

ANALISIS POTENSI PERSIB BANDUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA BANDUNG



PARIWISATA PRAJNA ARTHA BANDUNGA

PARIWISATA MEMACU PERDAMAIAN DAN KESEJAHTERAAN DUNIA

SKRIPSI

Disusun oleh :

Nama : Danan Ananda Qomaruzaman
NPM : 2019 10 053
Program Studi : Manajemen (Kekhususan Manajemen Pariwisata)
Jenjang : Sarjana Satu (S-1)
Akreditasi : Sangat Baik (BAN-PT)

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA
STIEPAR YAPARI
BANDUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS POTENSI PERSIB BANDUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA BANDUNG

Oleh :

Danan Ananda Qomaruzaman

NPM. 2019.10.053

Dibawah Bimbingan :

Dra. Nova Riana, M.Si, CHE. dan Zia Kemala, S.S., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang gambaran *sport tourism* di Kota Bandung dan potensi Persib Bandung sebagai daya Tarik wisata olahraga di Kota Bandung. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil Penelitian didapatkan Sport Tourism di Kota Bandung sejauh ini telah berhasil terlaksana melalui beberapa penyelenggaraan event olahraga berbagai cabang seperti Lari, Bersepeda, Senam, *Walking Tour*, Sepakbola, Voli, dan Badminton. Potensi Persib Bandung sebagai Sport Tourism Kota Bandung telah berhasil memenuhi beberapa aspek seperti prinsip potensi daya tarik wisata (*Something To See, Buy, Do*), Komponen 6A Pariwisata (*Attraction, Accesibility, Amenities, Ancillary, Activity, Available Package*), dan Komponen Sport Tourism (*Event, Active, Nostalgia Sport Tourism*)

Kata Kunci : Persib Bandung, *Sport Tourism*, Kota Bandung, Sepakbola

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRAC.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	31
3.3 Klarifikasi Konsep.....	31
3.4 Sumber Data	32

3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Teknik Uji Validitas Data.....	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
BAB IV	.HASI & PEMBAHASAN.....	39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2	Hasil Penelitian.....	43
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad ke-21, perkembangan industri pariwisata global telah menyaksikan transformasi pola konsumsi pariwisata. Seiring berjalannya waktu kini telah berubah menjadi wisata dengan keinginan yang lebih spesifik atau biasa dikenal dengan wisata minat khusus. Wisata minat khusus ingin memenuhi kebutuhan khusus wisatawan. Mereka akan membayar lebih kepada biro perjalanan untuk menemukan bentuk pengalaman terbaik, lengkap dan beragam dari rangsangan emosional. Waktu terbatas. Mereka tidak ingin hanya membeli produk tetapi juga untuk mencicipi mereka. Salah satu bentuk wisata minat khusus yang telah mengumpulkan perhatian khusus adalah perjalanan yang berhubungan dengan wisata olahraga.

Olahraga adalah serangkaian kegiatan yang membantu meningkatkan kesehatan fisik. Pembangunan olahraga dunia dapat dilakukan melalui tiga pilar yaitu pendidikan, hiburan dan olahraga prestasi. Ini bukan hanya tentang kebugaran fisik atau prestasi, seiring berkembangnya olahraga dunia, ini semua tentang ekonomi nasional. Pengembangan olahraga juga bisa melalui *sport tourism* atau wisata olahraga. Olahraga dan pariwisata merupakan dua fenomena besar yang sangat mudah disatukan, terutama dari segi fungsi rekreatifnya. Salah satu dari jenis pariwisata even olahraga yang sangat populer didunia adalah olahraga sepakbola.

Sepakbola merupakan jenis pariwisata even olahraga yang sangat populer didunia Sepak bola bukan hanya sekadar olahraga yang memikirkan cara untuk menentukan menang dan kalah dalam suatu pertandingan. Namun sepak bola juga sudah tumbuh menjadi bagian dari sebuah industri hiburan dalam bidang olahraga sama seperti industri hiburan lain, misalnya dibidang kreatif ada perfilman dan musik. Semakin beragamnya jenis hiburan, memunculkan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, sepak bola juga harus memiliki peranan khusus dalam meningkatkan pariwisata pada daerah setempat. pertandingan tim-tim sepakbola professional kini dijadikan sebagai obyek daya tarik wisata yang sering dikunjungi wisatawan atau pelancong. Terkait kunjungan wisatawan atau pelancong tersebut tentunya akan memberi keuntungan bagi kota-kota penyelenggara sebuah pertandingan sepakbola. Sepakbola bisa memainkan peranan utama dalam pengembangan kota, negara, dan profil yang dimilikinya ke seluruh penjuru dunia, serta memberikan dorongan nyata bagi perekonomian. Di Indonesia juga memiliki antusias sepakbola yang tinggi, pada kompetisi Indonesia Super League (ISL) 2009-2010 yang diikuti 18 tim telah melibatkan jumlah penonton sebanyak: 2.067.500 orang, rata-rata penonton di setiap pertandingan adalah 10.712 orang dengan durasi kompetisi selama 8 bulan (Subardi, 2010:4). Perputaran ekonomi dari industri sepakbola di Indonesia diperkirakan bisa menembus Rp. 3.000.000.000.000. (Kompas, 2010:29). Kompetisi sepakbola Indonesia kini telah diikuti oleh banyak tim-tim professional, salah satunya Persib Bandung.

Persib Bandung merupakan klub sepak bola Indonesia yang berasal dari kota Bandung dan beralamat di Jalan Sulanjana No. 17 Bandung. Klub ini berdiri pada 14 Maret 1933 dengan nama *Bandoeng Inlandsche Voetball Bond* sebelum akhirnya diganti menjadi Persatuan Sepakbola Indonesia Bandung yang disingkat menjadi Persib Bandung. Persib Bandung sudah memiliki keunggulan dalam branding di Indonesia dengan nama besar yang mereka miliki di kancah persepakbolaan Indonesia. Persib Bandung saat ini berkandang atau bermarkas di Stadion Gelora Bandung Lautan Api yang memiliki kapasitas 38.000 Penonton. Kehadiran jumlah penonton pertandingan laga kandang Persib Bandung di sebutkan pada table dibawah ini :

Tabel 1.1
Kehadiran Penonton Persib Bandung

PERSIB BANDUNG			
No	Kompetisi	Jumlah	Rata-Rata
1	Liga 1 2016/2017	306.290	18.017
2	Liga 1 2017/2018	272.291	24.754
3	Liga 1 2018/2019	252.749	14.985
4	Liga 1 2019/2020	51.927	25.964
5	Liga 1 2022/2023	43.908	8.782
Total		927.165	18.500

Sumber : Pt Liga Indonesia Baru, 2022

Berdasarkan table 1 diatas dapat dilihat bahwa dalam 5 musim terakhir kompetisi Liga 1 Indonesia berlangsung, Persib Bandung berhasil mendatangkan penonton sebanyak 927.165 penonton pada laga kandang yang dilaksanakan di Stadion Gelora Bandung Lautan Api (GBLA) ataupun Stadion Si Jalak Harupat dengan rata-rata menghadirkan 18.500 penonton dalam satu pertandingan. Atau 48 % dari kapasitas Stadion Gelora Bandung Lautan Api (GBLA). Jumlah penonton ini tentunya didapatkan melalui kehadiran basis pendukung atau supporter Persib Bandung. Persib sendiri memiliki jumlah pendukung terbesar ke 23 di Dunia berdasarkan pengikut media sosialnya yaitu sebanyak 15.920.566 per tanggal 4 Januari 2019 menurut *Analisis Benchmarking Global Digital Football* (Muhaemin, 2021). Basis supporter atau pendukung Persib Bandung bukan hanya berasal dari Kota Bandung saja, namun tersebar di seluruh Provinsi yang ada di Indonesia, basis terbesar pendukung Persib Bandung berada di Provinsi Jawa Barat. Dengan tersebar luasnya pendukung dari Persib Bandung tentunya ini menjadikan suatu potensi untuk mendatangkan wisatawan datang ke Kota Bandung untuk melakukan wisata olahraga yang berkaitan dengan Persib Bandung. Pendukung Persib yang juga di sebut bobotoh pernah membuat rekor dengan menjadi penonton terbanyak sepanjang sejarah di Indonesia pada tahun 1986 yaitu sekitar 150 ribu penonton. Bobotoh Persib bukan saja hanya untuk menonton dan memberi dukungan terhadap klub Persib, tetapi juga dengan menjadi bobotoh itu artinya melestarikan kebudayaan bagi masyarakat sunda dan juga bobotoh Persib bukan hanya sebuah bentuk identitas seseorang yang tinggal di wilayah Bandung, tetapi juga bentuk identitas dari seseorang dengan kebudayaan sunda.

Dalam melakukan sebuah pertandingan sepakbola Persib Bandung akan melakukan perlawanan pada klub lawan yang juga memiliki pendukung fanatic seperti halnya pendukung tuan rumah, pendukung tim lawan biasanya melakukan perjalanan untuk mendukung tim kesayangannya di kandang lawan hal ini dilakukan untuk memberikan semangat lebih ke pada tim yang di dukungnya, hal tersebut biasanya di serukan atau digemakan sebagai *Away Day*. Seperti yang kita ketahui pada kompetisi Liga 1 musim 2022/2023 saat ini terdapat 18 Klub yang bertanding satu sama lain. Hal ini menjadi suatu potensi untuk meningkatkan kehadiran wisatawan di Kota Bandung melalui wisata olahraga Persib Bandung, dalam regulasi kompetisi Liga 1 musim 2022/2023 tim dan pendukung tamu mendapatkan kuota 5% dari kapasitas stadion yang dijadikan arena pertandingan. Jika menilik dari kapasitas Stadion Gelora Bandung Lautan Api kuota tersebut sejumlah 1.900 Pendukung tamu yang berpotensi datang untuk menonton pertandingan.

Event sport tourism berbasis sepakbola Persib ini harus memiliki prinsip yang berkelanjutan yang terprogram dengan baik sehingga menjadi alternatif wisata berbasis olahraga dan wisata yang dilakukan di waktu luang yang menghasilkan sesuatu yang bernilai ekonomi karena *event* sepakbola Persib ini bisa dikatakan olahraga rekreasi yang terjangkau atau cukup murah sehingga bisa di nikmati semua kalangan. Selain itu *event* ini bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah masing-masing bahkan olahraga rekreasi ini juga dapat memberikan dampak terhadap pemasukan daerah yang mengandalkan destinasi-destinasi wisata yang bertujuan untuk menarik para wisatawan. Pasca

Pandemi Covid-19 pengelolaan yang baik dan tepat dan di lakukan dengan semaksimal mungkin maka *event* wisata olahraga rekreasi ini akan menjadi sebuah upaya untuk menunjukkan bahwa Kota Bandung dapat menjadi destinasi tujuan wisata olahraga berbasis sepakbola seperti negara-negara lainnya yang sudah dulu menjadi tujuan wisata olahraga berbasis sepakbola. Yang diharapkan agar *event sport tourism* ini dapat terselenggarakan kembali dandapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar ataupun agen-agen atau para pelaku pariwisata di Kota Bandung dan juga pemerintah Kota Bandung untuk meningkatkan pemasukan masing-masing bagi mereka atau pemasukan daerah

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis wisata olahraga dalam lingkup Persib Bandung sebagai objek daya tarik wisata *Sport tourism* di Kota Bandung. Dengan begitu peneliti tertairk melakukan penulisan skripsi dengan judul “**ANALISIS POTENSI PERSIB BANDUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA BANDUNG**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan pokok masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana potensi Persib Bandung sebagai daya tarik wisata olahraga di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi Persib Bandung sebagai daya tarik wisata olahraga di Kota Bandung ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk kajian/penelitian lebih lanjut terkait Persib Bandung atau *sport tourism* di Kota Bandung.

2. Manfaat Praktis

- A. Untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pada program studi manajemen di STEPAR YAPARI Bandung
- B. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Persib Bandung dalam upaya memajukan *sport tourism* di Kota Bandung secara efektif.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian pada kantor Persib Bandung yang beralamat di Graha Persib Jalan Sulanjana No. 17 Kota Bandung

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan desember 2022 sampai dengan Mei 2023.

Adapun pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 1.2
Rencana Waktu Penelitian

No	Keterangan	Rencana Kegiatan 2023					
		Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Persiapan Penyusunan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Penelitian Lapangan						
4	Pengumpulan Data						
5	Pengolahan Data						
6	Pelaporan Hasil Penelitian						
7	Ujian Sidang						

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Teori

1. Teori Manajemen

A. Definisi Manajemen

Terdapat banyak definisi Manajemen yang dikemukakan oleh banyak ahli, dengan berbagai susunan kalimat dan definisi yang berbeda-beda tetapi semua definisi tersebut memiliki kesamaan pada makna yang ingin di sampaikan dari definisi Manajemen tersebut. Menurut Afandi (2018:1) Manajemen adalah proses kerja sama antar karyawan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsifungsi perencanaan, pengorganisasian, personalia, pengarahan, kepemimpinan, dan pengawasan. Proses tersebut dapat menentukan pencapaian sasaran-sasaran yang telah ditentukan dengan pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber sumber daya lainnya untuk mencapai hasil lebih yang efisien dan efektif. Menurut Feriyanto, Andri dan Shyta, Endang Triana. (2015) mengatakan bahwa manajemen adalah inti dari administrasi hal tersebut dikarenakan manajemen merupakan alat pelaksana administrasi dan berperan sebagai alat untuk mencapai hasil melalui proses yang dilakukan oleh anggota organisasi.

Pengertian Manajemen menurut Malayu S.P Hasibuan (2016:9) mengemukakan bahwa “manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Dari definisi diatas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa manajemen merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengarahkan dan mengawasi segala aktivitas kerja agar mencapai hasil yang diinginkan dan bertujuan untuk pencapaian visi dan misi bersama

B. Fungsi Manajemen

Menurut Amirullah (2015;8) fungsi manajemen pada umumnya dibagi menjadi empat fungsi yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan secara efektif dan efisien

- a. Perencanaan : Perencanaan merupakan proses pembentukan dan penentuan sasaran serta tujuan yang ingin dicapai dengan kesepakatan bersama melalui langkahlangkah strategis guna mencapai visi dan misi yang ada. Melalui sebuah perencanaan, seorang manajer mendapatkan gambaran yang diinginkan untuk melaksanakan proses tersebut.
- b. Pengorganisasian : Pengorganisasian merupakan proses koordinasi terhadap setiap sumber daya berupa individu ataupun kelompok untuk menerapkan perencanaan yang telah di buat, mengkoordinasikan setiap individu atau kelompok terhadap kegiatan-kegiatan yang telah disepakati.
- c. Pengarahan : Pengarahan merupakan proses untuk memberikan motivasi dan arahan kepada karyawan untuk menjaga semangat kerja mereka dan juga dapat melaksanakan kegiatan tersebut secara efisien dan efektif agar dapat mengurangi kendala human error yang sering terjadi.

- d. Pengendalian Pengendalian merupakan pengawasan kegiatan untuk menjaga kesesuaian kegiatan dengan visi dan misi yang telah disepakati, dan juga menjaga kualitas atau standar pada kinerja karyawan untuk dilakukan tindakan koreksi jika dibutuhkan

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen adalah untuk mencapai suatu hasil yang berkenaan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dijalankan dengan baik dan tertata agar dapat memaksimalkan hasil yang dicapai.

2. Teori Pariwisata

A. Definisi Pariwisata

Menurut (UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan), Kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah pusat dan daerah, dan pengusaha. Sedangkan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan daerah (UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lainnya, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata- mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna untuk

bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi kebutuhan yang beragam (Yoeti dalam Yulesti, 2017:1246).

Istilah pariwisata muncul di masyarakat sekitar abad ke-18, khususnya sesudah revolusi industri Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, keluar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apapun, kecuali melakukan kegiatannya bisa menghasilkan upah dan gaji (Muljadi dan Andri Warman, 2019:7). Setiap usaha pariwisata membutuhkan berbagai sarana dan prasarana yang memadai untuk menunjang kebutuhan para wisatawan, salah satunya adalah pelayanan yang maksimal yang dapat membuat wisatawan mendapatkan kemudahan akses berwisata. Dalam pengelolaan pariwisata tidak bisa dipisahkan dari unsur manajemen agar suatu tujuan yang telah dirancang terlaksana dengan baik. Unsur kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan berkaitan satu sama lain. Manajemen memiliki unsur 6M (Hasibuan dalam Pangestu, 2021), meliputi :

1) Man (Manusia)

Manusia merupakan unsur pendukung yang paling penting untuk pencapaian sebuah tujuan yang telah ditentukan sehingga keberhasilan atau kegagalan suatu manajemen tergantung pada kemampuan untuk mendorong dan menggerakkan orang-orang ke arah tujuan yang akan dicapai.

2) Money (Uang);

Segala aktivitas dalam sebuah lembaga tentu membutuhkan uang operasional kegiatan. Karena uang ini akan membantu memberikan dorongan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan;

3) Material (Bahan/Materi);

Dalam proses kegiatan, manusia membutuhkan bahan-bahan atau materi karena materi ini merupakan unsur suatu keberhasilan dalam rangka pencapaian tujuan yang diinginkan;

4) Machine (Mesin);

Peranan mesin sangat dibutuhkan agar proses produksi dan pekerjaan dapat berjalan dengan efisien;

5) Method (Metode);

Untuk pelaksanaan pekerjaan perusahaan perlu membuat alternatif-alternatif cara atau metode agar perusahaan tersebut dapat lebih cepat dan baik dalam menghasilkan barang dan jasa;

6) Market (Pasar);

Bagi kegiatan yang bergerak dibidang wisata, pasar sangat penting sebagai pencapaian tujuan akhir. Pasar yang menghendaki seorang manajer untuk mencapai orientasi.

Melihat beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan orang atau kelompok dengan melakukan perjalanan yang yang membutuhkan adanya pelayanan yang memiliki standar pasti yang akan membuat setiap wisatawan nyaman dan mudah dalam berwisata.

3. Teori Wisata Minat Khusus

A. Definisi Wisata Minat Khusus

Special interest tourism (wisata minat khusus) adalah suatu bentuk perjalanan wisata, di mana wisatawan melakukan perjalanan atau mengunjungi suatu tempat karena memiliki suatu minat atau motivasi khusus mengenai suatu jenis objek atau kegiatan yang dapat ditemui atau dilakukan di sebuah lokasi wisata (Read dalam Wardana, 2017). Weiler and Colin dalam Fauzan (2020) menjelaskan bahwa wisata minat khusus bertumpu pada dua hal pokok, yakni: (1) *novelty seeking* yaitu motivasi pada pencarian terhadap objek dan daya tarik wisata yang unik dan baru, atau pencarian / eksplorasi terhadap lokasi-lokasi baru lebih menantang untuk jenis atraksi wisata yang diamati, (2) *quality seeking*, yaitu motivasi pada pencarian terhadap bentuk-bentuk objek dan daya tarik wisata yang mampu memberikan nilai manfaat yang berarti bagi wisatawan, nilai pengkayaan atau pengembangan diri (enriching), nilai tantangan atau petualangan, serta nilai pengetahuan atau wawasan baru. Salah satu ciri wisata minat khusus adalah adanya *quality experience*. *Quality experience* dalam wisata minat khusus didapat dengan partisipasi aktif. Dengan partisipasi aktif wisatawan, seluruh fisik maupun psikis akan turut merasakan terhadap objek-objek atau kegiatan wisata yang diikutinya.

Parikesit dan Harnowo dalam Wardana (2017) menjelaskan ciri dan karakteristik produk yang diminati wisatawan minat khusus. Pertama, perjalanan wisata yang memberi nilai pengalaman yang diwujudkan melalui keterlibatan aktif dalam suatu kegiatan, dalam menghadapi tantangan, fantasi serta pengalaman-pengalaman eksotik, lebih dari sekadar kegiatan wisata konvensional yang

cenderung pasif. Kedua, perjalanan wisata yang memberi nilai manfaat tahan lama, sebagai perwujudan dari motivasi pengembangan diri, peningkatan rasa percaya diri/ kebanggaan, serta aktualisasi diri melalui bentuk-bentuk interaksi yang mendalam dengan lingkungan alam dan budaya/komunitas lokal. Wisatawan akan semakin selektif dalam memilih jenis kegiatan yang akan mereka ikuti selama melakukan wisata. Ketiga, perhatian pada kelestarian lingkungan. Wisatawan semakin menyadari untuk menempatkan prinsip- 30 prinsip pelestarian dan perhatian terhadap aspek lingkungan fisik dan sosial pada lokasi di mana pariwisata tumbuh dan berkembang, sehingga jenis-jenis produk wisata akan ditekankan pada penghayatan dan kelestarian lingkungan alam dan budaya. Keempat, sepadan dengan nilai-nilai uang yang dikeluarkan. Wisatawan tidak lagi mengejar produk yang murah untuk tujuan wisata, tetapi berani membayar dengan harga lebih untuk nilai kualitas pengalaman yang diperoleh dari kunjungan wisata mereka (value for money).

Pariwisata minat khusus (*special interest tourism*) adalah salah satu jenis pariwisata dimana wisatawananya cenderung mengabaikan jenis produk-produk standard yang berskala massal (*high volume production of standard commodities*) dan beralih pada produk unik yang mempunyai nilai lebih dan beragam (*high value production of unique commodities*) (Weiler dan Hall, dalam Damanik, 2013:158).

Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan bahwa wisata minat khusus merupakan suatu jenis wisata berdasarkan peminatan yang di inginkan oleh wisatawan itu sendiri, hal yang dilakukan dalam wisata minat khusus biasanya berkenaan dengan hobby yang dilakukan oleh wisatawan.

Klasifikasi dari wisata minat khusus sendiri menurut Richardson dan Fluker dalam Sopiani (2018) dibagi menjadi berbagai macam-macam kelompok, seperti dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) *Active Adventur* (Petualangan Aktif) : . *Caving* : a.kegiatan menyusuri goa b. *Parachute Jumping* : kegiatan terjun dengan parasut atau payung c. *Trekking* :melakukan perjalanan bisa menggunakan motor atau mobil d. *Off- Road Adventure* : petualangan mengendarai motor atau mobil di jalan e. *Mountain Climbing* : mendaki gunung
- 2) *Nature and Wild Life* (Alam dan Kehidupan Liar) : a. *Ecotourism* : wisata alam b. *Geology* : geologi c. *National Parks* : taman nasional d. *Rainforest* : hutan hujan
- 3) *Affinity* (Daya tarik) : a. *Artist's Workshop* : lokakarya untuk para seniman b. *Senior Tour* : perjalanan untuk orang yang lebih tua c. *Tour For The Handicapped* : perjalanan untuk mencari rintangan
- 4) *Romance* (romantic) : a. *Honeymoon* : bulan madu b. *Island Vocation* : berlibur di suatu pulau c. *Nightlife* : wisata kehidupan malam d. *Single tour* : perjalanan untuk satu orang e. *Spa/ Hotspring* : wisata pemandian air panas
- 5) *Family* (keluarga) : a. *Amusemen park* : taman bermain b. *Camping* : berkemah c. *Shopping trips* : berbelanja d. *Whalewatching* : menonton pertunjukan ikan paus
- 6) *Soft Adventure* (petualangan ringan) : a. *Backpacking* : berjalan-jalan / petualangan sambil membawa tas ransel b. *Bicycle touring* : petualangan menggunakan sepeda c. *Canoing/ Kayaking* : kegiatan bermain kano atau

sampan d. *Scuba diving/ Snorkelling* : kegiatan 32 menyelam namun hanya di permukaan .air e. *Walking tours* : perjalanan dengan berjalan kaki

7) *History/ Culture* (sejarah/budaya) : a. *Agriculture* : pertanian b. *Art/ Architecture* : seni / bangunan c. *Art Festival* : festival kesenian d. *Film/ Film history* : film sejarah

8) *Hobby* (kegemaran) : a. *Antique* : barang antik (model kuno) b. *Beer festifal* : festival minuman bir c. *Craft tour* : perjalanan wisata menggunakan kapal kecil d. *Gambling* : pertaruhan e. *Videography tour* : membuat video documenter saat berjalan-jalan

9) *Spiritual* (kerohanian) : a. *Pilgrimage/ Mytholigy* : kegiatan ziarah b. *Religion/ Spiritual* : kegiatan yang bersangkutan dengan keyakinan seseorang c. *Yiga and spiritual tours* : kegiatan melatih ketenangan diri dan melakukan perjalanan keagamaan

10) *Sports* (olahraga) : a. *Basketball* : kegiatan bermain basket b. *Car racing* : kegiatan balapan mobil c. *Olympic games* : pertandingan (olimpiade) olahraga d. *Soccer* : permainan sepakbola

4. Teori *Sport tourism*

Konsep pariwisata terkait olahraga semakin menonjol dalam beberapa tahun terakhir karena keduanya merupakan bidang studi akademis dan sebagai produk pariwisata yang kini semakin populer (Gibson dalam Nirwana 2020). Banyak kontroversi mengenai upaya untuk mendefinisikan olahraga, beberapa kritikus bersikeras bahwa definisi yang mencakup semua itu tidak mungkin karena olahraga adalah kegiatan yang dibangun secara sosial yang bervariasi di era

sejarah, masyarakat dan budaya. (Gibson dalam Nirwana 2020). Yang lain berpendapat bahwa olahraga memiliki karakteristik yang spesifik dan tanpa batas waktu, seperti berorientasi pada tujuan, persaingan dan forum untuk menciptakan pemenang dan pecundang kompetitif atau hanya sekedar bersenang-senang (Mutohir dalam Rahadian 2021). *Sport Tourism* atau wisata olahraga adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang dengan tinggal ditempat yang berada di luar lingkungan dan kebiasaannya untuk mempunyai andil dalam acara-acara atau kegiatan olahraga baik secara

Marvin mencotuhkan perdebatan tentang pertandingan adu banteng misalnya, beberapa pakar berpendapat bahwa ini bukan olahraga, diantara argumen mereka ada yang mengatakan bahwa banteng sengaja dilemahkan untuk menjadi tontonan, jadi ini bukan 'kontes olahraga' sama sekali (Marvin dalam Nirwana, 2020). Dilain pihak beberapa sejarawan merasa nyaman dengan istilah olahraga untuk perkelahian gladiator Roma kuno, yang lain menekankan ketidaksetaraan yang melekat antara para kontestan tersebut dan tidak adanya persetujuan terhadap peraturan (Plass dalam Wardana, 2017). Terlepas perdebatan mengenai olahraga namun ada beberapa kesamaan tentang konsep olahraga di antara para ilmuwan.

Berdasarkan definisi diatas dapat dijabarkan bahwa *Sport tourism* meruoakan suatu jenis kegiatan wisata yang berhubungan dengan kegiatan olahraga yang dilakukan dalam penyaluran hobby atau kesenangan wisatawan.

Pariwisata olahraga adalah menjadikan olahraga sebagai tujuan untuk berwisata. Perkembangan olahraga pariwisata sangat berkembang pesat, salah satu

hal yang perlu dikembangkan adalah wisata alam, dimana wisata alam mengajak para wisatawan mengunjungi tempat yang memiliki pemandangan atau keindahan alam mempesona dan memiliki daya tarik untuk dijelajahi dan dinikmati. Pariwisata olahraga mengacu pada pengalaman perjalanan untuk terlibat dalam atau melihat kegiatan yang berhubungan dengan olahraga. Hal ini umumnya diakui bahwa ada tiga jenis pariwisata olahraga: olahraga pariwisata even, pariwisata active sport, dan nostalgia pariwisata sport. (Fuad Damanik, 2019)

5. Teori Industri Sepakbola

Penelitian terhadap konsumsi sepak bola yang dilakukan oleh *Federation Internationale de Football Association* (FIFA) pada tahun 2001 menyimpulkan bahwa saat ini sepak bola adalah cabang olahraga yang paling populer. Kesimpulan tersebut diperkuat dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa lebih dari 240 juta orang memainkan olahraga sepak bola pada lebih dari 200 negara di dunia. (Most-populer.net 2006, Maret 20). Poer dalam Syahputra (2016:1-2) menjelaskan sepak bola adalah bisnis, identitas, politik, dan keyakinan yang termodifikasi melalui penyelenggaraan suatu perayaan yang penuh dengan kegembiraan, sepak bola menjadi sedemikian besar, kuat dan berpengaruh karena sepak bola kini dapat membantu produktifitas mulai dari perseorangan hingga negara.

Menurut Smith dalam Syahputra (2016: 2) menjelaskan, istilah dalam industri sepak bola dapat dijelaskan sebagai sebuah pasar di mana produk dan jasa yang mirip atau berhubungan ditawarkan kepada konsumen, Industri sepak bola melibatkan seluruh supplier produk dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen

olahraga. Industri sepak bola menempatkan diri sejajar dengan industri lainnya, seperti: transportasi atau perdagangan, Hal ini mengarah pada stimulasi pertumbuhan ekonomi pada sektor yang lebih spesifik misalnya unit usaha atau sektor barang seperti perlengkapan dan pernik-pernik sepak bola. Sektor lain yang mendapatkan keuntungan karena terstimulasi oleh industri sepak bola adalah transportasi, hotel, restoran, *event organizer* dan lain sebagainya.

Klub dalam industri sepak bola yang bertanding menawarkan jasa sebagai hiburan yang ditonton dan dirasakan langsung oleh konsumen. Hal ini menjadikan sepak bola bagi pemain tidak lagi hanya sekedar ketangkasan bermain atau bagi pelatih tim sebagai arena adu strategi, namun terdapat tujuan lain berupa bisnis dalam industri sepak bola, pemain maupun pelatih tentunya memiliki harga dan klub sepak bola tentunya berharap memperoleh keuntungan (*return*). Bagi manajemen klub, pemain bukan hanya sebagai obyek olahraga tetapi juga sekaligus menjadi subyek dan obyek ekonomi. Hal ini merupakan salah satu keunikan dan value dalam industri sepak bola. Sebagai subyek olahraga, pemain merupakan penentu kemenangan untuk meraih prestasi, namun sebagai obyek ekonomi, pemain merupakan aset yang dapat menghasilkan pemasukan bagi perusahaan, misalnya, sebagai daya tarik masuknya sponsorship, dan kunjungan penonton atau bahkan dapat di perjualbelikan. (Syahputra 2016: 2-3)

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa industry sepakbola merupakan sebuah industry yang berhubungan dengan kegiatan olahraga sepakbola yang berpotensi untuk menarik berbagai kegiatan ekonomi atau bisnis serta menyejahterakan banyak orang

6. Konsep Potensi

Potensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *potency*, *potential* dan *potentiality*. Masing-masing kata tersebut mempunyai arti tersendiri. Kata *potency* yang berarti kekuatan, daya, tenaga dan kemampuan. Kemudian kata *potential* memiliki arti kemampuan yang terpendam dan memiliki kemungkinan untuk bisa dikembangkan serta dapat menjadi actual (Kartono, 2021). Sedangkan kata *potentiality* berarti karakteristik atau ciri khas yang mempunyai satu kemampuan, daya atau kekuatan bertingkah laku untuk masa mendatang yang dilakukan dengan cara tertentu (Chaplin, James P dalam Akhirin, 2015). Menurut J.S Badudu dalam (Mawadatan warohmah, 2016:9), potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kemampuan, kesanggupan daya. Sedangkan menurut kartasapoetra dalam (Mawadatan Warohmah, 2016:9) , potensi merupakan suatu hal yang dapat dijadikan sebagai bahan atau sumber yang akan dikelola baik melalui tenaga mesin dimana dalam mengerjakannya potensi dapat juga diartikan sebagai sumber daya yang ada disekitar kita.

Potensi wisata menurut Mariotti dalam Oktavia (2016) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian. potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Berdasarkan pengertian diatas, potensi wisata merupakan keadaan yang dapat mendukung perkembangan

obyek wisata, seperti pemandangan alam yang indah, atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomoditas.

Berdasarkan definisi diatas potensi merupakan suatu hal yang ada didalam suatu lingkup yang dapat dimunculkan melalui suatu usaha, sedangkan potensi wisata merupakan suatu hal yang dapat di eksplorasi dari suatu objek wisata untuk dinikmati oleh wisatawan

Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan matching dan adjustment yang terus menerus antara sisi supply dan demand kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan (Nuryanti dalam Kusumastuti, 2020). Sedangkan pengembangan potensi pariwisata mengandung makna upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun nonfisik dari sistem pariwisata sehingga meningkatkan produktivitas. untuk dapat melakukan pengembangan perlu memperhatikan berbagai aspek, suatu objek wisata yang akan dikembangkan harus memperhatikan syarat-syarat pengembangan daerah menjadi objek wisata yang dapat diandalkan, yaitu :

- 1) Seleksi terhadap potensi, hal ini dilakukan untuk memilih dan menentukan potensi objek wisata yang kemungkinan untuk dikembangkan sesuai dengan dana yang ada.

- 2) Evaluasi letak potensi terhadap wilayah, pekerjaan ini mempunyai latar belakang pemikiran tentang ada atau tidaknya pertentangan atau kesalahpahaman antar wilayah administrasi yang terkait.
- 3) Pengukuran jarak antar potensi, sehingga perlu adanya peta agihan potensi objek wisata.

7. Teori Daya Tarik Wisata

Menurut UU No 10 Tahun 2009, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Dari pengertian tersebut dapat dikembangkan bahwa daya tarik wisata harus memiliki prinsip, yaitu :

- 1) Adanya *Something to see*, maksudnya adalah daya tarik wisata harus memiliki sesuatu yang menarik untuk dilihat.
- 2) Adanya *Something to buy*, maksudnya adalah daya tarik wisata harus memiliki sesuatu yang menarik untuk dibeli
- 3) Adanya *Something to do*, maksudnya adalah daya tarik wisata harus memiliki sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan ditempat tersebut.

Objek dan atraksi wisata menurut (Ismayanti 2021) adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri yang mampu mengajak wisatawan berkunjung. Ismayanti juga menjelaskan bahwa “Daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Potensi daya tarik wisata memiliki beberapa tujuan diantaranya; (a) memperoleh

keuntungan baik dari segi ekonomi berupa devisa negara dan pertumbuhan ekonomi serta dari segi sosial berupa peningkatan kesejahteraan rakyat dan menghapuskan kemiskinan, (b) menghapuskan kemiskinan dengan pembukaan lapangan pekerjaan dan mengatasi pengangguran, (c) memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat, sekaligus mengangkat citra bangsa dan memperkuat jati diri bangsa, memupuk rasa cinta tanah air melalui pengusaha daya tarik dalam negeri, (d) melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, sekaligus memajukan kebudayaan melalui pemasaran pariwisata, (e) mempererat persahabatan antar bangsa dengan memahami nilai agama, adat istiadat dan kehidupan masyarakat”. (Ismayanti, 2021).

Pengembangan daya tarik wisata menjadi suatu komponen penting dalam pengelolaan untuk menarik wisatawan berkunjung. Buhalis dalam chaerunissa (2020) menjelaskan pengembangan pariwisata memiliki 6 Komponen pengembangan pariwisata Yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibility dan Available Package*. melalui Komponen 6 A. Definisi sebagai berikut :

- 1) *Attraction* (Atraksi) : merupakan segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata, atraksi dapat dicirikan sebagai bentuk fisik destinasi.
- 2) *Amenities* (fasilitas pendukung) : Merupakan berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan wisatawan pada suatu destinasi, amenities biasa dicirikan sebagai penyediaan fasilitas makanan dan minuman, toilet, klinik, kantor keamanan.

- 3) *Ancillary* (layanan pendukung) : merupakan komponen dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, atau kelompok pengelola destinasi.
- 4) *Activity* (aktivitas) : merupakan hal yang berhubungan dengan kegiatan yang dilakukan pada destinasi dan memberikan pengalaman bagi wisatawan.
- 5) *Acsesibilities* (Akses) : Merupakan hal yang berhubungan dengan fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan untuk menuju destinasi.
- 6) *Avalaible Package* (Paket wisata) : merupakan hal yang berhubungan dengan paket wisata yang tersedia pada daya Tarik wisata

Upaya mengefektifkan pengelolaan dan pengembangan obyek maupun kawasan-kawasan wisata perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu dengan mengantisipasi berbagai pengembangan dilingkungan internal maupun eksternal yang ada, termasuk didalamnya kecenderungan maupun tren pariwisata dalam konteks global (Suryono, 2005). Pengelolaan ODTW memerlukan beberapa hal yang harus dilakukan antara lain:

- 1) Perlu pembentukan forum rembug masyarakat setempat untuk membahas pengembangan ODTW tematis keagamaan/ziarah muslim dengan tepat memperhatikan potensi kekayaan budaya lokal yang ada.
- 2) Untuk pengembangan ODTW tematis ini, perlu dilengkapi dengan pembuatan rencana induk pengembangan (*master plan*). RTBL (Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan) dan dibahas secara lintas sektoral. Termasuk pula persyaratan-persyaratan teknis untuk pendirian suatu bangunan (*Building code*).

3) Untuk pengelolaannya, perlu dikembangkan pula “*Collaborative Management*” antara Instansi-Instansi yang berkepentingan (lintas sektor) dengan maksud untuk tetap menjaga kelestarian sejarah dan budaya yang ada. 4) Adapun pola-pola kerjasama lintas sektor yang harus dikembangkan untuk pengelolaan ODTW ini adalah dengan semangat 4(empat) M :

- 1) *Mutual respect* (saling menghormati)
- 2) *Mutual trust* (saling percaya)
- 3) *Mutual responsibility* (saling bertanggung jawab)
- 4) *Mutual benefit* (saling memperoleh manfaat). (Suryono, 2005).

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai dasar penyusunan penelitian ini maka penting adanya untuk mengetahui hasil penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas tamu, yaitu:

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1	POTENSI <i>SPORT TOURISM</i> SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI MALANG RAYA (Studi kasus pada klub sepakbola Arema FC)	Angga Putra Wardana & Brillyan Dus Sanawiri (2018)	Hasil penelitian menemukan bahwa (1) Berbagai potensi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang Arema FC sebagai daya tarik <i>Sport tourism</i> (2) Berbagai Strategi-strategi pengembangan kedepan khususnya Arema FCC sebagai daya tarik <i>Sport tourism</i> .

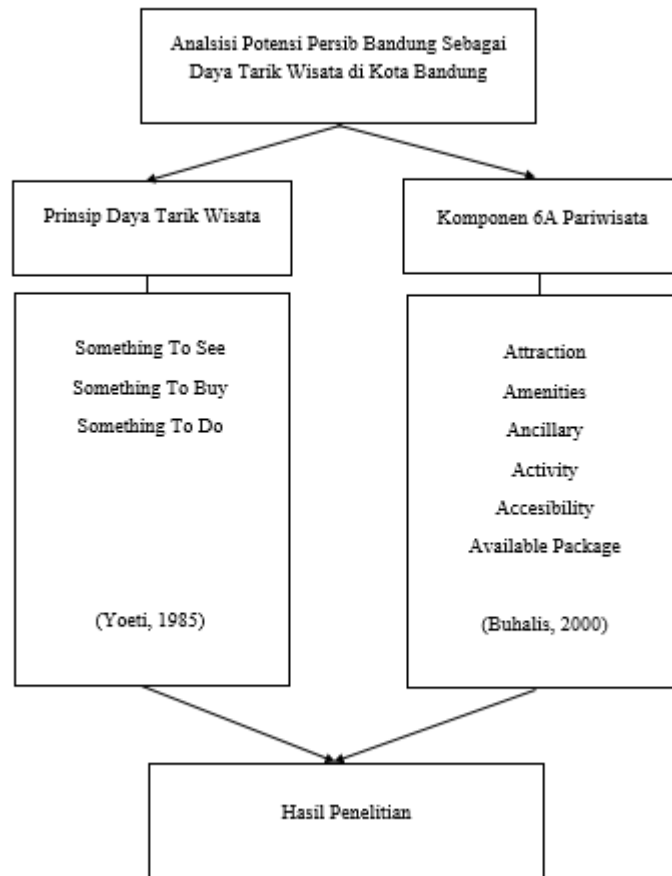
2	Dampak Ekonomi dari Sport Industry, <i>Sport tourism</i> , dan Sport Science di Era Pasca Pandemi Covid'19	Titik Purwanti, Kun Ismawati, & Ambyah Atas Aji	<i>Sport tourism</i> memiliki dampak ekonomi di era pasca pandemi
3	<i>The Perceived Impacts of Sport tourism: An Urban Host Community Perspective</i>	Hritz dan Ross (2010)	Hasil analisis menunjukkan empat faktor struktur yakni; manfaat sosial, manfaat lingkungan, manfaat ekonomi, dan dampak negatif umum. Manfaat sosial dan ekonomi merupakan prediktor kuat untuk mendukung pengembangan pariwisata olahraga lebih lanjut yang menunjukkan identifikasi yang kuat dengan keunggulan wisata olahraga di kota Indianapolis, seperti meningkatnya identitas budaya dan peluang interaksi sosial.
4	<i>Soccer Specific Stadiums and Designated Players: Exploring the Major League Soccer Attendance Assumption</i>	Parrish (2013)	1) Menunjukkan adanya hasil yang positif pada statistik, yakni keterkaitan antara pertandingan, pemain, dan kepuasan penonton 2) Penjualan tiket bukan satu-satunya sumber pemasukan

5	<i>Football Impacts on the Gozitan Tourism Industry</i>	Cassar (2015)	Gozo memiliki potensi bagus dalam hal sepak bola dan pariwisata. Orang asing selalu meninggalkan pulau ini dengan bahagia dan puas dengan semua yang ditawarkannya.
---	---	---------------	---

Sumber : Olah Data, 2022

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai dasar dari peneliti, supaya peneliti fokus terhadap apa yang diteliti. Berikut adalah bagian dari kerangka pemikiran penelitian.



Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

BAB III

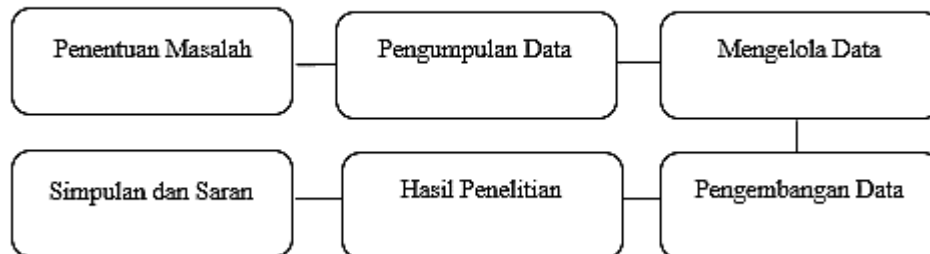
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif termasuk metode penelitian kualitatif (*qualitative Reseach*). Tujuan penelitian kualitatif untuk menjelaskan fenomena dengan dalam-dalam melalui pengumpulan data, penelitian ini tidak mengutamakan ukuran populasi atau sampling, jika data terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling. Di sini penekanannya adalah masalah ke dalam (kualitas) dan tidak begitu banyak jumlah data.

Penelitian kualitatif ini secara teknis merupakan penelitian yang merujuk pada pengumpulan data terhadap fenomena yang ingin diteliti dan tidak mengutamakan ukuran dari populasi sampel karna sifatnya yang bukan kuantitatif seperti penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan karakteristik orang, situasi atau kelompok tertentu, penelitian deskriptif menggambarkan situasi atau kejadian. Dalam penelitian deskriptif dijelaskan secara mendetail suatu karakteristik, keadaan, maupun kekhasan yang menjadi gambaran terhadap individu, situasi, tempat, atau kelompok tertentu.

3.2 Desain Penelitian



Gambar 3 1 Desain Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

3.3 Klarifikasi Konsep

Pengertian kerangka berpikir Menurut pendapat Sapto Haryoko (Sugiono 2015), yaitu Kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut. Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Kerangka Konseptual yang dibuat peneliti mendeskripsikan tentang Potensi *Sport tourism* dalam lingkup klub sepakbola Persib Bandung sebagai daya tarik wisata dan peranannya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Bandung, dalam penelitian ini penulis menggunakan teori menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), dan *Conclusion Drawing* (Verification).

Analisis Potensi Sport Toursim pada Persib Bandung nantinya di klasifikasikan kepada prinsip daya tarik wisata (Yoeti, 1985) dalam prinsip *Something To See*, *Something To Buy*, dan *Something To Do* serta dalam pengembangan potensi daya tarik (Buhalis dalam chaerunnisa 2020) dalam komponen *Attraction*, *Amenities*, *Ancillary*, *Activity*, *Acsecibilities* dan *Available Package*. yang nantinya akan dilakukan observasi secara langsung dan dirangkum dalam suatu hasil dan kesimpulan penelitian sebagai literasi *Sport tourism* Persib Bandung dan Kota Bandung.

3.4 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018) pengumpulan data menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder didapatkan melalui studi dokumentasi dan studi literatur.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016), data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Ibrahim (2015:79), mengumpulkan data adalah suatu pekerjaan penting dan sangat menentukan dalam suatu penelitian. Penggunaan teknik pengumpulan data yang tepat dalam penelitian memungkinkan diperolehnya data dan hasil yang objektif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun penjelasan masing-masing metode tersebut sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Bungin dalam Ibrahim (2015:81), observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya, disamping indra lainnya seperti telinga, hidung, mulut, dan kulit. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur yang sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti

dan mencatat apa yang dikemukakan oleh beberapa staff sehingga dapat memahami permasalahan dalam pengelolaannya secara keseluruhan

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti melakukan wawancara terhadap narasumber, dengan daftar narasumber sebagai berikut :

- 1) Manajemen Persib Bandung
- 2) Kepala Toko *Persib store*
- 3) Perwakilan Komunitas Supporter Persib
- 4) Konsumen *Persib store*

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dan informasi melalui pembacaan literatur atau sumber-sumber tertulis seperti buku-buku, penelitian terdahulu, makalah, jurnal, artikel, hasil laporan dan majalah yang berkaitan dengan penelitian (Bungin dalam Ibrahim, 2015). Dengan teknik ini peneliti dapat mengumpulkan berbagai referensi tentang potensi sport tourism pada Persib Bandung.

4. Dokumentasi

Menurut Sedarmayanti dalam Mahmud (2011:183), dokumen adalah catatan tertulis yang isinya berupa pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah

3.6 Teknik Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa uji kredibilitas atau validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai atau nilai kebenaran penelitian. Uji kredibilitas yang digunakan pada penelitian ini yakni metode triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini sebagai upaya pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara berbagai waktu. Berikut merupakan triangulasi yang digunakan dalam uji kredibilitas.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan proses pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek kembali data yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda. Data yang diperoleh dari beberapa sumber berbeda tersebut kemudian dianalisis dengan dideskripsikan dan dikategorikan sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan. Selanjutnya kesimpulan tersebut diminta kesepakatan (member check) kepada pemilik sumber data (narasumber) dalam pengambilan data.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan proses pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Jika hasil dari teknik yang berbeda tersebut menghasilkan data yang tidak sesuai, maka peneliti perlu melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan proses pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pengambilan data dengan beberapa teknik dalam waktu atau situasi yang berbeda. Jika hasil uji menunjukkan hasil yang berbeda, maka perlu dilakukan secara berulang-ulang sampai ditemukan kepastian dari data tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2016) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut Sugiyono (2020) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang paling penting dan yang akan di pelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), dan *Conclusion Drawing* (Verification). Dengan penjabaran sebagai berikut :

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhana, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya dengan maksud menyisakan data atau informasi yang tidak relevan kemudian data tersebut diverifikasi. Proses reduksi data ini memerlukan sebuah ketelitian dan kerincian akan data yang diperoleh dari lapangan. Adanya reduksi data juga dapat mempermudah dan memberi gambaran kepada peneliti untuk melakukan pengambilan data selanjutnya. Proses reduksi data ini juga memerlukan alat bantu elektronik guna memudahkan prosesnya.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Display data merupakan pendiskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami. Selain itu, juga disajikan dalam bentuk bagang, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya.

3. *Conclusion Drawing* (Verification)

Conclusion Drawing merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Penelitian harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu

dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kaca mata key information dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pandangan etik).

DAFTAR PUSTAKA

- A.J Muljadi dan Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*, Depok: Rajagrafindo Persada.
- Abdillah, D. P. R. (2015). *Analisis Tata Kelola PT Persib Bandung Bermartabat* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Adam, A. R., & Ali, D. S. F. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Persib Bandung Dalam Membangun Brand Image Sebagai Klub Sepak Bola Profesional*. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Al Kahfi, G., & Nugraha, R. N. (2022). The effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on tourist satisfaction in Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol After The Implementation of The Covid-19 Vaccination. *Trj Tourism Research Journal*, 6(1), 127-139.
- Alkahfi, G., Dewi, L., & Maranisya, U. (2022). The Influence Of Guest Stars, Prices, And Event Marketing On The Decision Of Tourists Visiting The Allobank Festival. *International Journal Of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 2(2), 306-314.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arief Rizal, M. (2017). *Perancangan Galeri Persib Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group

- Coakley, J. 2001 *Sport in Society: Issues and Controversies 7th edition*. Boston: McGraw-Hill.
- Damanik, F., Rahayu, T., & Setyawati, H. (2019). *The Analysis of the Potential of Sports Tourism in Simalungun Regency*. *Journal of Physical Education and Sports*, 8(6), 198-203.
- Fajri, K., Riana, N., & Kartika, T. (2019, December). *Asian Games 2018 As A Sport Tourism Element In The Itinerary Of Inbound Tour*. In *1st International Conference One Belt, One Road, One Tourism (ICOBOROT 2018)* (pp. 99-105). Atlantis Press.
- Feriyanto, Andri & Shyta Triana, Endang (2015). *Pengantar Manajemen (3 in 1)*, Penerbit Media Tera, Yogyakarta.
- Gibson, Heather, dkk. 2003. *Small-scale Event Sport tourism: Fans as Tourists*. *Tourism Management*, Vol. 24, p.181–190
- Gibson, Heather. 1998. *Sport tourism: A Critical Analysis of Research*. *Sport Management Review*, Vol.1, p
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Gustian, G. A., Maranisya, U., & Nugraha, R. N. (2023). Jakarta international stadium: New destination for Jakarta tourism. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(1), 13-20.
- Hall, C. Michael. 1995. *Introduction to Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development 2nd edition*. Melbourne: Longman

- Hapsari, I., & Wibowo, I. (2015). *Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola. Jurnal Psikologi*, 8(1).
- Hasan, S., Diwyarthi, N. D. M. S., Nugroho, H., Muniarty, P., Santoso, A., Sarjana, S., ... & Tarigan, B. A. (2022). *Pengantar Manajemen*. Get Press.
- Hasibuan, M. S. (2007). *Manajemen: dasar, pengertian, dan masalah*.
- Hasibuan, Malayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hinch, Thomas dan James Higham. 2004. *Sport tourism Development*. Clevedon: Channel View Publications.
- Hollander, G, dkk. 1982. *Energy and the Australian Tourism Industry*. Canberra: Bureau of Industry Economics.
- Hritz, Nancy dan Craig Ross. 2010. *The Perceived Impacts of Sport tourism: An Urban Host Community Perspective*. *International Journal of Sport Management*, Vol.24, p.119-138
- Ismail, O. A., & Chasbi, I. J. (2018). *KONSTRUKSI IDENTITAS KELOMPOK SUPORTER FLOWERS CITY CASUALS (Studi Fenomenologi Terhadap Kelompok Suporter Flower City Casuals Dalam Mendukung Persib Bandung)*. *Ensains Journal*, 1(2), 83-88.
- Jack, Gavin dan Alison Phipps. 2005. *Tourism and Intercultural Exchange: Why Tourism Matters*. Clevedon: Channel View Publications.

- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke sebelas*. Jakarta: PT. Tema Baru.
- Lupikawaty, M., Wilianto, H., & Sriwijaya, P. N. (2013). *Potensi Sport tourism di Kota Palembang: Perspektif Ekonomi. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, 3(2)*.
- Mahyudi, Y. V. Potensi *Sport tourism* di Indonesia. *Bunga Rampai Desain Besar Olahraga Nasional menuju Indonesia Emas, 99*.
- Mallen, Cheryl dan Adams L. J. 2008. *Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions*. Oxford: Elsevier Inc.
- Parrish, Charles. 2013. *Soccer Specific Stadiums and Designated Players: Exploring the Major League Soccer Attendance Assumption*. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism, Vol.12, p.57-70*.
- Putri, G. S., & Amalia, A. M. C. (2020). *Model Komunikasi Pemasaran Terpadu Sport tourism di Kabupaten Malang. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 1-20*.
- Richardson, John I dan Martin Fluker. 2004. *Understanding and Managing Tourism. Australia: Person Education Australia, NSW Australia*
- Ritchie, W. Brent dan Daryl Adair. 2004. *Sport tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications.

- Ross , Stephen D. 2001. *Developing Sports Tourism: An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners*. University of illinois at UrbanaChampaign: National Laboratory for Tourism and eCommerce.
- Sugiyono, D. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*.
- Syahputra, Iswandi. 2016, *Pemuja Sepak Bola: Kuasa Media dan Budaya*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia
- Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung)*. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 202-208.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Bab IV Pasal 16 tentang kepariwisataan.45–76.
- Wardana, A. P. (2017). *Potensi Sport tourism Sebagai Daya Taik Wisata Di Malang Raya (Studi Kasus pada klub sepakbola Arema FC)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Widjayana, L., Asmawi, M., Tangkudung, J., & Lengkana, A. S. (2022). *Club Licencing Regulations (CLR) on Infrastructure Aspect in PSSI Bandung and Persib Bandung Football Club: An Evaluation Study*. *Kinestetik: Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 6(3), 417-432.
- Yulesti, Afdia. 2017. *Analisis Kelayakan Danau Tajwid (Kajuid) Sebagai Objek Wisata Di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan*. Pekanbaru:JOM Fekon. Vol. 4, No. 1: 1244-1254