

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mengurangi kepenatan dari rutinitas sehari-hari dan memanfaatkan waktu luang. Pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam sektor pariwisata telah menghasilkan pergerakan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat di sekitar destinasi wisata. Pariwisata menjadi sumber utama devisa negara, dengan dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi saat ini (Iranita & Alamsyah, 2019). Dengan pengembangan yang tepat, sektor pariwisata dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional untuk menghabiskan uang mereka dalam aktivitas pariwisata di berbagai destinasi.

Tabel 1. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Mancanegara

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1	2021	141.260
2	2022	740.000
3	2023	798.470
4	2024	927.750

Sumber: bps.go.id, 2021-2024

Dapat dilihat pada tabel di atas, bahwa tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat per Januari 2021 hingga per Januari 2024

(Badan Pusat Statistik, 2024). Pada tahun 2021 terdapat 141.260 wisatawan yang datang ke Indonesia untuk melakukan kunjungan wisata. Kemudian, meningkat pada tahun 2022 sebanyak 740.000 para wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, dan diikuti tahun 2023 meningkat menjadi 798.470 pengunjung. Dan per Januari 2024 kembali naik menjadi 927.750 wisatawan mancanegara yang berwisata ke Indonesia.

Menurut Revida et al. (2020), berbagai jenis wisata dapat dikategorikan berdasarkan alasan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Jenis-jenis wisata tersebut mencakup wisata alam (seperti taman konservasi), wisata budaya, wisata bahari, wisata konvensi, wisata berburu, wisata pertanian (agrowisata), dan wisata ziarah. Adapun dalam penelitian ini memfokuskan pada jenis wisata budaya. Jenis wisata tersebut mengacu pada perjalanan yang bertujuan untuk memperluas wawasan seseorang dengan mengunjungi tempat lain baik di luar negeri maupun dalam negeri, untuk mempelajari keadaan sosial, kebiasaan budaya, cara hidup, serta seni dan budaya masyarakat setempat. Selama perjalanan semacam ini, wisatawan juga memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan budaya, seperti pameran seni (balet, drama, musik, dll.), atau kegiatan yang berkaitan dengan sejarah. Seperti halnya dengan destinasi wisata museum yang dibuat untuk melestarikan benda-benda bersejarah.

Museum memiliki nilai yang sangat berharga sebagai sumber pengetahuan dalam perjalanan sejarah suatu bangsa. Di dalamnya, museum menyimpan berbagai hasil karya nenek moyang dari masa lampau yang mencerminkan kekayaan dan

keberagaman budaya di suatu wilayah (Syukri et al., 2023). Menjaga dan melestarikan museum sangat penting dilakukan, dengan begitu warisan ini dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Adapun di Sumatera Barat terdapat beberapa museum, diantaranya yaitu Museum Adityawarman yang berada di Kota Padang (Kembidkbud, 2024).

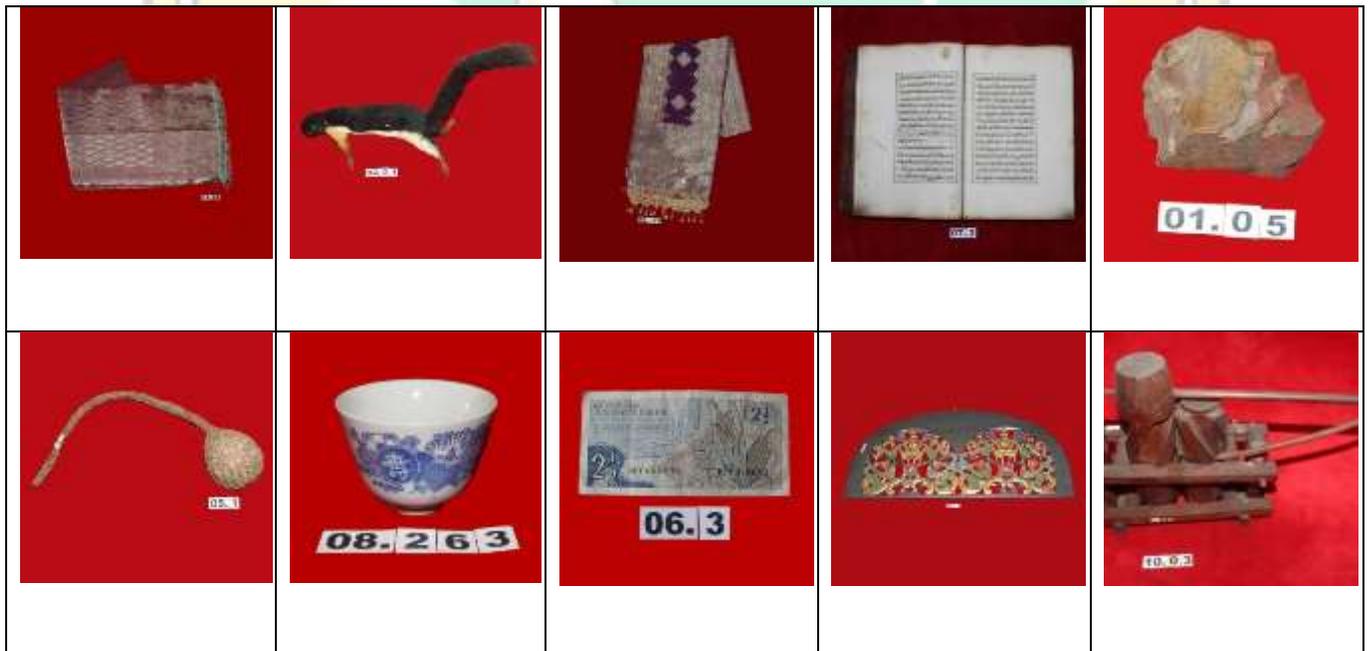
Tabel 2. Daftar Museum di Sumatera Barat

No	Nama Museum	Kota/Kabupaten	Alamat	Kode Pengelolaan
1	Museum Kelahiran Buya Hamka	Agam	Jl. H. Oedin Rahmani, Nagari Sungai Batang	MS000091
2	Museum Tuanku Imam Bonjol	Pasaman	Jl Trans Sumatera Bukittinggi-Padang Sidempuan	MS000055
3	Museum Mande Rubiah	Pesisir Selatan	Kp. Lubuk Sitepung, Nagari Lunang	MS000102
4	Istano Basa Pagaruyung	Tanah Datar	Nagari Pagaruyung	MS000118
5	Museum Perjuangan Tridaya Eka Dharma	Bukittinggi	Jl. Panorama No.22, Kayu Kubu, Guguh Panjang	MS000027
6	Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta	Bukittinggi	Jl. Soekarno - Hatta No.37, Aur Tanjungkang Tengah Sawah	MS000037
7	Museum Rumah Adat nan Baanjuang	Bukittinggi	Jl. Cindur Mato No. 1, Pasar Atas, Kompleks Kebun Binatang	MS000045
8	Museum Zoologi	Bukittinggi	Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Jl. Cindur Mato No 10	MS000139
9	Museum Adityawarman	Padang	Jl. Diponegoro No.10 (Lapangan Tugu), Belakang Tangsi	MS000088
10	Museum Kereta	Sawahlunto	Jl. Kampung Teleng,	MS000046

No	Nama Museum	Kota/Kabupaten	Alamat	Kode Pengelolaan
	Api Sawah Lunto		Pasar, Lembah Segar, Sawahlunto	
11	Museum Goedang Ransoem	Sawahlunto	Jl. Abdul Rahman Hakim, Air Dingin	MS000069
12	Museum Situs Lubang Tambang Mbah Soero	Sawahlunto	Jl. Muhammad Yazid, Tangsi Bau	MS000084

Sumber: kemdikbud.go.id, 2024

Menurut sumber yang dikutip dari laman padangutara.padang.go.id, Museum Adityawarman memiliki sebanyak 6.217 item dalam koleksinya (Administrator, 2022). Beberapa koleksi-koleksi tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 1. Beberapa koleksi-koleksi di Museum Adityawarman
 Sumber: museumadityawarman.sumbarprov.go.id

Koleksi utamanya telah diklasifikasikan ke dalam sepuluh kategori yang berbeda, termasuk dalam bidang biologika, geologika/geografika, arkeologika, etnografika, historika, filologika, numismatika/heraldika, seni rupa, keramologika, dan teknologika. Beberapa koleksi yang tersimpan di Museum Adityawarman merupakan peninggalan dari masa Kerajaan Dharmasraya, termasuk duplikat patung Bhairawa dan patung Amoghapasa. Pada ruang utama museum, para pengunjung diperkenalkan dengan diorama yang menggambarkan adat istiadat masyarakat Minangkabau, lengkap dengan penjelasan tentang hubungan kekerabatan dalam tradisi Minangkabau.



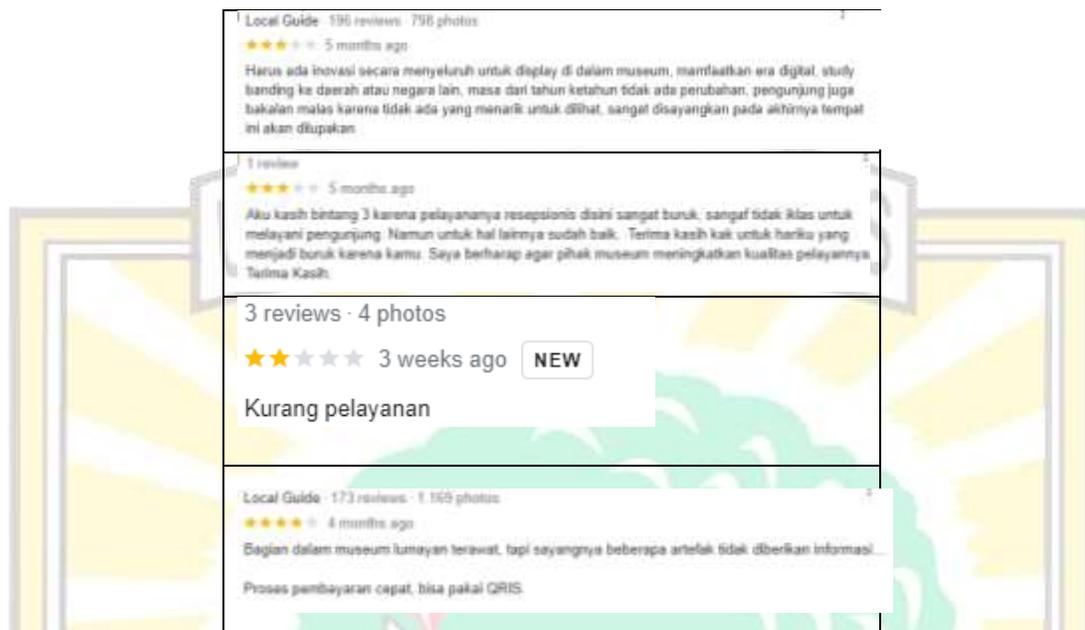
Gambar 2. Tampak Depan Museum Adityawarman

Sumber: Daniswari, 2022

Menurut Schmitt, (2010), menyatakan bahwa *experiential marketing* memandang konsumen sebagai manusia yang rasional dan emosional yang peduli dengan pencapaian pengalaman yang menyenangkan. Dalam konteks Museum

Adityawarman, prinsip *experiential marketing* yang dikemukakan oleh (Schmitt, 2010) dapat diterapkan untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan berkesan bagi pengunjung. Museum ini memanfaatkan pengalaman sensorik dengan menampilkan koleksi seni dan artefak Minangkabau yang dapat dilihat. Dan dapat dilihat museum ini dibandingkan museum-museum lainnya di Indonesia memiliki keunikannya sendiri, karena bangunannya berbentuk rumah adat minang yang menjadi ciri khas dari Sumatera Barat, serta bangunan ini terbuat dari kayu yang dirangkai menjadi rumah (Pamungkas, 2023). Hal ini membuat pengunjung ketika berkunjung mendapatkan pengalaman melalui indra penglihatannya. Lalu, pengalaman afektif diwujudkan melalui pameran yang menyentuh emosi pengunjung, seperti kisah sejarah dan budaya yang dapat memicu rasa bangga dan keterhubungan dengan warisan budaya mereka.

Museum Adityawarman merupakan destinasi wisata yang dapat digunakan sebagai sarana edukasi baik bagi pelajar atau mahasiswa dan masyarakat sekitar. Museum sebagai sarana belajar ini penuh dengan koleksi warisan dari nenek moyang dan juga penuh dengan sejarah Minang, yang mana kekayaan ini akan terus disampaikan pada generasi berikutnya. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang harus segera diselesaikan oleh Museum Adityawarman. Mulai dari pelayanan yang buruk, kurangnya inovasi dan kurangnya informasi mengenai koleksi yang ada pada Museum Adityawarman. Beberapa masukan pada gambar di bawah ini diperoleh dari Google Reviews terkait dengan destinasi wisata Museum Adityawarman.



Gambar 3. Review Tourist Destination Museum Adityawarman
Sumber: Google Reviews

Museum di luar negeri menjadi primadona wisata, berbanding terbalik dengan di Indonesia. Museum di Indonesia dirasa belum menjadi prioritas wisata bagi para masyarakat (Kanaka, 2023). Hal itu karena museum konvensional saat ini harus bersaing dengan berbagai destinasi wisata lainnya, misalnya *cafe*, *spot hangout*, wisata alam, galeri, hingga museum yang lebih modern. Adapun museum di luar negeri memiliki fasilitas yang lebih modern dan interaktif, seperti teknologi digital dan pameran yang dinamis. Sedangkan di Indonesia, banyak museum masih menggunakan metode tradisional dan fasilitas yang kurang modern. Dan museum di luar negeri menawarkan pengalaman yang menyenangkan dan interaktif, seperti aktivitas yang sesuai dengan rentang umur dan kebutuhan pengunjung. Di Indonesia, pengalaman pengunjung masih terbatas dan kurang beragam.

Pengalaman pelanggan berpengaruh positif pada minat pengunjung untuk kembali mengunjungi destinasi wisata (Hardiansyah & Yuningsih, 2018). Namun, Museum Adityawarman menghadapi permasalahan terkait minat berkunjung kembali. Hal tersebut dapat dilihat dari *review* pengunjung pada gambar di atas, yang menunjukkan beberapa kekurangan destinasi tersebut. Pengunjung yang memberikan *review* tersebut dapat dikatakan bahwa mereka kehilangan minat untuk mengunjungi Museum Adityawarman kembali. Masalah ini memiliki kesesuaian dengan indikator minat untuk mengunjungi kembali, yaitu *Intend to Revisit* (mengunjungi kembali pada waktu lain) (Umayra, et al., 2023). Apabila permasalahan ini tidak ditangani segera, maka museum berpotensi akan mengalami penurunan tingkat kunjungan. Oleh sebab itu, penelitian ini dianggap penting oleh peneliti untuk diteliti.

Dengan demikian, Museum Adityawarman perlu untuk meningkatkan kualitas dan juga meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian khususnya pada masyarakat Kota Padang yang berada di sekitar lingkungan Museum. Menurut artikel infopublik.id, Museum Adityawarman menargetkan kunjungan mencapai 70.000 orang pada tahun 2024 (Antoro, 2024). Vandrowis, Kepala Seksi Pelayanan dan Edukasi Museum Adityawarman, mengungkapkan bahwa pihak museum telah memasang baliho di BIM (Bandara Internasional Minangkabau) yang mengajak masyarakat untuk mengunjungi museum. Dalam mencapai target tersebut, Museum Adityawarman dapat memanfaatkan para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, dengan memperhatikan faktor - faktor yang memengaruhi keinginan

mereka untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata guna meningkatkan jumlah kunjungan.

Pengalaman wisata adalah interaksi antara sistem pariwisata, destinasi, masyarakat, serta wisatawan lainnya. Ada 3 tahapan yang saling memengaruhi satu sama lain yang membentuk pengalaman pariwisata, yaitu sebelum kunjungan, selama kunjungan, serta setelah kunjungan. Segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan fasilitas, pelayanan, dan interaksi dengan pengelola serta wisatawan lainnya dialami oleh wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung adalah definisi dari pengalaman wisata (Setiawan & Kurniawan, 2019). Oleh karena itu, wisatawan berupaya membentuk pengalaman wisata yang positif untuk mempertahankan minat kunjungan kembali.

Menurut Khairunnisa1 et al. (2023), pengalaman wisata adalah satu hal yang menarik pengunjung kembali berkali-kali. Pengalaman adalah persepsi yang diciptakan selama suatu kejadian dan memiliki komponen psikologis. Memiliki pengalaman yang menyenangkan dan menarik saat *traveling* dapat membuat pengunjung ingin kembali ke sana (Mayasari & Artanti, 2021). Untuk membuat destinasi wisata yang edukatif, pengelola destinasi wisata harus mampu menarik minat wisatawan agar mereka berkeinginan untuk mengunjungi kembali destinasi tersebut. Kesan positif dan menarik perlu diberikan oleh setiap pengelola wisata agar kunjungan kembali dapat diinginkan oleh mereka yang pernah berkunjung. Oleh

sebab itu, strategi yang merupakan bagian dari proses mendorong niat berkunjung kembali perlu diterapkan oleh penyedia wisata.

Menurut penelitian Yuniawati & Finardi (2016), ditemukan bahwa pengalaman pelanggan memiliki hubungan dengan niat berkunjung kembali. Menurut Sukwadi et al. (2016), dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pengalaman pelanggan berdampak positif terhadap niat kunjungan kembali. Pengalaman wisatawan di museum sangat dipengaruhi oleh bagaimana museum menyajikan koleksi dan informasi mereka. Menciptakan pengalaman yang mendalam dan menarik sangat penting untuk kepuasan pengunjung.

Penggunaan teknologi seperti *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) telah mulai digunakan di museum global saat ini untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengunjung, yang menghasilkan pengalaman yang lebih imersif dan menarik. Hal ini meningkatkan daya tarik museum, terutama bagi generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital (Khan & Haiqal, 2023). AR memungkinkan pengunjung untuk melihat objek virtual yang dilapisi di atas dunia nyata melalui perangkat seperti smartphone atau kacamata AR. Di Indonesia, beberapa museum telah mulai mengimplementasikan AR untuk memberikan informasi tambahan tentang pameran mereka. Misalnya, Museum Nasional Indonesia menggunakan aplikasi AR untuk memindai kode QR di dekat artefak, memungkinkan pengunjung melihat informasi tambahan, gambar 3D, atau video terkait artefak tersebut. Lalu, teknologi VR menawarkan pengalaman yang sepenuhnya imersif dengan membawa

pengunjung ke dunia virtual yang dirancang khusus. Beberapa museum di Indonesia, seperti Museum MACAN di Jakarta, telah menggunakan VR untuk menciptakan tur virtual dari pameran mereka. Ini memungkinkan pengunjung menjelajahi museum tanpa harus berada di lokasi fisik.

Definisi motivasi wisatawan menurut Jones (2011) adalah mengenai apa alasan seseorang melakukan perjalanan, apa yang ingin dicapai dari perjalanan mereka dan mengapa mereka memilih satu tujuan destinasi. Menurut Jiang et al. (2015), motivasi adalah dorongan individu yang memengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan barang serta jasa. Sedangkan menurut Rukmana & Andjarwati (2020), orang melakukan perjalanan untuk berbagai alasan, seperti untuk relaksasi, mengurangi stres, untuk alasan kesehatan seperti menikmati sinar matahari dan udara segar, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga atau hobi seperti hiking, memancing, berburu, serta untuk menemukan hal-hal menyenangkan dan menarik.

Menurut Anggara (2022), hasil penelitiannya menemukan bahwa motivasi secara parsial memengaruhi niat untuk kembali berkunjung ke wisata Telaga Wahyu di Magetan. Dengan maksud, semakin kuat motivasi seorang wisatawan untuk mengeksplorasi budaya lokal, tradisi, dan seni di tempat wisata, maka semakin besar kemungkinan mereka kembali. Menurut penelitian ini, motivasi adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali ke tempat tersebut. Menurut Rohmania (2022), motivasi wisatawan diartikan sebagai pendorong yang memicu seseorang untuk melakukan aktivitas dengan tujuan untuk mencapai sebuah

kepuasan. Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan ketika mengunjungi Museum Adityawarman di Kota Padang dapat meningkatkan niat mereka untuk kembali berkunjung.

Tidak hanya itu, perilaku para wisatawan berperan penting bagi perusahaan dalam memahami kebutuhan serta keinginan mereka (Yusendra, 2015). Suatu sikap terbentuk melalui proses penilaian atau evaluasi serta melalui perasaan terhadap suatu objek atau situasi tertentu, di mana penilaian tersebut bisa bersifat positif atau negative (Simanihuruk et al., 2021). Evaluasi dan perasaan terhadap destinasi wisata dan aktivitas yang ada dapat memengaruhi sikap terhadap perjalanan dan pariwisata. Menurut Limbu et al. (2012), persepsi pelanggan tentang suatu produk atau merek tertentu memengaruhi keinginan mereka untuk membelinya. Sementara itu, Liu & Yu (2012), menemukan korelasi positif antara sikap dan niat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap wisatawan yang timbul dari evaluasi dan penilaian dapat berupa negatif atau positif, dan hal ini memengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata.

Adapun untuk memastikan bahwa suatu destinasi wisata dapat mencapai tujuannya dalam menarik pengunjung, sangat penting untuk mengenali kebutuhan dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi mereka dalam memilih satu destinasi daripada yang lain (Orden-Mejía et al., 2022). Oleh karena itu, memahami preferensi wisatawan menjadi sangat penting dalam pengembangan infrastruktur, produk, dan layanan yang dapat memenuhi preferensi mereka. Ada

korelasi positif antara preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata dan kepemilikan psikologis mereka, menurut penelitian “Menggali Kepemilikan Destinasi Psikologis Antara Wisatawan: *Antecedents* dan Hasil” (Sari & Yudana, 2019). Dalam konteks artikel tersebut, kepemilikan psikologis mengacu pada perasaan memiliki yang dirasakan oleh wisatawan terhadap destinasi wisata. Salah satu indikator kepemilikan psikologis ini dapat dilihat melalui kunjungan ulang oleh wisatawan. Dengan kunjungan ulang tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan cenderung lebih menyukai destinasi tersebut dibandingkan destinasi lainnya.

Minat berkunjung ulang wisatawan sering kali timbul dikarenakan adanya pengalaman positif atau menarik terhadap daya tarik wisata (Iranita & Alamsyah, 2019). Beberapa penelitian sebelumnya, umumnya mengukur niat wisatawan untuk berkunjung kembali melalui intuisi personal dan keinginan untuk memberikan rekomendasi (Wisnu & Sholahuddin, 2023). Konsep niat kunjung ulang (*revisit intention*) juga tercermin melalui keinginan merekomendasikan, di mana wisatawan menyatakan keinginan mereka untuk kembali ke destinasi tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain, dikarenakan mereka merasa puas selama perjalanan. Kepuasan ini berperan dalam pemasaran *word-of-mouth* (mulut ke mulut) dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Wisnu & Sholahuddin, 2023).

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti terkait **“PENGARUH TOURIST EXPERIENCE, TOURIST MOTIVATION, ATTITUDE DAN**

PREFERENCE TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA WISATA MUSEUM ADITYAWARMAN KOTA PADANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Tourist Motivation* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Attitude* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Preference* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist Motivation* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Attitude* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Preference* terhadap *Revisit Intention* wisatawan Museum Adityawarman Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini peneliti harap dapat menjadi referensi dan kontribusi bagi penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Tourist Experience*, *Tourist Motivation*, *Attitude* dan *Preference* terhadap *Revisit Intention*.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terkhusus kepada Dinas Pariwisata Kota Padang untuk mengetahui pengaruh *Tourist Experience*, *Tourist Motivation*, *Attitude* dan *Preference* terhadap *Revisit Intention*, yang mana ini bisa dijadikan masukan untuk

meningkatkan jumlah kunjungan pada destinasi wisata Museum Adityawarman.

b) Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait pengaruh *Tourist Experience*, *Tourist Motivation*, *Attitude* dan *Preference* terhadap *Revisit Intention* yang dapat dijadikan masukan bagi pengelola pariwisata di daerah.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini yaitu terkait pengaruh *Tourist Experience*, *Tourist Motivation*, *Attitude* dan *Preference* terhadap *Revisit Intention*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang masing-masingnya membahas tentang :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan memberikan gambaran tentang latar belakang masalah, konseptualisasi, tujuan, dan manfaat, serta metode penelitian, tingkat diskusi, dan gaya penulisannya.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Dasar-dasar teori dari penelitian ini akan dibahas dalam bab ini bersama dengan penjelasannya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini mencakup definisi variabel operasional, populasi dan sampel yang digunakan, desain penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas terkait temuan penelitian serta menganalisis data temuan dengan teori-teori yang relevan. Kemudian, membahas hasil pengujian hipotesis dengan alat analisis yang digunakan, dapat ditampilkan menggunakan tabel atau grafik.

BAB V PENUTUP

Bagian ini mencakup kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran atau rekomendasi dari hasil penelitian peneliti.

