

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Museum merupakan sarana untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia. Tidak hanya bergerak di sektor budaya, museum juga dapat bergerak di sektor ekonomi, politik, sosial, dan lain-lain. Para ahli kebudayaan meletakkan museum sebagai bagian dari pranata sosial dan sebagai wahana untuk memberikan gambaran dan mendidik perkembangan alam dan budaya manusia kepada komunitas dan publik.

Di Jakarta terdapat lebih dari 30 Museum yang tersebar. Antusiasme masyarakat dalam mengunjungi Museum juga sangat tinggi. Berikut adalah data yang didapatkan dari badan pemerintah yaitu *Jakarta Open Data* yang menyediakan laporan perhitungan jumlah pengunjung di beberapa Museum DKI Jakarta Tahun 2017.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Museum Tahun 2017

Nama Museum	Jumlah_Pengunjung
Museum Sejarah Jakarta	798.139
Museum Bahari	35.603
Museum Joang'45	15.465
Museum Wayang	381.106
Taman Arkeologi Onrust	70.133
Museum Tekstil	46.902
Monumen Nasional	1.866.428
Museum Seni Rupa dan Keramik	206.495

Sumber : data.jakarta.go.id

Pemerintah telah menempatkan museum sebagai salah satu institusi penting dalam pembangunan kebudayaan bangsa. Museum didirikan untuk

kepentingan pelestarian warisan budaya dalam rangka pembinaan dan pengembangan kebudayaan bangsa, juga sebagai sarana pendidikan nonformal. Museum kemudian menjadi urusan yang perlu ditangani pembinaan, pengarahan, dan pengembangannya dalam rangka pelaksanaan kegiatan edukasi di bidang kebudayaan.

Namun kondisi museum saat ini fungsinya masih dipersepsikan oleh penyelenggara atau pengelola hanya sebagai tempat mengumpulkan, menyimpan, merawat, dan menyajikan benda sejarah dan budaya saja. Masyarakat, terlebih lagi melihat museum sebagai gudang tempat penyimpanan benda-benda kuno, mencerminkan kesan formal sehingga tidak memiliki daya tarik untuk dikunjungi.

Di kawasan kota tua Jakarta Utara terdapat 2 Museum Besar yakni Museum Bank Indonesia dan Museum Bank Mandiri. Museum Bank Mandiri merupakan satu-satunya museum yang mempunyai sejarah panjang, bukan hanya dari proses nasionalisasi bank milik Belanda, tetapi juga hasil dari merger beberapa bank yang membentuk Bank Mandiri. Pada sisi yang lain penyajian koleksi sudah seharusnya mencerminkan perjalanan dari bank-bank tersebut. Sesuai dengan tujuan museum sebagai lembaga pendidikan informal yang menyenangkan museum dituntut membuat sesuatu yang menarik pengunjungnya.

Dari data yang penulis dapatkan di lapangan ketika melakukan kunjungan ke Museum Bank Mandiri yang di berikan oleh pihak manajemen museum, seperti yang terlampir dalam tabel berikut ini.

Tabel 1.2 Data Pengunjung Museum Bank Mandiri 2018

Data Pengunjung Museum Bank Mandiri 2018											
Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov	Des
6334	5248	6129	4257	3798	8120	4179	3798	5983	5119	5312	
Jumlah	17711		Jumlah	16175		Jumlah	13960		Jumlah	-	

Sumber : Musuem Bank Mandiri

Dalam kurun waktu Januari sampai Maret 2018 jumlah pengunjung mencapai 17.711 orang, sedangkan pada bulan April – Juni Jumlah Pengunjung hanya mencapai 16.175, dan pada 3 bulan berikutnya jumlah pengunjung hanya mencapai angka 13.960. Hal ini membuktikan terdapat penurunan jumlah pengunjung selama 6 bulan terakhir di Musuem Bank Mandiri. Penurunan jumlah pengunjung di beberapa waktu kembali membuat manajemen perusahaan melakukan strategi strategi baru dalam melakukan peningkatan di beberapa sektor demi memajukan kepuasan pengunjung pengunjung.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah kualitas pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan perusahaan lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan perusahaan yang satu dapat berbeda dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar kemudian menjadi konsumen yang loyal. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa, kualitas pelayanan di samping kualitas produk merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nana Trisnawati di Museum Kota Tua Jakarta, dengan pembagian survey kepada 50 responden yang dibagi menjadi 3 kuadran, didapatkan hasil tingkat kepuasan pengunjung Kota Tua masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang belum sesuai harapan pengunjung seperti ketersediaan tempat pembelanjaan souvenir dan tempat makan serta minimnya kegiatan hiburan di Museum tersebut (Trisnawati, 2017:1).

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di Museum Mandiri, banyak dikeluhkan tentang penataan tata letak ruang di Museum Bank Mandiri, masih banyaknya barang yang berdebu, fasilitas parkir yang kurang luas, penerangan ruangan terlihat lebih redup, serta keluhan kesigapan petugas dalam melayani pengunjung. Hal ini membuat penurunan kepuasan pengunjung di Museum tersebut. Kualitas pelayanan dalam hal ini adalah tentang kualitas pelayanan yang berbentuk fisik dan juga daya tanggap petugas dalam mengatasi keluhan pengunjung.

Maka dapat disimpulkan, kualitas pelayanan di Museum Bank Mandiri masih menjadi masalah yang dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pengunjung di Museum tersebut.

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan adalah nilai pelanggan. Nilai Pelanggan merupakan taksiran konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima oleh konsumen dan yang diberikan dan yang diberikan oleh produsen. Dengan demikian nilai

merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Strategi dalam menghantarkan nilai pelanggan membutuhkan pengertian dan pemahaman yang jelas mengenai nilai apa yang sesungguhnya diinginkan oleh pelanggan. Satu aspek penting yang perlu diingat adalah bahwa nilai pelanggan tidak menjadi bagian dari barang maupun jasa, namun lebih merupakan pengalaman pelanggan sebagai konsekuensi atau hasil dari menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi tujuan mereka. Semakin baik nilai yang diberikan pada pelanggan, maka pelanggan akan semakin terpuaskan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wara Dirgantara dimana hasil yang di dapatkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Kartini Jepara. Secara parsial nilai pelanggan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengunjung Museum Kartini Jepara. Hal ini berarti jika nilai pelanggan baik maka akan mengakibatkan kepuasan pengunjung meningkat. Kepuasan pengunjung akan terbentuk jika penilaian keseluruhan oleh pelanggan tentang jasa yang disediakan oleh pihak museum sebanding dengan pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu pihak museum seharusnya mampu melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan pembentukan nilai pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan nilai atau memberikan nilai lebih seperti performa jasa dan manfaat lebih kepada pengunjung museum. Hal ini bertujuan agar penilaian pengunjung akan manfaat dan performa jasa sebanding dengan biaya yang telah dibayarkan (Dirgantara, 2013:1).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, masih banyaknya pengunjung yang tidak memiliki ikatan apapun setelah melakukan kunjungan ke Musuem Bank Mandiri. Kurangnya persepsi akan harga yang dikeluarkan dengan manfaat yang di dapat, dan Pengunjung lebih dominam tidak memiliki ikatan emosional setelah melakukan kunjungan ke Museum Bank Mandiri. Hal ini dikarenakan kurangnya nilai pelanggan yang diberikan oleh Musuem Bank Mandiri.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah citra perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan memberikan rasa bangga karena menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut sehingga membuat pengunjung merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan, kebanyakan pengunjung Museum Bank Mandiri kurang puas karena sebagian besar dari mereka hanya menganggap bahwa Bank Mandiri adalah perusahaan yang hanya bergerak dibidang perbankan, namun beberapa dari mereka baru mengetahui tentang Bank Mandiri juga memiliki Musuem, jadi sebagian dari pengunjung tidak berekspektasi dari awal akan Musuem Bank Mandiri.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan. Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada hal-hal yang berkaitan dengan rendahnya kepuasan pengunjung di Musuem Bank Mandiri.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, dapat dilihat bahwa rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah :

1. Kurangnya Kualitas Pelayanan Jasa yang didapatkan ketika berkunjung.
2. Tidak adanya nilai pelanggan yang dirasakan setelah berkunjung
3. Citra Perusahaan Bank Mandiri yang hanya terfokus di perbankan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah masalah yang telah diidentifikasi di atas, diketahui masalah kepuasan pengunjung pada Museum Bank Mandiri sangatlah rumit dan menarik untuk dapat diteliti. Namun dikarenakan keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang diteliti yaitu dengan memfokuskan masalah pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Bank Mandiri.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Bank Mandiri?
2. Apakah terdapat pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Bank Mandiri?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung Museum Bank Mandiri?

E. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya menjaga kepuasan pengunjung terutama erat kaitannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan maupun nilai pelanggan yang dirasakan dan menjadi pembelajaran untuk masa yang akan datang dalam proses terjun langsung dalam dunia usaha maupun dunia industri sebagai professional maupun pendidik.

2. Universitas Negeri Jakarta

Dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung dan dapat menjadi bahan bacaan ilmiah mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dimasa yang akan datang.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta nilai pelanggan yang diberikan kepada pengunjung guna menghasilkan kepuasan pengunjung yang lebih baik dari sebelumnya.

4. Pembaca

Sebagai sumber bacaan guna menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung serta menjadi bahan referensi dalam membuat penelitian dimasa yang akan datang.