



ISSN No. 2407-0546

**FMI6**

Proceedings Forum Manajemen Indonesia 6  
**ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT**

Didukung Oleh:



**Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sumatera Utara  
Medan  
November 2014**

## **REVIEWER FMI 6 MEDAN**

Prof. Dr. Syahnur Said

Prof. Dr. Sucherly

Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi.

Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe, M.Si.

Prof. Dr. Prihatin Lumbanraja, M.Si.

Prof. Dr. Rismayani, MS

Prof. Dr. Paham Ginting, Msi

Dr. Muslich Lufti, MBA

Dr. Ratih Hurriyati

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Rudy Aryanto, SE. MM.

Dr. Ramadania, SE, M.Si

Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si.

# DAFTAR NAMA PENGURUS FMI

## Pengurus Pusat FMI

1.	Prof. Dr. Syahnur Said	Penasehat	<a href="mailto:syahnur_said@yahoo.com">syahnur_said@yahoo.com</a>
2.	Prof. Dr. Sucherly	Penasehat	<a href="mailto:sch@dmb.fe.unpad.ac.id">sch@dmb.fe.unpad.ac.id</a>
3.	Dr. T. Hani Handoko, MBA.	Penasehat	
4.	Sri Gunawan, DBA.	Ketua Umum	<a href="mailto:sgunawan22@gmail.com">sgunawan22@gmail.com</a>
5.	Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi.	Ketua - 1 - Pendidikan	<a href="mailto:erniesule@gmail.com">erniesule@gmail.com</a>
6.	Prof. Dr. Budi Eko Soetjipto	Ketua - 2 - Penelitian	<a href="mailto:soetjiptobe@yahoo.com">soetjiptobe@yahoo.com</a>
7.	Idris Gautama, SE. SKom. MM. MBA.	Ketua - 3 - Pemberdayaan	<a href="mailto:idrisgs@gmail.com">idrisgs@gmail.com</a>
8.	Dra. Nuri Herachwati, MSi. MSc.	Sekretaris - 1	<a href="mailto:herachwati@yahoo.com">herachwati@yahoo.com</a>
9.	Johny Rusdiyanto, SE. MM.	Sekretaris - 2	<a href="mailto:jrusdiyanto@yahoo.com">jrusdiyanto@yahoo.com</a>
10.	Melizza Silvi, SE. MSi.	Bendahara - 1	<a href="mailto:meliza@perbanas.ac.id">meliza@perbanas.ac.id</a>
11.	Dr. Riko Hendrawan	Bendahara - 2	<a href="mailto:riko_hendrawan@yahoo.com">riko_hendrawan@yahoo.com</a>
12.	Rudy Aryanto, SE. MM.	Koord Informasi	<a href="mailto:raryanto@binus.edu">raryanto@binus.edu</a>

## Ketua Korwil FMI

Dr. Ratih Hurriyati	Ketua - Korwil FMI Jawa Barat	<a href="mailto:r_hurriyati@yahoo.com">r_hurriyati@yahoo.com</a>
Dr. D. Agus Harjito, M.Si.	Ketua - Korwil FMI Jogjakarta	<a href="mailto:harjitok@yahoo.com">harjitok@yahoo.com</a>
Rudy Aryanto, SE. MM.	Ketua - Korwil FMI Jakarta	<a href="mailto:raryanto@binus.edu">raryanto@binus.edu</a>
Dr. Ramadania, SE, M.Si	Ketua - Korwil FMI Kalimantan	<a href="mailto:dhania75@gmail.com">dhania75@gmail.com</a>
Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si.	Ketua - Korwil FMI Jawa Timur	<a href="mailto:fatchuur@yahoo.co.id">fatchuur@yahoo.co.id</a>

## KATA SAMBUTAN REKTOR

AssalamualaikumWr.Wbr

Forum Manajemen Indonesia ke 6 (FMI 6) dengan kegiatan seminar dan *call for paper* yang diselenggarakan oleh Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan ini, sangat saya apresiasi karena mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya pada bidang *entrepreneurial management* yang dapat digunakan untuk menghadapipersaingan akibat dampak globalisasi terutama dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Untuk memenangkan persaingan ini diperlukan implikasi bagi sebuah perusahaan seperti konsep-konsep manajemen, ketrampilan, pola pikir dengan fleksibilitas yang tinggi, inovasi dan responsif serta pengetahuan kewirausahaan di berbagai lapisan manajemen. Kreatifitas dan inovasi dikembangkan untuk dapat mengembangkan produk baru, yang unik dan mempunyai nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan ataupun organisasi.

Selain tu, transformasi bisnis yang semakin cepat dan terus menerus berkembang membutuhkan manajemen yang dinamis meliputi keseluruhan aspek manajemen bagi perusahaan ataupun organisasi. Aspek tersebut diantaranya meliputi bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan kewirausahaan.

Saya berharap dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan perubahan dan paradigma khususnya bagi para akademisi, praktisi, pengusaha, mahasiswa dan masyarakat luas sehingga dapat menciptakan visi, misi maupun strategi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

Terima kasih terhadap para peserta yang telah hadir dan mengikuti acara FMI 6 yang diselenggarakan di Medan ini. Semoga para peserta mempunyai kesan yang baik terhadap acara ini.

Wassalam,  
Rektor Universitas Sumatera Utara

Prof. Dr. Dr. Syahril Pasaribu, DTM&H, M.Sc. (CTM), Sp.A(K)

# DAFTAR ISI

DAFTAR NAMA PENGURUS FMI .....	iii
KATA SAMBUTAN REKTOR .....	iv
KATA SAMBUTAN DEKAN .....	v
KATA SAMBUTAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
JADWAL ACARA FMI 6 MEDAN .....	xxix
JADWAL ACARA PER SESI.....	xxx

## **MANAJEMEN KEUANGAN**

<b>BIAS INVESTOR PADA PERDAGANGAN INDEKS</b> Abdur Rafik.....	3
<b>HUBUNGAN AGENSI DAN KINERJA PADA PERUSAHAAN KELUARGA: STUDI PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI YOGYAKARTA</b> Agus Harjito, Arif Singapurwoko .....	4
<b>ANALISIS <i>OVERREACTION</i>, <i>FIRM SIZE</i> DAN <i>LIKUIDITAS</i> SAHAM PADA SAHAM SYARIAH DAN NONSYARIAH DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Agus Riyanto, Zaenal Arifin .....	5
<b>PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DI MASA YANG AKAN DATANG</b> Ait Novatiani, Rosyani Muthya.....	6
<b>PENGARUH PERGERAKAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM DAN <i>RETURN</i> SAHAM PADA SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR PADA BEI TAHUN 2008-2012</b> Andina Pradanti, Nurfauziah.....	7
<b>ANALISIS RISIKO PORTOFOLIO OPTIMAL SAHAM BLUE CHIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN VALUE AT RISK</b> Ari Christianti.....	8
<b>ANALISIS KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI INDONESIA DENGAN VARIABEL FINANCIAL SUSTAINABILITY, OUTREACH DAN WELFARE IMPACT</b> Arif Singapurwoko .....	9
<b>PENGARUH KONDISI KEUANGAN PERUSAHAAN TERHADAP MANIPULASI AKTIVITAS RIIL</b> Amellya Christiantidan, I Putu Sugiarta Sanjaya.....	10
<b>PERKEMBANGAN <i>BEHAVIORAL FINANCE</i> DI INDONESIA DAN MANCANEGERA</b> Benny Budiawan Tjandrasa.....	11

<b>STRUKTUR KEUANGAN DAN KINERJA ANTAR GENERASI PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA</b>	12
Baziedy Aditya Darmawan, Dwipraptono Agus Harjito.....	
<b>PENGARUH RASIO SPESIFIK PERBANKAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK GO PUBLIC DI BEI</b>	13
Cytraningrum Denry Susanty, Sutrisno.....	
<b>KETEPATAN ESTIMASI LABA, TARGET HARGA DAN REKOMENDASI SAHAM DALAM ANALYST REPORT</b>	14
C. Erna Susilawati.....	
<b>MODEL MARKOWITZ UNTUK PEMBENTUKAN PORTFOLIO OPTIMAL DI BURSA EFEK INDONESIA</b>	15
Dihin Septyanto, Bob Kertopati.....	
<b>PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI)</b>	16
Eria Orizayanti, Nurfauziah.....	
<b>PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, NON-DEBT TAX SHIELD, LABA PERUSAHAAN, FIXED ASSET, RISIKO BISNIS DAN LIQUIDITY TERHADAP LEVERAGE PADAPT ASTRA INTERNATIONAL TBK DAN ANAK PERUSAHAANNYA DI BURSA EFEK INDONESIA</b>	17
Evanti Anggraini, Tita Deitiana.....	
<b>THE AGGREGATE BIAS OF THE DISPOSITION EFFECT</b>	18
Edo Sri Harsanto.....	
<b>ANALISIS EFISIENSI PERBANKAN ISLAM DI ASIA TENGGARA</b>	19
Faaza Fakhrunnas, Zaenal Arifin.....	
<b>DETERMINAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN DAN KORUPSI MANAJEMEN</b>	20
Fitri Ismiyanti, Chyntia.....	
<b>PENGARUH KONSENTRASI KEPEMILIKAN DAN KOMITE AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012 SAMPAI 2013</b>	21
Fransisca Hanita R, Ryani Dhyhan Parashakti.....	
<b>FACTORS FROM UNDERWRITER THAT INFLUENCE INITIAL RETURN OF THE COMPANIES DOING INITIAL PUBLIC OFFERINGS IN INDONESIA STOCK EXCHANGE IN THE PERIOD OF 2004-2011</b>	22
Ferry Sugianto, Liliana Inggrit Wijaya.....	
<b>PENGARUH ASET, MODAL SENDIRI, MODAL ASING, JUMLAH PEGAWAI DAN JUMLAH ANGGOTA TERHADAP PENDAPATAN USAHA KOPERASI SEKTOR UNGGULAN DI ACEH UTARA</b>	23
Ghazali Syamni, Nazir <sup>2</sup> , Musliadi.....	
<b>HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KELEMBAGAAN, INVESTASI ASING LANGSUNG, KEBEBASAN PASAR, DAN KEWIRAUSAHAAN: STUDI PERBANDINGAN DI ASIA TENGGARA</b>	24
H. Sugeng Hariadi.....	
viii.....	

<b>KAJIAN LITERATUR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: MODEL PENGEMBANGAN IKATAN EMOSIONAL PELANGGAN MELALUI CUSTOMER CONTACT CENTER DI INDUSTRI PENDIDIKAN</b> Ika Gunawan, Nonie Magdalena .....	248
<b>PENGARUH <i>OUTCOME QUALITY</i>, <i>INTERACTION QUALITY</i>, DAN <i>PEER TO PEER QUALITY</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN RAWAT JALAN DI RS X SURABAYA</b> Kurniawan Budiono, Dudi Anandya .....	249
<b>PENGARUH EWOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI <i>E- COMMERCE (BISNIS ONLINE)</i></b> Kezia Kurniawati.....	250
<b>ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PENERBANGAN YANG MENIMBULKAN <i>WORD OF MOUTH</i> PENUMPANG PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR</b> Murwanto Sigit, Denata Enggar Wibowo .....	251
<b>THE INFLUENCE COUNTRY OF ORIGIN TOWARD BRAND EQUITY</b> Muchsin Muthohar, Eka Sharfina. S .....	252
<b>ANALISIS INDEKS KEPUASAN PELANGGAN JASA LAYANAN BANDARA SOEKARNO HATTA – JAKARTA DALAM RANGKA <i>OPEN SKY POLICY</i> 2015</b> Mohamad Rizan .....	253
<b><i>CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY</i> DESTINASI WISATA KOTA BATU</b> Masmira Kurniawati.....	254
<b>PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK BERLABEL HALAL</b> Muniaty Aisyah .....	255
<b>ANALISIS PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA HANDPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ESA UNGGUL FAKULTAS EKONOMI)</b> Nina Nurhasanah, Ari Anggarani WPT, Yossa Thio Rinaldi.....	256
<b>PEMODELAN KEPUASAN DAN MINAT BERPERILAKU PASIEN RAWAT INAP PUSKESMAS BERBASIS <i>SERVICE DELIVERY SYSTEM</i>: IMPLIKASINYA TERHADAP KEBIJAKAN</b> Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Dwi Lesno Panglipursari .....	257
<b>PERBANDINGAN BAURAN ECERAN ANTARA ALFAMART DENGAN SBMART</b> Nina Maharani .....	258
<b>KAJIAN LITERATUR: MODEL KUALITAS HUBUNGAN B2B SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN MARKETING C2C DI BISNIS ONLINE</b> Nonie Magdalena .....	259

<b>PENGARUH FAKTOR-FAKTOR ANTESEDEN E-CUSTOMER SATISFACTION, E-CUSTOMER TRUST DAN COMPULSIVE BUYING PADA PEMBENTUKAN E-CUSTOMER LOYALTY</b> Petra Surya Mega Wijaya, Ety Istriani .....	260
<b>FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN TERHADAP WEBSITE JASA</b> Retno Wulandari .....	261
<b>ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi kasus: Dapur Cokelat Cabang Greenville)</b> Ria Rivisa, Lia Amalia .....	262
<b>KOMPARASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KESEJAHTERAAN SOSIAL-EKONOMI MASYARAKAT PADA PERUSAHAAN TAMBANG BAUKSIT DI KALIMANTAN BARAT</b> Ramadania, Nurul Bariyah, Rosyadi .....	263
<b>LITERATURE REVIEW OF SPORT EVENT IMPACT ON DEVELOPMENT OF TOURISM</b> Ratni Prima Lita .....	264
<b>MEDIASI SIKAP PENONTON FILM TERHADAP INTENSI MENONTON FILM NASIONAL: KAJIAN <i>MOVIE VIEWING</i>, <i>ETHNOSENTRISME</i> DAN <i>CULTURAL PROXIMITY</i> SEBAGAI VARIABEL ANTESENDEN</b> Rina Astini .....	265
<b>INFLUENCES OF PRODUCT, PRICE, AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION RABBANI IN LANGSA, ACEH</b> Suri Amilia, Endang Sulistya Rini, dan Arlina Nurbaity Lubis .....	266
<b>ANALISIS PENGARUH KINERJA LAYANAN <i>THIRD PARTY LOGISTICS</i> TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DALAM USAHA MIKRO KECIL MENENGAH YANG BERBASIS <i>E-COMMERCE BUSSINESS</i></b> Siti Nursyamsiah, M.Rifkiyani .....	267
<b>COMPARATIVE ANALYSIS OF PURCHASE DECISION CCTV CAMERA ON SECURITY EXPERT AND UD. KARUNIA IN TERMS OF PRICE, QUALITY PRODUCTS, QUALITY SERVICES, PROMOTION TO IMPROVE THE ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT AND COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGE (A CASE STUDY OF ENTREPRENEURIAL PROJECT CLASS IN CIPUTRA UNIVERSITY)</b> Sonata Christian, Antonio Gunawan .....	268
<b>NEGARA ASAL MEREK (<i>COUNTRY OF ORIGIN</i>) DAN HUBUNGANNYA DENGAN PERSEPSI KUALITAS SERTA KEPERCAYAAN PADA MEREK PRODUK SEPATU OLAH RAGA</b> Soni Harsono .....	269
<b>EFEK PERSUASI METAFORA DAN TAMPILAN VISUAL/VERBAL IKLAN POLITIK DI TWITTER: PERBANDINGAN ANTARA PEMILIH PEMULA DAN PEMILIH ULANG</b> Sony Kusumasondjaja .....	270



<b>ANALISIS VALUE CONSCIOUSNESS, CONSPICUOUS CONSUMPTION TERHADAP WILLINGNESS TO BUY PRODUK COUNTERFEIT DENGAN ABILITY TO PAY SEBAGAI VARIABEL MODERATOR</b> Sri Hartini, Nurtjahja Moegni.....	271
<b>PERAN INDIVIDUAL COMPETENCE SEBAGAI MEDIATING VARIABLE DALAM HUBUNGAN CUSTOMER-KNOWLEDGE CREATION CAPABILITY DENGAN KINERJA HUBUNGAN ANTAR BAGIAN STUDI PADA KARYAWAN SETINGKAT SUPERVISOR PABRIK GULA JATIROTO</b> Sri Wahjuni Astuti, Yosef Antonius.....	272
<b>PROMOTIONAL USE IN THE CONTEXT FOR SHOPPING PRODUCTS WITH LOW INVOLVEMENT MEDIATED BY BRAND AWARENESS AND PERCEIVED VALUE</b> Soemarjati Tjokroamidjojo, Anastasia Riani Suprpti.....	273
<b>HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK DAN CITRA MEREK DENGAN LOYALITAS PELANGGAN SMARTPHONE MEREK BLACKBERRY (Survei pada Mahasiswa Angkatan 2012 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Achmad Yani)</b> Siti Herawati.....	274
<b>ANTESEDEN PERILAKU GREEN BUYING KAUM MUDA</b> Tanti Handriana.....	275
<b>PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SABUN SUNLIGHT CAIR DI KABUPATEN ACEH TAMIANG</b> Tengku Putri Lindung Bulan, Endang Sulistya Rini.....	276
<b>THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TO PURCHASE DECISION OF SAMSUNG MOBILE PRODUCT AND THE IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION</b> Triesti Candrawati.....	277
<b>PEMBENTUK WORD OF MOUTH PADA PENUMPANG PENERBANGAN LOW COST CARRIER DI INDONESIA</b> Yasintha Soelasih.....	278
<b>PENENTU EKUITAS MEREK PADA MOBIL MEREK MERCEDES-BENZ: STUDI KASUS DI SURABAYA</b> Y. Lilik Rudianto.....	279
<b>IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) STUDI PADA PERUSAHAAN KEMASAN</b> Eko Purwanto, Prasetyohadi, Firman Dwilaksono Rahardianto.....	280
<b>LOYALITAS MELALUI PENDEKATAN DETERMINAN EKSPERIMENTAL MARKETING DAN PENGARUHNYA TERHADAP WORD OF MOUTH (Studi Pada Hotel Berbintang di Samarinda)</b> Rahmawati.....	281

## JADWAL ACARA FMI 6 MEDAN

Hari/Tgl	Waktu	Kegiatan	Pelaksanaan
Rabu, 12 Nov 2014	07.30-08.30	Registrasi	Hotel Aston
	08.30- 08.35	Pembukaan	Tari Persembahan
	08.35 - 08.40	Doa	Dr. Zema
	08.40 - 08.50	Laporan Ketua Panitia	Dr. Isfenti Sadalia, SE, ME
	08.50 - 09.00	Sambutan Ketua FMI Pusat	Sri Gunawan
	09.00- 09.10	Kata Sambutan dan Pembukaan	T. Erry Nuradi
	09.10 – 09.20	Sambutan sekaligus Pembukaan Seminar	Rektor USU
	09.20- 09.40	<i>Key Note Speaker</i>	Ketua KPU
	09.40 - 10.00	<i>Key Note Speaker</i>	Mentri Keuangan RI
	10.00 – 10.10	Pemberian Cendera Mata	
	10.10 -10.15	<i>Coffee Break</i>	
	10.15 – 12.00	<i>Seminar Entrepreneurial Management</i>	Eddy Rizlianto A. Herlianto Soritaon Siregar
	12.00 – 13.00	Ishoma	
	13.00 – 14.00	Call for paper Sesi I	Ruang 1 s/d 13
	14.00 – 15.00	Call for paper Sesi II	Ruang 1 s/d 13
	15.00 – 16.00	Call for paper Sesi III	Ruang 1 s/d 13
	16.00– 17.00	Call for paper Sesi IV	Ruang 1 s/d 13
17.00– 19.30	Istirahat	Ruang 1 s/d 13	
19.30– 21.30	Gala Dinner, Pemberian best paper, dan Hiburan	Ball Room Hotel Aston	
Kamis, 13 Nov 2014	07.30	Tour Menuju Danau Toba	Titik Kumpul di Hotel Aston
Sabtu, 15 Nov 2014	14.00	Tiba di Medan	Titik Kumpul di Hotel Aston

## LITERATURE REVIEW OF SPORT EVENT IMPACT ON DEVELOPMENT OF TOURISM

**Ratni Prima Lita**

School of Management, Andalas University, Limau Manih, Padang 25136  
[ratni31@yahoo.com](mailto:ratni31@yahoo.com)

### *Abstract*

*Currently, sport event is not only about sport development but also non sport sectors, likes economic, social and tourism sector. Some sport event likes Olympic Games London and Tour De Singkarak can improve tourist interested to visit tourist destination. This study aims to see the impact of sport event in tourism development. This review base on previous research about sport event in many countries. Literature review says that sport event have positive and negative impact on economic and social sector, which will impact an tourism development. Positive impact of sport event are influent to improve public income, visiting touris destination, promotion of tourism, and introducing the local culture etc. Negative impact from sport event are environment damage, cost expensive, safety problem, trafict jam etc.*

**Keywords:** *Sport Event Impact, Development of Tourism*



# Sertifikat

# FMI6

Diberikan Kepada:

**Ratni Prima Lita**

Sebagai:

**Pemakalah**

**PADA ACARA SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER FORUM MANAJEMEN INDONESIA 6  
DENGAN TEMA : "ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT"  
PADA 12 NOVEMBER 2014**

Ketua FMI

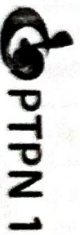
Sri Gunawan, DBA

Ketua Panitia FMI6

Dr. Isfenti Sadalia, SE, ME

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sumatera Utara

Prof. Dr. Azhar Maksu, M.Ec.Ac.Ak.CA



## LITERATURE REVIEW OF SPORT EVENT IMPACT ON DEVELOPMENT OF TOURISM

### ABSTRACT

**Ratni Prima Lita\***

\*School of Management, Andalas University, Limau Manih, Padang 25136  
E-mail address:ratni31@yahoo.com

*Currently, sport event is not only about sport development but also non sport sectors, likes economic, social and tourism sector. Some sport event likes Olympic Games London and Tour De Singkarak can improve tourist interested to visit tourist destination.*

*This study aims to see the impact of sport event in tourism development. This review base on previous research about sport event in many countries.*

*Literature review says that sport event have positive and negative impact on economic and social sector, which will impact an tourism development. Positive impact of sport event are influent to improve public income, visiting touris destination, promotion of tourism, and introducing the local culture etc. Negative impact from sport event are environment damage, cost expensive, safety problem, trafict jam etc.*

**Keywords: Sport Event Impact, Development of Tourism**

### I. PENDAHULUAN

*Sport event* saat ini tidak lagi sekedar ajang uji ketangkasan, kekuatan, kecepatan ataupun keterampilan saja, tetapi sudah berkembang menjadi faktor pendorong bagi keberhasilan sektor non olahraga. *Sport event* seperti *Olympic games* seperti diketahui telah menjadi sebuah proyek bisnis berskala jutaan dollar dan memberikan efek jangka panjang ke berbagai sektor untuk jangka waktu yang juga panjang. Olympic Games London 2012 yang lalu diperkirakan memberikan dampak kepada GDP United Kingdom sebesar £16.5 milyar (Foley, 2012).

Sementara pada tahun 2008, Olympic Games Beijing memberikan sumbangan pada peningkatan kedatangan turis luar negeri yang sebesar 8-9 persen per tahun sesudah pelaksanaan *event* berlangsung (Sands, 2008). Fakta tersebut membuktikan bahwa *sport event* dapat dijadikan salah satu faktor penunjang pembangunan.

Di Indonesia, *sport event* berdampak positif terhadap berbagai sektor termasuk di dalamnya sektor pariwisata. Sebagai contoh Tour de Singkarak dan Perahu Naga di Provinsi Sumatera Barat. Hasil penelitian Ratni dan Ma'ruf (2014) menemukan bahwa *sport event* Tour de Singkarak dan Perahu

Naga mampu meningkatkan citra destinasi Sumatera Barat dari persepsi wisatawan dan peserta event.

Tujuan dari kajian literature adalah, untuk menganalisis dampak dari *sport event* terhadap pengembangan pariwisata.

## II. LANDASAN TEORI

### 2.1. Dampak Sport Event

Dampak dari pelaksanaan sebuah *sport event* telah cukup banyak dibahas dalam berbagai penelitian. Pembahasan ini dapat dibagi ke dalam dua kelompok yaitu, pertama yang menampilkan dampak positif dan yang kedua menampilkan dampak negatif atau berbagai kontroversi yang terjadi.

Secara umum, menjadi tuan rumah sebuah *sport event* internasional dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat (Higham, 2005). Berdasarkan kepada beberapa literature, manfaat yang paling diharapkan dari adalah dari aspek ekonomi (Getz, 2005; Gursoy, Kim, & Uysal, 2004). Sport event yang besar sering menghasilkan perhatian media internasional dan promosi event tersebut merupakan sarana yang sangat baik untuk pengenalan dan pengakuan sebuah kota secara internasional dan juga untuk mempromosikan berbagai atraksi wisata (Jeong & Faulkner, 1996). Beberapa contoh dampak *event* tersebut adalah pelaksanaan ajang FIFA World Cup tahun 2002 yang telah menciptakan dampak ekonomi sebesar US\$1.35 milyar dari

transaksi penjualan, dimana US\$307 juta adalah pendapatan dan US\$713 juta adalah nilai value added bagi Korea Selatan (C. K. Lee & Taylor, 2005). Hasil ini juga menunjukkan bahwa turis asing yang datang untuk menyaksikan World Cup memberikan hasil yang 1,8 kali lebih tinggi dari turis biasa.

Menurut analisis yang dilakukan oleh Fourie & Santana-Gallego (2011), mega-*sport event* dapat mempromosikan pariwisata, tetapi keuntungan yang diharapkan dari kedatangan turis bervariasi tergantung pada jenis mega-*event*, negara-negara peserta dan apakah acara ini diadakan selama *peak-season* atau *off-season*.

Kajian lain yang dilakukan oleh Balduck, Maes, & Buelens (2011) menemukan bahwa, dampak *event international* Tour de France bagi penduduk kota Ghent yang menjadi salah satu tuan rumah adalah sebagai berikut: sebelum dilaksanakannya *event*, penduduk menganggap bahwa itu merupakan cara yang bagus untuk mempromosikan kota mereka termasuk aspek budayanya walaupun mereka sadar bahwa penyelenggaraan *event* tersebut membutuhkan biaya yang besar. Setelah pelaksanaan *event*, manfaat yang dirasakan adalah dikenalnya budaya mereka tetapi dampak negatifnya juga dirasakan seperti pengeluaran yang berlebihan dan kemacetan.

Setelah membahas beberapa dampak positif, saatnya sekarang melihat berbagai

dampak negatif yang mungkin timbul dari pelaksanaan *sport event*. Beberapa dampak negatif yang mungkin muncul dari sebuah penyelenggaraan *sport event* adalah kerusakan lingkungan, pengeluaran yang berlebihan, masalah keamanan, kemacetan, prostitusi dan penggusuran pemukiman (Gursoy et al., 2004; Kim & Petrick, 2005). Dampak negatif tersebut sering terlupakan oleh pemerintah karena dikalahkan oleh keinginan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam menyelenggarakan event tersebut (Kim & Petrick, 2005).

Selain dampak negatif di atas, beberapa dampak lainnya yang mungkin muncul dari pelaksanaan *sport event* yang besar seperti *olympic games* (Higham, 1999) diantaranya adalah:

1. Manfaat secara ekonomi yang berhubungan dengan pembangunan infrastruktur lebih banyak dirasakan oleh pelaku bisnis dibandingkan dengan masyarakat secara umum.
2. Dampak terhadap pariwisata bersifat jangka pendek saja karena adanya *time-switching* terkait dengan adanya *sport event* dimana wisatawan yang datang pada saat itu umumnya adalah ‘Sports junkies’ yang menunjukkan sedikit minat terhadap produk pariwisata yang lebih luas dilokasi event.
3. Berkaitan dengan isu sosial seperti keramaian dan kemacetan dimana

penduduk setempat sering tidak berpartisipasi secara langsung dan bisa mengganggu ketenangan masyarakat umum.

4. Permasalahan yang berhubungan dengan penggusuran pemukiman penduduk demi mencapai target dalam menciptakan *destination image*. Pembangunan *sport complex* biasanya juga menimbulkan eskalasi pada biaya sewa perumahan karena meningkatnya nilai tanah dan bangunan.
5. Adanya peluang terjadi gangguan keamanan selama berlangsungnya kegiatan seperti pencurian.

## **2.2. Dampak Sport Event terhadap Pengembangan Pariwisata**

Dampak *sport event* terhadap pengembangan pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek sebagai berikut:

### **1. Dampak terhadap Pelaku Industri Pariwisata**

Beberapa kajian juga menemukan beragam hubungan antara penyelenggaraan *sport event* dengan kinerja usaha pelaku industri pariwisata. Pada industri hotel misalnya, *sport event* bisa menjadi sumber kenaikan okupansi.

Akan tetapi, pengalaman dari sebuah *sport event* di Taiwan menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang bisa menyebabkan tidak tercapainya target okupansi selama

*event* berlangsung yaitu: (Sun, Rodriguez, Wu, & Chuang, 2012).

1. Kontrak yang tidak jelas dengan pihak penyelenggara.
2. Adanya pengalihan konsumen regular ke konsumen khusus pada saat *event* berlangsung bisa menimbulkan risiko di kemudian hari, terutama jika *event* berlangsung pada saat *peak season*.
3. Risiko kehilangan konsumen juga terjadi karena adanya kenaikan harga kamar sebagai akibat dari peningkatan permintaan.

Sementara itu, berdasarkan kepada perspektif penyelenggara kajian yang dilakukan oleh Emery (2010) menyatakan bahwa sebuah *sport event* akan memberikan manfaat yang maksimum jika didukung oleh adanya manajemen yang efektif dan efisien dalam mengelola hubungan antara *sport event*, media dan sponsor.

## **2. Dampak Sport Event terhadap Citra Destinasi**

Dalam beberapa penelitian yang telah dilakukan ditemukan adanya keterkaitan antara citra destinasi dengan citra sebuah *event*. Penelitian Jago et.al (2003) menemukan adanya keterkaitan antara citra destinasi dengan citra sebuah event ini didasarkan kepada pendekatan teoritis *co-branding* dan *bundling*.

Selain itu penelitian Jago et al. (2003) dan Xing & Chalip (2006) menunjukkan

bahwa *event* dapat mempengaruhi persepsi terhadap citra destinasi ketika citra *event* yang dilaksanakan fir atau kompatibel dengan citra destinasi.

## **3. Dampak Sport Event terhadap Perilaku Wisatawan**

Kajian oleh Balduck, Maes, & Buelens (2011) menemukan bahwa, dampak *event international* Tour de France bagi promosi kota. Citra *sport event* dan destinasi berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi dimana event tersebut dilaksanakan (Kaplanidou, 2007).

Selain itu, kepuasan telah menjadi prediktor kuat untuk *behavioral intention* dalam *fase post-trip* (J. Lee, Graefe, & Burns, 2004; Rittichainuwat, Qu, & Mongkonvanit, 2002).

## **III. PEMBAHASAN**

Dari landasan terori yang ditemukan dari beberapa hasil penelitian maka pada bagian ini akan dibahas dampak sport event dari berbagai aspek.

*Sport event* yang dilaksanakan pada suatu negara dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat terutama manfaat yang diharapkan adalah manfaat ekonomi. Sport event seperti Olympic Games London 2012 yang lalu diperkirakan memberikan dampak kepada GDP United Kingdom sebesar £16.5 milyar (Foley, 2012). Event ini terbukti mampu memberikan manfaat terhadap



masyarakat dan negaranya. Masyarakat akan merasakan manfaatnya secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini sesuai dengan temuan Getz, 2005; Gursoy, Kim, & Uysal, 2004) yaitu manfaat yang paling diharapkan dari sport event adalah dari aspek ekonomi.

Penyelenggaraan *sport event* akan mengakibatkan banyaknya media yang meliput sebelum, selama dan setelah event berlangsung. Hal ini bisa menjadi alat untuk promosi daerah/negara tempat event berlangsung.

Penyelenggaraan *sport event* akan mengakibatkan banyaknya peserta dan penonton *sport event*. Hal ini bisa mengganggu keamanan, kenyamanan dan ketenangan masyarakat umum yang disebabkan oleh adanya penutupan jalan, keramaian dan sebagainya.

Selain itu dampak dari *sport event* bisa juga menimbulkan pengrusakan pemukiman penduduk dan meningkatnya biaya sewa perumahan karena pengembangan lahan *event* dan harga tanah dan bangunan naik.

Penyelenggaraan *sport event* akan berdampak terhadap perkembangan pariwisata dan sektor penunjang pariwisata seperti sektor perhotelan, restoran, toko souvenir dan sebagainya. Pada sektor perhotelan akan berdampak naiknya tingkat kunjungan hotel selama event berlangsung dan pihak hotel bisa menjadikan event untuk ajang berpromosi. Namun ada juga *sport*

*event* yang diselenggarakan tidak tercapainya target okupansi. Banyak faktor yang mengakibatkan hal ini terjadi. Menurut Sun, Rodriguez, Wu, & Chuang (2012) diakibatkan oleh: 1) kontrak yang tidak jelas dengan pihak penyelenggara, 2) adanya pengalihan konsumen regular ke konsumen khusus pada saat *event* berlangsung bisa menimbulkan risiko di kemudian hari, terutama jika *event* berlangsung pada saat *peak season*, 3) risiko kehilangan konsumen juga terjadi karena adanya kenaikan harga kamar sebagai akibat dari peningkatan permintaan.

Faktor-faktor yang disebutkan di atas tentunya harus menjadi perhatian bagi pelaku industri perhotelan dan penyelenggaraan event sehingga manfaat bagi salah satu *stakeholder* ini bisa dimaksimumkan.

Manfaat secara ekonomi yang berhubungan dengan pembangunan infrastruktur juga akan dirasakan oleh pelaku bisnis seperti perbaikan infrastruktur, promosi oleh penyelenggara.

Namun demikian *sport event* akan memberikan manfaat yang maksimum jika didukung oleh adanya manajemen yang efektif dan efisien. Hal ini didukung oleh riset Emery (2010) menyatakan bahwa sebuah *sport event* akan memberikan manfaat yang maksimum jika didukung oleh adanya manajemen yang efektif dan efisien dalam mengelola hubungan antara *sport event*, media dan sponsor.

Pada sektor pariwisata, citra *sport event* yang baik akan mampu mendorong citra destinasi. Hal ini didukung oleh penelitian Jago et.al (2003) yaitu adanya keterkaitan antara citra destinasi dengan citra sebuah event ini didasarkan kepada pendekatan teoritis *co-branding* dan *bundling*. Selain itu, didukung oleh penelitian Jago et al. (2003) dan Xing & Chalip (2006) bahwa *event* dapat mempengaruhi persepsi terhadap citra destinasi ketika citra *event* yang dilaksanakan fir atau kompatibel dengan citra destinasi.

Penyelenggaraan *sport event* juga berdampak terhadap perilaku wisatawan. Citra *sport event* dan destinasi yang baik akan berdampak terhadap kepuasan, intensi berkunjung kembali dan menyampaikan hal yang positif kepada orang lain. Kajian ini didukung oleh Balduck, Maes, & Buelens (2011) menemukan bahwa, dampak *event international Tour de France* bagi promosi kota, sedangkan Kaplanidou, (2007) menyatakan bahwa citra *sport event* dan destinasi berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi dimana event tersebut dilaksanakan.

Dengan citra destinasi yang baik akan mampu mendorong kepuasan wisatawan dan akan diperkirakan akan mendorong intensi berkunjung kembali baik sebagai penonton event maupun mengunjungi destinasi. Dengan kepuasan yang tinggi wisatawan juga akan cenderung mau merekomendasikan hal yang positif tentang event dan destinasi

kepada orang lain. Hal ini akan berdampak terhadap pariwisata di negara atau daerah tersebut.

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kajian literature ini adalah:

1. Dampak *sport event* dapat berdampak ekonomi, dapat membantu mempromosikan kota dan aspek budaya dari suatu negara atau daerah.
2. Dampak negatif yang mungkin timbul dari pelaksanaan *sport event* adalah kerusakan lingkungan, pengeluaran yang berlebihan, masalah keamanan, kemacetan, prostitusi dan penggusuran pemukiman.
3. *Sport event* berdampak pelaku industri, citra destinasi dan perilaku wisatawan. Hal ini akan berdampak terhadap pengembangan pariwisata.

#### REFERENSI

- Balduck, A. L., Maes, M., & Buelens, M. (2011). The Social Impact of the Tour de France: Comparisons of Residents' Pre-and Post-event Perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113.
- Dimanche, F. d. r. (2003). *The role of sport events in destination marketing*. Paper presented at the Aiest 53rd Congress in Sport and Tourism, Athens, Greece.

- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies*, 2(2), 2-12.
- Emery, P. (2010). Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport Management Review*, 13(2), 158-170.
- Ferrand, A. (1996). Image sponsoring: a methodology to match event and sponsor. *Journal of Sport Management*, 10(3), 278-291.
- Foley, P. (2012). How the London 2012 Olympics will boost the UK economy by £16.5bn *The Telegraph*
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism* (2nd ed.). New York: Cognizant Communications Corporation.
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25, 171-181.
- Higham, J. (1999). Commentary-sport as an avenue of tourism development: an analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90.
- Higham, J. (Ed.). (2005). *The economics of sport tourism at major sports events*: Oxford: Elsevier.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building events into destination branding: insights from experts. *Event management*, 8(1), 3-14.
- Jeong, G.-H., & Faulkner, B. (1996). Resident perceptions of mega-event impacts: The Taejon international exposition case. *Festival Management & Event Tourism*, 4, 3-11.
- Kaplanidou, K. (2007). Affective event and destination image: their influence on Olympic travelers' behavioral intentions. *Event management*, 10(2), 159-173.
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
- Lee, C. K., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(4), 595-603.
- Lee, J., Graefe, A. R., & Burns, R. C. (2004). Service quality, satisfaction, and behavioral intention among forest visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(1), 73-82.
- Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Mongknonvanit, C. (2002). A Study of the Impact of Travel Satisfaction on the Likelihood of Travelers to Revisit Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(2-3), 19-43.
- Sands, L. M. (2008). From new construction projects to attracting the spotlight, the Olympics will have a lasting effect on China. *China Business Review*,
- Sun, Y.-Y., Rodriguez, A., Wu, J.-H., & Chuang, S.-T. (2012). Why hotel rooms were not full during a hallmark sporting event: The 2009 World Games experience. *Tourism Management*,

<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.011>.

Xing, X., & Chalip, L. (2006). Effects of hosting a sport event on destination brand: a test of co-branding and match-up models. *Sport Management Review*, 9(1), 49-78.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Terima Kasih kepada Dikti yang telah memberikan dana untuk penelitian fundamental melalui DIPA DP2M DIKTI, DEPDIKNAS Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Kegiatan Nomor: 03/UN.16/PL/D-FD/2014

#### **Biodata Penulis**

**Ratni Prima Lita**, memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), Jurusan Manajemen Universitas Andalas, lulus tahun 1995. Memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Barawijaya, lulus tahun 1999. Memperoleh gelar Doktor Program Ilmu Ekonomi Universitas Padjadjaran, lulus tahun 2006. Saat ini menjadi Dosen di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.