

# **DIPLOMASI KEBUDAYAAN NEGARA MALAYSIA DALAM BENTUK PENYELENGGARAAN MOTOGP DI SIRKUIT INTERNASIONAL SEPANG**

**Disusun Oleh:**

**Prasetyo Putro Adi**

**Email: lastcorner88@gmail.com**

## **Abstract**

Malaysia is a country that proclaimed their independence after the end of World War 2. At the beginning of their independence, Malaysia was originally a country that relied on natural resources as it's main commodity . But due to the decline in the price of these commodities in the 1970s, Malaysia began to look at other commodities as a favorite commodity. Along with Malaysia's desire to become an advanced industrialized country in 2020 and the advancement of tourism as a nation commodity, Malaysia has decided to register as a MotoGP host country. This study aims to determine the extent of the role of organizing MotoGP as a media in Malaysian cultural diplomacy. The research method used in this study is a qualitative descriptive method with the library research techniques, specifically by collecting, studying, and analyzing data taken from published and unpublished official documents, books, articles, newspapers, magazines , internet, and various other media.

**Keywords: MotoGP, Cultural Diplomacy, Malaysia**

Didalam pembahasan mengenai ilmu hubungan internasional, diplomasi merupakan subyek pembahasan yang familiar. Secara harfiah diplomasi dapat diartikan sebagai upaya-upaya pendekatan (approach) yang dilaksanakan baik oleh individu, kelompok maupun negara terhadap obyek yang dituju untuk mencapai suatu tujuan kepentingan tertentu. Dalam ruang lingkup kenegaraan sendiri, diplomasi adalah pelaksanaan politik luar negeri suatu negara terhadap negara lain yang pada prakteknya lebih mengedepankan seni bernegosiasi. Pada era globalisasi ini aktivitas diplomasi telah berkembang luas seiring dengan semakin kompleksnya isu-isu dalam hubungan internasional. Bentuk diplomasi yang awalnya hanya berupa diplomasi resmi yang bersifat konvensional, pada masa kini telah berkembang dan berefek pada bentuk-bentuk diplomasi lain yang lebih bersifat tidak kaku dan fleksibel. Salah

satu bentuk diplomasi yang belakangan ini diperhitungkan keberadaannya adalah diplomasi melalui event olahraga.

Event seperti Olimpiade, Piala Dunia (World Cup), dan SEA Games merupakan beberapa contoh event olahraga bertaraf internasional yang tingkat prestisiusnya tergolong tinggi. Begitupun sama halnya dengan Moto Grand Prix atau biasa disebut juga Moto GP adalah event berkelas internasional yang sangat diperhitungkan. Dalam dunia otomotif roda dua, kejuaraan balap Moto GP bisa disebut sebagai kasta tertinggi dalam ajang balap motor internasional, karena dalam penyelenggaraannya event ini banyak melibatkan perusahaan multinasional mulai dari Asia, Eropa, Amerika, negara peserta, negara penyelenggara, dan juga perusahaan sepeda motor kelas dunia yang menjadi peserta didalamnya.

Keterlibatan Malaysia dalam penyelenggaraan MotoGP dimulai pada tahun 1991, ketika Komisi Grand Prix Internasional mengikutsertakan Malaysia sebagai salah satu negara penyelenggara kejuaraan MotoGP pada kalender musim 1991 (de Carli, 2008). Akan tetapi pada tahun 1999 Malaysia memindahkan lokasi kejuaraan balap motor ini ke lokasi yang baru yaitu sirkuit sepang yang lokasinya berjarak sekitar 85 km di sebelah selatan Kuala Lumpur (de Carli, 2007). Sirkuit Sepang diresmikan oleh Perdana Menteri Malaysia yang ke-4 Dr Mahathir Bin Mohamad pada 7 Maret 1999 setelah menempuh waktu pembangunan hanya dalam waktu 14 bulan. Sirkuit ini kemudian dipergunakan untuk menyelenggarakan MotoGP pada tanggal 20 April 1999.

Dalam kurun waktu yang sama pemerintahan Malaysia bekerjasama TBWA- ISC, yang merupakan sebuah perusahaan advertising internasional, menciptakan sebuah nation branding untuk Malaysia yang bertajuk “Truly Asia”, slogan ini adalah nation branding yang dibuat agar Malaysia memiliki suatu identitas yang unik dan menarik di lingkungan global. Hal ini adalah efek dari terjadinya krisis perekonomian dunia pada tahun 1997-1998 yang memberi dampak terhadap turunnya angka pariwisata di Malaysia, sehingga Malaysia sebagai negara

berkembang yang mengutamakan bidang pariwisatanya sebagai sumber devisa merasa perlu untuk memiliki nation branding untuk merepresentasikan image yang ingin ditonjolkan yaitu multikulturalisme.

Malaysia telah menjadi penyelenggara MotoGP sejak tahun 1991-2017, dan sejak 1999-2017 penyelenggaraan MotoGP telah diadakan di sirkuit Sepang yang merupakan sirkuit modern pertama di kawasan Asia Tenggara. Sirkuit Sepang adalah sebuah megaprojek yang diproyeksikan sebagai momentum awal bagi Malaysia untuk mendapatkan pengakuan dari dunia internasional bahwa Malaysia adalah negara yang serius terhadap cita-cita bangsa untuk menjadi negara maju. Kemajuan negara-negara tetangga yang pesat dalam sektor pembangunan telah berdampak pada posisi Malaysia di dunia Internasional yang tertinggal di bawah pesatnya pembangunan negara tetangga.

Sebagai negara yang terletak di kawasan Asia Tenggara dan merupakan negara yang mempunyai komposisi penduduk multi etnis. Mayoritas penduduk Malaysia adalah etnis Melayu yang mempunyai jumlah persentase sebesar 50.1% dari total jumlah penduduk Malaysia, etnis China 22,6%, kelompok pribumi selain Melayu 11,8%, India 6,7%, dan kelompok lain menyumbang 0,7%. Sedangkan penduduk bukan warga negara adalah 8,2% dari populasi penduduk Malaysia. Konteks multikultural ini membuat Malaysia masyarakat yang sangat kaya, dengan beragam agama, makanan, budaya, dan adat istiadat (Sawe, 2018).

Sejak dari awal kemerdekaannya, perekonomian Malaysia di dukung oleh ekspor hasil produksi bahan baku ke luar negeri. Timah, karet, kayu, minyak mentah, dan minyak sawit merupakan komoditas utama yang menjadi pendukung sektor perekonomian masyarakat dan perekonomian nasional Malaysia. Hal ini pertama kali didukung oleh kebijakan Kerajaan Malaysia yang menerapkan rancangan pembangunan yang teratur yang disebut Rancangan Pembangunan Ekonomi (RPE1) atau Rancangan Malaya Pertama pada tahun 1956-1960.

Selain itu ada lagi kebijakan lain yang mengatur tentang urusan pertanahan yang disebut FELDA (Lembaga Kemajuan Tanah Persekutuan), dibuat tahun 1956 dan mempunyai tujuan untuk mengatasi kekurangan tanah serta membantu meningkatkan taraf hidup dan pendapatan kaum petani (Iqbal, 2016).

Setelah program tersebut berjalan, pemerintah Malaysia menambah lagi sebuah program yang berpihak pada rakyat yaitu RPE2 pada yang dikeluarkan tahun 1961. Kedua RPE tersebut hanya berfokus pada bidang pertanian yang pada saat itu adalah tumpuan utama perekonomian Malaysia. Pada masa Tun Abdul Razak menjabat sebagai Perdana Menteri Malaysia yang kedua, Malaysia membuat suatu sistem ekonomi yang disebut NEP (New Economic Policy) yang sering disebut sebagai Dasar Ekonomi Baru dalam bahasa Malaysia. Munculnya kebijakan tersebut, kemudian diikuti oleh kebijakan yang lain seperti Dasar Pembangunan Nasional (DPN), Dasar Perindustrian Negara, Dasar Pertanian Negara, Dasar Persyarikatan Malaysia.

Dekade 1990-an adalah awal dari penganan industrialisasi yang ditargetkan oleh Malaysia untuk mencapai cita-citanya menjadi negara industri penuh pada tahun 2020. Program tersebut adalah ide dan prakarsa dari Perdana Menteri Dr. Mahathir bin Muhammad (Shamsul, 2012). Untuk mewujudkan cita-cita tersebut, langkah termudah yang ditempuh Malaysia adalah melalui industri otomotif. Langkah tersebut tidak serta merta langsung dapat diterapkan, namun pelaksanaannya dilakukan secara perlahan-lahan dan bertahap. Tahap-tahap yang pertama dilaksanakan adalah pembangunan Sirkuit yang mempunyai standar internasional di kawasan Sepang, yaitu sebuah daerah yang awalnya terpencil yang berlokasi di negara bagian Selangor. Sirkuit tersebut kemudian diberi nama Sepang International Circuit (SIC) dan diresmikan oleh PM. Dr. Mahathir Mohammad pada tanggal 9 Maret 1999 setelah melalui proses pengerjaan 14 bulan. Kedua, bergabungnya perusahaan minyak nasional Malaysia PETRONAS dengan salah satu tim peserta Formula 1 milik Peter Sauber

yang bermarkas di Swiss yaitu Sauber F1 Team yang kemudian berubah namanya menjadi Sauber Petronas F1 Team pada tahun 1995. Ketiga, membeli Lotus Engineering untuk kemudian mengadakan program mobil nasional PROTON. Jika dilihat secara umum, Malaysia merepresentasikan dirinya sebagai negara berkembang yang memiliki kesiapan dalam menyiapkan dirinya untuk melangkah ke arena panggung dunia internasional dengan mengandalkan *soft power diplomacy*. Ketiga program awal tersebut adalah cara halus dari pemerintah Malaysia untuk mencari sebuah pengakuan yang ditujukan pada citra diri dan prestige bangsa. Dengan meningkatnya citra diri dan prestige bangsa, diharapkan akan semakin memudahkan untuk menarik wisatawan untuk datang ke Malaysia.

Seiring menurunnya jumlah wisatawan yang datang ke Malaysia pasca isu terorisme global dan penyebaran wabah penyakit Flu Burung dan SARS, membuat pemerintah Malaysia harus membangun kembali dunia pariwisatanya agar ekonomi masyarakat dan devisa negara dapat kembali meningkat. Hasil dari pembangunan tersebut terlihat dari promosi yang terus-menerus dan pengkonsepan yang jelas sehingga membuat angka pariwisata kembali menggeliat meskipun berjalan lambat. Dari catatan statistik yang ada, pada 1990 angka kedatangan pengunjung ke Malaysia berjumlah 7,445,908 orang, dan jumlah pendapatan yang masuk ke kas negara Malaysia sebesar RM 4,501,000,000 (Mosbah, 2014).

Berawal dari krisis moneter pada tahun 1997-1998 yang melanda dunia dan memberi dampak terhadap penurunan angka pariwisata di Malaysia, Malaysia dan sebuah agen advertising internasional bernama TBWA-ISC kemudian membuat slogan "*Truly Asia*" sebagai tajuk dari nation brandingnya yang merepresentasikan kelebihan yang ada di dalam negaranya, serta menonjolkan image positif yang dimiliki untuk mempromosikan pariwisatanya sehingga mengurangi kemungkinan dampak negative dari perkembangan sosial maupun politik dari lingkungan global maupun regional. Seperti yang tertera dalam website

isc “*Malaysia cannot just compete on beaches, shopping, nightlife*” (“*Malaysia tidak bisa hanya mengandalkan pantai, belanja, dan dunia malam*”) juga ucapan dari Mantan perdana Menteri Malaysia Tun Abdullah Ahmad Badawi “*The time is now, the place is Malaysia. There is so much to explore, so much to experience.*” (“*Waktunya sekarang, tempatnya adalah Malaysia. Ada begitu banyak yang bisa dijelajahi, begitu banyak pengalaman.*”) (ISC, 2018). Dengan kata lain lewat nation branding ini Malaysia berusaha menyampaikan bahwa Malaysia dengan berbagai keanekaragaman dan obyek wisata didalamnya adalah satu kesatuan destinasi wisata.

*Malaysian Motorcycle Grand Prix* adalah event balap motor yang penyelenggaraannya dilakukan dengan kerjasama antara pemerintah Malaysia dengan Dorna selaku pemegang lisensi MotoGP, dimana penyelenggaraan event balap motor ini mengambil venue di Sirkuit Internasional Sepang. Sirkuit Sepang berada di wilayah Selangor, dan terletak sekitar 85 km di sebelah selatan kota Kuala Lumpur, dan dapat ditempuh dalam waktu 40 menit dengan angkutan terintegrasi, sedangkan jarak dari Kuala Lumpur International Airport (KLIA) adalah sekitar 12 km dari pintu gerbang airport yang dapat ditempuh dalam waktu 8-10 menit (Sepang, 2017). Sejarah dimulainya penyelenggaraan MotoGP di Malaysia tersebut diawali pada saat kejuaraan dunia balap motor tahun 1991 diselenggarakan di Sirkuit Shah Alam atau sering disebut juga Batu Tiga Speedway Circuit. *Malaysian Motorcycle Grand Prix* di sirkuit Shah Alam berlangsung dari tahun 1991 sampai 1997. Pada tahun 1998 penyelenggaraan *Malaysian Motorcycle Grand Prix* dipindahkan ke Sirkuit Johor yang berlokasi di Kota Pasir Gudang, Malaysia. Peresmian sirkuit ini sendiri dilakukan oleh Sultan Johor yaitu Sultan Iskandar. Penyelenggaraan *Malaysian Motorcycle Grand Prix* di sirkuit Johor ini hanya dapat dilakukan selama 1 kali penyelenggaraan saja, dikarenakan FIM (*Fédération Internationale de Motocyclisme*) menilai kondisi *track* pada Sirkuit Johor kurang layak untuk dipakai menyelenggarakan event balap motor sebesar MotoGP, setelah itu

penyelenggaraan *Malaysian Motorcycle Grand Prix* tersebut dipindahkan ke Sirkuit Sepang pada tahun 1999, sesaat setelah sirkuit tersebut diresmikan.

**Kedatangan Wisatawan dan Penerimaan dari Pariwisata di Malaysia, 1975-2004**

Tahun	Kedatangan Turis Internasional	Tingkat Pertumbuhan (%)	Penerimaan Pariwisata (Juta RM)	Tingkat Pertumbuhan (%)
1975	1.461.553	-	289.50	-
1980	2.067.020	-	618.9	-
1985	3.109.106	-	1543.1	-
1989	4.846.320	-	2802.7	-
1990	7.445.908	53.64	4500.0	60.56
1991	5.847.213	-21.47	4300.0	-4.44
1992	6.016.209	2.89	4595.4	6.87
1993	6.503.860	8.11	5065.8	10.24
1994	7.197.229	10.66	8298.3	63.81
1995	7.468.749	3.77	-9174.9	10.56
1996	7.138.452	-4.42	10354.1	12.85
1997	6.210.921	-12.99	9699.0	-6.33
1998	5.550.748	-10.63	8580.0	-11.54
1999	7.931.149	42.88	13450.0	56.76
2000	10.221.582	28.88	17335.4	28.89
2001	12.775.073	24.98	24221.5	39.72
2002	13.292.010	4.05	25781.1	6.44
2003	10.576.915	-20.43	21291.1	-17.42
2004	15.703.406	48.47	29651.4	-39.30

*tabel 1. Kedatangan wisatawan ke Malaysia 1974-2004*  
*Sumber: Salleh, Othman, & Ramachandran, 2007*

Penyelenggaraan MotoGP di Sirkuit Sepang yang dilakukan oleh Malaysia merupakan salah satu bentuk upaya Malaysia untuk mengoptimalkan sektor pariwisatanya sebagai penghasil devisa. Dengan diselenggarakannya MotoGP, Malaysia berharap dapat meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke negaranya sebagaimana keinginan Malaysia untuk menjadikan pariwisata menjadi komoditas potensialnya. Pada 1999 saat MotoGP mulai diadakan di Sirkuit Sepang angka kedatangan turis mancanegara di Malaysia mencapai 7.931.149 orang pengunjung, sedangkan pada 1998 angka kedatangan turis mancanegara di Malaysia hanya mencapai 5.550.748 orang.

Kejuaraan dunia MotoGP Malaysia merupakan event yang selalu ditunggu untuk para penontonnya karena sejak awal penyelenggaraannya di sirkuit Sepang sampai dengan sebelum tahun 2018 Malaysia merupakan satu-satunya negara di kawasan Asia Tenggara yang menjadi penyelenggara rutinnya. Letak sirkuit Sepang yang sangat mudah dijangkau dari bandara internasional juga sangat menguntungkan untuk fans acara olahraga otomotif di Asia Tenggara (Saraswati, 2018).

Event ini setiap tahunnya diselenggarakan pada sekitar akhir Oktober atau awal November. Penonton yang menyaksikan jalannya perlombaan MotoGP ini tidak hanya berasal dari Malaysia, akan tetapi juga negara-negara di kawasan Asia Tenggara termasuk Indonesia, selain itu penonton MotoGP di sirkuit Sepang ini juga berasal dari Australia, Singapura, Inggris, Spanyol, Austria, Filipina, dan Amerika Serikat (Pertiwi, 2012). Penonton terbanyak berasal dari Malaysia dengan jumlah 70% dari total penonton MotoGP di Sepang (Yusof, 2017). Sedangkan 30% sisanya adalah penonton mancanegara, dari jumlah 30% penonton yang berasal dari mancanegara, Indonesia sebagai negara tetangga Malaysia menyumbang penonton sejumlah 23,81% (Saraswati, 2018).

#### JUMLAH PENONTON MOTOGP SEPANG 2010-2017

GP	TAHUN	HARI KE 1	HARI KE 2	HARI KE 3	TOTAL
MALAYSIA SEPANG	2017	22.794	46.235	97.457	166.486
	2016	17.771	48.466	95.316	161.553
	2015	16.562	45.169	88.832	150.563
	2014	8.202	40.827	81.896	130.925
	2013	8.345	34.322	84.250	126.917
	2012	14.702	33.936	77.178	125.816
	2011	13.422	30.851	67.112	111.385
	2010	14.848	28.324	62.141	105.555

*tabel 2. Jumlah penonton MotoGP Sepang 2001-2017  
Sumber: gpone.com*

Dari data yang dimiliki, tercatat bahwa jumlah total penonton selama 3 hari penyelenggaraan MotoGP di sirkuit Sepang ini terus mengalami kenaikan sejak musim penyelenggaraan MotoGP 2010 yang mencatatkan total 105.555 penonton. Kenaikan jumlah penonton yang signifikan terjadi pada penyelenggaraan MotoGP tahun 2015, dimana pada tahun 2014 jumlah total penonton 130.925, namun pada 2015 mengalami lonjakan penonton dengan jumlah total penonton 150.563. Sedangkan pada 2017 tercatat sirkuit Sepang dikunjungi oleh 166.486 orang penonton MotoGP dalam kurun waktu 3 hari dengan rincian 22.794 penonton pada hari jum'at, 46.235 orang penonton pada hari sabtu, dan 97.457 orang



penonton pada hari Minggu (Huat, 2017). Harga tiket termahal pada event MotoGP ini dimiliki oleh tribun VVIP yang dijual seharga 1058,94 Euro, atau senilai 5026,62 ringgit, dan sekitar Rp. 17.600.000 jika dikonversi ke rupiah. Sedangkan harga tiket tribun biasa berkisar antara RM 44 hingga RM 330 tergantung letak tribun tersebut (Sepang Circuit, 2017).

Penyelenggaraan MotoGP di sirkuit Sepang adalah salah satu contoh penerapan diplomasi olahraga yang cukup sukses untuk mempromosikan negara Malaysia, karena dengan terselenggaranya MotoGP yang hanya membutuhkan waktu 3 hari dalam setahunnya, Malaysia telah berhasil mengundang puluhan ribu wisatawan mancanegara untuk mengunjungi negaranya. Sedangkan pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan ke Malaysia dalam satu tahunnya mencapai 25,9 juta orang, jumlah wisatawan dari penyelenggaraan MotoGP ini terlihat kecil jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan wisatawan yang mengunjungi Malaysia, namun jika dilihat dari waktu penyelenggaraan MotoGP yang cuma memakan waktu 3 hari maka jumlah tersebut adalah jumlah yang cukup signifikan.

Dalam kurun waktu 2010 sampai dengan 2014 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Malaysia cenderung mengalami kenaikan, namun pada 2015 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang cukup signifikan, hal ini dapat terjadi karena beberapa hal, yaitu peneraan pajak barang dan jasa sebesar 6 persen, krisis dunia, dan ketidakpastian situasi politik lokal di Malaysia (Thayaparan, 2016).

Tahun	Jumlah Kedatangan (Juta)	Jumlah Penerimaan (Juta RM)
2017	25,95	82,1
2016	26,76	82,1
2015	25,72	69,1
2014	27,44	72,0
2013	25,72	65,4
2012	25,03	60,6
2011	24,71	58,3
2010	24,58	56,5

tabel 3. Jumlah kedatangan wisatawan ke Malaysia tahun 2010-2017  
Sumber: [www.tourism.gov.my](http://www.tourism.gov.my)

Namun penurunan tersebut tidak terjadi pada jumlah penonton MotoGP di Sepang karena rata-rata penonton MotoGP di Sepang adalah penggemar fanatis olahraga ini. Kehadiran turis mancanegara ke Malaysia tentunya juga memiliki dampak ekonomi lain disamping hasil penjualan tiket MotoGP tersebut. Menurut CEO Sepang Dato Razlan Razali, “dalam tiga hari pelaksanaan MotoGP satu orang wisatawan akan membelanjakan uangnya sampai 7 ribu ringgit, itu dari belanja mereka, penerbangan, hotel, juga tiket nonton” (Diah, 2016). Antusiasme penonton yang sangat besar dan pengorganisasian penonton yang baik di sirkuit Sepang ini telah menjadikan Malaysia dengan Sirkuit Sepangnya mendapatkan penghargaan dari komisi Grand Prix sebagai *Best MotoGP* pada tahun 2012 dan 2017, hal ini adalah salah satu kelebihan dari penyelenggaraan MotoGP di Malaysia daripada di negara lain, karena bukan hanya sekali namun Malaysia telah 2 kali menerima penghargaan sebagai penyelenggara MotoGP terbaik.

Sebagai olahraga balap motor kelas tertinggi di dunia, MotoGP menjanjikan banyak manfaat kepada negara penyelenggaranya, selain dari bidang pariwisata, negara penyelenggara akan mendapat ruang promosi Internasional yang sangat besar karena MotoGP disiarkan secara langsung di 207 negara di seluruh dunia, dengan total penyiaran

selama 28.192 jam dalam setahun. Selain itu MotoGP terkoneksi dengan 427 juta jaringan televisi rumah via satelit, dan MotoGP juga bekerjasama dengan 8.934 media di seluruh dunia (Dorna, 2017). Setiap seri MotoGP menggunakan lebih dari 100 kamera, dengan jumlah kru 150 orang, mulai dari badan sepeda motor, paddock, sampai yang dibawa dengan helikopter, untuk memastikan peliputan (coverage) yang paling komprehensif dan konsisten (Sururi, 2016). Disamping itu, MotoGP juga mempunyai sosial media dan situs internet dengan jutaan pengunjung dan pelanggan yang juga berfungsi sebagai ruang publikasi bagi seluruh kegiatan yang ada dalam event MotoGP sepanjang tahun. Dengan seluruh jaringan televisi, media dan sosial media yang dimiliki oleh MotoGP, semua hasil kebudayaan tinggi, fasilitas modern, dan sirkuit yang megah yang ingin ditunjukkan oleh Malaysia kepada dunia Internasional akan lebih mudah dilakukan, sehingga Malaysia dapat menaikkan citranya di kawasan Asia khususnya Asia Tenggara, dan mengangkat harga diri Malaysia di dunia Internasional sebagai negara yang modern, maju, dan sejahtera.

Kejuaraan MotoGP adalah tingkat tertinggi dari kejuaraan balap motor yang penyelenggaraannya diliput oleh ribuan media, dan ditayangkan di ratusan negara. Dengan berbagai publikasi yang dilakukan seluruh media yang telah terhubung dengan MotoGP, Malaysia dapat mengambil keuntungan untuk selalu menampilkan kemajuan dan modernisasi yang telah dicapai Malaysia sebagai tuan rumah, sehingga akan meningkatkan prestise Malaysia di mata internasional. Penyelenggaraan MotoGP di sirkuit Sepang selalu mengalami kenaikan jumlah penonton sejak 2010-2017, hal ini tentunya akan berbanding lurus dengan industri-industri pariwisata lain yang berhubungan didalamnya termasuk hotel, konsumsi dan destinasi pariwisata lain yang masuk dalam paket wisata yang sering disediakan oleh biro wisata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Iqbal, U. 2016. *Sejarah Perkembangan Ekonomi Semenanjung Tanah Melayu dan Sifat Ekonomi Masyarakat Melayu Era Pra-Kolonial*. BookRix.

### **Jurnal**

Mosbah, A. 2014. A Review of Tourism Development in Malaysia. *European Journal of Business and Management*, 7.

Salleh, N., Othman, R., & Ramachandran, S. 2007. Malaysia's Tourism Demand from Selected. *Int. Journal of Economics and Management*, 3.

### **Internet**

de Carli, G. *SEPANG*. 8 May 2007,. <http://www.gdecarli.it/>:  
<http://www.gdecarli.it/php/index.php?var1=1&var2=2> diakses 20 September 2018.

de Carli, G.. *SHAH ALAM, BATU TIGA*. 21 januari 2008 <http://www.gdecarli.it/>:  
<http://www.gdecarli.it/php/circuit.php?var1=646&var2=2>. diakses 20 September 2018.

Dorna. *MotoGP*. 2017. <https://www.dorna.com/motogp/>. diakses 20 September 2018.

ISC. (2018). Applying our Philosophy of innovation Succesfully.  
<https://www.isci.agency/case-study-malaysia-truly-asia>. diakses 20 September 2018.

Pertiwi, N. *Turis Indonesia Minati Wisata ke Sirkuit Sepang*. 21 September 2012.  
<https://travel.kompas.com/read/2012/09/21/15084283/Turis.Indonesia.Minati.Wisata.ke.Sirku.it.Sepang> diakses 20 September 2018.

Sawe, B. *Ethnic Groups Of Malaysia*. 7 June 2018.  
<https://www.worldatlas.com/articles/ethnic-groups-of-malaysia.html> diakses 20 September 2018.

Saraswati, S. *Sepang membidik rekor penonton MotoGP Malaysia*. 27 Juli 2018.  
<https://id.motorsport.com/motogp/news/sepang-membidik-rekor-penonton-motogp-malaysia/3148530/> diakses 20 September 2018.

Sepang. *History*. 2017. <https://www.sepangcircuit.com/about/history> diakses 20 September 2018.

Sepang Circuit. *Official Ticket Price*. 2017. Diambil kembali dari [www.sepangcircuit.com](http://www.sepangcircuit.com):  
<https://www.sepangcircuit.com/ticketing/2018-shell-malaysia-motorcycle-grand-prix-offici/2018-shell-malaysia-motorcycle-grand-prix-official> diakses 20 September 2018.

Shamsul, A. 2012. *Wawasan 2020: Negara Teguh, Bangsa Terus Dibina*. *Conference: Seminar Wawasan 2020: Transformasi Malaysia* Putrajaya: MAJLIS PROFESOR NEGARA.

Sururi, A. *Berapa Ongkos Menggelar MotoGP, dan Apa Manfaatnya?* 26 Februari 2016.  
<https://sport.detik.com/moto-gp/d-3133098/berapa-ongkos-menggelar-motogp-dan-apa-manfaatnya> diakses 20 September 2018.

Thayaparan, S. 2016. Tourist arrivals drop by two million in 2015, says Nazri. *Malaysiakini.com*: <https://www.malaysiakini.com/news/335964>. diakses 20 September 2018.

Yusof, Z. *Numbers show MotoGP's popularity in Malaysia*. 02 september 2017.  
<https://www.tnp.sg/lifestyle/biker-boy/numbers-show-motogps-popularity-malaysia> diakses  
20 September 2018.