

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan kegiatan olahraga di negara maju menunjukkan perkembangan yang signifikan dan memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang. Dengan total pendapatan mencapai \$ 1.338 triliun di tahun 2017 (Plunkett research, 2018). Kegiatan olahraga memiliki jenis yang sangat beragam dan bertumbuh secara konstan dari tahun ke tahun. Beberapa *economist* dan *sociologist* menyatakan dengan beberapa penyesuaian kegiatan olahraga akan menjadi salah satu dari empat industri besar di masa depan.

Dalam pertandingan olahraga profesional bertanding di kandang merupakan faktor penting bagi tim tuan rumah dalam menentukan hasil akhir pertandingan (Pollard, 2008). Beberapa keuntungan yang didapat oleh tuan rumah adalah mendapat dukungan suporter lokal. Dukungan suporter lokal dapat menstimulasi energi dan upaya tim serta juga dapat mengintimidasi tim tamu. Kelelahan dalam perjalanan yang minimal, dengan bermain di kandang tim akan lebih sedikit melakukan perjalanan dan meminimalisir kelelahan sebelum bertanding. Lapangan yang lebih familiar, bermain di kandang juga akan membuat tim tuan rumah bermain di lapangan yang familiar yang dapat membantu tim tuan rumah menerapkan taktik yang sesuai. Pada kompetisi sepakbola di Indonesia 70% pertandingan kandang dimenangkan oleh tim tuan rumah (Pollard, 2014).

Menurut peraturan PSSI (Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia) yang mengatur kompetisi sepakbola di Indonesia, setiap klub sepakbola yang

berkompetisi di Indonesia wajib mendaftarkan satu buah stadion sesuai dengan domisili asal klub tersebut sebagai stadion kandang untuk menyelenggarakan pertandingan.

Stadion kandang yang digunakan oleh tim sepakbola profesional bukan hanya merupakan bangunan terbuka tetapi mungkin merupakan simbol paling abadi tim tuan rumah (Charleston, 2009). Karena stadion merupakan bangunan yang terkait dengan kesukaan banyak orang, kenangan dan menjadi monumen bagi suporter tim tuan rumah. Setiap stadion sepakbola yang digunakan untuk menyelenggarakan pertandingan harus mengikuti aturan baku yang telah disetujui oleh FIFA (*The federation international of football asociation*) sebagai otoritas yang mengatur sepakbola profesional.

Untuk bisa menjadi klub sepakbola profesional, klub diwajibkan memiliki *Club licensing regulation* (LCR) yang dibuat oleh FIFA (*The federation international of football asociation*) yang merupakan induk olahraga sepakbola seluruh dunia. Dalam penyelenggaraan kompetisi sepakbola profesional, stadion merupakan salah satu syarat dasar yang wajib dilengkapi oleh klub sepakbola untuk dapat mengikuti kompetisi nasional maupun internasional. Dalam artikel di LCR, stadion olahraga sepakbola merupakan infrastruktur yang diwajibkan dimiliki atau dikuasai oleh klub sepakbola yang terdaftar di FIFA dan dilengkapi dengan kelengkapan yang baik untuk mengakomodasi penonton dan juga media. Dengan infrastruktur yang memadai diharapkan para penonton akan lebih tertarik untuk mengunjungi stadion yang aman, mudah diakses, dan menjanjikan

pengalaman menonton pertandingan sepakbola yang menghibur. Dalam artikel 7.3 LCR FIFA menyatakan bahwa “setiap klub sepakbola sebagai pemilik atau penguasa stadion dan masyarakat lokal harus membuat stadion menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi, aman, nyaman, mudah diakses kendaraan dan transportasi publik, memiliki tempat duduk yang nyaman dengan pandangan yang jelas ke lapangan, toilet yang higienis dan mencukupi jumlahnya untuk pria dan wanita, serta memiliki instalasi audio visual dan lapangan yang baik”.

Calzada (2013:83) berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi penonton untuk datang ke stadion untuk melihat pertandingan adalah kondisi finansial orang tersebut (harga tiket), fasilitas stadion, siaran televisi dan seberapa penting pertandingan tersebut. Performa klub sepakbola juga akan mempengaruhi kehadiran dan antusiasme penonton. Stadion yang selalu penuh dengan penonton akan memberikan keuntungan seperti peluang menang yang lebih tinggi karena pemain termotivasi. Faktor-faktor yang mendorong penonton untuk datang ke stadion tersebut akan memunculkan atmosfer yang berbeda antara satu stadion dengan stadion yang lain.

Atmosfer pada penelitian ini dapat didefinisikan sebagai penilaian para penonton yang dikaitkan dengan kombinasi stimulus fisik dan stimulus non-fisik pada pertandingan kandang di stadion olahraga. Stimulus fisik yang dimaksud adalah faktor stadion tempat diselenggarakan pertandingan itu sendiri, termasuk pada fasilitas stadion olahraga seperti tempat duduk yang nyaman dengan pandangan yang jelas ke lapangan, toilet yang higienis dan mencukupi jumlahnya untuk pria dan wanita, memiliki instalasi audio visual dan lapangan yang baik. Stimulus non-fisik diartikan sebagai hal hal lain di luar dari fasilitas stadion

olahraga, seperti *match competitiveness*, rivalitas antar tim yang bertanding, harga tiket dan dukungan suporter. Atmosfer stadion dapat terbentuk dari stimulus fisik dan non-fisik yang diciptakan oleh penyelenggara pertandingan, penonton ataupun pertandingan itu sendiri (Koegnistorfer, Groeppel-Klein, dan Kunkel, 2010). Stimulus fisik dapat didefinisikan sebagai sarana komunikasi secara visual yang dapat mempengaruhi respon dari individu. Stimulus fisik (faktor fisik) yang terlibat dalam pembentukan atmosfer di stadion termasuk kebersihan toilet, tata letak tempat duduk penonton, (misal apakah penonton memiliki pandangan yang jelas untuk melihat pertandingan), dan tata suara serta tata cahaya dari stadion tersebut (Hightower, Brady dan Baker 2002). Penelitian yang dilakukan oleh Hightower *et al.* (2002). menyatakan bahwa stimulus fisik penting sebagai penentu persepsi konsumen, Stimulus fisik adalah sarana untuk mengumpulkan informasi yang masuk melalui panca indera dan informasi tersebut akan mempengaruhi dan melengkapi kegiatan menonton pertandingan sepakbola dan memberikan *feedback* pada pertandingan sepakbola. Sedangkan stimulus non-fisik (faktor non-fisik) dapat diartikan sebagai dorongan untuk membentuk persepsi penonton melalui lingkungan yang diciptakan. Stimulus non-fisik yang dapat mempengaruhi Atmosfer Stadion antara lain adalah bagaimana kemampuan penyelenggara pertandingan melakukan standar operasional prosedur di stadion ketika pertandingan, seperti apakah mereka dapat membuat nyaman penonton yang hadir di stadion dan dapat membuat penonton bersuara untuk menciptakan keramaian di stadion. Stimulus non-fisik lain yang dapat mempengaruhi Atmosfer Stadion dapat juga diciptakan oleh penonton yang merangkap sebagai suporter itu sendiri, seperti apakah suporter bisa menciptakan keramaian di

stadion ketika tim sepakbolanya bermain bagus atau mencetak gol serta menyanyikan yel-yel untuk mendukung tim sepakbola tersebut sehingga keramaian tersebut dapat menstimulasi upaya tim untuk menang dan mengintimidasi tim tamu sehingga semangat bertanding tim tamu menjadi berkurang (Theysohn, Hinz, Nosworthy dan Kirchner, 2009). Stimulus non-fisik lain adalah penjadwalan pertandingan, dimana jadwal pertandingan pada hari kerja atau akhir pekan akan mempengaruhi keramaian di stadion pada saat pertandingan. Stimulus non-fisik lain adalah rivalitas antara tim. Rivalitas antar tim didefinisikan sebagai hubungan persaingan yang berfluktuasi antar dua tim, pemain atau penggemar akibat kompetisi yang ketat, dan insiden yang terjadi di dalam maupun luar lapangan (Cody T.Havard, 2013). Stimulus non-fisik terakhir adalah *match competitiveness* atau kemampuan berkompetisi tim sepakbola tersebut yang dapat dilihat dari hasil pertandingan sebelumnya, jumlah kemenangan, peringkat di klasemen dan jumlah piala yang didapat (contoh: Setiap tim sepakbola yang mengikuti kompetisi akan bersaing dengan tim lain untuk mendapatkan gelar juara, tetapi apabila tim tersebut mendapat hasil yang buruk di beberapa pertandingan terakhir atau hanya mempunyai peluang kecil untuk menjadi juara maka *match competitiveness* tim tersebut akan rendah dan akan mempengaruhi jumlah penonton yang akan hadir di stadion). Penelitian yang dilakukan oleh Yoshida dan James (2010) menunjukkan bahwa beberapa aspek dari Atmosfer Stadion (stimulus fisik dan non fisik) dapat mempengaruhi kepuasan dari penonton dan keinginan untuk datang kembali di masa depan dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk datang menyaksikan pertandingan di stadion (*behavioral intention*).

Faktor-faktor tersebut merupakan fungsi formatif yang menciptakan atmosfer di stadion tempat menyelenggarakan pertandingan kandang klub sepakbola. Atmosfer stadion pada pertandingan kandang yang bersifat positif akan mempengaruhi kepuasan penonton dan mempengaruhi penonton untuk hadir kembali menyaksikan pertandingan di stadion kandang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk menyaksikan pertandingan di stadion kandang tim sepakbola tersebut.

Penelitian yang dilakukan Chen *et al.* (2013) menemukan pengaruh positif antara Atmosfer Stadion dengan keinginan penonton untuk menyaksikan kembali pertandingan olahraga. Sedangkan Uhric dan Benkeisten (2010) berpendapat bahwa Atmosfer Stadion dapat mempengaruhi *short-term behavior* (Pola perilaku konsumen yang terjadi dalam jangka pendek) dari penonton, dan juga *long-term behavior* (Pola perilaku konsumen yang terjadi dalam jangka panjang). Perbedaan antara *short term behavior* dan *long term behavior* adalah *short-term behavior* merupakan perilaku pembelian yang bersifat transaksional yang mungkin tidak akan terulang atau tidak rutin (Contoh: pembelian tiket pertandingan tunggal, konsumsi makanan dan minuman di stadion dan pembelian *merchandise*), sedangkan *long-term behavior* merupakan kecenderungan perilaku penonton untuk melakukan pembelian kembali dengan tingkat konsistensi yang tinggi (contoh: rasa memiliki terhadap tim, pembelian tiket terusan dan *upgrade* tiket). Pada penelitian ini niat perilaku yang akan diteliti adalah *long-term behavior* dikarenakan loyalitas yang merupakan salah satu objek penelitian ini merupakan hasil dari pembentukan *long-term behavior*. Penelitian dilakukan secara spesifik terhadap keinginan untuk datang kembali untuk melihat pertandingan kandang di

stadion (*Intend to attend*) dan juga keinginan untuk merekomendasikan (*intend to recommend*).

Penelitian ini akan difokuskan pada pertandingan sepakbola Persebaya Surabaya yang diselenggarakan di Stadion Gelora Bung Tomo, Surabaya pada putaran pertama kompetisi Liga 1 Indonesia 2019 sebanyak 9 pertandingan. Dalam pertandingan-pertandingan tersebut, penonton yang hadir ke Stadion dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu penonton biasa dan suporter.

Penelitian ini akan mengklasifikasikan penonton menjadi dua jenis yaitu: suporter dan non suporter. Anung Handoko (2008:14) mengklasifikasikan penonton yang hadir di stadion untuk menyaksikan pertandingan sepakbola menjadi dua, yaitu: penonton yang hanya ingin menikmati pertandingan sepakbola dan suporter yang mendukung tim sepakbola dengan bergerak, bersuara dan berkreasi. Giulianotti (2002) mendefinisikan suporter sebagai kumpulan orang yang menganggap bahwa mendukung klub sepakbola tertentu sebagai kewajiban dan menggunakan tubuh mereka sebagai alat utama untuk mengkomunikasikan solidaritas mereka terhadap klub (contoh: menggunakan atribut klub sepakbola ketika pertandingan, menggunakan tangan, lengan dan tubuh yang bergerak bersamaan sebagai bagian dari berbagai nyanyian dukungan untuk klub). Sedangkan penonton biasa menurut Giulianotti (2002) adalah mereka yang datang ke stadion untuk menonton pertandingan sepakbola sebagai hiburan semata, mereka hanya akan duduk manis di tribun dan menikmati jalannya pertandingan.

Suporter klub Persebaya Surabaya atau disebut dengan Bonek merupakan penonton setia yang selalu hadir di pertandingan kandang Persebaya Surabaya.

Bonek merupakan kumpulan individu yang memiliki kesamaan identitas dan tujuan yaitu untuk mendukung klub Persebaya Surabaya dan menganggap bahwa mendukung Persebaya Surabaya adalah sebuah kewajiban. Berbeda dengan penonton biasa yang hanya ingin melihat pertandingan sepakbola, suporter memiliki *sense of belonging* yang tinggi yang dihasilkan dari kecintaan (*fandom*) terhadap tim sepakbola tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian W. Jensen *et al.*, 2016. Berdasarkan uraian diatas judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh atmotsfer stadion terhadap kepuasan dan loyalitas penonton pada pertandingan kandang Persebaya Surabaya di stadion Gelora Bung Tomo Surabaya yang dimoderasi oleh klasifikasi penonton”**

## **1.2. Kesenjangan Penelitian**

Kesenjangan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya perbedaan variabel digunakan dan juga temuan hasil variabel moderasi yang selanjutnya dibuktikan dalam penelitian ini.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah atmotsfer stadion Gelora Bung Tomo pada pertandingan kandang Persebaya berpengaruh positif terhadap kepuasan penonton.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan penonton berpengaruh positif terhadap loyalitas penonton dalam bentuk niat merekomendasikan dan niat untuk menonton kembali.



3. Untuk mengetahui apakah klasifikasi penonton dapat memoderasi hubungan antara atmosfer stadion dan kepuasan penonton.
4. Untuk mengetahui apakah klasifikasi penonton dapat memoderasi hubungan antara kepuasan penonton dan loyalitas penonton.

#### **1.4. Ringkasan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausal karena bermaksud untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

#### **1.5. Ringkasan Hasil Penelitian**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Atmosfer stadion berpengaruh positif terhadap kepuasan penonton dan kepuasan penonton berpengaruh positif terhadap loyalitas penonton. Penelitian ini juga membuktikan bahwa klasifikasi penonton tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan antara atmosfer stadion dan kepuasan penonton serta hubungan antara kepuasan penonton dan klasifikasi penonton.

#### **1.6. Kontribusi Riset**

1. Manfaat bagi pihak akademisi:

Dapat memberikan pemikiran dan sumbangsih baru untuk penelitian masa mendatang yang terkait dengan *atmosfer* dalam rumpun ilmu pemasaran, sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut pada penelitian yang akan datang.

2. Manfaat bagi Perusahaan:

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan secara ilmiah bagaimana atmosfer stadion pada pertandingan sepakbola dapat berpengaruh pada kepuasan penonton dan

keinginan penonton tersebut untuk merekomendasikan stadion tersebut secara positif serta datang kembali ke stadion tersebut di masa yang akan datang.

### **1.7 Uji Robustness**

Untuk menguji hasil validitas penelitian, peneliti menggunakan perbandingan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh antar variabel yang sama terhadap hasil penelitian yang dihasilkan dalam penelitian ini

### **1.8 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian, penelitian sebelumnya, hubungan antar variabel, hipotesis, dan model konseptual yang digunakan dalam penelitian.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini serta meliputi pembahasan dari pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data yang dibutuhkan dan digunakan, prosedur pengumpulan data, dan tahapan penelitian.

#### **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai subjek dan objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis data, serta pembahasan dari hasil penelitian.

**BAB V : Simpulan dan Saran**

Bab ini membahas kesimpulan dan seluruh hasil akhir dari analisis penelitian serta saran – saran penulis bagi pihak yang berkepentingan.