

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu meningkatkan pendapatan devisa suatu negara dan masyarakatnya. Devisa dan ekonomi masyarakat akan naik dikarenakan Pariwisata menggerakkan berbagai kegiatan ekonomi lainnya atau bisa disebut sebagai *multiplier effect*. Wisata yang dikembangkan oleh suatu negara dan daerah dapat berupa Wisata Sejarah, Alam, Keagamaan, Kuliner, Olahraga, dan Wisata buatan manusia. Indonesia merupakan salah satu negara tujuan Wisata dunia karena Indonesia memiliki berbagai macam suku budaya yang berbeda-beda terdiri dari Suku dan Ras, serta Pulau-Pulau yang membentang dari Sabang sampai Marauke. Indonesia juga terkenal terdapat bermacam spesies Flora-Fauna yang bermacam-macam begitu pula kekayaan. Bawah laut dan keindahan keanekaragaman hayati tak terhitung banyaknya. Pariwisata Indonesia menjadi salah satu andalan pemasukan pendapatan negara terbesar tiap tahunnya yang kian terus bertambah oleh karena itu setiap pemerintah di seluruh daerah Nusantara berlomba-lomba untuk membangun kawasan Wisata menjadi lebih layak dan lebih nyaman bagi wisatawan. Pada saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia di bidang sektor Pariwisata terus berkembang setiap tahunnya pengaruh peningkatan Pariwisata di Indonesia juga dipengaruhi oleh beberapa jenis Wisata Buatan, Wisata Alam, Wisata Budaya atau Sejarah. Di daerah Nusantara lebih banyak berpengaruh di daerah Wisata alami seperti Pegunungan, Danau, Pantai, Air Terjun, dan lain lain.

Indonesia juga memiliki branding *wonderful Indonesia* untuk Promosi Mancanegara pada tahun 2014 bersanding dengan Pesona Indonesia sebagai branding Pariwisata nusantara pada sektor Pariwisata Indonesia. Berdasarkan laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dalam situs nya [www.kemenparkraf.go.id](http://www.kemenparkraf.go.id). Pada tahun 2019 Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia lebih dari 16,1 Juta Kunjungan, sedangkan pada

tahun 2018 sebesar 15,8 juta Kunjungan, meningkat dari tahun sebelumnya pada tahun 2017 sebesar 14 juta Kunjungan (sumber : [www.kemenparkraf.go.id](http://www.kemenparkraf.go.id) dikutip pada tanggal 01 April 2020).

Bauran promosi (*promotional mix*) mampu menjadi peran untuk menghadapi persaingan yang tajam dalam memasarkan suatu produknya, Bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas yang telah dirancang untuk mencapai tujuan program penjualan (Swastha dalam Wardah dkk, 2016).

Kota Palembang merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai Destinasi Wisata yang menarik, seperti Pulau Kemaro, Kampung Kapitan, Masjid Agung, Kampung Arab Al-Munawar, Jakabaring *Sport City* dan juga ada untuk Wisata kuliner serta belanja. Destinasi wisata di Kota Palembang lebih dominan kepada Wisata Sejarah karena Nama Besar dari Kerajaan Sriwijaya yang telah melakat di Kota Palembang.

Dalam peningkatan Jumlah Wisatawan terus meningkat di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Sarana dan Prasana menunjang kegiatan Pariwisata, aksesibilitas yang memadai juga atraksi yang dikelola dengan baik. Tersedianya akomodasi serta terjangkaunya harga kepada Wisatawan sehingga dapat berpengaruh meningkatnya Kunjungan Wisatawan.

Museum merupakan sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan serta memamerkan artefak-artefak sesuatu (perihal) jati diri manusi & lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan serta rekreasi (*International Council Of Museum (ICOM)*). Museum juga dinilai sebagai bagian dari Pariwisata Kebudayaan atau Museum juga dinilai sebagai bagian dari Pariwisata Kebudayaan atau *Cultural Tourism* dikarenakan museum bertindak sebagai tempat yang menyimpan monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, serta karya seni dan budaya dari berbagai daerah yang nantinya dapat menjadi wadah.

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II bertempat dilokasi yang cukup strategis yaitu terletak ditengah-tengah kota tepatnya disebelah Benteng Kuto Besak Sehingga mudah dijangkau masyarakat. Dimana setelah masyarakat dalam hal ini wisatawan, berkunjung ke Benteng Kuto Besak biasanya wisatawan pasti berkunjung pula ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II mulai dari sekedar melihat-lihat sampai melakukan penelitian. Wisatawan dapat juga menerima informasi pengetahuan tentang sejarah, adat dan budaya Kota Palembang yang termasuk dalam koleksi Sultan Mahmud Badaruddin II.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan**  
**Wisatawan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
2015	13.572
2016	23.607
2017	21.640
2018	13.028
2019	21.839
<b>Jumlah</b>	<b>93.686</b>

Sumber: Dinas Kebudayaan Kota Palembang Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2015 jumlah kunjungan ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II sebesar 13.572, pada tahun 2016 terjadi peningkatan jumlah kunjungan menjadi 23.607, pada tahun 2017 terjadi penurunan jumlah wisatawan menjadi 21.640, pada 2018 terjadi kembali penurunan yang cukup signifikan menjadi 13.028 dan pada 2019 jumlah kunjungan kembali meningkat menjadi 21.839.

Pesona Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini semakin dikenal luas oleh Wisatawan Lokal maupun Wisatawan Macanegara terutama negara Asia Tenggara seperti Wisatawan Singapura, Malaysia dan negara lainnya. Di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II menampilkan koleksi tekstil, senjata,

pakaian tradisional, kerajinan, dan koin Sumatera Selatan. Kebun-kebun Museum dipenuhi dengan artefak dari zaman Sriwijaya, misalnya patung Ganesa dan buddha. Bangunan ini tidak hanya menampilkan Koleksi atau benda-benda bersejarah saja tetapi ada yang menjadi khas yaitu bangunan bernuansa tempo dulu yaitu tetapi menjadi ciri khas Ornamen-Ornamen bangunan belanda itu sendiri terlihat dari luar juga dua tangga berbentuk huruf O yang menyatukan dua sisi. Pada akan masuk ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

Hal yang mendasar dan menjadi ciri tersendiri dari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini ialah keaslian Budaya yang masih terjaga sampai saat ini. Ornamen yang ada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini ialah, yang masih kental bernuansa Sejarah nya. Oleh karena itu, Museum ini dikelola oleh pihak Dinas Kebudayaan Sultan Mahmud Badaruddin II yang menjaga dan melestarikan dengan baik dan benar agar terjaga selalu keasliannya dan menjaga dari Pengaruh negatif perkembangan era globalisasi.

Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II terdapat beberapa kendala menyangkut Penyebaran edukasi diantaranya permasalahan Eksternal dan Internal, adapun permasalahan Eksternalnya adalah disebabkan belum adanya kesadaran masyarakat dan komunitas-komunitas yang menganggap Museum ini tertutup. jadi jika komunitas dan masyarakat tersebut ingin melakukan kerjasama untuk edukasi atau kegiatan dalam bentuk apapun banyak komunitas dan masyarakat tersebut ingin melakukan kerjasama untuk edukasi atau kegiatan dalam bentuk apapun banyak komunitas dan masyarakat yang kadang merasa di persulit, sementara untuk permasalahan eksternalnya sendiri pihak Museum Sultan Mahmud Badaruddin II berharap adanya sumbangsinh dari komunitas-komunitas dan masyarakat untuk lebih menghidupkan kegiatan di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II itu sendiri. Sedangkan untuk Permasalahan Internalnya sendiri lebih kepada SDM dan sarana penunjang, contohnya pada SDM adalah Museum Sultan Mahmud Badaruddin II hanya memiliki orang *Tour Guide* dan sudah berusia cukup lanjut sehingga penyampaian edukasi dapat terlambat, jadi dibutuhkan SDM

yang masih *Fresh*, adapun contoh sarana penunjangnya sendiri lebih kepada media informasinya yang belum ada untuk saat ini.

Kebudayaan Asli Palembang seharusnya dapat terus ada hingga dimasa yang akan datang agar Generasi-Generasi kita selanjutnya dapat mengetahui dan mempelajari apa yang menjadi ciri khas juga Daya Tarik Wisata ini. Penerapan Konsep Keputusan Berkunjung dapat dijadikan acuan bagi Pihak-Pihak untuk meningkatkan Promosi, demi terwujudnya Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini yang telah layak sebagai Destinasi Wisata Kunjungan Wisatawan.

Dampak yang timbulnya dari berhasilnya penerapan konsep Pariwisata berkelanjutan ini ialah Daya Tarik Wisata dapat di kunjungi Wisatawan lokal maupun Wisatawan Mancanegara menjaga Kebudayaan Asli yang telah ada dan berlaku di sebagai Daya Tarik Wisata. Agar tetap menjadi ciri Khas tersendiri. Serta terjadi perubahan ekonomi masyarakat lokal dari diterapkannya konsep Keputusan Berkunjung ini dan yang paling melakukan Promosi demi terjaga eksistensi pada waktu yang lama.

Pemerintah Kota Palembang juga gencar melakukan Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II sebagai destinasi andalan, bentuk Promosi adalah melalui media konvensional seperti media cetak (Koran Nasional, Dan Majalah) serta media *online* yakni melalui Situs-Situs internet yang dimiliki oleh pemerintah Kota Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Museum Sultan Mahmud Badaruddin peneliti melihat Museum Sultan Mahmud Badaruddin II layak untuk dijadikan Destinasi Wisata andalan di Kota Palembang dan di Promosi kan agar lebih banyak lagi Wisatawan yang datang khusus nya Wisatawan Mancanegara. Penulis memutuskan untuk menulis skripsi dengan judul ***“Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Sebagai Destinasi Wisata Kota Palembang ”***.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, hal yang menjadi penelitian ini adalah :

1. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ?
2. Apakah Pengaruh Yang Di Lakukan Dalam Mempromosikan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Sebagai Destinasi Wisata?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun batasan masalah dalam peneliti ini adalah sebagai berikut. Dalam Mempromosikan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Sebagai Destinasi Wisata Kota Palembang dalam Keputusan Berkunjung.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, dapat diidentifikasi tujuan yang akan dicapai di dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah Periklanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II
2. Untuk mengetahui apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II
3. Untuk mengetahui apakah *sales promotion* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Sultan Mahmud Bdaruddin II
4. Untuk mengetahui apakah *public relation* berpengaruh terhadap keputusan Berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin
5. Untuk mengetahui apakah indikator promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah bagi para akademisi, penelitian ini dapat menyajikan informasi Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Sebagai Destinasi Wisata Palembang. Penelitian ini di harapan dapat bermanfaat untuk melengkapi dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Museum Sultan Mahmud Badaruddin II sebagai salah satu Destinasi Wisata Edukasi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah bagi para praktisi, penelitian ini memiliki informasi-informasi yang dapat di gunakan sebagai pengetahuan dalam meningkatkan bagi pihak lain semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca dalam Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Sebagai Destinasi Wisata Palembang untuk kepentingan individu maupun kelompok

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Batasan Masalah
- 1.4. Tujuan Masalah
- 1.5. Manfaat Masalah
- 1.6. Sistematika Penulisan

## BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1. Teori Yang Berkaitan Dengan Variabel Penelitian
- 2.2. Kerangka Berpikir
- 2.3. Hipotesis Penelitian

## BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1. Jenis Penelitian
- 3.2. Lokasi Penelitian
- 3.3. Populasi dan Sampel
- 3.4. Teknik Pengambilan Sampel
- 3.5. Jenis Dan Sumber Data
- 3.6. Teknik Pengumpulan Data
- 3.7. Teknik Analisis Data

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.2. Deskripsi Data
- 4.3. Hasil Penelitian
- 4.4. Pembahasan

## BAB V PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan
- 5.2. Saran