

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

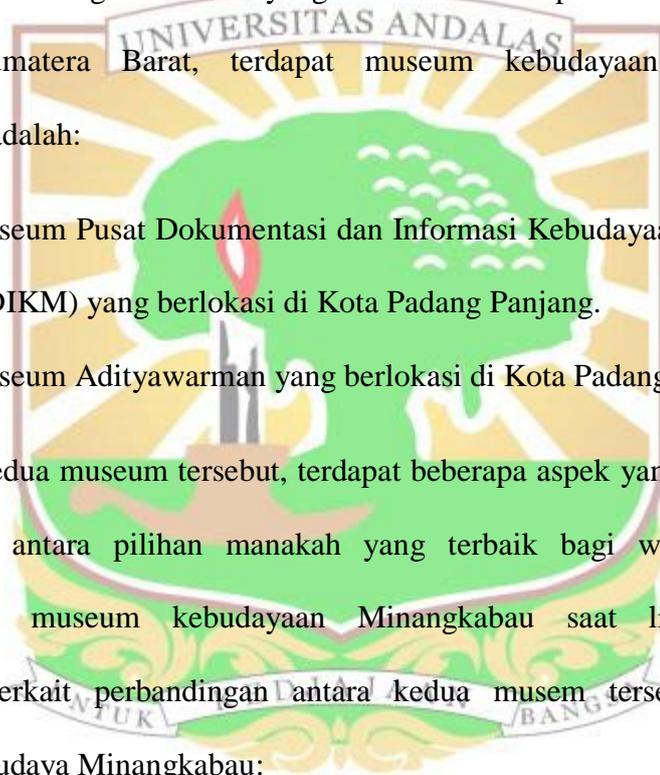
Perjalanan pariwisata merupakan pilihan setiap orang yang ingin menghilangkan rasa lelah disaat mereka selesai menjalani aktivitas. Terdapat berbagai pilihan destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh setiap individu di berbagai daerah. Umumnya, pariwisata mengacu pada perjalanan yang dilakukan beberapa orang untuk bersenang-senang ke suatu lokasi selain dari tempat tinggal dan lingkungan pekerjaan, dan mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan selama berada di tempat tujuan. (A.J Burkat dalam Damanik, 2006). Dalam hal ini, kegiatan pariwisata dapat dilakukan kapanpun. Sementara itu, istilah "wisata" mengacu pada aktivitas bepergian atau melakukan perjalanan. Oleh karena itu, pariwisata diartikan juga sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan terus-menerus dari tempat satu ke tempat yang lain, dalam bahasa Inggris dikenal sebagai istilah "tour." Umumnya, orang-orang meluangkan waktu untuk berwisata saat masa liburan atau cuti dari rutinitas sehari-hari dan orang-orang ini biasa dikenal dengan sebutan wisatawan.

Menurut Suryadana (2019), wisatawan adalah orang yang sedang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi suatu negara tertentu. Salah satu alasan wisatawan berkunjung ke suatu negara atau daerah adalah ingin melihat dan mengetahui tentang kebudayaannya, sejarah dan informasi yang menarik didalamnya. Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman budaya serta warisan sejarah yang berasal dari berbagai suku, agama, ras, dan budaya.

Selain itu, terdapat pula peninggalan sejarah dari berbagai daerah di wilayah kepulauan Indonesia maupun dari negara lain yang pernah menjadi bagian dalam perjalanan sejarah Indonesia. Keanekaragaman budaya itu memiliki potensi yang besar untuk dijadikan sebagai objek wisata yang dapat memperkenalkan kebudayaan suatu daerah atau negara (Trisnawati & Idaman, 2019). Secara umum, dokumentasi serta informasi mengenai kebudayaan Indonesia dapat ditemukan di berbagai museum yang tersebar di setiap daerah. Khususnya di Provinsi Sumatera Barat, terdapat museum kebudayaan Minangkabau, diantaranya adalah:

1. Museum Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) yang berlokasi di Kota Padang Panjang.
2. Museum Adityawarman yang berlokasi di Kota Padang

Dari kedua museum tersebut, terdapat beberapa aspek yang dapat menjadi perbandingan antara pilihan manakah yang terbaik bagi wisatawan dalam mengunjungi museum kebudayaan Minangkabau saat liburan. Berikut penjelasan terkait perbandingan antara kedua museum tersebut dalam hal pelestarian budaya Minangkabau:



Tabel 1.1. Perbandingan Museum dalam Hal Pelestarian Budaya Minangkabau

No	Aspek	Perbandingan Museum	
		PDIKM	Adityawarman
1	Lokasi dan Aksesibilitas	<p>Terletak di Jalan Sutan Syahrir, Padang Panjang, dengan akses mudah dari jalan utama Padang–Bukittinggi. Lingkungannya asri dengan taman dan kolam yang mendukung suasana edukatif.</p>	<p>Berada di Jalan Diponegoro No. 10, Padang, dengan akses yang cukup strategis di pusat kota. Namun, tidak memiliki lingkungan alam terbuka yang mendukung suasana belajar.</p>
2	Arsitektur dan Ruang Pamer	<p>Menggunakan dua model rumah gadang khas Minangkabau (Koto Piliang dan Bodi Chaniago), dilengkapi dengan musholla, gazebo, dan rangkiang. Bangunan dan ruang pamer dirancang untuk mendukung filosofi matrilineal dan adat Minangkabau.</p>	<p>Memiliki arsitektur rumah gadang dengan tujuh gonjong, namun ruang pamer lebih umum dan tidak sepenuhnya mencerminkan struktur sosial budaya Minangkabau.</p>
3	Koleksi dan Dokumentasi	<p>Mengumpulkan lebih dari 3.000 dokumen sejarah, termasuk buku, manuskrip Arab-Melayu, klipng koran, foto, mikrofilm, dan kaset audio. Koleksi ini menekankan pada dokumentasi budaya dan sejarah Minangkabau sebelum tahun 1945.</p>	<p>Memiliki lebih dari 6.000 koleksi dalam sepuluh kategori, termasuk geologika, biologika, dan teknologi. Namun, fokus utamanya lebih luas dan tidak spesifik pada budaya Minangkabau.</p>

No	Aspek	Perbandingan Museum	
		PDIKM	Adityawarman
4	Program Edukasi dan Interaksi	Secara aktif menyelenggarakan workshop seni, tur edukatif, pameran temporer, dan kegiatan sekolah. Pendekatan berbasis filosofi adat dan matrilineal memberikan pengalaman belajar yang mendalam.	Menyediakan pemandu wisata dan ruang multimedia, serta beberapa program edukasi. Namun, kegiatan interaktif dan spesifik budaya Minangkabau kurang terasa.

Sumber: westsumatra360.com

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa Museum Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) di Kota Padang Panjang lebih unggul dalam hal pelestarian dan edukasi budaya Minangkabau karena:

- Koleksi yang lebih fokus pada dokumentasi budaya Minangkabau.
- Arsitektur dan ruang pamer yang mencerminkan filosofi adat dan matrilineal dalam budaya Minangkabau.
- Program edukasi yang aktif dan berbasis budaya
- Lingkungan alam yang asri

Hal ini menjadikan PDIKM sebagai model ideal dalam pelestarian budaya Minangkabau, dibandingkan dengan Museum Adityawarman yang memiliki cakupan koleksi yang lebih luas namun kurang fokus pada aspek budaya lokal di Minangkabau. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut data kunjungan wisatawan ke museum PDIKM dari tahun ke tahun:

Tabel 1.2. Data Kunjungan Wisatawan ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) di Kota Padang Panjang

Jenis Wisatawan	Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara ke PDIKM di Kota Padang Panjang (orang)		
	2021	2022	2023
Nusantara	11.484	26.259	26.209
M mancanegara	6	208	8.776

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Padang Panjang

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke museum PDIKM dari tahun ke tahun. Terutama pada tahun 2022 ke 2023 terjadi peningkatan yang signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sehingga hal ini menandakan tingginya potensi wisata yang dimiliki oleh museum PDIKM.

Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) merupakan salah satu museum yang menyimpan berbagai koleksi sejarah dan kebudayaan Minangkabau. Museum ini mulai didirikan pada tahun 1988 dan diresmikan pada 19 Desember 1990 di Kota Padang Panjang, Provinsi Sumatera Barat. Pendirian museum ini diprakarsai oleh Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (YDIKM), yang didirikan atas inisiatif Bustanul Arifin (mantan Menteri Koperasi Republik Indonesia pada masa Orde Baru) dengan dukungan Abdul Hamid. Saat ini, pengelolaan PDIKM telah sepenuhnya diserahkan oleh YDIKM kepada Pemerintah Daerah Kota Padang Panjang. Pada awalnya, PDIKM didirikan dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat, peneliti, dan pelajar dalam mempelajari sejarah serta kebudayaan Minangkabau. Hingga kini, museum ini tetap berkomitmen dalam

mengumpulkan berbagai koleksi yang berkaitan dengan sejarah dan kebudayaan Minangkabau. Sebelumnya, informasi mengenai budaya Minangkabau lebih banyak ditemukan di Perpustakaan Leiden, Belanda, sehingga untuk mengaksesnya diperlukan biaya, waktu, serta kemampuan bahasa yang memadai. Hal ini menyebabkan tidak semua masyarakat, khususnya keturunan Minangkabau, dapat dengan mudah memperoleh informasi tersebut. Seiring berjalannya waktu, PDIKM telah berhasil mengumpulkan sekitar 3.000 dokumen dalam berbagai format, seperti buku, kliping koran, foto, serta microfilm yang berkaitan dengan budaya Minangkabau. Sebagian besar dokumen tersebut menggunakan bahasa Belanda dan tulisan Arab Melayu (Fadli et al., 2020).

Berkaitan dengan topik yang akan diteliti, peneliti telah memfokuskan penelitian ini ke dalam beberapa variabel berdasarkan sumber dari penelitian terdahulu yang ditemukan tentang keputusan wisatawan dalam berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Berikut variabel yang ditemukan peneliti berdasarkan sumber dari penelitian terdahulu:

Tabel 1.3. Variabel berdasarkan Sumber dari Penelitian Terdahulu tentang Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Sebuah Destinasi Wisata

No	Peneliti	Judul Penelitian
1	Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M. Herdit Maitama (2021)	Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe

No	Peneliti	Judul Penelitian
2	Tiya Nur Rukmana & Anik Lestari Andjarwati (2020)	Motivasi Perjalanan, Citra Destinasi, Dan E-Wom Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Wisata Waduk Grobogan Kabupaten Bojonegoro)
3	Silvi Anggraeni Junensih & Ratnawili (2021)	Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga Dan Keamanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Suban Air Panas Curup

Sumber: Google Scholar

:Dari tabel 1.2 diatas, menjelaskan terdapat beberapa aspek variabel dan peneliti telah merangkumnya menjadi sebuah pernyataan tentang alasan wisatawan memutuskan berkunjung ke PDIKM, diantaranya adalah:

1. Informasi dari sosial media (*EWOM*)
2. Motivasi untuk mengetahui lebih dalam tentang sejarah budaya Minangkabau (Motivasi Wisatawan)
3. Citra dari destinasi yang ditawarkan (Citra Destinasi)
4. Daya tarik wisata yang ditawarkan (Daya Tarik Wisata)
5. Fasilitas wisata yang ditawarkan (Fasilitas Wisata)

Setelah semuanya dirangkum, peneliti langsung melakukan mini survey dengan membagikan pernyataan tersebut melalui *google form* kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke PDIKM di Kota Padang Panjang sebanyak 40 orang atau responden. Berikut Lampiran hasil mini survey tentang bagaimana alasan

wisatawan berkenan untuk berkunjung ke PDIKM yang pertanyaannya diberikan berdasarkan beberapa aspek variabel yang akan digunakan oleh peneliti:



Gambar 1.1. Data Mini Survey Terhadap alasan Wisatawan yang pernah Berkunjung Ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau di Kota Padang Panjang.

Sumber: Google Form.

Dari hasil mini survey tersebut peneliti mengidentifikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung masyarakat/wisatawan ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau diantaranya yaitu:

1. Informasi yang didapat dari sosial media.
2. Citra dari destinasi yang ditawarkan oleh PDIKM.
3. Motivasi untuk mengetahui lebih dalam tentang sejarah budaya Minangkabau.

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, berbagai informasi dapat diperoleh dalam waktu singkat. Perkembangan ini turut memengaruhi perubahan strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Dahulu, promosi

produk atau jasa dilakukan melalui berbagai media seperti koran, televisi, atau penyebaran selebaran, yang membutuhkan biaya besar serta belum tentu efektif dalam penyebarannya. Namun, dengan kehadiran internet, pemasaran kini dapat dilakukan secara lebih efisien dan efektif. Para pelaku bisnis dapat dengan mudah menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa mereka dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, dan video. Perkembangan ini melahirkan konsep pemasaran yang dikenal sebagai Electronic Word of Mouth (EWOM). EWOM merupakan pernyataan, baik pernyataan positif maupun negatif, yang berasal dari pendapat pelanggan, baik calon maupun yang telah menjadi pengguna suatu produk, yang dapat diakses oleh semua orang melalui dunia maya atau media sosial (Hennig-Thurau, et al. 2004). Dalam praktiknya, EWOM dinilai lebih efektif dalam strategi pemasaran karena disebarluaskan melalui platform digital, sehingga informasi yang dibagikan dapat dengan mudah diakses oleh seluruh pengguna media sosial. Dengan adanya EWOM, Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) dapat memanfaatkan strategi pemasaran ini untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas. Penerapan EWOM berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan cara menyebarkan informasi yang menarik dan relevan mengenai PDIKM melalui berbagai platform digital.

Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi, salah satu aspek penting yang harus dilakukan adalah citra destinasi yang positif guna membangun persepsi yang baik di kalangan wisatawan. Sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat wisata, wisatawan akan

mempertimbangkan bagaimana citra destinasi tersebut terbentuk dalam benak mereka. Namun, persepsi yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu destinasi tidak selalu sesuai dengan kondisi sebenarnya di lokasi tersebut. Selain itu, setiap individu dapat memiliki penilaian yang berbeda terhadap suatu destinasi wisata (Setyaningsih & Murwatiningsih, 2017). Oleh karena itu, sebuah destinasi wisata harus mampu menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung agar citranya mudah dikenali dan tetap diingat secara positif oleh wisatawan (Rahayu & Hendro, 2015). Membangun citra destinasi yang kuat menjadi tujuan utama bagi para pengelola wisata di Indonesia, baik yang berada di bawah pengelolaan pihak swasta maupun pemerintah. Citra destinasi yang baik berpotensi memberikan keuntungan bagi pengelola wisata karena dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, citra destinasi yang positif harus dikomunikasikan secara efektif oleh pengelola wisata guna memperkuat posisinya di antara destinasi wisata lain yang terus berkembang. Citra yang kuat juga berperan penting dalam membangun persepsi positif wisatawan dalam jangka panjang. Ketika suatu destinasi telah berhasil membangun citra yang baik di benak wisatawan, kepercayaan terhadap destinasi tersebut akan semakin meningkat. Dalam perspektif psikologi pemasaran, kepercayaan wisatawan cenderung tumbuh setelah mereka memiliki persepsi positif terhadap destinasi yang dikunjungi. Dengan adanya keyakinan terhadap suatu tempat wisata, wisatawan akan lebih cenderung membuat keputusan untuk berkunjung tanpa banyak pertimbangan (Nafis, 2020).

Motivasi wisatawan mengenai budaya menjadi hal terpenting lainnya untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata yang terletak di berbagai macam daerah. Penentu dari tingkat kepuasan pengunjung adalah motivasi wisatawan (Davesa, laguna & Palacios, 2010). Motivasi seorang wisatawan juga dapat ditentukan oleh kebutuhan spiritual, emosional maupun fisik (Dinding & Mathieson, 2006). Jika kita bicara mengenai motivasi terhadap budaya, budaya ini sendiri dapat dilihat dari apa yang dipikirkan orang mengenai keyakinan, sikap, ide dan nilai, dan apa yang dilakukan orang terhadap pola perilaku normatif atau cara hidup, serta apa yang dibuat orang dalam karya seni, artefak, dan produk budaya (Littrell, 1996). Oleh karena itu budaya terdiri dari berbagai macam ide dan cara hidup masyarakat serta produk dari proses tersebut yang berupa bangunan, artefak, seni, adat istiadat dan suasana. Jadi dalam hal ini pariwisata budaya bukan hanya tentang mengunjungi sebuah situs dan monumen, yang cenderung mengarah kepada pariwisata “tradisional” dari pariwisata budaya, tetapi juga melibatkan cara hidup masyarakat di daerah yang dikunjungi, karena mengkonsumsi produk dan proses budaya juga melibatkan kumpulan pengetahuan dan pengalaman baru (Richards, 2001).

Dilihat dari latar belakang dan fenomena penelitian diatas, maka peneliti mengangkat judul penelitian ini yaitu **“Pengaruh E-WOM, Citra Destinasi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Di Kota Padang Panjang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *EWOM* terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)?
2. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)?
3. Bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini berlandaskan rumusan masalah adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *EWOM* terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)
2. Untuk mengetahui citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)
3. Untuk mengetahui motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Instansi

Dinas Pariwisata yang dalam hal ini merupakan wewenang dari Dinas Pariwisata Padang panjang agar dapat mengetahui sejauh mana citra destinasi wisata dan motivasi wisatawan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan yang diharapkan, dan juga dapat mempertimbangkan hasil penelitian ketika merumuskan strategi untuk dapat meningkatkan kinerja pegawai yang bertugas.

2. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti sebagai media pengalaman penelitian langsung agar ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dapat diterapkan pada situasi aktual di lapangan.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang persoalan pengelolaan sumber daya manusia di masa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab dua ini membahas landasan teori yang diambil dari berbagai sumber sebagai acuan untuk membahas masalah yang diangkat berdasarkan teori-teori yang ada, ringkasan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka konseptual.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab tiga ini menjelaskan metode yang memuat informasi tentang desain penelitian, populasi, sampel, dan metode pengambilan sampel, variabel yang diteliti, sumber data, cara pengumpulan data, serta Teknik dalam menganalisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini berisi mengenai hasil analisis dan pembahasan penelitian dengan membandingkan data yang dikumpulkan dengan landasan teori.

BAB V: PENUTUP

Pada penutup ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari setiap pembahasan tulisan, implikasi penulisan, keterbatasan dalam penelitian, dan saran.

