

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Memanah merupakan kegiatan olahraga yang menggunakan alat inti berupa busur dan anak panah, busur digunakan untuk menembakkan anak panah ke jarak tertentu (Purwoko, 2022). Panahan adalah seni menembak anak panah dengan busur panah. Panahan telah ada sejak 5.000 tahun yang lalu, awalnya digunakan untuk berburu. Kemudian berkembang menjadi senjata pertempuran dan akhirnya menjadi olahraga ketepatan. Seseorang yang menyukai atau mahir memanah disebut pemanah (Hita et al., 2022).

Sebagai salah satu olahraga yang disunnahkan Rasulullah saw, tentu memanah juga memiliki beberapa manfaat yang secara jelas berdampak bagi yang melakukannya, sehingga tidak sekedar menarik busur dan melepaskan anak panah secara sembarangan. Olahraga ini membutuhkan sentuhan jiwa yang halus, kesabaran, keuletan, konsentrasi dan ketahanan mental yang tinggi serta memiliki tingkat kecemasan yang tinggi. Sehingga unsur-unsur seperti postur tubuh, tehnik dasar, mekanisme gerak, mentalitas dan kondisi fisik sebagai sebuah kesatuan yang harus dimiliki seorang pemanah (Kamal, 2015).

Saat ini, memanah telah menjadi tren olahraga yang banyak dilakukan oleh masyarakat muslim Indonesia, khususnya masyarakat di kota-kota besar seperti Jabodetabek. Dilansir dari (Fajar, 2018) bahwa olahraga memanah dapat menjadi ajang pembinaan karakter serta melestarikan warisan budaya Indonesia.

Kegiatan memanah digemari oleh banyak lapisan masyarakat mulai dari anak-anak, orang dewasa, laki-laki, maupun perempuan. Dilansir dari (Prasetiyo, 2017) salah seorang wanita yang berasal dari kota Bogor diliput oleh tim media kumparan.com terkait hobi memanah yang dijalaninya. Wanita tersebut bernama Putri. Putri menjelaskan bahwa ia mulai menggemari olahraga panahan berawal dari keinginannya untuk meneladani Sunnah Rasulullah saw dalam berolahraga, yang salah satunya adalah memanah. Ia biasa berlatih di akhir pekan dengan metode latihan mandiri di halaman rumahnya.

Kegiatan olahraga memanah memang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga banyak sekali klub-klub ataupun komunitas memanah yang mulai terbentuk sejak terhitung sepuluh tahun belakangan. Tentu hal ini menjadi bukti kuat bahwa memanah memang memerlukan sarana pendukung agar kegiatan memanah dapat dilakukan dengan baik. Berdasarkan data club panahan se-Indonesia yang dilansir dalam situs *archery.web* terdapat setidaknya 225 klub atau komunitas memanah yang aktif di Indonesia, baik resmi terdaftar di Perpani, maupun yang belum terdaftar di perpani (Archery, 2023) .

Dilansir dari website tempo, salah satu klub yang membuka kelas memanah bagi anak-anak hingga dewasa adalah klub memanah *Blue Feather Archery*. Klub tersebut mengadakan latihan 3 hari dalam seminggu di lapangan tenis. Pada sore itu, dihadiri oleh 20 peserta yang masih sekolah dasar dan sekolah menengahbusur lebih panjang dari tubuh mereka (Kustani, 2016).

Tingginya pertumbuhan klub memanah tentu menandakan bahwa masyarakat memiliki minat untuk memanah serta merasa loyal terhadap olahraga sunnah memanah, karena jika tidak didasari kedua hal tersebut, pada dasarnya tidak mungkin banyak klub panahan bermunculan di Indonesia. Salah satu faktor tumbuhnya loyalitas dalam menjalankan olahraga sunnah memanah adalah biaya yang diperlukan dapat terjangkau, sebagaimana yang dilansir dalam situs *jjstablejogja.com* bahwa harga untuk kelas memanah di *JJ Archery School Program* dinilai cukup terjangkau, yaitu cukup dengan Rp 100ribu rupiah untuk setiap sesinya (Archery, 2023)

Tabel 1. Klub Panahan se Indonesia

Keterangan	Jumlah
Terdaftar	131
Masih Proses	53
Belum Terdaftar	33
Lain-Lain	8
<b>Total</b>	<b>225</b>

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data yang diperoleh dari *archery.web*, Klub panahan yang terdaftar di PERPANI berjumlah sebesar 131 di Indonesia. Klub yang masih dalam proses pendaftaran berjumlah 53 di Indonesia, klub yang belum di daftarkan pada

PERPANI berjumlah sebesar 33 klub. Sejumlah 8 klub panahan lainnya masih belum jelas untuk keterangannya (Archery, 2023). Berdasarkan hal tersebut olahraga panahan menjadi hal yang diminati khalayak banyak, dibuktikan dengan seluruh jumlah klub yang berjumlah 225 klub di seluruh Indonesia, namun akibat hal itu, fenomena juga terjadi pada klub *Blue Feather Archery*, dimana terdapat anggota dari klub *Blue Feather Archery*, keanggotaan nya tidak bertahan lama. Dari sejumlah faktor masih belum jelas apa yang menyebabkan beberapa anggota klub *Blue Feather Archery* tidak memiliki loyalitas yang tinggi pada klub dalam rangka menjalankan olahraga sunnah memanah. Jika diulas, *Blue Feather Archery* memiliki harga yang cukup terjangkau, lokasi yang strategis dan tersebar cabangnya di beberapa wilayah, serta memiliki citra merek yang cukup dikenal. Hal tersebut yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Tabel 2 Data anggota aktif klub dengan keanggotaan lebih dari enam bulan

Tahun	Lokasi Cabang	Jumlah Anggota	Total Jumlah
2020	Jatiwaringin	35	75
	Halim Perdanakusuma	20	
	Prima Harapan	20	
2021	Jatiwaringin	40	82
	Halim Perdanakusuma	22	
	Prima Harapan	20	
2022	Jatiwaringin	32	79
	Halim Perdanakusuma	20	
	Prima Harapan	27	

Sumber : Data diolah

Tabel 1 diidentifikasi bahwa jumlah keanggotaan dari klub *Blue Feather Archery* yang lebih dari enam bulan terdapat penurunan dalam kurun 2 tahun terakhir. Data tersebut menjadi tolak ukur bahwa terdapat adanya penurunan terhadap loyalitas dari anggota klub *Blue Feather Archery* dalam menjalankan olahraga sunnah memanah. Setiap klub memanah memiliki tarif atau harga yang berbeda untuk setiap program kegiatan yang dijalankan. Seperti contohnya, klub *Blue Feather Archery* mematok harga untuk sesi regular seharga Rp 75.000 untuk setiap sesi, dan juga seharga Rp 275.000 untuk membership selama satu bulan.

Seiring perkembangan tren kegiatan olahraga sunnah memanah tidak membuat semua peminatnya memiliki rasa loyal yang sama yaitu menjadi keanggotaan dari klub memanah. Yang menjadi faktor salah satunya ada pada salah satu variabel yang peneliti cantumkan pada judul, yaitu harga, sehingga tidak semua masyarakat yang tertarik pada olahraga sunnah memanah memiliki rasa loyalitas yang sama dengan cara bergabung dan menjadi anggota dari klub memanah. Seperti contohnya adalah yang dilansir dalam situs berita kumparan.com, seorang wanita bernama Putri yang memiliki ketertarikan dalam olahraga sunnah memanah memilih untuk berlatih secara mandiri tanpa bergabung dengan komunitas ataupun klub memanah, menurutnya berlatih secara mandiri dinilai lebih terjangkau, karena jika menjadi anggota klub akan ada biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar iuran, membayar pelatih, dan sebagainya (Prasetyo, 2017).

Berbicara tentang loyalitas, dalam hal ini adalah loyalitas konsumen dalam menggunakan produk baik barang maupun jasa. Menurut (Kotler, Philip dan Keller, 2018) loyalitas adalah komitmen yang digenggam dengan kuat untuk membeli atau menyokong kembali produk maupun jasa yang disukai di masa yang akan datang walaupun situasi dan usaha pemasaran menyebabkan pelanggannya beralih.

Menurut (Saputri, 2019) yang menjadi faktor dari adanya loyalitas konsumen adalah pengaruh harga dan juga kualitas pelayanan, dalam hal ini harga berperan dalam hal keterjangkauan, kesesuaian harga, daya saing harga, penawaran harga, dan lainnya. Sedangkan kualitas pelayanan dalam pembahasan ini berperan dengan adanya bukti fisik, memiliki daya tarik, memiliki keandalan, memiliki daya tanggap, dan lainnya.

Menurut (Wasiman, 2020) loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lokasi dan pelayanan, dalam hal ini lokasi berperan dengan adanya beberapa faktor seperti lokasi yang menguntungkan, lingkungan yang mendukung, lingkungan yang sesuai harapan, akses menuju lokasi, serta kenyamanan lokasi. Sehingga berkaitan dengan penelitian pada paragraf sebelumnya, dapat disimpulkan dan disesuaikan dengan judul penelitian bahwa secara teori, harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Merek berkembang menjadi akar dari sebagian besar aset dan memegang peranan penting dalam proses pemasaran perusahaan. Pemasar profesional dibedakan oleh kemampuan mereka untuk membangun, mempertahankan, melindungi, dan meningkatkan merek. Produk dengan citra merek yang positif menarik konsumen untuk tertarik dan melakukan pembelian ulang (Arhinza, Fachrul & Ali, 2020). Menurut (Andrian Wahyu Laksono, 2020) citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek, penelitian tersebut menggambarkan bahwa keputusan Geprek Bensu sebagai sebuah perusahaan menggunakan citra merek sebagai salah satu strategi pemasarannya dinilai sudah tepat untuk meningkatkan loyalitas. Selain citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk juga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap merek.

Dengan adanya ulasan beberapa paragraf diatas, dapat peneliti ambil bahwa dalam sebagian penelitian, loyalitas dapat dipengaruhi oleh faktor harga, lokasi, dan juga citra merek sebagai faktor utama yang sesuai dengan judul penelitian ini. Namun terdapat perbedaan pandangan menurut penelitian lainnya terkait hal tersebut, perbedaan tersebut akan peneliti ulas diparagraf setelahnya.

Menurut (Chaniago, 2020) nilai harga secara parsial tidaklah memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas konsumen, hal tersebut disebabkan karena para konsumen sangat menyadari bahwa kualitas barang dan pelayanan lebih penting untuk dipertimbangkan dibandingkan hanya sekedar harga. Sehingga dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa secara parsial, pelayanan dan kualitas produk lebih utama.

Menurut penelitian (Chasanah, 2019), tidak ditemukannya signifikansi pengaruh antara lokasi dengan loyalitas pelanggan, namun lokasi tetap bisa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan potensi yang kecil. Hal itu disebabkan oleh kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai, serta kualitas produk yang diberikan sudah cukup untuk mewujudkan rasa loyalitas yang tinggi dalam diri pelanggan.

Sedangkan menurut (Khasanah et al., 2021) citra merek dengan beberapa faktor-faktornya tidak adanya pengaruh antara hubungan citra merek terhadap loyalitas konsumen, dinyatakan dalam penelitian tersebut bahwa kepercayaan

merek dan kepuasan merek lah yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari harga, lokasi, dan juga citra merek terhadap loyalitas *member* dari *Blue Feather Archery* untuk tetap menjadikan *Blue Feather Archery* dengan segala pelayanan dan fasilitas yang dimiliki sebagai tempat untuk menjalankan atau melakukan aktivitas olahraga sunnah memanah.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh harga membership/SPP terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery*?
2. Bagaimana pengaruh domisili tempat latihan terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery* ?
3. Bagaimana pengaruh citra merk klub terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery* ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga membership/SPP terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery*
2. Untuk mengetahui pengaruh domisili tempat latihan terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery*
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh citra merk klub terhadap loyalitas menjalankan olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery*

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Dengan hadirnya penelitian ini, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Manfaat Teorits

Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan tentang Pengaruh Harga, Lokasi, dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Olahraga Sunnah Memanah di Klub *Blue Feather Archery*.

## 2. Manfaat Praktisi

### a. Instansi/Lembaga

Dapat digunakan sebagai informasi serta pengetahuan dalam rangka merancang dan mengembangkan strategi bisnis untuk meningkatkan ketertarikan dan loyalitas olahraga sunnah memanah di klub *Blue Feather Archery*. Serta dapat menjadi sumber informasi terkait motif apa yang membuat member klub setia menjadikan *Blue Feather Archery* menjadi klub untuk belajar dan melakukan kegiatan sunnah memanah.