

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tahun 2009 *World Travel and Tourism Council* (WTTC) mengidentifikasi bahwa sektor pariwisata saat ini merupakan sektor industri terbesar di dunia. Sektor pariwisata bahkan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian abad ke-21 bersama industri telekomunikasi dan teknologi informasi (www.cetak.kompas.com).

Pariwisata sebagai industri yang menimbulkan efek multidimensional, yakni membuka lapangan kerja, menekan kemiskinan, hingga sumber pendapatan daerah sejatinya menjadi penopang perekonomian nasional. Sektor pariwisata menjadi salah satu prioritas di dalam pembangunan negara Indonesia. Hal ini berdasarkan hasil riset yang dilakukan *Gold Economic Forum* tentang Indeks Daya Saing Pariwisata Dunia. Dalam indeks tersebut, Indonesia berada dalam peringkat 80. Di tingkat ASEAN, peringkat Indonesia masih di bawah Singapura yang berada di peringkat 16, Malaysia pada peringkat 32, dan Thailand pada peringkat 42. Peringkat ini hanya sedikit di atas Filipina yang berada pada peringkat 81 dan Vietnam pada peringkat 96 (www.cetak.kompas.com).

Bidang pembangunan pariwisata, potensi dan peranannya merupakan salah satu sektor penghasil devisa utama senantiasa terus ditingkatkan. Jumlah perolehan devisa ditentukan oleh jumlah kunjungan, pengeluaran, dan lama kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia, maka salah satu sasaran keberhasilan pengembangan pariwisata, sebagai sumber penghasil devisa dinilai dari unsur yaitu :

- 1) Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (*foreign tourist*)
- 2) Pengeluaran wisatawan mancanegara (*foreign tourist expenditures*) per wisatawan, per hari dan per kunjungan
- 3) Lama tinggal wisatawan mancanegara (*foreign tourist length of stay*).

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA
DI INDONESIA 2006-2008

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA	RATA-RATA PENGELUARAN/ORANG (US \$)		RATA-RATA LAMA TINGGAL	DEVISA (JUTA US \$)
		PER KUNJUNGAN	PERHARI		
2006	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
2007	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.421,89
2008	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia, 2008*

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena Indonesia mengalami peristiwa-peristiwa, baik dikarenakan kondisi alam yang tidak menentu maupun situasi dan kondisi perekonomian dunia dan aspek lainnya yang kurang mendukung. Aspek lainnya yang kurang mendukung tersebut salah satunya yaitu seringnya terjadi kecelakaan transportasi darat, laut dan udara, serta kondisi keamanan Negara Indonesia pasca peristiwa Bom Bali. Contohnya terlihat dari jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2006-2008 yang menurun.

Kondisi tingkat kunjungan wisatawan nusantara sendiri mengalami kenaikan. Salah satu penyebabnya adalah dikarenakan kondisi perekonomian yang sedang mengalami pertumbuhan sehingga mempengaruhi kondisi keuangan wisatawan

nusantara yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang mengalami peningkatan seperti yang tercantum pada Tabel 1.2 berikut ini:

TABEL 1.2
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA (WISNUS) DI
INDONESIA 2006-2008

TAHUN	WISNUS (000 orang)	PERJALANAN (000)	RATA-RATA PERJALANAN	PENGELUARAN PERPERJALANAN (000 Rupiah)	TOTAL PENGELUARAN (Triliun Rupiah)
2006	112,701.20	213,303.90	1.89	394.43	77.51
2007	114,391.70	216,503.50	1.92	400.35	78.67
2008	116,107.60	219,751.01	1.95	406.35	79.85

Catatan: Pengeluaran per perjalanan adalah rata-rata tertimbang dari setiap provinsi
Sumber: Pusat Data dan Informasi, 2008

Salah satu propinsi yang industri pariwisatanya tengah mengalami perkembangan ialah Propinsi Jawa Barat. Propinsi Jawa Barat terkenal sebagai propinsi destinasi pariwisata, khususnya wisata sejarah, wisata belanja dan wisata kuliner di Pulau Jawa. Demikian pula Kota Bandung (kotamadya) adalah ibu kota Propinsi Jawa Barat. Kota Bandung juga dikenal sebagai *Parijs van Java* (bahasa Belanda) atau “Paris dari Jawa”. Kota Bandung terletak di dataran tinggi, sehingga Bandung dikenal sebagai tempat yang berhawa sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata, sedangkan keberadaan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Bandung membuat kota ini dikenal sebagai salah satu kota pelajar di Indonesia.

Berikut ini merupakan Tabel 1.3 pertumbuhan wisatawan ke objek wisata Propinsi Jawa Barat dari tahun 2004-2008 :

TABEL1.3
PERTUMBUHAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA
PROPINSI JAWA BARAT TAHUN 2004-2008

WISATAWAN	TAHUN				
	2004	2005	2006	2007	2008
Mancanegara	239,113	207,935	227,068	380,175	254,511
Domestik	16,611,680	16,890,316	23,859,547	23,225,173	24,820,511
Jumlah	23,289,793	17,098,251	24,086,615	23,635,348	25,075,022

Sumber : Disbudpar Jabar,2008

Melalui Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa kenaikan jumlah wisatawan cukup baik terutama wisatawan domestik yang terus meningkat. Hal ini menandakan bahwa Propinsi Jawa Barat menjadi objek wisata yang diminati tidak hanya wisatawan dari Propinsi Jawa Barat itu sendiri melainkan juga dari propinsi lainnya di Indonesia.

Perkembangan kota-kota di Propinsi Jawa Barat turut mengalami peningkatan kemajuan dalam sektor pariwisata. Sektor pariwisata di Kota Bandung didukung pula dengan keberadaan objek, sarana dan prasarana wisata yang mendukung seperti yang tercantum pada Tabel 1.4 berikut ini:

TABEL 1.4
OBJEK, SARANA DAN PRASARANA WISATA TAHUN 2008
DI KOTA BANDUNG

OBJEK	SARANA	PRASARANA WISATA	
Objek Wisata	Museum	9	lokasi
	Bilyar	62	lokasi
	Bioskop	9	lokasi
	Karaoke	60	lokasi
	Pub	32	lokasi
	Karaoke & Pub	4	lokasi
	Diskotik	12	lokasi
	Kelab Malam	15	lokasi
	Panti Pijat	32	lokasi
	Kolam Renang	19	lokasi
	Lapangan Golf	5	lokasi
	Mesin	41	lokasi
	Ketangkasan		
	Sarana Wisata	Hotel Bintang 1	4
Hotel Bintang 2		18	lokasi
Hotel Bintang 3		19	lokasi
Hotel Bintang 4		11	lokasi
Hotel Bintang 5		4	lokasi
Hotel Melati 1		59	lokasi
Hotel Melati 2		50	lokasi
Hotel Melati 3		63	lokasi
Tempat Makan	Bar	5	lokasi
	Restaurant	121	lokasi
	Rumah Makan:		
	Talam Kencana	183	lokasi
	Talam Gangsa	5	lokasi
	Talam Salaka	32	lokasi
	Waralaba Kelas A	11	lokasi
	Kelas B	62	lokasi
	Kelas C	104	lokasi
Usaha Perjalanan Wisata	CAKRA I	2	lokasi
	CAKRA II	50	lokasi
	CAKRA III	35	lokasi
	CAKRA IV	29	lokasi

Sumber : Disbudpar Bandung, 2008

Tabel 1.4 menerangkan bahwa kondisi pariwisata di Kota Bandung turut mengalami kemajuan dengan didukung oleh keberadaan objek, sarana, dan prasarana yang juga bertambah. Salah satu industri wisata yang mengalami perkembangan cukup pesat di Kota Bandung adalah wisata *heritage*, ditandai dengan data berdasarkan Tabel 1.4 Objek, Sarana dan Prasarana Wisata Tahun 2008 di Kota Bandung, terdapat objek wisata heritage terutama museum terdapat 9 lokasi.

Wisata *heritage* adalah salah satu motivasi orang-orang melakukan perjalanan untuk menyaksikan tempat-tempat bersejarah, peninggalan-peninggalan kuno, dan lain-lain, salah satunya adalah Museum. Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan, dan memamerkan artefak-artefak perihal jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan-tujuan pendidikan, riset penelitian dan *enjoyment*. (Sumber: Majelis Umum *International Council Of Museums* dan www.icon.museum.com).

Pengertian museum tidak identik dengan infrastruktur bangunan, dalam sudut pandang yang lebih luas, museum dapat diartikan sebagai suatu kawasan yang memiliki citra budaya dan produk yang mampu disajikan kepada masyarakat sebagai informasi edukatif. Permasalahan yang terjadi menyangkut keberadaan museum sebagian besar disebabkan oleh kurang seriusnya masyarakat Indonesia baik pengelola maupun masyarakat umum, terhadap keberadaan dan fungsi museum, sehingga menyebabkan turunnya nilai museum secara fungsi dan keberadaannya. Museum harus memiliki pengelolaan yang akan mendorong masyarakat untuk lebih

mengerti mengenai nilai dan fungsi museum terhadap kehidupan masyarakat (www.museum-indonesia.net).

Kota Bandung memiliki potensi wisata *heritage* yaitu memiliki 9 museum yaitu Museum Margasatwa Taman Sari, Museum Geologi, Museum Sri Baduga, Museum Konperensi Asia Afrika, Museum Pos Indonesia, Museum Virajati, Museum Mandala Wangsit, Museum Wira Yudha Batara dan Museum Barli. Berikut ini adalah Tabel 1.5 mengenai jumlah kunjungan ke Museum Konperensi Asia Afrika diantara Museum-museum di Kota Bandung:

TABEL 1.5
PENGUNJUNG MUSEUM- MUSEUM DI KOTA BANDUNG
TAHUN 2006-2008

Museum	Jenis Museum	Wisnus	Jumlah Pengunjung Per Tahun		
			2006	2007	2008
Museum Geologi	Khusus	Wisnus	183,213	289,337	287,23
		Wisman	1,571	2,836	2,391
Museum Margasatwa Tamansari	Khusus	Wisnus	-	-	656,87
		Wisman	-	-	28
Museum Konperensi Asia Afrika	Khusus	Wisnus	85,270	51,806	110,653
		Wisman	4,128	4,069	3,992
Museum Sri Baduga	Umum	Wisnus	65,057	110,120	65,622
		Wisman	83	161	293
Museum Pos Indonesia	Khusus	Wisnus	21,551	19,334	16,203
		Wisman	60	146	161
Museum Mandala Wangsit	Khusus	Wisnus	5,920	5,731	4,745
		Wisman	46	36	64
Museum Barli	Khusus	Wisnus	-	-	4,621
		Wisman	-	-	354
Museum Wira Yudha Batara	Khusus	Wisnus	-	-	-
		Wisman	-	-	-
Museum Virajati	Umum	Wisnus	-	-	-
		Wisman	-	-	-

Sumber : Kebudayaan dan Pariwisata Kab/Kota di Jawa Barat, 2008

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas menunjukkan bahwa Kota Bandung sangat berpotensi untuk mengembangkan wisata *heritage*. Salah satu dari museum-museum pada Tabel 1.5 adalah Museum Konperensi Asia Afrika. Museum Konperensi Asia Afrika berada di peringkat ke tiga dengan jumlah pengunjung yang meningkat dalam tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2006-2008 terutama peningkatan jumlah kunjungan wisnus dari tahun 2007-2008 yaitu dari 51,806 menjadi 110,653, dengan demikian Museum Konperensi Asia Afrika memiliki peluang untuk meningkatkan kunjungan dan bersaing dengan museum-museum lainnya dalam memenuhi motivasi wisata *heritage* yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan untuk menyaksikan tempat-tempat bersejarah, peninggalan-peninggalan kuno, dan lain-lain, serta salah satu museum yang bernuansa edukasi di Kota Bandung.

Museum Konperensi Asia Afrika adalah museum yang berjenis museum khusus. Museum Konperensi Asia Afrika dibangun untuk mengenang peristiwa Konperensi Asia Afrika yang menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi bangsa-bangsa Asia Afrika. Salah satu tujuan dari Museum Konperensi Asia Afrika adalah melakukan penelitian tentang masalah-masalah bangsa Asia Afrika dan negara-negara berkembang guna menunjang kegiatan pendidikan dan penelitian ilmiah di kalangan pelajar, mahasiswa, dosen dan pemuda Indonesia serta bangsa-bangsa Asia Afrika pada umumnya, dan memberi masukan bagi kebijakan pemerintah dalam kegiatan politik luar negeri (info@asianafrikan-museum.org).

Berdasarkan salah satu tujuan tersebut, Museum Konperensi Asia Afrika perlu meningkatkan fungsi pendidikannya melalui penciptaan kegiatan-kegiatan edukasi

(*educational programs*), serta memanfaatkan peluang dari Pemerintah yang telah mencanangkan dua puluh persen dari jumlah Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dialokasikan untuk sektor pendidikan termasuk pendidikan di luar sekolah. Kegiatan-kegiatan edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika, secara umum, diperuntukkan bagi anak-anak termasuk siswa sekolah (*children and museum education*) dan masyarakat umum atau yang dikenal dengan istilah *adult learning in museums* (Alberta Museums Association, 1990). Berdasarkan penjelasan tersebut Museum Konperensi Asia Afrika menarik untuk diteliti dibandingkan dengan museum-museum lainnya di Kota Bandung (www.museum-indonesia.net).

Berikut ini merupakan Tabel 1.6 mengenai data pengunjung edukasi Museum Konperensi Asia Afrika dari tahun 2006-2008 :

TABEL 1.6
DATA PENGUNJUNG EDUKASI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA
DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN DIPLOMASI PUBLIK
DEPARTEMEN LUAR NEGERI REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2006-2008

PENGUNJUNG	TAHUN		
	2006	2007	2008
SD/MI	12.466	13.168	10.987
SMP/MTs	40.049	62.778	49.865
SMA/SMK/MA	22.357	29.237	19.646
Perguruan Tinggi	1.031	1.391	2.711
JUMLAH	75.903	106.574	83.209

(Sumber: Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-Nilai KAA Museum Konperensi Asia Afrika, 2008)

Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika terbesar lebih banyak didominasi dari sekolah-sekolah dan perguruan tinggi. Pengunjung edukasi Museum

Konperensi Asia Afrika mengalami penurunan terutama pada tahun 2006-2008. Dapat dilihat pada Tabel 1.6 bahwa pengunjung dari sekolah-sekolah baik dari tingkat SD, SMP, dan SMA serta perguruan tinggi juga mengalami penurunan terutama dari tahun 2007-2008, sehingga Museum Konperensi Asia Afrika perlu mengembangkan potensi yang dimiliki Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* untuk meningkatkan keputusan berwisata edukasi sebagai salah satu kegiatan untuk memajukan pendidikan.

Wisata edukasi merupakan jenis dan macam pariwisata berdasarkan tujuan perjalanan yaitu jenis pariwisata yang mana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989). Bagi dunia pendidikan, keberadaan museum merupakan suatu yang tidak dapat terpisahkan, karena keberadaannya mampu menjawab berbagai pertanyaan yang muncul dalam proses pembelajaran terutama berkaitan dengan sejarah perkembangan manusia, budaya dan lingkungannya. Melalui pendidikan, masyarakat disadarkan akan tingginya nilai yang dikandung dalam koleksi museum dan memberi kesempatan untuk memperluas wawasan (Prioyulianto Hutomo, 2008).

Museum perlu meningkatkan wisata edukasi karena menurut Prioyulianto Hutomo (2008), nilai dasar yang menjadi fondasi museum yaitu, melalui pendidikan, masyarakat disadarkan akan tingginya nilai yang dikandung dalam koleksi museum dan memberi mereka kesempatan untuk memperluas wawasan. Sehingga demikian museum perlu merancang materi yang diarahkan untuk mengembangkan tiga area

pembelajaran secara bersamaan meliputi, kognitif (berkaitan dengan daya pikir), afektif (emosi), dan psikomotorik (gerakan fisik).

Museum Konperensi Asia Afrika melaksanakan Strategi *Positioning* sebagai salah satu langkah meningkatkan Keputusan Berwisata Edukasi yang merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak sasaran, sehingga tercipta citra (*image*) merek atau produk sebagai wisata *heritage* dan berpengaruh terhadap tingkat Keputusan Berwisata Edukasi dibandingkan dengan pesaing.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Museum Konperensi Asia Afrika adalah rendahnya Keputusan Berwisata Edukasi yang dilakukan oleh wisatawan dari segmen pelajar sekolah dan perguruan tinggi dalam mengunjungi Museum Konperensi Asia Afrika. Ada beberapa hal yang mempengaruhi Keputusan Berwisata Edukasi, salah satunya adalah kurang maksimalnya Museum Konperensi Asia Afrika dalam melaksanakan Strategi *Positioning* Museum Konperensi Asia Afrika. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan tingkat kunjungan, diperlukan Strategi *Positioning* yang digunakan Museum Konperensi Asia Afrika untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Dengan demikian berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan sebelumnya serta data pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika pada Tabel 1.6, maka permasalahan tersebut dipilih untuk diteliti yaitu tentang “ **Pengaruh Strategi**

***Positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai Wisata *Heritage* terhadap Tingkat Keputusan Berwisata Edukasi.”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi *Positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage*.
2. Bagaimana tingkat Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.
3. Seberapa besar pengaruh Strategi *Positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* terhadap tingkat Keputusan Berwisata Edukasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh Strategi *Positioning* terhadap Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.

Sedangkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain untuk:

1. Mengetahui Strategi *Positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage*.
2. Mengetahui tingkat Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.
3. Mengetahui besarnya pengaruh Strategi *Positioning* Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* terhadap tingkat Keputusan Berwisata Edukasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Kepentingan teoritis, yaitu untuk pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai kajian pengaruh Strategi *Positioning* terhadap tingkat Keputusan Berwisata Edukasi serta dapat memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih luas bagi peneliti-peneliti yang akan melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah-masalah yang sama.
2. Kepentingan praktis, terutama bagi Museum Konperensi Asia Afrika yang dikelola oleh Departemen Luar Negeri di bawah pengawasan Direktorat Diplomasi Publik sebagai bahan pengambil kebijakan pengelolaan museum dalam melakukan startegi bisnisnya lebih khusus lagi mengenai penentuan Strategi *Positioning*.