

Tradisi Pela Gandong

by Simon Nanik

Submission date: 04-Aug-2020 08:08PM (UTC+0700)

Submission ID: 1365847123

File name: Jurnal_Simon_dan_Nanik_L..pdf (230.25K)

Word count: 4310

Character count: 28819

Tradisi Perayaan Keagamaan “Pela Gandong” terhadap *Spending Behaviour*

Simon Hendrik Leasa dan Nanik Linawati
Program Manajemen Keuangan, Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: m37415107@john.petra.ac.id; nanik@petra.ac.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tradisi keagamaan “Pela Gandong” terhadap *spending behaviour*. Penelitian ini dilakukan di kota Ambon dengan 100 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dan sumber data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh dari kuisisioner kemudian dianalisis menggunakan aplikasi smartPLS (*Partial Least Square*). Dan diperoleh hasil penelitian bahwa tradisi dan anggaran perayaan keagamaan berpengaruh positif signifikan terhadap *spending behaviour*.

Kata Kunci— Anggaran Perayaan Keagamaan, *Spending Behaviour*, Tradisi

Abstract— This study aims to determine the effect of the “Pela Gandong” religious tradition on spending behavior. This research was conducted in the city of Ambon with 100 respondents. This type of research is associative and data sources use primary data. Data collection techniques using a questionnaire. Data is obtained from the questionnaire and then analyzed using the smartPLS (Partial Least Square) software. The results of this research are the tradition and budget of religious celebrations have a significant effect on spending behaviour.

Keywords— Tradition, Religious Celebration Budget, *Spending Behaviour*

1. PENDAHULUAN

Pela gandong adalah tradisi khas Maluku yang bertujuan untuk memperkuat kerukunan dalam kehidupan bermasyarakat yang beragam (Parker, 2012). Secara umum, *pela gandong* merupakan sebuah sistem persaudaraan antara dua atau lebih negeri (desa) yang secara geografis berada pada daerah yang berdekatan atau terpisah dan memiliki kepercayaan yang sama maupun berbeda (Ralahallo, 2009). Didalam bingkai tradisi *pela gandong*, perbedaan bukanlah sebuah hal yang menjadi problema konflik tetapi perbedaan itu sudah melebur dan hidup dalam masyarakat dengan konsep janji dan sumpah sebagai “*orang basudara*”. Secara harafiah, gagasan *orang basudara* berarti “berasal dari rahim yang sama”. Perwujudan dari gagasan “*orang basudara* (orang bersaudara)” terjadi ketika kedua negeri bersama-sama melakukan *masohi* (tindakan tolong menolong) pembangunan rumah ibadah. Tindakan ini dianggap sebagai sebuah kewajiban dasar dari perjanjian yang telah dibuat dalam tradisi *pela gandong* sehingga menghasilkan nilai kekerabatan dari generasi ke generasi. Keharmonisan dari hubungan *pela gandong* dihadirkan untuk mempererat ikatan persaudaraan yang menjunjung tinggi nilai-nilai dan kesepakatan, yang telah ada sebelumnya melalui perjanjian *pela gandong*. Hal terpenting dari *pela gandong* sendiri adalah nilai kebersamaan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Likiyanto, 2016) yang

menyatakan bahwa tradisi *pela gandong* membawa masyarakat Ambon untuk lebih mengedepankan kebersamaan, yang dalam implementasinya nampak dari kebiasaan mendahulukan kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi. Nilai kebersamaan dalam tradisi *pela gandong* pun tercermin ketika sedang diadakan perayaan keagamaan di Ambon.

Perayaan keagamaan merupakan tradisi yang melekat dalam kehidupan masyarakat Ambon. Beatrice, 2019, menyatakan bahwa perayaan keagamaan merupakan sebuah nilai ungkapan ekspresi keagamaan yang terintegrasi dengan nilai kebersamaan, dimana praktik-praktik perayaan dikenal dengan praktik sinkretisme. Praktik perayaan ini merupakan sebuah kombinasi antara agama dan kepercayaan yang telah ada di Ambon pada masa lalu, yang bermula dari kepercayaan asli masyarakat yaitu dalam hal pemujaan kepada roh nenek moyang. Kemudian, semenjak masuknya agama-agama masyarakat mulai memeluk agama-agama tertentu namun masih tetap mempraktikkan pemujaan-pemujaan terhadap roh nenek moyang (Partonadi, 2001). Kebiasaan kepercayaan lama yang telah biasa dilakukan dalam kehidupan masyarakat dan menjadi bagian dalam perayaan keagamaan.

Perayaan keagamaan di Ambon, awalnya merupakan sebuah acara perayaan yang sakral dan penuh sukacita tiap tahunnya. Namun dalam perkembangannya bergeser menjadi sebuah perayaan dan ajang bersenang-senang di akhir tahun dengan cara berbelanja (Odabasi, 2009). Banyaknya jenis-jenis pengeluaran ini yang membuat harga barang-barang kebutuhan mengalami peningkatan karena peningkatan permintaan pada barang-barang tersebut. Penjualan dari sejumlah pusat perbelanjaan di Ambon menjelang perayaan keagamaan mengalami peningkatan pesat hingga mencapai 50% jika dibandingkan dengan hari biasa (Rahman, 2013). Fenomena ini semakin memberi penegasan bahwa peningkatan aktivitas berbelanja pada saat menjelang momentum perayaan keagamaan sudah menjadi tradisi tahunan yang dilakukan oleh masyarakat Ambon secara bersama-sama.

Nilai kebersamaan yang ada dalam momen perayaan membawa semangat persaudaraan bagi masyarakat, dimana penyelenggaraan momen perayaan di Ambon dilakukan secara periodik selama satu bulan. Pelaksanaan perayaan secara periodik, dilakukan masyarakat baik berdasarkan jadwal ibadah maupun diluar jadwal ibadah. Ketika setiap anggota keluarga berpartisipasi dalam perayaan tersebut, maka ada konsekuensi yang didapat, yaitu pengeluaran untuk membeli pakaian dalam menyambut pelaksanaan momen perayaan keagamaan. Hal ini dikarenakan, setiap acara yang diikuti mendorong sebagian orang untuk membeli pakaian baru dan sudah

menjadi tradisi dalam momen tersebut. Keinginan untuk membeli pakaian baru didorong oleh tindakan untuk mengekspresikan diri setiap pribadi yang ikut hadir dalam perayaan keagamaan kepada orang lain. Selain itu tanpa disadari berdampak negatif karena mendorong sebagian masyarakat Ambon untuk membelanjakan uang melampaui jumlah yang sewajarnya dikeluarkan (Salim, 2013). Kemudian, jika didalam satu keluarga terdapat banyak anggota keluarga, maka anggaran yang dikeluarkan untuk mengikuti perayaan keagamaan diperlukan dalam jumlah yang besar pula.

Perilaku berbelanja dapat dilihat dari segi antusiasme masyarakat Ambon dalam merayakan hari keagamaan sangat terasa berbeda dengan kota lainnya, salah satunya dengan penghargaan yang didapat masyarakat Ambon dari lembaga rekor MURI atas kategori pohon natal terbanyak pada momen perayaan (Winarto, 2015). Hal ini menegaskan bahwa bukan hanya pakaian yang menjadi tampilan baru dalam perayaan keagamaan, namun tradisi pohon natal juga menjadi hal penting dalam yang perlu direncanakan pada saat momen perayaan. Selain itu, tradisi wajib membakar petasan pada setiap keluarga membuat perayaan keagamaan di Ambon menjadi sangat meriah (Tajuk Timur, 2018). Padahal jika dikalkulasikan per buah petasan memiliki harga yang sangat mahal apalagi jika dibeli pada saat momen perayaan keagamaan.

Selain pakaian, petasan, ada juga kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan masyarakat untuk memeriahkan perayaan keagamaan di Ambon diantaranya dengan mengikuti pawai sinterklass (*santa claus*), membeli bahan makanan, aneka kue, berziarah ke makam, dan sebagainya. Untuk memenuhi kegiatan-kegiatan ini masyarakat memerlukan pendapatan dari hasil bekerja (Prasetya, 2016). Setiap orang yang bekerja disebut dengan tenaga kerja. Selain mendapatkan upah, tenaga kerja juga mendapatkan penghasilan non upah menjelang hari keagamaan yang dikenal dengan nama tunjangan hari raya. Dana tunjangan hari raya umumnya didapat satu kali dalam setahun dan dikhususkan kepada masyarakat yang bekerja dalam instansi pemerintah maupun swasta. Bagi tenaga kerja, tunjangan hari raya dapat menjadi sumber pendanaan bagi kebutuhan perayaan. Tetapi terdapat sebagian masyarakat yang berbelanja keperluan perayaan melebihi dana tunjangan hari raya (Shopback, 2017). Hal inilah yang menyebabkan masyarakat terpaksa berhutang kepada teman atau kerabat, serta menggadaikan barang berharga. Dan kebiasaan dalam perayaan keagamaan sudah menjadi tradisi tahunan yang dilakukan masyarakat pada waktu yang sama dan cara yang sama (Crowther, 1995). Dimana kegiatan-kegiatan tersebut berkaitan dengan budaya kebersamaan yang merupakan ciri khas paling menonjol dari masyarakat Ambon yang terintegrasi dengan semangat *pela gandong*. Budaya ini yang membawa masyarakat lebih mengedepankan kebersamaan dari pada kebutuhannya sendiri sehingga pada saat berbelanja cenderung tidak cermat dan menjadi konsumtif yang berakibat masyarakat melakukan *spending behaviour* berlebihan. Merujuk pada fenomena ini, peneliti ingin mengkaji lebih jauh dari pengaruh tradisi keagamaan "*pela gandong*" terhadap *spending behaviour*.

2. TEORI PENUNJANG

Falsafah Hidup Masyarakat Ambon

Seluruh aktivitas manusia berawal dari sebuah tata nilai yang diyakini kebenarannya. Nilai yang ada, hidup dalam masyarakat, melekat dan melembaga menjadi dasar falsafah yang mengilhami seluruh masyarakat baik dalam cara berpikir maupun perilaku di dalam kehidupan bermasyarakat (Solissa, 2014). Nilai falsafah tersebut memberi pembeda di dalam masyarakat yang multikultural baik dari segi komunitas, suku, etnis, maupun agama. Hal inilah yang menyebabkan lahirnya keberadaan masyarakat Jawa, Bugis, Makasar, Ambon dan lainnya.

Bagi masyarakat Ambon terdapat nilai falsafah yang dikenal dengan nama *pela gandong*. *Pela gandong* merupakan sebuah nilai kearifan lokal dan menjadi dasar bagi setiap masyarakat dalam pergaulan antar sesama. *Pela* adalah suatu perjanjian antara satu desa dengan desa lainnya sedangkan *gandong* adalah saudara kandung (adik kakak). Falsafah *pela gandong* hadir sebagai perekat persaudaraan masyarakat Ambon yang multikultural. Selain itu falsafah ini bertujuan untuk menggalang persatuan dan kesatuan orang Maluku tanpa memandang perbedaan-perbedaan yang ada sehingga menampakkan suatu kehidupan bermasyarakat yang harmonis, penuh toleransi dan tenang. Kemudian falsafah *pela gandong* juga dirayakan dengan upacara yang dikenal dengan sebutan "*panas pela*". *Panas pela* merupakan upacara sakral bagi masyarakat Ambon yang tujuannya untuk mengingatkan masyarakat tentang hubungan persaudaraan yang telah lama dibentuk oleh para leluhur. Dengan adanya peringatan *pela gandong*, maka diharapkan hubungan antar masyarakat Ambon (dalam hal agama) harus menjadi satu dan damai. Hal ini dilakukan untuk menjaga kebersamaan dan kekeluargaan yang telah ada sejak dahulu.

Dan hal inipun berdampak, ketika masyarakat Ambon melaksanakan perayaan keagamaan. Dimana semangat *pela gandong* menjadi modal bagi masyarakat merayakan perayaan secara bersama-sama dengan saling berinteraksi dan bersilaturahmi ketika mempersiapkan momen tersebut bahkan mengunjungi kerabat yang sedang merayakan hari keagamaan.

Karakteristik Masyarakat Ambon

Salim, (2015), menyatakan bahwa masyarakat Ambon memiliki karakter pemberani, jujur dan terbuka. Karakter-karakter ini mendorong masyarakat dalam bertindak untuk tidak ragu-ragu, tidak takut dan mau menerima orang lain sebagai saudara. (Maspaitella, 2008), menyatakan juga bahwa sikap jujur dan terbuka masyarakat Ambon merupakan hasil peninggalan kebudayaan leluhur dan harus dijaga. Kedua karakter ini merupakan nilai kearifan lokal yang berarti masyarakat yang saling membantu dan "apa adanya". (Pieris, 2004), menyatakan bahwa masyarakat Ambon juga memiliki karakter berpendirian teguh, dimana implementasi karakter ini terjadi saat pengambilan keputusan yang cenderung orientasinya jangka pendek, yaitu hanya memikirkan kesenangan saat ini. Selain itu, karakter berpendirian teguh hati juga

menyebabkan masyarakat sulit untuk menerima masukan dari pihak lain termasuk dalam hal mengelola uang (Salim, 2013).

Tradisi

Tradisi berasal dari kata “*traditio*” yang berarti diteruskan atau kebiasaan. Poerwadarminta, 1976, menyatakan bahwa tradisi merupakan nilai-nilai, ide, kepercayaan, kebiasaan yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya seperti misalnya adat-istiadat, kesenian dan lain-lain. Tradisi merupakan pewarisan budaya dari masa lalu ke masa sekarang. Tradisi yang dipertahankan akan menghasilkan identitas pada sekelompok orang (Wahyuni, 2018). Tradisi mengikat pribadi, organisasi, kelompok sosial dan masyarakat secara luas. Hal ini juga yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Ambon, dimana tradisi dibagi menjadi dua bagian yaitu tradisi ritual budaya dan tradisi keagamaan.

Pela Gandong

Pela Gandong merupakan sejarah orang Maluku. *Pela* berasal dari kata “*pila*” yang berarti buatlah sesuatu secara bersama. *Pela* adalah suatu sistem hubungan sosial yang dikenal dalam masyarakat Maluku, khususnya Ambon sebagai suatu perjanjian antara satu desa dengan desa lainnya yang sama atau berbeda agama. Biasanya satu desa memiliki paling tidak satu atau dua *pela* yang berbeda jenisnya. Sedangkan *gandong* memiliki makna sebagai ikatan persaudaraan adik dan kakak yang didasari oleh sikap yang saling mengasihi. *Pela gandong* dibagi menjadi dua yaitu *pela karas* dan *pela lunak*. *Pela karas* sangat mengikat bagi dua desa atau lebih yang berikrar sedangkan *pela lunak* ikatannya sedikit longgar.

Anggaran Perayaan Keagamaan

Aktivitas belanja merupakan aktivitas yang menyenangkan, yang cenderung mendorong setiap orang untuk membelanjakan uangnya melampaui dari yang direncanakan. Hal ini berakibat pada perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif. Untuk itu, sebuah rencana terhadap suatu kegiatan yang memerlukan biaya perlu untuk disusun anggarannya sebelum kegiatan tersebut dilakukan. Penyusunan anggaran bertujuan untuk mengantisipasi ragam barang ataupun jasa yang diperlukan beserta masing-masing harga per-unitnya. Penyusunan anggaran harusnya dibuat serinci mungkin agar dalam pelaksanaannya hanya terdapat sedikit penyimpangan. Penyusunan anggaran seharusnya didasarkan pada kebutuhan dan bukan keinginan agar jumlah barang atau jasa yang dibeli tidak melampaui kemampuan dari si pemilik anggaran. (Gitman, 2014), menyatakan anggaran yang disusun seharusnya lebih kecil dari pendapatan sebulan agar masih ada dan dapat ditabung untuk masa depan. Jika anggaran lebih kecil dari pendapatan per bulan disebut surplus budget. Sedangkan anggaran yang lebih besar dari pendapatan per bulan dikenal dengan nama deficit budget. Seseorang yang bijak, akan berusaha untuk memiliki anggaran yang lebih kecil daripada pendapatan per bulan maka orang tersebut harus berusaha untuk menutup kekurangannya dengan cara menjual aset berharga atau berhutang atau paling tidak anggaran sama dengan jumlah pendapatan. Apabila seseorang memiliki anggaran melebihi daripada pendapatan yang dimiliki maka orang tersebut kurang bijak dalam membuat anggaran.

Spending Behaviour

Mitchell, (2008), menyatakan *spending behaviour* merupakan suatu kegiatan yang menimbulkan rasa senang terkait kegiatan membelanjakan uang. *Spending behaviour* merupakan aktivitas finansial yang dilakukan secara sadar dan memiliki tujuan untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan (Feinberg, 1986). Pada umumnya seseorang berkeinginan untuk membeli produk karena dipengaruhi harapan untuk menciptakan suasana hati (mood) yang baik, mengekspresikan identitas, atau untuk menimbulkan kesenangan (Etzioni, 1986). Setiap orang memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam hal membeli atau berbelanja. konsep berbelanja mengalami perkembangan sehingga saat ini aktivitas berbelanja menjadi cerminan gaya hidup seseorang dan dimanfaatkan sebagai aktivitas rekreasi. Gaya hidup masyarakat mengalami perubahan dari waktu ke waktu. (Heryanto, 2004), menyatakan bahwa di masa lalu masyarakat cenderung memiliki gaya hidup yang sederhana, namun dalam perkembangannya dengan hadirnya pusat-pusat perbelanjaan, iklan, bahkan fasilitas belanja secara online berdampak terhadap pergeseran gaya hidup masyarakat menjadi masyarakat yang konsumtif.

Hubungan Antar Konsep

Pengaruh antara Tradisi dan Spending Behaviour

Tradisi merupakan kebiasaan yang dilakukan secara berulang dari generasi ke generasi. Tradisi berkaitan dengan aspek sosial dan budaya yang ada di masyarakat, seperti tradisi berziarah ke makam. Selain itu, ada juga tradisi yang disertai dengan aktivitas berbelanja makanan pada perayaan keagamaan, berbelanja pakaian baru, mendekor rumah (berupa hiasan ornamen-ornamen dan mengecat rumah). Padahal tradisi-tradisi ini merupakan acara perayaan yang dilakukan berulang-ulang sejak masa lalu dan dilestarikan sebagai bagian dari kehidupan masyarakat di jaman sekarang. Kebiasaan yang dilakukan terus-menerus inilah yang cenderung menimbulkan pengeluaran berlebih atau *spending behaviour*. Hal ini dikarenakan, ketika perayaan keagamaan tiba, maka harga barang akan mengalami kenaikan disertai dengan diskon yang menyenangkan sehingga godaan untuk membeli pada saat itu juga naik. (Yuwanto, 2017), menyatakan bahwa masyarakat Indonesia menganggap bahwa kebiasaan berbelanja sudah menjadi tradisi dalam perayaan keagamaan. Pada saat merayakan momen perayaan keagamaan, masyarakat dalam mengkonsumsi produk bukan lagi didorong oleh faktor kebutuhan, tetapi karena faktor keinginan dan menjadi sebuah gaya hidup yang telah berkembang di dalamnya. Hal ini pun terjadi pada masyarakat Ambon, dimana masyarakat Ambon menganut budaya timur atau kolektif. Hal ini dikarenakan, budaya masyarakat Ambon terpengaruh dari falsafah *pela gandong* yang identik dengan budaya kekeluargaan atau kebersamaan dan menjadi ciri khas paling menonjol dari masyarakat kota Ambon dalam membangun tali persaudaraan serta tradisi yang sudah mendarah daging di Ambon.

Hubungan Antar Konsep

Pengaruh antara Anggaran Perayaan Keagamaan dan Spending Behaviour

Anggaran perayaan keagamaan merupakan suatu estimasi pengeluaran yang dibiayai melalui penghasilan yang didapat oleh seseorang yang digunakan dalam

perayaan keagamaan. Menurut (Mullis, 1982), menyatakan dengan adanya anggaran yang dibuat, maka mayoritas orang akan dapat mengontrol *spending* yang dilakukan.

Hal ini pun terlihat ketika perayaan keagamaan di Ambon, dimana ada barang dan jasa yang dianggarkan. Barang dan jasa yang dianggarkan pun harus sesuaikan dengan kebutuhan bukan untuk mencari sesuatu yang diinginkan. Semakin banyak barang yang dianggarkan pada perayaan keagamaan, maka semakin besar jumlah dana yang akan dibelanjakan (*spending*). Dan sebaliknya, semakin sedikit barang yang dianggarkan pada perayaan keagamaan, maka semakin kecil jumlah dana yang dibelanjakan.

Selain itu, ketika seseorang memiliki anggaran yang lebih kecil dari pendapatan yang didapat maka orang itu akan cenderung memiliki perilaku yang bijaksana dan terkendali. Sedangkan jika anggarannya lebih besar dari pendapatan, maka dapat dipastikan orang tersebut memiliki perilaku keuangan yang cenderung longgar dan akan lebih mudah berhutang (Gitman, 2014).

Kerangka Berpikir



9
3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. (Suryani, 2016), menyatakan bahwa metode asosiatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada data numerik, data matrik dan diolah dalam bentuk (skor) yang diambil dari hasil kuisioner dengan menggunakan statistik penelitian (Sugiyono, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Ambon yang berdomisili di kota Ambon yang secara rutin berpartisipasi dalam perayaan keagamaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dengan metode penyebaran kuesioner kepada seratus responden dengan kriteria masyarakat Ambon yang merayakan tradisi keagamaan dengan semangat *pela gandong* dan mendapatkan tunjangan hari raya. Variabel yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi endogen dan eksogen yang memiliki indikator masing-masing. Variabel endogen pada penelitian ini adalah *spending bahaviour* Sedangkan variabel eksogen pada penelitian ini adalah tradisi dan anggaran perayaan keagamaan. Pada penelitian ini, *software* statistik yang digunakan adalah Smart-PLS versi 3.0. Penelitian ini menggunakan alat statistik *partial least square*.

4. PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1 Uji Validitas dan Realibilitas

Variabel	Nilai AVE	Composite Reliability
Anggaran Perayaan	0.516	0.841

Keagamaan		
<i>Spending Behaviour</i>	0.521	0.765
Tradisi	0.510	0.838

Sumber: Hasil Pengolahan data pada SmartPLS

Dari hasil uji statistik yang tertera pada tabel 1, menyatakan bahwa hasil telah memenuhi uji validitas karena *average variance extracted (AVE)* lebih besar dari 0,05 dan uji realibilitas yang ditunjukkan *composite reliability* lebih besar di bandingkan 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data bersifat valid dan reliable.

Tabel 2 Uji T

Variabel	T-Statistic
APK-> SB	9.168
TR -> SB	2.969

Sumber: Hasil Pengolahan data pada SmartPLS

Hasil uji hipotesa menggunakan alat statistik dengan alpha 0,05, maka nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesa adalah terima H1 dan tolak H0 ketika nilai t-statistik > 1,96.

Pembahasan

1. Pengaruh Tradisi terhadap *Spending Behaviour*

Momen perayaan keagamaan perlu untuk dirayakan secara bersama di setiap akhir tahun. Suasana perayaan keagamaan di Ambon dilakukan masyarakat dengan cara berkumpul bersama keluarga atau saling mengunjungi masyarakat lain di sekitar lingkungan. Kebersamaan ini tidak terlepas dari tradisi *pela gandong* sendiri, yang intinya berhubungan dengan merayakan kebersamaan sebagai orang "*basudara*" (saudara) dengan tujuan untuk mempererat persaudaraan. Semangat persaudaraan yang tinggi inilah yang berdampak pada suasana perayaan keagamaan di Ambon dimana masyarakat ingin membangkitkan kebersamaan dengan cara berbelanja kebutuhan-kebutuhan untuk perayaan keagamaan. Kebutuhan belanja untuk merayakan momen tersebut tentu membutuhkan biaya. Biaya ini dipakai masyarakat untuk membeli kebutuhan-kebutuhan misalnya makanan. Tetapi kenyataannya pada waktu membeli kebutuhan belanja tersebut, masyarakat seringkali tergoda untuk membeli barang sesuai keinginannya. Hal ini yang membuat masyarakat sulit untuk mengendalikan diri ketika berbelanja sehingga berdampak pada jumlah yang dibelanjakan melebihi dari sewajarnya.

Selain itu, alasan lain masyarakat membelanjakan uang adalah sebagai bentuk ekspresi diri untuk memperkuat persaudaraan. Dimana ekspresi ini bertujuan untuk tidak saling bersaing atau membandingkan satu masyarakat dengan masyarakat lainnya dan lebih ke hal berbagi dikarenakan apa yang dimiliki saat ini sudah menjadi milik bersama. Hal ini tentu terjadi karena masyarakat Ambon masih mengikuti kebiasaan umum yang dilakukan di masa lalu dan mendapat pengaruh dari kebudayaan kolektif yang cenderung secara bersama-sama. Sehingga masyarakat memiliki sikap untuk berbagi kepada sesama. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Beatrice (2019) yang menyatakan bahwa masyarakat pada saat perayaan keagamaan enggan untuk berbagi dan cenderung individual, karena lokasi penelitian yang berbeda.

2. Pengaruh Anggaran Perayaan Keagamaan terhadap *Spending Behaviour*

Penelitian ini menemukan bahwa anggaran perayaan keagamaan berpengaruh signifikan terhadap *spending behaviour*. Awalnya masyarakat Ambon dalam melakukan kegiatan berbelanja sehari-hari pada dasarnya bersikap rasional namun ketika momen perayaan keagamaan, persiapan masyarakat cenderung didorong oleh suasana ingin merayakan kebersamaan secara berlebihan dengan kerabat dan teman-teman. Keinginan inilah yang membuat masyarakat tidak cermat dalam berbelanja dan menjadi lebih konsumtif. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Beatrice (2019) yang menyatakan sikap belanja masyarakat ketika momen perayaan menjadi tidak rasional dan didorong oleh keinginannya.

Kemudian, pada waktu momen perayaan keagamaan, masyarakat kurang bisa mengendalikan diri untuk hanya membeli hal-hal yang dibutuhkan saja tetapi masyarakat lebih terdorong untuk memenuhi keinginan-keinginan dalam rangka mengekspresikan suasana perayaan keagamaan yaitu dengan cara membeli pakaian baru, petasan, mendekorasi rumah bahkan dengan mengikuti acara pawai sinterklass. Sehingga berdampak pada anggaran yang dibelanjakan menjadi lebih besar dari anggaran yang sewajarnya. Namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam memaparkan jenis-jenis barang yang biasa dibeli oleh masyarakat Ambon pada saat mempersiapkan perayaan keagamaan, karena dalam kenyataannya jenis barang yang dibeli lebih banyak daripada yang disebutkan pada hasil penelitian ini.

Selain itu, salah satu yang mendorong masyarakat Ambon untuk berbelanja melebihi yang sewajarnya yaitu adanya diskon-diskon yang ditawarkan oleh toko-toko yang ada di pusat perbelanjaan menjelang akhir tahun. Hal ini membuat masyarakat yang awalnya tidak merencanakan untuk membeli produk-produk tersebut namun terdorong untuk membeli dengan adanya diskon sehingga jumlah uang yang dibelanjakan melampaui dari jumlah yang direncanakan. Sehingga terkadang untuk memenuhi kebutuhan itu masyarakat harus menggunakan dana tabungan untuk berbelanja. Bahkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden berbelanja melebihi tunjangan hari raya dan mendanai kekurangannya dengan berutang atau menggadaikan barang berharga yang dimiliki.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Tradisi berpengaruh signifikan terhadap *spending behaviour* masyarakat Ambon.
2. Anggaran Perayaan Keagamaan berpengaruh signifikan terhadap *spending behaviour* masyarakat Ambon.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian masyarakat di kawasan Indonesia Timur (Sulawesi, NTT dan Papua) untuk mendapatkan gambaran lebih luas dan memahami variabel-variabel penelitian dengan populasi yang berbeda. Selain itu

bagi peneliti yang berencana meneliti topik serupa, perlu untuk mencari sumber rujukan yang lebih banyak tentang “pela gandong” karena peneliti saat ini menyadari bahwa pemahaman peneliti masih terbatas mengenai tradisi tersebut.

2. Bagi masyarakat yang merayakan perayaan keagamaan diharapkan untuk membuat perencanaan pada bulan sebelum perayaan keagamaan. Hal ini dilakukan untuk menghindari pengeluaran berlebihan serta menghindari utang dari kegiatan yang kurang cermat seperti berbelanja.
3. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan agar tetap melestarikan tradisi “pela gandong” sebagai nilai kearifan lokal provinsi Maluku ditengah-tengah era globalisasi. Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang paham mengenai tradisi tersebut adalah orang tua dan bukan anak muda yang dimana sebagai tonggak perjuangan orang Maluku di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Beatrice, T. (2019). Pengaruh Tradisi, *spending Behavior*, dan faktor demografi terhadap unplanned purchasing masyarakat low income di Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Bisri, E. (1990). Gerak transformasi sosial di Madura. Jakarta: Perhimpunan pesantren dan masyarakat.
- Cooley, F. L. (1987). *Mimbar dan Takhta Hubungan Lembaga-Lembaga Keagamaan dan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Crowther. (1995). *Theory and practice*. New Jersey: Humana Press.
- Etzioni, A. (1986). *Rationality is anti entropic*. Journal of Economic Psychology. Washington: The George Washington University.
- Feinberg, R. (1986). *Journal of Consumer Research*. Social classes and spending behaviour. Oxford University Press.
- Fornell, D. L. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement Error. *Journal of Marketing Research*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: metode alternatif dengan partial least square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, M. D. (2014). *Personal Financial Planning*. USA: Cengage Learning.
- Green, T. (1997). *Folklore: an encyclopedia of beliefs, customs, tales, music, and art*. ABC-CLIO.
- Heryanto, J. (2004). Pergeseran nilai dan konsumerisme di tengah krisis ekonomi di Indonesia. Surabaya: Jurnal Nirmana.
- Hoesni, A. (2005). *Jamuan Hari Raya*. Jakarta: Gramedia.
- Kacen, J. L. (2002). The Influence of culture on consumer. *Journal of Consumer Psychology*.

- Kassarjian. (1977). "Content Analysis in consumer research", *Journal of Consumer Research*, Vol. 4 No.1 pp. 8-18.
- Koentjaraningrat. (1980). *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Yogyakarta: Djambatan.
- 7 Koentjaraningrat. (1985). *Kebudayaan mentalitas dan pembangunan*. Jakarta: Gramedia.
- Koentjaraningrat. (1990). *Pengantar Ilmu Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran*, edisi Millenium. Jakarta: Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kridalaksana, H. (2001). *Wiwara: Pengantar bahasa dan kebudayaan jawa*. Jakarta: Gramedia.
- Likiyanto, K. (2016). *Mandor, Model Kepemimpinan Tradisional Jawa Pada Proyek Konstruksi Era Modern*. Jakarta: Gramedia.
- 2 Lokollo, J. E. (1977). *Seri Budaya Pela Gandong dari Pulau Ambon*. Ambon: LKDM.
- Maspaitella, E. T. (2008). *Manusia Maluku dalam kerangka filsafat kebudayaan dan teori sosial*.
- Mitchell, W. (2008). *The Backward of Spending Money*. New York: McGraw Hill.
- 8 Mullis, S. (1982). Budget Behaviour: Variance over the life cycle of low income families. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*. 6.113-120.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Odabasi, A. (2009). Aspect of underlying Ramadan Consumption. *Journal of International Consumer Marketing*.
- Parker. (2012). Perancangan iklan layanan masyarakat tentang perdamaian sebagai perwujudan nilai-nilai budaya adat pela gandong di Maluku. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Partonadi, S. (2001). *Komunitas Sadrach dan akar kontekstualnya*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Patty, P. C. (2012). Pergeseran nilai budaya Pela Gandong masyarakat adat di Maluku Tengah.
- Pieris, J. (2004). *Tragedi Maluku: Krisis peradaban-analisis kritis aspek politik, ekonomi, sosial-budaya dan keamanan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Poerwadarminta, W. J. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Prasetya. (2016). Memenuhi konsumsi atau kebutuhan hidup guna mempertahankan taraf hidup. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/narulita12/57fc5877727a61e30d798cc6/memenuhi-konsumsi-atau-kebutuhan-hidup-guna-mempertahankan-taraf-hidup>.
- Rahman, R. (2013). *Jelang Natal warga di Ambon serbu pusat perbelanjaan*. Ambon: Jelang Natal, Warga di Ambon Serbu Pusat Perbelanjaan Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Jelang Natal, Warga di Ambon Serbu Pusat Perbelanjaan", <https://regional.kompas.com/read/2013/12/23/1559075/Jelang.Natal.Warga.di.Ambon.Serbu.Pusat>.
- Ralahallo, R. (2009). *kultur damai berbasis tradisi Pela dalam perspektif psikologi sosial*. Kalimantan Tengah: Jurnal Psikologi.
- Salamadian. (2016). 11 sifat, karakter dan kebiasaan orang Maluku.
- Salim, S. (2013). *Mengapa orang Maluku 'Keras Kepala'?* Kompasiana.
- Salim, S. (2015). *Mengapa orang Maluku 'keras Kepala'?* Kompasiana.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schement. (2002). *Encyclopedia of communication and information*. New York: Macmillan Reference USA.
- Setyorakhmadi, K. (2015). *Melawat ke Timur: menyusuri semenanjung raja-raja*. Buku Mojok.
- Shopback. (2017). THR Digunakan untuk Belanja Keperluan Idulfetri. <http://lifestyle.bisnis.com/read/20170603/220/658878/survei-buktikan-thr-digunakan-untuk-belanja-keperluan-idulfetri>.
- Simamora, B. (2004). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Simanjuntak. (2016). *Tradisi, Agama dan akseptasi modernisasi pada masyarakat pedesaan jawa*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Simanjuntak, B. A. (2016). *Tradisi, agama, dan akseptasi modernisasi pada masyarakat pedesaan Jawa*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Soekanto, S. (1990). *Meninjau Hukum Adat Indonesia: Suatu Pengantar Untuk Mempelajari Hukum Adat*. Jakarta: Rajawali.
- Solissa, B. (2014). *Falsafah Pela Gandong dan Toleransi Beragama dalam masyarakat Ambon yang multikultural*. UIN Sunan Kalijaga.
- 6 Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, H. (2016). *Metode riset kuantitatif: teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- 11 Sztompka, P. (2007). *Sosiologi perubahan sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wahyuni. (2018). *Agama dan Pembentukan Struktur Sosial: Pertautan Agama, Budaya, dan Tradisi Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Watloly, A. (2005). *Maluku Baru: Bangkitnya Mesin Eksistensi Anak Negeri*. Yogyakarta: Kanisius.
- Winarto, Y. (2015). *Ambon raih rekor MURI pohon Natal terbanyak*. Ambon: regional.kontan.co.id/news/ambon-raih-rekor-muri-pohon-natal-terbanyak.
- Yuwanto, L. (2017). *Lebaran dan perilaku konsumtif Masyarakat*. Surabaya: 2017.

Tradisi Pela Gandong

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.petra.ac.id Internet Source	2%
2	media.neliti.com Internet Source	2%
3	es.scribd.com Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	publication.petra.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
7	repository.upi.edu Internet Source	1%
8	lib.dr.iastate.edu Internet Source	1%
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%

10

id.123dok.com

Internet Source

1%

11

repo.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

1%

12

ejournals.umma.ac.id

Internet Source

1%

13

jimfeb.ub.ac.id

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On