

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan gabungan dari beberapa macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, serta pemerintah daerah (Kementrian RI, 2009). Indonesia memiliki berbagai macam potensi wisata mulai dari wisata alam, wisata bahari, wisata kuliner, hingga wisata sejarah dan budaya. Hal ini dikarenakan keberagaman tradisi dan kearifan budaya yang dimiliki oleh masyarakatnya. Kearifan budaya lokal juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung, mengenal, dan mempelajari budaya dari daerah tertentu di Indonesia. Dengan begitu, industri pariwisata secara tidak langsung berperan penting dalam mempromosikan warisan tradisi dan budaya lokal dengan memperkenalkannya kepada khalayak ramai. Terdapat beberapa daerah di Indonesia yang dikenal sebagai suatu destinasi wisata yang mewarisi tradisi dan budaya secara turun menurun, salah satunya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu Provinsi di Pulau Jawa yang masih melestarikan nilai-nilai budaya dan sejarahnya. Hal ini dapat dilihat dari pemerintahannya yang hingga saat ini masih menggunakan sistem kerajaan dan dipimpin secara turun-temurun. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki beberapa keistimewaan berupa banyaknya warisan sejarah dan budaya yang melimpah seperti kain batik, seni pertunjukan, upacara adat, dan bangunan-bangunan bersejarah. Keistimewaan inilah yang menjadikan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu tujuan favorit wisatawan domestik maupun mancanegara di Indonesia.

Peninggalan sejarah di Daerah Istimewa Yogyakarta masih terjaga dan terawat dengan sangat baik hingga saat ini. Hal tersebut dapat dibuktikan dari berbagai acara kebudayaan seperti festival, seni tari, dan pertunjukan wayang yang masih kerap diselenggarakan. Selain itu, bangunan bersejarah seperti benteng, candi, dan keraton juga masih terjaga keasliannya meskipun sering dikunjungi bahkan dilakukan restorasi ulang pada beberapa bagiannya. Oleh karena itu, kegiatan

wisata dapat menjadi salah satu cara yang tepat untuk memperkenalkan warisan budaya dan kearifan lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta kepada wisatawan yang datang berkunjung. Adapun kegiatan wisata yang dapat dilakukan sangat beragam, mulai dari berpartisipasi dalam perayaan festival budaya, menikmati pagelaran seni tradisional Jawa, mendatangi bangunan bersejarah hingga mengunjungi museum-museum yang memuat berbagai koleksi benda dari masa lampau.

Museum berasal dari kata *mouseion* yang dalam bahasa Yunani berarti kuil yang dipersembahkan untuk sembilan dewi seni dalam mitologi Yunani dan digunakan sebagai sebutan untuk tempat penyelidikan dan pendidikan ilmu filsafat serta menjadi ruang lingkup kesenian pada zaman Yunani Kuno (Putra, 2019). Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang museum, museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Sedangkan pengertian museum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah gedung yang digunakan sebagai tempat pameran benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu. Salah satu museum yang menyimpan benda-benda peninggalan sejarah, seni, dan ilmu di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Museum Sonobudoyo.

Museum Sonobudoyo merupakan museum yang diresmikan pada tahun 1935 oleh Sri Sultan Hamengku Buwana VIII. Koleksi di museum ini berjumlah lebih 60 ribu koleksi pada bulan Mei 2021. Museum Sonobudoyo terdiri dari 2 gedung pameran yang menampung kurang lebih sebanyak 2000 koleksi yang dipamerkan secara tetap. Koleksi tersebut terbagi dalam 12 ruangan pada gedung pertama yakni gedung Thomas Karsten dan 6 ruangan pada gedung kedua yakni gedung Hastabrata. Aktivitas wisata di Museum Sonobudoyo tidak hanya berkeliling dan mengamati koleksi, namun juga terdapat aktivitas menarik seperti membatik, menonton film sejarah, dan bermain di wahana interaktif yang bertemakan budaya Jawa. Hal inilah yang kemudian menarik wisatawan untuk berkunjung ulang setelah merasakan pengalaman baru berwisata di Museum Sonobudoyo.

Menikmati setiap aktivitas wisata yang interaktif dan berkesan tersebut menjadi sebuah pengalaman berwisata baru bagi wisatawan. Pengalaman berwisata

yang telah dilakukan oleh wisatawan tersebut merupakan bagian dari proses pemasaran yang terdapat di Museum Sonobudoyo. Proses pemasaran tersebut dikenal dengan istilah *Experiential Marketing*. Strategi *experiential marketing* berfokus untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Kualitas pengalaman berwisata yang baik dan berkesan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan (Chandrawati et al., 2021). Hal ini menunjukkan pentingnya menciptakan pengalaman yang menarik di Museum Sonobudoyo agar dapat menciptakan kenangan berkesan yang kemudian menimbulkan rasa puas bagi pengunjung.

Kepuasan pengunjung berhubungan langsung dengan seberapa baik pengalaman yang mereka dapatkan dibandingkan dengan harapan pengunjung sebelum merasakan suatu layanan produk atau jasa. Kotler (2016) menyatakan kepuasan pelanggan adalah derajat perasaan konsumen melalui perbandingan setelah merasakan produk dengan harapan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan di Museum Sonobudoyo sangat bergantung pada sejauh mana pengalaman yang dirasakan memenuhi harapan wisatawan.

Pengalaman kunjungan yang menyenangkan cenderung berpengaruh terhadap penilaian positif wisatawan pada pelayanan di suatu objek wisata. Selain itu, pengalaman kunjungan yang baik juga dapat memicu ketertarikan emosional wisatawan sehingga kemungkinan untuk melakukan kunjungan ulang menjadi lebih besar. Hal tersebut sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa, wisatawan yang mendapatkan pengalaman positif di suatu destinasi wisata cenderung memiliki niat kunjungan yang lebih tinggi (Chen et al., 2019). Melalui penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penerapan strategi *experiential marketing* bukan hanya berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, namun juga membentuk minat kunjungan ulang di masa depan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para *stakeholder* di bidang pariwisata, khususnya dalam penerapan strategi pemasaran *experiential marketing* untuk meningkatkan kepuasan dan minat kunjungan ulang wisatawan.

Penelitian ini akan berfokus pada salah satu objek wisata budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah menerapkan strategi *experiential marketing* yang inovatif yakni Museum Sonobudoyo. Adapaun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang di Museum Sonobudoyo. Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan wisatawan di Museum Sonobudoyo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan wisatawan di Museum Sonobudoyo?
- 2) Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Museum Sonobudoyo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian tersebut sebagai berikut:

- 1) Menganalisis bagaimana *experiential marketing* mempengaruhi kepuasan wisatawan di Museum Sonobudoyo
- 2) Menganalisis bagaimana *experiential marketing* mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan Museum Sonobudoyo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya yang berfokus pada pengaruh strategi *experiential marketing* di bidang pariwisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi pengelola objek wisata budaya Museum Sonobudoyo untuk meningkatkan kepuasan serta kunjungan ulang wisatawan, termasuk inovasi dalam promosi dan pelayanan yang diberikan.