

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk memajukan kegiatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat suatu negara, saat ini sektor pariwisata di setiap negara sedang mengalami perkembangan karena penduduk dunia yang melakukan perjalanan wisata bertambah banyak, dan hampir seluruh negara di dunia memiliki berbagai macam potensi pariwisata yang berkembang sehingga dapat dijadikan salah satu keunggulan suatu negara.

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai potensi pariwisata yang unggul dan berkembang, sehingga sektor pariwisata di Indonesia saat ini dijadikan salah satu andalan sebagai penghasil devisa. Potensi pariwisata di Indonesia membentang dari Provinsi Nangroe Aceh Darussalam sampai Provinsi Papua dengan segala keanekaragaman objek pariwisata, yang disertai dengan berbagai atraksi seni dan budaya dan ketersediaan sarana dan prasarana sebagai pendukung pariwisata, sehingga berbagai potensi pariwisata tersebut dapat memberikan peluang kepada Indonesia untuk menempati urutan pertama sebagai negara dengan tingkat perkembangan pariwisata yang signifikan.

Pariwisata Indonesia tumbuh mengesankan selama tahun 2011, dan dari target wisatawan mancanegara (wisman) yang berjumlah 7,1 juta orang, dan

Indonesia mampu mendatangkan wisman sebanyak 7,6 juta orang. Perolehan jumlah wisman tumbuh 8,5 % dibandingkan pada tahun 2010. Bahkan, kinerja pariwisata Indonesia mengalahkan dunia yang hanya tumbuh 4,5 %, (www.okezone.com, 6 Maret 2011). Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia mengalami perkembangan setiap tahunnya seperti yang tersaji pada Tabel 1.1.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN WISATAWAN NUSANTARA (WISNUS)
DI INDONESIA TAHUN 2007 - 2012

Tahun	Wisatawan Nusantara (wisnus) (ribuan orang)	Rata-Rata Perjalanan	Pengeluaran Perjalanan (ribuan Rp)
2007	222,389	1,93	489,95
2008	225,041	1,92	547,43
2009	229,731	1,92	600,30
2010	234,377	1,92	641,76
2011	236,752	1,94	662,28
2012*	105,954	1,98	Belum Tersedia

Sumber: www.budpar.go.id, 2012

*: tahun 2012 sampai semester pertama

Tabel 1.1 menjelaskan dari tahun 2007-2011, jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun secara bertahap yang disertai dengan jumlah pengeluaran mereka yang selalu meningkat, dan hal ini terjadi karena mereka membeli dan menggunakan banyak jasa pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Pada tahun 2012 jumlah kunjungan wisatawan yang terdaftar pada www.budpar.go.id ini baru mencapai pada semester pertama.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menetapkan tiga strategi promosi wisata di dalam negeri untuk memasarkan potensi pariwisata di Indonesia pada 2012. Kemenparekraf sudah menetapkan tiga strategi yakni *sales mission* atau *direct selling*, penyelenggaraan acara berskala nasional maupun internasional dan pergelaran festival serta pekan seni budaya langsung di daerah-daerah potensial. Tahun depan Kemenparekraf akan melakukan promosi yang lebih gencar mengingat target jumlah wisatawan mancanegara yang dipatok meningkat menjadi 8 juta orang sepanjang 2012 dan target itu naik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. (<http://travel.okezone.com>, 6 Maret 2012)

Sektor pariwisata sebagai salah satu motor pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Indonesia dan berbagai potensi pariwisata di Indonesia harus dipromosikan lebih gencar agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia. Museum merupakan salah satu potensi pariwisata di Indonesia yang menarik wisatawan karena museum mempunyai berbagai macam koleksi benda bersejarah dan hasil karya lainnya.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 19 Tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Bangunan Cagar Budaya (BCB), museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, dan pemanfaatan benda-benda bukti materil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian budaya bangsa. Keberadaan museum di Indonesia sudah ada sejak beberapa abad lalu namun banyak

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum
Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masyarakat yang belum memanfaatkan museum sebagai sarana edukasi serta pengenalan budaya bangsa, dan keberadaan museum sejarah bangsa patut dikembangkan.

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia melalui Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala melakukan revitalisasi museum dan mencanangkan program Tahunan Kunjungan Museum dan Kampanye yang bertajuk "Gerakan Nasional Cinta Museum" di penghujung tahun 2011 ini. (www.sentrajakarta.com, 2 Desember 2011)

Pada tahun 2010 ditargetkan 6 revitalisasi museum, kemudian tahun 2011 revitalisasi 30 museum, dan revitalisasi 10 museum di tahun 2012, tahun 2013 sebanyak 15 museum dan pada tahun 2014 sebanyak 20 museum yang direvitalisasi. Gerakan revitalisasi ini adalah bagian dari kegiatan "Gerakan Nasional Cinta Museum" periode 2010-2014 dengan diawali peluncuran Tahun Kunjung Museum (Visit Museum Year) 2010. Gerakan ini diluncurkan oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata (Menbudpar), tetapi Gerakan Nasional Cinta Museum ini hanya bersifat formalitas karena kurangnya kerjasama dan komunikasi dengan pihak pengelola museumnya sendiri. (<http://mhs.blog.ui.ac.id>, 20 Januari 2012). Jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Indonesia mengalami peningkatan secara perlahan seperti yang tersaji pada Tabel 1.2.

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE MUSEUM DI INDONESIA
PADA TAHUN 2009-2012

No	Tahun	Jumlah (orang)
1	2009	664.593

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum
Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2	2010	869.963
3	2011	1.146.122
4	2012	1.518.666

Sumber: Pengelola Museum Sri Baduga, 2012

Tabel 1.2 menjelaskan jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Indonesia dari tahun 2009 sampai 2012 mengalami peningkatan secara perlahan, tetapi jumlah kunjungan museum di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata lainnya di Indonesia, dan hal ini terjadi karena mereka lebih tertarik dan berminat berkunjung ke daya tarik wisata lainnya di Indonesia dibandingkan berkunjung ke museum yang tampilannya terlihat tidak “sumringah” serta sumber daya manusia yang dianggap kurang profesional.

Menurut Gunawan Ponco Putro selaku Kepala Museum Mpu Tantular bahwa tahun 2013 ini juga, tingkat kunjungan ke sejumlah museum di Indonesia masih dalam kategori sangat rendah, terutama dibandingkan dengan volume kunjungan wisata budaya dan sejarah di museum-museum luar negeri. "Dibanding dengan lokasi yang sama di luar negeri, tingkat kunjungan museum di Indonesia (<http://www.antarajatim.com>, 21 Maret 2013).

Jawa Barat salah satu provinsi di Indonesia memiliki berbagai macam daya tarik wisata dan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata di Jawa Barat mengalami perkembangan setiap tahunnya seperti yang tersaji pada Tabel 1.3.

TABEL 1.3

**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA DI
PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2008-2011**

Tahun	Wisman	Wisnus	Jumlah Wisatawan
2008	227.068	23.859.547	24.086.615
2009	741.323	26.287.031	24.880.178
2010	729.987	25.549.941	26.279.928
2011	844.557	27.455.528	28.300.085

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat, 2012

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Provinsi Jawa Barat baik, wisatawan nusantara (wisnus), maupun wisatawan mancanegara (wisman) selalu mengalami perkembangan setiap tahunnya, karena Provinsi Jawa Barat mempunyai daya tarik wisata yang menarik dan salah satunya museum yang menyimpan berbagai macam benda bersejarah yang disertai dengan keterangan berupa informasi tentang benda bersejarah tersebut. Museum di Jawa Barat banyak menyimpan bukti dan kisah sejarah kehidupan zaman dahulu seperti perjuangan para pahlawan dalam melawan penjajah.

**TABEL 1.4
DAFTAR NAMA-NAMA MUSEUM DI PROVINSI JAWA BARAT
TAHUN 2011**

No	Nama Museum	Lokasi
1	Sri Baduga	Jl.BKR No. 158 Bandung
2	Geologi	Jl Dipenogoro No. 57 Kota Bandung
3	Virajati	Jl. Gatot Subroto Sesko AD Kota Bandung
4	Konferensi Asia Afrika	Jl. Asia Afrika No.5 Kota Bandung
5	Barli	Jl. Prof Ir Sutami No 91. Kota Bandung
6	Wira Yuda Batara	Jl. Setiabudhi No. 229 Kota Bandung
7	Mandala Wangsit Siliwangi	Jl. Lembong No. 38 Kota Bandung
8	Pos Indonesia	Jl. Cilaki No. 73 Kota Bandung
9	Margasatwa Tamansari	Jl. Taman Sari Kota Bandung
10	Tanah Nasrek	Jl. Ir. H Juanda No.98 Kota Bogor
11	Perjuangan	Jl. Merdeka No. 56. Kota Bogor
12	Zoologi	Jl. Ir. H Djuanda No. 9 Kota Bogor
13	Etno Botani	Jl. Ir. H Djuanda No. 22-24 Kota Bogor

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum
Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

14	Peta	Jl. Jend. Sudirman Kota Bogor
15	Site Tambak Sari	Ds. Tambaksari Kec. Tambaksari Kab. Ciamis
16	Sultan Sepuh Kasepuhan	Jl. Komp Keraton Kasepuhan Kota Cirebon
17	Pusaka Kanoman	Jl. Merdeka No. 28 Kota Cirebon
18	Kacirebonan	Jl. Palasaren No.49 Kota Cirebon
19	Linggarjati	Ds. Linggarjati Kab. Kuningan
20	Telaga Manggung	Kab. Majalengka
21	Amerta Dirgantara Mandala	Jl. Hanggar C Lanud Suryadarma Kab. Subang
22	Museum Rumah Sejarah	Kabupaten Subang
23	Prabu Geusan Ulun	Jl. Prabu Geusan Ulun no. 4 B Kab. Sumedang
24	Keramik	Kab. Purwakarta
25	Percandian Batujaya	Ds. Segaran Kec. Batujaya Kab. Karawang
26	Site Cipari	Kab. Kuningan
27	Palangan B. Kokosan	Jl. Siliwangi No. 75 Parung-Kuda Kab. Sukabumi
28	Secapa Polri	Kota Sukabumi

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat, 2011

Tabel 1.4 menunjukkan Provinsi Jawa Barat memiliki museum yang merupakan salah satu daya tarik wisata yang menyimpan berbagai macam benda bersejarah, hasil karya seni yang disertai berbagai informasi. Beberapa museum di Provinsi Jawa Barat dikunjungi banyak wisatawan, tetapi beberapa museum masih kurang diminati wisatawan, karena umumnya mereka menganggap museum merupakan bangunan yang menyimpan benda-benda kuno, dan sebagian museum kondisinya kurang terawat.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang terkenal akan potensi pariwisatanya yang selalu dikunjungi wisatawan baik wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus) seperti yang tersaji pada Tabel 1.5.

TABEL 1.5 **JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG** **TAHUN 2008-2012**

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Wisman	175.111	185.076	228.449	225.585	176.855
Wisnus	4.320.634	4.822.532	4.951.439	6.487.239	5.080.584
Total	4.496.145	4.933.790	5.179.888	6.712.824	5.257.439

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2013

Tabel 1.5 menjelaskan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) yang berkunjung ke Kota Bandung dan selalu mengalami perkembangan dari tahun 2008-2011, tetapi pada tahun 2012, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung menurun drastis karena pada tahun tersebut keadaan infrastruktur menuju Kota Bandung kondisinya kurang baik dan terjadi banjir yang diakibatkan oleh hujan yang terus-menerus. Selain hal tersebut, jalan di Kota Bandung dalam kondisi macet sehingga mereka lebih berminat untuk mengunjungi daerah lain. Kota Bandung sebagai salah satu daerah tujuan wisata memiliki berbagai potensi pariwisata yang menarik dikunjungi wisatawan, dan potensi pariwisata di Kota Bandung diantara lain sebagai berikut:

TABEL 1.6
POTENSI PARIWISATA DI KOTA BANDUNG

No	Daya Tarik Wisata dan Tempat Hiburan	Jumlah
1	Museum	20
2	Bangunan Cagar Budaya	201
3	Daya Tarik Wisata	11
4	Lapangan Golf	1
5	Galeri	6
6	Distro	7
7	<i>Mall</i>	11
8	<i>Factory Outlet</i>	9
9	<i>Restaurant</i>	167
10	Sentra Industri	7
11	Gedung Pertunjukan	10
12	Gedung Bersejarah	7

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

13	Taman /Hutan Kota	8
14	Bioskop	11
15	Sauna dan Spa	9
16	<i>Event</i>	43

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2012

Tabel 1.6 menjelaskan potensi pariwisata di Kota Bandung yang menarik wisatawan berkunjung ke Kota Bandung, dan salah satu potensi pariwisata di Kota Bandung adalah museum yang menyimpan banyak kisah, bukti sejarah, hasil penelitian ilmiah yang dilakukan para ilmuwan, dan karya seni hasil para seniman.

Beberapa museum yang ada di Kota Bandung tersebut terdapat ilmu dan pengetahuan yang disertai koleksi benda, hasil karya seni, dan penelitian ilmiah, sehingga museum bisa dijadikan salah satu obyek wisata pendidikan dan sejarah. Setiap museum yang ada di Kota Bandung memiliki karakteristiknya masing-masing sesuai dengan jenis benda dan temanya masing-masing sehingga museum di Kota Bandung terdiri dari museum umum dan museum khusus.

Museum di Kota Bandung selalu dikunjungi oleh wisatawan dan beberapa museum di Kota Bandung yang dikunjungi wisatawan antara lain, Museum Pos Indonesia, Museum Geologi, Museum Konferensi Asia Afrika, Museum Mandala Wangsit Siliwangi, dan Museum Sri Baduga. Berikut Tabel 1.7 yang menjelaskan jumlah kunjungan wisatawan ke beberapa museum di Kota Bandung:

TABEL 1.7
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE BEBERAPA MUSEUM DI
KOTA BANDUNG TAHUN 2012

No	Nama Museum	Jumlah Kunjungan (orang)
1	Museum Geologi	259.053

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2	Museum Pos Indonesia	19.654
3	Museum Konferensi Asia Afrika	109.971
4	Museum Mandala Wangsit Siliwangi	9.731
5	Museum Sri Baduga	84.701
	Total	483.110
	Rata-Rata	96.622

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2013

Tabel 1.7 menjelaskan jumlah wisatawan yang berkunjung ke beberapa museum di Kota Bandung pada tahun 2012, dengan jumlah 483.110 orang. Mereka berkunjung ke museum di Kota Bandung untuk melakukan perjalanan wisata pendidikan dan sejarah disertai dengan rasa ingin tahu yang artinya menambah pengetahuan, menghargai karya budaya bangsa dan rekreasi. Salah satu museum di Kota Bandung yang dikunjungi wisatawan adalah Museum Mandala Wangsit Siliwangi dengan jumlah kunjungan wisatawan terendah, dan Museum Mandala Wangsit Siliwangi perlu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan agar lebih bersaing dengan museum lainnya di Kota Bandung.

Museum Mandala Wangsit Siliwangi memiliki berbagai koleksi benda yang digunakan oleh pasukan Kodam Siliwangi, mulai dari senjata primitif seperti tombak, panah, keris kujang, dan bom molotov, sampai dengan senjata modern seperti panser rel (buatan Indonesia), meriam, dan kendaraan lapis baja. Museum ini juga memamerkan koleksinya secara *out door*, seperti berbagai peralatan perang yang diantaranya *tank*, *panser*, dan *canon*. *Storyline* atau jalan peristiwa tata pameran museum Mandala Wangsit Siliwangi terdiri dari peristiwa Palagan Bandung, Perang Kemerdekaan, dan Perang Pasca-Kemerdekaan yang disertai dengan keterangannya. Salah satu hal yang menarik dari Museum Mandala

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Wangsit Siliwangi yaitu berbagai koleksi benda beserta sejarahnya. Jumlah pengunjung yang datang ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dan kenaikan jumlah pengunjung tersebut tidak selalu signifikan seperti yang tersaji pada Tabel 1.8.

TABEL 1.8
JUMLAH PENGUNJUNG YANG DATANG KE
MUSEUM MANDALA WANGSIT SILIWANGI TAHUN 2007-2012

	Tahun					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Siswa (TK, SD, SMP, SMA)	2.570	4.567	4.938	3.174	4.106	8.335
Mahasiswa	139	768	538	321	388	516
Umum	723	828	789	1.913	1.170	500
TNI	537	329	276	1.291	1.059	213
Wisman	13	101	113	76	87	88
Jumlah	3.979	6.593	6.598	6.782	6.810	9.731
Persentase Kenaikan (%)		65,7%	0,07 %	2,79%	0,41%	42,9%

Sumber: Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi 2013

Tabel 1.8 menjelaskan jumlah pengunjung yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi mengalami kenaikan yang sangat signifikan pada tahun 2008 dengan presentase kenaikan yang sangat besar sedangkan pada tahun 2008-2011, jumlah pengunjung tidak mengalami peningkatan yang signifikan seperti tahun sebelumnya, dan ini terbukti dengan penurunan jumlah persentase kenaikan jumlah pengunjung yang jauh lebih kecil. Penurunan jumlah persentase kenaikan kunjungan wisatawan ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi juga disebabkan oleh bertambahnya daya tarik wisata lainnya yang lebih menarik dan diminati wisatawan. Pada tahun 2012 jumlah pengunjung yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi mengalami peningkatan dengan jumlah

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

persentase kenaikan yang cukup besar, dan ini terjadi karena banyak pengunjung yang mengisi liburan panjangnya dengan berkunjung ke museum, dan mereka didominasi oleh siswa. Selain itu, pihak Museum Mandala Wangsit Siliwangi melakukan kerjasama dengan pihak pemerintah dan swasta dalam menarik pengunjung yang lebih banyak dan waktu museum tersebut menerima dan melayani pengunjung ditambah menjadi setiap hari dari yang sebelumnya hanya menerima dan melayani pengunjung setiap hari Senin sampai Jumat.

Menurut Penata Museum Mandala Wangsit Siliwangi, Bapak Ucu beserta staf lainnya bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi, masih di bawah rata-rata jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Kota Bandung, dan beliau beserta staf lainnya juga mengharapkan jumlah kunjungan wisatawan ke museum tersebut meningkat setiap tahunnya sesuai target yang diinginkan yaitu 10.000 pengunjung dan mengungguli rata-rata jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Kota Bandung pada umumnya, tetapi pada faktanya jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi saat ini belum mencapai target yang diinginkan. (Wawancara dengan Staf Museum Mandala Wangsit Siliwangi, Januari 2013)

Pengunjung yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi umumnya rombongan lembaga sekolah yang didampingi gurunya sebagai pihak yang mengambil keputusan berkunjung. Berikut jumlah rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

TABEL 1.9

Arya Nugraha Soepardi, 2013
 Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**JUMLAH ROMBONGAN LEMBAGA SEKOLAH YANG BERKUNJUNG
KE MUSEUM MANDALA WANGSIT SILIWANGI TAHUN 2008-2012**

Tahun	Jumlah (orang)	Jumlah Rombongan (Sekolah)
2008	4.567	26
2009	4.938	30
2010	3.174	18
2011	4.106	23
2012	8.335	40

Sumber: Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi, 2013

Tabel 1.9 menjelaskan jumlah rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Pada tahun 2008-2009 jumlah rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke museum tersebut mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2010 jumlah rombongan lembaga sekolah mengalami penurunan karena mereka lebih berminat berkunjung ke daya tarik wisata lain di Kota Bandung. Pada tahun 2011-2012, jumlah kunjungan rombongan lembaga sekolah mengalami peningkatan yang signifikan, karena mereka lebih sering mengisi waktu liburannya dengan berkunjung ke museum. Pada hal ini, guru mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) berperan sebagai pihak yang memutuskan rombongan lembaga sekolah untuk berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Hal ini terjadi, karena keberadaan Museum Mandala Wangsit Siliwangi beserta isinya berkaitan dengan salah satu materi mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS).

Jumlah kunjungan ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi masih dibawah rata-rata dan tidak mencapai target karena Museum Mandala Wangsit Siliwangi kurang atraktif dengan pengelolaannya seadanya, dan ini terbukti dengan kondisi

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

fasilitas di museum tersebut tidak terawat seperti keadaan atap gedung museum yang mulai runtuh dan bocor, serta penerangan lampu yang kurang jelas atau redup sehingga dapat mengganggu kenyamanan pengunjung yang datang ke museum tersebut dan dengan keadaan museum yang seperti ini, dikhawatirkan akan mengurangi minat serta jumlah pengunjung yang berkunjung ke museum tersebut. Beberapa pengunjung juga berkomentar Museum Mandala Wangsit Siliwangi kurang sekali mendapatkan perawatan, dan ini dibuktikan dengan bagian dalam gedung museum tersebut dalam keadaan lembab, bahkan ada beberapa bagian atap yang bocor saat hujan, serta penerangan pada museum tersebut yang tidak memadai, dan pengunjung yang datang juga berharap museum tersebut diperbaiki secara teknis. (<http://www.mahanagari.com>).

Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi berusaha untuk menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung melakukan pengembangan produk wisata agar produk yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung. Middleton, Fyall, dan Morgan (2009:139) berpendapat produk wisata harus dirancang secara berkelanjutan dan menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan dan harapan wisatawan atau pengunjung sehingga mereka memutuskan membeli produk tersebut.

Pengembangan produk Museum Mandala Wangsit Siliwangi dilakukan terhadap komponen produk wisata menurut Middleton, Fyall, dan Morgan (2009: 122) diantaranya: atraksi dan lingkungan destinasi, layanan dan fasilitas destinasi, aksesibilitas, *image* dan persepsi, dan harga. Berikut upaya pengembangan produk

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wisata yang dilakukan Museum Mandala Wangsit Siliwangi seperti yang tersaji pada Tabel 1.10.

TABEL 1.10
PENGEMBANGAN PRODUK WISATA YANG DILAKUKAN MUSEUM
MANDALA WANGSIT SILIWANGI

Komponen Produk Wisata	Pengembangan Produk
Atraksi dan Lingkungan Destinasi	<ul style="list-style-type: none"> • Menata tata letak koleksi benda • Memperbaiki salah satu koleksi benda yaitu mobil ambulan yang digunakan mengangkut mayat-mayat korban DI/TII • Meningkatkan perawatan dan pembersihan terhadap koleksi benda
Layanan dan Fasilitas Destinasi	<ul style="list-style-type: none"> • Siliwangi menyediakan tempat yang menjual cinderamata. • Memberikan pelatihan terhadap pemandu dan staf agar lebih professional dalam melayani pengunjung • Menambah waktu menerima dan melayani kunjungan menjadi setiap hari dari yang sebelumnya hanya menerima dan melayani pada hari senin sampai jumat
Aksesibilitas Destinasi	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi museum strategis dan semakin ramai serta bertambahnya jumlah akomodasi sehingga pengunjung yang melakukan perjalanan dapat berkunjung ke museum tersebut dengan mudah • Bekerja sama dengan pihak pemerintah, dan swasta untuk melakukan pemasaran
Image dan persepsi	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perbaikan dan peningkatan terhadap layanan yang diberikan secara bertahap • Bekerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta sebagai salah satu upaya pemasaran
Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan tarif untuk masuk ke museum yang cukup terjangkau sebesar Rp. 2500,- sebagai partisipasi pengunjung dan perawatan museum

Sumber: Museum Mandala Wangsit Siliwangi, 2013

Pengembangan produk wisata yang dilakukan Museum Mandala Wangsit Siliwangi diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke museum tersebut

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sesuai dengan target yang ditentukan. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Museum Mandala Wangsit Siliwangi, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pengembangan produk wisata yang terdapat di Museum Mandala Wangsit Siliwangi
2. Bagaimana tingkat keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
3. Bagaimana pengaruh pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada latar belakang di atas maka tujuan penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut

1. Mengetahui gambaran pengembangan produk wisata yang terdapat di Museum Mandala Wangsit Siliwangi
2. Mengetahui tingkat keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
3. Mengetahui gambaran pengaruh pengembangan produk wisata terhadap tingkat keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan latarbelakang masalah di atas dan disertai dengan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya teori yang berkaitan dengan pengembangan produk wisata serta keputusan berkunjung bisnis atau organisasi dan penelitian ini juga dapat berguna untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan teori pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan masukan kepada pihak pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi dalam mengembangkan produk wisata yang ditawarkan sebagai upaya mempengaruhi pengunjung untuk melakukan keputusan berkunjung ke museum tersebut, dan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber oleh pengelola museum tersebut dalam mengembangkan serta memasarkan produk wisata museum tersebut sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.