

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Revisit intention atau niat untuk berkunjung kembali terjadi karena para pengunjung memperoleh kesan yang baik dari perjalanan pertamanya sehingga, membentuk niat untuk berkunjung kembali pada masa yang akan datang. Niat untuk berkunjung kembali merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha tentunya di bidang pariwisata untuk dijadikan acuan dalam membuat strategi pemasaran (Yoon & Uysal, 2005). Terdapat banyak daya tarik wisata yang mengandalkan strategi pemasaran untuk menarik para pengunjung yang pernah berkunjung sebelumnya, sehingga nantinya akan berdampak pada keuntungan jangka panjang. Hal tersebut tentunya merupakan sebuah gambaran tentang suksesnya suatu destinasi atau tempat wisata dalam memberikan kesan bagi para pengunjungnya (Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003).

Niat untuk berkunjung kembali pertama kali dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan secara langsung pada keseluruhan rangkaian perjalanan yang dirasakan pada saat awal kunjungan. Niat untuk berkunjung kembali juga kemungkinan terbentuk oleh upaya promosi yang dilakukan sebuah destinasi untuk membangkitkan ingatan positif seorang pengunjung pada saat melakukan perjalanannya (Oppermann, 2000). Ingatan positif yang didapatkan oleh pengunjung merupakan ciptaan dari proses serangkaian perjalanan yang menyenangkan. Seperti yang diungkapkan oleh (Song, Su, & Li, 2013) bahwasannya ingatan positif atau sebuah nilai yang dirasakan oleh seorang pengunjung akan membentuk niat untuk berkunjung kembali. Hal tersebut dapat diartikan bahwa ketika pengunjung mendapatkan sesuatu yang dinilai pantas atas semua uang yang di belanjakannya, maka mereka bersedia untuk merekomendasikan destinasi yang telah mereka kunjungi kepada teman maupun saudara mereka (Ross, 1993). Kalimat tersebut juga didukung oleh pernyataan yang dibuat oleh (Oppermann, 1998) yaitu, "jika pengunjung senang dengan pilihan tujuan sebelumnya (atau bahkan masa lalu), mereka mungkin tidak akan mencari informasi mengenai tujuan berikutnya". (Gitelson & Crompton, 1984)

mengemukakan bahwa ada 5 faktor yang dapat memotivasi seseorang untuk mengunjungi kembali, yakni: mengurangi resiko pengalaman yang tidak memuaskan, ada jaminan bahwa mereka akan menemukan ‘jenis orang’ mereka, ikatan emosional masa kecil, untuk mengalami beberapa aspek dari tujuan yang telah dihilangkan pada kesempatan sebelumnya, dan yang terakhir untuk mengekspose orang lain dengan pengalaman memuaskan yang dimiliki oleh pengunjung. Kepuasan pelanggan dalam hal ini tentunya dapat diciptakan oleh pelayanan yang diberikan seorang pemandu wisata.

Pemandu wisata merupakan karyawan baris depan yang penting dalam industri pariwisata yang memainkan banyak peran untuk berkontribusi dan juga meningkatkan pengalaman pengunjung (Huang, Hsu, & Chan, 2010). Layanan pemandu wisata merupakan salah satu layanan utama yang disediakan oleh pihak destinasi maupun tour travel, dan telah terbukti dalam menjelaskan kepuasan dengan keseluruhan pengalaman perjalanan yang ada dalam paket wisata (Huang, Hsu, & Chan, 2010). Hubungan antara kinerja layanan seorang pemandu wisata, kepuasan pengunjung dan niat perilaku telah diperiksa oleh para peneliti pariwisata (Geva & Goldman, 1991). Penelitian sebelumnya tentang kinerja layanan pemandu wisata sebagai salah satu faktor penting bagi kepuasan pengunjung (Huang, Hsu, & Chan, 2010).

Seorang pemandu wisata mempunyai peran yang berbeda di sepanjang perjalanan tur, mereka memberikan informasi, mereka menjadi instruktur, mereka menjadi motivator, mereka menjadi penghibur dan juga mereka merupakan pimpinan selama tur berlangsung (Holloway, 1981). Selama menjadi itu semua, pemandu wisata bertanggung jawab untuk membuat suasana yang positif dan juga dituntut untuk menciptakan suasana yang hangat selama berada dalam tur. Karena, pemandu wisata mempunyai kemampuan pengetahuan akan apa yang ada di dalam destinasi, tentunya pengunjung akan bergantung kepadanya dan bertanya pada semua aspek yang pengunjung ingin tahu. Hal tersebut tentunya membutuhkan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang pengunjung kepada pemandu wisatanya. Maka dari itu seperti yang dikatakan (Mossberg, 1995) bahwa penting bagi seorang pemandu wisata dalam membangun persepsi yang baik kepada pengunjung dalam keseluruhan tur.

Kualitas layanan pemandu wisata dapat dianggap sebagai penilaian secara keseluruhan yang dibuat oleh pengunjung (Laureiro & Gonzalez, 2008). Pengalaman pengunjung pada layanan yang diberikan oleh seorang pemandu wisata yang berkualitas merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepercayaan pengunjung (Ha, 2004). Oleh karena itu, pemandu wisata yang memberikan layanan yang berkualitas (misalnya: memberikan informasi, menafsirkan benda sejarah, menangani masalah, dan memberikan jalan keluar bagi pengunjung yang bingung dengan apa yang ada di sebuah destinasi) pada sepanjang perjalanan tur, hal tersebut tentunya akan membentuk sebuah pengalaman yang positif (Ap & Wong, 2001). Kualitas layanan yang diberikan oleh seorang pemandu wisata tidak hanya membentuk pengalaman saja tetapi juga mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali ke sebuah destinasi yang sama dimasa yang akan datang (Huang, Weiler, & Assaker, 2015).

Museum Geologi adalah salah satu museum terbesar yang ada di Kota Bandung. Museum Geologi berlokasi di Jl. Diponegoro No. 57, Cibeunying Kaler, Kota Bandung. Museum yang saat ini di kelola oleh Kementerian ESDM diresmikan pada tanggal 16 mei 1929. Museum ini difungsikan sebagai tempat untuk menyimpan hasil dari pernelitian seperti fosil, batuan serta bahan mineral lainnya.

Museum Geologi sudah dikenal sejak lama oleh pengunjung dan juga menjadi tempat wisata edukasi favorit yang ada di Kota Bandung. Ini dapat dibuktikan dengan banyaknya sekolah yang menjadikan Museum Geologi tempat untuk pembelajaran lapangan (Kompas, 2015). Pada setiap ruangan museum terdapat berbagai macam koleksi seperti batuan, mineral, meteroit, fosil dan artefak. Namun, terdapat beberapa koleksi yang menjadi daya tarik utama yaitu fosil manusia purba *Homo erectus*, fosil gajah purba *Stegodon trigonocephalus* dan replika fosil dinosaurus paling ganas *Tyrannosaurus rex*. Bahkan daya tarik dari fosil *Tyrannosaurus rex* memiliki dampak positif pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Museum Geologi Bandung meningkat setiap tahun (Bisnis Wisata, 2015). Selain itu, koleksi yang dimiliki oleh Museum Geologi mempunyai nilai sejarah untuk kemudian dipelajari lebih lanjut guna menjadi ilmu pengetahuan baru bagi setiap pengunjung. Ditinjau dari data yang didapat

yang dilakukan setelah pra-survei penelitian, berikut merupakan laporan dari jumlah pengunjung yang dimiliki oleh Museum Geologi selama 3 tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kunjungan Pengunjung Ke Museum Geologi Bandung Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Kunjungan
2017	2.097.260
2018	1.456.001
2019	1.011.100

Sumber: Museum Geologi Bandung

Tabel 1.1 merupakan data kunjungan selama 3 tahun terakhir jumlah kunjungan yang dilakukan oleh pengunjung di Museum Geologi. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung di Museum Geologi mengalami penurunan yang cukup drastis. Jumlah tersebut diiringi oleh pernyataan yang didapat dari hasil wawancara dengan salah satu pemandu wisata pada saat pra-survei, dikatakan bahwa kendala saat ini yang mereka hadapi yaitu pada saat adanya pengunjung grup. Karena keterbatasan jumlah pemandu wisata yang dimiliki Museum Geologi, apa yang mereka paparkan menjadi tidak maksimal.

Di sisi lain, jika ada seorang pengunjung di luar grup meminta layanan pemandu wisata dan pemandu tersebut tidak ada maka pengunjung itu menjadi tidak puas akan kunjungannya ke museum. Ini selaras dengan ulasan yang diberikan oleh Shanty (Kumpan, 2018), dikatakannya “*sayangnya jumlah pemandu wisata masih terbatas. Padahal jika jumlahnya memadai pengunjung bisa mendapatkan sesuatu dari Museum Geologi*”. Pada Tripadvisor (2020) juga ditemukan ketidakpuasan pengunjung yang diakibatkan oleh pemandu wisata. Berikut merupakan ulasan yang diberikan oleh pengunjung yang mengunjungi Museum Geologi yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Ulasan Pengunjung Museum Geologi

Sumber: Tripadvisor, 2020

Ulasan tersebut menggambarkan bahwa pelayanan pemandu wisata juga menjadi salah satu hal yang dinilai oleh wisatawan dalam pengalamannya. Sejalan dengan hal tersebut, beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa layanan interpretasi pemandu wisata memiliki dampak signifikan pada niat perilaku pengunjung di masa depan (Huang, Weiler, & Assaker, 2015; Kuo, Chang, Cheng, & Lin, 2016). Penilaian positif pengunjung dengan layanan interpretasi tidak hanya meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan, tetapi juga meningkatkan niat kunjungan masa depan mereka (Huang et al., 2015; Lee, 2009).

Ketersediaan interpretasi personal pada sebuah daya tarik wisata yang khusus menyajikan berbagai koleksi budaya dan sejarah seperti museum dibutuhkan guna membantu pengunjung untuk dapat memahami arti, cerita, dan makna pada koleksi yang ditampilkan. Jika dibandingkan dengan interpretasi non-personal, berikut beberapa kelebihan dari interpretasi personal yang dikutip dari Logan (2005), seperti bersifat interaktif atau dalam kata lain pengunjung dapat mengajukan pertanyaan dan pemandu wisata langsung dapat menjawab serta menyampaikan informasi dengan lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Selain itu, pengunjung dapat mengetahui fakta dengan jelas dan meminimalisir kesalahpahaman suatu informasi yang sudah dijelaskan oleh pemandu wisata.

Berdasarkan seluruh paparan yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan pemandu wisata serta pengaruhnya terhadap niat berkunjung kembali khususnya di Museum

Geologi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Interpretasi Personal Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Museum Geologi Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana pengaruh pelayanan interpretasi personal terhadap niat untuk berkunjung kembali di Museum Geologi Bandung?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh niat untuk berkunjung kembali mengenai pelayanan interpretasi personal yang terjadi di Museum Geologi Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan khususnya bidang kepariwisataan mengenai pelayanan interpretasi personal dan pengaruhnya serta menjadi tambahan referensi pustaka bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Bagi praktisi, diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk pengembangan kawasan wisata khususnya mengenai pelayanan interpretasi personalnya.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian akan disusun dalam lima bab yang masing-masing memiliki pembahasan yang terfokus tetapi saling berkaitan satu sama lainnya. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut.

1. BAB I – Pendahuluan

Pada pendahuluan berisikan latar belakang yang melandasi penelitian mengenai pengaruh pelayanan interpretasi personal terhadap niat untuk berkunjung kembali di museum geologi bandung, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II – Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan pustaka berisikan kajian teori para ahli maupun penelitian sebelumnya terkait dengan pelayanan interpretasi personal, niat berkunjung kembali, dan museum. Selain itu, pada bab ini juga terdapat hubungan pelayanan interpretasi dengan niat berkunjung kembali, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

3. BAB III – Metode Penelitian

Pada metode penelitian membahas mengenai metode dalam pelaksanaan penelitian yang berisikan lokasi penelitian, metode dan desain penelitian, operasionalisasi variable, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang akan digunakan.

4. BAB IV – Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik profil responden. Selanjutnya, bab ini membahas mengenai pengolahan data hasil penelitian baik secara deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode statistik yang sesuai, serta pembahasan dari analisis hasil temuan.

5. BAB V – Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini memuat kesimpulan dari hasil analisis temuan penelitian dan saran yang direkomendasikan bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.