

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri pariwisata di dunia semakin berkembang setiap tahunnya dengan meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata di dalam maupun diluar dari negara asalnya dengan tujuan dan lama perjalanan yang berbeda-beda. Industri pariwisata dapat mendorong perekonomian di dunia dengan tingkat perjalanan wisatawan yang semakin tinggi dan adanya *multiplier effect* (mendatangkan pengaruh terhadap sektor lain) dapat mempengaruhi kesejahteraan di daya tarik wisata dalam suatu negara. Setiap negara mulai meningkatkan sektor pariwisata dengan menyediakan daya tarik wisata yang berbeda dengan negara lainnya. Disamping sebuah kesuksesan tersebut terdapat beberapa masalah yang biasanya dihadapi dalam bisnis atau usaha pariwisata, salah satunya adalah keputusan pembelian atau keputusan berkunjung partisipan olahraga mengenai produk dan jasa dalam dunia pariwisata, khususnya wisata olahraga.

Perilaku partisipan tersebut masuk ke dalam proses keputusan berolahraga, dimana seorang partisipan memilih suatu objek wisata untuk dikunjungi khususnya dalam wisata olahraga. Pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata dirasa lebih kompleks dibandingkan dengan keputusan untuk membeli barang-barang. Dalam hal ini proses psikologis dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana partisipan benar-benar membuat keputusan (Weed&Bull, 2004, hlm. 30). Keputusan berolahraga tersebut juga dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Blakey, 2011, hlm. 50).

Menurut laporan pada tahun 2008 oleh Pamela Wicker, dalam jurnal *Micro and Macro Level determinants of sport participations*, sekitar 60% partisipan yang memutuskan datang ke Jerman berdasarkan pada keputusan berolahraga yang dibagi menjadi dua level, yaitu *micro level dan macro levels*. Menurut Don Fuller, tingkat penurunan keputusan berolahraga partisipan yang mengunjungi

East Coasts, Australia naik menjadi 5%, hal tersebut dikarenakan 2 faktor, yaitu lokasi dan perilaku partisipan lokal terhadap partisipan yang datang. Hal tersebut terjadi karena pada saat melakukan promosi, pihak perusahaan kurang menjelaskan produk yang ditawarkan kepada partisipan secara jelas, karena faktor itulah tingkat keputusan berolahraga di Easts Coast Australia naik menjadi 5%. Informasi dan cara promosi mengenai produk sangat berpengaruh terhadap keputusan berolahraga partisipan di Australia.

Tingkat antusias masyarakat Indonesia dalam melakukan kegiatan olahraga masih sangat rendah, terlihat dari hasil statistik keolahragaan tahun 2010 menjelaskan terjadi peningkatan partisipasi olahraga hanya terjadi dari tahun 2000 sebesar 22,6 persen menuju tahun 2003 menjadi sebesar 25,4 persen. Sementara itu, dalam kurun waktu 2003, 2006, dan 2009 partisipasi penduduk dalam melakukan olahraga terus menurun, yaitu dari 25,4 persen pada tahun 2003, turun menjadi 23,2 persen pada tahun 2006, dan terakhir turun menjadi 21,8 persen pada tahun 2009. Hal tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia masih kurang menyadari akan pentingnya hidup sehat. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa partisipasi masyarakat Indonesia dalam kegiatan olahraga secara umum masih sangat rendah.

Dari fenomena di atas menunjukkan keputusan berolahraga atau untuk memutuskan berolahraga dan berpartisipasi dalam kegiatan olahraga masih kurang diminati oleh masyarakat umum sehingga pihak yang terkait dalam industri pariwisata khususnya pariwisata olahraga untuk mencari solusi guna meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berolahraga. Sehingga pengelola yang bergerak di industri pariwisata harus memahami keinginan dan kebutuhan dari masyarakat.

Terdapat berbagai jenis wisata olahraga yang ditawarkan oleh setiap negara dengan keunikannya masing-masing untuk menarik wisatawan, salah satunya melalui *sport events*, *rafting*, *hiking*, *scuba diving*. Dari berbagai macam jenis wisata olahraga yang paling berdampak besar dalam pemasukan devisa negara adalah melalui *sport events*, dengan menghadapi tren global dan isu-isu kepariwisataan saat ini *sport event* atau acara olahraga adalah kategori *event* yang telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, pentingnya

olahraga dan *event* olahraga untuk daya saing pariwisata juga diakui oleh *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) 2012 di *South Africa International Summit* tentang pariwisata yang menyatakan “Olahraga dan *Mega-Events*, yang pada saat beberapa tujuan wisata tradisional menderita dari efek resesi atau penurunan, wisata olahraga diatur untuk terus tumbuh.”

Tidak hanya negara-negara besar di dunia yang menyelenggarakan *Big sport event* atau *event* olahraga yang berskala internasional. Negara-negara lainnya juga ikut serta menyelenggarakan *sport event* salah satunya Indonesia memiliki sejumlah *event sport tourism* internasional yang tidak kalah menariknya dengan negara lain, antara lain Tour de Singkarak, Tour de Ijen, Bintan Triatlon, Jakarta Marathon, Asia Pacific Hash, World Rafting Championship, International Musi Triboatton, Tour de Timor yang kesemuanya dapat meningkatkan devisa dan kunjungan wisata mancanegara ke Indonesia. Semakin banyaknya *sport event* di Indonesia itu merupakan termasuk kedalam strategi *event marketing* yang dilaksanakan oleh kementerian pariwisata Indonesia dalam memperkenalkan “Wonderful Indonesia” di mata dunia. Indonesia juga mendapat kesempatan menjadi tuan rumah dalam ajang MotoGP 2017 dan Asian Games 2018 mendatang.

Berbagai *sport event* dari beberapa cabang olahraga yang ada, Indonesia merupakan salah satu yang sering mengadakan *running event*, seperti Jakarta Marathon, Ijen Trial Running, Tahura Trail Running Race, Goat Run Trail Running Series, Pocari Sweat Run Indonesia. Setiap *running event* di Indonesia memiliki daya tarik tersendiri dengan tujuan untuk menarik banyak partisipan yang berpartisipasi dengan berbagai macam hadiah yang menarik pula bagi para pemenang, sekaligus juga untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara. Selain Kota Jakarta, terdapat kota-kota besar lain di Indonesia yang juga berkontribusi dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Indonesia baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu kota besar yang terkenal di Indonesia adalah Kota Bandung, ibu kota dari Provinsi Jawa Barat ini tidak kalah menariknya dengan Kota Jakarta. Kota Bandung memiliki atraksi wisata yang menarik mulai dari atraksi wisata alam, atraksi wisata belanja,

atraksi wisata kuliner, hingga atraksi wisata olahraga, dan wisata kreatif. Salah satu atraksi wisata yang tengah gencar dipublikasikan adalah wisata olahraga.

Kota Bandung juga menjadi pusat aktivitas dari berbagai komunitas serta menjadi tempat berlangsungnya festival besar. *Event* internasional yang baru saja diselenggarakan di Bandung adalah Konferensi Asia Afrika 2015 yang berpeluang sangat besar bagi wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia khususnya ke Kota Bandung. Tidak hanya itu, kepala Disbudpar Kota Bandung, H. Herlan Joerliawan Soemardi, SP, M.Si menyampaikan cara untuk menonjolkan potensi dari kegiatan-kegiatan pariwisata yang dimiliki Kota Bandung dan sekaligus memperkenalkan Kota Bandung kepada wisatawan domestik maupun internasional, Disbudpar Kota Bandung sudah menyiapkan “*Calendar of Event 2016*”, antara lain Asian African Carnival, Festival Of Nations, Indonesia Hijab Fest, Kampoeng Jazz, Milangkala Bandung Festival, Festival Film Bandung, Bandung Food Festival, dan *event* besar lainnya. (www.beritabandung.com, 2016). *Event-event* tersebut termasuk ke dalam beberapa kategori yang meliputi *event* musik, kuliner, budaya, dan lainnya.

Kategori *event* olahraga juga berkontribusi dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Salah satunya seperti *event* IBL, Indonesia Open X-sports Championship (IOXC), Tahura Trail Running Race, pertandingan sepak bola PERSIB, dan *event-event* cabang olahraga lainnya. *Event* yang hampir setiap bulannya diselenggarakan di Kota Bandung yaitu dari cabang olahraga lari. Berikut pada Tabel 1.1 menjelaskan beberapa *running event* yang diselenggarakan di Kota Bandung.

TABEL 1.1
RUNNING EVENT DI KOTA BANDUNG

Nama	Kategori	Lokasi
SUNRISE TO SUNSET ULTRA	56K	Bandung, Jawa Barat Indonesia
BPJS KETENAGAKERJAAN FUN RUN BANDUNG	5K	Bandung, Jawa Barat Indonesia
AMANDA GLOW RUN 7K	7K	Bandung, Jawa Barat Indonesia
COME & RUN TAHURA	10K, Trail Running	Bandung, Jawa Barat Indonesia
RUNTASTIC 7K	7K	Bandung, Jawa Barat

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Indonesia		
PESTA RAKYAT TV ONE BANDUNG	5K	Bandung, Indonesia
TAHURA DJUANDA TRAIL RUNNING RACE	10K, 17K, 6K, Half-Marathon, Marathon	Bandung, Jawa Barat Indonesia
GANESHA RUNIVERSITY	5K	Bandung, Jawa Barat Indonesia
BANDUNG GREAT RUN	10K	Bandung, Jawa Barat Indonesia
PACARUN	10K, 5K	Bandung, Jawa Barat Indonesia

Sumber: dunialari.com, 2016

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 *running event* yang berada di Kota Bandung, dan itu merupakan beberapa yang mewakili dari banyaknya *running event* lainnya yang berada di Kota Bandung. *Running event* biasanya selalu dinantikan oleh para partisipan yang dimana partisipan tersebut selalu berpartisipasi dalam kegiatan *running event* khususnya para pecinta olahraga lari yang tergabung dalam komunitas lari di Indonesia dan Kota Bandung atau bagi para atlet lari dan mantan atlet lari. Terbukti dari kesuksesan terselenggarakannya kegiatan *running event* yang terselenggara di Kota Bandung.

Salah satu *big running event* yang diselenggarakan tahunan di Kota Bandung adalah Tahura Trail Running Race. Sebuah kegiatan *running event* tahunan yang diselenggarakan oleh Indonesia Biking Adventure Running Division ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2013, dengan tema kegiatan “Satu Pelari Satu Pohon” bertujuan mengajak pecinta olahraga lari lintas alam untuk berkontribusi menjaga lingkungan alam dengan menanam pohon. Tahura Trail Running Race adalah kompetisi lari lintas alam dimana lokasi atau medan yang menjadi tempat berlangsungnya kompetisi adalah alam terbuka dengan kontur jalan yang tidak rata serta memiliki rintangan alam yang menantang. Trek yang akan dilewati adalah jalan umum berupa aspal, jalan berbatu, jalan tanah atau lumpur, kampung dan paving blok. Selain kontur jalan yang tidak rata baik menanjak dan menurun, kompetisi ini diselenggarakan di alam terbuka dengan perubahan cuaca yang harus diantisipasi oleh setiap peserta seperti dingin, hujan dan panas. Trail running menuntut para peserta untuk memiliki semangat serta stamina yang tinggi agar dapat melewati setiap tantangan yang terdapat di dalam

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

medan kompetisi. Berikut tingkat keputusan berolahraga partisipan Tahura Trail Running Race tahun 2013 sampai tahun 2016 ditunjukkan pada Tabel 1.2.

TABEL 1.2
JUMLAH PARTISIPAN TAHURA TRAIL RUNNING RACE
TAHUN 2013-2016

Kategori	Tahun			
	2013	2014	2015	2016
Family (6K)	11	15	86	40
Short Course (10K)	178	429	413	450
Long Course (17K)		380	253	219
Half Marathon Trail (21K)	-		315	471
Marathon Trail (42K)		-	-	203
Total	189	824	1.067	1.383

Sumber: Indoensia Biking Adventure, 2016

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat setiap tahunnya mengalami peningkatan pada jumlah total partisipan Tahura Trail Running Race, pada tahun 2014 terjadi peningkatan yang cukup tinggi yaitu jumlah partisipan sebesar 824 orang dibandingkan tahun sebelumnya 2013 yang hanya berjumlah 189 orang. Walaupun terjadi peningkatan setiap tahunnya, jika dilihat dari jumlah partisipan di setiap kategori, terdapat beberapa kategori yang mengalami penurunan di setiap tahunnya, yaitu pada kategori *family* (6K) dan long course (17K). Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya masalah yang harus dibenahi oleh panitia Tahura Trail Running Race untuk memperhatikan motivasi olahraga dari partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat untuk berpartisipasi dalam sebuah *running event*.

Tahura Trail Running Race 2016 diselenggarakan pada tanggal 17 Januari 2016 yang merupakan tahun ke empat kegiatan ini diselenggarakan di Taman Hutan Raya Djuanda, Kota Bandung. Terdapat beberapa kategori perlombaan dalam Tahura Trail Running Race 2016, yang dimana pada tahun 2016 terdapat penambahan satu kategori yaitu Marathon Trail 42 km (Putra/Putri Umum < 39th dan Master > 40th), sedangkan kategori lainnya masih sama seperti tahun sebelumnya, yaitu Half Marathon Trail 21km (Putra/Putri Umum < 39th dan Master > 40th), Long Course 17km (Putra/Putri Umum < 39th dan Master > 40th), Short Course 10km (Putra/Putri Umum < 39th dan Master > 40th), dan Kelas

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Family terdiri dari 3 anggota keluarga: Bapak/Ibu/Anak. *Running Event* tersebut juga mengadakan Trial Running Expo dan acara hiburan lainnya.

Pemilihan Tahura Trail Running Race 2016 sebagai tujuan partisipan berpartisipasi dalam kegiatan lari tahunan ini yang merupakan sebuah proses keputusan berolahraga yang dilakukan oleh partisipan Jawa Barat, luar Jawa Barat maupun mancanegara. Sehingga dalam prosesnya partisipan dihadapkan dalam berbagai pilihan kebutuhan untuk berolahraga atau berwisata yang dipengaruhi faktor-faktor yang relevan. Sehingga proses penyampaian informasi mengenai produk dan jasa yang akan ditawarkan harus jelas sehingga penyelenggara Tahura Trail Running Race 2016 ini dapat mempengaruhi proses keputusan berolahraga dengan strategi pemasaran yang dilakukan. Informasi yang lengkap dan jelas seperti rute perlombaan, peta dan info akomodasi sekitar tempat acara diselenggarakan, peraturan perlombaan, jadwal kegiatan, biaya dan pendaftaran, dan barang yang akan didapatkan (*race pack*). Informasi-informasi yang lengkap dan jelas tersebut dapat sangat berpengaruh dalam sebuah keputusan berolahraga partisipan untuk berpartisipasi, tidak sedikit pula partisipan mancanegara juga ikut meramaikan *running event* tersebut setiap tahunnya. Hal tersebut juga dapat dilihat dari jumlah partisipan dari Luar Jawa Barat yang lebih banyak dibandingkan dari Jawa Barat dimana lokasi Tahura Trail Running Race diselenggarakan yaitu di Kota Bandung, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.3.

TABEL 1.3
JUMLAH PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT TAHURA TRAIL RUNNING RACE 2016

Regional	Jumlah Partisipan
JAWA BARAT	482
LUAR JAWA BARAT	877
MANCANEGARA	24

Sumber: Indoensia Biking Adventure, 2016

Tabel 1.3 menunjukkan partisipan Tahura Trail Running Race 2016 dari luar Jawa Barat berjumlah 877 partisipan yang dimana lebih mendominasi dibandingkan tuan rumahnya yaitu Jawa Barat yang hanya ikut berpartisipasi sebanyak 482 partisipan. Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya masalah yang harus dibenahi oleh panitia penyelenggara dalam memperhatikan keputusan berolahraga bagi partisipan dari tempat diselenggarakan Tahura Trail Running

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Race yaitu Jawa Barat sehingga akan melebihi atau sebanding dengan jumlah partisipan dari Luar Jawa Barat untuk ikut berpartisipasi.

Permasalahan lainnya juga terdapat dalam rendahnya keputusan berolahraga khususnya dalam menurunnya jumlah partisipan di kategori *family* (6K) dan *long course* (17K) ini harus segera diatasi dengan cara adanya pemahaman sebuah kebutuhan dan keinginan dari para partisipan, pihak penyelenggara harus benar-benar mengetahui motivasi dari partisipan khususnya bagi partisipan Bandung maupun luar Bandung atau mancanegara untuk berpartisipasi dalam sebuah *running event* agar terciptanya sebuah kepuasan dan meningkatkan minat partisipan untuk berpartisipasi dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak penyelenggara yaitu menggunakan strategi *internet marketing* yang berupa website, media sosial seperti facebook untuk memudahkan para calon partisipan maupun partisipan mendapatkan informasi yang jelas mengenai *event* tersebut. Selain itu pihak penyelenggara juga bekerja sama dengan para komunitas-komunitas lari dan portal website lari di Indonesia maupun di dunia, lalu memiliki banyak sponsor yang ikut serta mempromosikan *running event* tersebut. Penyelenggara juga mengadakan sebuah Loyalty Discount 10% bagi peserta Tahura Trail Running Race ditahun sebelumnya.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Indonesia Biking Adventure sebagai penyelenggara Tahura Trail Running Race 2016 sudah berjalan baik, namun penyelenggara perlu melakukan pendekatan mengenai perilaku partisipan yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan tujuan partisipan atau mengenai motivasi olahraga partisipan yang berpartisipasi dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016 di kategori *family* (6K) dan *long course* (17K). Motivasi olahraga dapat membantu penyelenggara menentukan dan memahami alasan-alasan untuk berpartisipasi dalam *running event*, selain itu akan adanya tanggapan dari partisipan mengenai hasil evaluasi dari pihak penyelenggara untuk dapat memperbaiki *running event* selanjutnya dan juga dapat mengetahui perbandingan atau perbedaan sebuah motivasi olahraga dari para partisipan Bandung maupun luar Bandung. Dengan mengetahui perbedaan atau perbandingan motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat juga

dapat membantu pihak pemasar dalam melakukan perencanaan strategi yang disesuaikan dengan motivasi-motivasi partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat.

Partisipan olahraga melampirkan berbagai arti atau makna terhadap *event* yang mereka pilih, serta masyarakat lokal yang menyelenggarakan suatu *event* yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berpartisipasi. Menurut Kaplanidou dan Vogt (2010) ada lima aspek yang menyeluruh mengenai arti atau makna partisipan yang dikaitkan dengan *event* olahraga, yaitu *organizational*, *environmental*, *social*, *physical*, dan *emotional*.

Menurut Yustinus, 2012 dalam jurnal Pemasaran Olahraga Melalui Berbagai *Event* Olahraga menjelaskan bahwa “Olahraga sebagai kegiatan masyarakat luas memiliki daya tarik yang luar biasa dan sangat menakjubkan ketika dilakukan dengan orientasi dan tujuan yang sesuai dengan sifat manusia sebagai *homoludens*. Masyarakat dengan berbagai motivasinya melakukan dan menyaksikan kegiatan olahraga untuk mendapatkan kesehatan, prestasi, hiburan, relasi.” Hal ini terbukti adanya keterkaitan keputusan partisipan untuk berpartisipasi dalam kegiatan *sport event* adanya media promosi seperti berita yang dapat mendorong motivasi partisipan untuk ikut berpartisipasi di kegiatan *sport events*. Salah satu yang sangat berperan penting dalam keputusan berpartisipasi dari partisipan adalah adanya berbagai macam motivasi baik dari partisipan lokal maupun nusantara.

Hemmati Nejad et al. (2010) menyarankan bahwa untuk memanfaatkan pertumbuhan pariwisata olahraga (Hinch dan Higham, 2011) dengan mulai menawarkan penjelasan yang banyak dicari yaitu mengapa individu memilih *event* tertentu, peneliti harus mengembangkan pemahaman yang kuat dari motivasi olahraga wisatawan. Hinch dan Higham (2011) menguraikan juga pentingnya mengembangkan pemahaman dari wisatawan olahraga dan faktor-faktor apa yang memotivasi wisatawan olahraga.

Dalam motivasi perjalanan wisata olahraga terdapat multidimensi yang melibatkan dari kegiatan olahraga dan motivasi perjalanan terkait. Robinson dan Gammon (2004, hlm. 7). Menurut Thomas, Kostas, dan Melfy (2015) penelitian saat ini berfokus pada membangun perbedaan antara wisatawan olahraga dan peserta lokal untuk menentukan apakah strategi pemasaran harus dibedakan untuk

meningkatkan efektivitas mereka dengan dua segmen. Atau, jika terjadi tidak ada perbedaan, pemasar *event* olahraga dapat meningkatkan strategi pemasaran karena pemahaman kuat motivasi peserta dan makna mereka kaitkan dengan partisipasi. Dalam melakukannya, mereka mungkin akan menghasilkan rencana pemasaran yang lebih efektif, dan kualitas *event* yang lebih tinggi.

Terdapat empat Faktor Motivasi Olahraga menurut David A. Ferrer (2015, hlm. 1163) yang akan dijadikan dimensi pada penelitian ini yaitu *psychological, physical, social, and achievement* merupakan faktor pendorong yang kuat bagi partisipan *running event*.

Psychological (Psikologis), merupakan perasaan yang dirasakan saat berpartisipasi dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016, seperti meningkatkan harga diri, memberikan rasa makna hidup atau estetika, untuk membuat hidup lebih terarah, dan pemecahan masalah atau mengatasi emosi negatif, yaitu menjadi tidak terlalu tertekan. *Physical* (Fisik), berpartisipasi dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016 dengan tujuan untuk manfaat kesehatan seperti meningkatkan kesehatan dan kepedulian berat badan dengan membantu mengontrol berat badan. *Social* (Sosial), dapat bertemu dengan para pelari lainnya dari berbagai daerah, dengan tujuan dan kesukaan yang sama dan dapat bersosialisasi dengan pelari lainnya. *Achievement* (Prestasi), kegiatan kompetisi lari untuk sampai di garis *finish* dengan waktu terbaik dan merebutkan hadiah yang menarik dengan pelari lainnya.

Pentingnya dengan mengetahui motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan luar Jawa Barat untuk menciptakan keputusan berolahraga dalam *running event*, masing-masing partisipan memiliki motivasi olahraga yang berbeda-beda seperti pada partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat. Motivasi olahraga tersebut diharapkan dapat berpengaruh dalam keputusan berolahraga untuk berpartisipasi dalam *running event*. Penelitian ini pun juga menjadi penting untuk menambah literatur bagi akademisi serta contoh pemahaman yang lebih luas untuk membantu pemasaran perusahaan yang bergerak dalam bidang wisata olahraga khususnya dalam *running event*. Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penting untuk diteliti tentang **“ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR**

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
2. Bagaimana gambaran mengenai keputusan berolahraga dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
3. Adakah perbedaan motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
4. Bagaimana pengaruh motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan luar Jawa Barat terhadap keputusan berolahraga dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran keputusan berolahraga dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
3. Untuk memperoleh temuan perbedaan motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.
4. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan luar Jawa Barat terhadap keputusan berolahraga dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.

1.4 Kegunaan penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, yaitu kegunaan teoritik dan praktis:

Dhini Inassa, 2016

ANALISIS PERBANDINGAN MOTIVASI OLAHRAGA PARTISIPAN JAWA BARAT DAN LUAR JAWA BARAT SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI TAHURA TRAIL RUNNING RACE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.4.1 Kegunaan Akademik (Teoritik)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah kajian ilmu mengenai kepariwisataan, serta sebagai bahan kajian lebih lanjut mengenai motivasi olahraga yang berpengaruh terhadap keputusan berolahraga dan analisis perbandingan motivasi olahraga partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016 bagi pengembangan Ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata, khususnya dalam wisata olahraga.

1.4.2 Kegunaan Praktis (Empirik)

Kegunaan praktis penelitian ini sebagai kontribusi untuk industri pariwisata, khususnya pada usaha pariwisata olahraga dan dapat memberikan masukan kepada pihak penyelenggara *running event* Tahura Trail Running Race yaitu Indonesia Biking Adventure (IBA) untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh Motivasi Olahraga terhadap keputusan berolahraga, lalu mengetahui perbandingan motivasi olahraga partisipan Jawa Barat maupun luar Jawa Barat dalam *running event* Tahura Trail Running Race 2016.