

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam dunia olahraga futsal, turnamen memiliki peran penting sebagai sarana kompetisi, pengembangan bakat, serta membangun semangat sportivitas di kalangan peserta (Salam dkk., 2021). olahraga tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas fisik, tetapi juga berperan dalam aspek psikologis untuk mendukung dan meningkatkan kesehatan individu secara holistic (Rusydy dkk., 2024). Melalui penyediaan akses terhadap fasilitas olahraga yang memadai, pelatihan yang berkualitas, serta pembinaan mental yang menyeluruh, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pencapaian prestasi atletik, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kepemimpinan, kerja sama tim, dan kedisiplinan yang dapat memberikan dampak positif jangka panjang dalam kehidupan para pelajar (Ramadhan, 2024). Peran turnamen pelajar ini menjadi *grassroots* yang akan sangat berdampak pada prestasi tim nasional futsal Indonesia dan Liga Futsal Indonesia dalam jangka panjang yang dimana sudah terbukti dengan kebiasaan anak-anak muda bermain “spek bola skala kecil 5 vs 5” di komplek tempat tinggal mereka yang bisa masuk dalam kategori olahraga futsal yang sudah dilakukan sejak lama dan banyaknya jumlah turnamen futsal pelajar di setiap daerah dapat dilihat keterkaitannya dengan prestasi tim nasional futsal Indonesia yang berada di peringkat 21 dunia dari 211 negara, peringkat 4 Asia dari 46 negara, dan peringkat 2 Asia Tenggara dari 11 negara.

Salah satu turnamen yang berkembang pesat di tingkat pelajar adalah Liga Tendang Bola, sebuah turnamen futsal antar sekolah yang diselenggarakan di berbagai kota, satu kota pada tahun pertama, dua kota pada tahun kedua, empat kota

pada tahun ketiga, dan akan bertumbuh disetiap tahunnya. Sejak penyelenggaraan pertama pada tahun 2023, turnamen ini telah menarik perhatian banyak sekolah dan menjadi ajang bergengsi bagi para siswa untuk menunjukkan kemampuan mereka di bidang olahraga futsal. Bahkan ditahun ketiga pada tahun 2025, Liga Tendang Bola hadir di empat kota dan Surabaya menjadi kota pertama Liga Tendang Bola *Series 2025* yang diselenggarakan pada hari sabtu dan minggu selama bulan Januari sampai dengan Februari 2025 dengan menghadirkan 60 Tim futsal dari sekolah yang berbeda dengan 48 tim dari jenjang SMA/SMK dan 12 tim dari jenjang SMP di Surabaya dan Sidoarjo serta menarik 67.369 suporter dan 1.796 penonton umum selama 9 hari pelaksanaan.

Dalam penyelenggaraan sebuah turnamen olahraga seperti Liga Tendang Bola, pengalaman *audience* menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan *event*. *Audience* tidak hanya hadir untuk menonton pertandingan, tetapi juga terlibat dalam keseluruhan pengalaman mulai dari akses informasi, kenyamanan tempat, pelayanan panitia, hingga persepsi terhadap reputasi turnamen. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti kualitas layanan, harga, dan citra turnamen (*brand image*) menjadi aspek krusial yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka.

Pada edisi turnamen sebelumnya, Liga Tendang Bola menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta maupun penonton. Namun, beberapa umpan balik dari *audience* di media sosial dan kanal komunikasi resmi menunjukkan adanya variasi persepsi terhadap ketepatan jadwal pertandingan, kenyamanan fasilitas penonton, serta nilai dari harga tiket yang dibayarkan. Selain itu, sebagai

turnamen yang masih berkembang dan belum memiliki reputasi sebesar liga antar pelajar nasional lainnya, citra atau *brand image* Liga Tendang Bola masih perlu diperkuat agar dapat menciptakan loyalitas *audience* yang berkelanjutan.

Kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti ketepatan waktu pertandingan, fasilitas pendukung, serta pelayanan panitia yang ramah dan sigap (Haryono, 2023). Harga, menurut Kotler dalam Gunarsih (2021), adalah sejumlah nilai yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu layanan. Sementara itu, brand image merujuk pada persepsi dan keyakinan konsumen terhadap sebuah merek atau *event*, yang terbentuk melalui pengalaman dan ekspektasi (Hasan dalam Sinaga, 2022). Ketiga faktor ini diyakini memiliki peran dalam membentuk kepuasan *audience* terhadap *event* yang dihadiri.

Kepuasan *audience* merupakan evaluasi emosional terhadap pengalaman mereka selama mengikuti turnamen, yang dapat tercermin dalam bentuk perasaan senang, kecewa, atau netral (Damongilala et al., 2023). *Audience* yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas lebih tinggi, seperti keinginan untuk hadir kembali di *event* berikutnya atau merekomendasikan turnamen kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat berdampak pada penurunan minat serta membentuk persepsi negatif terhadap turnamen.

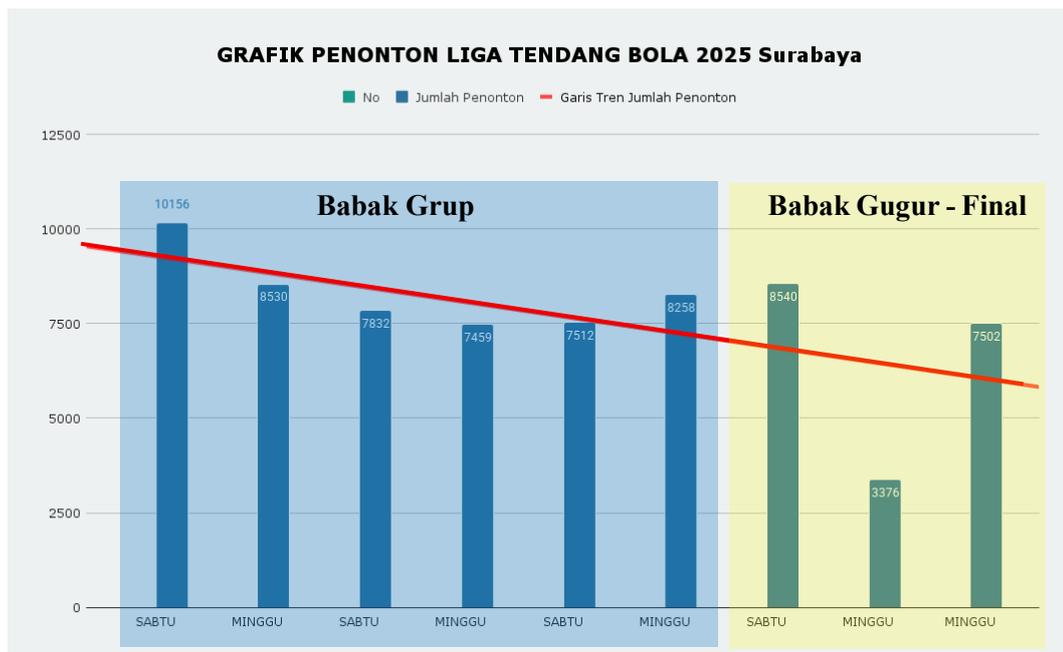
Berdasarkan hal tersebut, maka pemahaman mengenai hubungan antara kualitas layanan, harga, brand image, kepuasan, dan loyalitas *audience* menjadi sangat penting bagi pengelola Liga Tendang Bola untuk merancang strategi pengembangan event di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan *brand image* terhadap kepuasan dan loyalitas

*audience* menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS). Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar variabel yang kompleks, termasuk pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi, serta tidak bergantung pada distribusi data yang ketat.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tiket Liga Tendang Bola Surabaya bulan Januari – Februari 2025

No	Hari	Jumlah Tim	Jumlah Penonton	Fase
1	Sabtu	30	10156	<i>grouping</i>
2	Minggu	30	8530	<i>grouping</i>
3	Sabtu	30	7832	<i>grouping</i>
4	Minggu	30	7459	<i>grouping</i>
5	Sabtu	30	7512	<i>grouping</i>
6	Minggu	30	8258	<i>grouping</i>
7	Sabtu	32	8540	<i>knockout</i>
8	Minggu	24	3376	<i>knockout</i>
9	Minggu	12	7502	<i>Knockout Final</i>

(Sumber: data penelitian)

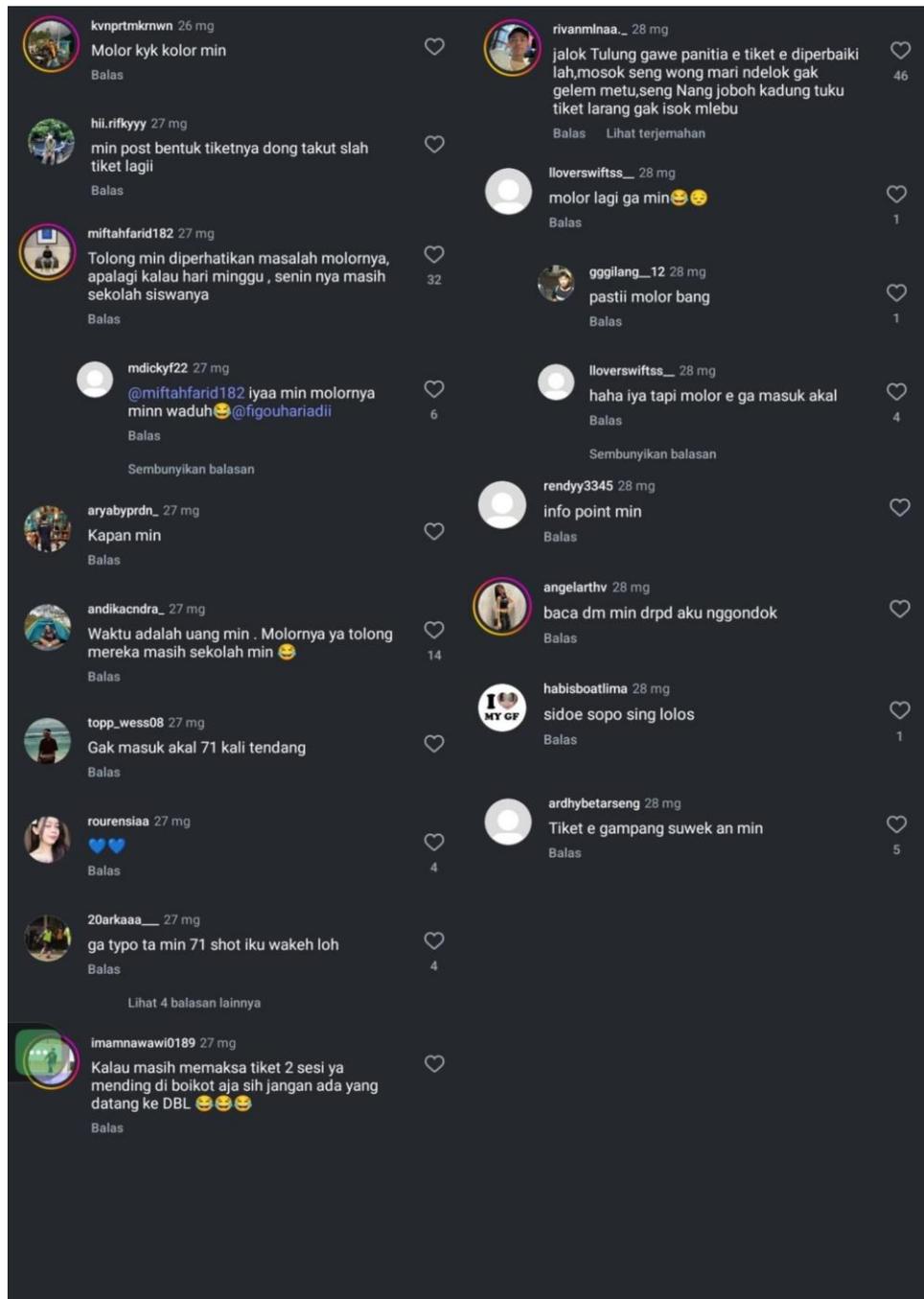


Gambar 1.1 Grafik Penonton Liga Tendang Bola 2025



Gambar 1.2 Grafik Penonton Liga Tendang Bola 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 data penjualan tiket ditahun 2025 selama 9 hari menunjukkan pergerakan yang cenderung mengalami penurunan pembelian tiket. Jika dilihat pada tabel 1.1 jumlah tim di hari pertama sampai dengan hari keenam selalu sama dan setiap tim bermain satu kali dalam satu minggu yang dimana sistem jadwal seperti ini adalah upaya perbaikan dari promotor berkaca pada LTB 2024 agar setiap *audience* memiliki jarak satu minggu yang bisa digunakan untuk menabung dan agar grafik pembelian tiket tetap stabil atau meningkat dari hari pertama. Akan tetapi, yang terjadi dilapangan adalah penurunan pembelian tiket dari hari pertama walaupun tidak se-ekstrem penurunan yang terjadi di LTB 2024 yang bisa dilihat pada tabel 1.2.



Gambar 1.3 Keluhan *audience* Liga Tendang Bola 2025

Hasil observasi terhadap komentar *audience* di media sosial resmi Liga Tendang Bola mengungkapkan adanya keluhan yang dapat dikategorikan sesuai dengan variabel penelitian. Pada aspek kualitas layanan, beberapa komentar

menyoroti keterlambatan jadwal pertandingan (“molor”), kesalahan informasi jumlah tembakan, serta pelayanan panitia yang kurang responsif. Permasalahan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan *audience* dengan kenyataan di lapangan.

Pada aspek harga, keluhan muncul terkait kebijakan tiket dua sesi yang dianggap memberatkan dan menurunkan minat sebagian penonton. Hal ini mencerminkan adanya ketidakpuasan terhadap nilai yang dirasakan dibandingkan harga yang dibayarkan.

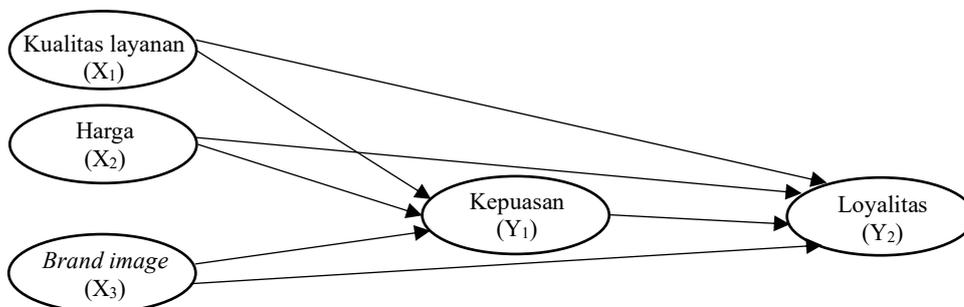
Sedangkan pada aspek brand image, keluhan berulang terkait pelayanan dan sistem tiket berpotensi menurunkan persepsi positif terhadap turnamen. Citra negatif ini dapat memengaruhi minat *audience* untuk kembali hadir pada penyelenggaraan berikutnya.

Hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan kepuasan dan loyalitas *audience* menjadi penting untuk dianalisis. Ketidakpuasan yang bersumber dari kualitas layanan, harga, atau brand image yang kurang baik dapat mengurangi loyalitas *audience*, seperti keinginan untuk hadir kembali atau merekomendasikan turnamen kepada orang lain.

Metode *Partial Least Squares* (PLS) merupakan pendekatan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) melalui indikator-indikator terukur. PLS memiliki keunggulan dalam menangani model yang kompleks dengan jumlah sampel kecil (Purwanto dkk., 2021). Dalam penelitian ini, PLS digunakan untuk menguji pengaruh langsung kualitas layanan,

harga, *brand image* terhadap kepuasan dan loyalitas *audience*. Dengan metode ini, dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas *audience* di Liga Tendang Bola.

Dengan memahami hubungan ini, diharapkan pihak penyelenggara dapat merumuskan strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran, menjaga kepuasan *audience*, dan membangun loyalitas yang berkelanjutan. Hal ini menjadi krusial dalam menghadapi persaingan di dunia penyelenggaraan turnamen olahraga yang semakin kompetitif dan meningkatkan daya tarik Liga Tendang Bola di masa yang akan datang.



Gambar 1 4 Kerangka Konseptual Penelitian

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada turnamen futsal Liga Tendang Bola 2025 Surabaya dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?

3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
6. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan *audience* terhadap loyalitas pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?
8. Bagaimana persamaan struktural kualitas pelayanan, harga, *brand image* terhadap kepuasan dan loyalitas *audience* Liga Tendang Bola 2025 Surabaya?

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dari topik bahasan penelitian ini, maka diperlukan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuisisioner melalui media saluran whatsapp official Liga Tendang Bola.
2. Penelitian ini dibatasi pada *audience* yang hadir secara langsung dan mengikuti pertandingan Liga Tendang Bola pada musim kompetisi tahun 2025 di wilayah Surabaya khususnya di Jawapos Arena, serta memiliki pengalaman terhadap layanan yang diberikan selama acara berlangsung.

#### **1.4 Asumsi**

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden mampu memahami dan memberikan jawaban yang jujur terhadap item-item kuesioner yang disajikan.
2. Tidak ada gangguan eksternal yang signifikan selama proses pengumpulan data (seperti perubahan layanan drastis atau perubahan lokasi acara).
3. Tidak ada perubahan kebijakan yang signifikan dari promotor selama penyelenggaraan acara.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.

6. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan *audience* terhadap loyalitas *audience* pada turnamen Liga Tendang Bola 2025 Surabaya.
8. Untuk mengetahui persamaan struktural kualitas pelayanan, harga, *brand image* terhadap kepuasan dan loyalitas *audience* Liga Tendang Bola 2025 Surabaya

## 1.6 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penyusunan penelitian tugas akhir ini dapat bermanfaat, sebagai berikut:

1. Menambah referensi ilmiah mengenai hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks penyelenggaraan turnamen olahraga, khususnya di tingkat pelajar.
2. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian di bidang manajemen layanan dan perilaku konsumen menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS).

### b. Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan kepada penyelenggara Liga Tendang Bola mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas peserta.

2. Membantu penyelenggara dalam merumuskan strategi perbaikan kualitas layanan agar dapat meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas peserta di masa mendatang.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, batasan-batasan permasalahan dalam penelitian, asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, menjelaskan manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dan menjelaskan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan dasar teori-teori yang berkaitan dalam penulisan objek kerja praktek di *event* mengenai *management*, *event tournament*, *futsal*, *grassroot*, kualitas pelayanan, kepuasan *audience*, loyalitas, *Partial Least Squares* (PLS), Penelitian terdahulu.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang langkah-langkah penyelesaian masalah secara sistematis yang dilakukan peneliti dalam menyelesaikan tantangan mulai dari perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, studi pustaka, identifikasi dan definisi variabel, pengumpulan data, dan metode yang digunakan dalam pengolahan data yang didapatkan.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan tentang tahapan pengumpulan data, pengolahan data, dan juga analisis data yang telah dikumpulkan. Hasil dari pengolahan data tersebut diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan analisis bagi perusahaan dalam menindak lanjuti penyelesaian permasalahan yang sedang dihadapi.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan terkait analisis pengolahan data yang dilakukan. Kesimpulan tersebut harus menjawab tujuan dari permasalahan yang diteliti di perusahaan, yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu terdapat saran yang diperlukan untuk memperbaiki penelitian lebih lanjut yang relevan dengan topik yang diangkat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**