

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung sebagai salah satu dari 5 kota terbesar di Indonesia mampu memenuhi kebutuhan wisatawannya dengan beragam atraksi yang dimiliki. Menurut Rencana Strategis Kota Bandung tahun 2018 – 2023 dijelaskan bahwa, Kota Bandung sebagai Ibu kota Provinsi Jawa Barat sekaligus pusat jasa dan perdagangan merupakan daerah tujuan wisata dengan daya tarik tersendiri baik wisata alam, sejarah dan budaya, kuliner maupun belanja. Di antara keanekaragaman wisata yang terdapat di Kota Bandung, saat ini wisata sejarah dan budaya sedang melakukan peningkatan kapasitas pengunjung karena, museum saat ini sedang menjadi trend di semua kalangan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer edisi ke 5 tahun 2016, museum merupakan bangunan atau gedung yang digunakan untuk menyimpan, dan merawat benda-benda yang mempunyai nilai tertentu, seperti nilai sejarah, seni dan budaya. Museum didirikan sebagai tempat pelestarian dan pengembangan budaya, tempat untuk mengenal dan memahami berbagai warisan masa lalu yang menjadi bukti peradaban suatu bangsa. Oleh karena itu, museum sebagai tempat untuk menyimpan benda-benda peninggalan dapat dimanfaatkan sebagai sumber belajar sekaligus destinasi wisata. Di kota Bandung telah terdapat beberapa museum, antara lain yaitu Museum Geologi, Museum Kota Bandung, Museum Pos Indonesia, dan Museum Sri Baduga.

Di antara museum yang ada di kota Bandung, koleksi pada Museum Sri Baduga banyak memamerkan berbagai macam benda bersejarah dan benda antik yang bernilai seni tinggi. Beragam benda tersebut terdiri dari beberapa koleksi,

seperti koleksi arca pada zaman megalitik, pakaian adat, rumah, perkakas, permainan, dan alat musik tradisional.

Museum Sri Baduga yang terletak di BKR No.185, Pelindung Hewan, Kecamatan Astanaanyar, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat ini merupakan salah satu Museum yang didirikan pada tahun 1974. Bangunan museum ini berbentuk rumah panggung dengan suhunan panjang, sangat menggambarkan rumah atau bangunan khas Jawa Barat. Museum Sri Baduga berdiri di atas areal lahan yang luasnya mencapai kurang lebih 8.500 m².

Namun dibalik daya tarik yang dimiliki museum Sri Baduga, tentunya terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, salah satunya yaitu mengenai kunjungan wisatawan. Pada saat Covid-19 melanda, museum Sri Baduga mengalami penurunan kunjungan yang sangat drastis dan juga apabila dibandingkan dengan beberapa museum yang terdapat di Kota Bandung, museum Sri Baduga memiliki tingkat kunjungan yang cukup rendah sejak 2020 hingga saat ini di bandingkan dengan museum – museum lainnya. Menurut salah satu staff yang bertugas di Museum Sri Baduga yaitu Ibu Rahayu Widyastuti selaku staff fungsional pamong budaya mengatakan bahwa pada awal bulan Januari hingga pertengahan Juni 2020 Museum Sri Baduga belum melakukan pendataan kunjungan wisatawan. Namun, terhitung rata-rata kunjungan pada satu tahun terakhir ini hanya mencapai angka 352 pengunjung setiap bulanya dan sebagian besar yaitu wisatawan domestik, sehingga pendapatan dari tiket masuk mempengaruhi pengelolaan museum yang kedepannya akan berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan itu sendiri. Ibu Yani juga mengatakan bahwa museum Sri Baduga saat ini berada di bawah naungan UPTD Pengelolaan Kebudayaan Daerah Jawa Barat dan belum memiliki tim di bagian pemasaran,

sehingga kegiatan pemasaran tidak dapat berjalan secara efisien serta besar harapan bagi pengelola untuk mengetahui kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Tabel 1 : Review Pengunjung

Review	Nilai
Sering lewat kurang ramai kurang promosi.	Bintang 1
Hari minggu, datang jam 13.30 udah nggak boleh masuk, udah pada pulang katanya.	Bintang 2
Sarana prasarana seperti toilet mohon dirawat dengan baik.	Bintang 2
Parkir susah.	Bintang 1
Kurang kreatif.	Bintang 2

Sumber : *Google Review 2022*

Pada tabel *review* di atas memperkuat keterangan bahwa pemasaran tidak berjalan secara efisien, sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan, ketidakpuasan wisatawan sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Pasuraman (1988) dalam jurnal “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*” dibagi menjadi 5 dimensi yaitu *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008 dalam Coban, 2012). Ukuran tersebut dapat dipertimbangkan sebagai nilai mengenai kualitas hasil dari destinasi pariwisata, misalnya perlakuan dan pelayanan yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi pariwisata, tetapi tidak hanya pada hasil akhir pengalamannya (Coban, 2012). Kepuasan wisatawan dapat dijadikan sebagai informasi sejauh mana kemampuan suatu destinasi dalam memenuhi kebutuhannya, dengan kata lain kepuasan wisatawan pun bisa berfungsi sebagai alat evaluasi serta tolak ukur keberlangsungan suatu destinasi wisata dalam mengembangkan dan menyusun

strategi yang tepat.

Menurut Rencana Starategi Musuem Nasional Tahun 2015 – 2019 menjelaskan bahwa, pada hakikatnya pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat dalam hal ini pengunjung. Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling berkaitan, yaitu pelayanan dan kualitas. Pelayanan prima di museum tidak lepas dari 3 pilar utama, yaitu kompetensi, masyarakat (pengunjung) dan competitor (pesaing). Artinya untuk melayani secara prima maka pegawai museum harus memiliki kompetensi atau keahlian sesuai dengan bidang dan tugasnya masing-masing. Misalnya tenaga pemandu harus memiliki keahlian komunikasi dan dapat berinteraksi dengan pengunjung dan media, baik pelajar TK, SD, SMP, SMU, dan Perguruan Tinggi. Tenaga konservasi harus paham tentang perawatan koleksi dari jenis koleksinya, misalnya logam, kayu, tekstil, batu. Tenaga kurator harus paham tentang latar belakang dan pengetahuan koleksi sedangkan tenaga administrasi harus mampu mengelola dengan baik sehingga museum dapat berjalan dengan lancar. Pelayanan bisa disebut sebagai pelayanan prima apabila sudah memenuhi ketentuan sebagai berikut :

1. Perbaikan yang berkelanjutan, artinya selalu ada peningkatan dalam setiap kegiatan.
2. Bebas dari cacat
3. Pemenuhan kebutuhan sejak awal dan setiap saat (mulai dari masuk, menikmati, keluar museum dan membawa kenangan)
4. Melakukan secara benar (standar pelayanan) pelayanan di museum harus memiliki standar yang baku.

5. Membahagiakan pengunjung.

Sehingga dalam permasalahan di atas dapat dikaji permasalahan mengenai pemasaran di Museum Sri Baduga, dalam hal ini juga pengelola Museum Sri Baduga Perlu melakukan evaluasi untuk dalam upaya meningkatkan kunjungan wistawannya. Pihak pengelola museum, sejak tahun 2020, belum pernah melakukan Kembali pendataan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Maka dari itu Peneliti juga tertarik untuk mengkaji penelitian yang berjudul **Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Museum Sri Baduga Bandung.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *tangibles* di Museum Sri Baduga Bandung ?
2. Bagaimana *empathy* petugas di Museum Sri Baduga Bandung ?
3. Bagaimana *responsiveness* petugas di Museum Sri Baduga Bandung ?
4. Bagaimana *reliability* petugas di Museum Sri Baduga Bandung ?
5. Bagaimana *assurance* petugas di Museum Sri Baduga Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan Formal penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada pihak pengelola museum dalam meningkatkan nilai kepuasan wisatawan selama berkunjung ke Museum Sri Baduga.

2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional penelitian ini adalah untuk memperbaiki hal-hal yang

dianggap mengurangi tingkat kepuasan pengunjung.

D. Keterbatasan Penelitian

Selama pandemi covid-19, pihak pengelola tidak melakukan pendataan terhadap kunjungan wisatawan, sehingga data kunjungan wisatawan yang digunakan oleh peneliti adalah data kunjungan yang dimulai dari tahun 2020-2021.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak pengelola untuk memperbaiki hal-hal yang menjadi penyebab kurang puasnya wisatawan saat berkunjung ke Museum Sri Baduga.

2. Manfaat Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam menemu kenali penyebab - penyebab yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan.