

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa jenis pariwisata telah mengalami pertumbuhan selama satu dekade terakhir dengan *sport event* sebagai salah satu dari pariwisata tersebut (Weed & Bull, 2009). Sebuah alasan penting tujuan penawaran untuk *sport event* berhubungan dengan usaha mereka untuk memperkaya portofolio produk pariwisata dan memanfaatkan kekuatan *sport event* sebagai ekonomi pariwisata dan lokal stimulator (Schneider, 2009) melalui masuknya uang nonlocal (Daniels et al., 2004). Menyelenggarakan *sport event* dapat menghasilkan berbagai manfaat termasuk aktivitas ekonomi meningkat di wilayah tersebut (Getz, 1998).

Ada tingkat persaingan yang tinggi antara kota-kota dan negara-negara untuk menjadi tuan rumah *event* olahraga internasional, meskipun menyelenggarakan *event* tersebut memerlukan investasi keuangan besar dan dukungan politik. Perlu dicatat bahwa penyelenggaraan *event* olahraga juga dapat mengakibatkan efek negatif terhadap masyarakat (misalnya peningkatan lalu lintas dan polusi suara ,pembatasan parkir, Richie dan Smith, 1991). Jika efek negatif melebihi dampak positif, orang mungkin mempunyai perasaan negatif terhadap penyelenggaraan acara olahraga internasional di masa depan (Taman et al , 2008).

Para ahli pemasaran olahraga prihatin dengan jumlah penonton pada suatu *event* dan dalam membangun loyalitas penonton. Sangat penting bagi mereka

untuk mengerti proses bagaimana sebuah peserta *event* olahraga memberikan sebuah mekanisme untuk menyampaikan karakteristik individu dan keunikan masing-masingnya (Wann & Branscombe, 1990). Untuk sebuah *sport event*, memiliki penonton yang loyal sangatlah penting sehingga penonton tersebut memilih untuk setia (Neal & Funk, 2006). Lebih dari itu, penonton tersebut menghasilkan keuntungan dari penjualan tiket dan membantu ketertarikan dari sumber keuntungan lainnya seperti *sponsorship*, iklan, dan hak siar media (Neal & Funk, 2006).

Pengalaman menonton berfungsi untuk memenuhi motivasi dasar (Wann et al., 1996) baik melalui pengalaman secara langsung (yaitu musik, olahraga atau seni) atau melalui identitas sosial (Tajfel & Turner, 1979) diperoleh dari peran. Bertambahnya teori, terutama dalam perilaku konsumen olahraga, ditemukannya alat pengukur yang bermanfaat untuk menimbang motivasi penonton untuk menghadiri *sport event*. Secara umum, memahami penonton atau konsumen dan apa yang memotivasi mereka untuk mengkonsumsi produk olahraga sangat penting agar pemasar berhasil menciptakan dan memberikan produk olahraga yang sesuai (Funk et al., 2001).

Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf) menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara 9,2 juta orang dan wisatawan nusantara ditargetkan melakukan 255 juta pergerakan wisata pada tahun 2014 (Prawitasari, 14 Maret 2014). Pariwisata Indonesia pada tahun 2013 berada di peringkat 70 dunia menurut *World Economic Forum* (WEF) berdasarkan peringkat daya saing. Ini menunjukkan terjadi kenaikan di banding tahun 2011

yang menempatkan Indonesia di peringkat 74 dunia. Meskipun naik empat peringkat, namun peringkat Indonesia masih berada di bawah negara tetangga, yakni Singapura (peringkat 10), Malaysia (34) dan Thailand (43) yang lebih unggul dalam hal infrastruktur. (Hafil, 10 Februari 2014).

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia dari Tahun 2008-2013

| Tahun | Jumlah Kunjungan Wisatawan |
|-------|----------------------------|
| 2008 | 6234497 |
| 2009 | 6323730 |
| 2010 | 7002944 |
| 2011 | 7649731 |
| 2012 | 8044462 |
| 2013 | 8802129 |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu kabupaten yang berada dalam Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, dengan ibu kota Batusangkar. Kabupaten ini merupakan kabupaten terkecil kedua untuk luas wilayahnya di Sumatera Barat, yaitu 133.600 Ha (1.336 km²). Jumlah penduduk di kabupaten ini berdasarkan sensus pada tahun 2006 adalah 345.383 jiwa yang mendiami 14 kecamatan, 75 nagari, dan 395 jorong. Kabupaten Tanah Datar merupakan daerah agraris, lebih 70% penduduknya bekerja pada sektor pertanian, baik pertanian tanaman pangan, perkebunan, perikanan, maupun peternakan.

Kabupaten Tanah Datar merupakan tujuh kabupaten terbaik di Indonesia dari 400 kabupaten yang ada. Penghargaan ini diberikan pada tahun 2003 oleh Lembaga International Partnership dan Kedutaan Inggris. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menobatkan Kabupaten Tanah Datar sebagai satu dari empat daerah paling berprestasi dan berhasil melaksanakan otonomi daerah.

Luhak Nan Tigo, nama lain dari Kabupaten Tanah Datar, saat ini di Kabupaten Tanah Datar masih banyak terdapat peninggalan sejarah seperti prasasti atau batu bersurat terutama peninggalan zaman Adityawarman.

Pacu jawi (bahasa Minang) atau pacu sapi merupakan event budaya petani di Sumatera Barat. Kegiatan ini telah berlangsung selama ratusan tahun yang dilakukan untuk mengisi waktu setelah masa panen datang atau kadang diadakan 3 kali setahun sebelum musim tanam. Pacu Jawi digelar sebagai hiburan bagi petani usai masa panen dan hal inilah yang membuatnya menarik, meriah, dan berbeda.

Pacu jawi mirip seperti yang ada di Madura hanya saja dilakukan di sawah basah. Bila karapan sapi Madura digelar di tanah kering maka pacu jawi ini dilaksanakan di tanah berlumpur bekas sawah yang telah dipanen penduduk. Selain itu, dalam pacu jawi tidak dilombakan dengan pasangan lawan tetapi hanya dilepas satu persatu. Unikny yang menjadi pemenang adalah jawi yang ditunggangi harus berlari paling lurus tanpa berbelok hingga ke garis akhir. Terdengar mudah namu nyatanya tidak demikian. Ada banyak joki dapat

menunggang sapi berlari cepat namun tidak lurus atau ada juga sapi yang justru berlari pergi meninggalkan sang joki.

Meski saat ini pacu jawi belum menjadi agenda kalender tetap pariwisata nasional namun gaungnya sudah internasional. Beberapa tahun lalu banyak fotografer dunia bertanya-tanya ketika seorang fotografer asal Malaysia menjuarai ajang lomba foto internasional dengan objeknya pacu jawi di Sumatera Barat ini. Di Tanah Datar sendiri selain pacu jawi ada pula atraksi lain yang serupa, yaitu pacu kuda.

Sebagai penyelenggara suatu acara (termasuk *sport event*), panitia penyelenggara pasti tidak hanya mengharapkan keuntungan dari hasil penjualan tiket atau dari sponsor pada *event* itu saja. Namun juga mengharapkan kunjungan selanjutnya yang mengindikasikan bahwa para penonton acara itu sebelumnya merasa bahwa acara ini dinanti-nantikan. Dan juga sebagai motivasi untuk para penonton itu datang kembali mengunjungi acara tersebut. Hal ini perlu diperhatikan oleh panitia untuk menyelenggarakan acara dengan sukses dan bisa menimbulkan hal-hal baru untuk ditambahkan pada *event* tahun berikutnya agar menimbulkan intensi bagi pangunjung tahun berikutnya. Misalnya seperti perilaku dari orang-orang yang terlibat dalam acara ini maupun juga masyarakat Tanah Datar untuk bekerjasama memperhatikan sikap baik yang ikut menentukan sukses tidaknya acara pada akhirnya. Sejauh ini, *event* Pacu Jawi di Tanah Datar telah mendapatkan banyak perhatian dari pengunjung dalam maupun luar negeri, yang berarti sudah mulai timbulnya kesadaran dari pihak penyelenggara dan

masyarakat Tanah Datar untuk memperlihatkan sikap baik demi menyukseskan *sport event* ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pacu Jawi Tanah Datar 2015 sebagai objek penelitian dengan judul : “Pengaruh Motivasi Terhadap Intensi Berkunjung Kembali dan *Word of Mouth* Pada Pariwisata *Sport Event* Sumatera Barat (Pacu Jawi Tanah Datar 2015)”

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang dipaparkan oleh penulis, maka rumusan penelitian ini disusun yaitu : Bagaimana pengaruh motivasi terhadap intensi pada pengunjung Pacu Jawi 2015 di Tanah Datar?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap intensi pada penonton *sport event* Pacu Jawi 2015 di Tanah Datar.

1.4 Manfaat Penelitian

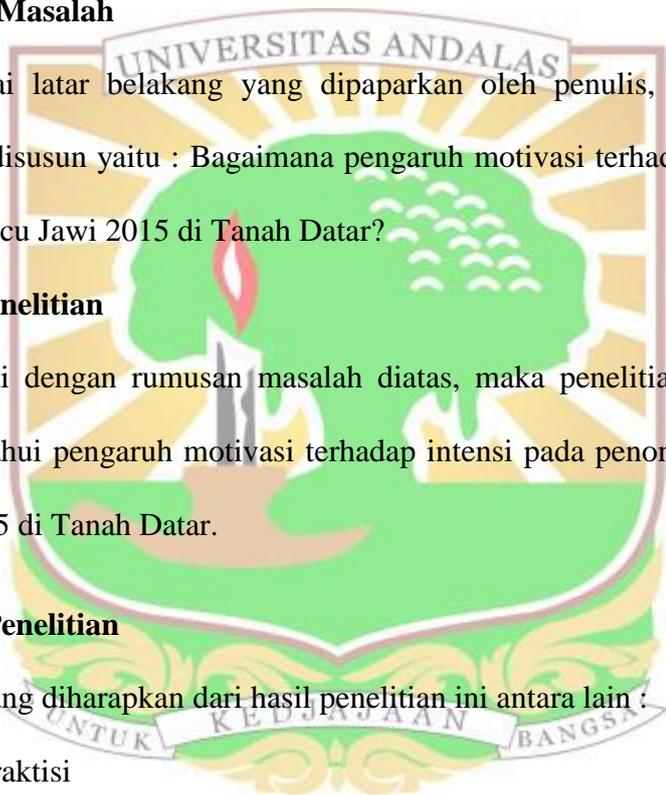
Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat membantu dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan motivasi dan intensi.

2. Bagi Penyelenggara Acara

Diharapkan penelitian ini membantu dalam menyediakan informasi sebagai penunjang kinerja panitia penyelenggara di masa yang akan datang.



3. Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini menjadi informasi dan pengetahuan dalam mengembangkan daerah sebagai destinasi wisata dan penyelenggaraan *sport event* lainnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari terjadinya kerancuan pembahasan, maka penulis membatasi pembahasan penelitian ini hanya pada “pengaruh motivasi terhadap intensi berkunjung kembali dan intensi *word of mouth* pada *sport event* Pacu Jawi 2015 di Tanah Datar”.

