

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ada beberapa jenis olah raga yang dewasa ini sedang populer di masyarakat dan dijadikan peluang bisnis oleh para pengusaha. Jenis olah raga tersebut antara lain adalah arung jeram, *outbond*, futsal dan lain sebagainya. Arung jeram merupakan salah satu jenis olah raga yang mengkombinasikan antara olah raga dan petualangan.

Sebagai salah satu jenis olah raga yang cukup ekstrem, dibutuhkan nyali yang besar bagi orang yang ingin mencoba jenis olah raga tersebut. Hal ini berkaitan dengan kemampuan seseorang atau suatu tim untuk mampu mengatasi tantangan alam (derasnya arus sungai dan bebatuan yang menghalangi laju perahu). Bagi sebagian orang, semakin menantang suatu jenis olah raga, semakin tertantang ia untuk dapat menaklukkan ganasnya tantangan yang ditawarkan olah raga tersebut.

Popularitas olah raga arung jeram dewasa ini juga telah merambah semua daerah di Indonesia. Tidak terkecuali di daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Saat ini banyak agen atau biro perjalanan wisata yang menyediakan jasa layanan perjalanan wisata arung jeram. Ada beberapa lokasi arung jeram yang dapat dipilih konsumen yaitu kali Progo di Daerah Istimewa Yogyakarta maupun kali Elo yang terdapat di Kabupaten Magelang. Kedua lokasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dan mampu memberikan sensasi tersendiri bagi para penggemar wisata arung jeram.

Keunikan dari olah raga tersebut hingga tidak semua orang memiliki minat yang sama untuk mencobanya. Hopkinson dan Pujari (1999:273) menyatakan bahwa arung jeram adalah olah raga yang mengkombinasikan antara petualangan (*adventure*) dan olah raga (*sport*). Sebenarnya banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mencoba olah raga tersebut. Hopkinson dan Pujari (1999:273) menyatakan bahwa faktor *hedonis* merupakan salah satu faktor yang menstimuli konsumen mau mencoba atau menekuni jenis olah raga tersebut. Hopkinson dan Pujari (1999:273) mengutip dari The Chambers Dictionary (1993) mendefinisikan hedonis sebagai ajaran yang berorientasi pada kesenangan atas suatu produk atau gaya hidup yang mengutamakan atau mencari kesenangan. Sedangkan menurut kamus besar Bahasa Indonesia hedonis didefinisikan sebagai pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup (Wikipedia, 2011).

Banyak faktor yang dapat diukur dari motivasi hedonis konsumen menekuni olah raga arung jeram. Hopkinson dan Pujari (1999) dalam penelitiannya menemukan enam faktor hedonis yang mempengaruhi konsumen menekuni olah raga arung jeram. Keenam faktor tersebut adalah kesenangan (*enjoyment*), mengekspresikan diri (*self expression*), komunitas (*communitas*), kecanduan (*addiction*), menantang bahaya (*danger*), dan kompetisi (*competition*).

Faktor kesenangan (*enjoyment*) berhubungan dengan hobi seseorang akan suatu jenis olah raga. Selain faktor kesenangan, kesediaan orang untuk menekuni arung jeram adalah sebagai bentuk pengekspresian diri. Orang memiliki motivasi bahwa ia ingin menunjukkan (mengekspresikan) kepada orang lain siapa dirinya yang sebenarnya (misal sebagai seorang petualang). Faktor lain yang mendorong

orang menekuni olah raga arung jeram adalah orang-orang disekitarnya (komunitas) menyukai olah raga tersebut. Hal ini yang menyebabkan ia tertarik untuk mencoba olah raga tersebut. Kegemaran seseorang menekuni olah raga arung jeram yang berlebihan menunjukkan bahwa orang yang bersangkutan memiliki sikap kecanduan pada olah raga tersebut. Ia merasa ingin dan ingin mencoba olah raga tersebut kembali. Sebagai salah satu olah raga yang berbahaya, menyebabkan sebagian orang tertarik pada olah raga tersebut. Bahkan semakin berbahaya suatu olah raga semakin berminat seseorang untuk mencobanya. Faktor yang terakhir adalah kompetisi. Selain sebagai suatu olah raga, arung jeram juga diperlombakan. Hal ini yang menyebabkan banyak orang ingin menjadi juara dalam jenis olah raga tersebut.

Motivasi konsumen untuk mencoba olah raga arung jeram tentunya berbeda antara satu konsumen dengan konsumen yang lainnya. Demikian juga halnya antara pria dan wanita. Sesuai dengan kodratnya, pria memiliki sifat yang selalu ingin mencoba mengalahkan suatu tantangan. Hal ini berbeda dengan wanita yang cenderung tidak mau mencoba suatu tantangan. Kondisi ini memiliki kecenderungan yang sama pada olah raga arung jeram. Pria memiliki kecenderungan minat yang lebih tinggi untuk mencoba dibandingkan wanita.

Penelitian ini adalah penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hopkinson dan Pujari (1999). Pada penelitian ini penulis ingin mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang memotivasi konsumen menekuni olah raga arung jeram. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji ada tidaknya perbedaan motivasi konsumen untuk menekuni olah raga arung jeram ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Faktor hedonis apa saja yang memotivasi konsumen untuk berolah raga arung jeram?
2. Apakah terdapat perbedaan motivasi hedonis konsumen pada olah raga arung jeram ditinjau dari perbedaan jenis kelamin?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan untuk membatasi permasalahan yang diteliti maka penulis membuat batasan variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Yogyakarta yang memiliki hobi arung jeram.
2. Hedonis didefinisikan sebagai pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup (Wikipedia, 2011). Faktor hedonis yang diteliti terdiri dari: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)
 - a. Kesenangan (*enjoyment*) merupakan suatu kondisi yang menyebabkan seseorang senang pada suatu hal, benda maupun hal yang lainnya. Indikator kesenangan pada penelitian ini diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999)
 - 1) Olah raga arung jeram membuat senang seperti di dunia yang lain.
 - 2) Menemukan sesuatu yang berbeda pada olah raga arung jeram.

- 3) Olah raga arung jeram adalah salah satu cara untuk mencari sesuatu yang berbeda dalam hidup ini.
 - 4) Memperoleh sesuatu yang alami dari olah raga arung jeram.
 - 5) Menjadi semakin dekat dengan teman melalui olah raga arung jeram.
 - 6) Merasa dibutuhkan dalam olah raga arung jeram.
 - 7) Mencoba sesuatu yang berbeda.
- b. Ekspresi diri (*self expression*), merupakan suatu kondisi dimana seseorang mampu mengekspresikan/mewujudkan keinginannya. Indikator ekspresi diri diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)
- 1) Olah raga arung jeram merupakan kegiatan yang menggembarakan.
 - 2) Olah raga arung jeram merupakan sesuatu yang baik dilakukan bersama teman.
 - 3) Olah raga arung jeram merupakan sesuatu yang diidamkan.
 - 4) Banyak hal yang dapat diperoleh dari olah raga arung jeram.
 - 5) Olah raga arung jeram merupakan sesuatu yang pantas untuk ditaklukkan.
 - 6) Dapat menjadi seorang pemimpin dengan berolah raga arung jeram
- c. Komunitas (*communitas*) merupakan suatu wahana atau cara yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkumpul (mempererat

hubungan) dengan orang lain. Indikator komunitas diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)

1) Mampu mempererat persahabatan.

2) Suatu cara yang baik untuk meningkatkan kekompakkan

d. Kecanduan (*addiction*) merupakan suatu kondisi dimana seseorang merasa ketagihan untuk melakukan suatu hal yang sama. Kecanduan diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)

1) Memberikan kebebasan.

2) Salah satu cara untuk keluar dari kepenatan.

3) Ketagihan untuk mencobanya lagi.

4) Keahlian dalam olah raga arung jeram banyak dihargai/dipuji oleh orang lain.

e. Menantang bahaya (*danger*) merupakan tantangan yang dapat diberikan diperoleh dari aktivitas olah raga arung jeram. Indikator menantang bahaya diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)

1) Memberikan suatu tantangan yang menarik.

2) Olah raga yang menakutkan.

3) Olah raga arung jeram merupakan salah satu cara untuk memompa adrenalin.

f. Kompetisi (*competition*) merupakan suatu hal yang dapat diperlombakan dari olah raga arung jeram. Indikator kompetisi diukur berdasarkan: (Hopkinson dan Pujari, 1999:280)

- 1) Olah raga arung jeram merupakan suatu olah raga yang dapat dipertandingkan.
- 2) Suka memenangkan pertandingan arung jeram dalam suatu kompetisi.
- 3) Memperoleh banyak teman dari/setelah berlomba arung jeram.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui faktor hedonis apa saja yang memotivasi konsumen menekuni olah raga arung jeram.
2. Untuk mengetahui perbedaan motivasi hedonis konsumen dalam menekuni olah raga arung jeram ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain adalah:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pihak manajemen perusahaan biro jasa *adventure sport* untuk mengidentifikasikan faktor-faktor yang memotivasi konsumen menekuni olah raga arung jeram. Hasil penelitian ini nantinya digunakan sebagai dasar penentuan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan berkaitan dengan jasa yang dijual.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu media untuk mengaplikasikan teori-teori manajemen pemasaran yang telah didapatkan di bangku kuliah dalam dunia bisnis yang sesungguhnya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sarana penambah wawasan dan bahan bacaan bagi mereka yang berminat dan membutuhkan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

F. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini khususnya mengenai motivasi, hedonis, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang metodologi yang terdiri dari desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen serta metode analisis data.

Bab IV : Analisis Data

Bab ini membahas mengenai analisis yang selanjutnya akan diinterpretasikan baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif.

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

