

**ANTESEDEN KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK
MENGUNJUNGI PALEMBANG SEBAGAI KOTA OLAHRAGA
DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Menempuh

Derajat Sarjana S-1

Ilmu Administrasi Negara



Oleh :

MUHAMMAD FICKY NOVIANSYAH

07011381924134

**ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**ANTESEDEN KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK
MENGUNJUNGI PALEMBANG SEBAGAI
KOTA OLAHRAGADI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1 Ilmu Administrasi Publik

Oleh :

Muhammad Ficky Noviansyah

NIM. 07011381924134

Telah Disetujui oleh Dewan Pembimbing, Juli 2023

Pembimbing 1

Dr. Andries Lionardo, SIP.,M. SI
NIP. 197905012002121005

Mengetahui
Ketua Jurusan

Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANTESEDEN KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK
MENGUNJUNGI PALEMBANG SEBAGAI KOTA
OLAHRAGA DI INDONESIA

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD FICKY NOVIANSYAH
07011381924134

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo, SIP.,M, SI.
NIP. 197905012002121005

Tanda Tangan



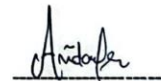
Penguji :

1. Dr. Sena Putra Prabujaya, S.AP., M.AP.
NIP. 19870105 2015041003

Tanda Tangan




2. Annada Nasyaya, S.IP., M.SI.
NIP. 198809062019032016



Mengetahui,



Ketua Jurusan
Ilmu Administrasi Publik,



Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001

LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ficky Noviansyah
NIM : 07011381924134
Jurusan : Administrasi Publik

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “ANTESEDEN KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI PALEMBANG SEBAGAI KOTA OLAHRAGA DI INDONESIA” ini adalah benar-benar karya saya sendiri tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan

...li 2023

The image shows a circular official stamp with the text 'METERAI TEMPEL' and '07011381924134'. A signature is written over the stamp. Below the stamp, the name 'Muhammad Ficky Noviansyah' and the NIM '07011381924134' are printed.

METERAI TEMPEL
07011381924134
Muhammad Ficky Noviansyah
07011381924134

ABSTRACT

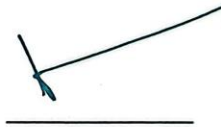
The Palembang city has been synonymous with holding sporting events since 2004, namely the National Sports Week (PON). This is because the City of Palembang already has adequate infrastructure for organizing sports activities on an international scale. Because of this, Jakabaring Sport City (JSC) exists as a forum for sports activities that take place in Palembang. The many sporting events held in Palembang City attract tourists. Departing from this phenomenon, this research was conducted with the aim of knowing the antecedents of visiting tourists to Palembang City as a Sports City. The research method used is descriptive qualitative method. The data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. The results of the study show that the antecedents of visiting tourists to Palembang City are based on the reputation and potential of Palembang City as a Sports City. This is driven by the enthusiasm and enthusiasm of the people of Palembang in welcoming the city's reputation as the City of Sports. However, there are also inhibiting factors such as the poor maintenance of facilities at Jakabaring Sport City. Even though the existing sports infrastructure has been recognized as suitable for use in international sports activities, the maintenance of several facilities such as poles, grass and street lights is still lacking attention.

Keywords: Palembang City, Sports City, Sports Tourism

Pembimbing 1

Dr. Andries Lionardo, SIP., M. SI

NIP. 197905012002121005

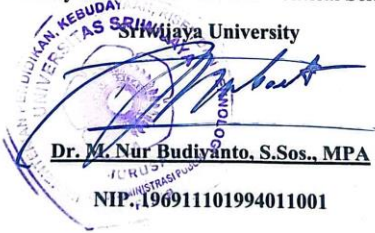


Palembang, June 2023

Chair of the Department of Public Administration

Faculty of Social Science and Political Science

Sriwijaya University



Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

ABSTRAK

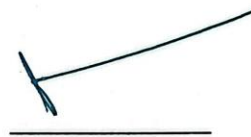
Kota Palembang identik dengan penyelenggaraan event olahraga sejak tahun 2004, yakni Pekan Olahraga Nasional (PON). Hal ini dikarenakan Kota Palembang telah memiliki infrastruktur yang memadai untuk penyelenggaraan kegiatan olahraga dalam skala internasional. Karena hal ini, Jakabaring Sport City (JSC) hadir sebagai wadah untuk kegiatan olahraga yang berlangsung di Palembang. Banyaknya event olahraga yang diselenggarakan di Kota Palembang menggaet para wisatawan. Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui antusiasme berkunjung wisatawan ke Kota Palembang sebagai Kota Olahraga. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antusiasme berkunjung wisatawan ke Kota Palembang didasarkan pada reputasi dan potensi Kota Palembang sebagai Kota Olahraga. Hal ini didorong oleh semangat dan antusiasme masyarakat Palembang dalam menyambut reputasi Kota Palembang sebagai Kota Olahraga. Namun, terdapat pula faktor penghambat seperti perawatan fasilitas di Jakabaring Sport City yang kurang baik. Meskipun infrastruktur olahraga yang dimiliki telah diakui layak untuk digunakan dalam kegiatan olahraga internasional, namun pemeliharaan beberapa fasilitas seperti tiang rumput-rumput, dan lampu jalanan masih kurang diperhatikan.

Kata kunci: Kota Palembang, Kota Olahraga, Wisata Olahraga

Pembimbing 1

Dr. Andries Lionardo, SIP.,M, SI

NIP. 197905012002121005

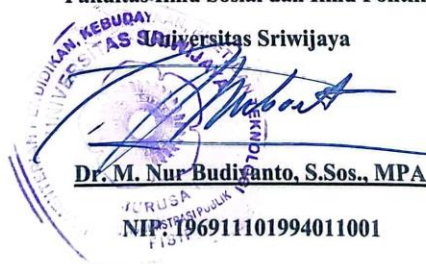


Palembang, Juni 2023

Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. M. Nur Budianto, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan baik. Proposal Skripsi ini berjudul “ANTESENDEN KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI PALEMBANG SEBAGAI KOTA OLAHRAGA DI INDONESIA” Proposal Skripsi ini dibuat berdasarkan data yang diambil di Dinas Pariwisata Kota Palembang.

Proposal skripsi ini merupakan kewajiban yang harus diselesaikan oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Sriwijaya. Tujuan utama penulisan proposal skripsi ini untuk menilai kecakapan mahasiswa dalam memecahkan masalah secara ilmiah melalui penelitian mandiri, menganalisa dan menarik kesimpulan secara sistematis serta melaporkan hasil penelitian tersebut dalam bentuk skripsi.

Dalam pembuatan proposal skripsi ini penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih belum sempurna, oleh karenanya dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi penyempurnaan kualitas tulisan ini. Pada kesempatan ini juga, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi yang disampaikan kepada :

1. Kedua orang tua, Alm. Alkahfi dan Halimah Tusyakdiah yang telah memberikan dukungan moral maupun materil serta motivasi dan doa.
2. Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, MSCE, IPU selaku Rektor Unsri
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan FISIP Unsri.
4. Bapak Dr. Muhammad Nur Budiyanto, S.Sos., MPA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik FISIP Unsri
5. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Dr. Andries lionardo, SIP., M. SI, selaku Dosen Pembimbing I
7. Teman-teman yang senantiasa mendukung penulis

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi dan pembaca agar dapat menambah dan dapat memberikan pengetahuan. Akhirnya semoga jasa baik semua pihak, mendapat limpahan rahmat dan hidayah dari Allah SWT.

Palembang, November 2022

Muhammad Ficky Noviansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	Error!
Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Konsep Keputusan Berkunjung... Error! Bookmark not defined.	
1. Pengertian Pariwisata	Error! Bookmark not defined.
2. Pengertian <i>Anteseden</i> .	Error! Bookmark not defined.
3. Pengambilan Keputusan	Error! Bookmark not defined.
4. Alasan dan Tujuan Wisatawan Dalam Berkunjung	Error! Bookmark not defined.
5. Faktor-Faktor yang Mendukung Keputusan Wisatawan untuk Berkunjung	Error! Bookmark not defined.
6. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	

Wisatawan dalam Berkunjung.. **Error! Bookmark not defined.**

- C. **Olahraga**..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. *Event* Olahraga **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Manfaat Menyelenggarakan *Event* Olahraga**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. *Brand Awareness* **Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Konsep *City branding* **Error! Bookmark not defined.**
- D. **Teori Yang Digunakan Dalam Penelitian** **Error! Bookmark not defined.**
- E. **Penelitian Terdahulu** **Error! Bookmark not defined.**
- F. **Kerangka Pemikiran** **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

- A. **Jenis Penelitian** **Error! Bookmark not defined.**
- B. **Definisi Konsep** **Error! Bookmark not defined.**
- C. **Fokus Penelitian**..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. **Jenis dan Sumber Data** ... **Error! Bookmark not defined.**
- E. **Informan Penelitian**..... **Error! Bookmark not defined.**
- F. **Teknik Pengumpulan Data** **Error! Bookmark not defined.**
- G. **Teknik Analisis Data** **Error! Bookmark not defined.**
- H. **Jadwal Penelitian**..... **Error! Bookmark not defined.**
- I. **Sistematika Penulisan** **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV PEMBAHASAN..... **Error! Bookmark not defined.**

- A. **Gambaran Umum Kota Palembang**.. **Error! Bookmark not defined.**
- B. **Deskripsi Data Penelitian** **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. *Event* Olahraga di Kota Palembang 55
 - 2. Keputusan Wisatawan Mengunjungi Kota Palembang

sebagai Kota Olahraga.....	57
3. Faktor Pendorong dan Penghambat Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang sebagai Kota Olahraga	67
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Keputusan Wisatawan Mengunjungi Kota Palembang sebagai Kota Olahraga.....	74
2. Faktor Pendorong dan Penghambat Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang sebagai Kota Olahraga	80
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	16

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang 2008-2012.....	6
Tabel 2 Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang 2013-2019	7
Tabel 3 Penelitian	
Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5 Daftar <i>Event</i> Olahraga di Kota Palembang pada Tahun 2023	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 2. <i>South-Sumatera Tourism Map</i>	54
Gambar 3. Pedagang UMKM Disekitar Komplek Olahraga	60
Gambar 4. Masyarakat yang Jogging di Jakabaring Sport City.....	60
Gambar 5. Stasiun LRT Terdekat dengan Kompleks Olahraga Jakabaring	68
Gambar 6. Hasil Review Ulasan Goggle Tentang Kota Palembang.....	72
Gambar 7. Semangat Masyarakat ataupun Wisatawan menggunakan Fasilitas olahraga di Jakabaring.....	78
Gambar 8. Masyarakat ataupun Wisatawan Menggunakan Fasilitas Olahraga di Jakabaring	81
Gambar 9. Aquatic Stadium Jakabaring Sport City	81
Gambar 10. Tempat Air Minum disetiap Sudut Jakabaring Sport City	82
Gambar 11. LRT Palembang.....	85
Gambar 12. Keamanan di Jakabaring Sport City.....	85
Gambar 13. Infrastruktur yang sudah mulai rusak.....	87
Gambar 14. Perawatan Fasilitas Olahraga di Jakabring Sport City.....	88
Gambar 15. Jarak Gerbang Jakabaring Sport City ke Gedung Olahraga.....	97

DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

- BKB : Benteng Kuto Besak
- JSC : Jakabaring *Sport City*
- SMB II : Sultan Mahmud Badaruddin II

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sustainable Development Goals (SDGs) adalah program yang diciptakan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) atau United Nations (UN) dalam kemufakatan *The Future We Want*” UN Conference on Sustainable Development 2012 dengan tujuan menggeser program sebelumnya yang biasa diketahui sebagai *Millenium Development Goals (MDGs)*. Ada agenda 2030 tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau *Sustainable Development Goals (SDGs)*. TPB/SDGS ini bertujuan untuk menjaga kenaikan kesejahteraan ekonomi sebuah Negara secara stabil dan berkelanjutan (Utami, 2023).

SDGs mempunyai 17 tujuan komitmen internasional maupun nasional dengan tujuan mensejahterahkan masyarakat. Dalam hal ini terdapat tiga prinsip agar semua ikut terlibat dalam SDGs yaitu inklusif, terintegrasi, dan universal. Komitmen tujuan itu mencakup (1) Tanpa Kemiskinan, (2) Tanpa Kelaparan, (3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera, (4) Pendidikan Berkualitas, (5) Kesetaraan Gender, (6) Air Bersih dan Sanitasi Layak, (7) Energi Bersih dan Terjangkau, (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, (9) Industri, Inovasi dan Infrastruktur, (10) Berkurangnya Kesenjangan, (11) Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan, (12) Konsumsi dan Produksi yang

Bertanggung Jawab, (13) Penanganan Perubahan Iklim, (14) Ekosistem Lautan, (15) Ekosistem Daratan, (16) Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh, (17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan (Emilia, 2017).

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan dari *Sustainable Development Goals (SDGs)*, yaitu Kehidupan Sehat dan Sejahtera, Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, Industri, Inovasi dan Infrastruktur, Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan dan Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. Terdapat lima tujuan *Sustainable Development Goals (SDGs)* penelitian ini yang diharapkan mampu memberikan sumbangsi pada mensejahterakan masyarakat dan mengakhiri kemiskinan untuk mengurangi kesenjangan dan melindungi lingkungan yang ada di dunia terutama kota Palembang.

Palembang merupakan kota tertua yang ada di provinsi Sumatera Selatan dan berumur kurang lebih 1339 tahun, dilihat dari prasasti peninggalan kerajaan Sriwijaya. Arti kata dari Palembang dalam kamus melayu yaitu Pa atau Pe yang diartikan menjukan pada suatu tempat atau keadaan, sedangkan lembang atau lembeng memiliki arti tanah yang rendah, atau lembah akar yang membengkak karena lama terendam air. Selain itu dari bahasa Melayu-Palembang, lembang atau lembeng yaitu sebuah genangan air atau dalam artian Palembang ialah suatu tempat yang digenangi air. Kota Palembang juga terbelah oleh Sungai Musi antara ulu dan ilir, namun di hubungkan dengan jembatan Ampera atau dalam artian Amanat Penderitaan Rakyat yang di bangun pada tahun 1962 dan memiliki panjang 1.117 meter dan lebar 22 meter (Palembang.go.id, 2021). Selain tertua dan memiliki

berbagai peninggalan sejarah, kota Palembang juga terdapat bermacam-macam tempat wisata salah satunya adalah Benteng Kuto Besak (BKB), benteng ini merupakan benteng pertahanan yang digunakan oleh penjajah dalam pertahanan saat terjadinya peperangan dan Pulau Kemaro yang terletak di sebuah pulau kecil di Sungai Musi sebelah timur dari pusat Kota Palembang.

Kota Palembang juga menjadikan sektor pariwisata sebagai tulang punggung ekonomi kreatif, dan sebagai bentuk adaptasi terhadap era digital. Dalam hal ini seharusnya Kota Palembang menawarkan wisatawan dengan menggunakan tren pariwisata yang memanfaatkan teknologi. Inovasi dan perbaikan dalam sektor pariwisata seperti virtual tourism, staycation dan solo travel tour (Veny Mayasari Veny et al, 2022).

Kota Palembang juga terkenal sebagai kota “empek-empek”. Kota Palembang dikenal memiliki identitas kota sebagai kota kuliner pempek (Rifanni Regita et al, 2022). Selain itu Kota Palembang juga terkenal sebagai kota olahraga dan sering menjadi tuan rumah *event* olahraga besar. Seperti PON XVI 2004, SEA Games XXVI 2011, ASEAN Games 2018, Festival Olahraga Rekreasi Nasional (FORNAS) VI 2021, Solidarity Games (ISG) III, dan sebagainya. Kota Palembang menjadi “Kota Olahraga” karena hasil dari pengubahan orientasi pengembangan Jakabaring sebagai pelengkap kota Palembang. Dimulai sejak terjadinya Pekan Olahraga Nasional XVI (PON XVI) pada tanggal 2 September – 14 September 2004 (Tirto.id, 2018). Ir. H. Alex Noerdin, S.H Gubernur Sumatera Selatan (2008-

2018) juga berambisi dalam membangun Kota Palembang sebagai kota olahraga di Indonesia, bahkan beliau juga berambisi membawa Kota Palembang untuk dikenal menjadi kota olahraga di dunia.

“Kami berpengalaman sejak PON 2004 dan SEA Games 2011,” kata Alex ketika 2 Mei 2018, dan Alex menambahkan “Sejak 2011 sampai 2017, sudah 42 kali *event* olahraga internasional diselenggarakan di Jakabaring.” (Tirto.id, 2018). Alex Noerdin juga mengatakan bahwa “*Sport City* ini satu-satunya yang terintegrasi di dunia. Luasnya 360 hektare, dengan 20 venue berstandar internasional dan terakreditasi, terletak di tengah kota,” (Tirto.id, 2018).

Palembang memiliki kompleks olahraga Jakabaring atau lebih dikenal dengan Jakabaring *Sport City* (JSC) dengan lahan seluas 325 hektar yang terletak di wilayah Sebrang ulu sejauh 5 kilometer dari pusat kota Palembang. Selain itu Jakabaring *Sport City* (JSC) juga memiliki Stadion Gelora Sriwijaya yang berkapasitas 40.000 penonton, stadion lapangan tenis Bukit Asam, stadion Atletik Jakabaring, stadion Akuatik Jakabaring, gedung GOR Ranau (Badminton), gedung GOR Dempo (Senam), lapangan Bisbol, lapangan Sofbol, stadion menembak, arena Ski Air, arena Voli Pantai, arena panjat dinding, arena sepatu roda, arena *petanque*, arena bowling, dan sirkuit Internasional Jakabaring yang sedang dalam pembangunan. Dalam jurnal Pembangunan Kawasan Jakabaring sebagai Kota Baru dengan konsep “*Sport City*” keluaran dari Institut Teknologi Bandung (IPB), bahwa Jakabaring bukan hanyaterdapat tempat olahraga namun juga diluaran atau

disekitar Jakabaring *Sport City* mencakup Kompleks Jaka Permai, Perumahan Opi, Perumahan Amen Mulia, Perumahan Guru, Perumahan PNS (1.000 unit) dan lain lain (Tirto.id, 2018).

Olahraga juga menjadi pilihan yang efektif untuk menyatukan dunia dengan melahirkan semangat sportivitas. Olahraga juga dapat menjadi ajang hiburan yang tidak membedakan perbedaan ras, suku, bangsa dan social ekonomi. Selain olahraga dilakukan untuk meningkatkan kesehatan olahraga juga bisa menjadi target pencapaian prestasi. Tujuan manusia melaksanakan olahraga yaitu sebagai olahraga untuk rekreasi, tujuan pendidikan, meningkatkan kebugaran, mencapai target sasaran tertentu atau prestasi, dan dapat menyatukan bangsa (Sajoto dalam Rahmat Zikrur et al, 2021). Industri olahraga juga menjadi bagian terpenting untuk perkembangan ekonomi di dalam Negara. Di Negara maju dan modern olahraga dijadikan industri unggulan dan menjadi pemasok devisa Negara. Kedatangan wisatawan meningkatkan pendapatan bagi daerah yang di datangnya dan bagi wisatawan mancanegara kedatangan mereka dapat meningkatkan devisa bagi negara (Yoeti dalam Nina Sabrina, 2018).

Namun di Indonesia kemajuan industri olahraga masih harus memerlukan kontribusi dan peran dari masyarakat dalam menciptakan olahraga yang berprestasi dan mendukung industri olahraga dalam negeri. Olahraga juga bisa berperan sebagai komunikasi, kendaraan mobilisasi sosial dan pendidikan. Sektor industri yang menjadi unggulan Kota Palembang adalah sektor pariwisata, dalam kurun waktu 10

tahun terakhir sebelum adanya covid-19 tingkat pariwisata di Kota Palembang terus meningkat, peningkatan sector wisata tersebut dikarenakan adanya *event-event* olahraga yang sering diadakan di Jakabaring *Sport City* (JSC).

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang

No	Year visits	Wisman (Tourist Abroad)	Wisnus (Tourist Nusantara)	Amount
1	2008	18.090	2.658.457	2.676.547
2	2009	29.900	2.301.760	2.331.660
3	2010	30.003	2.078.630	2.108.633
4	2011	42.953	3.162.169	3.205.122
5	2012	30.117	3.225.261	3.255.378

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Palembang

Dalam 2008-2013, wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang mendapatkan kenaikan yang cukup bagus. Meningkatnya jumlah wisatawan ini yang paling menonjol adalah ketika tahun 2011 atau pasca penyelenggaraan *Event* SeaGames XXVI yaitu mencapai 3,2 juta yang berarti meningkat sekitar 1,1 juta orang dari tahun sebelumnya.

Tabel 2 Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang 2013-2019

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2013	1.110.900
2.	2014	1.828.207
3.	2015	1.909.148
4.	2016	1.909.148
5.	2017	2.011.417
6.	2018	2.123.147
7.	2019	2.201.840
8.	2020	898.000

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Palembang

Namun ditahun 2013 penurunan wisatawan terjadi signifikan, meskipun melakukan penurunan ketika ditahun selanjutnya kedatangan wisatawan terus meningkat. Pada data terakhir yaitu bulan Januari-Juli 2022, jumlah wisatawan mengalami peningkatan dari Januari-Juli 2021. Jumlah kunjungan wisatawan ini dilihat dari pintu masuknya Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II (SMB II) sebanyak 1.019 wisatawan berkunjung ke kota Palembang (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2022).

Event olahraga yang diadakan di Kota Palembang menghasilkan peningkatan di sektor pariwisata, *event* tersebut seperti kejuaran dunia voli indoor

dan ski air tahun 2012, Asian Games 2018 dan kegiatan kejuaraan internasional lainnya (Mayasari Veny et al, 2022). Menjadi tuan rumah dalam *event* besar menjadi salah satu momentum sendiri untuk dapat mencapai kepentingan nasional, eksposur global, positif image, meningkatkan citra dan identitas nasional. *Image* kota tercipta dari *city branding* yang baik dan berasal dari kehadiran, tempat, potensi, semangat, orang dan prasyarat (Harsacitta Prabainastu, 2020). Salah satu pergelaran *event* besar yang pernah menunjuk Kota Palembang sebagai tuan rumah adalah Asian Games. Asian Games yang merupakan ajang perlombaan internasional antar negara Asia Tenggara, selain itu kegiatan internasional seperti ini menjadi ajang promosi kota Palembang ke mancanegara sehingga dapat meningkatkan jumlah parawisatawaan pada saat itu. Dinas Pariwisata Kota Palembang melakukan strategi guna mempromosikan pariwisata Kota Palembang (Aprilyanti Pratiwi : 2018).

City branding juga menjadi salah satu penentu dari ciri khas yang harus dimiliki oleh sebuah kota untuk mudah dikenal. *City branding* menjadi penentu bagaimana dunia memandang kota tersebut (Christine & Setyanto dalam Arlinda Silvi et al, 2022). Kota Palembang memiliki *City branding* sebagai kota yang sering melakukan aktifitas olahraga, *event* olahraga internasional dan memiliki fasilitas olahraga berstandar internasional. *City branding* tidak hanya sekedar logo ataupun slogan untuk dikenal, namun harus memiliki ruh yang menjwai aktivitas kota, mulai dari warga, kinerja birokrasi, dan fasilitas penjunjangnya (Harsacitta

Prabainastu, 2020). Peran *City branding* juga akan menciptakan positioning untuk menjadi pembeda dalam mengenal potensi daerah kepada wisatawan. *City branding* jugadapat memberikan kesan sehingga meningkatkan kepedulian dan memperkuat positioning pada brand yang akan meningkatkan wisatawan (Liu dalam Kusumawati Adriani, 2017). Selain Jakabaring *Sport City* (JSC) memiliki fasilitas Internasional. Venue JSC yang berstandar Internasional menjadi alasan utama Kota Palembang sering ditunjuk menjadi tuan rumah olahraga (Merlion Gusti Kompastv, 2020).

Jakabaring *Sport City* (JSC) juga memiliki fasilitas transportasi umum seperti *Light Rail Transit (LRT)*, yang diresmikan oleh Presiden Joko Widodo (Jokowi) pada tanggal 15 Juli 2018. *Light Rail Transit (LRT)* tersebut beroperasi dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II (SMB II) hingga kawasan Jakabaring *Sport City* (JSC). *City branding* harus memiliki faktor seperti sumber daya manusia, fasilitas sosial dan sistem transportasi (Harsacitta Prabainastu, 2020).

City branding Kota Palembang sebagai kota olahraga memiliki tujuan untuk mempromosikan Indonesia ke Internasional lewat *event* olahraga yang diselenggarakan di Kota Palembang. *City branding* bukan hanya berfokus untuk meningkatkan kedatangan parawisata namun juga dapat menaikkan *brand awareness* terhadap *City branding* itu sendiri (Harsacitta Prabainastu, 2020). *Brand awareness* (kesadaran merek) merupakan kemampuan seseorang untuk mengenali dan mengingat sebuah merek menjadi salah satu bagian dari kategori produk

tertentu (Humdiana dalam Firda Ramadayanti, 2019). *Brand awareness* bisa dikatakan juga menjadi brand yang akan selalu muncul pada benak seseorang. Ciri khas dan identitas yang unik mampu menjadi hal yang menonjol yang selalu melekat di pikiran dan perasaan seseorang. Kota Palembang sebagai kota olahraga karena sering menyelenggarakan kegiatan olahraga nasional maupun internasional menjadi identitas tersendiri bagi Kota Palembang untuk mudah di kenal dan diingat lewat pikiran dan perasaan orang lain. Identitas unik menciptakan ciri khas dari tempat wisatawan dan mampu menarik parawisata untuk berkunjung .

Meningkatnya jumlah wisatawan dalam kunjungan parawisata di sebuah daerah terjadi karena daya tarik dalam sebuah kegiatan atau atraksi dari sebuah *event* dan festival. Atraksi adalah suatu kawasan yang dikembangkan lebih awal untuk menarik perhatian pengunjung (Mill dalam Kusumawati Adriani, 2017). Selain *brand awareness* untuk menjadi *city branding* agar mudah dikenal, media promosi untuk menarik kunjungan parawisata juga menjadi faktor penentu wisatawan ingin berkunjung. Promosi merupakan cara yang paling efektif untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke suatu daerah (Joyce Vincent et al, 2022). Promosi yang baik akan meningkatkan jumlah pariwisata dan akan berdampak naiknya pendapatan pada suatu daerah. Promosi juga menjadi bagian komunikasi kepada masyarakat untuk mengenalkan parawisata kepada khalayak lebih luas untuk wisatawan mengambil keputusan berkunjung ke daerah tersebut.

Keputusan wisatawan untuk berkunjung bisa diambil dari antesenden yang merupakan ungkapan dari yang terdahulu atau sesuatu sebelumnya yang berujung untuk mengungkapkan sesuatu. Selain itu keputusan wisatawan dapat dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan oleh suatu daerah dalam hal memikat parawisata. Promosi bisa dalam bentuk iklan, promosi penjualan wisata atau tempat destinasi, pemasaran secara langsung dan bisa juga langsung berhubungan kepada masyarakat. Keputusan berkunjung juga bisa diasumsikan sebagai keputusan membeli. Pengambilan keputusan juga didasari oleh hasil penilaian yang paling efektif berdasarkan pertimbangan seseorang. Promosi merupakan trik dalam menarik wisatawan untuk datang ke daerah wisata (Joyce Vincent et al, 2022).

Javiland dan samiei mendefinisikan bahwa keputusan berkunjung dan keputusan pembelian konsumen sama halnya untuk menentukan pengambilan keputusan (Dosanjasa Nopel et al, 2019). Keputusan konsumen dalam membeli didapatkan melalui hasil informasi yang didapatkan mengenai produk atau jasa yang diinginkan dan proses pengambilan keputusan tersebut terjadi karena pertimbangan yang paling menguntungkan. Dalam hal ini, wisatawan juga mengambil keputusan berkunjung sama halnya dengan keputusan dalam membeli. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa akan melihat barang atau jasa dari beberapa sudut pandang. Hal ini yang disebut sebagai rangkaian dalam pengambilan keputusan dalam membeli. Citra positif dari

City branding mampu melahirkan ketertarikan bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kota Pariwisata tersebut. Citra positif melahirkan pendekatan yang baik dengan menggunakan berbagai macam sudut pandang wisatawan (Hapsara Osrita dan Ahmadi 2022).

Banyak faktor bagi wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung ke tempat wisata. Keputusan yang diambil dalam menentukan keputusan berkunjung ke sebuah daerah memiliki banyak faktor yang dipertimbangkan (Harsacitta Prabainastu 2020). Semakin tinggi citra *city branding* dari tempat wisata akan semakin tinggi juga keputusan dalam berkunjung. Fasilitas yang dimiliki oleh suatu daerah juga mendorong meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Fasilitas juga menjadisesuatu yang telah tersedia disebuah daerah pariwisata yang bertujuan sebagai penunjang wisatawan dalam hal kenyamanan, keamanan dan kepuasan dalam berkunjung. Fasilitas juga menjadi sesuatu yang penting karena berkaitan secara langsung dan dapat dirasakan secara nyata oleh wisatawan. Aksesibilitas juga menjadi faktor alasan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata. Aksesibilitas ialah penunjang dalam meningkatkan jumlah wisatawan (Hapsara Osrita dan Ahmadi, 2022). Selain itu aksesibilitas yang dimaksud merupakan kenyamanan dan kemudahan di suatu daerah dalam menjangkau sistem jaringan transportasi di wisata tersebut. Akses informasi, akses kondisi lapangan menuju tempat wisata, dan akses akhir perjalanan menjadi hal penting dalam aksesibilitas untuk wisatawan (Hapsara Osrita dan Ahmadi, 2022).

Penduduk yang ramah juga menjadi faktor penentu bagi wisatawan mengunjungi suatu daerah. Citra *city branding* yang positif juga dapat dilihat dari seberapa ramah warga lokal menyikapi setiap wisatawan yang datang ke tempat pariwisata. *City Image* didalam *City branding* mempunyai enam faktor yaitu tempat, potensi, orang, semangat, kehadiran dan prasyarat (Prabainastu Harsacitta 2020). Kerjasama pemerintah dengan masyarakat sangat diperlukan dalam meningkatkan keakraban bagi seluruh masyarakat dan menjadikan kenyamanan bagi pariwisata yang datang. Keakraban, penduduk yang ramah, standard fasilitas yang menunjang dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan (Prabainastu Harascitta, 2020). Pemerintah harus memanfaatkan sumber daya yang ada di tempat pariwisata tersebut sehingga melahirkan kerjasama yang maksimal. Setiap daerah pariwisata memiliki potensi masing-masing. Pemanfaat dalam artian tidak mengganti secara umum namun yang dimaksud adalah memanfaatkan dan melestarikan segala potensi yang tersedia sehingga dapat menarik wisatawan (Hapsara Osrita dan Ahmadi 2022).

Dari uraian dan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Anteseden* Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Palembang sebagai Kota Olahraga di Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang permasalahan diatas maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana wisatawan mengambil keputusan berkunjung ke Kota Palembang sebagai kota olahraga?
2. Apa saja yang dapat menjadi faktor pendorong dan faktor penghambat wisatawan untuk mengambil keputusan mengunjungi Kota Palembang sebagai kota olahraga?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah mengidentifikasi bagaimana wisatawan mengambil keputusan berkunjung ke Kota Palembang sebagai kota olahraga dan apa saja yang dapat menjadi faktor pendorong atau faktor penghambat wisatawan untuk mengambil keputusan mengunjungi Kota Palembang sebagai kota olahraga.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata di kota Palembang sebagai kota olahraga.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsi pemikiran bagi pemerintah kota Palembang dalam meningkatkan jumlah wisatawan di kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Undang – Undang :

Undang-Undang No.10 tahun 2009

BUKU :

Anholt, Simon.2007. *Competitive Identity : The New Brand Management Nations, Cities, and Regions. USA.Palgrave Macmillan.*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND.* Bandung:

Alfabeta. Suwena, i. K., & Widyatmaja, i. N. (2017). *Pengetahuan*

Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.

Utami, A. T. (2023). *Sustainable Development Goals dalam Perspektif Intermedistik (Internasional Domestik).* Banyumas, Jawa Tengah: Satria Indra Prasta Publishing (Anggota IKAPI).

Winawa, D. B., Kartimin, D., & Hartini, N. M. (2022). *Brand E-Marketing Pariwisata.* Sleman: Deepublish.

BERITA :

<https://palembang.go.id/headline/detail/jembatan-ampera>

<https://tirto.id/asian-games-2018-uji-klaim-jakabaring-palembang-jadi-kota-olahraga-cJR2>

<https://ameera.republika.co.id/berita/p4juju284/strategi-5s-untuk-menggaet-turis-cina>

Jurnal : (n.d.).

Adi, S. (2018). Kepuasan Stakeholder Dalam Olahraga Multievent Sebagai Modal SportMarketing. *Jurnal Sport Science*, 44-45.

Admin, P. (2021, 7 09). *Jembatan Ampera.* Retrieved 11 04, 2022, from Palembang: <https://palembang.go.id/headline/detail/jembatan-ampera>

Aji, B., & A, P. (2021). Survey of Facilities and Infrastructure at the Jambi University Rector's Cup Sports Event in 2021. *Indonesian Journal of Sport Science and*

Coaching, 170- 171.

- Amrullah, Nurbaeti, Ratnaningtyas, H., Manumpak, D., Singh, M. R., & Budi, J. (2022). Pengaruh *City branding* dan City Image terhadap City Identity dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Jakarta, Indonesia. *Universitas Pendidikan Ganesha*, 325-336.
- Andriani, K. (2017). Mengintegrasikan Konsep *City branding* dan Acara Pariwisata Tentang Niat Perilaku Dalam Pariwisata Perkotaan Domestik. *Jurnal Business Administration Department Universitas Brawijaya*, 155-156.
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mounth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3-4.
- Arlinda, S. A., Kriyantono, R., & Prasetyo, B. D. (2022). *City branding* Lamongan Megilan (Deskriptif Kualitatif Kajian Perencanaan Strategi *City branding* di Lamongan Humas Pemkab Raih Brand Pemosisian). *Jurnal Ilmu Sosial Technium*, 297-298.
- Beslar, V. R., Lopian, J. S., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Laut Bunaken. *Jurnal EMBA*, 629-630.
- Disanjaya, N., & Budaya, I. (2019). Produk Wisata, Kelompok Acuan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci. *STIE Sakti Alam Kerinci*, 125-126.
- Guntoro, T. S., & Putra, M. F. (2021). Pengembangan dan Validasi Kuesioner Dampak Event Olahraga Pada Masyarakat (KDEOPM). *Jurnal Sositologi*, 178-179.
- Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung : Citra Destinasi dan Aksesibilitas pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 73-74.
- Intyaswono, S., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Peran Strategi *City branding* Kota Batu Dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). *Administrasi Bisnis*, 67-68.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua (Studi pada Masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Mayansari, V., Oktariyani, A., & Seto, A. A. (2022). Strategi Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata di Kota Palembang dalam Perspektif Ekonomi. *Sebatik*, 370-375.

- Prabainastu, H. (2020). Pengaruh *City branding* dan *City Image* t. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 186-187.
- Pratiwi, A. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata di Kota Palembang Menjelang *Asiang Games XVIII 2018* (Studi pada Program Paket Hemat "Palembang Asiik". *National Conference of Creative Industry : Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 728-729.
- Prayoga, A. S. (2018). Memajukan Olahraga Rekreasi dan Industri Olahraga Sebagai Bentuk Pembangunan Bangsa. *Ilmu Keolahragaan Universitas PGRI Madiun*, 85-86.
- Rahmat, Z., Irfandi, & Munzir. (2021). Peran Olahraga sebagai Strategi Peningkatan Komunikasi dan Elektibilitas Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Kota Banda Aceh. *Jurnal Hurriah*, 17.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 80-81.
- Rifanni, R. D., Kevinandai, A., & Misnawati, D. (2022). Perspektif *Destination Branding* Kampung Kreatif Pempek Tanggo Rajo Cindo Sebagai Wisata Kuliner di Kota Palembang. *Syntax Literate*.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *KAWASA*, 34-35.
- Sabrina, N., & Mudzhalifah, I. (2018). Pengaruh Jumlah Objek Wisata, Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dengan Penerimaan Sektor Pariwisata Sebagai Variabel Moderating Pada Dinas Pariwisata Kota Palembang. *Universitas Muhammadiyah Palembang*, 467-468.
- Sari, F., & Suyuthie, H. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Agam. *Jurnal Kajian Parawisata dan Bisnis Perhotelan*.
- Siddi, P., Marwati, F. S., & Samrotun, Y. C. (2019). *Anteseden* dan Koesekuensi Pengungkapan Islamic Social Reputing (ISR). *Tirtayasa Ekonomika*, 53-65.
- Suwena, i. K., & Widyatmaja, i. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Winawa, D. B., Kartimin, D., & Hartini, N. M. (2022). *Brand E-Marketing*

Pariwisata. Sleman: Deepublish.

Wirawan, P. E., Octaviany, V., & Nuruddin. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Bali: Nilacakra™. Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODELOGI PENELITIAN* (1 ed.). Literasi Media Publishing.

