

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan pada peradaban manusia kini semakin kompleks dalam berbagai bidang. Dalam bidang ekonomi sektor pariwisata tampil sebagai fokus baru dalam upaya pemerintah meningkatkan perekonomian masyarakatnya. Pasalnya sektor pariwisata mampu menyumbang devisa negara juga menciptakan kesempatan kerja baru bagi masyarakat sehingga tidak heran jika pemerintah memandang serius sektor pariwisata. Setiap kepala daerah mengupayakan untuk mampu menjual daya tarik dari daerahnya untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata. Hal tersebut juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi, Jawa Timur.

Ngawi merupakan sebuah daerah yang terletak di perbatasan antara Provinsi Jawa Timur dengan Provinsi Jawa Tengah dan dilalui aliran Sungai Bengawan Solo. Dengan luas wilayah 1.298,58 km<sup>2</sup> Ngawi memiliki ragam destinasi wisata yang terbukti mampu mengikat pengunjung lokal hingga luar kota. Bahkan dilansir dari Solopos Jatim terdapat destinasi Museum Trinil yang keberadaannya telah diakui dunia internasional. Tentu saja hal tersebut mampu membantu pemasukan daerah dari sektor pariwisata juga kemunculan lapangan kerja baru bagi masyarakat lokal.

Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung pada Museum Trinil 2024

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	2.319
2.	Februari	1.724
3.	Maret	2.109
4.	April	1.147
5.	Mei	1.247

Sumber : Dinas Pendidikan & Kebudayaan Ngawi, 2024

Melalui temuan data jumlah pengunjung Museum Trinil tersebut dapat diketahui jika jumlah pengunjung pada tahun 2024 sebanyak 2.319 pengunjung pada Bulan Januari . Pada Bulan Februari terdapat penurunan yang signifikan yaitu 1.724 pengunjung. Pada bulan Maret jumlah pengunjung sebanyak 2.109. Pada bulan April jumlah kunjungan mengalami penurunan lagi yang cukup signifikan yaitu terdapat 1.147. Bulan Mei jumlah pengunjung mengalami peningkatan walaupun tidak masif yaitu sebanyak 1.247 pengunjung.

Museum Trinil merupakan salah satu objek wisata ilmiah dan sekaligus menjadi saksi bisu atas temuan situs bersejarah seperti fosil purbakala hingga temuan *pithecanthropus erectus* (manusia kera yang berjalan tegak) dan menjawab Teori Evolusi Darwin. Hal tersebut menggemparkan dunia internasional dan ramai dibicarakan oleh para ahli sebab makhluk yang menghubungkan evolusi manusia dengan kera telah ditemukan oleh *Eugene Dubois* pada tahun 1891. Aksi penemuan tersebut menarik minat masyarakat lokal untuk terus melakukan ekskavasi sehingga terkumpullah ribuan fosil.

Latar belakang sejarah tersebut menjadikan Museum Trinil sebagai situs *paleoantropologi* yang terletak di Dusun Pilang, Desa Kawu, Kecamatan Kedunggalar, Kabupaten Ngawi di pinggiran aliran Sungai Bngawan Solo. Kehadirannya membantu pengunjung untuk berimajinasi tentang peradaban di masa lampau. Dengan luas area 5 hektar, Museum Trinil tidak hanya menyuguhkan situs yang tersimpan rapi dalam gedung pameran tetapi juga menyediakan fasilitas mushola, area parkir, tempat untuk UMKM, zona bermain anak, gazebo, *guest house*, ruang audio visual, dan ruang terbuka hijau yang bisa dijadikan bumi perkemahan.

Tabel 1. 2 Tarif Harga

No.	Tarif	Harga
1.	Pelajar	2.000
2.	Domestik dewasa	4.000
3.	Mancanegara	10.000
4.	Rombongan pelajar	1.500
5.	Parkir motor	2.000
6.	Parkir mobil	4.000
7.	Parkir bus	10.000
8.	Pedagang yang berjualan dalam area	2.000
9.	Penggunaan fasilitas kios wisata	4.000
10.	Penggunaan gedung audio visual	200.000
11.	Penggunaan pendopo museum	200.000

Sumber : Pengelola Museum Trinil

Tabel di atas menunjukkan tarif yang dikenakan baik untuk pengunjung maupun untuk para pedagang di sekitar area Museum Trinil. Untuk tarif yang ditawarkan relatif terjangkau. Hal ini dapat menjadi faktor penentu yang sig-

nifikan dalam menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke museum dan mempengaruhi aktivitas ekonomi di sekitar area tersebut. Dengan menawarkan tarif yang terjangkau, museum dapat menarik berbagai kalangan pengunjung, mulai dari wisatawan lokal hingga internasional, serta memberikan peluang bagi pedagang lokal untuk meningkatkan penjualan mereka. Ketersediaan tarif yang kompetitif juga memungkinkan museum untuk memperluas dampak positifnya dalam mempromosikan kegiatan pariwisata dan budaya di wilayah sekitar.

Salah satu hal yang sangat berkaitan dengan usia destinasi pariwisata adalah kehadiran pengunjung. Pengunjung akan semakin tertarik apabila mereka merasa puas selama menjalankan kunjungannya. Pengunjung akan puas apabila mendapatkan *value* baik itu dari segi produk, pelayanan, sistem ataupun suatu hal lainnya yang berkaitan dengan emosi. Berangkat dari hal tersebut, pengunjung yang merasa puas akan berbagi pengalaman dengan orang lain sehingga promosi akan termainkan. Dengan melihat hubungan tersebut maka pengunjung maupun pelaku usaha akan bersama – sama merasakan keuntungan jika kepuasan terjadi (Irawan, 2011). Kepuasan pengunjung merupakan muara dari setiap pengembangan objek wisata. Hal ini dikarenakan melalui kepuasan pengunjung dapat diketahui permasalahan yang berkaitan dengan pelaku usaha agar segera diadakan evaluasi juga keberhasilan penyelenggaraan pelayanan dapat diketahui (Salamah dkk., 2017).

Dalam dunia bisnis, kepuasan pengunjung selalu dikaitkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang memberikan layanan prima akan mendapatkan tempat di hati para pengunjung ataupun konsumen. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Septiandari dkk. (2021) kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin tinggi kualitas layanan maka dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yang akan berdampak pada kepuasan pengunjung. Kualitas layanan sendiri menurut Wyckof (Simamora, 2003) merupakan tingkatan keunggulan yang diupayakan agar mampu mengendalikan emosi konsumen dalam memenuhi keinginannya. Apabila layanan yang diberikan dirasa sesuai dengan harapan pengunjung maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Atau pun layanan yang diberikan melampaui ekspektasi pengunjung maka kualitasnya dianggap ideal. Anggapan tersebut berbanding terbalik apabila layanan yang diterima pengunjung lebih rendah dari ekspektasi sehingga kualitas layanan tersebut dianggap buruk. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan di tiap – tiap usaha perlu terus menerus ditingkatkan untuk menjangkau tumbuh kembang yang positif dari usaha tersebut.

Sebagai jembatan yang mampu menarik pengunjung maka sektor pariwisata perlu dikemas dengan melibatkan berbagai pihak untuk mengembangkan tujuan, visi dan misi sehingga akan lahirnya sebuah citra wisata. Citra wisata merupakan gambaran pengetahuan yang ada di benak pengunjung terkait kondisi pada destinasi wisata (Apriliyanti dkk, 2020).

Dengan kehadiran citra wisata maka masyarakat akan memiliki gambaran awal sehingga mampu melakukan penilaian apakah sebuah destinasi layak dikunjungi atau tidak. Hal tersebut tentunya akan memiliki dampak pada keberlangsungan hidup sebuah destinasi wisata. Ilustrasi di atas cukup menarik minat penulis untuk mengadakan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Trinil”.

## **B. Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak meluas maka terdapat batasan yang perlu ditetapkan oleh penulis, antara lain :

1. Waktu penelitian dalam penelitian ini adalah pada bulan Maret – Juni 2024.
2. Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah bukti fisik, akses, komunikasi, daya tanggap, dan keamanan di Museum Trinil
3. Citra wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra yang menjadi daya tarik pengunjung.
4. Kepuasan pengunjung pada penelitian ini adalah kunjungan yang berulang – ulang.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil?
2. Adakah pengaruh citra wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil?
3. Adakah pengaruh kualitas layanan dan citra wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan dan citra wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi peneliti

Memberikan pengalaman belajar bagi penulis dalam hal melakukan penulisan karya ilmiah terutama dalam mengembangkan wawasan tentang meningkatkan ilmu pengetahuan.

2. Bagi pihak terkait

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menjadi pertimbangan dalam mengembangkan objek pariwisata di daerah Ngawi.

3. Bagi Pengelola Museum Trinil

Menjadi kajian pihak terkait yang dalam hal ini adalah pengelola Museum Trinil untuk mengembangkan objek wisata dengan menitik beratkan pada kepuasan pengunjung.

4. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Memberikan landasan praktis bagi mahasiswa untuk mengembangkan keahlian dalam merancang dan menerapkan kebijakan ekonomi yang berkelanjutan dalam industri pariwisata.

5. Bagi para peneliti selanjutnya

Bagi para peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menambah ide referensi dalam mengembangkan penelitian yang sejenis.

## **F. Definisi Operasional**

Agar tidak ditemui salah penafsiran dalam variabel pada penelitian ini, maka diperlukan definisi operasional pada tiap – tiap variabel, antara lain :

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan untuk secara berkelanjutan memenuhi kebutuhan pengunjung, baik yang bersifat internal maupun eksternal yang mampu mendorong pelaku usaha untuk secara kontinu berupaya memahami keinginan atau ekspektasi pengunjung.



## 2. Citra Wisata

Citra wisata adalah sebuah persepsi atau visualisasi yang ada dalam pikiran seseorang terhadap sebuah destinasi dan mampu bertindak untuk memainkan teknik promosi. Dalam hal ini, citra Museum Trinil sebagai sebuah destinasi wisata dapat terlihat dari aspek – aspek yang kental dengan sejarah dan sebagai simbol dari kehidupan peradaban lampau.

## 3. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah tingkat kepuasan atau kepuasan subjektif yang dirasakan oleh seseorang setelah mengalami atau menggunakan produk, layanan, atau fasilitas tertentu. Hal ini mencerminkan sejauh mana harapan atau ekspektasi individu terpenuhi oleh pengalaman atau interaksi yang mereka alami.