

Kedeputan Bidang Ekonomi dan Transformasi Digital
Direktorat Pariwisata, Ekonomi Kreatif, dan Ekonomi Digital

Jl. H. R. Rasuna Said No.Kav. B2, Kuningan, Karet,
Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12920

ISBN 978-634-7023-31-5 (PDF)



9

786347

023315