

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga yang dipengaruhi oleh faktor teknis dan non-teknis yang tidak bisa dipisahkan. Salah satu faktor yang termasuk ke dalam faktor teknis dan non-teknis diantaranya adalah suporter bola atau *fans club*. Setiap negara memiliki *fans club* yang berbeda-beda serta memiliki panggilan tersendiri untuk kelompoknya antara lain *Ultras* untuk suporter Italia, *Roligan* untuk supporter Denmark dan *Tartan Army* untuk suporter Skotlandia (Lucky dan Setyowati, 2013). Tidak hanya negara hampir setiap *club* di dunia mempunyai komunitas *fans club* seperti Romanisti dari Associazione Sportiva Roma, Milanisti dari AC Milan, Juventini dari Juventus dan Interisti dari Inter Milan (<http://www.birayang.Com/2012/09/12-julukan-klub-bola-eropa-dan-nama.html>, diunduh pada tanggal 1 Januari 2014).

Sepak bola tidak lepas dari suporter atau *fans club* bola beserta *merchandise club* tersebut. Merchandise sendiri merupakan salah satu bidang yang berperan dalam menentukan keunggulan dari sebuah suporter sepak bola. Adapun bentuk dari macam-macam *merchandise* seperti *syal*, gantungan kunci, kaos, *jersey* bola, bendera, topi dan stiker. Fungsi dari *merchandise* itu sendiri sebagai penunjang finansial dari sebuah *club* sepak bola dan konsumen dari *merchandise* biasanya adalah suporter sepak bola atau *fans club* (latief, 2011).

Jersey bola merupakan salah satu dari merchandise yang berbentuk kostum dari suatu *club* atau timnas sepak bola. *Jersey* bola merupakan syarat wajib yang dipakai oleh pemain sebagai pembeda antara *club* satu dengan *club* lain yang biasanya dikaitkan dengan sejarah atau filosofi sebuah *club* sepak bola. Tapi *jersey* bukan hanya sekedar seragam yang menutupi tubuh melainkan juga menjadi simbol kemakmuran sebuah *club*. ([http://kompasiana.com/jersey -dan maknanya-kini](http://kompasiana.com/jersey-dan-maknanya-kini). diunduh pada tanggal 2 Februari 2014).

Awal mula sejarahnya *jersey* bola yaitu Pada tahun 1837 hingga 1901 pemain tidak memiliki seragam. Tetapi hanya kemeja putih, celana, topi berwarna-warni dan syal untuk mengetahui masing-masing *club*. Pemain kebanyakan memakai celana panjang dan warna *jersey* bola yang dipakai sesuai dengan sekolah atau *club*-nya. Semenjak beberapa dekade *jersey* bola mengalami perubahan seperti banyaknya pemain yang memakai *jersey* lengan pendek, celana pendek, kaus kaki, sepatu, dan pelindung tulang kering. Desain yang sederhana dan seragam membuat pemain sepak bola dingin selama musim hangat. *Jersey* bola memasuki revolusioner dari kemeja menjadi kaus yang lebih ringan serta memakai logo *club*, nama pemain, nomor punggung dan sponsor *club*. ([http://jaket bolamu .com/blog/sejarah-jersey-sepak-bola](http://jaketbolamu.com/blog/sejarah-jersey-sepak-bola), diunduh pada tanggal 1 Mei 2014).

Adapun beberapa jenis *jersey* bola yang dipakai oleh beberapa *fans club* bola seperti *jersey original* dan *jersey kw* (kwalitas) Thailand. Harga sebuah *jersey club* yang ditawarkan oleh beberapa produk seperti Nike, Adidas, Umro,

Puma dan lainnya sangat mahal bagi beberapa kalangan orang. Harga *jersey club original* dijual mulai dari 400 ribu hingga 700 ribu Rupiah. Seiring munculnya fenomena *jersey kw Thailand* yang produknya hampir sama dengan *jersey original* walaupun tidak semuanya sama. Tetapi *jersey kw Thailand* dibuat hampir 90% mirip dengan aslinya yang dibantu dengan bordir komputer sampai hal yang terkecil juga dibuat seperti menyerupai *original*. *Jersey kw Thailand* ini memfasilitasi para *fans club* yang ingin mengoleksi atau sekedar membeli dan memakai *jersey club* kesayangannya (<http://monosurround.weebly.Com/2012/fenomena-jersey-kw-thailand-di-Indonesia-lifestyle-dan-fashion>. Diunduh pada tanggal 29 September 2013).

Sepak bola Eropa memiliki identitas yang mewakili ras, ideologi ataupun agama tertentu. Individu yang memiliki identitas terutama merujuk kepada olahraga yang cukup kuat, akan mengarahkan individu tersebut dalam bidang olahraga tersebut. Berdasarkan fenomena yang ada, orang Indonesia juga ikut menyukai dan mendukung club luar negeri khususnya sepak bola Eropa. Mereka merasa ikut memiliki dan menjadi bagian dari club tersebut. Individu tersebut tidak segan untuk membeli *merchandise* salah satunya adalah jersey bola bernuansa *club* yang mereka minati. Walaupun individu tidak memiliki hubungan langsung dengan club yang mereka dukung dikarenakan perbedaan geografis. Individu yang telah yakin dalam membuat pilihan sebagai fans club, mereka akan membuat komitmen dengan cara membeli merchandise untuk memperkuat identitasnya sebagai fans club. Membeli merchandisenya bisa secara berskala baik

itu setiap tahunnya sehingga pembelian jersey bola setiap tahunnya ada (Jhalugilang, 2012).

Fans club yang fanatik rela menghabiskan uang yang tidak sedikit untuk menonton setiap pertandingan yang dimainkan oleh *club* tersebut lengkap dengan merchandise *club* yang didukung. Hal ini menjadi sasaran industri dalam sepak bola dan tidak mengherankan jika nama-nama besar seperti Adidas, NIKE, Opel, Danone, dan lain-lain ikut “numpang” promosi dengan menjadi sponsor *club*. Bagi *club* itu sendiri dimanfaatkan untuk bisnis seperti menjual merchandise salah satunya *jersey* bola, mengembangkan media televisi, radio dan majalah sebagai tempat informasi *club* (Devi, 2000).

Fanatisme dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai keyakinan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran. Sementara itu fanatisme menurut (Chung, Beverland dan Farelly, 2008) merupakan pengabdian atau keyakinan yang luar biasa untuk sebuah objek yang terdiri dari gairah, keintiman dan dedikasi. Fanatik cenderung bersikeras terhadap ide-ide mereka yang menganggap diri sendiri atau kelompok mereka benar dan mengabaikan semua fakta atau argumen yang bertentangan dengan keyakinan mereka. objek yang dimaksud dalam olahraga ini adalah sepak bola yang mengacu pada bentuk dukungan fans club kepada club yang diminati salah satunya dengan cara membeli jersey club tersebut.

Jersey bola juga merupakan salah satu perlengkapan standar yang dimiliki oleh *fans club*. *Jersey* bola bisa dijadikan sebagai identitas sebagai pendukung sebuah *club* bola (Bolla net.com diunduh pada tanggal 21 Desember 2014). *Jersey*

bola merupakan kebutuhan yang pertama dimiliki oleh *fans club*, karena *jersey* bola merupakan identitas bagi sipemakainya. Kebutuhan akan harga dirinya akan dipenuhi dengan cara pembelian *jersey* yang memenuhi kebutuhan fisiologisnya. Dengan begitu harga diri *fans club* akan terpenuhi dengan adanya pembelian *jersey club* yang dibanggakan.

Maslow (dalam Setiadi 2009) mengatakan dalam kebutuhan seseorang mengarahkan individu untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hirarki yang paling mendesak sampai kebutuhan yang tidak mendesak pada suatu waktu (kebutuhan psikologikal, keamanan, sosial, harga diri dan pengaktualisasikan diri). Ketika kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan tersebut akan menjadi motivator untuk memenuhi kebutuhan selanjutnya. Harga diri juga menjadi kebutuhan, memenuhi kebutuhan akan harga diri membuat individu termotivasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Menurut Engel (1995) pengambilan keputusan pembelian suatu produk dalam diri konsumen tidak terjadi begitu saja, tetapi membutuhkan suatu proses. Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap beberapa alternatif, yang selanjutnya akan tercipta suatu keputusan pembelian (Setiadi, 2003).

Pembelian *jersey* bola merupakan salah satu bentuk dukungan *fans club* kepada *club* yang dibanggakan. Adapun faktor faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pembelian menurut Kotler (dalam Latief, 2011) adalah pertama faktor budaya, faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen yang terdiri dari (budaya, sub-budaya dan sosial),

kedua faktor sosial seperti (kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial konsumen), ketiga adalah faktor pribadi, keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), terakhir adalah faktor psikologis yang meliputi (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).

Pendapat dari beberapa *fans club* liga *Serie A* Italia tentang *jersey* bola melalui wawancara pada tanggal 22 Maret 2014 yaitu mengatakan bahwa *jersey* bola itu merupakan simbol dari sebuah *club* bola sehingga *jersey* bola juga mencerminkan identitas bagi *fans*-nya. Rasa cinta dalam mendukung *club* kesayangan membuat *fans* berusaha untuk memiliki *jersey* bola. Sangat memalukan bagi seorang *fans* yang cinta pada sebuah *club* bola tetapi tidak memiliki *jersey* bola yang merupakan identitas sebagai *fans* dari sebuah *club* bola tersebut. Rasa cinta yang kuat pada sebuah *club* bola membuat *fans club* ikut dalam kegiatan *club* tersebut. *Jersey* bola merupakan simbol sebuah *club* bola. Alasan mengapa *fans club* ingin memiliki *jersey* bola adalah salah satunya sebagai identitas *fans club* bola itu sendiri, sejarah *club* bola dan pemain yang diidolakan bermain di *club* tersebut. Memakai *jersey club* yang dibanggakan dapat memenuhi kebutuhan akan harga diri bagi *fans* tersebut agar tidak malu ketika nonton bareng bersama *fans club* lainnya yang juga memakai *jersey club*.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa komunitas *fans club* liga serie A Italia mengenai *jersey* bola dan berikut kutipan hasil wawancara dengan *fans club* liga Italia berinisial DK, PK, A dan R

“*Jersey* bola adalah kebanggaan bagi seorang *fans club* yang mencerminkan identitas kita. Sangat memalukan jika tidak punya *jersey* bola bahkan sangat kelewatan” informan 1.

“*jersey* bola penting bagi saya sebagai seorang *fans club*. Bagaimana perasaan anda jika tidak punya *jersey* ? sedih rasanya ditambah lagi cemburu jadinya melihat yang pakai *jersey* kita sendiri gak”. Informan 2.

“ alasan utama saya membeli *jersey* bola karena ada kebanggaan. Selain itu sebagai identitas kalau saya adalah *fans club* yang fanatik dari club tersebut sehingga saya dapat dikenal orang sebagai *fans* loyal yang memiliki rasa cinta besar kepada *club* tersebut. Sampai kapan anda akan membeli *jersey* ? sampai pemain tidak ada lagi memakai *jersey* tersebut. Maksudnya sampai *club* tersebut tidak ada lagi jadi *jerseynya* tidak akan ada karena *club* tersebut tidak ada ”. Informan 3.

“*jersey* bola itu penting karena menunjukkan identitas kita sebagai *fans club*,, sangat memalukan jika *fans club* tidak memiliki *jerseynya*,,, jangan ngaku *fans club* jika tidak punya *jersey* bolanya,,belum ada niat untuk berhenti tuk ngoleksi *jersey*,,, walaupun saya dimarahi orang tua karena membeli *jersey* bola tapi saya masih mengoleksinya”. Informan 4.

Dari pernyataan wawancara diatas, *jersey* bola merupakan perlengkapan paling pokok dimiliki oleh seorang *fans club* bola. Dengan terpenuhinya kebutuhan akan perlengkapan standar tadi membuat kebutuhan seorang *fans club* terpenuhi, dengan kata lain harga diri yang dimilikinya menjadi terpenuhi. Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian adalah salah satunya harga diri. Demi

terpenuhinya kepuasan *fans club* bola akan *jersey* bola maka *fans club* bola akan melakukan pembelian *jersey* bola yang menandakan individu tersebut adalah *fans club* dari suatu *club* yang dibanggakannya.

Liga *serie A* Italia merupakan salah satu liga terpopuler dan terbaik pada dekade 80-an hingga 90-an yang merupakan puncak kejayaan liga *Serie A* Italia. Namun sepak bola liga *serie A* Italia mengalami penurunan pamor yang dikarenakan regenerasi pemain muda yang belum setara dengan level senior, ditambah lagi masalah keuangan serta skandal *calicopoli* atau pengaturan skor. Hal ini yang mengakibatkan menurunnya prestasi *club* Italia dikompetisi Eropa. Liga *Serie A* Italia pernah mengalami skandal *Totonero* di tahun 1980 tetapi sepak bola Italia bisa bangkit dengan modal *tifosi* yang kuat di seluruh dunia. Sepak bola di Italia hampir sama kedudukannya dengan agama (<http://olahraga.kompasiana.com/bola/2012/07/19/memudarnya-pamor-serie-a-italia-478360.html>, diunduh pada tanggal 4 maret 2014). Dukungan *fans club* liga *serie A* Italia dalam mendukung *club* kesayangan tidak diragukan lagi kesetiannya. Sekalipun liga *serie A* Italia turun pamor dari liga lainnya tidak akan membuat *fans club* liga *serie A* Italia juga akan berkurang. Rasa cinta yang besarlah membuat *fans* dari liga *serie A* Italia masih tetap ada sampai saat sekarang.

Dari semua uraian di atas dapat diketahui bahwa seorang *fans club* yang fanatik pada sebuah *club* bola akan tetap setia dalam memberikan dukungan terhadap *club* sampai kapanpun. fanatisme yang luar biasa tidak hanya ditunjukkan dengan memberikan dukungan terhadap *club* tetapi juga memenuhi

semua kebutuhan yang berhubungan dengan *club* tersebut. Salah satunya adalah dengan memiliki atribut seperti *jersey* bola. Memiliki *jersey club* yang dibanggakan membuat harga diri seorang *fans club* terpenuhi yang dikarenakan *jersey* bola merupakan atribut yang pokok dimiliki oleh *fans club* bola. Hal ini dikarenakan *jersey bola* merupakan simbol dari *club* yang dicintai dan makna identitas seseorang dalam komunitas tersebut. Maka dari itulah peneliti tertarik untuk membahas "Hubungan Fanatisme dan Harga Diri Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *Jersey* Bola Pada *Fans Club* liga *Serie A* Italia Region Pekanbaru".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah apakah ada "Hubungan fanatisme dan Harga Diri dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *Jersey* Bola pada *Fans Club* liga *Serie A* Italia Region Pekanbaru" ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Fanatisme dan Harga Diri dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *Jersey* Bola pada *Fans Club* liga *Serie A* Italia Region Pekanbaru.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian dengan yang pernah dilakukan yaitu penelitian Rifki Nugroho Adi pada tahun 2013 dengan judul penelitiannya Analisis Faktor-Faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian dengan *system pre order* secara online (studi kasus *pada online shop pre order jersey*). Penelitian ini menunjukkan keputusan pembelian online merupakan suatu rangkaian proses kegiatan dimana seseorang konsumen dimulai dari adanya minat akan membeli sampai dengan memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang dia inginkan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Jhalugilang pada tahun 2012 dengan judul “Makna Identitas *Fans Club* Sepak bola, studi kasus: Juventus *club* Indonesia”. Dimana penelitian ini berisikan tentang fans *club* Juventus yang berusaha menunjukkan identitas dengan memakai atribut-atribut Juventus ketika menjalankan kegiatan. Atribut yang digunakan pun bermacam-macam tetapi yang utama adalah kaus atau *jersey*.

Penelitian Devi pada tahun 2004 dengan judul “Akuntansi Untuk Pemain Sepak Bola”. Penelitian ini membahas tentang bisnis persepakbolaan mempengaruhi konsumennya secara emosional, terkadang tidak rasional. Karenanya loyalitas konsumen mereka tidak diragukan, baik klub sepak bola tersebut dalam kondisi menang ataupun kalah. Supporter fanatik ini rela menghabiskan uang yang tidak sedikit untuk menonton setiap pertandingan yang dimainkan klubnya lengkap dengan atribut klub yang didukungnya. Bahkan *club* juru kunci pun memiliki supporter fanatik. Karakteristik tersebut yang tidak dimiliki oleh jenis industri lainnya.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Titus Bayu Prakoso pada tahun 2010 dengan judul perilaku membeli pakaian distro pada remaja ditinjau dari harga diri

dan konformitas. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku membeli seseorang diantaranya harga diri dan konformitas.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Achmad Syaiful Ramadhan pada tahun 2012 dengan judul hubungan gaya hidup konsumtif dengan harga diri mahasiswa fakultas psikologi universitas X. Penelitian ini menjelaskan bagaimana harga diri menyebabkan individu menjadi berharga dengan mendapatkan rasa percaya diri melalui penampilannya. Individu yang memperhatikan penampilannya akan mempengaruhi gaya hidupnya menjadi perilaku gaya hidup konsumtif.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat baik itu secara teoritis maupun praktis yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan nantinya penelitian ini dapat menambah pengembangan ilmu dalam bidang psikologi sosial, psikologi konsumen dan psikologi industri khususnya pada kajian pengambilan keputusan pembelian, fanatisme dan harga diri.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi informasi atau masukan pada *fans club* dalam pemahaman dan penjelasan tentang proses pengambilan keputusan pembelian *jersey* bola dengan mempelajari karakteristik *fans club*.