

BAB I

PENDAHULUAN

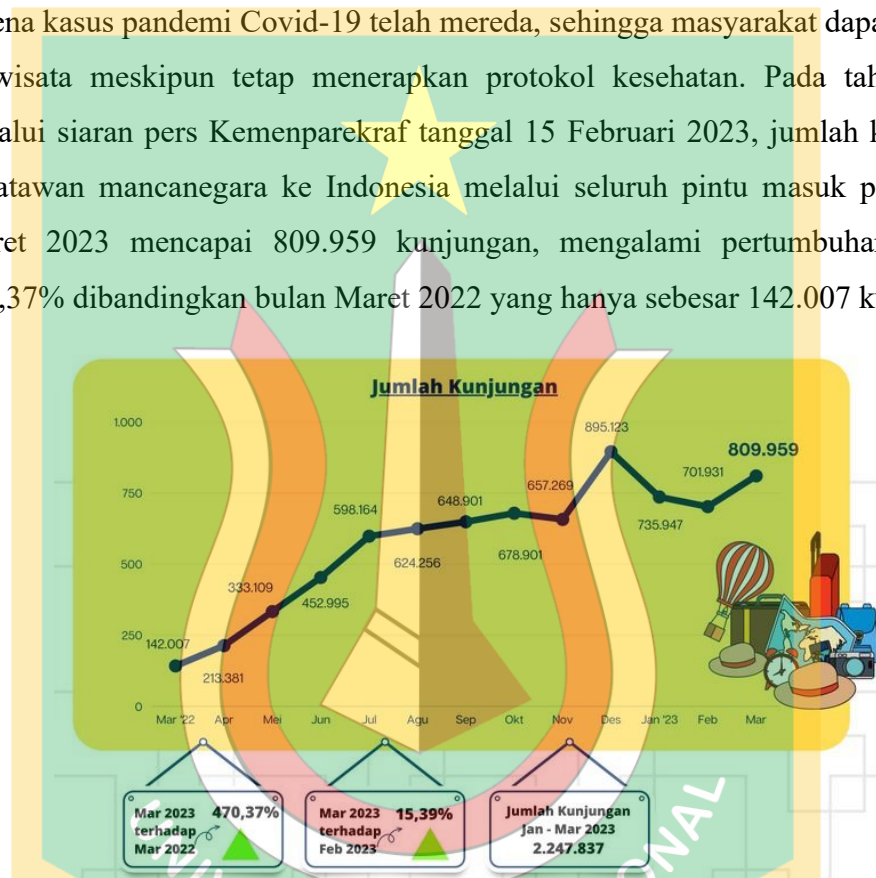
A. Latar Belakang

Pariwisata Indonesia merupakan negara yang mempunyai banyak keberagaman dan kekayaan. Keanekaragaman tersebut bukan hanya sumber daya alam nya saja namun sumber daya manusia nya juga. Sehingga Indonesia memiliki pemasukan yang cukup besar untuk meningkatkan perekonomian negaranya. Sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia salah satunya adalah sektor Pariwisata. Indonesia mempunyai potensi wisata yang sangat besar. Hal ini terlihat dari terus maju dan pesatnya perkembangan industri pariwisata Indonesia. Pariwisata menurut UU No. 10 tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih kawasan eksekutif yang di dalamnya terdapat daya tarik khas wisata, fasilitas wisata, kemudahan akses, serta masyarakat semuanya pasti berkaitan dan melengkapi, sehingga terwujudnya kepariwisataan. Bahkan, pesatnya perkembangan pariwisata semakin terlihat dari banyaknya prestasi yang diraih Indonesia Telah diakui dunia (Ababil, M. R., Sugiarti, Y., & Fithry, A. 2023). Definisi pariwisata berkembang dengan kesamaan motivasi, yakni rasa ingin tahu dan keinginan untuk mengalami langsung daya tarik destinasi wisata. Pembangunan pariwisata juga berpengaruh signifikan terhadap sektor ekonomi lainnya, mengingat potensi besar yang dimilikinya dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah (Pradini et al., 2024).

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang menjadi bagian penting dalam pengembangan sektor pariwisata di negara ini. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 jumlah pulau di Indonesia mencapai 17.001 pulau. Beberapa pulau besar yang ada di Indonesia adalah Pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Timor, dan Papua. Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia juga menciptakan keindahan alam yang menjadi daya tarik sebagai destinasi wisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap

perekonomian Indonesia. Pada tahun 2022, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mencatat pendapatan devisa dari sektor pariwisata.

Nilai pendapatan pariwisata Indonesia pada tahun 2022 mencapai US\$ 4,26 miliar, meningkat hingga 769,39% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu tahun 2020 yang hanya sebesar US\$ 0,49 miliar (Widi, 2022). Peningkatan ini terjadi karena kasus pandemi Covid-19 telah mereda, sehingga masyarakat dapat kembali berwisata meskipun tetap menerapkan protokol kesehatan. Pada tahun 2023, melalui siaran pers Kemenparekraf tanggal 15 Februari 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk pada bulan Maret 2023 mencapai 809.959 kunjungan, mengalami pertumbuhan sebesar 470,37% dibandingkan bulan Maret 2022 yang hanya sebesar 142.007 kunjungan.



Gambar 1. 1 Statistik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Maret 2022-Maret 2023

Menteri Parekraf Sandiaga Salahudin Uno menargetkan 8,5 juta wisatawan pada tahun 2023. Sebelumnya, tahun 2023 Kemenparekraf menargetkan 7,4 juta wisatawan pada Januari 2023. Kemudian target ditambah 1,1 juta kunjungan menjadi 8,5 juta kunjungan. Penambahan target ini setelah melihat evaluasi kunjungan wisatawan mancanegara. (Dewi, N. A. 2023).

Pariwisata merupakan bagian dari aktivitas seseorang yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, bersantai, serta melakukan kegiatan yang bernilai, yang dapat

memberikan dampak positif bagi pengguna secara fisik maupun mental. Periklanan dengan menggunakan teknologi internet yang dikenal sebagai E-Tourism merupakan salah satu cara untuk mempromosikan pariwisata dengan memberikan kemudahan akses informasi kapan saja dan di mana saja. Konsep E-Tourism diimplementasikan untuk pengembangan teknologi informasi di industri pariwisata, yang sangat berguna untuk memperkenalkan dan mempercepat proses wisata. Kedua konsep tersebut berusaha menjelaskan fenomena yang sama tetapi dengan pendekatan yang berbeda. (Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. 2022).

Pengah pengusaha merupakan faktor terpenting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, dimana pengusaha berperan dalam melakukan inovasi dan kreativitas. Untuk mencapai kesejahteraan ekonomi, diperlukan setidaknya 2% dari jumlah penduduk yang menjadi pengusaha (Wibowo:2011). Tumbuhnya jumlah pengusaha akan mendorong peningkatan perekonomian yang signifikan, sehingga semakin banyak pengusaha di suatu negara, semakin baik pula kondisi perekonomiannya. (Nurul,I. N:2015).

Kewirausahaan adalah isu penting dalam perekonomian sebuah bangsa yang sedang berkembang. Kemajuan atau penurunan kondisi ekonomi suatu negara sangat bergantung pada keberadaan dan peran para wirausaha (Rachbini: 2002). Menurut Peter Drucker (1993), setiap perubahan dalam ekonomi pada akhirnya berasal dari orang yang mendorong perubahan tersebut, yaitu seorang “entrepreneur”.

Banyak perusahaan yang sedang berkembang dan inovatif memiliki semangat entrepreneur. Perusahaan-perusahaan berusaha mendorong para manajernya agar memiliki semangat entrepreneur, universitas-universitas sedang memperkenalkan program-program tentang wirausaha, dan para entrepreneur individu mampu mengubah masyarakat secara dramatis. Keberhasilan pembangunan Jepang didukung oleh jumlah entrepreneur yang sedikit, sekitar 2%, serta wirausaha kecil yang mencapai 20% dari jumlah penduduk. Inilah alasan utama keberhasilan pembangunan di Jepang (Heidjrachman Ranu, 1982). Jumlah

entrepreneur di Indonesia masih sedikit dan kualitasnya belum terlalu baik untuk mendukung perekonomian, sehingga masalah wirausaha menjadi isu penting bagi keberhasilan pembangunan ekonomi di Indonesia. (Nugraha, R. N. 2023).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi alasan atau motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata. Daya tarik ini bisa berupa keindahan alam, keunikan budaya, sejarah, kuliner, kegiatan, maupun buatan manusia yang mampu memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Tanpa adanya daya tarik, sebuah tempat tidak akan dianggap sebagai destinasi wisata, karena tidak ada sesuatu yang membuat orang ingin datang. (Riani, N. K. 2021).

Sebuah destinasi wisata yang ingin tetap bertahan dan diminati oleh pengunjung harus memiliki konsep strategi pengembangan serta perencanaan yang matang sebelum melakukan pembangunan dan mulai beroperasi sebagai destinasi wisata. Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan berkembang paling cepat di dunia. Industri ini sangat berbeda dengan industri lainnya, seperti industri pakaian atau industri pertanian. Keberhasilan sebuah tempat wisata dalam mencapai kepuasan pengunjung sangat bergantung pada tiga aspek utama, yaitu atraksi (attraction), aksesibilitas (accessibility), dan fasilitas (amenities). Produk pariwisata sendiri merupakan kombinasi dari ketiga komponen tersebut. (Ridla, M., & Darmawan, R. N. 2021).

Perkembangan wisata yang ramah muslim terus meningkat seiring dengan semakin banyaknya masyarakat muslim yang mengadopsi gaya hidup halal. Kesadaran tentang halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi telah berkembang ke berbagai bidang seperti keuangan, kedokteran, mode, media, rekreasi, dan pariwisata. Wisata halal sebagai fenomena baru dalam sektor pariwisata terus berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim di berbagai belahan dunia. Wisatawan muslim cenderung mempertimbangkan aspek halal, yaitu sesuatu yang diizinkan menurut ajaran Islam, ketika memilih tujuan wisata serta tempat penginapan mereka. Hal ini disebabkan oleh karena wisatawan muslim memandu keputusan mereka

berdasarkan Al-Quran dan Hadits bahkan saat melakukan perjalanan. Wisata muslim friendly, atau wisata halal, adalah penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Istilah-istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan konsep ini antara lain wisata sipil, wisata syariah, wisata halal, wisata religi, dan wisata islami. Sebagai konsep yang baru dalam industri pariwisata, masih banyak pengusaha serta pelaku sektor pariwisata yang belum memahami secara baik tentang wisata halal. (Darmawan, D., Riya, R., & Parantika, A. 2023).

Wisata halal tidak hanya melibatkan ketersediaan makanan halal, tetapi lebih dari itu, mencakup keberadaan akomodasi, komunikasi, lingkungan, serta layanan yang mendukung dan ramah bagi umat Muslim. (Parantika, A. 2023).

Atraksi wisata mencakup berbagai faktor yang membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung ke suatu kawasan. Atraksi ini dapat berasal dari sumber daya alam yang memiliki ciri khas fisik dan keindahan alamnya sendiri, salah satunya adalah kegiatan atau event yang diselenggarakan. Fasilitas pendukung atau amenitas merupakan sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di destinasi wisata, seperti penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, pusat perbelanjaan, serta layanan lainnya seperti bank dan rumah sakit. Kemudahan aksesibilitas merujuk pada kemampuan untuk mencapai tujuan wisata dengan nyaman, aman, dan dalam waktu yang tidak terlalu lama. (Riwukore, J. R., & Yustini, T. 2021).

Event adalah suatu kegiatan yang dirancang secara terorganisir, berlangsung dalam kurun waktu tertentu, dan memiliki tujuan tertentu, seperti hiburan, edukasi, promosi, perayaan, keagamaan, olahraga, atau budaya. Dalam konteks kepariwisataan, *event* memiliki nilai strategis karena mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta memperkuat identitas dan citra suatu daerah. Melalui event, masyarakat lokal memiliki kesempatan untuk menunjukkan kekayaan budayanya, memasarkan produk unggulan, serta menjalin interaksi langsung dengan wisatawan. (Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. 2023).

Penyelenggaraan event tidak hanya memerlukan kreativitas, tetapi juga manajemen yang matang, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Keberhasilan sebuah event ditentukan oleh banyak faktor, seperti relevansi tema, partisipasi masyarakat, kualitas pertunjukan, dukungan sponsor, serta promosi yang efektif. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya, event sering kali melibatkan berbagai pihak, baik dari pemerintah, swasta, komunitas, maupun pelaku usaha kreatif. event juga menjadi media penting dalam mengedukasi masyarakat, membentuk solidaritas sosial, serta menjadi wadah inovasi di berbagai bidang. (Hamidi, A. 2023).

Event Olahraga biliar telah berkembang menjadi salah satu cabang olahraga global yang memiliki jutaan penggemar dari berbagai negara. Tidak hanya dikenal sebagai hiburan, biliar juga telah diakui sebagai olahraga profesional yang menuntut keahlian tinggi, konsentrasi tajam, serta sportivitas sejati. Turnamen internasional biliar seperti **World Pool Championship** atau **World Snooker Championship** menjadi bukti bahwa biliar memiliki tempat tersendiri dalam arena olahraga dunia. Melihat perkembangan positif ini dan antusiasme komunitas global terhadap olahraga biliar, **International Billiard Federation (IBF)** berinisiatif menyelenggarakan **World International Billiard Championship 2025**. Acara ini bertujuan menjadi ajang kompetisi tertinggi untuk para atlet profesional dan amatir terpilih dari seluruh dunia, sekaligus menjadi sarana promosi biliar sebagai olahraga prestasi yang diselenggarakan di pusat kegiatan internasional, Dubai, turnamen ini akan menggabungkan kompetisi kelas dunia, pertunjukan hiburan, pelatihan untuk atlet muda, serta forum kerja sama federasi biliar dunia. (Louisa, G., & Amalia, D. 2025).

Sport tourism merupakan kombinasi antara kegiatan wisata dan aktivitas olahraga, baik dalam bentuk partisipasi langsung maupun sebagai penonton dalam suatu event olahraga. Sport tourism memiliki potensi ekonomi yang luar biasa. Berbagai negara di dunia telah mengembangkan sport tourism sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperluas pangsa pasar wisata, serta mendorong pembangunan infrastruktur dan promosi destinasi secara

global. Event-event olahraga besar berskala internasional seperti Olimpiade, Piala Dunia FIFA, dan Tour de France terbukti mampu mendatangkan jutaan wisatawan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan daerah secara signifikan. (Priyono, B., & Jariono, G. 2025).

World Culture and Innovation Summit 2025 dirancang sebagai platform global untuk mempertemukan para pemimpin, pelaku budaya, inovator muda, komunitas kreatif, serta akademisi dari seluruh dunia. Acara ini akan menjadi titik temu antara budaya tradisional dan teknologi modern, mendorong dialog antar budaya, serta membangun solusi kolaboratif untuk tantangan global. Olahraga biliar telah berkembang menjadi salah satu cabang olahraga global yang memiliki jutaan penggemar dari berbagai negara. Tidak hanya dikenal sebagai hiburan, biliar juga telah diakui sebagai olahraga profesional yang menuntut keahlian tinggi, konsentrasi tajam, serta sportivitas sejati. Turnamen internasional biliar seperti **World Pool Championship** atau **World Snooker Championship** menjadi bukti bahwa biliar memiliki tempat tersendiri dalam arena olahraga dunia. (Pambudi, T., & Nurhidayah, D. 2025).

Billiard adalah salah satu yang memiliki daya tarik tersendiri karena menggabungkan unsur keterampilan, konsentrasi tinggi, strategi, dan keindahan dalam pergerakan. Meski sering dianggap sebagai olahraga rekreasi, biliar sejatinya adalah olahraga kompetitif yang telah memiliki sistem kejuaraan bertaraf nasional maupun internasional dengan jutaan penggemar di berbagai belahan dunia. Permainan billiard dan dijadikan konten di kanal youtube-nya seperti artis kondang Raffi Ahmad, Baim Wong, Anji, Billy Syahputra dan lain-lain. Sebuah laporan dari Lembaga riset berbasis di Amerika dan Inggris, menyebutkan penjualan peralatan billiard dan snooker diprediksi meningkat sekitar USD 63 juta atau hampir Rp 1 triliun pada tahun 2021–2023. Laporan yang sama menyebutkan, Kawasan Asia Pasifik sendiri, menyumbangkan porsi yang cukup signifikan, yaitu sebesar 32.5% dari total kenaikan dunia. (Deny, S. N. 2025).

Billiard terus berkembang dan mengalami kemajuan di berbagai bidang, sehingga memudahkan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia, yang pada

akhirnya menyebabkan tingkat ketergantungan terhadap permainan ini semakin meningkat. Perkembangan ini dipengaruhi oleh semakin kompleksnya rutinitas kegiatan sehari-hari. Akibatnya, muncul rasa kejenuhan dan kondisi yang membosankan dalam menjalani kegiatan tersebut. Melihat situasi ini, manusia membutuhkan waktu luang untuk menikmati berbagai hobi serta mendapatkan hiburan guna menyegarkan pikiran dan tubuh, serta merasa lebih rileks dan nyaman. Oleh karena itu, banyak orang mencari tempat-tempat yang menyenangkan dan menghibur untuk menghilangkan rutinitas pekerjaan yang seringkali menimbulkan rasa bosan. Gaya hidup anak muda saat ini cenderung menyukai cara mengisi waktu luang yang bisa mengurangi stres selama menjalani aktivitas sehari-hari. Fenomena ini juga terlihat pada gaya hidup anak muda di wilayah Ungaran, sehingga jumlah tempat hiburan di Kota Ungaran semakin banyak, seperti café atau tempat-tempat berkumpul lainnya seperti area permainan billiard. Permainan billiard menjadi salah satu pilihan yang digemari oleh banyak anak muda untuk mengisi waktu luang sambil melakukan olahraga. (Wicahyani, S., & Septanto, A. N. 2025).

**Tabel 1.1 Daftar Pengunjung Jogja Billiard Depok
Bulan April – Juni 2024**

NO	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	April	8.250
2	Mei	6.750
3	Juni	7.500
Total		22.500

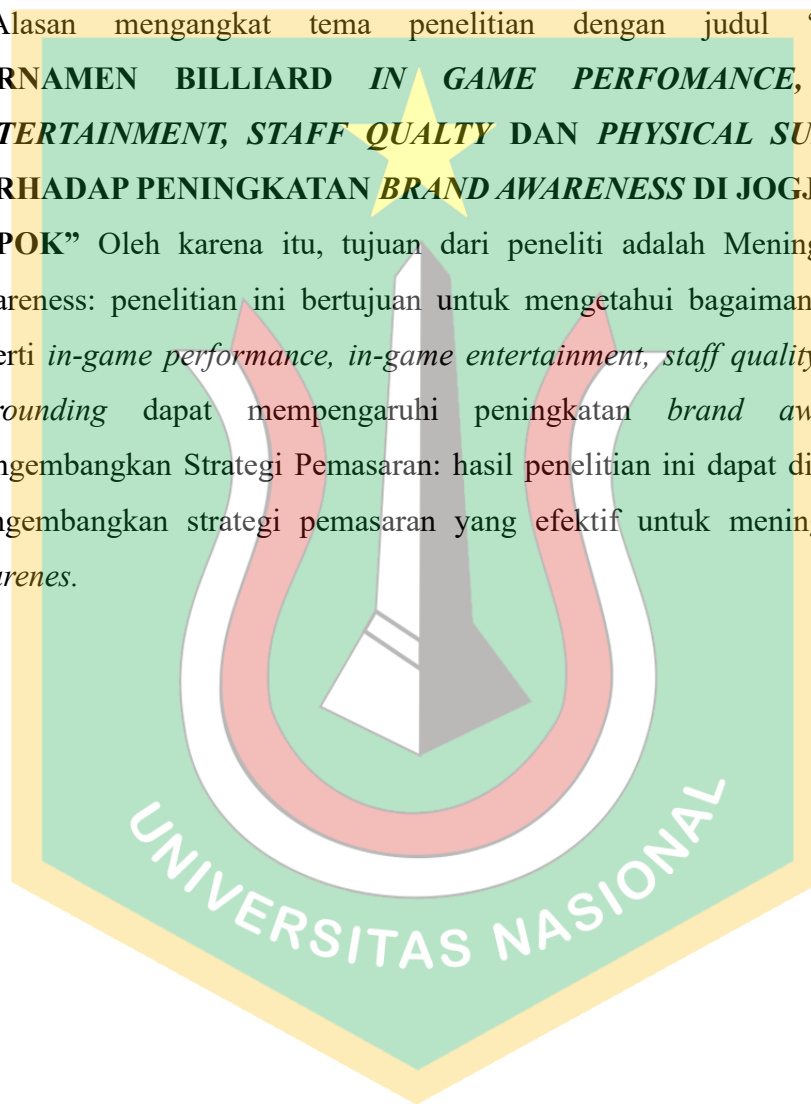
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel data diatas, dapat dilihat pengunjung yang datang bermain di Jogja Billiard Depok di bulan April lebih banyak dari pada bulan Mei dan Juni. Terdapat banyak jumlah Pengunjung dikarenakan beberapa event yang sedang berlangsung di Jogja Billiard.

Brand awareness merujuk pada kemampuan konsumen untuk mengenali, mengingat, dan menghubungkan suatu merek dengan jenis produk atau layanan tertentu. Di dunia pemasaran saat ini, *brand awareness* menjadi komponen penting karena merek yang memiliki tingkat kesadaran yang baik cenderung lebih dihargai,

lebih sering dipilih, serta lebih mudah untuk dikenalkan kepada masyarakat dibandingkan merek yang belum dikenal. Meningkatkan kesadaran merek merupakan langkah awal dalam membangun hubungan loyalitas dengan pelanggan, membentuk citra yang kuat, serta memperkuat posisi kompetitif dalam pasar yang semakin ketat. (Arianty, N., & Andira, A. 2021).

Alasan mengangkat tema penelitian dengan judul “**PENGARUH TURNAMEN BILLIARD IN GAME PERFORMANCE, IN GAME ENTERTAINMENT, STAFF QUALITY DAN PHYSICAL SURROUNDING TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS DI JOGJA BILLIARD DEPOK**” Oleh karena itu, tujuan dari peneliti adalah Meningkatkan Brand Awareness: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti *in-game performance*, *in-game entertainment*, *staff quality*, dan *physical surrounding* dapat mempengaruhi peningkatan *brand awareness* atau Mengembangkan Strategi Pemasaran: hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah *in game performance* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *brand awareness* di Jogja Billiard Depok?
2. Apakah *in game entertainment* memiliki pengaruh terhadap peningkatan brand awareness di Jogja Billiard Depok?
3. Apakah *staff quality* berpengaruh terhadap peningkatan *brand awareness* di Jogja Billiard Depok?
4. Apakah *physical surrounding* turnamen billiard berpengaruh terhadap peningkatan *brand awareness* di Jogja Billiard Depok?
5. Apakah *in game performance*(X1), *in game entertainment*(X2), *staff quality*(X3), dan *physical surrounding*(X4) berpengaruh terhadap *brand awareness* di Jogja Billiard Depok?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *in game performance* terhadap *brand awareness* di Jogja Billiard Depok.
2. Mengetahui pengaruh *in game entertainment* terhadap *brand awareness* di Jogja Billiard Depok.
3. Mengetahui pengaruh *staff quality* terhadap *brand awareness* di Jogja Billiard Depok.
4. Mengetahui pengaruh *physical surrounding* terhadap *brand awareness* di Jogja Billiard Depok.
5. Mengetahui pengaruh *in game performance*(X1), *in game entertainment*(X2), *staff quality*(X3), dan *physical surrounding*(X4) terhadap peningkatan *brand awareness* di Jogja Billiard Depok.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik, khususnya dalam bidang pemasaran event (*event marketing*) dan manajemen merek (*brand management*), dengan fokus pada konteks olahraga rekreasi seperti turnamen billiard. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi referensi ilmiah bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji hubungan antara elemen pengalaman event dengan persepsi merek.

2. Manfaat Praktis

Bagi pihak manajemen Jogja Billiard, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis dalam merancang dan menyelenggarakan event turnamen billiard yang tidak hanya menarik dari sisi partisipasi, tetapi juga efektif dalam meningkatkan kesadaran merek di benak konsumen. Bagi pelaku usaha *event organizer* atau bisnis hiburan lainnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen penting yang memengaruhi *brand awareness* melalui *event experience*.

3. Manfaat Bagi Industri

Penelitian ini dapat membantu meningkatkan standar industri billiard dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *brand awareness*.

4. Manfaat Sosial

Penelitian ini dapat membantu Meningkatkan minat masyarakat terhadap olahraga billiard melalui event yang berkualitas dan menarik.

5. Manfaat bagi Pengembangan Strategi Pemasaran

Penelitian ini dapat Membantu manajemen memahami aspek apa saja yang paling berpengaruh dalam meningkatkan *brand awareness* sehingga strategi pemasaran bisa lebih tepat sasaran Dan Memberikan panduan dalam mengalokasikan anggaran dan sumber daya untuk aspek event yang memiliki dampak terbesar.