

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, salah satu industri yaitu pariwisata, tumbuh dengan kecepatan yang cukup pesat. Pariwisata bukan lagi sekedar hiburan bagi mereka yang bosan, tetapi telah menjadi kebutuhan bagi semua manusia. Pariwisata memiliki potensi untuk menjadi kelompok industri terbesar di dunia (The World's Largest Industry). Oleh karena itu, pariwisata juga memainkan peran strategis yang semakin penting dalam pendapatan nasional, devisa, dan penciptaan lapangan kerja di masa depan.

Mengacu pada temuan Studi Bank Dunia, yang menekankan pentingnya peran sektor pariwisata untuk pembangunan berkelanjutan, mendorong pertumbuhan PDB, meningkatkan intensitas perdagangan internasional, meningkatkan investasi global, serta berperan dalam mengangkat negara-negara berpenghasilan rendah. Menjadikan pariwisata sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi Indonesia sebenarnya merupakan pilihan kebijakan strategis yang tepat (Sugiarto, 2019).

Sport tourism merupakan salah satu jenis wisata yang banyak diminati. *Sport tourism* menggabungkan wisata dengan kegiatan olahraga. Tujuannya untuk mempromosikan destinasi wisata dengan melakukan berbagai kegiatan olahraga. Dengan kekayaan alam dan budayanya, Indonesia, menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu ikon wisata olahraga dunia. Wisata olahraga menjadi semakin populer dan diminati oleh masyarakat umum. Alhasil, sport tourism di Indonesia berpotensi untuk terus berkembang (Goers, 2021).

Sport tourism meliputi segala bentuk keikutsertaan seseorang dalam kegiatan olahraga oleh seseorang, baik aktif maupun pasif, baik sebagai peserta atau penyelenggara kegiatan dengan tujuan non-komersial yang memerlukan perjalanan dari rumah atau tempat kerja seseorang (Jiménez-García et al., 2020). Aktivitas *sport tourism* tidak hanya dapat dilakukan di rumah, tetapi

juga saat mengunjungi berbagai destinasi wisata. Tren olahraga sekaligus berwisata inilah yang memunculkan istilah *sport tourism*. Munculnya minat pada *sport tourism* berasal dari keinginan yang berkembang untuk emosi dan kesan yang kuat, serta peningkatan waktu luang dan pendapatan (Mokras-Grabowska, 2020).

Popularitas wisata olahraga merupakan awal yang baik bagi pariwisata Indonesia. Alasannya, *sport tourism* merupakan wisata yang berkembang pesat dengan pasar yang cukup besar karena banyaknya wisatawan asing yang tertarik dengan kegiatan olahraga di Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memperkirakan nilai ekonomi *sport tourism* di Indonesia pada 2024 akan menembus Rp 18,79 triliun (Baskoro, 2022).

Kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam menarik kunjungan wisata. Suatu produk wisata dikatakan baik jika wisatawan benar-benar merasa puas dari saat mereka tiba hingga mereka pergi. Jumlah kunjungan wisatawan berulang (*repeater*), yang mencerminkan kepuasan wisatawan, merupakan indikator kualitas produk (kepuasan wisatawan) yang baik (Widyanti, 2017). Menciptakan kepuasan wisatawan sangat penting. Hal ini dilakukan untuk menjaga agar wisatawan kembali ke destinasi pariwisata dan untuk menjamin keberlangsungan destinasi pariwisata itu sendiri (Sitohang, 2020).

Kepuasan pelanggan menurut Sangadji dalam jurnal (Ismail & Yusuf, 2021) adalah perasaan kecewa dan bahagia bagi setiap individu dalam perumpamaan antara kesan yang diberikan oleh konsumen tentang tingkat kinerja produk dan jasa yang nyata dengan kinerja yang sesuai dengan harapan. Menurut Irawan dalam (Ismail & Yusuf, 2021), indikator kepuasan pelanggan meliputi: 1) Konsumen merasa senang, 2) Pelanggan akan terus membeli produk atau jasa, 3) Membuat rekomendasi produk kepada orang lain. 4) Pemenuhan harapan konsumen.

Seorang pengunjung dikatakan puas jika apa yang diharapkannya sesuai dengan pengalaman yang dirasakannya, dan sebaliknya jika pengalaman yang dirasakan kurang dari yang diharapkannya maka pengunjung tersebut dikatakan tidak puas. Ketika ada ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja,

pengunjung mungkin menjadi tidak puas (Widyanti, 2017). Oleh karena lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, setiap penyelenggara *event* harus mampu memuaskan pengunjung. Kepuasan pengunjung tercipta ketika penyelenggara dapat memenuhi keinginan dan harapan pengunjung.

Kualitas pelayanan dan harga menjadi beberapa faktor utama penentu kepuasan pengunjung yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Hasil penelitian (Riyanto, 2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan cukup kuat dengan kepuasan pelanggan. Menurut Arianto dalam (Ginting, 2021), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta pemenuhan harapan pelanggan tepat waktu. Garvin dan Gregory Chandra dalam jurnal (Lestari, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana seseorang menilainya, sehingga diberikan pelayanan yang paling memuaskan bagi orang tersebut.

Selain kualitas pelayanan, harga juga memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut persepsi pelanggan, harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang tinggi (Gunadi, 2018). Harga, menurut Kotler dalam (Amanah, 2021) adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Dengan kata lain, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memiliki atau memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga merupakan penilaian konsumen tentang besarnya pengorbanan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh dari produk dan jasa.

Menurut Prihatin et al., (2021) kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung; Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung acara, berarti semakin baik kualitas layanan yang diterima dan harga yang ditetapkan oleh panitia event. Jika pengunjung merasa puas, maka pengunjung akan kembali datang ke event tersebut dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang pada akhirnya menguntungkan pihak penyelenggara. Pengunjung termasuk relasi yang harus dijaga hubungan baiknya demi berjalannya suatu acara dengan cara memberikan pelayanan sebaik mungkin dan secara konsisten menjaga kepercayaan pengunjung.

Hard sport event dan *soft sport event* adalah dua jenis *event* olahraga yang paling umum saat ini. *Hard sport event* merupakan kegiatan kompetisi resmi yang sering masuk dalam agenda kompetisi seperti Sea Games, World Cup, Asian Games, dan sebagainya, sedangkan *soft sport event* adalah suatu kegiatan olahraga pariwisata yang berkaitan dengan trend atau gaya hidup suatu negara atau daerah, dimana tidak hanya atlet, tetapi masyarakat umum dapat ikutserta dalam pertandingan misalnya lari, bersepeda, selancar, arung jeram, hiking atau bahkan olahraga sejenis (Subroto, 2021).

Indonesia memiliki *sport event* turnamen rutin tahunan, Indonesia *Open*, yang diadakan tahun ini pada tanggal 14-19 Juni 2022 di Istora Senayan, Jakarta. Ini adalah turnamen bulu tangkis super1000 kelas dunia yang diselenggarakan oleh Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia (PBSI) dan Federasi Bulu Tangkis Dunia (BWF). Acara ini menampilkan pemain bulu tangkis kelas dunia. Turnamen bulutangkis ini berlangsung selama enam hari, dimulai dari babak R32 dan diakhiri dengan babak final.

Tahun ini, *event* Indonesia Open disponsori oleh perusahaan *East Ventures* dan dikelola oleh *event organizer* Ismaya Live. Indonesia Open diselenggarakan pertama kali pada tahun 1982. Event ini juga telah diadakan di delapan kota lain selain Jakarta (Badminton, 2014). Indonesia Open 2022 dihadiri penonton dengan jumlah sekitar 70% dari total kapasitas Istora Senayan. Kapasitas Istora setelah direnovasi pada 2018 untuk Asian Games adalah 7.166 penonton. Dengan kata lain, *event* Indonesia Open tahun ini dihadiri sekitar 5.016 pengunjung (CNN Indonesia, 2022).

Tabel 1. Kegiatan Event Indonesia Open

Kota/Kabupaten	Tahun
Jakarta	1982–1988, 1993, 1995, 1998, 2000–2001, 2004–2019, 2022
Pontianak	1989
Samarinda	1990
Bandung	1991
Semarang	1992

Yogyakarta	1994
Medan	1996
Surakarta	1997
Denpasar	1999
Surabaya	2002
Batam	2003
Kabupaten Badung	2021

Sumber: PBSI, 2022

Pembelian tiket Indonesia *Open* 2022 dimulai pada dua minggu sebelum event dilaksanakan. Tiket dijual secara daring melalui laman resmi PBSI dan juga platform online. Selain menjual tiket secara daring, penyelenggara juga memberikan kuota sebanyak 10% untuk pengunjung yang ingin membeli tiket langsung di venue. Kuota tiket yang dijual disesuaikan dengan kapasitas *venue* dan juga peraturan pemerintah menyangkut penanggulangan pandemi Covid-19 yakni 70% saja. Tiket turnamen *East Ventures Indonesia Open* 2022 terjual habis hanya 16 jam setelah mulai dijual. Setelah absen selama dua tahun akibat pandemi Covid-19, para penggemar bulu tangkis Indonesia sangat antusias menyaksikan perhelatan level BWF World Tour Super 1000 ini.

Federasi bulutangkis Indonesia (PBSI) merilis harga tiket dengan berbagai kategori. Tiket kategori regular untuk babak 32 besar hingga final dijual dengan harga Rp.100.000 hingga Rp.900.000, sedangkan tiket kategori VIP untuk babak 32 besar hingga final dijual dengan harga Rp.225.000 hingga Rp.1.500.000. Dengan tersedianya berbagai jenis dan harga kategori tiket, berbeda pula pelayanan yang didapat oleh setiap pengunjung. Pengunjung dengan tiket VIP tentu saja mendapatkan pelayanan yang lebih dibandingkan pengunjung dengan tiket reguler. Hal tersebut sepadan karena harga tiket yang dibayarkan oleh pengunjung VIP lebih besar dibanding harga tiket pengunjung reguler.

Peningkatan kepuasan pengunjung event Indonesia Open dilakukan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan juga penetapan harga yang sesuai. Penyelenggara mempertimbangkan bagaimana event ini dapat

memberikan kepuasan pengunjung setelah menyaksikan pertandingan agar dapat berkembang dalam persaingan event olahraga internasional dan setiap kali event diselenggarakan selalu ditunggu-tunggu oleh pengunjung untuk menyaksikan pertandingan tersebut. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG EVENT INDONESIA OPEN 2022”** dengan variable X1 yaitu kualitas pelayanan, variable X2 yaitu harga, dan variable Y yaitu kepuasan pengunjung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dipaparkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung *event* Indonesia *Open* 2022.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

a. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap proses pembelajaran dan penerapan pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan harga, yang mempengaruhi kepuasan pengunjung pada *event* Indonesia Open 2022.

b. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan utama dalam mengembangkan strategi dan rencana yang efektif, terutama yang berkaitan dengan layanan dan harga.

c. Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi, ide, dan informasi yang bermanfaat tentang kualitas layanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan pengunjung pada *event* Indonesia Open 2022.

d. Bagi Peneliti Lain

Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk menghasilkan ide-ide baru untuk penelitian masa depan, serta bahan pertimbangan oleh organisasi atau lembaga lain.

