

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata sebagai sebuah industri sangat bergantung pada peran pelayanan manusia. Aktivitas wisata terjadi karena adanya interaksi antara wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi dengan penyedia produk dan jasa wisata di suatu negara, sehingga aspek penggerak kelangsungan industri pariwisata dalam hal ini adalah manusia. (Setiawan & Suryasih, 2016) Aspek manusia tersebut juga bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (tourist) atau sebagai pekerja (employment). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, Sumber daya manusia yang berperan sebagai pengusaha (entrepreneur) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas tenaga kerja, tenaga ahli dan profesional yang berperan dalam menjaga, mengontrol dan meningkatkan kualitas pariwisata dan yang tidak kalah pentingnya adalah masyarakat sekitar kawasan wisata yang tidak termasuk dalam kategori di atas, tetapi juga menentukan kenyamanan dan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Dalam Penelitian ini peningkatan kualitas sumber daya manusia akan difokuskan kepada sumber daya manusia yang berinteraksi

langsung dengan wisatawan.

Dengan merujuk pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM dapat terkait dengan Pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.” Terdapat penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai kualitas pelayanan di bidang pariwisata atau yang lebih dikenal dengan *tour servqual* (*Tourism Service Quality*). Konsep kualitas pelayanan seringkali sulit untuk diukur, namun (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 2005) telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengoperasionalkannya. Kelima dimensi tersebut meliputi *Tangibles*, yang merujuk pada penampilan fisik fasilitas, personel, dan materi; *Reliability*, yang berkaitan dengan keandalan dan akurasi kinerja pelayanan; *Responsiveness*, yang mengukur kemauan dan kecepatan pelayanan dalam membantu pelanggan; *Assurance*, yang menilai pengetahuan dan kesopanan karyawan; dan *Empathy*, yang menilai kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Dimensi kualitas tersebut dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman berpengaruh terhadap ekspektasi pengunjung dengan pelayanan yang mereka terima. Jika wisatawan menerima pelayanan yang dianggap kurang maka respon dari wisatawan terhadap tempat wisata tentu tidak akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Meskipun penelitian sebelumnya telah menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat untuk kembali berkunjung, masih sedikit penelitian yang meningkatkan dimensi kualitas

pelayanan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan. Oleh karena itu, perlu untuk mempelajari bagaimana setiap dimensi kualitas pelayanan memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan. Dengan memahami aspek-aspek spesifik dari kualitas pelayanan yang memiliki dampak terbesar terhadap niat kunjungan ulang wisatawan, penyedia jasa dapat lebih efektif dalam mengalokasikan sumber daya dan memprioritaskan upaya untuk meningkatkan layanan mereka, sehingga dapat meningkatkan penyampaian edukasi yang disampaikan kepada wisatawan. Ekspektasi wisatawan terhadap pelayanan yang diterima, kemudian menghasilkan tindakan pelayanan yang dilakukan oleh pengelola secara maksimal untuk mendapatkan respon yang baik dari wisatawan. Persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) pada objek wisata dapat dijadikan tolak ukur dalam mengetahui tingkat kepuasan wisatawan. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan diharapkan bisa meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap wisata edukasi di museum.

Kegiatan wisata edukasi perlu menerapkan pembelajaran di dalam museum harus sejalan antara topik yang dipelajari dengan kehidupan sosial bermasyarakat. Hal ini selaras dengan pendapat dari (Komalasari, 2014) yang mengemukakan bahwa pembelajaran kontekstual merupakan proses yang menghubungkan topik pembelajaran dengan kehidupan sehari - hari masyarakat. Istilah wisata edukasi terdiri dari gabungan dua kata yaitu wisata dan edukasi. Edukasi merupakan kata serapan dari bahasa inggris yakni *education* yang berarti pendidikan. Menurut (Sugihartono, 2007) pendidikan berarti memelihara atau melakukan pelatihan. Secara etimologi, edukasi berasal dari bahasa latihan yang berarti *eduacare*,

kemudian kata tersebut diartikan pada memunculkan, membawa dan melahirkan. Secara luas edukasi diartikan sebagai suatu tindakan atau pengalaman untuk membentuk sebuah karakter, pola pikir, hingga kemampuan fisik suatu individu. Berdasarkan pengertian diatas wisata edukasi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan wisata yang dilakukan untuk meningkatkan pengalaman belajar dengan tujuan membangun karakter, pemikiran, atau kemampuan yang sesuai dengan objek wisata yang dikunjungi. Sementara (Rodger, 1998) menegaskan bahwa wisata edukasi adalah sebuah program yang bertujuan untuk menambahkan pengalaman pembelajaran terkait objek wisata yang dikunjungi kepada para wisatawan. Merujuk pada definisi tersebut, wisatawan yang berkunjung ke museum semestinya merasakan pengalaman pembelajaran secara langsung di museum yang dikunjungi melalui tingkat kualitas pelayanan yang memadai.

Museum sendiri merupakan tempat yang dapat dijadikan wisata edukasi dimana persepsi yang akan didapatkan wisatawan seharusnya bukan hanya kepuasan secara verbal melainkan ada ilmu dan informasi yang dibawa pulang oleh wisatawan saat mereka keluar dari museum. *International Council of Museum* (ICOM) menyatakan bahwa museum merupakan lembaga non-profit yang secara permanen memberikan pelayanan terbuka secara umum kepada masyarakat luas, museum bertugas mengumpulkan, meneliti, melestarikan, memberikan informasi, serta menampilkan sejarah peradaban manusia. Sementara menurut Peraturan Pemerintah no 66 tahun 2015 tentang museum dijelaskan bahwa museum adalah lembaga berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat.

Dari pengertian di atas terdapat poin “mengomunikasikan” dimana hal itu membutuhkan peran penting dari sumber daya manusia yang berinteraksi langsung dengan wisatawan agar informasi yang ingin disampaikan kepada wisatawan dapat lebih terarah dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi yang diterima oleh wisatawan. Penulis sendiri memilih Museum Geologi untuk dijadikan lokus penulisan.

Museum Geologi dibangun pada tahun 1929 dan diresmikan dengan nama “Geologische Museum” pada tanggal 16 Mei 1929 yang bertepatan dengan diselenggarakannya Kongres Ilmu Pengetahuan Pasifik yang ke IV. Bangunan Museum Geologi dirancang dengan gaya arsitektur *Art Deco* berdasarkan rancangan arsitek Belanda, Ir. H. Menalda van Schouwenburg. Museum yang sudah berdiri hampir 94 tahun ini pun terakhir melakukan revitalisasi pada tahun 2020. Hasil revitalisasi ini adalah dengan penyegaran pada sisi *Storyline*, tata penyajian, dan strategi penyampaian informasi sesuai dengan kaidah permuseuman. Pihak pengelola Museum Geologi sendiri sudah memiliki divisi yang akan berinteraksi langsung dengan wisatawan. Penulis pun menjadikan pihak karyawan atau pengelola museum yang berinteraksi langsung dengan wisatawan tersebut agar bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar dan bisa lebih memaksimalkan penyampaian edukasi kepada wisatawan.

Menurut pihak pengelola dari Museum Geologi, pihak museum sangat ingin untuk mengetahui kualitas pelayanan para petugas mereka. Hal ini juga diungkapkan agar bisa menjadi bahan evaluasi bagi mereka untuk dapat bisa terus

memperbaharui program dan pelatihan yang sesuai dengan ketentuan kualitas pelayanan yang baik dan bisa memberikan edukasi yang terarah kepada wisatawan, terlebih Museum Geologi merupakan salah satu museum tertua di Kota Bandung. Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan di Museum Geologi yang dapat mendukung penyampaian edukasi kepada wisatawan. Oleh karena penulis mengambil judul **“Peningkatan Kualitas Pelayanan Sumber Daya Manusia Pariwisata di Museum Geologi.”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *Tangibles, Reliability, Assurance, Responsiveness, dan Empathy* dalam di Museum Geologi Bandung?
2. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan yang sudah dirasakan oleh wisatawan?

C. Tujuan Penulisan

1. Tujuan formal

Penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat keikutsertaan dalam Seminar Usulan Penelitian Program Diploma IV di program studi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan Operasional penelitian ini adalah untuk memaksimalkan peran sumber daya manusia di Museum Geologi terutama yang berinteraksi langsung dengan wisatawan dalam memberikan pelayanan yang maksimal untuk wisatawan yang datang dan juga penyampaian informasi mengenai interpretasi di

Museum Geologi secara akurat kepada wisatawan yang datang. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan penyampaian edukasi kepada wisatawan tentang informasi yang ada di Museum Geologi Bandung.

D. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak pengelola museum guna mengadakan suatu program yang bisa dijadikan standar yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang pada akhirnya bisa membuat suatu standar pelayanan yang baik secara berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama bagi petugas yang berinteraksi langsung dengan wisatawan yang bertugas di Museum Geologi. Penelitian ini juga diharapkan bisa bermanfaat untuk meningkatkan penyampaian wisata edukasi yang bisa diterima dengan baik oleh wisatawan.