



STUDI PERSEPSI PELANGGAN DALAM PENINGKATAN KEPUASAN WISATA PADA MUSEUM KARS INDONESIA

Fusca Asti Anggraeni

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Persepsi Pelanggan Dalam Peningkatan Kepuasan Wisata Pada Museum Kars Indonesia. Dalam penelitian ini populasi adalah semua wisatawan yang berkunjung di Kawasan Museum Kars Indonesia. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner dengan pertanyaan terstruktur dan skala likert dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat analisis Patial Least Square (PLS). berdasarkan analisis jalur dapat disimpulkan pengaruh langsung atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan paling baik dengan efek total sebesar 0.425, pemandu wisata terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan rendah dengan efek total sebesar 0.324 sehingga perlu ditingkatkan, sedangkan Muatan Edukasi terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan paling rendah dengan efek total sebesar 0.291 sehingga perlu pembenahan dan peningkatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel muatan edukasi, atraksi wisata dan pemandu wisata berpengaruh signifikan terhadap persepsi pengunjung, Variabel muatan edukasi, atraksi wisata dan pemandu wisata yang ada di Museum Kars Indonesia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap persepsi pengunjung dengan koefisien sebesar 0.641.

Kata Kunci: Atraksi, Kepuasan, Muatan Edukasi, Pemandu Wisata, Persepsi

Study of Customers Perception in Increasing Tourism Satisfaction in The Kars Museum Indonesia

Abstract

This study discussess customers perception to increase tourism satisfaction in the Kars Museum Indonesia. The population are all traveller in the area of museum with 100 people as sample. The collecting data used questionnaire structurally and scale likert. The analyse data used Structural Equation Modeling (SEM) with Patial Least Square (PLS). Based on path analyse can be concluded that direct effect on tourism attractions toward satisfaction tourist is the best perception with a total effect of 0.425, tourist guide towards satisfaction tourist is the worst perception with a total effect of 0.291 so that it need improvement and enhancement. The result of study showed that variables educational content, tourism attractions and tourist guides have a significant effect on the perception of visitors and simultaneously affect sigificant to visitors perception with a coefficient of 0.641.

Keywords: Attraction, Educational Contents, Perception, Satisfaction, Tourist Guide

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan, yang memiliki keanekaragaman suku budaya dan ras. Dengan adanya keanekaragaman tersebut, Indonesia mempunyai potensi pariwisata yang sangat tinggi. Dengan semua potensi yang dimiliki diharapkan bidang pariwisata dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia, sehingga pendapatan masyarakat Indonesiapun juga meningkat. Perkembangan pariwisata di Indonesia mempunyai prospek yang cukup cerah dan menunjukkan peningkatan, terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan di tiap tahunnya dan memilih pulau Jawa dan Bali sebagai tempat tujuan wisata. Kini perkembangan sektor pariwisata sangat sensitif terhadap isu keamanan yang secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap perjalanan yang dilakukan, namun dunia pariwisata tetap menunjukkan eksistensinya dan merupakan hal yang selalu menarik untuk dibicarakan.

Dinamika pariwisata selalu mampu melahirkan banyak pandangan dan opini pada setiap pembahasannya, baik dari segi tempat, fasilitas, keterjangkauan lokasi, sarana, prasarana, pelayanan, dan lain sebagainya. Para wisatawan berkunjung ke Indonesia dengan berbagai tujuan seperti: untuk menikmati keindahan alam, menikmati keanekaragaman suku dan budaya ataupun untuk melakukan kegiatan bisnis. Seiring dengan hal itu banyak sekali bermunculan usaha-usaha pariwisata baik milik pemerintah maupun swasta. Terbukti dengan dibangunnya tempat-tempat kepariwisataan maupun hal-hal lain yang mendukung kegiatan kepariwisataan. Salah satu pendukung kepariwisataan adalah dengan banyak dikembangkan melalui pemanfaatan potensi wisata yang ada di daerah. Hal ini mendapat sambutan yang sangat baik dari pemerintah daerah setempat maupun masyarakat sekitar, Karena memberikan dampak yang sangat positif terutama dalam meningkatkan

pendapatan baik untuk masyarakat maupun pemerintah daerah dari sektor pariwisata.

Kabupaten Wonogiri adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang saat ini tengah digiatkan pengembangan pariwisatanya. Kabupaten Wonogiri mempunyai banyak objek dan daya tarik wisata baik alam, sejarah maupun wisata budaya, seperti Waduk Gajah Mungkur, Gunung Gandul, Patung Bedol Desa, Kahyangan, Pantai Nampu, Pantai Sembukan, Museum Wayang, dan kawasan Kars yang di dalamnya terdapat Museum Kars yang disekitarnya dikelilingi oleh Goa Tembus, Goa Sodong, Goa Potro Bunder, Goa Sopen, Goa Gilap, Goa Sonya Ruri, dan Goa Miri.

Indonesia mempunyai kawasan kars seluas 20% dari total wilayahnya. Salah satu Kawasan Kars di Indonesia yang dikenal sebagai Kars Gunung Sewu yang pernah dicalonkan sebagai salah satu Warisan Dunia (*World Heritage*) karena keunikannya. Kawasan kars Gunung Sewu ini membentang antara pantai Parangtritis, di Kabupaten Bantul hingga teluk Pacitan di kabupaten Pacitan. Namun secara administratif kawasan yang berada di kabupaten Wonogiri ini terletak di sebagian besar kecamatan Paranggupito, Giritontro, Pracimantoro, Giriwoyo dan kecamatan Eromoko. Luas kawasan Kars di kabupaten Wonogiri sekitar 18,6 % dari luas wilayah Kabupaten Wonogiri. Bentang alam kars di wilayah Kabupaten Wonogiri disusun oleh aneka bangun asal-pelarutan yang didalamnya terdiri dari batu gamping. Gejala

pelarutan atau lebih dikenal dengan *karstifikasi* itu berkembang di permukaan (*eksokarst*) dan dibawah permukaan (*Endokarst*).

Kawasan Kars Indonesia pada umumnya mengandung keanekaragaman hayati dan non hayati yang mempunyai nilai-nilai keindahan, keunikan, ilmiah, ekonomi, budaya, sejarah dan kemanusiaan sehingga menarik minat nasional maupun dunia Internasional. Daerah ini potensial untuk dikembangkan, terlebih perhatian terhadap Kawasan Kars akhir-akhir ini

terasa sangat menonjol dibandingkan dengan kawasan lainnya. Hal ini tidak luput dari perhatian pemerintah, terbukti pada Tanggal 6 Desember 2004 di Gunung Kidul, Provinsi DIY, Presiden RI telah menetapkan Kawasan Kars Gunung Sewu dan Gombong Selatan sebagai kawasan “*Eco Kars*”. Sebagai dasar pembangunan Museum Kars Indonesia, selain Inpres juga terdapat SK Menteri Energi & Sumber Daya Mineral No. 1456 K/20/MEM/2000 tentang Pedoman Pengelolaan Kars, berdasarkan hal tersebut, Departemen ESDM yakni Badan Geologi bersama-sama Pemerintah Jawa Tengah dan Pemerintah kabupaten Wonogiri telah membuat kesepakatan bersama, untuk secara bersama-sama mewujudkan terbangunnya Museum Kars Indonesia.

Tujuan dibangunnya Museum Kars adalah untuk pelestarian dan konservasi kawasan kars, meningkatkan apresiasi masyarakat mengenai kawasan kars, meningkatkan potensi wisata geologi dan wisata pendidikan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Sementara itu, kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan menjadi suatu ukuran bahwa museum telah berhasil menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung. Tidak dapat dipungkiri bahwa semenjak didirikannya Museum Kars Indonesia maka para pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri dan bahkan masyarakat sekitar menjadi lebih paham dan mengerti fungsi dan kegunaan Kars yang ternyata sangat penting bagi kehidupan.

Museum Kars Indonesia termasuk obyek daya tarik wisata pendidikan terutama dalam bidang Geologi. Museum ini tergolong baru sehingga masyarakat masih hangat membicarakan dan berbondong untuk mengunjunginya. Akan tetapi semakin lama apabila tidak dikelola dengan baik maka semakin tidak menarik untuk dikunjungi. Oleh karena itu, Ir. Jero Wacik, SE. yang pada masa itu menjabat sebagai Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, mencanangkan tahun 2010-2014 sebagai tahun kunjungan museum

atau lebih dikenal dengan Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM). Hal ini diharapkan mampu membangkitkan semangat masyarakat untuk menjadikan museum sebagai prioritas yang harus mereka kunjungi. Meskipun pada kenyataannya masyarakat cenderung menyukai wisata belanja seperti berkunjung ke Mall, atau tempat belanja lainnya pada akhir pekan atau saat libur hari raya, hal ini berbanding terbalik dengan museum yang sepi pengunjung.

Sebagian besar alasan masyarakat tidak menghabiskan waktu untuk berkunjung ke museum, adalah berkaitan dengan beberapa persepsi yang salah tentang museum yang melekat di benak masyarakat atau wisatawan. Pertama umumnya pengunjung yang datang ke museum adalah dari kelompok pelajar. Kelompok ini terbesar dalam jumlah dikarenakan adanya program wajib kunjung museum yang diberlakukan oleh beberapa pihak atau lembaga seperti pemerintah daerah, sekolah, dan swasta. Padahal sesungguhnya museum sarat dengan ilmu pengetahuan dan budaya bagi semua kalangan baik bagi pelajar khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

Kedua, perihal tanggapan masyarakat luas terhadap museum, termasuk pengunjung museum sendiri, terdapat anggapan keliru yang memberi stigma negatif, berdasarkan hasil kajian yang dilakukan (Munandar et al, 2004), yaitu:

- a. Museum adalah lembaga yang berkenaan dengan kemasalaluan
- b. Museum tidak mempunyai dinamika
- c. Museum merupakan tempat menyimpan benda-benda kuno
- d. Masyarakat masih belum merasakan manfaat dari kehadiran museum.

Dalam kajian terhadap anggota masyarakat yang dijumpai Ali Akbar dalam bukunya disebutkan bahwa museum dapat diintisarikan ke dalam 14 kata yaitu 7K dan 7S. Adapun makna 7K adalah Kuno, Kusam, Klenik, Ketinggalan, Kurang, Kritik, dan Kasihan. Sedangkan

7S adalah Seram, Suram, Serius, Statis, Sekali, Sia-sia, dan Sepi (Akbar,2010). Museum adalah tempat yang monoton hal ini dikarenakan desain interior dan eksterior yang kurang menarik, dan tidak adanya atraksi wisata lain yang lebih kreatif dan inovatif yang bisa dinikmati wisatawan sehingga sangat membosankan. Dengan adanya persepsi yang muncul dari para wisatawan yang seperti ini, menjadikan museum terkesan tidak menarik untuk dikunjungi dan para wisatawan malas untuk datang ke museum.

Ketiga peran Pemandu Wisata yang kurang maksimal dan terkesan kaku atau tidak luwes dalam memberikan informasi mengenai segala hal yang ada di museum, tak dapat dipungkiri bahwa pemandu wisata merupakan ujung tombak pada kegiatan kunjungan museum dimana dengan keterampilan dan pengetahuan, bimbingan dan penerangan terhadap koleksi museum melalui pemberian pelayanan yang baik dari pemandu wisata akan menentukan terhadap peningkatan kunjungan museum. Dalam memberikan penerangan kepada wisman pemandu wisata dituntut mampu dan memahami yang menjadi bidang tugasnya.

Berdasarkan hal tersebut maka seorang pemandu wisata harus menguasai bidang kepemanduan dan kemampuan teknik dalam menyampaikan informasi permuseuman. Hal ini dikarenakan pemandu wisata merupakan orang terdepan dalam memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk mengenai koleksi museum dengan pelayanan yang maksimal dan kemampuan komunikasi interpersonal menuntut pemandu museum memiliki keahlian untuk menarik pengunjung.

Kredibilitas dan keterampilan pemandu museum inilah yang menentukan kegiatan kunjungan museum bisa berhasil terutama dalam penyampaian informasi kepada pengunjung yang bersifat edukatif dan komunikatif sehingga wisatawan terbantu ketika berkunjung ke museum. Peran pemandu wisata sangatlah penting, selain sebagai wujud pelayanan jasa yang diberikan museum kepada wisatawan juga

menjadikan suasana museum menjadi lebih meriah dan hidup. Sehingga diharapkan memberikan daya tarik dan meningkatkan kepuasan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Museum Kars Indonesia.

Berdasarkan uraian fenomena di atas Museum Kars Indonesia sebagai obyek daya Tarik wisata yang baru perlu adanya strategi untuk merubah persepsi pengunjung dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Museum Kars Indonesia. Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa untuk merubah persepsi pengunjung dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Museum Kars Indonesia dipengaruhi oleh 3 hal yaitu: Muatan Edukasi, Atraksi Wisata dan Pemandu Wisata. Mengingat Museum Kars Indonesia sebagai tempat penting untuk pembelajaran bagi generasi masa depan maupun masyarakat mengenai arti pentingnya.

Kars bagi kelangsungan hidup masyarakat dan pelestarian kawasan Kars. Sehingga Museum Kars Indonesia perlu adanya pembenahan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, sehingga diharapkan ke depannya museum sebagai obyek wisata yang diminati oleh masyarakat luas.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Muatan Edukasi Museum

Setiap museum mempunyai tanggung jawab pelayanan edukasi terhadap masyarakatnya. Ambrose dan Paine (2007) menyatakan bahwa secara umum museum mempunyai tiga peranan dalam masyarakat. Pertama, memastikan perawatan dan konservasi warisan budaya. Kedua, memberikan dukungan kepada institusi pendidikan, memberikan fasilitas kegiatan belajar, kegiatan budaya dan ketiga, membangun identitas di lokasi tempat mereka berada.

Bruninghaus dan Knubel (2004) mempublikasikan dalam bukunya berjudul *Museum Education in the context of Museum Functions*, edukasi museum secara nyata bertujuan untuk memperkenalkan

pengetahuan dan budaya melalui program edukasi dan pameran. Oleh karena itu, perlu adanya komitmen yang jelas terhadap edukasi museum yakni pendidikan harus dianggap sebagai tujuan utama dari kebijakan museum. Dengan demikian sebagai konsekuensinya, setiap tindakan museum harus bertujuan untuk melayani masyarakat dan pendidikannya.

Pengertian Atraksi Wisata

Salah satu unsur yang sangat menentukan berkembangnya industri pariwisata adalah obyek wisata dan atraksi wisata. menurut Yoeti, (1996) mempublikasikan temuannya dalam buku berjudul Pengantar Ilmu Pariwisata menjelaskan bahwa obyek wisata dan atraksi wisata memiliki perbedaan yang asasi. Yang dimaksud obyek wisata adalah: kita dapat mengatakan sesuatu sebagai obyek wisata jika kita melihat obyek itu tidak dipersiapkan sebelumnya dengan kata lain obyek tersebut dapat dikatakan tanpa bantuan orang lain. Dan yang dikatakan atraksi wisata adalah: atraksi itu merupakan sinonim dari pengertian *entertainment*, yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain.

Pengertian Pemandu Wisata

Oka A. Yoeti, (1996) menyatakan bahwa "Pramuwisata adalah seseorang yang memberi penerangan, penjelasan, serta petunjuk kepada wisatawan (*tourist*) dan *travellers* lainnya, tentang segala sesuatu yang hendak di lihat, disaksikan oleh wisatawan dan *travellers* yang bersangkutan, bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat atau daerah tertentu".

Pengertian Persepsi Pengunjung

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu. Young (1956:86) menyatakan bahwa persepsi merupakan

aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain.

Pengertian Kepuasan Wisatawan

Dalam Undang-Undang Kepariwisata Nomor 9 tahun 2000, wisatawan didefinisikan sebagai orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi menurut pengertian ini, "semua orang yang melakukan perjalanan wisata disebut "wisatawan" apapun tujuannya yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi."

Wilkie (1990) menyatakan bahwa kepuasan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan jasa. Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang dan jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

METODE PENELITIAN

Sampel dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang berkunjung di Kawasan Museum Kars Indonesia. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel bebas (Joseph F. Hair, 1998 dalam Nia, 2009), jadi akan didapat hasil sebagai berikut: 20 x 5 (jumlah semua

variabel) = 100 dengan umur 15 tahun ke atas yang berkunjung ke Kawasan Museum Kars Indonesia.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *kuesioner*. Teknik penskalaannya adalah *likert Scales* dengan skor antara 1 sampai dengan 5. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis deskriptif dan inferensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Muatan Edukasi berpengaruh terhadap persepsi pengunjung

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Muatan Edukasi berpengaruh terhadap persepsi pengunjung, hal ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.382 dengan nilai P Value 0.000. Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Zahir Widadi (2010) hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa Museum bukan hanya sebagai tempat menyimpan koleksi warisan budaya akan tetapi juga memberikan pelayanan edukasi yang dibutuhkan pengunjung melalui pemanduan dan praktek membatic.

Menurut *ICOM/ Code of Profesional Ethnics*, 2006, Museum merupakan lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuat untuk umum, mengumpulkan, merawat, meneliti, mengkomunikasikan dan memamerkan untuk tujuan pembelajaran, pendidikan dan hiburan mengenai bukti manusia dan lingkungannya yang bersifat benda dan tak benda.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Museum Kars Indonesia selain sebagai sarana rekreasi juga terkandung muatan edukasi didalamnya. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden menyatakan bahwa 73 % responden setuju Museum Kars Indonesia membuktikan kepedulian

pemerintah terhadap pelestarian kawasan Kars.

Responden sebesar 68% setuju bahwa melalui Museum Kars Indonesia, Pemerintah ingin mengajak masyarakat luas untuk mengerti dan memahami pentingnya kars untuk kehidupan dan 67% responden menjadi paham akan dampak yang ditimbulkan jika kawasan kars tidak dilestarikan. Hal ini membuktikan bahwa para pengunjung datang berkunjung ke Museum Kars Indonesia selain untuk menikmati pemandangan dan rekreasi, mereka juga mendapatkan berbagai informasi dan pengetahuan yang belum mereka ketahui sebelumnya.

Atraksi Wisata berpengaruh terhadap persepsi pengunjung

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Atraksi wisata berpengaruh terhadap persepsi pengunjung, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.456 dengannilai P Value 0.000. Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Sayangbatti (2011) hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwawisatawan yang telah berkunjung ke Kota batu ingin melakukan kunjungannya kembali.

Hal ini mengharuskan bagi pemerintah kota maupun pengelola objek wisata untuk meningkatkan sarana dan prasarana yang ada dan menjaga keaslian alamnya.hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan pada daya tarik wisata Batu direspon positif tetapi perlu adanya peningkatan bidang transportasi yang dinilai masih kurang menunjang. Menurut Yoeti, 1996 Atraksi Wisata merupakan sinonim dari pengertian *entertainment*, yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain.

Suatu obyek wisata tidak bisa lepas dari atraksi wisata yang berada didalamnya, baik berupa sarana dan prasarana di obyek wisata tersebut maupun produk yang ditawarkan. Begitupun dengan Museum Kars Indonesia yang terhitung obyek wisata

baru di Wonogiri sedikit demi sedikit berbenah diri untuk berusaha memberikan kepuasan kepada para pengunjungnya.

Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Untuk fasilitas museum 57% menyatakan bahwa penunjuk arah sudah terpasang dengan baik di dalam museum, untuk koleksi museum 51% menyatakan bahwa semua koleksi batuan Kars sudah dilindungi dengan tutup kaca, untuk produk 63% menyatakan setuju Batuan kars dibuat produk berupa cincin akik, gelang, dan bross, untuk alat peraga yang ditampilkan 56% menyatakan Alat peraga yang dipasang di museum sangat menarik untuk pengunjung, untuk film edukasi 60% menyatakan film yang diputar isinya sarat dengan ilmu pengetahuan, dan untuk hiburan 62% menyatakan bahwa pengunjung tidak merasa bosan untuk berkunjung di Museum Kars Indonesia.

Pemandu Wisata berpengaruh terhadap persepsi pengunjung

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Pemandu wisata berpengaruh terhadap persepsi pengunjung ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.428 dengan nilai P Value 0.000.

Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Euis Nurul Bahriyah (2013) hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa Untuk meningkatkan kunjungan wisman, pemandu wisata memiliki peranan strategis yang didukung oleh kemampuan komunikasi interpersonal dari seorang pemandu wisata dalam proses pertukaran informasi secara tatap muka yang memungkinkan terjadinya feedback langsung baik verbal maupun nonverbal pada kegiatan kunjungan wisata yang dilakukan secara individu dan kelompok.

“Pramuwisata adalah seseorang yang memberi penerangan, penjelasan, serta petunjuk kepada wisatawan (*tourist*) dan *travellers* lainnya, tentang segala sesuatu yang hendak di lihat, disaksikan

oleh wisatawan dan *travellers* yang bersangkutan, bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat atau daerah tertentu (Oka, Yoeti, 1996).”

Pemandu museum di Museum Kars Indonesia merupakan ujung tombak pada kegiatan berkunjung museum. Dimana dengan keterampilan dan pengetahuan, bimbingan dan penerangan terhadap koleksi museum melalui pemberian pelayanan yang baik dari pemandu museum akan menentukan terhadap peningkatan kunjungan di Museum Kars Indonesia. Mengingat begitu pentingnya peran pemandu museum, dalam penelitian ini dibuktikan dengan hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Untuk *skill/* keahlian menyatakan bahwa 81 % responden setuju bahwa pemandu Museum Kars Indonesia dalam menyampaikan materi mudah dimengerti. Untuk penampilan 81% responden setuju bahwa pemandu Museum Kars Indonesia selalu berpenampilan rapi.

Muatan Edukasi, Atraksi wisata dan Pemandu Wisata secara simultan berpengaruh terhadap persepsi pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Muatan Edukasi, Atraksi wisata dan Pemandu Wisata berpengaruh secara simultan terhadap persepsi pengunjung. Ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.641 dengan nilai P Value 0.000.

Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Anggie Ayunungtyas (2009) yang berhasil mendapatkan hasil bahwa semakin baik kualitas jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa, otomatis kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini juga akan mempengaruhi intensi berperilakunya dimana pelanggan tidak segan-segan untuk menceritakan pengalamannya dan merekomendasikan jasa tersebut ke orang lain.

Menurut Menurut Young (1956), persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain.

Rokeach (Walgito, 2003) memberikan pengertian bahwa dalam persepsi terkandung komponen kognitif dan juga komponen konatif, yaitu sikap merupakan predisposing untuk merespons, untuk berperilaku. Ini berarti bahwa sikap berkaitan dengan perilaku, sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku.

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi mengandung komponen kognitif, komponen afektif, dan juga komponen konatif, yaitu merupakan kesediaan untuk bertindak atau berperilaku. Sikap seseorang pada suatu obyek sikap merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Ketiga komponen itu saling berinterelasi dan konsisten satu dengan lainnya. Jadi, terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut.

Penelitian ini dibuktikan dengan hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Bahwa adanya keterkaitan atau pengaruh antara muatan edukasi, atraksi wisata dan pemandu wisata terhadap persepsi pengunjung. Hasilnya 60% responden setuju bahwa Museum Kars Indonesia dapat dijadikan bahan karya tulis ilmiah. 57% responden akan memilih ke Museum Kars Indonesia sebagai tempat rekreasi dan hiburan. Artinya pengunjung merubah persepsi mereka tentang museum yang dahulu sebagai tempat menyimpan koleksi benda kuno namun ssekarang bisa sebagai tempat rekreasi dan hiburan. 75%

Pemandu Wisata di Museum Kars Indonesia luwes dalam menyampaikan materi. Artinya dengan penyampaian materi yang luwes memudahkan pengunjung memahami materi tersebut sehingga memberikan persepsi yang baik kepada tamu.

Muatan Edukasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Muatan Edukasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value > 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.247 dengan nilai P Value 0.191. Hasil ini menyimpulkan bahwa pengaruh muatan edukasi terhadap kepuasan wisatawan mencapai sebesar 24% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model.

Dalam penjelasan deskriptif mengenai Muatan Edukasi ini yaitu dalam penelitian yang penulis lakukan ternyata masih ada responden yang menyatakan bahwa dalam indikator Muatan Edukasi masih terjadi adanya ketidaknyamanan dalam penggunaan fasilitas dan pelayanan di museum belum cukup memadai sesuai harapan pengunjung, antara lain tata ruang museum yang tidak sesuai harapan pengunjung dan benda koleksi yang tidak ditambah membuat pengunjung bosan dan jenuh sehingga variabel kepuasan wisatawan belum cukup terpenuhi yang mana didasarkan pada pengambilan kuesioner responden wisatawan Museum Kars Indonesia.

Atraksi Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Atraksi wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.372 dengan nilai P Value 0.012.

Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Sayangbatti (2011) hasil

penelitian ini mendapatkan hasil bahwa wisatawan yang telah berkunjung ke Kota batu ingin melakukan kunjungannya kembali. Hal ini mengharuskan bagi pemerintah kota maupun pengelola objek wisata untuk meningkatkan sarana dan prasarana yang ada dan menjaga keaslian alamnya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan pada daya Tarik wisata Batu direspon positif tetapi perlu adanya peningkatan bidang transportasi yang dinilai masih kurang menunjang. Menurut Yoeti (1996) atraksi itu merupakan sinonim dari pengertian *entertainment*, yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain.

Penelitian ini dibuktikan dengan hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Bahwa atraksi wisata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya 61% responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Karyawan di Museum Kars Indonesia, dalam hal ini khususnya pemandu museumnya. Selain itu pengunjung juga puas dengan pemutaran film pengetahuan yang diputar di Museum Kars Indonesia hal ini dibuktikan dengan 55% responden yang memilih setuju pemutaran film tersebut.

Pemandu Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Pemandu wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar -0.274 dengan nilai P Value 0.030.

Penelitian ini berhasil membuktikan dari penelitian Euis Nurul Bahriyah (2013) bahwa Untuk meningkatkan kunjungan wisman, pemandu wisata memiliki peranan strategis yang didukung oleh kemampuan komunikasi interpersonal dari seorang pemandu wisata dalam proses pertukaran informasi secara tatap muka yang memungkinkan terjadinya feedback langsung baik verbal maupun nonverbal

pada kegiatan kunjungan wisata yang dilakukan secara individu dan kelompok.

Penelitian ini dibuktikan dengan hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Hasilnya 47% responden merasa puas dengan ramah tamah oleh Karyawan di Museum Kars Indonesia. Karyawan yang dimaksud adalah pemandu museum yang bertugas di Museum Kars Indonesia.

Persepsi pengunjung berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Persepsi pengunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, hal ini ditunjukkan dari nilai P value > 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.117 dengan nilai P Value 0.564. Data statistik ini menyimpulkan bahwa persepsi pengunjung tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan atau ditolak mencapai sebesar 11% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model.

Muatan Edukasi, Atraksi Wisata dan Pemandu Wisata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Muatan Edukasi, Atraksi wisata dan Pemandu Wisata berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.264 dengan nilai P Value 0.007.

Penelitian ini membuktikan penelitian Nurlinda, (2013) bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan suatu rasa kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakainnya. Perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari

semakin baik. Dan pada saat bersamaan. Perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas.

Menurut Engel, (1994) Kepuasan Wisatawan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Penelitian ini dibuktikan dengan hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Hasilnya 56% responden merasa puas karena mendapatkan pengetahuan kars dan pelestariannya di Museum Kars Indonesia. Artinya pengunjung merasa puas untuk datang berkunjung ke Museum Kars karena selain untuk rekreasi dan bersantai, mereka juga memahami materi yang ditawarkan sehingga mereka juga mendapatkan ilmu pengetahuan tentang kars baik manfaatnya bagi kehidupan maupun pelestariannya untuk investasi masa depan.

Analisis Jalur

Dari hasil analisis jalur yang diteliti oleh penulis dapat diketahui bahwa:

1. Pengaruh langsung atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan paling baik. Ini ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.425.
2. Pengaruh langsung pemandu wisata terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan rendah sehingga perlu ditingkatkan. Ini ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.324.
3. Pengaruh langsung Muatan Edukasi terhadap kepuasan wisatawan dipersepsikan paling rendah sehingga perlu pembenahan dan peningkatan. Ini ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.291.
4. Pengaruh tidak langsung atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan melalui persepsi pengunjung sebagai variabel intervening ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.053.
5. Pengaruh tidak langsung pemandu wisata terhadap kepuasan wisatawan melalui persepsi pengunjung sebagai variabel intervening ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.050.
6. Pengaruh tidak langsung Muatan Edukasi terhadap kepuasan wisatawan melalui persepsi pengunjung sebagai variabel intervening ditunjukkan dari nilai efek total sebesar 0.044.

SIMPULAN

1. Muatan Edukasi berpengaruh signifikansi terhadap persepsi pengunjung, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.382 dengan nilai P Value 0.000. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis pertama diterima.
2. Atraksi wisata berpengaruh signifikansi terhadap persepsi pengunjung, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.456 dengan nilai P Value 0.000. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis kedua diterima.
3. Pemandu wisata berpengaruh signifikansi terhadap persepsi pengunjung ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.428 dengan nilai P Value 0.000. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis ketiga diterima.
4. Muatan Edukasi, Atraksi wisata dan Pemandu Wisata berpengaruh signifikansi secara simultan terhadap persepsi pengunjung. Ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.641 dengannilai P Value 0.000. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis keempat diterima.
5. Muatan Edukasi tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value > 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.247 dengannilai P Value 0.191. Hasil ini menyimpulkan bahwa pengaruh muatan edukasi terhadap kepuasan wisatawan mencapai sebesar 24% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis kelima ditolak.

6. Atraksi wisata berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.372 dengannilai P Value 0.012. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis keenam diterima.
 7. Pemandu wisata berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar -0.274 dengannilai P Value 0.030. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis ketujuh diterima.
 8. Persepsi pengunjung tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value > 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.117 dengan nilai P Value 0.564. Hasil ini menyimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap kepuasan wisatawan mencapai sebesar 11% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model Ini menunjukkan bahwa Hipotesis kedelapan ditolak.
 9. Muatan Edukasi, Atraksi wisata dan Pemandu Wisata berpengaruh signifikansi secara simultan terhadap kepuasan wisatawan, ini ditunjukkan dari nilai P value < 0.050 yaitu untuk koefisien sebesar 0.264 dengannilai P Value 0.007. Kesimpulan dari analisis jalur dapat diketahui bahwa atraksi wisata dipersepsikan paling bagus untuk meningkatkan kepuasan tamu dengan efek total sebesar 0.425. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis kesembilan diterima.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta
- Darmajati. 1992. *Istilah – istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramatha.
- Engel, James F Roger D, Blackwell and Paul W Miniard. 1995. *Perilaku Konsuman, FX Budyanto alih bahasa jilid I edisi ke enam*. Jakarta: Binarupa
- Euis, N.B. 2013. *Komunikasi Interpersonal Pemandu Wisata dalam Mengenalkan Indonesia pada Wisatawan Mancanegara*. Jurnal ilmiah Diterbitkan. Jakarta: Dosen Ilmu Komunikasi. Universitas Esa Unggul.
- Gendro, Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.
- ICOM. 2004. *Code of professional ethics. Edisi revisi berdasarkan the 21st General Assembly di Seoul (republic of Korea)* 8 oktober 2004
- Kottler, P. 2002 *Manajemen Pemasaran. Terjemahan, edisi Milenium, jilid 1*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kusmayadi dan Sugianto. 2001. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Manchini. 2001. *Conducing Tours Third Edition*. United States: Delmar
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 1979
- Sayangbatti. 2012. *Motivadi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Batu*. Tesis Diterbitkan. Yogyakarta: Program

DAFTAR PUSTAKA

Anggie, A. 2009. *Persepsi pelanggan wisman dan wisnu terhadap service quality serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan dan behavioral intention pada resort dan dive centre*. Tesis Diterbitkan. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.

Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

SK Menparpostel No.KM.82 / PW 102 / MPPT – 88

SK Menparpostel No.KM.98 / PW 102 / MPPT – 87

Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

UU No.9 Tahun 2000 tentang kepariwisataan

Zahir, W. 2010. *Peran Edukasi Museum studi kasus Museum Batik di Pekalongan*. Tesis Diterbitkan. Jakarta: Program Studi Magister Arkheologi. Universitas Indonesia.

Zeithaml, Valarie A. A, Pasuraman and L.L. Berry. 1996. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Jurnal of Marketing.