

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sumber daya pariwisata saat ini sangat diperhatikan oleh setiap negara di dunia, dikarenakan pariwisata merupakan sumber daya yang tidak akan habis tidak seperti sumber daya minyak dan gas. UNWTO merupakan organisasi pariwisata dunia yang berfokus dan mempromosikan secara bertanggung jawab, berkelanjutan dan dapat diakses secara universal. Pelaksanaan kode etik pariwisata dan memaksimalkan kontribusi sosial ekonomi pariwisata dan meminimalkan dampak negatif merupakan tujuan yang diharapkan oleh setiap negara di dunia.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang dapat bersaing dengan potensi pariwisata negara lain, hal itu dibuktikan oleh data yang disebutkan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia pada tahun 2016 sebagai berikut Kekuatan pariwisata yang terdapat di Indonesia ada tiga unsur yakni alam, budaya, dan *man-made*. Untuk alam potensinya 60%, budaya 35% (untuk wisata *heritage* dan religi), Untuk *man-made* 5% wisata MICE dan *event* serta wisata olahraga maupun wisata kawasan terpadu. Faktor-faktor tersebut menjadikan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang signifikan setiap tahunnya. Berikut perkembangan angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia:

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE
INDONESIA TAHUN 2011 - 2015

Tahun	Jumlah Kunjungan/Orang	Persentase Kenaikan (%)
2011	7.649.731	-
2012	8.044.462	5,1 %
2013	8.802.129	9,4%
2014	9.435.411	7,2 %
2015	10.406.759	10,3%

Sumber :Badan Pusat Statistik, 2016

Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2012 kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 8.044.462 orang atau 5,1%. Tahun 2013 mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 8.802.129 orang atau naik sekitar 9,4%. Tahun 2014 kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan dengan jumlah keseluruhan 9.435.411 orang atau sebesar 7,2%, kenaikan ini melebihi target kunjungan yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh KEMENPAR yaitu sebesar 9,3 juta. Tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan kembali dengan jumlah keseluruhan yaitu 10.406.759 orang atau naik 10,3%.

Menurut Kementerian Pariwisata Indonesia tahun 2016, Terdapat 16 daerah yang menyerap 90% wisatawan domestik dan mancanegara, diantaranya yaitu Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Batam, Bali, Toba, Krakatau, Lombok, Tanah Toraja, Semarang, Jawa, Sumatera Barat, Manado, Sangalaki, Komo dan Kupang. Posisi pertama ditempati oleh Bali. Selain itu, Jawa merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara, hal tersebut sedikit dipengaruhi secara historis yaitu Pulau Jawa dianggap sebagai jantung Indonesia.

Berikut adalah tabel 1.2 mengenai daya tarik wisata yang terdapat di daerah Jawa Barat.

TABEL 1.2
DAYA TARIK WISATA DI JAWA BARAT

Jenis Wisata	Daya Tarik Wisata
Wisata	Museum Konperensi Asia Afrika, Museum Gelologi Bandung, Museum
Sejarah	Sri Baduga Bandung, Museum Mandala Wangsit Siliwangi Bandung, Museum Zoology Bogor, Museum Bojong Kokosan, Museum Barli, Cipanas Ebotanic Bogor, Istana Presiden, Istana Presiden Bogor, Benteng Speelwijk Banten, Mercusuar Anyer Kidul, Museum Iptek, Itb Bandung, Museum Iptek Pariangan Bandung, Museum Pt Pos Indonesia Bandung, Gedung Sate.
Wisata	Galeri Iptek & Teater Kubah Bandung, Taman Pusat Kerajinan
Budaya	Cibaduyut & Cihampelas Bandung, Taman Hutan Raya IR. H. Djuanda, Masyarkat Badui (Rangkas Bitung), Masjid Agung Banten, Kraton

Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

Jenis Wisata	Daya Tarik Wisata
	Kanomani Cirebon, Budaya Jawa Barat Bandung, Meriam Kuni Ki Amuk Banten, Pusat Industri Batik Trusmi Cirebon, Candi Cangkurang Garut, Kampung Naga Garut, Kraton Kesepuhan Cirebon, Terobong Bintang (Boscha), Pusat Kerajinan Raja Polah Tasik, Taman Makam Pahlawan Nasional Cut Nyak Dhien Sumedang, Komplek Makam Sunan Gunung Jati Cirebon, Candi Cangkuang Banten, Kraton Surosowan Banten,
Wisata Alam	Pantai Batu Hiu, Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor, Grand Canyon
Dan Taman	Pangandaran, Hutan Cagar Alam Pangandaran, Pantai Pangandaran,
Rekreasi	Kawah Tangkuban Parahu, Kebun Raya Bogor, Air Panas Ciater,
Buatan & Alami	Maribaya, Pasundan Plaza Bandung, Babakan Siliwangi Bandung, Kawah Kamojang, Kawah Papandayan, Kebun Raya Cibodas, Camping Area Racahan (Mandala Kitri), Pantai Santolo, Gunung Gede, Pantai Pelabuhan Ratu, Pantai Ujung Genteng, Teluk Banten, Pantai Florida/Suralaya/Salira Indah Meraj, Floating Market Lembang, Pantai Karang Bolong, Pantai Carita, DAM Jatiluhur, Pantai Batu Karas, Taman Buah Mekar Sari Bogor, Cagar Alam Ujung Kulon.

Sumber : *Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat (diolah peneliti), 2017*

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat memiliki daya tarik wisata yang potensial dan dapat bersaing di bidang industri pariwisata sekaligus menjadi aset dan modal berharga bagi Indonesia. Bandung merupakan Ibu Kota Jawa Barat yang memiliki daya tarik wisata beragam. Mulai dari wisata sejarah, wisata belanja wisata kuliner, wisata alam, wisata buatan sampai wisata religi.

Pusat Kota Bandung tidak diragukan lagi dalam bidang pariwisata, daya tarik yang disuguhkan dari mulai wisata edukasi hingga wisata belanja tersedia di Kota Bandung. Berikut adalah Tabel 1.3 mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung dari tahun 2011 – 2015 :

TABEL 1.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG TAHUN
2010 – 2015

TAHUN	PENGUNJUNG		Total/Orang	Tingkat Pertumbuhan (%)
	WISNUS	WISMAN		
2010	4.951.439	228.449	5.179.888	-
2011	6.487.239	225.585	6.712.824	29,59%
2012	5.080.584	176.855	5.257.439	23,57%
2013	5.388.292	176.432	5.564.724	5,84%
2014	5.627.421	180.143	5.807.564	4,36%
2015	5.877.162	183.932	6.061.094	4,36%

Sumber : *Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat (diolah peneliti), 2016*

Dari data jumlah kunjungan wisatawan di Bandung tahun 2010-2015 tersebut dapat diketahui tahun 2011 mengalami kenaikan yang sangat pesat yaitu dengan jumlah 6.712.824 wisatawan atau naik sebesar 29,59% dibanding dengan tahun sebelumnya yakni sebanyak 5.179.888 wisatawan. Pada tahun 2012 jumlah wisatawan yang datang ke Bandung mengalami penurunan dengan jumlah wisatawan baik nusantara ataupun mancanegara dengan jumlah keseluruhan sebanyak 5.257.439 wisatawan atau turun sebesar 23,57%, dan pada tahun 2013 mengalami sedikit peningkatan dengan jumlah wisatawan mencapai 5.564.724 wisatawan atau naik sebesar 5,84%. Pada tahun 2014 jumlah wisatawan yang berwisata ke Bandung mengalami sedikit peningkatan kembali dengan jumlah sebanyak 5.807.564 wisatawan atau naik sebesar 4,36%, dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah kunjungan kembali dengan jumlah sebanyak 6.061.094 wisatawan atau naik sebesar 4,36%. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan wisatawan nusantara atau mancanegara berkunjung ke Kota Bandung, antara lain Kota Bandung memiliki jenis daya tarik wisata yang beragam.

Provinsi Jawa Barat memiliki berbagai museum yang tersebar di beberapa daerah seperti Bandung, Sumedang, Bogor, Kab. Kuningan, Kab. Karawang, Kota Cirebon, kab. Cirebon, Kab. Ciamis, Subang, dan Kab. Sukabumi. Museum Konperensi Asia Afrika merupakan museum yang

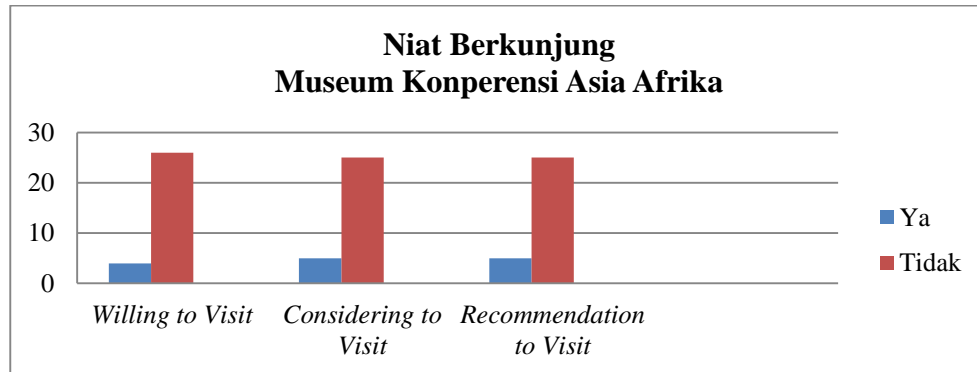
Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

memiliki karakter dan berfokus pada nilai-nilai mengenai konperensi asia afrika, tidak berfokus pada koleksi seperti museum biasanya.

Adapun hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti mengenai niat berkunjung wisatawan ke Museum Konperensi Asia Afrika adalah sebagai berikut:



Sumber :Pra-Penelitian 2017

GAMBAR 1.1 **PRA-PENELITIAN NIAT BERKUNJUNG DI** **MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA**

Peneliti membagi hasil pra penelitian mengenai niat berkunjung di Museum Konperensi Asia Afrika menjadi tiga bagian yaitu yang terdiri dari *Willing to visit*, *considering to visit*, and *recommendation to visit*. Pra penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuisisioner kepada 30 responden. Untuk hasil *Willing to visit* yaitu sebanyak 4 responden menjawab ya atau sekitar 13,33% dan yang menjawab tidak sebanyak 26 responden atau sekitar 83,67%. Untuk hasil *Considering to visit* yaitu sebanyak 5 responden menjawab ya atau 17% dan yang menjawab tidak sebanyak 25 responden atau sekitar 83%. Untuk hasil *Recommendation to visit* yaitu sebanyak 5 responden menjawab ya atau 17% dan yang menjawab tidak sebanyak 25 responden atau sekitar 83%. Dapat disimpulkan dari hasil pra penelitian bahwa niat berkunjung wisatawan di Museum Konperensi Asia Afrika bisa dikatakan sangat rendah.

Adapun Penelitian terdahulu menjelaskan mengenai niat untuk berkunjung ke museum di Indonesia rendah. Penelitian yang berjudul *Survey*

Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

Report On Indonesian Museum Visit (Mashita Fandia, 2016) dari populasi yang berjumlah 53 juta orang, sampel 3000 orang yang terdiri dari laki-laki 45,57% dan perempuan 52,43%. Berdasarkan letak geografis terdiri dari 53% di dalam pulau Jawa, 30% JABODETABEK dan 17% luar pulau Jawa. Hasil penelitian menyebutkan hanya 31,24% yang menjadikan museum sebagai tujuan utama untuk di kunjungi ketika berwisata. 48,96% dari jumlah responden tidak pernah berkunjung ke museum di tahun 2016. Jika dilihat dari hasil tersebut niat wisatawan untuk mengunjungi museum sangat rendah sekali, dan bahkan sekarang museum bukan lagi menjadi tempat tujuan utama untuk berwisata.

Berikut tabel 1.4 mengenai data kunjungan wisatawan di Museum Konperensi Asia Afrika mulai dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 1.4:

TABEL 1.4
DATA JUMLAH KUNJUNGAN MUSEUM KONPERENSI ASIA
AFRIKA TAHUN 2012-2016

TAHUN	WISATAWAN GROUP	WISATAWAN INDIVIDU NUSANTARA	WISATAWAN MANCANEGERA
2012	149.612	56.506	8.291
2013	120.270	58.318	9.548
2014	110.316	34.632	7.898
2015	116.746	89.964	5.537
2016	178.068	76.396	6.979

Sumber : *Museum Konperensi Asia Afrika 2017*

Berdasarkan tabel 1.4, dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Museum Konperensi Asia Afrika pada tahun 2012 sampai tahun 2016 mengalami fluktuatif. Tahun 2016 kunjungan wisatawan individu nusantara mengalami penurunan jumlah kunjungan sebanyak 13.569 wisatawan.

Kegiatan promosi mempunyai fungsi untuk menginformasikan dan mengingatkan seluruh masyarakat mengenai produk, jasa atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat luas. Adapun Program promosi yang dilakukan oleh Museum Konperensi Asia Afrika diantaranya melalui perbaikan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, melalui media

Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

cetak maupun elektronik seperti bekerjasama dengan stasiun berita baik cetak ataupun elektronik, membuat museum virtual resmi, melalui media sosial *twitter* dan membuat komunitas sahabat museum KAA.

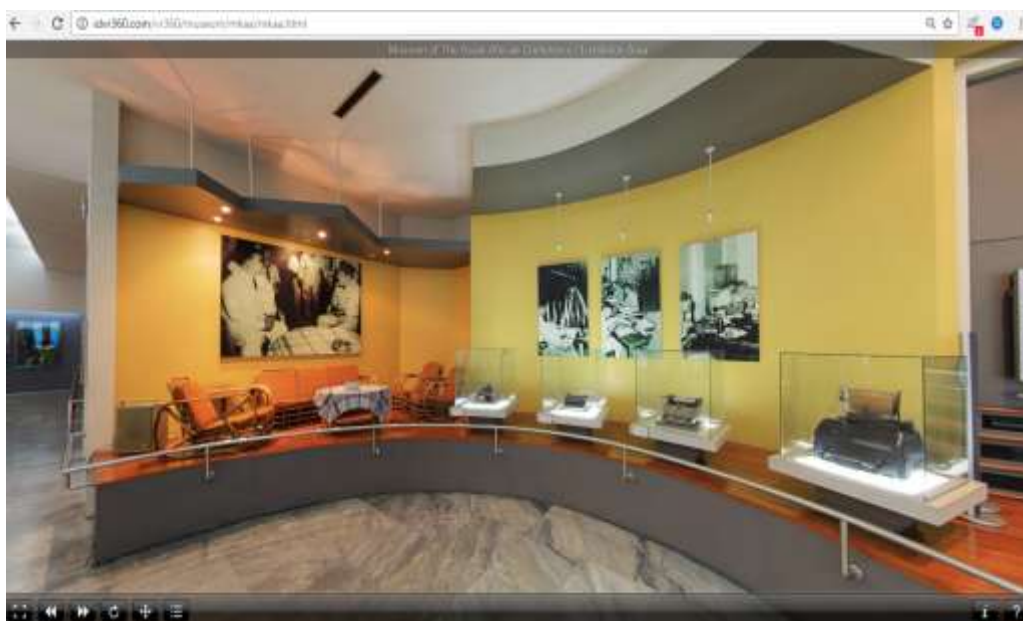
Keberadaan museum belum mampu menunjukkan nilai-nilai koleksi yang tersimpan kepada publik. Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-Nilai Konperensi Asia Afrika mengatakan bahwa pentingnya media untuk mempromosikan mengenai nilai-nilai yang terdapat di museum yaitu dengan cara mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti teknologi yang sedang berkembang.

Museum sekarang berubah konsep dan pandangan dari yang dianggap menakutkan dan membosankan menjadi menyenangkan dan menghibur dengan adanya Museum Virtual. Hiburan adalah kunci utama untuk mengubah museum menjadi tempat dimana nilai-nilai budaya terdahulu dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sekarang secara tidak langsung. Mengutamakan penggunaan multimedia khususnya media aplikasi berbentuk simulasi virtual ini diupayakan untuk meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung.

Museum virtual atau museum maya belum banyak dikenal di negara berkembang. Negara-negara maju sudah membuat dan mengembangkan museum virtual. Museum virtual memiliki nama lain seperti *musuem online*, museum digital dan museum elektronik. Museum virtual sering kali dijadikan acuan pengunjung dalam mencari informasi dan kegiatan *survey*. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-nilai Konperensi Asia Afrika didapatkan informasi bahwa dalam rangka mengenalkan dan mempromosikan produk, jasa serta fasilitas yang dimiliki Museum Konperensi Asia Afrika, Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-Nilai Konperensi Asia Afrika mengatakan bahwa museum virtual terdapat di dalam *WEB* Museum Konperensi Asia Afrika. Untuk alamat *WEB* Museum Konperensi Asia Afrika yaitu <http://asianafrikanmuseum.org/> sedangkan untuk museum virtual yaitu <http://idvr360.com/vr360/museum/mkaa/mkaa.html>.

Museum Virtual Konperensi Asia Afrika menggunakan teknologi 360 DVR,
Agus Kuswandi, 2017
MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

tahun 2016 jumlah pengunjung Museum Virtual Konperensi Asia Afrika sebanyak 386.873 kunjungan dan jumlah total pengunjung virtual museum ini dari tahun 2012 sampai dengan 2016 adalah 1.603.574 pengunjung, dengan rincian wisatawan nusantara berjumlah 1.201.008 orang, wisatawan asing berjumlah 209.422 orang dan sisanya tidak tercatat oleh *database* dikarenakan situs museum virtual sudah terbuka tidak harus log-in terlebih dahulu. Hal tersebut dalam rangka untuk meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung ke museum asli. Namun, angka kunjungan ke museum virtual dan museum asli masih kurang dari yang ditargetkan. Berikut penampilan museum virtual resmi Museum Konperensi Asia Afrika pada Gambar 1.2



Sumber : *Museum Virtual Konperensi Asia Afrika, 2017*

GAMBAR 1.2 **MUSEUM VIRTUAL KONPERENSI ASIA AFRIKA**

Museum virtual memiliki kelebihan untuk memperkenalkan, menginformasikan dan mempromosikan. Pentingnya penggunaan museum virtual dalam upaya mempromosikan museum dikarenakan efektif dalam hal penyampaian informasi dan efisien dalam biaya yang dikeluarkan yaitu tidak mahal. Disisi lain niat merupakan hal yang sangat penting dalam memutuskan

Agus Kuswandi, 2017

MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL

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

suatu tindakan seperti melakukan suatu kunjungan atau pembelian. Dengan niat yang semakin tinggi untuk berkunjung diharapkan nantinya akan melakukan suatu kunjungan nyata.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh penggunaan Museum Virtual yang dimiliki Museum Konperensi Asia Afrika dalam rangka meningkatkan niat berkunjung wisatawan. Maka dari itu judul penelitian ini adalah **MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA MELALUI MUSEUM VIRTUAL** (*Survey Terhadap Wisatawan Nusantara Museum Konperensi Asia Afrika Yang Pernah Berkunjung Ke Museum Virtual Konperensi Asia Afrika*).

1.2. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai museum virtual di Museum Konperensi Asia Afrika.
2. Bagaimana gambaran mengenai niat berkunjung di Museum Konperensi Asia Afrika.
3. Bagaimana pengaruh penggunaan museum virtual terhadap niat berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Museum Konperensi Asia Afrika.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai museum virtual di Museum Konperensi Asia Afrika.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai niat berkunjung wisatawan ke Museum Konperensi Asia Afrika.
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh penggunaan museum virtual terhadap niat berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Museum Konperensi Asia Afrika.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang akademik, menambah ilmu pemasaran mengenai pengaruh penggunaan museum virtual terhadap niat berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Museum Konperensi Asia Afrika.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak pengelola Museum Konperensi Asia Afrika dalam mengembangkan museum virtual yang dimilikinya.