

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya merupakan sistem nilai suatu masyarakat, meliputi cara-cara berlaku, kepercayaan-kepercayaan dan sikap-sikap, dan juga hasil dari kegiatan manusia yang khas untuk suatu masyarakat atau kelompok penduduk tertentu (Siregar, 2002). Kebudayaan adalah seluruh cara kehidupan dari masyarakat dan tidak hanya mengenai sebagian tata cara hidup saja yang dianggap lebih tinggi dan lebih diinginkan (Siregar, 2002). Mulyana dan Rakhmat (2001:18) menjelaskan bahwa budaya adalah konsep yang membangkitkan minat. Budaya adalah tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep, alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.

Budaya Tionghoa merupakan budaya yang paling kompleks dan sudah tersebar ke berbagai penjuru dunia seiring dengan banyaknya orang China yang memilih untuk bermigrasi ke luar negeri. Budaya Tionghoa mencerminkan nilai luhur, kebiasaan dan bakti kepada leluhur. Meskipun budaya Tionghoa adalah salah satu kebudayaan yang paling tua di dunia, yang sudah ada sejak berabad-abad yang lalu, tapi budaya Tionghoa mampu bertahan hingga saat ini (Tan, 2014).

Disinyalir, bangsa Cina mulai mengadakan hubungan dagang di Sumatera, Kalimantan dan Jawa sejak pemerintahan Dinasti Man (206 SM – 221 M). Hal ini ditunjukkan dengan adanya temuan-temuan arkeologi yang berupa patung batu serta barang-barang keramik produksi Cina.

Sejak itu, terbentuk kelompok-kelompok Tionghoa yang tinggal di Padang, Pariaman dan Tiku. Jumlah warga Tionghoa yang masuk ke Minang semakin meningkat pada masa kekuasaan Dinasti Qing (1644 – 1911) di Cina, dengan dibukanya hubungan dagang melalui Pelabuhan Amoy, Kwangtung dan Fukien. Dalam perjalanannya, terjadi pembauran etnis Tionghoa dengan etnis Minangkabau akibat adanya perkawinan antar kedua etnis tersebut. Kebudayaan Minang pun pada akhirnya mengalami akulturasi dengan budaya Tionghoa (Erniwati, 2007).

Diperkirakan, ada 12 ribu masyarakat Cina tinggal di Padang. Beratus-ratus marga atau suku yang mendiami. Namun hanya delapan suku yang punya rumah pertemuan. Kedelapannya adalah suku Gho, Lie-Kwee, Tan, Ong, Tjoa-Kwa, Lim Hwang dan Kho. Marga Kho merupakan marga terakhir yang membangun rumah pertemuan.¹

Tahun Baru Cina (dikenal sebagai " Imlek " di Indonesia) adalah parade warna-warni yang menampilkan tarian singa, dan pertunjukan ritual rakyat Cina di jalanan dan di kuil-kuil Cina. Dekorasi dan ornamen dalam warna merah sebagai keberuntungan, mewakili ketionghoan, bersama dengan pertunjukan budaya Cina seperti naga dan singa tarian telah menjadi produk dari konsumsi massa di Indonesia pasca-Soeharto (Hoon, 2009). Di Kota Padang sendiri, Perayaan imlek kini telah menjadi salah satu daftar *event* penting dalam kalender kegiatan pada tahun 2016.

Adanya tahun baru Imlek merupakan salah satu kegiatan untuk mendorong wisatawan mengunjungi Sumatera Barat khususnya kota Padang. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat (Sumbar) mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat pada Februari 2016 mengalami peningkatan dibandingkan Januari. Pada Januari

¹ Wawancara dengan Gho Tek , tanggal 20 Maret 2016 di Himpunan Bersatu Teguh (HBT).

jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Sumbar melalui Bandara Internasional Minangkabau dan Pelabuhan Teluk Bayur sebanyak 3.289 orang, pada Februari naik 2,55 persen menjadi 3.373 orang.

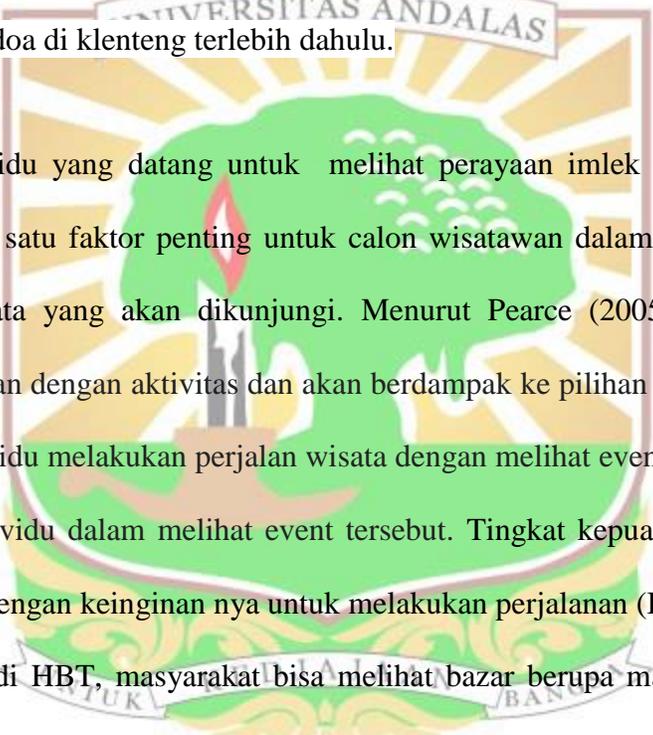
Wisatawan mancanegara yang paling banyak berkunjung ke Sumbar pada Januari berasal dari Malaysia sebanyak 2.568 orang, Australia 40 orang dan Perancis 27 orang. Kemudian, Thailand 22 orang, Tiongkok 16 orang, Jepang 15 orang, Amerika Serikat 15 orang, Inggris 14 orang dan Jerman 12 orang serta negara lainnya 632 orang.

Dibandingkan dengan Februari 2014 kunjungan wisatawan mancanegara pada Februari 2015 juga naik sekitar 1,44 persen dimana pada tahun lalu jumlah pengunjung mencapai 3.325 orang. Kunjungan wisatawan pada Februari tersebut memberikan kontribusi sebesar 0,43 persen terhadap total turis yang berkunjung ke Indonesia sebanyak 786.653 orang.

Tahun Baru Imlek biasanya dirayakan oleh masyarakat Tionghoa yang berada di kawasan pondok dengan sangat meriah, dengan menggantung berbagai pernik-lampion merah, pertunjukan tarian barongsai hingga menggelar bazaar dan pasar malam di Himpunan Bersatu Teguh (HBT). Tradisi perayaan imlek ini dilaksanakan secara bergilir oleh marga-marga tionghoa yang ada di padang. Ada 7 marga tionghoa yang ada di kota padang, mereka terdiri dari marga Gho, Lie-Kwee, Tan, Ong, Tjoa-Kwa, Lim, Hwang dan Kho, marga Lie dan Hwang berkesempatan untuk mengadakan perayaan imlek di Klenteng dan HBT.

Perayaan imlek ini dilaksanakan selama 15 hari. Pada tahun ini perayaan imlek jatuh pada tanggal 7 februari sampai dengan tanggal 21 februari. Pada hari ke 15 adalah puncak dari perayaan imlek tersebut. Klenteng-klenteng di sekitaran cina akan dihiasi lampion yang akan

menyalakan hingga 15 hari setelah tahun baru imlek dan setelah kegiatan sebagai acara pembukaan jelang perayaan imlek. Arti dari menyalakan lampion ini adalah agar diberikan kemakmuran. Untuk setiap lampion sumbangan dari donatur, akan diberikan nama berdasarkan yang memberi lampion tersebut. Uniknya, pada lampion tersebut bisa digantungkan harapan dan doa. Namun sebelum menggantung lampion tersebut, lampion tersebut terlebih dahulu di doakan di klenteng, setelah itu lampion tersebut akan digantung. Tidak hanya lampion, pertunjukkan barongsai pun digelar yang mengartikan sebagai penolak bala. Namun sebelum atraksi barongsai dilakukan, barongsai ini akan berdo'a di klenteng terlebih dahulu.



Motivasi individu yang datang untuk melihat perayaan imlek tersebut berbeda-beda. Motivasi adalah salah satu faktor penting untuk calon wisatawan dalam mengambil keputusan mengenai tujuan wisata yang akan dikunjungi. Menurut Pearce (2005) menjelaskan bahwa motivasi dapat dikaitkan dengan aktivitas dan akan berdampak ke pilihan tujuan. Dengan adanya motivasi seorang individu melakukan perjalanan wisata dengan melihat event, maka akan terbentuk kepuasan seorang individu dalam melihat event tersebut. Tingkat kepuasan pengunjung secara signifikan terhubung dengan keinginan nya untuk melakukan perjalanan (Battour, 2012). Dimana pada perayaan imlek di HBT, masyarakat bisa melihat bazar berupa makanan, pernak-pernik, atraksi barongsai, hiburan, dan keindahan kota padang pada malam hari yang dihiasi puluhan bahkan ratusan lampion di klenteng dan berbagai macam hal lain yang di hadirkan dalam perayaan tersebut.

Dengan motivasi dan kepuasan individu tersebut, akan muncul loyalitas seorang individu untuk kembali mengunjungi perayaan tahunan tersebut. Loyalitas individu mendatangi suatu tempat terkait dengan pengalaman rekreasi terdahulu (Lee, 2013).

Keunikan perayaan imlek ini seharusnya mampu mendatangkan wisatawan dan masyarakat lokal untuk ikut serta merayakan imlek. Namun berdasarkan observasi, *event* ini belum begitu terlaksana dengan baik. Salah satu yang membuat daya tarik wisatawan adalah motivasi wisatawan mengunjungi *event* tersebut. Karena masih terbatasnya penelitian yang membahas mengenai perayaan imlek terutama daerah Sumatera Barat, maka penulis tertarik untuk melanjutkan studi dengan studi kasus di Kota Padang mengenai “*PENGARUH MOTIVASI EVENT TERHADAP LOYALITAS DESTINASI WISATA MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP PERAYAAN BUDAYA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*” (Studi pada perayaan imlek di kota padang).

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh motivasi *event* terhadap kepuasan pengunjung pada Perayaan Imlek di Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas destinasi wisata pada Perayaan Imlek di Kota Padang ?
3. Bagaimana pengaruh motivasi *event* pada Perayaan Imlek terhadap loyalitas destinasi wisata ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi *event* terhadap kepuasan pengunjung pada Perayaan Imlek.

2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas (destinasi wisata Perayaan Imlek di Kota Padang).
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi event pada perayaan imlek terhadap loyalitas (destinasi wisata Perayaan Imlek di Kota Padang).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran/ bagi peneliti dapat digunakan sebagai tambahan pengalaman dan pengetahuan di bidang pemasaran.

2. Bagi Manajerial

Memberikan sumbangan kajian dan gambaran dari festival budaya, dan mendorong penelitian lainnya tentang topik yang sama.



1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian melingkupi masyarakat yang pernah melihat event perayaan imlek tersebut. Dan variabelnya meliputi Motivasi, Loyalitas dan Kepuasan sebagai variabel mediasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori, bab ini memaparkan landasan teori yang berisi tentang konsep dan defenisi citra destinasi, kepuasan, dan intensi berkunjung kembali, serta penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, skala pengukuran data, pengolahan data dan pengujian data.

BAB IV : Tentang hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini berisi gambaran umum responden, distribusi frekuensi, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, uji validitas, uji reliabilitas, uji model dan uji hipotesis.

BAB V : Penutup, bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian dimasa yang akan datang.

