

## Motivasi Pembelian Tiket Sepak Bola: Studi Kasus Penggemar Tim Nasional di Kelurahan Cijantra

Cheryl Chikal Rahmadi<sup>1)\*</sup>, Harlis Setiyowati<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Manajemen Ritel, Manajemen dan Humaniora, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

<sup>2)</sup>Manajemen Ritel, Manajemen dan Humaniora, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

\*Corresponding Author: [cheryl.chikal@student.pradita.ac.id](mailto:cheryl.chikal@student.pradita.ac.id)

### Info Artikel

Artikel diterima:  
12 Februari 2025  
Artikel direvisi:  
26 Februari 2025  
Artikel diterbitkan:  
28 Maret 2025

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi motivasi penggemar Timnas Indonesia di Kelurahan Cijantra, Kabupaten Tangerang, dalam membeli tiket pertandingan meski harga naik. Menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap enam narasumber dari berbagai latar belakang, studi kasus ini menemukan lima faktor utama: (1) *Socialization*, mempererat hubungan dengan sesama penggemar, (2) *Performance*, menyaksikan langsung aksi tim favorit, (3) *Excitement*, menikmati atmosfer stadion, (4) *Esteem*, kebanggaan sebagai pendukung setia, dan (5) *Diversion*, hiburan dari rutinitas. Hasilnya menunjukkan bahwa keterikatan emosional tetap menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Studi ini memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dalam olahraga, khususnya di tingkat lokal, serta implikasi bagi industri sepak bola dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas penggemar.  
**Kata kunci:** Motivasi Pembelian; Kelurahan Cijantra; Timnas

### Abstract

*This study explores the motivations of Indonesian National Team fans in Cijantra, Tangerang Regency, to purchase match tickets despite price increases. Using a qualitative method with in-depth interviews involving six respondents from diverse backgrounds, this case study identifies five key factors: (1) Socialization, strengthening bonds with fellow fans, (2) Performance, watching the team's performance live, (3) Excitement, experiencing the stadium atmosphere, (4) Esteem, pride in being a loyal supporter, and (5) Diversion, an escape from daily routines. The findings indicate that emotional attachment remains the primary driver of ticket purchases. This study provides insights into consumer behavior in sports, particularly at the local level, and its implications for the football industry in developing more effective marketing strategies to enhance fan loyalty.*  
**Keywords:** Cijantra; National Team; Purchase Motivation

## 1. PENDAHULUAN

Performa Tim Nasional Sepak Bola Indonesia dalam ajang internasional, khususnya Piala Asia 2023 dan Kualifikasi Piala Dunia 2026 Zona Asia terus mengalami perkembangan (Rialdi & Setyanto, 2023). Keberhasilan Tim Nasional melaju hingga putaran ketiga kualifikasi piala dunia 2026

merupakan pencapaian tertinggi dalam sejarah sepak bola Indonesia, yang semakin meningkatkan antusiasme penggemar untuk menyaksikan pertandingan langsung di stadion (Bagja, 2024). Di tengah antusiasme tinggi, terjadi peningkatan harga tiket pertandingan lebih dari dua kali lipat. Pada

laga ronde kedua melawan Irak dan Filipina, tiket termurah mencapai Rp250 ribu,

sementara tiket termahal Rp1,25 juta (CNN Indonesia, 2024).



**GAMBAR 1 - KIRI. HARGA TIKET PERTANDINGAN SETELAH KENAIKAN (Sumber: Akun Instagram @timnasindonesia, 2024) DAN GAMBAR 2 - KANAN. JUMLAH PENONTON TERBANYAK BABAK KUALIFIKASI PIALA DUNIA (Sumber: Akun Instagram @goalmedia.co, 2024)**

Meskipun banyak keluhan, jumlah penonton terus meningkat, dengan 64.942 orang saat melawan Filipina (11 Juni 2024) dan 70.059 orang saat melawan Australia (14 September 2024), termasuk yang tertinggi di Kualifikasi Piala Dunia 2026 Zona Asia (Lubis, R. B., 2024). Fenomena ini bertentangan dengan teori bahwa kenaikan harga tiket menurunkan jumlah penonton (Çakmak & Çiftci, 2021).

Studi terdahulu menunjukkan bahwa faktor sosial, apresiasi terhadap permainan, keterlibatan emosional, rasa bangga, dan hiburan mendorong pembelian tiket (Hanna et al., 2020; Kim & Mao, 2019; He, 2022; Zhigang et al., 2022; Jereb et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memahami motivasi penggemar pria di Kelurahan Cijantra, Kabupaten Tangerang, dalam membeli tiket meskipun harga meningkat. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingginya jumlah penduduk laki-laki menurut Badan Pusat Statistik (2023), sejalan dengan dominasi pria dalam komunitas penggemar sepak bola (DataIndonesia.id, 2024).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

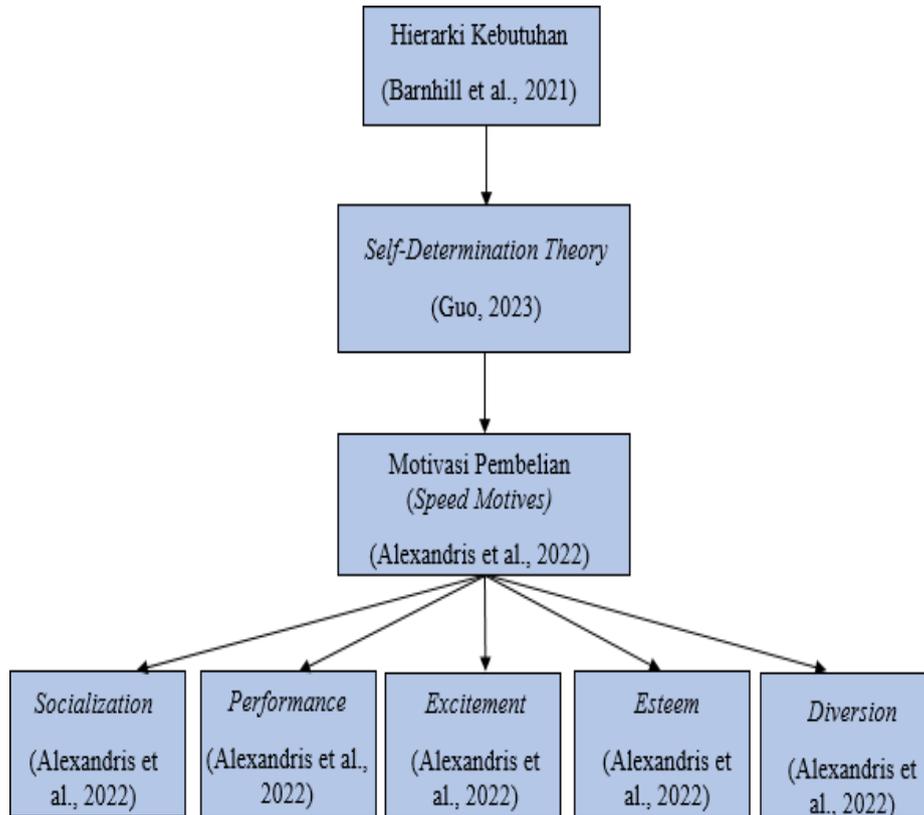
Teori *Hierarchy of Needs* Maslow menjelaskan pemenuhan kebutuhan individu secara bertahap, dari dasar hingga aktualisasi

diri, untuk memahami motivasi. *Self-Determination Theory* menambahkan bahwa motivasi terbentuk melalui pemenuhan otonomi, kompetensi, dan hubungan sosial, yang mendorong konsumsi olahraga secara intrinsik (minat pribadi) maupun ekstrinsik (penghargaan atau tekanan sosial).

Sebagai *applied theory*, *Speed Motives Theory* mengidentifikasi faktor yang mendorong pembelian tiket sepak bola:

- Socialization*, dorongan berinteraksi dengan komunitas;
- Performance*, apresiasi terhadap keterampilan tim;
- Excitement*, ketegangan dan atmosfer stadion;
- Esteem*, kebutuhan pengakuan sosial; dan
- Diversion*, hiburan sebagai pelepasan rutinitas.

Kerangka penelitian ini menggabungkan *Hierarchy of Needs Maslow* sebagai *grand theory* untuk memahami motivasi konsumsi olahraga, *Self-Determination Theory* sebagai *middle theory* yang membedakan motivasi intrinsik dan ekstrinsik, serta *Speed Motives Theory* sebagai *applied theory* dalam analisis faktor pembelian tiket.



GAMBAR 3. KERANGKA PEMIKIRAN (Sumber: Data diolah Peneliti, 2024)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis motivasi pembelian tiket sepak bola di Kelurahan Cijantra. Fokus penelitian adalah penggemar aktif Tim Nasional Indonesia yang berusia 20–30 tahun, berdomisili di Kelurahan Cijantra, serta telah menonton pertandingan sebelum dan setelah kenaikan harga tiket (Poltak & Widjaja, 2024). Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur secara langsung maupun daring (*WhatsApp*) (Ardiansyah et al., 2023) dan dianalisis secara deskriptif berdasarkan aspek psikologis, sosial, dan emosional (Priya, 2020).

Validitas penelitian diperkuat melalui triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, studi terdahulu, dan teori yang relevan (Donkoh & Mensah, 2023). Data sekunder diperoleh dari buku, artikel ilmiah, dan penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2013). Meskipun jumlah narasumber tidak ditetapkan secara pasti,

penelitian ini mengutamakan kualitas data dalam memastikan akurasi temuan (Yin, 2018).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 KEBUTUHAN SOSIAL (SOCIALIZATION) SEBAGAI MOTIVASI PEMBELIAN TIKET

Kebutuhan untuk bersosialisasi menjadi salah satu faktor yang mendorong penggemar Tim Nasional di Kelurahan Cijantra untuk membeli tiket pertandingan. Selain menikmati pertandingan, terdapat dorongan untuk berbagi pengalaman dengan teman, keluarga, maupun sesama penggemar. Salah satu narasumber mengungkapkan:

*“Keinginan untuk menikmati pertandingan bersama teman dan penonton lain serta mendukung Timnas hingga Piala Dunia menjadi motivasi utama saya. Menonton langsung juga memungkinkan untuk mengenal penggemar lain di stadion yang memiliki tujuan sama.” (Farda, 24 Tahun).*

Temuan ini sejalan dengan Kim & Mao (2019) bahwa interaksi di stadion

memperkuat hubungan melalui diskusi pertandingan. Dari perspektif teori socialization dalam konsumsi olahraga, pembelian tiket tidak sekadar keputusan individu, tetapi juga bentuk keterlibatan sosial (Alexandris et al., 2022). Kehadiran di stadion memperkuat rasa kebersamaan serta identitas sebagai pendukung Tim Nasional (He, 2022).

#### **4.2 PERFORMA TIM (PERFORMANCE) SEBAGAI MOTIVASI PEMBELIAN TIKET**

Selain faktor sosial, keinginan menyaksikan langsung performa Tim Nasional mendorong penggemar di Kelurahan Cijantra membeli tiket. Kesempatan melihat perkembangan tim dan mendukung langsung di stadion menjadi daya tarik tersendiri. Dimas (22) menyatakan:

*"Karena era kepemimpinan sekarang ini sangat main atraktif, sehingga saya ingin melihat permainannya secara langsung, dari skill para pemain bintang, strategi timnya tersebut pasti lebih menyenangkan melihatnya secara langsung."*

Kim & Mao (2019) menjelaskan bahwa menonton langsung memberi kepuasan visual, memperdalam pemahaman strategi tim, dan meningkatkan keterlibatan emosional. Hanna et al. (2020) menambahkan bahwa kehadiran pemain bintang serta kualitas permainan meningkatkan motivasi penggemar. Alexandris et al. (2022) menegaskan bahwa apresiasi terhadap keterampilan dan strategi permainan mendorong keputusan menonton langsung. He (2022) juga menyatakan bahwa ketertarikan pada pemain dapat menjadi faktor utama dalam pembelian tiket.

#### **4.3 KETEGANGAN DAN ATMOSFER STADION (EXCITEMENT) SEBAGAI MOTIVASI PEMBELIAN TIKET**

Rasa kegembiraan dan ketegangan yang hanya bisa dirasakan langsung di stadion menjadi motivasi penting bagi penggemar di Kelurahan Cijantra untuk membeli tiket.

Suasana pertandingan dan interaksi dengan sesama penonton menciptakan pengalaman unik yang tidak didapat melalui media lain. Ade (29 tahun) menyatakan:

*"Walaupun harga tiket naik, tidak masalah karena lebih ingin mendukung Tim Nasional, menang atau kalah itu bagian dari dukungan untuk Timnas Indonesia. Tetap terus ingin menonton Timnas langsung di stadion, karena ingin merasakan momen yang berkesan itu seperti suasana yang didapatkan selama pertandingan."*

Sejalan dengan Kim & Mao (2019), menonton langsung meningkatkan keterlibatan emosional dan memperdalam pengalaman pertandingan. Kim et al. (2020) menambahkan bahwa *excitement* mencakup momen-momen berkesan yang menarik perhatian penonton. Alexandris et al. (2022) menekankan bahwa ketidakpastian hasil pertandingan memperkuat keterlibatan emosional, sementara He (2022) menegaskan bahwa kebahagiaan saat tim unggul dan ketegangan sepanjang laga mendorong pembelian tiket.

#### **4.4 RASA BANGGA (ESTEEM) SEBAGAI MOTIVASI PEMBELIAN TIKET**

Rasa bangga terhadap tim mendorong penggemar di Kelurahan Cijantra untuk membeli tiket dan mendukung langsung. Identifikasi dengan tim nasional memperkuat keterikatan emosional, meningkatkan keinginan hadir di stadion. Riyan (21 tahun) menyatakan:

*"Karena saya cinta Indonesia, saya tetap ingin mendukung Timnas, saya ingin merasakan kebanggaan langsung dengan menyaksikan pertandingan Timnas secara langsung, dengan menonton langsung di stadion juga bisa jadi kesempatan buat nunjukkin dukungan saya dan ngerasain kebanggaan jadi bagian dari perjuangan Timnas."*

Penelitian terdahulu mendukung temuan ini. Kim & Mao (2019) menyebutkan bahwa

penggemar ingin merasakan kebanggaan saat tim bertanding langsung. Zhigang et al. (2022) menegaskan bahwa harga diri mendorong penggemar tetap mendukung meski tim gagal. Alexandris et al. (2022) menambahkan bahwa keberhasilan tim dianggap sebagai cerminan kesuksesan penggemar. He (2022) menyoroti bahwa rasa bangga dan keterikatan emosional meningkatkan harga diri, mendorong pembelian tiket.

#### 4.5 KEBUTUHAN UNTUK MELEPASKAN DIRI DARI RUTINITAS SEHARI-HARI (*DIVERSION*) SEBAGAI MOTIVASI PEMBELIAN TIKET

Menonton pertandingan sepak bola secara langsung menjadi sarana bagi penggemar di Kelurahan Cijantra untuk melepaskan diri dari rutinitas dan menikmati pengalaman berbeda. Kesempatan ini tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga menjadi alternatif untuk mengurangi kejenuhan akibat kesibukan sehari-hari, sehingga mendorong pembelian tiket. Dawam (28 tahun), seorang karyawan, menyatakan:

*"Dengan menonton itu sebagai bentuk dukungan nyata saya sebagai penggemar, dan setiap jadwal Timnas diumumkan, saya dan teman-teman sudah persiapan dari jauh hari seperti ambil cuti kerja buat nonton, sehingga bisa fokus dukung Timnas."*

Sementara itu, Gilang (22 tahun), seorang mahasiswa, menyoroti peran hiburan:

*"Keinginan untuk menghibur diri dari rutinitas kuliah, walaupun dengan adanya kenaikan harga tiket, jika saya memiliki rezeki lebih akan tetap saya beli, karena dengan membeli tiket dan menonton Timnas secara langsung dapat menjadi hiburan bagi saya dan juga menjadi kesempatan bagi saya menghabiskan waktu berkesan dengan penggemar lainnya."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa menonton pertandingan menjadi pelarian dari rutinitas dan memberi kepuasan

emosional. Hanna et al. (2020) menyebutkan bahwa keterlibatan emosional mendorong individu mencari hiburan. Jereb et al. (2022) menemukan bahwa menonton sepak bola mengurangi stres, sementara Alexandris et al. (2022) menekankan bahwa motivasi ini muncul dari kebutuhan melepaskan tekanan. He (2022) menambahkan bahwa aktivitas ini menjaga keseimbangan emosional.

#### 5. KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi lima faktor utama yang memotivasi penggemar di Kelurahan Cijantra dalam membeli tiket pertandingan Tim Nasional Sepak Bola Indonesia, yaitu socialization, performance, excitement, esteem, dan diversion. Meskipun terjadi kenaikan harga tiket, faktor-faktor tersebut tetap menjadi pendorong utama bagi penggemar untuk menghadiri pertandingan. Berdasarkan temuan ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan. Penggemar disarankan untuk terus mendukung Tim Nasional dengan menghadiri pertandingan guna memperkuat solidaritas antarpenggemar. Pengelola diharapkan menyesuaikan strategi pemasaran dan penetapan harga tiket berdasarkan karakteristik demografis penggemar. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan mempertimbangkan variabel demografis yang lebih beragam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bagja, B. (2024, June 11). Timnas Indonesia Lolos Ronde 3 Kualifikasi Piala Dunia 2026, Sah Catat Rekor Kemenangan Terbanyak. BolaSport. [https://www.bolasport.com/read/3410402/timnas-indonesia-lolos-ronde-3-kualifikasi-piala-dunia-2026-sah-catat-rekor-kemenangan-terbanyak#google\\_vignette](https://www.bolasport.com/read/3410402/timnas-indonesia-lolos-ronde-3-kualifikasi-piala-dunia-2026-sah-catat-rekor-kemenangan-terbanyak#google_vignette)

- CNN Indonesia. (2024, May 16). Netizen Protes Harga Tiket Timnas Indonesia Mahal. <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20240516065521-142-1098234/netizen-protes-harga-tiket-timnas-indonesia-mahal>
- Lubis, R.B. (2024, September 19). 5 Match Dengan Penonton Terbanyak di Kualifikasi Piala Dunia 2026 Zona Asia. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/5match-dengan-penonton-terbanyak-di-kualifikasi-piala-dunia-2026-asia-8VQt7>
- Rialdi I.F., & Setyanto, A. B. (2023, June 22). Mulai dari Round 1, Ini Daftar Calon Timnas Indonesia di Kualifikasi Piala Dunia 2026 Zona Asia. BolaTimes. <https://gol.bolatimes.com/read/2023/06/22/074354/mulai-dari-round-1-ini-daftar-calon-lawan-timnas-indonesia-di-kualifikasi-piala-dunia-2026-zona-asia>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah. 1(2). <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Çakmak G., & Çiftci, S. (2021). Football fan's views on the Passolig E-Ticket System and the decrease in stadium attendance: the case of ther Turkish Football Super League. Pshysical Culture and Sport. Studies and Research, 92(1), 9-18. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2021-0021>
- Donkoh S, Mensah J. Application of triangulation in qualitative research. J Appl Biotechnol Bioeng. 2023;10(1):6-9. DOI: 10.15406/jab.2023.10.00319
- Firmansyah, M., Masrun, & S, I. D. K. Y. (2021). Esensi perbedaan metode kualitatif dan kuantitatif. 3(2), 156-159. <https://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/46>
- Guo, M. (2023). Motivation at work: An analysis from the self-determination theory perspective. SHS Web of Conferences, 180, 1-5. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202318003017>
- Hanna, C., Barnhill, C. R., Rich, G., Rundio, A., & Gipson, C. (2020). Savannah Hockey Classicattendance motivation. Journal of Tourism Insights, 10(1). <https://doi.org/10.9707/2328-0824.1149>
- He, X. (2022). Investigation of determinants and constraints of fan and participant engagement in sport events. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.5359>
- Jereb, B., Dolenc, M., & Kajtna, T. (2022). Motives for following sports events among physical education students from Bosnia and Hercegovina and Slovenia. Sustainability, 14(17), 10992. <https://doi.org/10.3390/su141710992>
- Kim, M. J., & Mao, L. L. (2019). Sport consumers motivation for live attendance and mediated sports consumption: a qualitative analysis. Sport in Society, 24(4), 515-533.

- <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1679769>
- Kim, S., Morgan, A., & Assaker, G. (2021). Examining the relationship between sport spectator motivation, involvement, and loyalty: a structural model in the context of Australian Rules football. *Sport in Society*, 24(6), 1006–1032.  
<https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1720658>
- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan metode studi kasus dalam riset kualitatif. *Journal of Local Architecture and Civil Engineering*, 2(01), 31–39.  
<https://doi.org/10.59810/localengineering>
- Priya, A. (2020). Case study methodology of qualitative research: key attributes and navigating the conundrums in its application. *Sociological Bulletin*, 70(1), 94–110.  
<https://doi.org/10.1177/0038022920970318>
- Zhigang, W., Kai, G., Chao, W., Hongyan, D., Lei, Z., & Zhao, X. (2022). How can social needs impact on meaningful sports consumption? *Frontiers in Psychology*, 13.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1043080>
- Alexandris, K., McDonald, H., & Funk, D. C. (2022). *Sport consumer behaviour*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781003092537>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kecamatan Pagedang dalam Angka*.  
Barnhill, C. R., Smith, N. L., & Oja, B. D. (2021). *Organizational behavior in sport management* (1st ed.). Springer International Publishing.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-67612-4>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D* (19th Edition). Alfabeta
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: design and methods* (Sixth Edition). SAGE Publications