

## PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MUSEUM SEBAGAI TEMPAT TUJUAN WISATA DAN MEDIA PENDIDIKAN NON-FORMAL UNTUK MENINGKATKAN APRESIASI NILAI-NILAI KEJUANGAN

Jazuli Ahmad

Prodi Manajemen STIE Widya Wiwaha,  
e-mail: [jaz.akhmad@gmail.com](mailto:jaz.akhmad@gmail.com)

### Abstract

*This research is motivated by the significant difference between the museum visitor in Yogyakarta. The purpose of this study is to determine whether any differences in the perception of visitors of the museum as a tourist destination, the media of non-formal education as an object to increase the appreciation to historical values. The population in this study are all visitors who comes to the museum in Yogyakarta. Total of samples are 120 respondents and using purposive sampling method. Purposive sampling included in non-probability sampling techniques. Based on statistical data analysis, the statement in this research is valid and reliable because that is consistent and reliable fixed anytime and by anyone who will conduct research in a similar context. While the Chi square test showed no visitors who have different perceptions and there is a visitor who does not have different perceptions of the factors that affect visitors to the museum in Yogyakarta. This can be seen from the results of the P value (Asymp. Sig.) > 0.05 and P value (Asymp. Sig.) < 0.05. And for crosstab test results also showed no variables are interrelated and there is a variable that does not have a relationship because there is a calculated value of  $\chi^2 >$  table and calculate the  $<$  table. To maintain and increase the number of visitor, museum management should strive to improve and enhance the indicators that have value Asymp Sig. > 0.05 so that the perception of the museum's visitors better than before. Meanwhile, in order to compete in the competitive business engaged in the service, the museum should improve the relationship between the variables and the other variables especially those with a low count .*

**Keywords:** perception, Museum in Yogyakarta

### PENDAHULUAN

Industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam meningkatkan devisa negara. Hal ini disebabkan industri pariwisata banyak memberikan kontribusi besar bagi kelangsungan hidup masyarakat, seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menciptakan investasi baru. Oleh karena itu, baik negara maju maupun negara berkembang selalu memprogramkan pengembangan pariwisata disetiap sektor.

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana

dan prasana, barang dan jasa, serta fasilitas yang dipergunakan untuk melayani kebutuhan wisatawan. Segala kegiatan dan pengembangan pariwisata mencakup segi-segi yang amat luas dan menyangkut berbagai segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, pelayanan, suasana kenyamanan, dan sebagainya.

Yogyakarta merupakan salah satu tujuan pariwisata. Berbagai jenis obyek wisata dapat kita jumpai di daerah ini antara lain : wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, dan wisata

pendidikan. Selain kota pariwisata Yogyakarta juga mempunyai predikat sebagai kota pendidikan. Beribu-ribu pendatang masuk ke kota ini untuk menuntut ilmu, bahkan ada ungkapan yang menyatakan Yogyakarta merupakan Indonesia mini.

Selain itu, Yogyakarta juga termasuk kota di Indonesia yang mempunyai peranan penting dalam merintis, mencapai, mempertahankan dan mengisi kemerdekaan. Salah satu tempat sejarah atau saksi perjuangan para pahlawan Indonesia adalah Museum.

Bukan rahasia umum bahwa minat masyarakat dalam mengunjungi museum memang sangat rendah namun seiring berkembangnya waktu sedikit demi sedikit mulai mengalami peningkatan. Hal itu bisa dilihat pada tabel jumlah pengunjung museum di Yogyakarta selama lima tahun terakhir yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 1: Jumlah Pengunjung Museum di Yogyakarta Tahun 2008 - 2012

Tahun	Jumlah Pengunjung
2008	1.632.867
2009	1.280.973
2010	2.118.259
2011	2.316.598
2012	2.171.790

Sumber : Dinas Pariwisata DIY 2013

Dari tabel di atas bisa di lihat jumlah pengunjung ke museum dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Namun berbeda dengan yang terjadi pada tahun 2009 jumlah pengunjung yang datang ke museum di Yogyakarta mengalami penurunan sebanyak 351.894 pengunjung. Angka tersebut bukan jumlah yang sedikit karena itu sangat berpengaruh bagi pemasukan pendapatan daerah.

Museum mempunyai tugas terkait dengan pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan budaya-budaya peninggalan sejarah dan purbakala, Museum yang ada di kota Yogyakarta banyak dijadikan tempat wisata sejarah, budaya ataupun sebagai pendidikan non-formal serta

tempat untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan masyarakat. Dalam melaksanakan tugas ini museum menuangkan berbagai kegiatan antara lain pengumpulan dan perawatan (aspek pelestarian), penelitian (pengembangan), dan penyajian tata pameran. Dari hal diatas bisa dikatakan betapa pentingnya peranan museum dalam pelestarian nilai-nilai sejarah dan budaya, untuk itu diperlukan upaya agar keberadaan museum dapat dipertahankan sebagai tempat wisata dan pendidikan non formal serta sebagai tempat untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan generasi muda.

Guna meningkatkan dan mempertahankan jumlah pengunjung museum di Yogyakarta diperlukan usaha untuk meningkatkan segi fasilitas yang ada di museum, memberikan harga tiket masuk yang kompetitif dan terjangkau, meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan rasa aman serta kenyamanan pada lokasi wisata, menyajikan museum sebagai tujuan wisata, memberikan kesempatan untuk dijadikan media pendidikan non formal serta sebagai tempat untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan bagi para pengunjung.

## TINJAUAN TEORI

### Pengertian Museum

Museum adalah lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum. Museum berfungsi mengumpulkan, merawat, dan menyajikan serta melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian dan kesenangan atau hiburan (Ayo Kita Mengenal Museum, 2009).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.19 Tahun 1995, (tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum), museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Dari beberapa pengertian yang sudah dijelaskan di atas, pengertian yang lebih mendalam dan lebih bersifat internasional

dikemukakan oleh *Internasional Council of Museum* (ICOM), yakni :

*“A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purpose of education, study and enjoyment”.*

Museum adalah lembaga *non-profit* yang bersifat permanen yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan tak benda beserta lingkungannya untuk tujuan pendidikan, penelitian dan hiburan.

### Fungsi Museum

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995: dalam Pedoman Museum Indonesia (2008), museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya. Dengan demikian museum memiliki dua fungsi besar yaitu :

- a. Sebagai tempat pelestarian, museum harus melaksanakan kegiatan sebagai berikut:
  1. Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran dan penataan koleksi.
  2. Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi kerusakan koleksi.
  3. Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh faktor alam dan ulah manusia.
- b. Sebagai sumber informasi, museum melaksanakan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian.
  1. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan nasional, ilmu pengetahuan dan teknologi.

2. Penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya.

### Tugas Museum

Tugas yang dijalankan oleh sebuah museum, yakni:

- a. Pengumpulan atau penggandaan  
Tidak semua benda dapat dimasukkan ke dalam koleksi museum, hanyalah benda-benda yang memenuhi syarat-syarat tertentu, yakni:
  1. Harus mempunyai nilai budaya, ilmiah dan nilai estetika.
  2. Harus dapat diidentifikasi mengenai wujud, asal, tipe, gaya dan sebagainya.
  3. Harus dapat dianggap sebagai dokumen.
- b. Pemeliharaan  
Tugas pemeliharaan ada 2 aspek, yakni :
  1. Aspek Teknis  
Benda-benda materi koleksi harus dipelihara dan diawetkan serta dipertahankan tetap awet dan tercega dari kemungkinan kerusakan.
  2. Aspek Administrasi  
Benda-benda materi koleksi harus mempunyai keterangan tertulis yang menjadikan benda-benda koleksi tersebut bersifat monumental.
- c. Konservasi  
Merupakan usaha pemeliharaan, perawatan, perbaikan, pencegahan dan penjagaan benda-benda koleksi dari penyebab kerusakan.
- d. Penelitian  
Bentuk penelitian ada 2 macam, yakni:
  1. Penelitian Intern  
Penelitian yang dilakukan oleh kurator untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan museum yang bersangkutan.
  2. Penelitian Ekstern  
Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari luar, seperti mahasiswa, pelajar,

- umum dan lain-lain untuk kepentingan karya ilmiah, skripsi, dan lain-lain.
- e. Pendidikan
 

Kegiatan disini lebih ditekankan pada pengenalan benda-benda materi koleksi yang dipamerkan:

    1. Pendidikan Formal
 

Berupa seminar-seminar, diskusi, ceramah dan sebagainya.
    2. Pendidikan Non formal
 

Berupa kegiatan pameran, pemutaran film, *slide dan lain-lain*
  - f. Rekreasi
 

Sifat pameran yang mengandung arti untuk dinikmati dan dihayati, yang mana merupakan kegiatan rekreasi segar, tidak diperlukan konsentrasi yang akan menimbulkan keletihan dan kebosanan.
  - c. Petunjuk yang tidak relevan
 

Ketika diperlukan untuk membuat perkembangan yang sulit melalui persepsi, para konsumen sering kali memberi respon pada stimuli yang tidak relevan.
  - d. Kesan pertama
 

Kesan pertama cenderung pribadi, namun dalam membentuk kesan tersebut, penerima belum mengetahui stimuli mana yang relevan, penting, atau yang dapat diramalkan menjadi perilaku lainnya.
  - e. Terlalu cepat mengambil keputusan
 

Banyak orang yang terlalu cepat mengambil kesimpulan sebelum meneliti semua keterangan atau bukti yang berhubungan.
  - f. Efek halo
 

Gagasan efek halo diperluas meliputi penilaian terhadap berbagai objek atas dasar penilaian pada satu dimensi. Dengan definisi yang lebih luas, para pemasar memanfaatkan efek halo ketika mereka memperluas merek yang menghubungkan satu lini produk dengan yang lain. Produsen memperoleh pengakuan dan status yang cepat dengan mengaitkan nama yang sudah terkenal.

### Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia (Kotler, 1997). Sedangkan menurut Simamora dan Bilson (2002) persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seorang menyeleksi, mengorganisasikan, menginterpretasikan stimuli dalam suatu gambaran dunia yang berarti menyeluruh. Individu terbuka terhadap berbagai pengaruh yang cenderung membelokkan persepsi mereka, yaitu sebagai berikut :

- a. Penampilan fisik
 

Berbagai studi mengenai penampilan fisik telah menemukan bahwa model yang menarik lebih persuasif dan mempunyai pengaruh yang lebih positif terhadap sikap dan perilaku konsumen.
- b. Stereotip
 

Stereotip ini menimbulkan harapan mengenai bagaimana situasi, orang, atau peristiwa tertentu akan terjadi dan stereotip ini merupakan faktor penentu yang penting bagaimana stimuli tersebut dirasakan.

### Persepsi Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengunjung Museum

Untuk mengembangkan persepsi yang kuat terhadap museum, maka pihak museum di tuntut kreativitas dan kerja keras. Persepsi juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi pengunjung adalah museum sebagai tempat tujuan wisata. Museum sebagai tempat pendidikan non-formal dan museum sebagai obyek untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan.

Persepsi sering menjadi tolok ukur konsumen memaafkan suatu kesalahan produsen atau tidak. Semakin baik persepsinya, semakin mudah konsumen memaafkan kesalahan yang terjadi. Pelayanan dalam memberikan informasi tentang museum mengukur seberapa besar persepsi pengunjung dengan kenyataan yang diharapkan,

pencapaian kepuasan pengunjung museum apabila dalam tahapan pelayanan tentang informasi museum sesuai dengan apa yang dipersepsikan. Situasi pelayanan ditentukan dari kemampuan, pengalaman dan pengetahuan pelayan tentang museum, proses pelayanan, dan kelengkapan lingkup fisik museum.

### **Persepsi Pengunjung Terhadap Museum sebagai Tempat Tujuan Wisata**

Faktor daya tarik sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung ke suatu tempat, khususnya pada sektor pariwisata. Menurut Nyoman S Pendit (1990), pariwisata sendiri adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis pemerintah tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya. Oleh karena itu pengelola tempat wisata khususnya akan semaksimal mungkin berusaha mengemas tempat usahanya semenarik mungkin, hal itu disebabkan seseorang dalam mengunjungi suatu tempat selain memperhatikan faktor fasilitas, harga, pelayanan juga memperhatikan faktor daya tarik dari segi pariwisata (industri pariwisata).

Dalam bukunya Anatomi pariwisata Soekadijo (1996), mengemukakan jenis-jenis pariwisata :

a. Pariwisata yang menikmati perjalanan

Pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan syarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru untuk menikmati pemandangan alam, untuk mendapatkan ketenangan di daerah luar kota, untuk menikmati hiburan di kota besar atau keramaian pusat kota.

b. Pariwisata untuk rekreasi

Pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang ingin

menyegarkan keletihan dan kelelahan, biasanya mereka tinggal di tempat yang dianggap dapat menjamin tujuan rekreasi misalnya di pantai, di pegunungan dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan.

c. Pariwisata Kebudayaan

Rangkaian kegiatan untuk belajar di pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, untuk mengunjungi museum bersejarah, pusat-pusat kesenian, keagamaan dan lain-lain.

d. Pariwisata untuk Keperluan Usaha-usaha

Pariwisata yang dilakukan karena pengguna usaha atau pengusaha yang mencakup kunjungan ke pameran, instansi teknik yang menarik orang-orang luar.

e. Pariwisata untuk Konvensi

Pariwisata yang sering dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau Negara penyelenggara, pariwisata ini semakin penting dilihat dari penerimaan devisa.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa daya tarik dan kelengkapan koleksi tempat wisata khususnya museum dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut.

### **Persepsi Pengunjung Terhadap Museum sebagai Media Pendidikan Non-Formal**

Pendidikan non-formal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan non-formal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat.

Museum mempunyai kaitan yang sangat erat dengan dunia pendidikan. Museum mempunyai peranan penting dalam dunia pendidikan. Museum menjalankan fungsi sebagai lembaga pendidikan non-formal. *T.L Low* dalam *The*

*Museum as a Social Instrument* menyatakan bahwa satu-satunya tujuan museum adalah pendidikan dalam segala aspeknya.

Museum menjadi sarana belajar tanpa mengambil peran guru. Museum, di mana di dalamnya terdapat benda-benda bersejarah dan benda-benda budaya, adalah salah satu media pembelajaran yang sangat penting. Dengan mengunjungi museum, pelajar tidak hanya melihat foto-foto seperti dalam buku, tetapi dapat memegang, mengagumi, dan bertanya tentang benda-benda tersebut.

### **Persepsi Pengunjung Terhadap Museum sebagai Obyek Untuk Meningkatkan Apresiasi Nilai-Nilai Kejuangan**

Nilai kejuangan adalah konsep yang berkenaan dengan sifat, mutu, keadaan tertentu yang berguna bagi manusia dan kemanusiaan yang menyangkut upaya tak kenal lelah untuk tetap eksis secara bermartabat. Dalam sejarah Indonesia nilai kejuangan dimaksudkan untuk menggambarkan daya dorong perlawanan dan pendobrak yang mampu membawa bangsa ini untuk membebaskan dirinya dari penjajahan Belanda dan Jepang.

Dampak nyata nilai kejuangan selalu bersifat sosial, dalam arti menyangkut orang banyak. Tetapi titik tolak yang amat mendalam bagi kejuangan adalah hal-hal yang personal, yang tersimpan dalam diri manusia yang paling mendalam, tanpa kemungkinan bagi orang lain untuk mengintervensinya. Hal-hal yang amat personal ini, berupa sistem keyakinan atau keimanan yang memberi seseorang makna dan tujuan hidupnya, merupakan pangkal motivasi dan gerak jiwa dan ruhaninya untuk menempuh hidup kejuangan. Jadi kejuangan memang menyangkut jati diri manusia yang paling mendalam, dan berhubungan dengan rasa bahagia yang paling mendalam pula.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan pernyataan sebagai jawaban sementara terhadap suatu masalah penelitian, sehingga perlu dibuktikan untuk

menegaskan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan data empirik atau data fakta yang telah dikumpulkan dalam penelitian (Akhmad,2002). Dalam penelitian ini hipotesisnya adalah :

*Ada perbedaan persepsi pengunjung museum terhadap museum sebagai tempat tujuan wisata, museum sebagai media pendidikan non-formal serta museum sebagai obyek untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan.*

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi, Sampel, Teknik Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah seluruh seluruh pengunjung museum di Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 orang.

Teknik sampel adalah teknik pengambilan sampel (Sugiyono,2012). Dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik metoda *purposive sampling* yaitu teknik *non probability sampling* yang memilih orang-orang yang terseleksi berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

### **Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) (Indriantoro dan Supomo,1999). Dalam penelitian ini data primer merupakan data yang langsung diambil dari pegunjung museum.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya yang berupa majalah, buku panduan, dan bacaan lainnya yang masih ada hubungannya dengan apa yang diteliti.

## Metode Pengumpulan Data

### 1. Kuisisioner

Metode pengumpulan data dengan cara memberikan kuisisioner secara logis dan terperinci dan lengkap yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti kepada responden setiap pertanyaan merupakan jawaban yang memiliki arti dalam menguji hipotesis.

### 2. Observasi

Data yang diperoleh dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek penelitian, metode ini berguna untuk mengecek validitas jawaban yang diberikan dalam kuisisioner.

### 3. Interview

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka secara langsung.

### 4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah cara pengumpulan data dengan mempelajari data-data dari literatur yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas.

## Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisisioner yang ditujukan kepada pengunjung atau pernah berkunjung di Museum Yogyakarta yang diminta untuk mengisi pertanyaan tentang persepsi pengunjung terhadap museum sebagai tempat tujuan wisata,

museum sebagai media pendidikan non- formal serta museum sebagai obyek untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan.

## Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tabel frekuensi dan Uji Chi Kuadrat ( $\chi^2$ ). Analisis tabel frekuensi digunakan untuk mendeskriptifkan persepsi pengunjung tentang fungsi dan tugas museum sedangkan Uji Chi Kuadrat ( $\chi^2$ ) digunakan untuk menguji hipotesis ada tidaknya perbedaan persepsi pengunjung terhadap fungsi dan tujuan museum.

Rumus Chi Kuadrat :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(f_o - f_n)^2}{f_n}$$

Dimana :

$\chi^2$  = Chi Kuadrat

$f_o$  = Frekuensi yang diobservasi

$f_n$  = Frekuensi yang diharapkan

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dalam penelitian ini 120 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 120 buah kuesioner. Hal ini didasarkan pada kenyataannya cukup banyak kuesioner yang memiliki respon yang tidak lengkap. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah pengunjung atau orang yang pernah berkunjung di Museum.

Penyajian data mengenai responden memberikan gambaran tentang persepsi para responden. Adapun gambaran tentang persepsi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan persepsi responden, museum sebagai tempat kunjungan wisata, persepsi responden, museum sebagai media pendidikan non-formal dan persepsi responden, sebagai obyek meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan. Berikut akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi persepsi responden tersebut :

### Persepsi Responden Pada Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Mengunjungi Museum

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung mengunjungi museum, dilakukan perhitungan persentase jawaban berdasarkan jumlah pertanyaan, nilai skor tertinggi dan nilai skor terendah dengan hasil sebagai berikut

#### a. Museum sebagai Tempat Tujuan Wisata

Persepsi dari 120 responden yang terpilih terhadap museum sebagai tempat tujuan wisata. Disajikan pada tabel 2.

74.76 %. Hal ini menunjukkan sebagian besar pengunjung museum setuju bahwa museum sebagai tujuan wisata keluarga sebagai sangat menarik. Selain itu juga terlihat bahwa lebih banyak pengunjung museum juga berstatus pelajar, mereka dapat berekreasi sambil mengerjakan tugas dari sekolah atau institusi. Hal ini apabila disajikan dalam bentuk grafik kontinum nampak sebagai berikut :

840	1680	2520	3360	4200
sts	ts	n	3140	s st

**Tabel 2: Persepsi Responden Terhadap Museum sebagai Tujuan Wisata**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Lokasi wisata menarik untuk dikunjungi wisatawan	0	7	34	60	19	511
2.	Selain tempat wisata dapat digunakan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman	7	25	42	40	6	413
3.	Anda tertarik berkunjung ke museum karena mendapat informasi teman	5	33	27	52	3	427
4.	Anda tertarik berkunjung ke museum karena melihat iklan di media internet / media social	8	46	47	17	2	336
5.	Anda tertarik berkunjung ke museum karena melihat iklan di media cetak (brosur, pamphlet, surat kabar)	4	33	43	38	2	399
6.	Anda tertarik berkunjung ke museum karena mengerjakan tugas dari institusi / sekolah	0	26	18	62	14	486
7.	Setelah berkunjung, pengunjung diharapkan untuk kembali berkunjung ke museum dan menceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya selama di museum	0	0	16	68	36	568
<b>Total</b>							<b>3140</b>

Sumber : Data primer Diolah

Jumlah skor tertinggi =  $5 \times 7 \times 120 = 4200$

Jumlah skor terendah =  $1 \times 7 \times 120 = 840$

Dari tabel 2 persepsi dari 120 responden terhadap museum sebagai tempat tujuan wisata jumlah skornya adalah  $(3140 : 4200) \times 100\% =$

#### b. Museum Sebagai Media Pendidikan Non-Formal

Museum sebagai media pendidikan non-formal, 120 responden yang terpilih memiliki persepsi sebagai berikut (tabel 3):



**Tabel 3 : Persepsi Responden Museum sebagai Media Pendidikan Non-Formal**

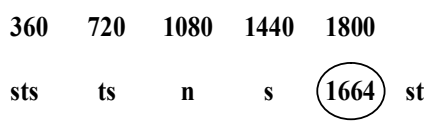
No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Museum sebagai salah satu tempat pendidikan non formal yang baik bagi para pengunjung	0	0	12	67	41	576
2.	Museum memiliki sarana edukasi yang lengkap	0	4	36	64	16	516
3.	Setelah berkunjung, ilmu pengetahuan sejarah perjuangan bangsa para pengunjung meningkat	0	0	14	71	35	572
<b>Total</b>							<b>1664</b>

Sumber : Data Primer Diolah

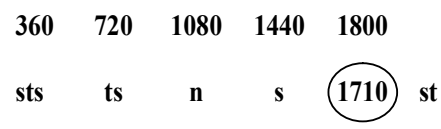
Jumlah skor tertinggi =  $5 \times 3 \times 120 = 1800$

Jumlah skor terendah =  $1 \times 3 \times 120 = 360$

Tabel 3, jumlah skor museum sebagai media pendidikan non-formal adalah  $(1664 : 1800) \times 100\% = 92,44\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa museum yang menyimpan barang-barang peninggalan sejarah dan perjuangan yang lengkap, pengunjung dapat memanfaatkan untuk menambah pengetahuan tentang sejarah perjuangan bangsa, sehingga dipersepsikan pengunjung sangat setuju museum sebagai media pendidikan non-formal karena memiliki skor mendekati 1800 atau (100%), berikut disajikan bentuk grafik kontinumnya :



kejuangan adalah  $(1710 : 1800) \times 100\% = 95\%$ . Sebagai tempat penyimpanan peninggalan bukti-bukti perjuangan bangsa untuk kemerdekaan, atau bukti-bukti peninggalan lain sebagai bentuk perjuangan untuk mencapai kesejahteraan bangsa, museum dapat menumbuhkan apresiasi untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan, pengunjung dapat mentransformasikan dan menerapkan nilai-nilai kejuangan di era modern. Hal ini menunjukkan responden sangat setuju dengan persepsi bahwa museum sangat baik sebagai obyek untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan dengan skor mendekati 1800 atau (100%), apabila disajikan dalam bentuk grafik kontinum nampak sebagai berikut :



c. Museum Sebagai Obyek Untuk Meningkatkan Apresiasi Nilai-Nilai Kejuangan

Terhadap museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari 120 responden yang terpilih memiliki persepsi seperti pada tabel 4.

Jumlah skor pada tabel 4, menunjukan persepsi dari 120 responden. terhadap museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai

**Uji Chi Square ( $\chi^2$ )**

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi pengunjung pada museum sebagai tempat tujuan wisata, museum sebagai media pendidikan non-formal serta museum sebagai tempat untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan. Berikut tabel hasil pengujian Chi Square dengan alpha 5% (Tabel 5):

**Tabel 4 : Persepsi Responden Terhadap Museum sebagai Obyek Untuk Meningkatkan Apresiasi Nilai – Nilai Kejuangan**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Museum dapat meningkatkan / menumbuhkan apresiasi para pengunjung terhadap nilai-nilai kejuangan melalui koleksi museum	0	0	16	69	35	568
2.	Museum sebagai salah satu tempat untuk melestarikan nilai-nilai kejuangan	0	0	5	76	39	590
3.	Setelah berkunjung ke museum, pengunjung dapat mentransformasikan dan menerapkan nilai-nilai kejuangan di era modern	0	0	24	66	30	552
Total							<b>1710</b>

Sumber : Data primer Diolah

Jumlah skor tertinggi =  $5 \times 3 \times 120 = 1800$

Jumlah skor terendah =  $1 \times 3 \times 120 = 360$

**Tabel 5 : Hasil Pengujian Chi Square**

Museum sebagai Tujuan Wisata		Chi Square	Asymp. Sig
1	Lokasi wisata menarik untuk dikunjungi wisatawan	33.396	0.000
2	Selain tempat wisata dapat digunakan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman	36.062	0.000
3	Anda tertarik berkunjung ke museum karena mendapat informasi teman	32.429	0.000
4	Anda tertarik berkunjung ke museum karena melihat iklan di media internet / media sosial	17.552	0.000
5	Anda tertarik berkunjung ke museum karena melihat iklan di media cetak (brosur, pamphlet, surat kabar)	19.583	0.000
6	Anda tertarik berkunjung ke museum karena mengerjakan tugas dari institusi / sekolah	0.000	1.000
7	Setelah berkunjung, pengunjung diharapkan untuk kembali berkunjung ke museum dan menceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya selama di museum	0.000	1.000

Museum sebagai Media Pendidikan Non-Formal			
8	Museum sebagai salah satu tempat pendidikan non-formal yang baik bagi para pengunjung	0.602	0.438
9	Museum memiliki sarana edukasi yang lengkap	5.634	0.018
10	Setelah berkunjung, ilmu pengetahuan sejarah perjuangan bangsa para pengunjung meningkat	1.840	0.175
Museum sebagai media Untuk Meningkatkan Nilai-Nilai Kejuangan			
11	Museum dapat meningkatkan/menumbuhkan apresiasi para pengunjung terhadap nilai-nilai kejuangan melalui koleksi museum	1.486	0.223
12	Museum sebagai salah satu tempat untuk melestarikan nilai-nilai kejuangan	0.230	0.631
13	Setelah berkunjung ke museum, pengunjung dapat menstransformasikan dan enerapkan nilai-nilai kejuangan di era modern	0.643	0.421

Sumber: Data Primer Diolah

### Museum sebagai Tempat Tujuan Wisata

Hasil uji chi square museum sebagai tempat tujuan wisata menunjukkan p. value (Asymp. Sig.)  $0.000 < 0.05$  hal ini berarti ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap segi daya tarik museum sebagai tempat tujuan wisata.

Tidak semua pengunjung setuju bahwa museum merupakan salah satu tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi walaupun lokasinya strategi, dapat digunakan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman, serta tersedianya fasilitas internet atau media cetak yang memberikan informasi langsung tidak langsung tentang museum untuk mendorong pengunjung kembali berkunjung ke museum. Sedangkan museum sebagai tempat alternatif untuk mengerjakan tugas dari institusi/ sekolah, dan sebagai obyek yang menarik diceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya selama di museum mengunjungi tidak ada perbedaan persepsi dengan p. value (Asymp. Sig.)  $1.000 > 0.05$

### Museum sebagai Media Pendidikan Non-Formal

Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung bahwa museum sebagai salah satu tempat pendidikan non-formal yang baik bagi para pengunjung. Berdasarkan hasil uji chi square menunjukkan p. value (Asymp. Sig.)  $0.438 > 0.05$ . dikarenakan bahwa museum merupakan salah satu tempat yang tepat untuk media pendidikan non-formal bagi pengunjungnya yang sebageian besar para pelajar yang akan menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang sejarah perjuangan bangsa. Namun dari segi sarana untuk edukasi, serta kelengkapan koleksi peninggalan sejarah yang ada di museum ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap museum sebagai media pendidikan non-formal, hasil uji chi squarenya adalah p. value (Asymp. Sig.)  $0.018 < 0.05$ .

Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap museum sebagai media pendidikan non-formal dari segi harapan setelah berkunjung, akan

meningkatkan ilmu pengetahuan tentang sejarah perjuangan bangsa dengan nilai p. value (Asymp. Sig.)  $0.175 > 0.05$

### **Museum sebagai Obyek Untuk Meningkatkan Apresiasi Nilai-Nilai Kejuangan**

Berdasarkan hasil uji chi square di atas menunjukkan p. value (Asymp. Sig.)  $0.223 > 0.05$  hal ini berarti tidak ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari segi fungsi museum. Museum dapat meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan para pengunjung melalui koleksi-koleksi yang dimilikinya.

Persepsi museum sebagai salah satu tempat untuk melestarikan nilai-nilai kejuangan hasil uji chi square p. value (Asymp. Sig.)  $0.631 > 0.05$  berarti tidak ada perbedaan persepsi pengunjung dari segi jasa museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan.

Uji chi square terhadap museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari segi harapan setelah berkunjung, menunjukkan hasil p. value (Asymp. Sig.)  $0.421 > 0.05$  hal ini berarti tidak ada perbedaan persepsi pengunjung bahwa setelah berkunjung ke museum pengunjung akan mentransformasikan dan menerapkan nilai-nilai kejuangan di era modern.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Persepsi pengunjung, setuju museum sebagai tempat tujuan wisata keluarga, lebih banyak pengunjung museum berstatus pelajar, mereka dapat berekreasi sambil mengerjakan tugas dari sekolah atau institusi, sehingga museum dapat dijadikan media pendidikan non-formal dan pengunjung setuju dan memandang baik bahwa museum sekaligus dapat sebagai obyek untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan masyarakat.

- b. Untuk mempertahankan jumlah pengunjung dan frekuensi kunjungan ke museum berdasarkan analisis persepsi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung museum dengan uji chi square dengan  $\alpha = 5\%$  menunjukkan ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap fungsi dan tujuan museum di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil P value (Asymp. Sig.) di bawah ini :

1. Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung mengenai museum sebagai tujuan wisata dari segi maksud kunjungan sebagai tempat alternatif untuk mengerjakan tugas dari institusi/ sekolah, dan sebagai obyek yang menarik diceritakan kepada orang lain (p. value (Asymp. Sig.)  $1.000 > 0.05$ ). Namun ada perbedaan persepsi pengunjung terhadap daya tarik museum sebagai tempat tujuan wisata, karena lokasi yang strategi, sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman, sebagai sumber informasi langsung dan tidak langsung untuk mendorong kembali berkunjung ke museum.
2. Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung mengenai museum sebagai media pendidikan non-formal, (p. value (Asymp. Sig.)  $0.438 > 0.05$ ), sebagai sarana edukasi, serta kelengkapan koleksi peninggalan sejarah yang ada di museum ada perbedaan persepsi pengunjung (p. value (Asymp. Sig.)  $0.018 < 0.05$ ), tidak ada perbedaan persepsi pengunjung museum sebagai media pendidikan non-formal dari segi harapan setelah berkunjung (p. value (Asymp. Sig.)  $0.175 > 0.05$ ),
3. Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung mengenai museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari segi kegunaan museum (p. value (Asymp. Sig.)  $0.223 > 0.05$ )<sup>6</sup>. Tidak ada perbedaan persepsi

pengunjung mengenai museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari segi jasa museum (p. value (Asymp. Sig.) 0.631 > 0.05). Tidak ada perbedaan persepsi pengunjung mengenai museum sebagai obyek untuk meningkatkan nilai-nilai kejuangan dari segi harapan setelah berkunjung akan mentransformasikan dan menerapkan nilai –nilai kejuangan di era modern (p.value (Asymp. Sig.) 0.421 > 0.05).

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dapat dikemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan tolok ukur bagi museum di Yogyakarta :

a. Semakin ketatnya persaingan dalam mendapatkan konsumen atau wisatawan dan

semakin berkembangnya dunia bisnis pariwisata, hendaknya museum meningkatkan kegiatan promosi pada segi informasi kepada masyarakat bahwa museum dapat sebagai obyek tujuan wisata, museum dapat sebagai media pendidikan non-formal serta museum dapat sebagai tempat untuk meningkatkan apresiasi nilai-nilai kejuangan.

- b. Museum harus memperbaiki dan meningkatkan indikator-indikator yang memiliki nilai Asymp Sig. > 0.05 agar persepsi pengunjung tentang museum tersebut menjadi lebih baik.
- c. Untuk bisa bersaing secara kompetitif didalam bisnis yang bergerak dibidang jasa pariwisata maka museum harus meningkatkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain terutama yang memiliki  $\chi^2_{hitung}$  rendah .

---

### DAFTAR PUSTAKA

- Aan Surachlan Dimiyati (1992), *Manajemen Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Akhmad, Jazuli (2002), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta : STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
- Ali Akbar (2010), *Museum di Indonesia Kendala dan Harapan*, Jakarta : Papis Sinar Sinanti
- Direktorat Museum (2009), *Ayo Kita Mengenal Museum*, Jakarta: Direktorat Museum, Direktorat Jendral Sejarah dan Purbakala, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata
- Engel, James. F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard (1994), *Perilaku Konsumen* (Jilid I), Jakarta : Binarupa Aksara.
- Indriantoro Nur, dan Bambang Supomo (1999), *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPF.
- Kotler, Philip (1997), *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi pertama, Jakarta: Erlangga.
- (1997), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi Kedua), Jakarta: Erlangga.
- Pendit, Nyoman S (1990), *Ilmu Pariwisata*, Jakarta : Gramedia
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1995 : *Tentang Pemeliharaan Dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya Di Museum*.
- Soekadji (1996), *Anatomi Pariwisata*, Jakarta : Gramedia
- Sudjana (1993), *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga* (Edisi II). Bandung : Tarsito
- Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- [www.musemvredenburg.blogspot.com](http://www.musemvredenburg.blogspot.com)