

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri yang telah berkembang pesat dan banyak memberikan kontribusi bagi pembangunan suatu negara atau daerah. Tidak jarang industri pariwisata menjadi primadona di beberapa negara karena dapat menjadi kontributor untuk membangkitkan perekonomian. Hal inilah yang membuat setiap negara berlomba-lomba mencari cara untuk membangun dan mengembangkan industri pariwisatanya, seperti meningkatkan sarana akomodasi, memperbaiki infrastruktur, fasilitas transportasi, dan sarana penunjang pariwisata lainnya.

World Tourism Organization (2002) memprediksi pertumbuhan pariwisata di beberapa negara di dunia dan mengidentifikasi 10 top segmen pasar dalam dunia pariwisata, yaitu 1) *sun and beach tourism*, 2) *sport tourism*, 3) *adventure tourism*, 4) *nature based tourism*, 5) *cultural tourism*, 6) *urban tourism*, 7) *rural tourism*, 8) *cruises*, 9) *theme park*, 10) *meeting and confeence*. Dari pemaparan WTO diatas *sport tourism* menjadi salah satu segmen pasar yang paling digemari wisatawan. *Sport tourism* disebut sebagai aktifitas perjalanan yang jauh dari tempat asal untuk berolahraga, menonton acara olahraga, mengunjungi atraksi olahraga, dan termasuk dalam aktifitas acara kompetitif maupun non-kompetitif. Berdasarkan prediksi *World Tourism Organization* (WTO) pada tahun 2020, akan ada 1,6 miliar orang yang bepergian. *The British Tourist Authority dan English Tourism Board* menyatakan, 20% dari jumlah total wisatawan yang datang ke inggris adalah wisatawan olahraga. Sama halnya dengan kanada yang menyatakan, 37% perjalanan domestik di negara tersebut adalah wisatawan olahraga.

Indonesia adalah salah satu negara yang gencar dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Keanekaragaman hayati, berbagai macam kebudayaan, masyarakat yang ramah, menjadikan Indonesia salah satu negara yang pariwisatanya berkembang dengan baik. Berbagai varian pariwisata yang terus dikembangkan menjadikan sektor ini sebagai salah satu sektor andalan dalam perekonomian daerah dan nasional. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (masa jabatan 2004-2011) Mari Elka Pangestu mengatakan bahwa, pengembangan wisata olahraga di Indonesia memiliki potensi yang besar mengingat keunggulan kondisi topografi alam yang mendukung penyelenggaraan olahraga petualangan. Indonesia memiliki sungai dengan riak yang menantang, puncak gunung yang tertutup salju abadi, pantai dengan variasi ombak, serta topografi yang dapat dikemas menjadi destinasi wisata minat khusus olahraga dan arena penyelenggaraan olahraga petualangan seperti *biking, tracking, hiking, hingga hash*. Pengembangan wisata olahraga merupakan salah satu pilihan tepat, karena dalam satu kali penyelenggaraan event, tidak hanya peserta yang akan datang tetapi juga rombongan *official*, keluarga hingga *supporter* (<http://pariwisata.denpasarkota.go.id/22april2014>).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional juga disebutkan bahwa olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran dan kesenangan (pasal 1 ayat 12). Dalam hal ini olahraga dan pariwisata mempunyai tujuan yang sama. Jika olahraga bertujuan untuk memberikan kesenangan maka pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan kesenangan. Pariwisata dan olahraga merupakan dua disiplin ilmu yang dapat dipadukan sehingga memiliki kekuatan

dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada umumnya. Oleh sebab itu pariwisata olahraga saat ini mendapat perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademisi maupun masyarakat luas.

Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah pulau mencapai 17.504. Hal itu menyebabkan Indonesia mempunyai keragaman budaya dan kekayaan alam yang menjadi daya tarik wisata tersendiri. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam daya tarik wisata adalah Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu Provinsi yang memiliki beragam daya tarik wisata, hal ini perlu dikembangkan untuk memajukan sektor pariwisatanya. Berikut ini menampilkan daya tarik wisata yang di miliki oleh Provinsi Jawa Barat yang tersaji pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

TABEL 1.1
DAYA TARIK WISATA KOTA/KABUPATEN
DI PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2014

No	Kota/ Kabupaten	Jenis Daya Tarik Wisata			Jumlah
		Alam	Budaya	Minat Khusus	
1.	Bogor	19	3	66	88
2.	Bandung & Bandung Barat	64	27	10	101
3.	Sukabumi	36	7	5	48
4.	Cirebon	8	12	1	21
5.	Bekasi	4	3	3	10
6.	Tasikmalaya	9	2	1	12
7.	Cianjur	8	2	1	11
8.	Garut	28	5	5	38
9.	Ciamis	11	0	12	23
10.	Kuningan	15	6	2	23
11.	Majalengka	10	0	10	20
12.	Sumedang	11	7	6	24
13.	Indramayu	4	1	0	5
14.	Subang	27	9	20	56
15.	Purwakarta	16	12	23	51
16.	Depok	6	0	0	6

Nur Aeni, 2017

PENGARUH SPORT PRODUCT QUALITY TERHADAP SPORT DECISION DI BATUNUNGGAL INDAH CLUB KOTA BANDUNG

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

17.	Cimahi	0	0	0	0
18.	Banjar	1	0	0	1
Jumlah		289	104	168	561

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat

Tabel 1.1 menunjukkan Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Barat menempati urutan pertama sebagai daerah yang paling banyak memiliki daya tarik wisata sebanyak 101 objek wisata dengan rincian 64 daya tarik wisata alam, 27 daya tarik wisata budaya dan 10 daya tarik wisata minat khusus. Kota Bandung merupakan salah satu primadona bagi wisatawan domestik dan mancanegara untuk berwisata. Daya tarik wisata yang ada di Kota Bandung sangat beraneka ragam, seperti wisata alam, wisata sejarah dan edukasi, wisata belanja, wisata kuliner, dan wisata olahraga. Selain terkenal dengan keindahan alamnya, Bandung juga menawarkan berbagai macam jenis wisata olahraga seperti *outbond*, *rafting*, arung jeram, *golf*, renang, naik gunung, dan pusat olahraga (*sport center*).

Perkembangan *sport center* di Kota Bandung tumbuh sangat pesat. Berbagai konsep ditawarkan untuk dapat tampil kompetitif dan eksis dibidang ini. Berikut ini beberapa *sport center* yang ada di Kota Bandung ditampilkan pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

TABEL 1.2
DATA SPORT CENTER DI KOTA BANDUNG

No	Sport Center	Lokasi
1.	D'groove Sport Center	Jalan Soekarno Hatta No.27
2.	Singgasana Sport & Recreation Center	Galuh Pakuan Barat No 3. Singgasana Pradana
3.	Bikasoga Sport Center	Jalan Suryalaya Indah No. 1-3, Cijagra
4.	Abadi Sport Center	Jl. Dr. Setiabudhi No.287 B
5.	Batununggal Indah Club	Jl. Batununggal Indah IX No.2, Kec.

Nur Aeni, 2017

PENGARUH SPORT PRODUCT QUALITY TERHADAP SPORT DECISION DI BATUNUNGGAL INDAH CLUB KOTA BANDUNG

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

		Bandung Kidul
--	--	---------------

Sumber: google.co.id

Salah satu *sport center* di Kota Bandung adalah Batununggal Indah Club. Batununggal Indah Club merupakan salah satu *sport center* terbesar dan terlengkap di Kota Bandung. Adapun produk dari Batununggal Indah Club yaitu, kolam renang hangat dan natural, *aerobic & fitness*, bulutangkis, tenis indoor, tenis meja, futsal, basket, sauna & *whirlpool*. Berikut data tingkat kunjungan wisatawan ke Batununggal Indah Club yang disajikan pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

TABEL 1.3
DATA TINGKAT KUNJUNGAN PARTISIPAN KE BATUNUNGGAL INDAH CLUB TAHUN 2012-2015

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2012	93.600
2.	2013	99.840
3.	2014	109.824
4.	2015	101.039

Sumber: Marketing Batununggal Indah Club

Berdasarkan data Tabel. 1.3 jumlah kunjungan di Batununggal Indah Club dari tahun 2012-2014 terus mengalami peningkatan, tetapi terjadi penurunan di tahun 2015. Ini mengindikasikan bahwa adanya penurunan tingkat keputusan berolahraga dari para partisipan ditahun tersebut. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya pesaing baru yang muncul yang menawarkan produk yang hampir sama dan pesaing lama terus melakukan inovasi produk. Pesaing tersebut diantaranya, D'groove Sport Center, Bikasoga Sport Center, dan Singgasana Sport and Recreation. Pesaing ini berlomba-lomba mengembangkan produk

wisata yang mereka tawarkan untuk menarik wisatawan berkunjung ke tempat tersebut.

Penurunan jumlah partisipan tersebut akan sangat mengancam pihak Batununggal Indah Club jika tidak ditindaklanjuti dengan cepat karena akan sangat berdampak terhadap perusahaan. Salah satunya adalah jika terjadi penurunan jumlah partisipan terus menerus tiap tahun maka perusahaan bisa merugi, target tidak tercapai, pengurangan tenaga kerja, bahkan dampak terburuk yaitu perusahaan bisa bangkrut. Oleh karena itu pihak Batununggal Indah Club membuat program untuk bisa meningkatkan kembali jumlah partisipan. Berikut program yang digunakan oleh Batununggal Indah Club disajikan pada Tabel 1.4 sebagai berikut:

TABEL 1.4
PROGRAM BATUNUNGGAL INDAH CLUB
KOTA BANDUNG

No.	Program	Keterangan
1.	E-Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • www.batununggal.com.id
2.	Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan perbaikan sarana olahraga • Variasi program olahraga
3.	Perbaikan kualitas SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan pada pelayanan
4.	Promosi melalui media cetak	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Broshur</i> • Surat kabar
5.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Pemberian diskon

Sumber: Marketing Batununggal Indah Club

Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kembali jumlah partisipan yaitu melalui kegiatan E-Marketing yaitu promosi melalui website, pengembangan dan perbaikan produk sarana olahraga, penambahan variasi program olahraga, perbaikan kualitas pelayanan, promosi melalui media cetak

yaitu surat kabar dan pemberian diskon. Produk wisata olahraga yang ditawarkan harus diarahkan pada peningkatan kualitas produk itu sendiri, sehingga produk tidak dinilai dari segi kuantitas saja, tetapi juga dari kualitas. Kualitas produk olahraga yang baik akan berdampak positif terhadap perusahaan maupun partisipan. Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan terhadap partisipan dan memberikan penilaian yang baik terhadap citra perusahaan sehingga diharapkan dapat menarik kembali jumlah partisipan.

Menurut Paul Blakey (2011:73) dalam *sport product quality* terdapat 5 dimensi yang merupakan satu kesatuan dan sangat berkaitan dalam menarik minat berkunjung para partisipan yaitu: 1) *performance*, 2) *features*, 3) *reliability*, 4) *durability*, dan 5) *aesthetic*. Dari kelima dimensi tersebut hanya empat yang digunakan dalam penelitian ini karena dirasa paling relevan yaitu *performance*, *features*, *reliability* dan *aesthetic*. Berikut implementasi dari keempat dimensi tersebut di Batununggal Indah Club adalah:

1. *Performance* berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Salah satu produk di Batununggal Indah Club adalah kolam renang natural dan hangat. Hal yang dilakukan untuk menjaga fungsi utama dari kolam renang adalah melakukan perawatan air secara periodik (*water treatment*) dengan pemberian PAC, kaporit, dan sirkulasi penyaringan udara. Selain itu kondisi suhu air hangat selalu dijaga agar tetap stabil. Kondisi air yang bersih, tidak mengandung kaporit yang berlebihan sehingga tidak perih di mata, dan tidak berbau yang menyengat merupakan fungsi utama yang dicari pengunjung untuk berenang.
2. *Features* adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Hal yang dilakukan Batununggal Indah Club untuk

menyempurnakan fungsi produk kolam renang antara lain: a) dibukanya toko yang menyediakan peralatan renang, b) cafe, c) pelatih yang kompeten. Selain itu juga desain kolam renang yang menarik, ukuran kolam yang luas dan kedalaman kolam yang cukup, bisa menanamkan ketertarikan tersendiri kepada konsumen.

3. *Reliability* adalah konsistensi kinerja produk olahraga. Untuk mempertahankan kapabilitas dan kemampuan sebuah produk diperlukan adanya pemeliharaan (*maintenance*). Sebuah produk harus selalu dipelihara dan dijaga reliabilitasnya agar mampu mencapai kinerja dan standar kualitas yang diinginkan. Dalam produk kolam renang air hangat, keadaan suhu air hangat harus diperhatikan agar selalu stabil. Untuk itu selalu dilakukan pengecekan alat pemanas agar suhu air dalam kolam tetap hangat setiap saat. Salah satu produk Batununggal Indah Club adalah lapangan futsal dan basket. Setiap beberapa tahun sekali selalu dilakukan penggantian alas lapangan, perbaikan jaring dan fasilitas pendukung lainnya untuk menunjang kualitas dari lapangan itu sendiri. Dengan demikian maka fungsi produk akan layak digunakan dan konsistensi kinerja produk tetap stabil.
4. *Aesthetic* adalah keindahan desain produk olahraga untuk menarik minat konsumen. Keindahan dapat diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap daya tarik produk. Di batununggal Indah Club terdapat taman yang berfungsi memperindah lingkungan, selain itu juga berfungsi sebagai sirkulasi udara. Di sekitar lokasi kolam renang juga terdapat tanaman hias dan penambahan lampu penerangan untuk memperindah kolam renang itu sendiri.

Keseluruhan dimensi dari *sport product quality* tersebut berkaitan satu sama lain untuk meningkatkan kualitas dari suatu produk sehingga dapat menarik minat partisipan untuk berkunjung. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka

perlu diadakan suatu penelitian mengenai keputusan berolahraga partisipan melalui kualitas produk wisata olahraga yang ditawarkan dengan mengambil judul **“Pengaruh *Sport Product Quality* Terhadap *Sport Decision* Di Batununggal Indah Club Kota Bandung”**. (Survei terhadap partisipan di Batununggal Indah Club Kota Bandung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *sport product quality* di Batununggal Indah Club
2. Bagaimana gambaran *sport decision* partisipan di Batununggal Indah Club
3. Bagaimana Pengaruh *sport product quality* terhadap *sport decision* di Batununggal Indah Club

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan penelitian yaitu untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Gambaran *sport product quality* di Batununggal Indah Club
2. Gambaran *sport decision* partisipan di Batununggal Indah Club
3. Pengaruh *sport product quality* terhadap *sport decision* di Batununggal Indah Club

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perluasan kajian ilmu mengenai kepariwisataan tentang Pemasaran Wisata Olahraga khususnya yang memiliki keidentikan mengenai *sport product quality* terhadap *sport decision* di Batununggal Indah Club. Selanjutnya hasil penelitian dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya pada Manajemen Wisata Olahraga.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak yang bersangkutan yaitu pengelola Batununggal Indah Club dalam merespon wisatawan untuk membuat *sport decision* melalui peningkatan *sport product quality*, sehingga dapat menjadikan bahan masukan dalam upaya mengembangkan serta mempertahankan eksistensi di bidang pariwisata olahraga.