

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Heritage Tourism merupakan pariwisata pusaka mengenai budaya dan alam (Rusli & Jajang, 2009). *Heritage Tourism* adalah segala sesuatu (baik yang bersifat materi maupun non materi) yang diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya yang ingin kita jaga keberadaan dan keberlangsungannya (Rusli & Jajang, 2009). Menurut *World Tourism Organization* (dalam Rusli & Jajang, 2009), *heritage tourism* merupakan kegiatan untuk menikmati sejarah, alam, peninggalan budaya manusia, kesenian, filosofi, dan pranata dari wilayah lain. *The National Trust for Historic Preservation* mengartikan *heritage tourism* sebagai perjalanan untuk menikmati tempat-tempat, artefak-artefak, dan aktifitas-aktifitas yang secara otentik (*authenticity*) mewakili cerita/sejarah orang-orang terdahulu maupun sekarang. Sedangkan menurut *National Association of Tribal Historic Preservation Officers Heritage Tourism* fokus pada cerita hidup seorang manusia (seperti tokoh sejarah) dan fokus pada tempat yang menceritakan mengenai sejarah dan tempat suatu pelestarian serta restorasi. Museum merupakan salah satu contoh dari *heritage tourism*.

Museum masuk dalam katagori *heritage tourism* karena sesuai dengan definisi *heritage tourism* yaitu memiliki koleksi benda-benda bersejarah yang dipamerkan, memiliki filosofi dari benda yang dipamerkan di museum tersebut,

dan adanya unsur kebudayaan dan seni. Unsur sejarah, kebudayaan, dan seni yang melekat di museum (baik dari benda-benda yang dipamerkan maupun *atmosfer* yang diciptakan di museum) menjadikan museum sebagai tempat wisata untuk belajar sejarah, kebudayaan, dan seni secara langsung.

Di Indonesia terdapat banyak museum yang tersebar di seluruh nusantara, diantaranya museum Sampoerna di Surabaya, museum Benteng Vredeborg di Yogyakarta, museum Wayang di Jakarta, dan museum Puri Lukisan di Bali. Namun secara kasat mata museum-museum di Indonesia cenderung jarang dikunjungi oleh wisatawan. Padahal museum merupakan salah satu aset wisata daerah yang menjadi sumber pendapatan daerah dan juga sebagai tempat pembelajaran yang berguna bagi masyarakat Indonesia. Berikut jumlah pengunjung museum di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2012 yang tersaji pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Pengunjung Daya Tarik Wisata di Kota Yogyakarta Tahun 2012

No	Obyek Wisata	Wisatawan	Jumlah
1.	Museum Sonobudoyo	Wisman	10.852
		Wisnus	71.881
2.	Museum Sasmitaloka Pangsar Soedirman	Wisman	11
		Wisnus	10.353
3.	Museum Taman Siswa Dewantara Kirti Griya	Wisman	12
		Wisnus	10.998
4.	Museum Sasana Winatama P.	Wisman	13

	Diponegoro	Wisnus	2.576
5.	Museum Pusat Dharma Wiratama	Wisman	72
		Wisnus	5.569
6.	Museum Perjuangan	Wisman	72
		Wisnus	13.886
7.	Museum So-nobudoyo II	Wisman	31
		Wisnus	353
8.	Museum Mata dr. Yap	Wisman	37
		Wisnus	621
9.	Museum Benteng Vredeburg	Wisman	3.936
		Wisnus	236.858
10.	Museum Biologi UGM	Wisman	12
		Wisnus	18.716
11.	Museum Puro Pakualaman	Wisman	62
		Wisnus	258
12.	Museum Batik Sulaman	Wisman	178
		Wisnus	1.931
13.	Makam Raja Mataram	Wisman	751
		Wisnus	26.180
14.	Museum Bahari	Wisman	0
		Wisnus	7.300
15.	Museum Kereta	Wisman	415

	Keraton	Wisnus	30.255
--	---------	--------	--------

Sumber: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2013. **Statistik Kepariwisataaan 2012. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.**

Menurut Ida Ariani (2012), jumlah pengunjung dari data di atas dianggap masih jauh dibawah rata-rata jika dibandingkan dengan potensial yang dimiliki Yogyakarta di bidang pariwisatanya. Masalah ini akan berpengaruh langsung terhadap Pendapatan Asli Daerah Yogyakarta (PAD) yang rendah. Sehubungan dengan belum maksimalnya jumlah pengunjung museum yang seharusnya bisa lebih dari data di atas dan jumlah pengunjung museum yang berpengaruh langsung terhadap PAD, maka penelitian ini akan memfokuskan pada pembahasan mengenai kemungkinan dalam meningkatkan jumlah pengunjung museum.

Meningkatkan jumlah pengunjung museum yang maksimal dipengaruhi langsung oleh proses pemasaran yang dilakukan manajemen museum. Proses pemasaran museum harus menggunakan konsep *authenticity* yang diperkenalkan oleh beberapa ilmuwan sebelumnya, salah satunya Kollar dan Zabkar. Kollar dan Zabkar (2009), berpendapat bahwa , *authenticity* memiliki peran penting dalam pemasaran sebuah *heritage tourism*, dalam pembahasan ini adalah museum. Menurut ilmuwan lainnya, yaitu Cohen, MacCannel, dan Naoi (dalam Kollar & Zabkar, 20009), bahwa *authenticity* merupakan dorongan bagi seseorang untuk mengunjungi suatu tempat bersejarah. Menurut Apostolakos, Tourism Of Europe, Yeoman, Brass, & McMahoan-Beattie (dalam Kollar & Zabkar, 2009), *authenticity* bahkan dianggap sangat krusial dan penting pada pemasaran

pariwisata, khususnya *heritage tourism*. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas mengenai *authenticity* sebagai faktor utama dalam proses pemasaran museum untuk mengetahui cara meningkatkan jumlah pengunjung museum.

Penelitian ini akan mengadopsi penelitian dari Kollar dan Zabkar (2009) karena penelitian mereka dirasa cukup lengkap dalam menjelaskan mengenai *authenticity* yang memiliki peran penting dalam proses pemasaran museum. Kollar dan Zabkar (2009) menjelaskan *authenticity* sebagai proses pemasaran yang penting dalam *heritage tourism* dengan mengguakan *model of authenticity*. Penelitian ini akan menguji hubungan antara konsep *authenticity* yang dirasa pengunjung saat mengunjungi museum dengan *antecedents* dan *consequences*, yaitu *cultural motivation dan costomer loyalty*, serta *recomendation* yang akan mereka lakukan setelah mengunjungi museum.

Penelitian akan dilakukan di Yogyakarta karena Yogyakarta merupakan salah satu pusat budaya dan pariwisata di Indonesia yang memiliki banyak jenis museum mulai dari museum pendidikan, museum sejarah, dan museum seni yang semuanya identik dengan budaya Jawa. Selain itu banyaknya pengunjung wisatawan yang datang ke Yogyakarta diharapkan mampu memenuhi jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

1.2. Rumusan Permasalahan

1. Apakah *model of authenticity* pada penelitian Kollar dan Zabkar yang diterapkan pada penelitian ini mampu meningkatkan jumlah pengunjung museum?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *model of authenticity* terhadap peningkatan jumlah pengunjung museum.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat, yaitu:

1. Bagi Peneliti dan dunia akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai motivasi seseorang mengunjungi sebuah *heritage tourism*, dalam penelitian ini yaitu museum.
2. Bagi Dinas Kebudayaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan dan memajukan atau bahkan memperbaiki museum-museum yang masih sedikit pengunjung yang sebenarnya memiliki potensi. Sehingga dengan meningkatnya pengunjung museum maka ekonomi pariwisata daerah pun akan meningkat dan masyarakat akan lebih mengetahui, memahami, dan menghargai sejarah, budaya, dan seni.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Penelitian ini menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menerangkan berbagai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi konsep-konsep dasar, penelitian sebelumnya, hipotesis, dan model analisis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum subyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis, dan pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian serta saran untuk pihak-pihak yang terkait.