

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Berdasarkan laporan *World Economic Forum* tentang *Travel and Tourism Competitiveness* menempatkan Indonesia berada di posisi ke-40 dari 140 negara di dunia atau ke-4 di kawasan Asia Tenggara (WEF, 2019:65). Pada tahun 2017, Indonesia berada di posisi ke-42, dan tahun 2015 berada di posisi ke-50. Perkembangan kegiatan pariwisata di Indonesia dalam berbagai catatan historis telah berlangsung sejak masa kolonial Belanda yang ditandai dengan adanya istilah *vreemdelingenverkeer* (lalu lintas orang asing), *toeristenverkeer* (lalu lintas wisatawan), dan berdirinya sebuah perkumpulan pariwisata di Batavia bernama *Vereeniging Toeristenverkeer* tahun 1908 di mana kepariwisataan pada masa itu dilakukan dengan sangat baik sehingga mampu bersaing dengan negara koloni lainnya (Sunjayadi, 2019a).

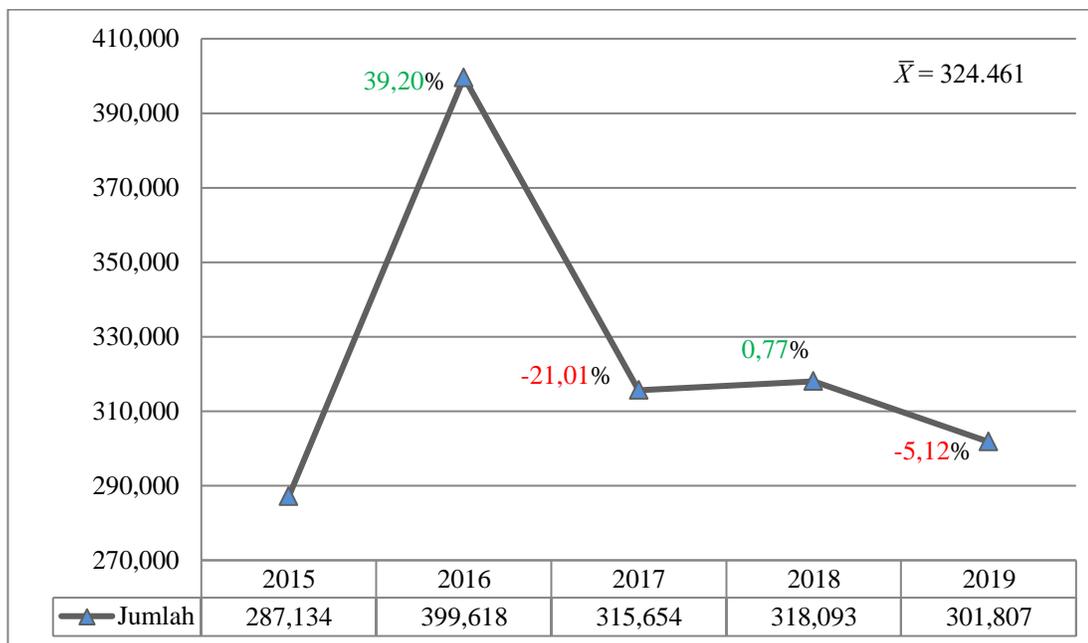
Sebagai negara dengan keragaman budaya dan keindahan alamnya, Indonesia mampu menunjukkan eksistensi sumber daya pariwisata yang dimiliki untuk bersaing dengan negara lain. Industri pariwisata di Indonesia menjadi sektor paling potensial dalam meningkatkan pendapatan daerah dan negara. Pesona Indonesia (*Wonderful Indonesia*) menjadi citra produk yang digunakan dalam kegiatan promosi wisata Indonesia untuk menarik banyak wisatawan nusantara dan mancanegara menikmati keragaman budaya dan keindahan alam yang dimilikinya.

Selain kaya akan keragaman budaya dan keindahan alamnya, Indonesia juga kaya dengan sejarah bangsanya. Kekayaan sejarah yang dimiliki tentu berpotensi menjadi produk wisata berbasis sejarah atau cagar budaya. Kekayaan sejarah Indonesia merupakan warisan yang perlu dilestarikan, seperti bangunan tua, benda-benda peninggalan budaya bersejarah, hingga tradisi masyarakat. Benda-benda peninggalan sejarah bukan sekedar benda tidak bergerak, setiap benda-benda itu memiliki kisah, nilai, dan makna (Woodward, 2007; dikutip Sunjayadi, 2019b:29).

Museum dikenal sebagai tempat untuk menyimpan berbagai benda bernilai historis dan simbolis dari masa lalu yang masih ada hingga saat ini. Museum sebagai bagian dari lingkungan rekreasi dan budaya yang memiliki tuntutan tinggi dalam mencari pengalaman mendalam oleh pengunjung (Komarac, 2014; dikutip Wibowo, 2015:15). Museum berfungsi sebagai tempat untuk melakukan penelitian, konservasi, dan komunikasi benda-benda bersejarah (Mensch, 2003; dikutip Irdana dan Kumarawarman, 2018:134). Museum juga menjadi lembaga informasi yang berperan dalam pengembangan kebudayaan dan pendidikan nasional (Isnaini, 2019). Berdasarkan Statistik Kebudayaan 2019 menyebutkan bahwa terdapat 435 museum yang terdaftar di Indonesia (PDSPK Kemendikbud, 2019:3). Satu diantaranya adalah Museum Nasional Indonesia.

Museum Nasional Indonesia dikenal sebagai Museum Gajah merupakan museum yang berdiri sekitar akhir abad ke-18 masehi dengan koleksi terbesar dan terlengkap di Indonesia bahkan di Asia Tenggara. Museum Nasional Indonesia banyak menyimpan benda-benda budaya berskala nasional yang menjadi bagian dari cagar budaya dan sebagian telah mendapat pengakuan sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO. Keberadaan Museum Nasional Indonesia tidak terlepas dari peranan *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen* sebagai organisasi dalam bidang kesenian dan ilmu pengetahuan di Batavia, Hindia Belanda yang dibentuk tahun 1778 masehi (MNI, 2017; dikutip Atallarick dan Fajar, 2020:11).

Lokasi Museum Nasional Indonesia berada di pusat Kota Jakarta membuatnya mudah diakses dan dikunjungi oleh banyak wisatawan. Berikut ini, data jumlah pengunjung yang datang ke Museum Nasional Indonesia dari tahun antara 2015-2019, sebagai berikut:

**Grafik 1.1** Jumlah Pengunjung Museum Nasional Indonesia Tahun 2015-2019

**Sumber:** Diolah dari Museum Nasional Indonesia (2020)

Berdasarkan Grafik 1.1 diketahui bahwa rata-rata jumlah pengunjung ke Museum Nasional Indonesia dalam 5 tahun terakhir (2015-2019) berada di angka 324.461 pengunjung. Terjadi peningkatan jumlah pengunjung pada tahun antara 2015-2016 sebesar 39,20% dan tahun 2017-2018 meningkat 0,77%. Namun, jumlah pengunjung ke Museum Nasional Indonesia mengalami penurunan sebesar 21,01% pada tahun antara 2016-2017; dan tahun 2018-2019 kembali menurun sebesar 5,12%. Data pada Grafik 1.1 dapat diasumsikan bahwa dalam jangka waktu 5 tahun (2015-2019) telah terjadi fluktuasi jumlah pengunjung ke Museum Nasional Indonesia.

Meningkat atau menurun jumlah wisatawan setiap tahunnya tidak terlepas dari kinerja Museum Nasional Indonesia dalam memberikan pelayanan museum. Beragam alasan wisatawan berkunjung ke museum di antaranya mencari data dan informasi, berwisata, mencintai sejarah, hingga membangkitkan semangat nasionalisme (Wibowo, 2015:26). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh museum merupakan hal utama dalam meningkatkan kepuasan dan memberikan daya tarik untuk berkunjung

kembali ke museum karena ingin merasakan pelayanan yang berkualitas (Isnaini, 2019). Kualitas pelayanan dan promosi yang baik berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang ke museum, karena peningkatan terhadap kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat kunjungan ke museum (Nuraeni, 2014). Sebagai museum dengan koleksi terbesar, Museum Nasional Indonesia perlu menjalankan fungsi museum sebagai tempat rekreasi dan edukasi yang dikemas menjadi produk pariwisata berbasis sejarah dan budaya.

Penelitian tentang kualitas pelayanan sudah banyak dilakukan dan menghasilkan beragam konsep, seperti SERVQUAL (Parasuraman, Zeithamal, dan Berry, 1988); SERVICESCAPE (Bitner, 1992); SERVPERF (Cronin dan Taylor, 1992); TEAMQUAL (McDonald, Sutton, dan Milne, 1995); RSQS (Dabholkar, Thorpe, dan Rentz, 1996); INTSERVQUAL (Frost dan Kumar, 2000); HISTOQUAL (Frochot dan Huges, 2000); SQAS (Lam, Zhang, dan Jesen, 2005); dan lainnya.

SERVQUAL menjadi konsep pengukuran kualitas pelayanan yang sering menjadi rujukan dan digunakan peneliti dengan lima dimensinya yang meliputi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*). SERVQUAL juga sering digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan perusahaan jasa bahkan termasuk sektor pariwisata (Albacete-Saez, dkk, 2007; dikutip Nguyen-Viet dan Ho-Nguyen, 2019:4). Selain SERVQUAL, penggunaan HISTOQUAL menjadi konsep pengukuran kualitas pelayanan yang digunakan dalam konteks warisan sejarah, seperti museum atau bangunan cagar budaya lainnya (Frochot dan Hughes, 2000). HISTOQUAL merupakan konsep pengukuran kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Frochot dan Hughes hasil dari modifikasi SERVQUAL yang menghasilkan lima dimensi, yaitu daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), komunikasi (*communication*), benda habis pakai (*consumables*), dan empati (*empathy*) (Isnaini, 2019; Markovic, Raspor, dan Komsic, 2013; Putra, 2016).

Kualitas pelayanan museum memiliki kompleksitas konsep yang merujuk pada beberapa aspek dari museum (Markovic, Raspor, dan Komsic, 2013:203). Beberapa

aspek di antaranya berfokus pada pentingnya pengalaman berkunjung, pengaturan fisik berupa tata letak, tampilan, jenis dan kualitas komunikasi antara pegawai museum dengan pengunjung, serta hiburan (Strokes, 1995; dikutip Putra 2016:322). Bahkan pameran khusus (*special exhibitions*) yang dilakukan di museum menjadi kekuatan penting dalam kualitas pelayanan yang diberikan museum kepada wisatawan, terutama untuk kunjungan ulang (Gilmore dan Rentschler, 2002:749). Pelayanan yang diberikan oleh museum tentu menjadi penting bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke museum.

Penelitian ini mengadopsi dan menggunakan variasi dimensi kualitas pelayanan dari hasil temuan penelitian yang dilakukan sebelumnya dan disesuaikan dengan situasi serta kondisi Museum Nasional Indonesia. Peneliti menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), komunikasi (*communication*), dan pameran (*exhibition*). Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengambil judul penelitian “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Museum terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan ke Museum Nasional Indonesia**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan penulis dalam latar belakang, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan museum dimensi bukti fisik (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?
2. Apakah kualitas pelayanan museum dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan museum dimensi empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?

4. Apakah kualitas pelayanan museum dimensi komunikasi (*communication*) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?
5. Apakah kualitas pelayanan museum dimensi pameran (*exhibition*) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?
6. Manakah dimensi dari kualitas pelayanan museum yang paling dominan memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia?

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari penyimpangan bahasan masalah yang lebih luas, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan museum yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), komunikasi (*communication*), dan pameran (*exhibition*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dan membuktikan hipotesis yang terdapat pada rumusan masalah dan kerangka berpikir penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat pengaruh kualitas pelayanan museum dimensi bukti fisik (*tangible*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.
2. Menganalisis tingkat pengaruh kualitas pelayanan museum dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.

3. Menganalisis tingkat pengaruh kualitas pelayanan museum dimensi empati (*empathy*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.
4. Menganalisis tingkat pengaruh kualitas pelayanan museum dimensi komunikasi (*communication*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.
5. Menganalisis tingkat pengaruh kualitas pelayanan museum dimensi pameran (*exhibition*) terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.
6. Menentukan dan mengetahui dimensi kualitas pelayanan museum yang paling dominan memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua manfaat yang dikembangkan menjadi, manfaat secara teoretis dan manfaat praktis.

### **1.5.1 Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembelajar tentang kualitas pelayanan museum. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan kajian untuk penelitian-penelitian yang akan datang mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan museum dan minat kunjungan ulang wisatawan ke museum.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi museum dalam mengambil kebijakan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan

manfaat kepada museum dan peneliti lainnya dalam menganalisis dimensi-dimensi kualitas pelayanan museum yang berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke museum.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini memiliki lima bagian untuk mempermudah pembaca memahami uraian isi. Berikut ini sistematika penulisan skripsi yang dibuat oleh penulis:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini memaparkan alasan, motivasi, dan tujuan penulis melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan museum terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Selain itu, bagian ini juga menguraikan manfaat dari penelitian yang dilakukan, baik secara teoretis maupun secara praktis.

### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini berisikan teori-teori yang mendukung topik penelitian. Berbagai teori tentunya berkaitan dengan teori kualitas pelayanan, minat kunjungan yang berkaitan dengan minat beli, teori motivasi wisatawan, definisi pariwisata, dan museum. Bagian ini juga memuat berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian berupa kualitas pelayanan dan minat kunjungan ulang. Kemudian, terdapat bagian yang menguraikan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

### **3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan metode atau cara yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif-deskriptif. Selain itu, bagian ini juga memuat alasan dan pertimbangan lokasi penelitian di Museum Nasional Indonesia. Dijelaskan juga penggunaan jenis dan sumber data yang berkaitan dengan penelitian, termasuk teknik menentukan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data melalui survei, serta teknik analisis data yang menggunakan IBM SPSS versi 25.

#### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan secara umum gambaran tentang objek penelitian. Kemudian menjelaskan tentang deskripsi data yang diperoleh dari proses pengumpulan data. Dalam bagian ini, terdapat hasil dan pembahasan penelitian yang diproses menggunakan metode yang telah ditentukan.

#### 5. BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bagian ini juga memuat keterbatasan penelitian dan saran-saran hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait penelitian.