



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mixed Martial Arts (MMA) atau yang dimaksud sebagai bela diri campuran dalam bahasa Indonesia merupakan olahraga kontak yang memperbolehkan para petarungnya untuk menggunakan berbagai teknik pukulan, tendangan, bantingan, dan juga kuncian (Jarot, 2013). Saat ini, olahraga *Mixed Martial Arts* (MMA) telah menjadi olahraga yang sangat populer dengan perkembangan yang sangat pesat di dunia. Jika melihat *trend* di sekitar, termasuk Instagram para aktor di manca negara, banyak dari Anda akan menemukan olahraga MMA. Jenis olahraga ini memusatkan pada latihan fisik yang menggabungkan kecepatan, kekuatan serta kelenturan. (Warsito, 2015).

Menurut Jones (2017) *Mixed Martial Arts* (MMA) juga didefinisikan sebagai olahraga bela diri yang menggabungkan berbagai ilmu disiplin menjadi satu. Petarung dapat menggunakan teknik *jiu-jitsu* dari Brasil, serangan *muay-thai* dari Thailand, tendangan *karate* serta lemparan *judo* dari Jepang, dan lainnya, semuanya dalam satu pertarungan. Tidak mudah memang dalam mempelajari seni bela diri campuran atau MMA, sehingga tidak membuat setiap petarung dapat berjaya di ajang tersebut (Putratama, 2015).



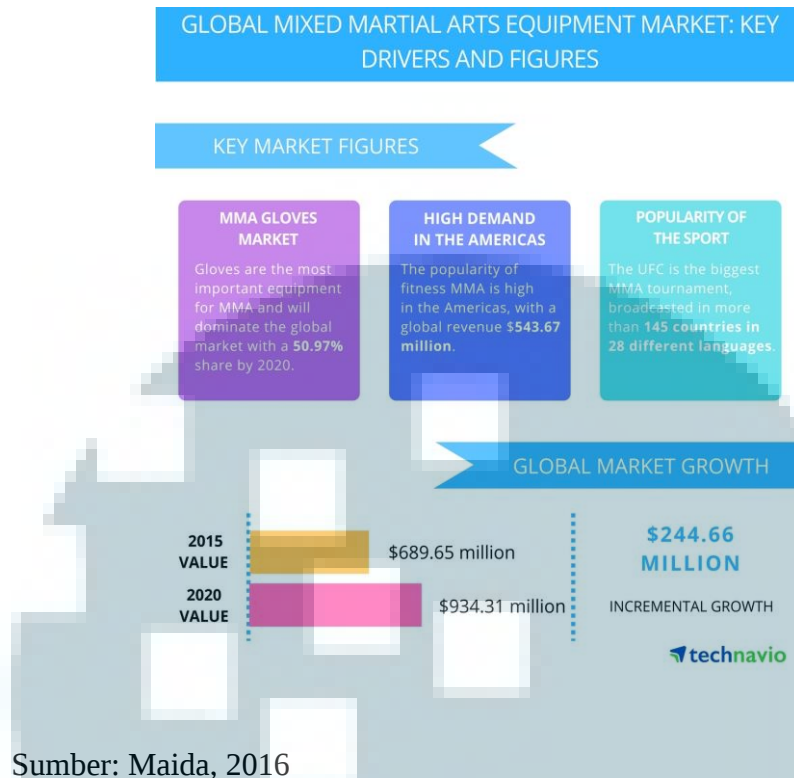
Sumber: Bort, 2016

Gambar 1.1 *Mixed Martial Arts (MMA)*

Menurut Lotha (2017) *Mixed Martial Arts (MMA)* pertama kali menjadi perhatian banyak orang di Amerika Utara pada tahun 1993, Helio Gracie yang saat itu menjadi yang pertama mendirikan perguruan *Jiu-Jitsu* di Rio de Janeiro, Brasil. Helio adalah petarung handal yang berhasil mengalahkan beberapa praktisi dari berbagai cabang olahraga berbeda yang membuat perguruan *Jiu-Jitsu* nya menjadi dikenal oleh masyarakat Brasil. Pada tahun 1978, putra sulung Helio Gracie yaitu Royce Gracie memutuskan untuk pindah ke California, Amerika Serikat untuk juga memulai membangun perguruan *Jiu-Jitsu* Brasil. Di Amerika Serikat, Royce Gracie juga berhasil mengalahkan berbagai praktisi dari berbagai cabang bela diri yang membuat popularitasnya meningkat disana. Hingga popularitas Royce Gracie terdengar oleh seorang pengusaha yang bernama Art Davie dan membuat beliau membangun kompetisi bela diri bernama *Ultimate Fighting Championship (UFC)* di Colorado serta mengajak Rorion Grace untuk ikut serta dalam kompetisi ini.

Royce Gracie muncul sebagai juara UFC, yang diadakan pada sebuah ring tertutup di Arena McNichols di Denver, Colorado. Dalam *platform pay-per-view* televisi kabel, turnamen ini menarik 86.000 pemirsa. Angka itu meningkat menjadi 300.000 pada turnamen ke-3. Sebelumnya, kompetisi yang bernama *Ultimate Fighting Championship* (UFC) ini adalah olahraga tanpa batasan dimana segala sesuatu bisa terjadi karena minimnya aturan dan batasan. Namun karena banyak ditentang oleh berbagai pihak, akhirnya pada tahun 2001 manajemen baru UFC mengurangi resiko olahraga ini dengan ditambahkannya beberapa aturan dan batasan seperti menambah kelas berat, putaran, batas waktu, dan memperpanjang daftar pelanggaran di ring. Meskipun pada awalnya UFC berjuang untuk menjadi kompetisi yang dapat menghasilkan keuntungan namun pada akhirnya berkembang menjadi kompetisi yang sangat menguntungkan. Hingga kini, *Ultimate Fighting Championship* (UFC) adalah sebuah organisasi yang menjadi promotor utama untuk cabang olahraga MMA (Lotha, 2017).

UMN

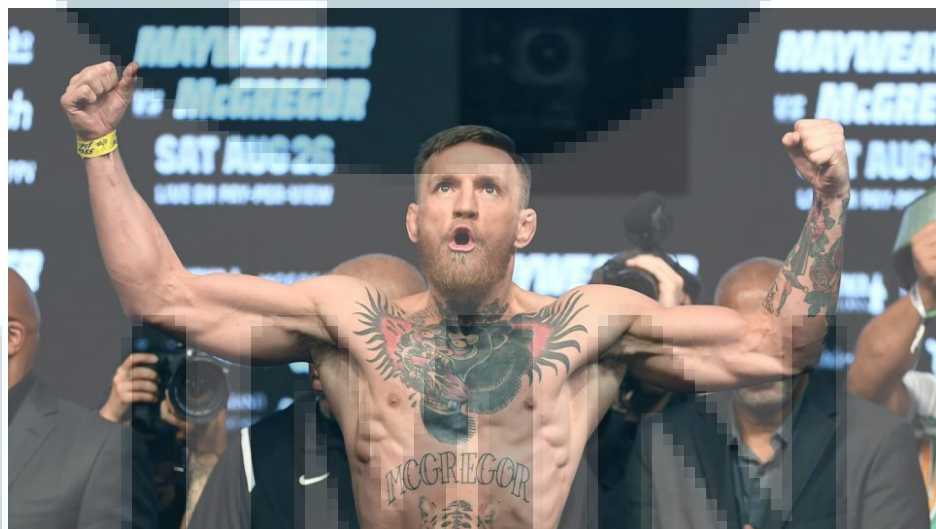


Gambar 1.2 Global Market Growth

Berdasarkan data yang peneliti temukan diatas, popularitas *Mixed Martial Arts* (MMA), semakin cepat berkembang di kalangan penggemar seni bela diri. Terbukti salah satu kompetisi MMA yang paling bergengsi yaitu *Ultimate Fighting Championship* (UFC) berhasil menyedot perhatian masyarakat dunia karena telah ditayangkan di 145 negara dengan 28 bahasa yang berbeda, juga membuat nilai *global market growth* nya diprediksi hingga tahun 2020 akan terus meningkat. Di Amerika sendiri kompetisi ini menjadi salah satu olahraga yang pekungannya paling cepat, dikarenakan beberapa faktor yaitu, olahraga ini diikuti oleh petarung pria dan wanita dengan kelas yang beragam serta didukung dengan *platform pay-per-view* (PPV) juga media sosial ternama seperti Facebook, Twitter, Instagram dan media sosial lainnya yang menunjang popularitas kompetisi tersebut. Ditambah

lagi, petarung di kompetisi seperti UFC menjadi salah satu industri olahraga dengan bayaran tertinggi, terbukti bahwa total upah dari 10 petarung terbaik UFC mendapatkan 4 juta dolar US per tahunnya, perhitungan ini pun belum termasuk tambahan dari sponsor, serta *endorsement* yang dilakukan oleh para petarung (Maida, 2016).

Dengan beberapa data yang peneneliti temukan, popularitas UFC di dunia memang tidak perlu diragukan lagi. Salah satu nama petarung yang paling menyedot perhatian pecinta UFC adalah Connor McGregor. Menurut Gosh (2017), dalam dua tahun terakhir Connor McGregor telah berhasil menjadikan namanya sebagai petarung seni bela diri campuran yang paling dikenal dengan pertarungannya di kedua kategori yaitu *lightweight* dan *featherweight*, serta dapat menghasilkan pendapatan besar untuk UFC.



Sumber: Ghosh, 2017

Gambar 1.3 Connor McGregor

Connor McGregor adalah petarung yang mampu membuat banyak orang berdecak kagum. Pasalnya menurut Romualdo (2016) pria asal Republik Irlandia ini sukses mengalahkan Eddie Alvarez melalui kemenangan *knockout* dalam pertarungan UFC di Madison Square Garden, Amerika Serikat. Hasil ini membuatnya menjadi petarung pertama dalam sejarah MMA yang mampu mengawinkan sabuk gelar juara di kelas ringan dan kelas bulu. McGregor yang telah memulai karir di MMA sejak 2008 ini telah mencoba beragam kelas seperti kelas bulu (*featherweight*), kelas ringan (*lightweight*), dan kelas menengah (*welterweight*). Pria ini pun selalu sukses dalam setiap kelas yang ia ikuti.

Tahun 2013 menjadi tahun dimana McGregor memulai peruntungannya di kompetisi UFC dengan meraup keuntungan pertamanya sebesar 186 Euro (2,6 juta) dari pertarungan dengan Marcus Brimage. Namun, itu belum termasuk bonus tambahan sebesar US\$ 60.000 (812 juta), yang merupakan hasil dari kemenangannya saat itu. Ukuran tubuhnya dianggap dianggap terlalu kecil dibandingkan teman sebayanya saat itu. Ia bahkan sempat membawa *handheld barbell* di ranselnya, untuk menjaga diri dari perilaku *bully* saat pulang dari sekolah. Alasan inilah yang membuatnya untuk belajar MMA. McGregor mencatatkan waktu *knockout* tercepat di MMA saat mengalahkan Jose Aldo dengan waktu kurang dari 13 detik. Namun, rekor itu masih kalah dibandingkan saat McGregor mengalahkan Paddy Doherty di *Immortal Fighting Championship* selama 4 detik. Presiden UFC Dana White memberikan kontrak 5 tahun kepada McGregor, tanpa sekalipun melihat penampilan pria Irlandia tersebut. White yakin akan kemampuan McGregor, tatkala ia melakukan *personal meeting* di Amerika beberapa tahun silam (Romualdo, 2016).

Popularitas Conor McGregor sangat memberikan dampak tidak hanya bagi kompetisi UFC, namun juga Industri MMA. Menurut Balfe (2016) Beberapa legenda petarung veteran seperti Ken Shamrock, Tito Ortiz, dan lainnya telah berhasil mengubah industri MMA yang awalnya hanya sebagai *niche entertainment* (olahraga hiburan khusus) kini menjadi *mainstream sport* seperti sepakbola, basket dan olahraga lainnya yang kepopulerannya tidak perlu lagi dipertanyakan. Dan dengan kehadiran McGregor berhasil mendongkrak MMA menjadi bisnis yang sangat menggiurkan tidak hanya bagi pemilik bisnis, namun juga para petarung didalamnya. Terbukti, sebut saja salah satu petarung UFC yang bernama Nate Diaz yang pada awalnya hanya mendapat bayaran sebesar \$40.000, setelah McGregor mendapat gaji sebesar \$1juta yang akhirnya merusak pasar upah para petarung. Akhirnya bayaran Nate Diaz melonjak hingga \$500.000 begitu pula petarung-petarung lain mengalami kenaikan upah karena dampak yang diberikan oleh McGregor. Ini juga menjadi kesempatan yang bisa dimanfaatkan bagi para petarung muda di masa mendatang.

Setelah sukses di kompetisi UFC sebagai petarung MMA, pada Agustus 2017 lalu Connor McGregor menantang petinju kelas dunia yaitu Floyd Mayweather, pertandingan antara dua petarung dari dua olahraga berbeda ini menjadi salah satu “*game of the century*” yang diartikan sebagai pertandingan terbaik dalam satu abad terakhir. Menurut Christ (2017), Diperkirakan pertandingan akbar yang dimenangkan oleh petinju asal Amerika Serikat Floyd Mayweather dalam 10 ronde tersebut terjual sebanyak 4 hingga 5 juta dalam *platform pay-per-view* yang mengalahkan rekor sebelumnya dipegang oleh pertandingan tinju antara Mayweather melawan Pacquiao di tahun 2015. ESPN

juga mengklaim bahwa jika rata-rata 1 penjualan *pay-per-view* disaksikan sebanyak 10 orang, maka total penonton yang menyaksikan laga akbar tersebut menyentuh hingga 50 juta pasang mata.



A graphic comparing the statistics of Floyd Mayweather and Conor McGregor. On the left is a photo of Floyd Mayweather, and on the right is a photo of Conor McGregor. In the center is a table with their stats side-by-side.

FLOYD MAYWEATHER		VS	CONOR MCGREGOR	
40	AGE		28	
5ft 8in	HEIGHT		5ft 9in	
72in	REACH		74in	
49	FIGHTS		24	
49	WON		21	
26	K.O.s		18	
0	DRAWN		0	
0	LOST		3	
387	TOTAL ROUNDS		37	
100%	PERCENTAGE		87.5%	

Sumber: Murhan, 2017

Gambar 1.4 Statistik Floyd Mayweather vs Conor McGregor

Conor McGregor sendiri memulai debutnya di pertandingan tinju internasional melawan legenda petinju Amerika Serikat yaitu Floyd Mayweather Jr. Duel di T-Mobile Arena, Las Vegas, Amerika Serikat itu, berhasil menyita perhatian dunia selama berbulan-bulan sebelum pertandingan itu diselenggarakan. Dua petarung ini menarik perhatian dunia bukan hanya karena disebut-sebut sebagai duel termahal dalam sejarah, namun hal menarik lainnya ialah dimana kedua petarung ini datang dari cabang olahraga bela diri yang berbeda. "*The Notorius*" Conor McGregor menguasai teknik beladiri campuran dan sedangkan Mayweather ialah legenda tinju internasional yang telah dinobatkan sebagai juara

dunia sebanyak 12 kali di lima kelas berbeda (Idhom, 2017). Seperti yang diketahui bahwa meskipun McGregor hanya berstatus sebagai debutan dalam kompetisi tinju, namun tapi pertarungan dengan Mayweather ditaksir menghasilkan sekitar 4,3 juta PPV domestik, serta total penghasilannya ditaksir menyentuh hingga US\$600 juta atau setara dengan Rp8,14 triliun (Permana, 2017).



Sumber: Hasan, 2014

Gambar 1.5 Fransino Tirta

Menurut *site.tupperware.co.id* (2013) Dalam sejarahnya, MMA di Indonesia sempat menjadi olahraga yang populer jauh sebelum digemari di dunia seperti saat ini. Tepatnya pada tahun 2002, dimana TPI *Fighting Championship* (TPIFC), *reality show* MMA pertama di Indonesia menjadi untuk pertama kalinya ditayangkan di Indonesia, serta melahirkan seorang juara asal Indonesia yang bernama Fransino tirta, yang hingga saat ini menjadikannya sebagai petarung MMA nomor satu di Indonesia

Sementara itu, Menurut *m.ufc.com* (2013) untuk siaran kompetisi UFC sendiri di Indonesia pertama kali disiarkan oleh RCTI di tahun 2013, ditambah lagi pada tahun yang sama, *Ultimate Fighter Reality Show*, *UFC Pay-Per-View Events*, *UFC Magazine Shows*, dan beberapa program UFC lainnya yang ditayangkan di channel *MNC Sports*. Menurut Ibu Dita selaku *staff marketing* RCTI, bahwa rating UFC saat penayangan di tahun perdana di RCTI mendapatkan skor 1.1, dan 1.0 untuk UFC yang tayang pada *FOX Channel*. Rating tersebut sudah dikatakan cukup baik karena di tahun yang sama, pertandingan “*derby madrid*” La Liga antara Real Madrid melawan Atletico Madrid hanya mendapat rating 0.9, serta “*der klassiker*” Bayern Munchen melawan Borussia Dortmund hanya mendapat rating 0.5.

Kesuksesan UFC di Indonesia akhirnya berimbas pada industri MMA di Indonesia sendiri dengan terbentuknya Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI). Maka kini, petarung olahraga beladiri MMA di Indonesia kini tak perlu bingung untuk mencari wadah dalam mengembangkan olahraga beladiri ini. Pendirian KOBBI di Indonesia selain bertujuan untuk mewadahi para petarung MMA di Indonesia, namun juga akan membawa olahraga beladiri campuran menuju olahraga industri dengan merangkul seluruh aliran-aliran beladiri yang ada di Indonesia. Didirikan sejak 17 November 2015, yang diketuai oleh Anindra Ardiansyah Bakrie. Visi dan misinya adalah menjaga integritas dari olahraga MMA dan melindungi keselamatan para petarung dibawah pengelolaannya. Pihaknya berharap bahwa KOBBI dapat melahirkan petarung-petarung yang tidak hanya lihai dalam bertarung, namun juga bisa mengantarkan prestasi para petarung asal Indonesia di kancah internasional. Dengan berdirinya KOBBI, pihaknya membuka

kesempatan kepada organisasi, perguruan, dan klub beladiri yang ada di Indonesia untuk bergabung dalam persatuan ini (Situmorang, 2016).



Sumber : Mangkoe, 2016

Gambar 1.6 One Pride

Menurut Ketua Umum Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI) bahwa, *Mixed Martial Arts* merupakan olahraga beladiri yang cepat berkembang di dunia. Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI), PT. Merah Putih Berkibar (MPB) dan tvOne tidak hanya sukses menghadirkan pertandingan MMA berkualitas melalui program *One Pride* MMA, namun juga program tersebut berhasil meraih penghargaan *Panasonic Gobel Awards* 2017 Kategori Program Pertandingan Olahraga Favorit. Setelah berjalan selama 2 tahun, kini turnamen beladiri *mixed martial arts* terbesar di Indonesia berganti nama menjadi *One Pride PRO Never Quit*. (Bramantoro, 2018).

Dalam sejarahnya, Indonesia sempat memiliki dua organisasi MMA aktif. Pada awal tahun 2000, yakni Organisasi MMA Indonesia (OMMI) dan Federasi

Olahraga Beladiri Indonesia (FOBI). Namun, sejak 10 tahun terakhir dan hingga kini, kedua organisasi tersebut tidak lagi aktif (Shalahuddin, 2014). Seiring berjalannya waktu, kompetisi MMA di Indonesia pun kian berkembang. Tercatat di tahun 2017, bahwa audisi petarung *One Pride* MMA Season 3 atau yang kini dikenal dengan *One Pride Pro Never Quit* dihadiri oleh lebih dari 500 petarung, yang hadir dari tiga kota yaitu Jakarta, Bandung, dan Batam. Jumlah ini mengalami peningkatan besar dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Situmorang, 2017).

Menurut Putra (2018) di tahun yang sama, *One Pride* MMA telah sukses dalam menggelar delapan *National Championship Fight Night* yang terdiri atas 160 *fight* di tujuh kelas yang berbeda yakni bulu, bantam, terbang, ringan, *welter*, *straw* putra dan putri. Dan tidak tanggung-tanggung, di tahun 2018 ini, *One Pride* MMA telah menjalin kerjasama dengan UFC, artinya petarung-petarung yang berkompetisi di *One Pride* MMA bukan tidak mungkin akan memiliki kesempatan untuk unjuk gigi di oktagon bergengsi pada kompetisi UFC sekaligus menunjukkan bakat bertarungnya dengan petarung-peratung handal kelas dunia. Menariknya, untuk menyaksikan siaran *One Pride Pro Never Quit* ini tidak dipungut biaya sepeserpun, jika sebelumnya bahwa untuk menyaksikan pertandingan UFC, anda harus menyaksikan melalui platform *pay-per-view* atau bisa melalui *channel video on demand* yang artinya membutuhkan biaya untuk menyaksikan pertandingan tersebut, Berbeda dengan untuk menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit* ternyata gratis (Kartika, 2018).

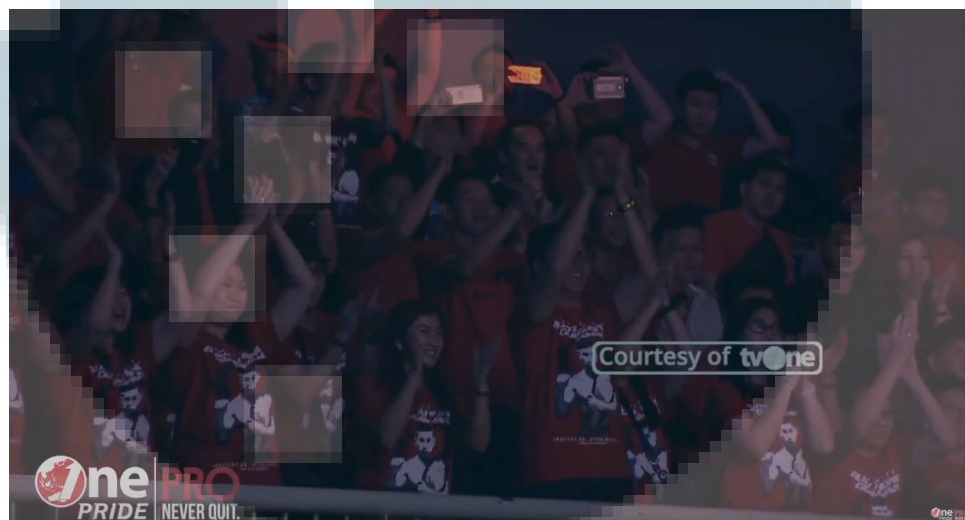
Menurut Kartika (2018) Ajang pertandingan *One Pride Pro Never Quit* sendiri biasanya ditayangkan secara langsung setiap sabtu malam, pukul 22.00 WIB di *TvOne*, atau bisa juga disaksikan secara *streaming* melalui *TvOne Connect*. Sejak

digelar tahun 2016 lalu melalui *One Pride MMA Season 1, Season 2*, hingga Season 3, ternyata acara sukses dalam meraih perhatian yang luar biasa dari masyarakat di Indonesia dengan jumlah rata-rata 8,6 juta penonton layar kaca pada setiap episodenya. Bahkan peminat audisi *One Pride MMA* sendiri juga selalu diikuti oleh ratusan petarung dari berbagai daerah yang ada di Indonesia, serta puluhan *Fight Club* di Indonesia yang telah menjalin kerjasama dengan KOBİ dan *One Pride Pro Never Quit*. *One Pride Pro Never Quit* juga diharapkan dapat menjadi alternatif olahraga dan wadah baru bagi para atlet untuk menunjukkan keterampilan, keindahan, serta sportivitas mereka dalam bertarung yang dapat mengantarkan para petarung untuk meraih kejayaan baik di dalam maupun manca negara.

Dan berdasarkan data yang peneliti dapatkan, jumlah penonton *One Pride MMA* di Indonesia per episodenya telah lebih dari setengah dari jumlah penonton pertandingan final piala *ASEAN Football Federation (AFF)* 2010. Menurut Ari (2016) siaran final piala *AFF* 2010 antara Indonesia melawan Malaysia yang ditayangkan di layarkaca menyedot 192 juta pasang mata di seluruh dunia, yang di Indonesia sendiri sebanyak 15 juta penonton. Menurut Arifianto (2017) dalam penelitian yang dilakukan oleh *Nielsen Sport* bahwa 77% penduduk Indonesia diketahui memiliki ketertarikan pada olahraga sepakbola, maka tidak berlebihan jika Indonesia disebut negara penggila sepakbola.

Jika sepakbola Indonesia memiliki sederet nama bintang seperti Bambang Pamungkas, Ferdinand Sinaga, dan Marco Simic sebagai pemain-pemain favorit di Liga Gojek Traveloka, *One Pride Pro Never Quit* juga memiliki beberapa nama favorit, seperti Rudy Agustian, Fajar, Sutrisno, dan Rudy Gunawan, atau Ahong.

Saat peneliti melakukan observasi saat episode *One Pride Pro Never Quit* pada 10 Maret 2018, peneliti menemukan banyak penonton yang mengenakan kaos merah bertuliskan “Rudy Gunawan” dan duduk di tribun yang sama. Mereka menyaksikan seluruh pertandingan di episode tersebut untuk menunggu idola mereka yang bertanding pada puncak episode. Serta pantauan peneliti pada tanggal 5 Mei 2018, dimana stadion Britama Arena terisi penuh hingga tribun karena petarung seperti Rudy Agustian dan Fajar akan bertanding pada hari tersebut.



Sumber: [youtube.com](https://www.youtube.com), 2018.

Gambar 1.7 Antusiasme Pendukung

Dengan melihat antusiasme pendukung para petarung pada pertandingan yang diselenggarakan di Britama Arena, pesona serta popularitas seorang petarung juga menjadi daya tarik masyarakat Indonesia untuk menyaksikan *One Pride Pro Never Quit*. Sama halnya dengan siaran pertandingan di *TvOne* yang tidak dipungut biaya, masyarakat juga dapat menyaksikan pertandingan ini secara langsung secara

gratis. Pertandingan ini diselenggarakan di Britama Arena, Mahaka Square, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Berdasarkan artikel yang diunggah oleh Permana (2016) panitia penyelenggara telah menyediakan setidaknya 2000 kursi untuk penonton secara gratis, jumlah ini belum termasuk kursi yang disediakan untuk tamu undangan VVIP.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu panitia penyelenggara. Menurut bapak Adi selaku panitia penyelenggara, *One Pride Pro Never Quit* selalu ramai disaksikan penonton secara langsung setiap episode nya. Setidaknya dapat menarik sampai dengan 5000 penonton hingga memenuhi tribun atas. Menurut bapak Adi juga, bahwa kelayakan stadion Britama Arena sebagai stadion bertaraf internasional juga menjadi alasan mengapa *One Pride Pro Never Quit* selalu diselenggarakan di stadion tersebut yang berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Yang juga menjadi markas bagi klub basket ternama yaitu Satria Muda.



Sumber: *mahakasquare.com*, 2016

Gambar 1.8 Britama Arena

Menurut Reachandride (2016) Britama Anera atau yang juga dikenal dengan sebutan Mahaka Square merupakan satu-satunya *mall* di Indonesia dengan memiliki *indoor* arena didalamnya yang telah bertaraf internasional dengan perpaduan konsep *sports*, *educations*, *hobbies* dan *entertainment*. Menurut *iblindonesia.com* (2017) stadion yang bisa digunakan untuk pagelaran olahraga basket ini telah menyediakan setidaknya 4000 kursi penonton. Tak hanya bola basket, Britama Arena pernah juga dipergunakan untuk ajang olahraga bulu tangkis, tinju dan olahraga lain yang betajuk kompetisi internasional. Serta tak hanya olahraga, namun pagelaran konser musik dengan sederet artis dari mancanegara pun kerap digelar di Britama Arena. Ini membuktikan Britama Arena memiliki kelayakan yang sangat baik untuk pagelaran apapun.



Sumber: Fakhrudin, 2017

Gambar 1.9 Oktagon Britama Arena

Selain berkapasitas besar, menurut salah satu penonton yang diwawancarai oleh peneliti bahwa, penonton merasa nyaman menyaksikan pertandingan *One*

Pride Pro Never Quit karena fasilitas yang nyaman seperti kursi plastik modern, jarak antar kursi yang luas, suhu yang cukup untuk menampung ribuan penonton karena dilengkapi fasilitas pendingin udara yang memadai, keamanan yang ketat, dan toilet yang baik. Pesona *One Pride Pro Never Quit* semakin berhasil menarik perhatian penonton yang menyaksikan secara langsung. Tidak hanya karena pertarungan yang akan menghibur para penonton, namun penonton dapat menikmati beberapa permainan menarik di luar arena stadion untuk mengisi waktu penonton sebelum pertandingan berlangsung, juga terdapat *Hall of fame* para petarung yang dapat dijadikan penonton dalam mengabadikan momen. Ditambah lagi menurut beberapa penonton, lokasi stadion untuk menyaksikan pertandingan ini mudah untuk dijangkau (Dhanniary, 2016).



Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 1.10 Hall of Fame One Pride Pro Never Quit

Berdasarkan keseluruhan data yang telah peneliti tampilkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa antusiasme masyarakat untuk menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit* secara langsung tidak hanya karena pertandingan yang menarik perhatian, namun juga faktor-faktor lain seperti fasilitas penunjang serta akses lokasi pertandingan juga membuat masyarakat memunculkan niat untuk menyaksikan pertandingan ini secara langsung. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian pada faktor-faktor yang mendorong orang untuk kembali hadir di pertandingan-pertandingan berikutnya pada kompetisi *One Pride Pro Never Quit* sebagai promotor MMA di Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis juga ingin melihat bagaimana dampak dari faktor-faktor tertentu dan kaitannya dengan keinginan untuk menghadiri lagi pada pertandingan olahraga MMA khususnya pada kompetisi *One Pride Pro Never Quit*. Apakah faktor seperti *Stadium Employees*, *Facility Access*, dan *Facility Space* pada *Service Satisfaction* serta *Player Performance*, dan *Game Atmosphere* pada *Game Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intentions* seseorang terhadap pertandingan MMA di masa mendatang. Untuk itu maka peneliti akan berfokus pada pertandingan MMA di kompetisi *One Pride Pro Never Quit*, dimana *One Pride Pro Never Quit* sendiri merupakan promotor MMA di Indonesia yang telah mencuri perhatian masyarakat Indonesia sejak tahun 2016.

1.2 Rumusan Masalah

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi saat ini membuat *sports marketing/sports content* saat ini juga ikut menjadi sangat berkembang, dengan diiringi pula kemajuan industri *digital* yang ada saat ini akan

mampu menghasilkan *sports content* yang semakin baik (Sasongko, 2017). Saat ini pertandingan olahraga menyambut berbagai usia serta kalangan penonton yang tidak hanya mencari kepuasan menyaksikan pertandingan. Keramaian pada pertandingan olahraga terbesar menawarkan nilai lebih, termasuk hiburan serta penopang lainnya diluar lapangan yang membuat para pebisnis mulai memberikan respon terhadap hal tersebut (Haidary, 2015).

Mayoritas sekumpulan penonton pertandingan olahraga berjumlah besar, berkembang, dan telah menjadi industri yang kompetitif, namun banyak institusi olahraga menghadapi tekanan karena terus meningkatnya ekspektasi penonton olahraga terhadap kualitas *event* tersebut. (Howard & Crimpton, 2004; pada Yoshida & James, 2010). Salah satu jenis olahraga yang berkembang di dunia saat ini merupakan *action sports*, dimana olahraga ini kian populer mulai dari Amerika Selatan, Eropa, hingga negara-negara di Asia (Tsuji *et al*, 2007). *Action sport* sendiri didefinisikan sebagai olahraga individu, beresiko, dan tidak lazim jika dibandingkan dengan olahraga tradisional lain yang berperan dalam tim (Bennet dan Henson, 2003; dalam Tsuji *et al*, 2007). Termasuk *Mixed Martial Arts* (MMA) sebagai olahraga individu yang beresiko.

Di Indonesia, *One Pride Pro Never Quit* sebagai kompetisi MMA selalu berhasil menyedot penonton untuk menyaksikan pertandingan secara langsung di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu panitia penyelenggara *One Pride Pro Never Quit*, kompetisi ini dapat dihadiri hingga 5000 penonton per episode nya, ditambah lagi pertandingan ini dapat disaksikan secara gratis dengan fasilitas stadion bertaraf internasional yaitu Britama Arena. Menurut Putra (2018) pada tahun ini, *One Pride Pro Never*

Quit akan menyelenggarakan pertandingan-pertandingan berkualitas yang terdiri dari delapan *National Championship Fight Night* yang terdiri atas 160 *fight* di tujuh kelas yang berbeda yakni bulu, bantam, terbang, ringan, *welter*, *straw* putra dan putri. Oleh karena itu penting bagi *One Pride Pro Never Quit* sebagai salah satu promotor MMA dalam menjaga kualitas pertandingan agar masyarakat dapat terus merasa puas dari pertandingan-pertandingan yang diadakan.

Menurut salah satu panitia penyelenggara, Britama Arena selalu dihadiri setidaknya 2000 penonton per episode nya, dan kehadiran penonton dapat menyentuh angka hingga 5000 penonton jika terdapat petarung populer yang bertanding di episode tersebut. Berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan 3 kali kunjungan menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit* di Britama Arena, bahwa selain banyak penonton yang hadir karena berdasarkan ingin menyaksikan seluruh petarung yang bertanding, juga banyak penonton yang ingin menyaksikan petarung favorit mereka tanpa memandang siapa penantanganya. Dengan melihat kesuksesan *One Pride Pro Never Quit* di Indonesia, penting bagi *One Pride Pro Never Quit* untuk menciptakan loyalitas para penonton terhadap *One Pride Pro Never Quit*, bagaimana mereka dapat hadir pada pertandingan berikutnya, membicarakan hal-hal positif kepada orang lain, serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit*.

Menurut Kuenzel dan Yassim (2007) bahwa pelanggan yang loyal akan banyak membawa kesuksesan bagi sebuah organisasi, pelanggan yang loyal akan menghasilkan pengiklanan secara gratis seperti memberikan rekomendasi kepada orang lain seperti omongan mulut ke mulut. Serta beban biaya yang dikeluarkan

untuk mempertahankan pelanggan lebih rendah dibandingkan beban biaya yang harus dikeluarkan untuk mencari pelanggan baru. Dalam konteks olahraga, diawali dengan bagaimana pihak penyelenggara olahraga dapat memenuhi ekspektasi para penonton olahraga agar para penonton merasa puas, dengan bagaimana pengalaman mereka saat laga berlangsung (Kuenzel & Yassim, 2007).

Menurut Rahmani (2017) di era modern ini, penyelenggaraan olahraga sudah tidak lagi sebatas penyelenggaraan sebuah kompetisi, namun sekumpulan pihak akhirnya menjadikannya sebagai sebuah peluang bisnis yang menghasilkan keuntungan, seperti bagaimana pihak penyelenggara mengenakan tarif berupa penjualan tiket untuk penonton agar dapat menyaksikan sebuah pertandingan, serta penjualan *souvenir* atau *merchandise* tim favorit, maupun pendapatan yang diperoleh dari hak siar. Meskipun banyak hal yang dapat dilakukan untuk mendapatkan keuntungan selain penyelenggaraan pertandingan, ketatnya persaingan untuk industri hiburan membuat penyelenggara olahraga tidak boleh lengah. Strategi pemasaran dalam bentuk pemberian layanan berkualitas akan mampu membuat sebuah industri olahraga untuk terus bersaing dalam ketatnya persaingan di industri hiburan (Voon *et al.*, 2014). Menurut Yoshida dan James (2010) bahwa ada dua hal yang menjadi tantangan besar bagi penyelenggara olahraga, pertama dari segi *core product (game quality)* yaitu bagaimana kualitas pertandingan yang diselenggarakan, serta kedua yaitu dari segi *ancillary services (service quality)* tentang kelayakan fasilitas yang ditawarkan kepada para penonton, serta bagaimana bentuk para panitia penyelenggara dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada para penonton.

Idealnya seorang penonton hadir dalam sebuah pertandingan untuk menyaksikan pertandingan yang ingin mereka saksikan, namun performa tim ataupun pemain dilapangan seringkali tidak dapat diprediksi serta diluar kendali pihak penyelenggara, maka dari itu penting bagi pihak penyelenggara olahraga untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada para penonton agar mereka merasa puas meskipun performa dilapangan tidak berlangsung sesuai dengan harapan (Yoshida & James, 2010). Positif atau negatifnya niat serta perilaku seorang penonton pertandingan akan dipengaruhi oleh bagaimana persepsi mereka terhadap kualitas pertandingan serta kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara olahraga (Yoshida & James, 2010). Dengan mengadopsi penelitian yang dilakukan oleh Yoshida dan James (2010) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *service satisfaction* (*stadium employees, facility access, & facility space*) dan *game satisfaction* (*player performance & game atmosphere*), serta pengaruhnya terhadap *behavioral intention* dalam konteks penonton olahraga.

Stadium employees menjadi hal penting terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak penyelenggara, bagaimana sikap seorang panitia kepada para penonton, bagaimana panitia dapat membantu para penonton, serta bagaimana bentuk layanan yang diberikan agar sampai ke tangan para penonton (Yoshida & James, 2010). Berdasarkan pantauan peneliti, *One Pride Pro Never Quit* memiliki banyak panitia yang tersebar di titik-titik area penyelenggaraan, mulai dari panitia yang bertugas sebagai keamanan baik diluar maupun dalam area, serta panitia yang mengatur jalannya acara di sekitar oktagon, dimana orang-orang tersebut akan membantu para penonton untuk menggapai tujuan yang ingin mereka tuju, memberikan rasa aman untuk para penonton dengan mengurangi resiko terhadap

hal-hal yang tidak dinginkan, dan juga mengatur jalannya acara agar penyelenggaraan acara tersebut dapat sesuai serta memenuhi ekspektasi para penonton.

Selain bagaimana bentuk sikap panitia dalam memberikan layanan, kelayakan fasilitas juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. *Facility access* tentang bagaimana kualitas *layout* atau tata ruang pada tempat pagelaran telah dinyatakan baik dan tidak membingungkan para penonton, serta bagaimana papan petunjuk arah dapat membantu memberikan informasi untuk menggapai tujuan yang ingin mereka tuju (Yoshida & James, 2010). Berdasarkan pantauan peneliti, Britama Arena telah menyediakan papan petunjuk arah diberbagai titik area untuk membantu para penonton agar mudah menggapai tujuan yang ingin mereka tuju. Serta *facility space* tentang bagaimana kenyamanan penonton terhadap kursi yang disediakan, kualitas kursi, alokasi jarak antara kursi di samping dan kursi yang ada di depan, juga bagaimana tempat penyelenggaraan dapat menampung keramaian penonton pada area dan waktu keramaian (Yoshida & James, 2010).

Idealnya seorang penonton akan rela mengeluarkan uang lebih untuk memenuhi ekspektasi mereka terhadap *game quality* (kualitas pertandingan). Meskipun faktor layanan yang diberikan juga memiliki pengaruh terhadap konsekuensi penonton (Yoshida & James, 2010). dalam penelitian Yoshida dan James (2010) bahwa persepsi terhadap kualitas pertandingan (*game satisfaction*) dipengaruhi oleh dua aspek yaitu *player performance* dan *game atmosphere*. *Player performance* menjadi sesuatu yang vital bagi seorang penonton, tentang bagaimana kondisi fisik atau jasmani seorang atlet, dan keunggulan teknis untuk memberikan performa yang baik, gigih, serta menimbulkan permainan yang menarik dan

menggairahkan didalam lapangan (Yoshida dan James, 2010). *One Pride Pro Never Quit* hingga saat ini telah memiliki sederet petarung ternama seperti Ahong, Rudy Agustian, Suwardi, Linda Darrow, dll. Dengan pesona mereka diatas oktagon serta raihan prestasi yang didapat juga membantu meningkatkan kepopuleran *One Pride Pro Never Quit* di tanah air. Sedangkan *game atmosphere* tentang bagaimana persepsi seorang penonton pertandingan berdasarkan keseluruhan suasana, kemeriahan, sejarah, rivalitas yang dirasakan, dan kegembiraan dalam suatu pertandingan (Yoshida & James, 2010). Berdasarkan pantauan peneliti bahwa suasana kegembiraan, intensitas penonton, serta rivalitas pertandingan akan semakin memanas pada saat pertandingan yang mempertemukan dua petarung favorit, seperti pada saat pertandingan Rudy Agustian melawan Suwardi dimana stadion sangat penuh karena dihadiri oleh 5000 penonton dengan teriakan dari masing-masing kubu penonton.

Saat ini, *One Pride Pro Never Quit* selalu diselenggarakan di Britama Arena. Dimana Britama Arena menjadi satu-satunya pusat perbelanjaan di Indonesia dengan *indoor arena* bertaraf internasional dengan konsep *sport, educations, hobbies & entertainment* (Reachandride, 2016). Menurut *iblindonesiam.com* (2017) stadion bertaraf internasional ini mampu menampung 4000 penonton pada kursi yang disediakan. Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti bahwa, stadion ini memang nyaman untuk didatangi, memiliki kursi plastik modern, serta jarak antar penonton yang cukup. Dengan melihat keseluruhan data beserta literatur diatas maka, diduga bahwa keramaian pertandingan *One Pride Pro Never Quit* hingga menimbulkan potensi kehadiran menyaksikan pertandingan di masa mendatang adalah berdasarkan aspek-aspek seperti *player performance* dan

game atmosphere melalui *game satisfaction* serta *stadium employee*, *facility access*, dan *facility space* melalui *service satisfaction*. Sehingga berdasarkan rumusan masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai kualitas pertandingan dan kualitas pelayanan pada kompetisi MMA, serta faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku konsumen di masa mendatang. Untuk itu, maka penulis akan berfokus pada kompetisi *One Pride Pro Never Quit* sehingga munculah ide penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Service Satisfaction* dan *Game Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *Behavioral Intention*. Telaah Pada Penonton Pertandingan MMA *One Pride Pro Never Quit*”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan pembahasan yang berdasarkan rumusan masalah yang ada, berikut ini adalah merupakan pertanyaan penelitian:

1. Apakah *stadium employees* memiliki pengaruh positif terhadap *service satisfaction*?
2. Apakah *facility access* memiliki pengaruh positif terhadap *service satisfaction*?
3. Apakah *facility space* memiliki pengaruh positif terhadap *service satisfaction*?
4. Apakah *player performance* memiliki pengaruh positif terhadap *game satisfaction*?
5. Apakah *game atmosphere* memiliki pengaruh positif terhadap *game satisfaction*?

6. Apakah *service satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*?
7. Apakah *game satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pembahasan yang berdasarkan rumusan masalah yang ada, berikut adalah merupakan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *stadium employee* terhadap *service satisfaction*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *facility access* terhadap *service satisfaction*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *facility space* terhadap *service satisfaction*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *player performance* terhadap *game satisfaction*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *game atmosphere* terhadap *game satisfaction*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *service satisfaction* terhadap *behavioral intention*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *game satisfaction* terhadap *behavioral intention*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini guna mendukung literatur yang ada, mengenai variabel-variabel *Game Satisfaction* dan *Service Satisfaction* dengan fakta yang didapatkan peneliti dari lapangan. Perkembangan dunia industri *sport spectator* . Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memperkaya informasi, pengetahuan, dan referensi pada kalangan akademis maupun juga masyarakat umum, khususnya untuk memahami *Game Satisfaction* dan *Service Satisfaction* dalam hubungannya dengan kepada *Behavioral Intention* terhadap sikap penonton pertandingan olahraga di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengusaha di industri olahraga dalam meningkatkan *core product quality*, serta *service quality* dalam upaya meningkatkan *sport attendance* melalui *behavioral intention*. Dan terakhir manfaat ini adalah diperuntukan kepada *One Pride Pro Never Quit* khususnya yang telah berhasil menyedot perhatian di industri olahraga Indonesia dimana dijadikan peneliti sebagai objek penelitian.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi oleh tiga variabel endogen yaitu pertama, variabel *Game Satisfaction* dengan diikuti variabel eksogen-nya yaitu *Player Performance* dan *Game Atmosphere*. Kedua, variabel *Service Satisfaction* dengan diikuti variabel

eksogen-nya *Stadium Employee*, *Facility Access*, dan *Facility Space*. Dimana *Game Satisfaction* dan *Service Satisfaction* mempengaruhi variabel ketiga yaitu *Behavioral Intention* penonton pertandingan *One Pride Pro Never Quit*. Juga diikuti dengan batasan karakteristik responden yaitu:

1. Pria dan Wanita.
2. Responden mengetahui tentang adanya kompetisi *One Pride Pro Never Quit*.
3. Responden yang berusia diatas 18 tahun.
4. Responden pernah menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit* secara langsung di Britama Arena sebanyak 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.
5. Responden sempat melakukan interaksi dengan panitia atau pihak penyelenggara *One Pride Pro Never Quit* saat menyaksikan pertandingan langsung di Britama Arena.
6. Responden memperhatikan petunjuk arah yang ada di dalam Britama arena saat menyaksikan pertandingan *One Pride Pro Never Quit*.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB 1 : Pendahuluan

Di dalam bab satu yaitu pendahuluan, peneliti akan menjelaskan tentang latar belakang, pokok permasalahan yang diangkat, pertanyaan, serta tujuan terhadap pentingnya penelitian ini untuk dilakukan.

BAB II : Landasan Teori

Di dalam bab dua yaitu landasan teori, peneliti akan menjelaskan berbagai konsep dan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan mengenai perilaku konsumen, kualitas pertandingan, pelayanan dan penjelasan variabel- variabel terkait dengan penelitian yang diperoleh melalui data sekunder seperti literatur, buku, maupun jurnal penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Di dalam bab tiga yaitu metodologi penelitian, peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, pendekatan terhadap objek, model penelitian yang digunakan dalam penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik dan prosedur pengambilan sampel, juga teknik analisis yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah yang ada di dalam objek penelitian.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Di dalam bab empat yaitu hasil dan pembahasan, peneliti akan menjelaskan tentang gambaran umum mengenai subjek dan desain penelitian, kemudian pembahasan dari hasil kuesioner yang dilakukan dan deskripsi serta analisis *output* dari kuesioner yang telah dilakukan. *output* kuesioner membahas mengenai hubungan dalam mencari informasi dan data serta beberapa persepsi penonton terhadap kepuasan menyaksikan pertandingan, layanan yang diberikan, serta niat dan perilaku penonton setelah menyaksikan pertandingan. Ditutup dengan implikasi manajerial yang disusun oleh penulis berdasarkan hasil *output* kuesioner

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Di dalam bab lima yaitu kesimpulan dan saran, peneliti akan menjelaskan tentang kesimpulan berdasarkan keseluruhan penulisan skripsi yang dibuat oleh peneliti dari hasil penelitian ini. Kemudian, peneliti memberikan saran-saran yang berkaitan dengan objek penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

