

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri event di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan pasca-pandemi, didorong oleh pemulihan ekonomi, dukungan pemerintah, dan peningkatan minat wisatawan domestik maupun internasional (Kemenparekraf, 2024). Harry D. Nugraha selaku Pendiri Indonesia Professional Organizer Summit (IPOS) mengungkapkan bahwa pada tahun 2022, nilai bisnis *event* di Indonesia mencapai Rp. 34,5-164,4 Triliun, dengan jumlah 1.725-2.950 *event* per-tahun (Suara.com, 2024).

Menurut *Accepted Practices Exchange* (APEX), *event* didefinisikan sebagai kegiatan yang terselenggara secara terorganisir, seperti *meeting*, *convention*, *exhibition*, *special event*, *gala dinner*, dll. Getz (2005) juga menambahkan, salah satu prinsip utama dalam setiap *event* adalah sifatnya yang sementara, dan bahwa “*Every such event is unique stemming from the blend of management, program, setting and people*”. Selain itu, *event* memiliki fungsi penting untuk menarik wisatawan, menciptakan citra positif untuk suatu destinasi, serta dapat bertindak sebagai penggerak juga katalisator di suatu lokasi, wilayah, atau negara tertentu (Getz & Page 2015).

Salah satu jenis *event* yang dapat menarik perhatian wisatawan adalah event olahraga atau *sport event*. Mendukung pernyataan tersebut, Bowdin et al., (2006) menjelaskan bahwa, *sport event* merupakan bagian

penting yang terus berkembang dalam industri *event*, mencakup berbagai jenis olahraga individu maupun *event* multi-olahraga seperti Olimpiade, *Commonwealth Games*, dan *Masters Games*. Kemampuannya dalam menarik wisatawan serta mendapat perhatian media dan memberikan dampak ekonomi, menjadikannya sebagai fokus utama dalam strategi event pemerintah dan program pemasaran destinasi. Menurut Parent dan Chappelet (2015), *sport events* merupakan istilah yang mencakup berbagai kegiatan, mulai dari kompetisi olahraga lokal hingga Olimpiade. *Event* ini tidak hanya melibatkan pertandingan antara atlet profesional atau partisipasi massal, melainkan juga merupakan momen sosial dan media yang menghubungkan banyak orang serta berbagai aktivitas *sporting competition*.

Data dari *website* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa lari menjadi tren yang muncul ditengah-tengah Masyarakat Indonesia. Event lari ini semakin diminati setelah masa pandemi COVID-19 dinyatakan usai. Dengan munculnya tren olahraga lari dan tingkat antusiasme masyarakat, para penyelenggara event memanfaatkan momen ini untuk membuat event-event lari di berbagai tempat (Kemenparekraf, 2024). Beberapa contoh *event* lari yang diselenggarakan di Indonesia dan mendapat banyak perhatian dari mancanegara adalah Borobudur Marathon, Maybank Marathon Bali, Bromo Marathon dan lain-lain.

Berdasarkan data yang telah diolah oleh Kompas, terjadi pertumbuhan jumlah lomba olahraga lari yang terus meningkat 4,42 kali

lipat mulai dari tahun 2022 hingga 2024 dengan seluruh tiket yang terjual habis, dan setidaknya sudah ada 70 lomba yang diumumkan akan terselenggara pada tahun 2025. Salah satu *event* lari yang populer dan cukup dikenal oleh masyarakat adalah Maybank Marathon (Kompas, 2024).

Berdasarkan *website* Maybank Marathon, *event* ini merupakan ajang lomba lari tahunan yang diselenggarakan oleh Maybank Indonesia sejak tahun 2012 di Bali. *Event* ini menjadi salah satu destinasi utama wisata olahraga (*sport tourism*), *event* ini merupakan *event* atletik internasional yang memadukan keindahan alam budaya khas Bali, serta keramahan masyarakat setempat (Maybank, 2022).

Pelari dapat memilih beberapa kategori lomba, mulai dari Marathon 42,195 km, Half Marathon 21,0975 km, 10k, *Wheelchair*, dan *Children Sprint* untuk edisi tertentu, serta sub kategori Indonesia Fast Runner, di mana pelari berprestasi dapat melanjutkan lomba di Boston Marathon tahun berikutnya. Menurut data dari *website* jadwallari, *event* ini berhasil menarik ribuan peserta dari seluruh dunia. Misalnya, *event* ini melibatkan 12.700 pelari dari 57 negara, termasuk Kenya, Ethiopia, Jepang, Amerika, Australia, dan sejumlah negara Eropa pada tahun 2024 (Jadwallari, 2025).

TABEL 1
JUMLAH PESERTA MAYBANK MARATHON

Tahun	Peserta	Sumber
2019	11.600 Peserta	https://www.bola.com/ragam/read/4057973/pelari-kenya-mendominasi-marathon-bali-2019?page=2
2021	5.000 Peserta	https://www.acnnewswire.com/docs/Multimedia/Maybank_Marathon_2022.pdf
2022	10.000 Peserta	https://www.acnnewswire.com/docs/Multimedia/Maybank_Marathon_2022.pdf
2023	13.600 Peserta	https://katadata.co.id/berita/nasional/64ea0b952b816/maybank-marathon-2023-catat-rekor-jumlah-peserta
2024	12.700 Peserta	https://sport.detik.com/sport-lain/d-7507559/12-700-pelari-dari-57-negara-antusias-ramaikan-maybank-marathon-2024

Pada tahun 2023, Maybank Marathon dikelola oleh salah satu perusahaan *event organizer* yaitu PT. Drupadi Artha Mulia Nusantara (Damn Inc) melalui proses *pitching*. *Pitching* sendiri menurut Berridge (2007), merupakan proses menyampaikan ide-ide konsep penawaran secara langsung kepada klien, yang menjadi tahap penentuan apakah kontrak kompetitif untuk menyelenggarakan acara akan dimenangkan atau tidak. Namun, pada tahun 2024, proses *pitching event* Maybank Marathon dimenangkan oleh *event organizer* lain. Karena adanya perubahan ini, hal ini menjadi titik penting bagi Damn Inc untuk melakukan perbaikan terhadap konsep dan penyelenggaraan *event* Maybank Marathon 2025.

Dalam upaya ini, peneliti berfokus pada kualitas penyelenggaraan event yang sebelumnya telah dilaksanakan oleh pihak lain. Hal ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi kepuasan peserta, persepsi terhadap kualitas acara, dan harapan peserta terhadap penyelenggaraan Maybank Marathon selanjutnya. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan peserta berdasarkan pengalaman peserta selama mengikuti Maybank Marathon 2023 dan 2024.

Penelitian ini disusun untuk menganalisis dan membangun rancangan *event* Maybank Marathon yang ideal berbasis perspektif kualitas event olahraga (*sport event service quality*). Dengan mengacu pada model yang dikembangkan oleh Brady dan Cronin (2001), yang meliputi tiga dimensi utama yaitu *physical environment quality*, *interaction quality*, dan *outcome quality*. Model ini membantu peneliti untuk berinovasi dari *event* yang telah dilaksanakan sebelumnya, dan kemudian akan membantu peneliti untuk mengembangkan dan membangun konsep baru dari Maybank Marathon yang lebih sesuai dengan keinginan dan ekspektasi peserta berbasis *sport event service quality*. Maka dari itu peneliti mengangkat judul: “Penyusunan Event Maybank Marathon Berbasis *Sport Event Service Quality*”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini berfokus pada identifikasi penilaian peserta terhadap *sport event service quality* yang ada di event Maybank Marathon Bali, sehingga dapat

dikembangkan dan menjadi rekomendasi bagi *Event Organizer* untuk merencanakan event yang lebih sesuai dengan keinginan peserta. Permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *Physical Environment Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali?
2. Bagaimanakah *Interaction Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali?
3. Bagaimanakah *Outcome Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini akan terbagi menjadi 2 (dua) yaitu tujuan formal dan tujuan operasional.

1. Tujuan Formal

Penelitian ini disusun sebagai persyaratan kelulusan Diploma IV, Jurusan Perjalanan, Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini memiliki tujuan untuk Merencanakan Event Maybank Marathon Berbasis *Sport Event Service Quality* dengan cara:

- a. Mengetahui bagaimanakah *Physical Environment Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali

- b. Mengetahui bagaimanakah *Interaction Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali
- c. Mengetahui bagaimanakah *Outcome Quality* yang sesuai dengan keinginan peserta *event* Maybank Marathon Bali
- d. Mengetahui pandangan peserta Maybank Marathon dengan skala 42,5 km mengenai elemen-elemen *Sport Event Service Quality*

D. Batasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Sport Event Service Quality* pada Maybank Marathon berdasarkan persepsi peserta dan penyelenggara tahun 2023, serta merumuskan rekomendasi konsep *event* bagi Damn! Inc. untuk peningkatan kualitas di masa mendatang. Namun, ada beberapa keterbatasan penelitian yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini

1. *Output* penelitian ini berupa proposal rekomendasi yang bersifat general dan strategis, tidak mencakup detail implementasi operasional yang sangat spesifik.
2. Proposal rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini belum dilengkapi dengan detail teknis operasional (seperti spesifikasi peralatan, desain teknis infrastruktur), jadwal produksi yang sangat rinci, apalagi Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang komprehensif.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi berbagai pihak, seperti:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kajian baru penerapan konsep *sport event* berbasis dengan *sport event service quality*.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini adalah munculnya rekomendasi konsep *running event* berbasis *sport event service quality*, sesuai dengan perspektif peserta sehingga dapat dijadikan acuan untuk *event* selanjutnya bagi penyelenggara, serta menjadi bahan pembelajaran serta salah satu persyaratan untuk lulus program Diploma IV Politeknik Pariwisata NHI Bandung bagi peneliti.