

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 270 wisatawan Museum Sejarah Jakarta menggunakan analisis regresi multipel antara variabel *museum experience* dan *revisit intention*. Data yang dikumpulkan melalui analisis deskriptif dan verifikatif berhasil menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh antara *museum experience* yang terdiri dari *recreation*, *sociability*, *learning experience*, *aesthetic experience* dan *celebrative experience* terhadap *revisit intention*. Maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil tanggapan responden mengenai implementasi *museum experience* di Museum Sejarah Jakarta yang meliputi kelima dimensi yaitu *recreation*, *sociability*, *learning experience*, *aesthetic experience* dan *celebrative experience* memiliki penilaian dalam kategori tinggi. Dimensi *aesthetic experience* mendapat penilaian tertinggi dikarenakan bangunan masih terjaga seperti sejak pertama kali bangunan diperuntukan sebagai kantor dewan pengadilan VOC yang juga membuat Museum Sejarah Jakarta memiliki nilai daya tarik tersendiri dengan suasana ruang pameran yang terpelihara kebersihannya serta perpaduan warna estetika digunakan pada desain interior bangunan mampu menciptakan suasana terhanyut dalam koleksi pameran yang menampilkan sejarah Kota Jakarta tempo dulu. Sementara dimensi dengan perolehan penilaian paling rendah adalah *sociability*. Hal ini terjadi karena Museum Sejarah Jakarta sebagai pusat informasi sejarah dan perkembangan Kota Jakarta memiliki sedikit kegiatan publik yang dapat dilakukan bersama diantara wisatawan sehingga interaksi sosial di museum tidak terlalu banyak berjalan selama kunjungan berdampak pada rendahnya pembentukan pengalaman museum seutuhnya dibenak wisatawan.
2. Hasil tanggapan responden mengenai implementasi *Revisit Intention* di Museum Sejarah Jakarta yang terdiri dari dimensi diantaranya *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale* dan *willingness to place the visiting destination in priority* memiliki penilaian dalam

kategori tinggi. Dimensi *willingness to positif tale* memiliki perolehan tertinggi, menunjukkan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang memuaskan dan berkesan selama kunjungan terbukti dengan ketertarikan wisatawan melakukan rekomendasi kepada orang lain pasca evaluasi kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta. Hal tersebut terbukti karena sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta mengetahui sumber informasi mengenai museum dari orang terdekat seperti teman atau keluarga. Selanjutnya dimensi *willingness to place the visiting in destination priority* memperoleh tingkat terendah yang dikarenakan kegiatan wisatawan selama di museum masih sangat monoton hanya berkeliling ruang pameran mempelajari sejarah melalui koleksi objek wisata dan belum adanya atraksi wisata lainnya yang dapat menjadi daya tarik museum, dimana wisatawan dapat menghabiskan waktu lama dengan menjadikan Museum Sejarah Jakarta sebagai destinasi pilihan pertama diantara destinasi alternatif pilihan lainnya.

3. Hasil penelitian berdasarkan pengolahan data uji koefisien determinasi menunjukkan sebanyak 24% dimensi *museum experience* yang terdiri dari *recreation*, *sociability*, *learning experience*, *aesthetic experience*, dan *celebrative experience* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* di Museum Sejarah Jakarta. Namun secara pengolahan data secara koefisiensi regresi dimensi *recreation* dan *aesthetic experience* tidak memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan nilai signifikansi diatas 0.05 yaitu 0.056 dan 0.329 pada objek wisata di Museum Sejarah Jakarta.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal untuk mengimplementasikan dampak *museum experience* dan *revisit intention* di Museum Sejarah Jakarta sebagai berikut.

1. *Museum Experience* dinilai baik oleh wisatawan, namun dimensi *sociability* mendapatkan penilaian paling rendah. *Sociability* merupakan aktifitas interaksi sosial sebagai salah satu sarana untuk bersosialisasi dan bertemu dengan orang lain, melibatkan diri dalam kegiatan publik atau makan siang bersama dan memperhatikan wisatawan lainnya. Sebaiknya pihak pengelola museum

meningkatkan kegiatan publik yang menciptakan keterlibatan langsung dengan wisatawan lainnya melalui penambahan teknologi media interaktif di dalam ruang pameran sehingga wisatawan tidak hanya berfokus pada koleksi pameran saja tetapi berinteraksi dan berdiskusi bersama. Serta diperlukan penambahan fasilitas bangku hingga adanya ruang terbuka untuk aktifitas publik seperti perpustakaan yang saat ini masih dalam proses tahap perbaikan maupun ruang teater dapat dimanfaatkan sebagai aula seni pertunjukan yang menampilkan atraksi kisah perjalanan Kota Jakarta dengan cara tradisional khas Jakarta seperti lenong atau melalui pameran musik tradisional seperti gambang kromong.

2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara hubungan *museum experience* terhadap *revisit intention*, namun berdasarkan data tanggapan responden yang diperoleh mendapat penilaian terendah untuk kesediaan menjadikan museum sebagai destinasi prioritas serta pada aspek kesediaan menghabiskan waktu lama selama kunjungan museum. Oleh karena itu, sebaiknya Museum Sejarah Jakarta dapat menambah daya tarik seperti mengadakan workshop yang berkerja sama dengan para komunitas dan pengelola umkm, dimana hasil kerajinan dapat dibawa pulang bahkan dijadikan barang koleksi pameran museum atau dengan menambah kebararuan pada koleksi pameran, *event-event* yang rutin dilaksanakan dan melakukan pemasaran aktif melalui sosial media untuk bisa meningkatkan kembali memori wisatawan yang mendorong kunjungan ulang ke Museum Sejarah Jakarta.
3. Pengelola Museum Sejarah Jakarta selain itu memerlukan strategi efektif dalam mempertahankan kunjungan dan meningkatkan daya saing untuk menarik wisatawan salah satunya melalui pemasaran dengan memberikan kemudahan detail informasi produk wisata yang sesuai dengan permintaan pasar baik melalui media social (elektronik), brosur ringkasan memuat informasi lengkap untuk mempermudah pemahaman wisatawan yang berkunjung tanpa didampingi oleh pemandu wisata hingga memberikan pelatihan kepada staff yang bertugas supaya memberikan pelayanan yang prima. Selanjutnya ditemukan beberapa barang koleksi tidak diberi keamanan dari pelindung kaca atau garis pembatas diperuntukan untuk koleksi yang berharga tersebut.

4. Penelitian yang telah dilakukan memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan dimana hanya mengemukakan pengaruh keseluruhan *museum experience* terhadap minat kunjungan kembali sehingga penelitian selanjutnya dapat menggali persepsi dan karakteristik wisatawan dalam membentuk *museum experience* dan pengalaman yang dirasakan wisatawan sesuai dengan teori yang baru. Mengimplementasikan variabel lain yang berperan mempengaruhi atau memediasi antara variabel *museum experience* terhadap *revisit intention* dengan menggunakan indikator yang berbeda dari penelitian ini sehingga menghasilkan temuan yang semakin berkembang terutama pada objek pariwisata lainnya.