



E-ISSN: 3025-6062

P-ISSN: 3025-6720

SAPA SPORT SCIENCE

JURNAL ILMIAH KEOLAHRAGAAN



PENERBIT

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Safin Pati

Volume 1

Nomor 1

November 2023

SAPA SPORT SCIENCE



JURNAL ILMIAH KEOLAHRAGAAN

VOLUME 1, NOMOR 1, NOVEMBER 2023

KONSEP SPORT DEVELOPMENT INDEX (SDI) SEBAGAI TOLOK UKUR PEMBANGUNAN OLAHRAGA DI KABUPATEN PATI	1-9
KORELASI LEG POWER, LEG LENGTH DENGAN SPRINT ABILITY 100 METER PADA SISWA KELAS 3 SMP N 1 PATI	10-18
ANALISIS PROSES KEBIJAKAN TRANSFER ATLET DALAM INDUSTRI OLAHRAGAI	19-26
MENILAI DAMPAK EVENT BESAR OLAHRAGA PROLIGA BOLA VOLI 2021 TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENONTON	27-33
PENGARUH POSISI PEMAIN SEPAKBOLA TERHADAP CITRA BRAND KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA DI PATI TAHUN 2022	34-40

PENERBIT

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Safin Pati

Volume 1

Nomor 1

November 2023

Halaman 1-40

ISSN 3025-6062



9 773025 606007

ISSN 3025-6720



9 773025 672002

MENILAI DAMPAK EVENT BESAR OLAHRAGA PROLIGA BOLA VOLI 2021 TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENONTON

Oktavian Arianto

oktavian_arianto@usp.ac.id

Program Studi Pendidikan Jasmani
Universitas Safin Pati, Kab. Pati, Prov. Jawa Tengah

Abstrak

Faktor penting dalam keberhasilan perencanaan acara adalah tingkat layanan yang diberikan dan seberapa baik manajemen staf menangani kepuasan audiens. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui tingkat loyalitas penonton terhadap acara olahraga, kinerja panitia penyelenggara dalam manajemen acara, dan dampak acara olahraga terhadap kepuasan penonton berdasarkan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan seluruh 64 penonton pertandingan bola voli proliga yang berlangsung di GOR Amongrogo Yogyakarta. Pengambilan sampel acak sederhana digunakan untuk memilih peserta dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik PLS-SEM untuk analisis data Pengaruh positif terhadap loyalitas khalayak ditunjukkan dengan grafik pada hasil yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan khalayak. Kepuasan penonton juga dipengaruhi secara signifikan oleh kinerja staf. Diakui pula bahwa tingkat keunggulan dalam penyelenggaraan event olahraga berdampak positif terhadap tingkat loyalitas penggemar.

Kata kunci: acara olahraga, kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas

Abstract

An important factor in the success of event planning is the level of service provided and how well staff management handles audience satisfaction. This study sought to ascertain the level of audience loyalty to sporting events, the performance of the organizing committee in event management, and the impact of sporting events on audience satisfaction based on the quality of service provided. This study is a descriptive one that combines qualitative and quantitative methods. This study included all 64 spectators of the proliga volleyball competition that took place at the Amongrogo Sports Hall in Yogyakarta. Simple random sampling was used to select the participants in the study. Techniques for collecting data using a questionnaire. PLS-SEM technique for data analysis A positive influence on audience loyalty was shown by the graph in the results, which demonstrated that the quality of service provided had an effect on audience satisfaction. The satisfaction of the audience is also significantly influenced by staff performance. It is also acknowledged that the level of excellence in sports event management has a positive impact on the level of fan loyalty.

Keywords: sport event, kualitas service, satisfaction, loyalty.

PENDAHULUAN

Industry dalam sebuah event acara adalah salah satu hal yang membawa dampak ekonomi positif yang sangat besar. Acara yang dimaksud adalah tentang orang-orang yang berkumpul bersama dalam membuat, mengoperasikan, dan berpartisipasi dalam sebuah organisasi untuk mendapatkan pengalaman (Huseyin kose, et al., 2011). Kegiatan yang dilakukan dapat berupa seni, olahraga, pariwisata, kegiatan sosial, atau lainnya. Baik itu dilaksanakan oleh penyelenggara besar profesional bersifat formal maupun non-formal. Setiap acara memiliki organisasi di belakangnya dalam mengelola kegiatan, mengatur pendanaan, pengelolaan staff, mengatur keamanan, mencetak tiket, mengatur dekorasi, dan melakukan promosi dalam hubungan masyarakat (Stephanie L. Stettler, et al., 2011).

Cara organisasi dalam mengelola event dikenal sebagai manajemen acara. Tujuan sebuah organisasi adalah untuk mengelola peran dan tanggung jawab yang ditetapkan dalam menjalankan suatu tugas serta merupakan faktor penentu standar keberhasilan, dan prosedur untuk menagani suatu acara (Weerakoon Ranjan 2016 dikutip dalam Argan, et al., 2007). Seiring dengan semakin banyaknya jumlah acara yang diselenggarakan salah satunya dibidang olahraga maka perlu diadakan kesadaran mengembangkan profesionalisme manajemen acara yang mampu membuat, mengatur, dan mengelola acara secara lebih baik. Sebuah event akan mendapatkan tempat di hati masyarakat jika semua yang ditawarkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dalam menciptakan suatu event, diperlukan tema dan sasaran yang jelas dan terukur sehingga sangat mudah untuk mengukur keberhasilan. Event

olahraga adalah salah satu yang paling sering diadakan disetiap daerah.

Menjadi tuan rumah sebuah acara event olahraga besar jelas membawa berbagai manfaat positif baik dari sisi ekonomi, sosial dan psikis. Terlebih untuk perkembangan berbagai venue olahraga akan diperbanyak pembangunannya. Dari sudut pandang penyelenggara, penonton merupakan pelanggan yang paling potensial dalam memberikan pendapatan dari beberapa event yang diselenggarakan. Jadi sangatlah penting untuk mengetahui karakteristik seorang penonton dengan memperhatikan tingkat keamanan, fasilitas untuk penonton, infrastruktur, dan harga tiket yang disediakan harus sesuai dengan kepuasan yang mereka inginkan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui dampak event olahraga terhadap kepuasan penonton berdasarkan kualitas servis yang diberikan, (2) untuk mengetahui kinerja panitia penyelenggara dalam manajemen acara terhadap kepuasan penonton, (3) untuk mengetahui tingkat loyalitas penonton terhadap event olahraga. Penelitian ini sangat penting karena hasilnya menunjukkan tingkat keberhasilan suatu event acara Proliga bola voli 2018 yang diselenggarakan di kota Yogyakarta, serta menunjukkan kekurangan manajemen dalam event acara tersebut, sehingga akan menjadi pertimbangan untuk memperbaikinya. Akhirnya informasi dari penelitian ini adalah untuk membantu siapapun mengelola suatu event, serta dapat dijadikan sebagai acuan bahan penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Event olahraga

Manajemen acara adalah industri besar yang hidup di dunia ini. Pihak yang berwenang dalam industri acara selalu peduli dengan pembangunan yang bersifat berkelanjutan, oleh

karena itu mereka mencoba untuk menjaga keberlanjutan acara mereka serta mengelola sebuah event dengan baik (Weerakoon Ranjan 2016). Dalam studi yang dilakukan terhadap penonton even olahraga di Amerika (Ko, Y.J, et al., 2010 dikutip dalam Alexander Joseph Ibnu Wibowo 2014) menemukan bukti bahwa identifikasi dan keterlibatan penyelenggara secara positif mempengaruhi persepsi kualitas even dan kepuasan. Secara khusus, penggemar berat sangat terpuaskan dan merasakan kualitas layanan yang lebih positif. Acara yang dimaksud dapat memiliki dampak positif dalam hal ekonomi, lingkungan, dan social jika penyelenggara acara telah mengelola acara dengan efektif dan efisien sesuai dengan kaidah serta memperhatikan kualitas service dan kepuasan penonton seperti fasilitas, keamanan, kebersihan lingkungan, terhadap harga tiket yang dibayarkan.

Kualitas service

Perhatian terhadap kualitas layanan yang diberikan dapat membuat suatu organisasi memiliki nilai yang berbeda dari organisasi lain dalam memperoleh hasil yang baik serta memiliki keunggulan kompetitif dalam mengelola sebuah acara (Gloria K.Q Agyapong, 2010). Kepuasan terhadap pelanggan akan menjadi dasar pertimbangan pengembangan berbagai model perilaku pembeli sebagai konsumen tetap dan diharapkan akan kembali lagi. Ekinci (2003,) menunjukkan di dalamnya bahwa evaluasi kualitas layanan itu mengarah kepada kepuasan pelanggan. Pada saat sekarang dan masa yang akan datang sejalan dengan perkembangan yang terjadi, tingkat pendidikan masyarakat meningkat, jalan pikiran menjadi lebih modern diikuti dengan kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan. Terdapat empat determinan atas kualitas pelayanan yaitu meliputi bukti langsung peralatan diantara fasilitas, infrastruktur, keamanan, harus sesuai terhadap harga yang diberikan. Hal tersebut di atas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan pihak pemberi layanan juga penyelenggara event dan berdampak dalam usaha menciptakan loyalitas pelanggan serta penonton suatu event olahraga.

Kepuasan penonton

Penyediaan layanan yang memiliki kualitas tinggi sangat penting untuk kemajuan serta pendapatan suatu organisasi. Pelanggan yang puas cenderung setia kepada penyedia layanan, yang mengarah kepada peningkatan pelanggan dan peningkatan pendapatan yang diperoleh dari suatu event acara baik itu dari sisi fasilitas, keamanan, infrastruktur sesuai dengan harga yang dibayarkan (Mao, L. L., & Zhang, 2012).

Penonton diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan keberhasilan suatu acara. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara kualitas layanan dengan tingkat kepuasan penonton. Kepuasan penonton adalah rasa puas yang diterima setelah mendapatkan sesuatu atas apa yang diharapkan. sehingga nantinya penonton akan kembali menyaksikan event yang diselenggarakan dengan kerelaan hati dan tanpa paksaan.

Loyalitas

Menurut kotler dan keller (2013) loyalitas adalah sebuah komitmen untuk menggunakan kembali barang atau jasa yang ditawarkan terus menerus. Loyalitas penonton dapat digunakan sebagai dasar atau penilaian terhadap kebijakan penyelenggara event dalam mengambil keputusan untuk menambah atau mengurangi nilai kepuasan bagi konsumen (Yeung, M. C. H, et al., (2002). kualitas layanan berfungsi sebagai standar bagi penyelenggara untuk mengetahui apakah rencana tindakan dan strategi yang telah digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dapat dirasakan dengan baik oleh penonton yang akan memberikan dampak tersebut bagi kepuasan penonton itu sendiri. Seperti dalam kata lain kepuasan adalah barometer untuk mengevaluasi apa yang sebenarnya diterima oleh pelanggan dan apa yang diharapkan sehingga penonton akan kembali lagi menyaksikan event yang diselenggarakan selanjutnya.

Selain beberapa factor diatas kedatangan pemain idola bagi penonton merupakan daya tarik tersendiri yang menjadikan mereka datang kembali menikmati

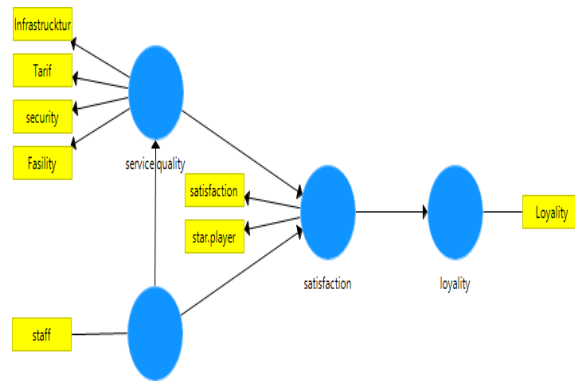
pertandingan. Dengan adanya event besar diharapkan memiliki dampak positif bagi semua kalangan yang menikmatinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode campuran pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua penonton yang hadir dalam event olahraga proliga bola voli yang diselenggarakan di GOR Amongrogo Kota Yogyakarta, berjumlah 64 Orang. Sampel penelitian ini ditentukan dengan cara penarikan contoh acak sederhana (simple random sampling). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan PLS - SEM. Harapan penelitian adalah untuk menunjukkan dampak yang ditimbulkan pada sport event olahraga proliga bola voli 2018 melalui variabel-variabel di bawah ini:

- (1) Mengetahui dampak event olahraga terhadap kepuasan penonton berdasarkan kualitas servis yang diberikan,
- (2) Mengetahui kinerja panitia penyelenggara dalam manajemen acara terhadap kepuasan penonton.
- (3) Mengetahui dampak event olahraga terhadap loyalitas penonton

Model penelitian dan hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam bagan:



Satisfaction	0.780	0.782	0.901	0.819
Service Q	0.755	0.761	0.845	0.577
Staff	1.000	1.000	1.000	1.000

Semua nilai reliabilitas berada diambang atas 0,07 menunjukkan bahwa reliabilitas gabungan dari masing-masing variabel laten reflektif dapat diterima dan mengonfirmasi keandalan konstruk (Hair et al., 2014; Lowry & Gaskin, 2014). Lihat Tabel.

Sejauh mana suatu item mengukur apa yang diharapkan untuk diukur dikenal sebagai validitas konstruk (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995, p.s.). 641). Kami menguji validitas konvergen dan diskriminan untuk menentukan validitas konstruk. Menurut Garson (2012), validitas konvergen adalah sejauh mana ukuran AVE mencerminkan komunalitas rata-rata untuk setiap faktor laten. Itu harus setidaknya 0,50 (Hair et al., 2014). Semua nilai AVE dalam penelitian kami lebih besar dari 0,50, menunjukkan dimensi dan validitas konvergen yang dapat diterima untuk setiap faktor laten (Tabel 1).

Gambar 1. Desain Penelitian
 Tabel 1. Validity and reliability of the design

	Alpha	rhoA	Composite reliability	AVE
Loyalty	1.000	1.000	1.000	1.000

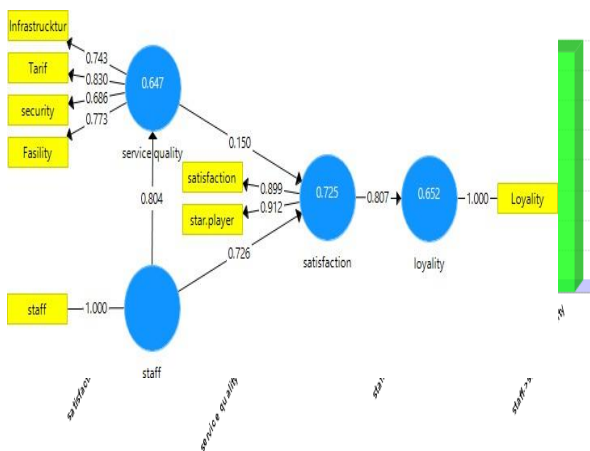
	VIF
Infrastruktur	1.522
Loyalty	1.000

Tarif	1.959
Satisfaction	1.691
Security	1.437
Staff	1.000
Star.palyer	1.691
Fasility	1.391

Tabel 2. Evaluation of Collinearity. (VIF)

Faktor inflasi varians (VIF) diperhitungkan saat mengevaluasi kolinearitas. Nilai VIF penelitian kami jauh di bawah nilai ambang 5, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2, yang menunjukkan bahwa kolinearitas tidak menjadi masalah (Hair et al., 2011)..

Gambar 2. Figure Relevance of the Test Outcomes structural model path coefficients.



Gambar ini menyajikan hubungan atau korelasi antara indikator dan variable- variable, apakah ada pengaruh dari indikator terhadap variable atau pengaruh dari variabel terhadap variabel yang lain. Dari hasil penelitian yang diperoleh gambar ini menunjukkan bahwa kualitas servis dipengaruhi positif oleh

infrastruktur (0.743), tariff (0.830), safety atau security (0.686) dan facility sebesar (0.733) yang sangat efektif dan efisien karena korelasi mereka sudah kuat. Ada dua macam korelasi yaitu korelasi kuat positif dari 1 sampai ke (0,5) dan korelasi kuat negatif dari -1 sampai ke (-0,5) sedangkan kerelasi lemah positif dari bawa 0,5 sampai ke 0.00 dan korelasi lemah negative dari -0.5 sampai ke 0,00.

Kualitas service (0.150) tidak langsung mempengaruhi kepuasan dari penonton yang disajikan oleh korelasi yang kecil antara variabel tersebut, tetapi dipengaruhi melewati kualitas kinerja staff dengan kepuasan penonton (0.726). pengaruh dari kinerja staff juga mempengaruhi terhadap kualitas servis yang diberikan (0.804). berarti menunjukkan bahwa kualitas servis dipengaruhi oleh kinerja staff dan memiliki peran besar terhadap kepuasan penonton. Hasil akhir yang didapat kepuasan penonton yang didalamnya terdapat indikator pemain bintang (0.725) memiliki peran besar terhadap kehidupan loyalitas penonton untuk kembali (0,807).

Grafik 1. Path coefficients

Grafik ini menunjukkan asosiasi dan korelasi antara variabel - variabel dengan pengamatan asosiasi kepuasan terhadap loyalitas, kinerja staff terhadap kualitas service, kinerja staff terhadap kepuasan, memiliki hubungan yang sangat efektif. Sedangkan asosiasi kualitas layanan atau kualitas service terhadap kepuasan penonton masih tergolong lemah. Dari observasi dari kualitas service terhadap kepuasan harus direvisi supaya mereka bisa memungkinkan menarik minat penonton menjadi semakin banyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan pengamatan tersebut di atas terlihat bahwa kualitas service event olahraga diantaranya indicator infrastruktur, safety atau security, tarif, dan fasilitas sangat dipengaruhi oleh kinerja staff. Akibatnya Pengaruh Kepuasan Penonton sebagai Variabel Intervening antara Kualitas Layanan dan kinerja staff terhadap management acara. Hasil perhitungan original sample membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas service dan kinerja staff terhadap kepuasan penonton, serta kepuasan penonton termasuk indicator pemain bintang didalamnya memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan loyalitas penonton. Hasil ini menjelaskan bahwa untuk mencapai loyalitas penonton, penonton harus merasa puas. Ini sangat mempengaruhi dan meningkatkan minat penonton untuk kembali menyaksikan event olahraga yang diselenggarakan selanjutnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil penelitian diketahui dampak dari penyelenggaraan event olahraga Proliga bola Voli 2018 terhadap kepuasan dan kehidupan loyalitas penonton dari beberapa indicator dan variable yang telah dijelaskan.

Pengaruh dari kepuasan penonton berdasarkan kualitas servis yang diberikan menunjukkan grafik yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Hipotesis yang menyatakan bahwa Kinerja staff juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton. Dan dapat diterima juga bahwa manajemen kualitas event olahraga yang baik juga memiliki pengaruh positif terhadap kehidupan loyalitas penonton. Namun ada beberapa hal yang harus diperbaiki yaitu pada kualitas servis untuk acara selanjutnya dapat lebih diperhatikan dan diperbaiki lagi untuk menarik loyalitas penonton yang lebih ramai dan menjadi industry yang menguntungkan dalam setiap event olahraga yang diadakan.

Peneliti menyarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melihat perbedaan gender, aksesibilitas, kualitas, kualitas pertandingan, dan perspektif penonton pada suatu acara, di antara variabel lainnya. Karena ada beberapa faktor tambahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan secara otomatis menghasilkan pendapatan yang signifikan untuk kesuksesan acara tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekinci, Y. (2003). "An investigation of the determinants of customer satisfaction". *Tourism Analysis*.
- Gloria, K., Q., Agyapong. (2010). "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry" – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*.
- Hair et al., Lowry. & Gaskin. (2014). "Partial Least Squares (PLS) Structural Equation Modeling (SEM) for Building and Testing Behavioral Causal Theory: When to Choose It and How to Use It". <http://doi.org/10.1109/TPC.2014.2312452>
- Huseyin, K., Mehpare T., Metin A. (2011). "Special event management and event marketing: A case study of TKBL All Star 2011 in Turkey". *Journal of Management and Marketing Research*.
- Ko, Y., J., Kim, Y., K., Kim, M., K., & Lee, J., H. (2010). dikutip dalam Alexander Joseph Ibnu Wibowo. *Jurnal Manajemen*.
- Mao, L., L., & Zhang, J., J. Agus. (2012). "Exploring the factors affecting the perceived program quality of international sports education programs: The case of a Chinese sports university". *Journal of Applied Marketing Theory*.
- Philip, K., & Kevin, L., K. (2011). *Marketing management*. 14th edition. Global edition. Pearson pretince hall.
- Stephanie, L., Stetler. (2013). "Sustainable Event Management of Music Festivals:

- An Event Organizer Perspective”.
Master of Science thesis in Education:
Policy, Foundation and Administration,
Portland State University, Portland.
- Weerakon, R. (2016). dikutip dalam Argan, et al., (2007). “A Review of Sport Events Impact Evaluation Methods”. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*.
- Weerakon, R. (2016). “A Review of Sport Events Impact Evaluation Methods”. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*
- Yeung, M., C., H., Ging, L., & Ennew, C., T. (2002). “Customer satisfaction and profitability: A reappraisal of the nature of the relationship”. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*.