

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata kini telah menjadi kebutuhan global. Perkembangan globalisasi yang semakin pesat sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri, termasuk industri pariwisata. Saat ini industri pariwisata merupakan bagian dari salah satu sentral penghasil devisa bagi negara – negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara tujuan wisata didunia, hal ini dikarenakan selain letaknya yang strategis dan wilayahnya yang sangat luas, Indonesia memiliki daerah – daerah tujuan wisata yang mempunyai atraksi wisata yang berbeda – beda di setiap daerahnya. Sebagai salah satu negara yang mempunyai potensi wisata yang cukup besar, Indonesia berpeluang untuk meningkatkan pendapatan negara dan pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik wisatawan agar dapat menarik wisatawan datang ke Indonesia. Daerah wisata unggulan di Indonesia meliputi Bali, Yogyakarta, Lombok, Jakarta, Bandung, Manado, Makassar, Padang, Medan, dan masih banyak lagi kota atau daerah lainnya yang menjadi daerah tujuan wisata.

Indonesia merupakan negara Kepulauan yang kaya akan kekayaan alam seperti flora dan fauna serta keanekaragaman budaya yang merupakan potensi wisata dan bisa dijadikan sebagai destinasi yang mampu menarik motivasi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk melakukan kegiatan wisata di Indonesia.

Upaya untuk mengembangkan potensi produk wisata di Indonesia terus dilakukan, terbukti dengan mulai dikembangkannya program “Visit Indonesia Year 2008” dengan target kunjungan wisata sebesar 7 juta wisatawan mancanegara dengan target pencapaian devisa Indonesia yaitu sebesar USD 6,7 miliar. Program tersebut memberikan hasil yang cukup memuaskan, sehingga pada tahun 2009, target tersebut berhasil mencapai target 6,4 juta wisatawan mancanegara dengan target devisa sebesar USD 8 miliar. Untuk tahun 2010 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 7 juta lebih dibandingkan tahun sebelumnya, dan menyumbangkan devisa bagi negara sebesar USD 7.603,45 juta. Laporan WEF menyebutkan peringkat daya saing pariwisata Indonesia tahun 2011 mengalami peningkatan yang signifikan, dari semula di peringkat ke 81 pada tahun menjadi ke 74 dari 139 negara pada tahun 2011. (Sumber: [www.kompas.com](http://www.kompas.com) 2011). Tabel 1.1 di bawah ini merupakan data perkembangan wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia dari tahun 2008 sampai tahun 2011.

**TABEL 1.1**  
**TINGKAT KUNJUNGAN WISMAN DAN WISNUS**  
**KE INDONESIA TAHUN 2008 – 2011**

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH WISMAN (000 Orang)</b>	<b>JUMLAH WISNUS (000 Orang)</b>	<b>JUMLAH WISATAWAN (000 Orang)</b>
2008	6,234,497	4,996,594	11,425,621
2009	6,323,730	5,053,269	11505,528
2010	7,002,944	5,934,239	12,937,183
2011	7,649,731	89,116*)	7,738,847

Sumber: Modifikasi dari *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia (2012)*, BPS dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2012)

Seperti halnya Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi produk wisata yang perlu terus dikembangkan. Sebagai salah satu provinsi terbesar di Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, kota wisata, pusat kebudayaan, dan pusat pendidikan. D.I. Yogyakarta memiliki kekayaan potensi pesona alam dan budaya yang masih sangat terjaga keaslian dan keindahannya. Sebagai peninggalan dari suatu kerajaan yang besar, D.I. Yogyakarta memiliki kebudayaan yang tinggi dan bahkan merupakan pusat/sumber kebudayaan Jawa. Tabel 1.2 di bawah ini menjelaskan mengenai tingkat kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara dari tahun 2006 sampai tahun 2010 Daerah Istimewa Yogyakarta.

**TABEL 1.2**  
**TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI PROVINSI DAERAH**  
**ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2006 – 2010**

WISATAWAN	TAHUN/ORG				
	2006	2007	2008	2009	2010
Mancanegara	78.145	103.224	128.660	139.492	152.843
Nusantara	836.682	1.146.197	1.156.097	1.286.565	1.304.137
<b>JUMLAH</b>	<b>914.827</b>	<b>1.249.421</b>	<b>1.284.757</b>	<b>1.426.057</b>	<b>1.456.980</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi D. I. Yogyakarta, 2011.

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, pada tahun 2010 tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke D.I. Yogyakarta mengalami peningkatan kunjungan sebesar 9,57% naik dari tahun sebelumnya yang mengalami peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 8,42%, sedangkan tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke D.I. Yogyakarta pada tahun 2010 mengalami kenaikan sebesar 11,37%.

Peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke D.I. Yogyakarta ini dikarenakan karena D.I. Yogyakarta memiliki produk wisata atau destinasi pariwisata yang tersebar hampir disetiap daerah. Dengan adanya program Kenali Negerimu Cintai Negerimu (KNCN) ini membuat wisatawan nusantara semakin menyadari pentingnya melakukan kegiatan wisata dalam negeri. Bentuk wisata di D.I. Yogyakarta meliputi wisata budaya, wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*), wisata alam, wisata minat khusus dan berbagai fasilitas wisata lainnya, seperti resort, hotel, dan restoran.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang industri pariwisatanya tengah mengalami perkembangan. Provinsi D.I. Yogyakarta terkenal sebagai provinsi destinasi pariwisata, khususnya wisata budaya, wisata sejarah, wisata belanja dan wisata kuliner di Pulau Jawa. Keanekaragaman upacara keagamaan dan budaya dari berbagai agama serta didukung oleh kreatifitas seni dan keramah tamahan masyarakat, membuat D.I. Yogyakarta mampu menciptakan produk-produk budaya dan pariwisata yang menjanjikan. Salah satu kota yang sangat berpengaruh dalam perkembangan pariwisata di D.I. Yogyakarta adalah Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta adalah salah satu kota besar di Indonesia terus berkembang, baik dalam segi kehidupan masyarakatnya maupun segi spasialnya.

Kota Yogyakarta merupakan kawasan besar pusaka budaya di Indonesia dengan keberadaan Keraton Yogyakarta menjadikan Kota Yogyakarta sangat berpotensi dalam hal perkembangan wisata budaya. Hal ini juga yang menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu kota tujuan wisata, sedangkan keberadaan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Yogyakarta membuat kota ini dikenal sebagai kota pelajar di Indonesia. Tabel 1.3 di bawah ini merupakan pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan di Kota Yogyakarta dari tahun 2006 sampai tahun 2010.

**TABEL 1.3**  
**TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI KOTA**  
**YOGYAKARTA TAHUN 2006 – 2010**

WISATAWAN	TAHUN/ORG				
	2006	2007	2008	2009	2010
Mancanegara	113.760	81.645	188.904	261.984	241.047
Nusantara	794.876	1.093.516	2.278.479	3.166.340	3.297.092
<b>JUMLAH</b>	<b>908.636</b>	<b>1.175.161</b>	<b>2.467.383</b>	<b>3.428.324</b>	<b>3.538.139</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi D.I. Yogyakarta, 2011.

Dari Tabel 1.3 di atas dapat diketahui bahwa perkembangan wisatawan di Kota Yogyakarta mengalami kenaikan setiap tahunnya, terutama perkembangan wisatawan nusantara yang tiap tahunnya terus mengalami kenaikan tingkat kunjungan. Walaupun terjadi penurunan pada tingkat kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2010. Ini menunjukkan bahwa keinginan dari masyarakat Indonesia yang tinggi untuk berwisata dalam negeri, khususnya di Kota Yogyakarta. Didukung oleh keberadaan objek, sarana, dan prasarana yang terus bertambah turut memajukan kondisi pariwisata di Kota Yogyakarta.

Kota Yogyakarta mempunyai beragam potensi budaya, baik budaya yang *tangible* (fisik) maupun yang *intangible* (non fisik). Potensi budaya yang *tangible* antara lain kawasan cagar budaya dan benda cagar budaya sedangkan potensi budaya yang *intangible* seperti gagasan, sistem nilai atau norma, karya seni, sistem sosial atau perilaku sosial yang ada dalam masyarakat. Keberadaan aset – aset budaya peninggalan peradaban tinggi masa lampau tersebut, yang masih terlestari keberadaannya, merupakan embrio dan memberi spirit bagi tumbuhnya dinamika masyarakat dalam berkehidupan kebudayaan terutama dalam berseni budaya dan beradat tradisi. Tabel 1.4 berikut merupakan jenis – jenis wisata yang ada di Kota Yogyakarta.

**TABEL 1.4**  
**JENIS – JENIS WISATA DI KOTA YOGYAKARTA**

<b>JENIS WISATA</b>	<b>NAMA OBJEK WISATA</b>
a) Wisata Sejarah	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kampung Kauman</li> <li>✓ Tugu Yogyakarta</li> <li>✓ Panggung Krapyak</li> <li>✓ Pasanggrahan Warungboto dan Pesona Taman Air</li> <li>✓ Situs Watu Gilang</li> <li>✓ Kotagede</li> <li>✓ Kotabaru</li> <li>✓ Keraton Kasultanan Yogyakarta</li> <li>✓ Puro Pakualaman</li> <li>✓ Tamansari</li> <li>✓ Plengkung</li> <li>✓ Sumur Gumiling</li> <li>✓ Museum Kereta Keraton</li> <li>✓ Museum Sonobudoyo</li> <li>✓ Museum Benteng Vredeburg</li> <li>✓ Istana Gedung Agung</li> <li>✓ Museum Taman Siswa Dewantara Kirti Griya</li> <li>✓ Monumen Serangan Umum 1 Maret</li> <li>✓ Museum Sasana Winatama P. Diponegoro</li> <li>✓ Museum Sasmitaloka Pangsar Soedirman</li> </ul>



<b>JENIS WISATA</b>	<b>NAMA OBJEK WISATA</b>
b) Wisata Religi	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Masjid Gedhe Kauman</li> <li>✓ Masjid Syuhada</li> <li>✓ Masjid Kotagede</li> <li>✓ Klenteng Poncowinatan</li> <li>✓ Gereja Santo Yusuf Bintaran</li> <li>✓ Gereja St. Antonius Kotabaru</li> </ul>
c) Wisata Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Taman Pintar</li> <li>✓ Museum Biologi UGM</li> <li>✓ Sekolah Pedalangan Habirandha</li> <li>✓ Museum Bahari</li> <li>✓ Museum Sandi</li> <li>✓ Museum Perjuangan</li> <li>✓ Museum Pusat Dharma Wiratama</li> </ul>
d) Wisata Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kampung Pecinaan Ketandan</li> <li>✓ Kampung Prawirotaman</li> <li>✓ Kampung Wisata Dipowinatan</li> </ul>
e) Wisata Minat Khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Museum Sonobudoyo Yogyakarta</li> <li>✓ Museum Batik Sulaman</li> <li>✓ Taman Budaya Yogyakarta</li> <li>✓ Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta (PASTY)</li> <li>✓ Pasar Klithikan Kuncen</li> </ul>
f) Wisata Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Angkringan Tugu</li> <li>✓ Bakmi Jawa</li> <li>✓ Sate Karang</li> <li>✓ Sentra Gudeg Wijilan</li> <li>✓ Bakpia Pathuk</li> <li>✓ Bubur Gudeg Jogja</li> <li>✓ Kue Kipo</li> <li>✓ Oseng – oseng Mercon</li> <li>✓ Yangko</li> <li>✓ Wedang Secang</li> <li>✓ Roti Kolomben</li> <li>✓ Kue Moto Kebo</li> </ul>
g) Wisata Belanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kampung Batik Ngasem</li> <li>✓ Pasar Sentul</li> <li>✓ Kawasan Malioboro</li> <li>✓ Pasar Beringharjo</li> <li>✓ Pusat Penjualan Buku ‘Shopping Center’</li> </ul>
h) Rekreasi dan Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kebun Binatang Gembira Loka</li> <li>✓ Alun – alun Kidul</li> <li>✓ Purawisata</li> </ul>

Sumber: Pengolahan berbagai literatur, 2012

Dari Tabel 1.4 pada halaman sebelumnya dapat diketahui bahwa Kota Yogyakarta mempunyai begitu banyaknya potensi wisata. Salah satu potensi wisata yang menonjol di Kota Yogyakarta adalah dengan banyaknya keberadaan museum yang menjadi bukti warisan budaya yang telah ada sejak zaman dahulu. Pada tahun 2010 Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mengandalkan museum sebagai salah satu daerah tujuan wisata (destinasi) yaitu Tahun Kunjungan Museum 2010. Tahun Kunjungan Museum 2010 merupakan momentum awal dimulainya Gerakan Nasional Cinta Museum (GNMC) yang dilaksanakan selama 5 tahun (2010-2014). Kegiatan Tahun Kunjungan Museum pada prinsipnya dilaksanakan di museum seluruh Indonesia, tetapi untuk prioritasnya diselenggarakan di tujuh provinsi, yaitu di DKI Jakarta, Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, dan Sumatera Utara. Sepanjang tahun 2010, sebanyak 89 museum di Indonesia sudah mengagendakan kegiatan unggulan, selain pameran budaya lokal, upacara adat, pagelaran kesenian dan diskusi, juga ada workshop. (www.kompas.com 2010). Sehingga tahun 2010 merupakan dasar bagi Pemerintah Kota Yogyakarta untuk lebih memperhatikan museum – museum sebagai salah satu objek wisata yang dapat diandalkan dan dipromosikan.

Direktur Permuseuman, Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Dra Intan Mardiana, MHum menegaskan bahwa museum harus mampu mengubah paradigma yang terjadi di masyarakat. Museum ke depan tidak hanya berorientasi pada pengumpulan koleksi benda – benda memiliki nilai sejarah dan kebudayaan



bangsa, tetapi harus mampu menjadi bagian masyarakat dan menjangkit minat masyarakat untuk berkunjung ke museum. (Pikiran Rakyat, 08 Desember 2011).

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. Pada kenyataannya yang terjadi menyangkut keberadaan museum diartikan sebagai tempat penyimpanan barang – barang kuno peninggalan sejarah dan budaya sehingga masyarakat belum menyadari pentingnya keberadaan museum secara fungsi dan keberadaannya. Museum harus memiliki pengelolaan yang dapat mendorong masyarakat untuk lebih mengerti mengenai nilai dan fungsi museum terhadap kehidupan masyarakat. Motivasi wisatawan untuk mengetahui kekayaan sejarah dan budaya suatu bangsa merupakan alasan mengapa museum perlu dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Kota Yogyakarta memiliki potensi wisata budaya dengan keberadaan museum – museum yang sebagian besar menyimpan koleksi mengenai budaya.

Kota Yogyakarta juga mempunyai 13 museum, yang salah satu diantaranya yaitu Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang sedang diproyeksikan menjadi museum internasional, karena menyimpan warisan budaya yang paling lengkap dari berbagai daerah yang ada di Tanah Air. 13 museum yang ada di Kota Yogyakarta yaitu Museum Sonobudoyo Yogyakarta, Museum Sasmitaloka Pangsar Soedirman, Museum Taman Siswa Dewantara Kirti Griya, Museum Sasana Winatama P. Diponegoro, Museum Pusat Dharma Wiratama, Museum

Perjuangan, Museum Kereta Keraton, Museum Benteng Vredeburg, Museum Biologi UGM, Museum Puro Pakualaman, Museum Batik Sulaman, Museum Bahari, Museum Sandi. Tabel 1.5 dibawah ini dan pada halaman selanjutnya mengenai jumlah kunjungan Museum Sonobudoyo Yogyakarta diantara museum – museum yang ada di Kota Yogyakarta.

**TABEL 1.5**  
**TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN KE MUSEUM – MUSEUM**  
**DI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2006 – 2010**

NO	MUSEUM	WISATAWAN	JUMLAH PENGUNJUNG PER TAHUN/ORG				
			2006	2007	2008	2009	2010
1.	Museum Sonobudoyo Yogyakarta	Wisman	3.005	2.976	3.627	4.819	4.527
		Wisnus	15.811	11.353	13.874	12.729	9.774
2.	Museum Sasmitaloka Pangsar Soedirman	Wisman	5	-	-	15	2
		Wisnus	7.637	8.390	9.729	10.183	11.875
3.	Museum Taman Siswa Dewantara Kirti Griya	Wisman	-	-	5	11	27
		Wisnus	4.662	4.750	2.441	4.438	23.723
4.	Museum Sasana Winatama P. Diponegoro	Wisman	804	-	15	36	39
		Wisnus	1.071	2.002	2.149	2.042	2.039
5.	Museum Pusat Dharma Wiratama	Wisman	41	-	15	21	32
		Wisnus	5.652	5.533	4.754	211	3.412
6.	Museum Perjuangan	Wisman	44	-	5	11	16
		Wisnus	521	-	1.940	2.828	4.818

NO	MUSEUM	WISATAWAN	JUMLAH PENGUNJUNG PER TAHUN/ORG				
			2006	2007	2008	2009	2010
7.	Museum Kereta Keraton	Wisman	113	-	256	249	432
		Wisnus	9.949	21.898	26.141	24.988	27.408
8.	Museum Benteng Vredeburg	Wisman	571	-	1.548	2.762	3.141
		Wisnus	52.000	56.461	58.181	101.000	197.069
9.	Museum Biologi UGM	Wisman	-	-	14	18	203
		Wisnus	5.035	13.654	19.774	19.976	20.083
10.	Museum Puro Pakualaman	Wisman	-	-	-	86	84
		Wisnus	-	-	-	1.322	640
11.	Museum Batik Sulaman	Wisman	-	-	-	55	39
		Wisnus	-	-	-	821	1.052
12.	Museum Bahari	Wisman	-	-	-	-	2.819
		Wisnus	-	-	-	5.278	5.600
13.	Museum Sandi	Wisman	-	-	-	-	21
		Wisnus	-	-	-	-	5.501

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi D. I. Yogyakarta, 2011

Berdasarkan Tabel 1.5 pada halaman sebelumnya menunjukkan bahwa Kota Yogyakarta memiliki banyak museum yang sarat dengan potensi budaya. Salah satu dari museum – museum di Kota Yogyakarta yang sangat kental dengan potensi wisata budayanya adalah Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

Berdasarkan data tingkat kunjungan Museum Sonobudoyo Yogyakarta pada Tabel 1.5, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta dari tahun 2006 hingga 2010 mengalami ketidakstabilan kunjungan dalam hal ini terjadi naik dan turunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Penurunan jumlah kunjungan terjadi dari tahun 2008 – 2010. Penurunan jumlah kunjungan yang signifikan pada tahun 2010 tidak bisa dibiarkan begitu saja. Penurunan jumlah kunjungan akan berdampak pada semakin turunnya kegiatan berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta pada tahun berikutnya. Berdasarkan masalah tersebut maka pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta melaksanakan berbagai macam strategi untuk menarik wisatawan agar datang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

Berkaitan dengan hal tersebut, Museum Sonobudoyo Yogyakarta perlu berperan secara aktif dalam kegiatan atau program – program yang mendukung kemajuan museum sehingga mampu menyadarkan masyarakat tentang pentingnya mempelajari atau mengetahui sejarah dan kebudayaan dari masa lampau melalui wisata budaya yang menjadi potensi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta, selain itu agar dapat menjadi sebuah objek wisata budaya di Kota Yogyakarta juga sebagai salah satu alternatif objek wisata. Program – program yang dilakukan oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta merupakan suatu proses yang menyeluruh untuk meningkatkan kunjungan di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Tabel 1.6 pada halaman selanjutnya merupakan program – program yang telah dilakukan oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta untuk meningkatkan kunjungan.

**TABEL 1.6**  
**PROGRAM EXPANDED MARKETING MIX**  
**MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA TAHUN 2011**

NO	EXPANDED MARKETING MIX (BAURAN PEMASARAN YANG DIPERLUAS)	PROGRAM
1.	<i>People</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerapkan standar pelayanan Museum Sonobudoyo Yogyakarta.</li> <li>• Memakai busana khusus karyawan Museum Sonobudoyo Yogyakarta.</li> <li>• Pelatihan Bahasa Internasional.</li> <li>• Pengkajian koleksi Museum Sonobudoyo Yogyakarta.</li> <li>• Melakukan seleksi ulang karyawan Museum Sonobudoyo Yogyakarta.</li> </ul>
2.	<i>Physical Evidence</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovasi ruang tata pameran berdasarkan tema – tema (<i>story line</i>).</li> <li>• Digitalisasi naskah kuno.</li> <li>• Inventarisasi dan dokumentasi koleksi.</li> <li>• Pagelaran wayang kulit.</li> <li>• Kelengkapan fasilitas museum.</li> <li>• Menjaga kebersihan museum</li> </ul>
3.	<i>Process</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyediaan <i>Souvenir shop</i>.</li> <li>• Penyediaan loket tiket.</li> <li>• Penyediaan <i>Guide</i>.</li> </ul>

Sumber : Museum Sonobudoyo Yogyakarta, 2012.

Program yang dipakai oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta seperti yang terlihat pada Tabel 1.6 diatas merupakan program atau strategi pemasaran berdasarkan dari bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix*). Strategi *expanded marketing mix* dipakai berdasarkan keadaan dari Museum Sonobudoyo yang sedang melakukan perbaikan dalam segala hal, baik itu dilihat dari segi karyawan (*people*), museum dan benda yang dipamerkan (*physical evidence*), dan segi pelayanan (*process*).

Museum sebagai wadah untuk menyelamatkan benda warisan budaya yang bernilai sejarah perlu untuk dipublikasikan secara luas kepada masyarakat. Dengan adanya program – program yang dilakukan Museum Sonobudoyo Yogyakarta seperti pada Tabel 1.6 di atas merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam kegiatan pemasaran untuk memasarkan produk dengan tujuan bahwa Museum Sonobudoyo Yogyakarta akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dari berbagai daerah, baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara dan dapat menyadarkan masyarakat tentang sejarah dan budaya yang ada pada sebuah museum.

Kegiatan – kegiatan yang diikuti maupun yang diadakan oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta merupakan upaya dari Museum Sonobudoyo Yogyakarta dalam mempromosikan dan mempublikasikan benda – benda koleksi yang dimiliki dan mengubah persepsi masyarakat mengenai museum yang hanya sebagai tempat penyimpanan barang – barang kuno menjadi museum yang penuh dengan cerita budaya yang telah ada sejak zaman dahulu.

Wisata budaya adalah salah satu motivasi orang – orang melakukan perjalanan dengan kebutuhan atau ketertarikan pada minat khusus dan bidang khusus juga, dalam hal ini budaya. Wisata dengan motif budaya tidak hanya sekedar mengunjungi suatu tempat untuk menyaksikan dan menikmati atraksi akan tetapi untuk mempelajari atau mengadakan penelitian tentang keadaan setempat sehingga dapat menambah pengalaman dan memperluas wawasan.



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*. Koleksi museum merupakan aset sejarah dan budaya yang merepresentasikan kekayaan sejarah dan budaya suatu bangsa. (sumber: Majelis Umum *International Council of Museums* dan [www.Museum.com](http://www.Museum.com)).

Museum Sonobudoyo Yogyakarta adalah museum sejarah dan kebudayaan Jawa, yang memiliki nilai budaya ilmiah, termasuk bangunannya yang berjenis arsitektur klasik Jawa. Pada awalnya Museum Sonobudoyo Yogyakarta adalah yayasan yang bergerak dalam bidang kebudayaan Jawa, Madura, Bali, dan Lombok. Yayasan ini berdiri di Surakarta pada tahun 1919 bernama Java Institut. Pada masa pendudukan Jepang Museum Sonobudoyo Yogyakarta dikelola oleh Bupati Paniradyapati Wiyata Praja (Kantor Sosial bagian pengajaran). Di zaman Kemerdekaan kemudian dikelola oleh Bupati Utorodyopati Budaya Prawito yaitu jajaran pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian pada akhir tahun 1974 Museum Sonobudoyo Yogyakarta diserahkan ke Pemerintah Pusat. Museum Sonobudoyo Yogyakarta menyimpan koleksi mengenai budaya dan sejarah Jawa yang paling lengkap setelah Museum Nasional Republik Indonesia di Jakarta meliputi koleksi pengembangan dan bimbingan *cultural educative*. (Sumber: [www.sonobudoyo.com](http://www.sonobudoyo.com)). Museum Sonobudoyo Yogyakarta merupakan Unit Pengelola Teknis Daerah pada Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta, mempunyai fungsi pengelolaan museum yang memiliki nilai budaya ilmiah, meliputi koleksi pengembangan dan bimbingan *cultural educative*, sehingga tujuan dari museum bukan untuk mencari keuntungan dari adanya wisatawan yang berkunjung, melainkan untuk mengubah pandangan dan perilaku masyarakat tentang museum yang dipandang sebagai tempat yang tidak menarik dikunjungi menjadi tempat yang menyenangkan untuk berwisata dan menghabiskan waktu luang.

Museum Sonobudoyo Yogyakarta sebagai museum provinsi kedepannya di harapkan akan menjadi gambaran dari fungsi museum dalam hal pelayanan dan optimalisasi fungsi, dengan melihat potensi yang dimiliki, sehingga akan mempunyai prospek dan peluang untuk lebih dikembangkan dan ditingkatkan, dalam rangka menghadapi persaingan baik pada level Nasional maupun Internasional. Museum Sonobudoyo Yogyakarta sebagai salah satu objek wisata budaya perlu meningkatkan peran dan fungsinya secara lebih luas dalam mendukung industri pariwisata dan memperkaya budaya bangsa mengingat museum saat ini tidak hanya dipandang sebagai pusat informasi dan edukasi tetapi juga sebagai tempat untuk rekreasi dan pengembangan sosio – kultur.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berkenaan dengan Museum Sonobudoyo Yogyakarta sebagai wisata budaya melalui ruang peragaan yang lebih interaktif, pemasaran melalui pameran yang lebih di titik beratkan kepada masyarakat luas, dan *event-event* serta kegiatan-kegiatan yang dapat memberikan ilmu sekaligus kesenangan bagi pengunjung. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan kunjungan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Sehubungan hal tersebut maka penelitian ini difokuskan pada: **“PENGARUH *EXPANDED MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG”** (Survei pada Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Expanded Marketing Mix* di Museum Sonobudoyo Yogyakarta?
2. Bagaimana Keputusan Berkunjung di Museum Sonobudoyo Yogyakarta?
3. Seberapa besar Pengaruh *Expanded Marketing Mix* terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Sonobudoyo Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Gambaran *Expanded Marketing Mix* di Museum Sonobudoyo Yogyakarta.
2. Keputusan Berkunjung di Museum Sonobudoyo Yogyakarta.
3. Pengaruh *Expanded Marketing Mix* terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan:

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu tentang *Expanded Marketing Mix* dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu kawasan wisata budaya sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para akademisi mengembangkan teori kepariwisataan khususnya dalam perubahan perilaku masyarakat.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta khususnya dalam bidang jasa pariwisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.