

PENDAHULUAN

Pariwisata berpengaruh pada pendapatan dari suatu negara, khususnya bagi pemerintah daerah di mana objek wisata tersebut berada (Harahap, 2014 dalam Hanif dkk, 2020). Menurut KBBI (2018), Salah satu objek wisata kebudayaan di Indonesia adalah Museum (Hanif dkk, 2020). Brata dkk (2018), menyatakan bahwa museum merupakan suatu gedung yang digunakan sebagai tempat pameran dari benda-benda yang patut diapresiasi dari segi peninggalan sejarah, seni, dan keilmuannya. Museum merupakan tempat yang didalamnya terdapat benda-benda warisan budaya yang dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait sejarah di masa lalu (Hanif dkk, 2020). Data Statistik Kebudayaan menurut Kemdikbud (2019), menunjukkan bahwa jumlah museum di Indonesia berjumlah 435 Museum, (Hanif dkk, 2020).

Salah satu Museum yang terkenal dan memiliki cakupan Nasional adalah Museum Nasional. Museum ini sangat di kenal di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya penduduk Jakarta. Mereka menyebutnya “Gedung Gajah” atau “Museum Gajah” karena di halaman depan museum terdapat sebuah patung gajah perunggu hadiah dari Raja Chulalongkorn (Rama V) dari Thailand yang pernah berkunjung ke museum pada tahun 1871. Kadang kala disebut juga “Gedung Arca” karena di dalam gedung memang banyak tersimpan berbagai jenis dan bentuk arca yang berasal dari berbagai periode. Terwujudnya Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata yang mampu mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan peradaban dan kebanggaan terhadap

kebudayaan national, serta memperkokoh persatuan dan persahabatan antar bangsa (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022).

Tetapi, menurut Susetyarini & Masjhoer (2018), biasanya museum sering hanya ditempatkan pada posisi yang tidak berbeda dengan *artshop* atau *gallery*, indah tetapi kurang inofatif. Biasanya hal tersebut yang akan berpengaruh pada kepuasan pengunjung yang datang. Keramahan dan kesopanan dalam pelayanan para karyawan pun sangat diharapkan untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar tetap bertahan pada produk atau jasa yang ditawarkan. Tingkat kepuasan yang ingin di capai oleh masing-masing konsumen tentu berbeda dan beragam (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022). Tingkat kepuasan konsumen tidak hanya di ukur dari kualitas produk atau jasa yang ditawarkan saja, melainkan juga pelayanan, harga, kebersihan suasana, dan sebagainya sehingga atas dasar tersebut dibuatlah penelitian ini yang nantinya menjadi salah satu acuan dalam mengevaluasi keberadaan dan kinerja para SDM Museum Nasional serta sarana dan prasarana dalam melayani para pengunjung serta mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan para pengunjungnya.

DESAIN PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam riset pelayanan dan kepuasan pengunjung Museum Nasional Jakarta adalah metode penelitian survey, dengan format Deskriptif dan pendekatan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan Model konsep *SERVQUAL* (*Service Quality*). Model *SERVQUAL* telah secara luas diadopsi untuk menjelaskan persepsi tentang *service quality* (Ravichandran, 2010 dalam Hanif dkk, 2020). Ada 5 dimensi dalam model *SERVQUAL* yaitu “*Tangibles*”, “*Reliability*”, “*Responsiveness*”, “*Assurance*”, dan “*Empathy*” (Akhlaghi dkk, 2012 dalam Hanif dkk, 2020). Penelitian menggunakan Model *SERVQUAL* dengan objek museum telah dilakukan oleh Mey dan Mohammed (2010) dengan tujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan terhadap para pengunjung museum di Malaysia dengan memberikan 35 item kualitas layanan untuk mengukur tingkat kualitas layanan, sehingga diharapkan menjadi dasar pengembangan kualitas layanan museum di Malaysia. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Noor (2017) di Museum Geologi Bandung dengan metode *self administered* yaitu responden sejumlah 127 orang dengan usia 15-25 tahun diminta untuk mengisi sebuah kuisisioner yang dapat memberikan persepsi atas pelayanan kunjungan ke Museum Geologi Bandung. Dengan hasil secara keseluruhan dari kelima dimensi *SERVQUAL* yang dinilai cukup baik bagi pengunjung, pada dimensi *Responsiveness* memiliki nilai persepsi terendah, sementara dimensi *Tangible* memiliki nilai persepsi tertinggi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Rukminingsih (2017) dengan menggunakan metode *SERVQUAL* di Museum Kambang Putih

dengan teknik pengumpulan data secara langsung kepada pengunjung yaitu wawancara dan observasi dokumentasi. Sehingga dapat diukur *Service Quality* berdasarkan 5 dimensi *SERVQUAL* yaitu “*Tangibles*”, “*Reliability*”, “*Responsiveness*”, “*Assurance*”, dan “*Empathy*” dan dijadikan sebagai saran bagi pengelola museum (Hanif dkk, 2020).

Dari penjelasan di atas. Maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah tingkat kepuasan pengunjung Museum Nasional Jakarta berdasarkan 5 dimensi *SERVQUAL* yaitu *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap),, *Assurance* (jaminan), *Empathy* (kepedulian) dan *Tangibles*, (nyata)?”

Populasi pada riset ini mengacu pada data Laporan Kunjungan Museum Nasional Indonesia (2022), jumlah rata-rata pengunjung Museum Nasional Jakarta dari mulai bulan Januari 2022 s/d Oktober 2022 dengan jumlah total pengunjung sebanyak 272.251 pengunjung, sehingga peneliti menetapkan populasi sebanyak **272.251** orang.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan tabel sampel Morgan dan Krejcie yang tertera pada PERMENPAN NOMOR 14 TAHUN 2017, di mana dengan jumlah populasi >75.000 s/d 1.000.000 orang, maka sampelnya adalah 384. Maka dengan demikian sampel dalam penelitian ini sebanyak **384** orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental sampling* (sampling kebetulan) (Sugiyono, 2002). Alasan pemilihan *Accidental sampling* sebagai teknik *sampling* dalam penelitian ini

adalah, karena responden merupakan individu yang sulit ditemui dan hanya dapat ditemui pada saat mereka mendatangi Museum Nasional Jakarta. Hal lain yang menjadi alasannya juga adalah, karena geografis responden yang berbeda – beda dan juga efisiensi waktu serta biaya. Cara pelaksanaannya adalah dengan membagikan kuesioner kepada para pengunjung Museum Nasional Jakarta yang ditemui pada waktu – waktu tersebut.

Data yang telah diperoleh dari kuesioner, nantinya diolah dengan menggunakan sistem komputerisasi. Adapun program yang digunakan adalah *Statistic Package for Sosial and Science (SPSS) 20.0*. Cara ini digunakan untuk menghindari kesalahan perhitungan yang disebabkan oleh *Human Error*.

Untuk uji keabsahan yang digunakan sebagai bentuk *pre-test* instrumen adalah :

1. Uji validitas menggunakan *Factor Analysis*

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa dengan metode *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*, yaitu uji statistik yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan analisis faktor terhadap variabel-variabel yang diukur.

Keputusan untuk validitas :

Jika nilai $KMO > 0,5$ dikatakan valid

Jika nilai $KMO < 0,5$ dikatakan tidak valid (Andi, 2004).

2. Uji Reliabilitas menggunakan Metode *Alpha Cronbach's*

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6, (Andi, 2004).

Untuk menganalisis data dan menginterpretasikannya maka teknik analisis data yang digunakan adalah :

1) Analisis Deskriptif menggunakan tabel frekuensi.

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, yakni menggunakan tabel frekuensi. Adapun tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui frekuensi atau prosentase jawaban responden terhadap pertanyaan – pertanyaan yang disajikan.

Rumus untuk melihat jumlah prosentasenya adalah

$$n: \frac{f}{n} \times 100\%$$

2) Analisis Mean (nilai rata-rata)

Analisis *mean* (nilai rata-rata) digunakan untuk mengetahui kecenderungan kepuasan responden, apakah berada dalam posisi puas, cukup puas atau malah dalam posisi tidak puas. Untuk mengetahuinya, maka dibuat skala penilaian bertingkat yang dinyatakan dengan nilai 1-5, nilai 1 menyatakan sangat tidak puas, 2 menyatakan tidak puas, 3 menyatakan cukup, 4 menyatakan puas, dan 5 menyatakan sangat puas (Hanif dkk, 2020). Dengan nilai interval kelas sebesar 1, maka dibuatlah tabel interval kategori yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan. Tabel dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Rentang Skala Kepuasan Responden

Interval Nilai	Kategori
0 - 1	Sangat tidak puas
1 - 2	Tidak puas
2 - 3	Cukup puas
3 - 4	Puas
4 - 5	Sangat puas

3) Analisis Skala *Likert*

Analisa skala *Likert* menggunakan cara menjumlahkan skor jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan kemudian dilanjutkan dengan melihat prosentase total jawaban responden, dengan membagi total skor jawaban responden dengan skor ideal serta mengalikannya dengan / 100 ($N / \text{skor ideal} \times 100\%$, N: total skor jawaban responden). Analisis ini menjadi penting untuk mendukung nilai *mean* serta menguatkannya hasil pada nilai *mean* dengan melihat tingkat prosentasenya. Dengan demikian maka akan terlihat prosentase kepuasan responden terhadap pelayanan Museum Nasional Jakarta.

Kriteria interpretasi skor adalah:

Angka = 0% - 20%	: Sangat tidak puas
Angka = 21% - 40%	: Tidak puas
Angka = 41% - 60%	: Cukup puas
Angka = 61% - 80%	: Puas
Angka = 81% - 100%	: Sangat puas (Riduwan 2002).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, di mana alat pengumpulan data yang primernya adalah kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form* dan diberikan kepada para responden – responden yang telah dipilih melalui teknik *sampling* yang telah ditentukan.

Pada tahap pertama, peneliti melakukan *pre – test* terhadap 30 responden. Hasil dari *pre – test* tersebut kemudian dianalisis dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen - instrumen dalam kuesioner. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kuesioner yang valid dan reliabel, sehingga hasil yang didapatkan juga menjadi valid, representatif dan objektif. Berikut merupakan penjabaran serta penjelasan dari uji validitas dan reliabilitas tersebut.

1) Hasil Validitas Variabel

Pada bagian pertama ini peneliti mencoba membahas, menganalisa, dan menginterpretasikan hasil dari proses analisis faktor variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan). Berikut penjelasannya:

Tabel 2
KMO And Bartlett's
SERVQUAL

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	75.232
	df	10
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *KMO* yang ditunjukkan dari variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) adalah 0,779 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat ($KMO > 0,5$ dan signifikansi $< 0,05$).

Hal ini berarti variabel tersebut dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Dan pada tabel di bawah akan digambarkan *Anti-Image Correlation* yang berfungsi untuk mereduksi indikator mana saja yang layak untuk dianalisis.

Tabel 3
Anti-Image Matrices
SERVQUAL

<i>Anti-Image Correlation</i>	
Indikator	Value
<i>Reliability (keandalan)</i>	
Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	0,866 (a)
Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	0,921 (a)
Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	0,698 (a)
Kompetensi petugas bagus	0,741 (a)
<i>Responsiveness (daya tanggap)</i>	
Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	0,843 (a)
Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	0,692 (a)
Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	0,785 (a)
Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	0,762 (a)
Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung	0,796 (a)
<i>Assurance (jaminan)</i>	
Petugas ramah kepada pengunjung	0,591 (a)
Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	0,886 (a)
Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	0,666 (a)
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	0,761 (a)
Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	0,681 (a)

<i>Emphaty (kepedulian)</i>	
Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	0,844 (a)
Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	0,663 (a)
Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	0,660 (a)
Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	0,661 (a)
<i>Tangible (nyata)</i>	
Petugas rapih dalam berpakaian	0,635 (a)
Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	0,608 (a)
Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	0,868 (a)
Toilet pengunjung bersih	0,794 (a)
Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	0,744 (a)
Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	0,717 (a)
Area parkir luas	0,847 (a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Dari hasil perhitungan melalui di atas, terlihat bahwa semua indikator pada variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) mempunyai nilai *MSA* lebih dari 0,5, Itu berarti keseluruhan indikator tersebut valid dan dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

Dari beberapa analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara garis besar, variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) serta indikator – indikator di dalam variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat sebagai instrumen penelitian.

2) Hasil Reliabilitas Variabel

Setelah dilakukan uji validitas dan didapatkan hasil yang valid, maka tahap selanjutnya adalah menguji tingkat reliabilitas variabel beserta indikatornya dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* yang didapatkan kemudian dibandingkan dengan nilai *Alpha Cronbach's r_{tabel}* (0,6). Jika nilai *Alpha Cronbach's* hitung lebih besar dari nilai *r_{tabel}* maka instrumen tersebut

reliabel. Sebaliknya jika nilai r_{11} lebih kecil dari nilai r_{tabel} maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 4
Reliability Statistic
Variabel SERVQUAL

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	25

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* Variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) adalah 0,931. Angka tersebut > 0,5, yang berarti variabel tersebut reliabel.

Untuk mendapatkan suatu analisis mendalam mengenai uji reliabilitas ini, maka penulis juga menguji tiap – tiap butir indikator dari variabel tersebut dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Di bawah ini merupakan detailnya.

Tabel 5
Reliability Statistic indikator
Variabel SERVQUAL

Reliability Statistic	
Indikator	Value
Reliability (keandalan)	
Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	0.936
Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	0.933
Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	0.936
Kompetensi petugas bagus	0.935
Responsiveness (daya tanggap)	
Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	0.933
Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	0.932
Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	0.933
Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	0.932
Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para	0.931

pengunjung	
<i>Assurance (jaminan)</i>	
Petugas ramah kepada pengunjung	0.930
Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	0.934
Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	0.930
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	0.938
Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	0.934
<i>Emphaty (kepedulian)</i>	
Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	0.934
Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	0.930
Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	0.938
Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	0.934
<i>Tangible (nyata)</i>	
Petugas rapih dalam berpakaian	0.936
Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	0.935
Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	0.933
Toilet pengunjung bersih	0.932
Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	0.933
Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	0.932
Area parkir luas	0.931

Dari tabel tersebut di atas, terlihat bahwa keseluruhan indikator memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,5. Itu berarti keseluruhan indikator dalam Variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) reliabel dan layak.

Dari beberapa analisis tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) serta indikator – indikator di dalam variabel tersebut memiliki validitas yang memenuhi syarat serta *reliabel* sebagai instrumen penelitian dengan judul “Survei Kepuasan Layanan Museum Nasional”

3) Analisis Deskriptif

Setelah dilakukan *pre - test* dan seluruh butir-butir instrumen sudah valid serta reliabel, maka barulah pada bagian ini, akan dipaparkan mengenai karakteristik responden dan keterkaitan responden dengan Museum Nasional. Hasil akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi disertai penjelasan di bawahnya.

Tabel 6
Karakteristik reponden

Karakteristik reponden		f = 384	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	101	26,3
	Perempuan	283	73,7
Usia	< 15 tahun	20	5,2
	15 – 25 tahun	197	51,3
	26 – 35 tahun	77	20,1
	36 – 45 tahun	66	17,2
	46 – 55 tahun	18	4,7
	> 55 tahun	6	1,6
Profesi	Pelajar	83	21,6
	Mahasiswa/I	94	24,5
	Pegawai	121	31,5
	Wiraswasta	34	8,9
	Ibu rumah tangga	52	13,5
Pendidikan terakhir	SMP	28	7,3
	SMA	176	45,8
	Diploma	33	8,6
	Sarjana	136	35,4
	Pasca Sarjana	11	2,9
Pemasukan / uang jajan perbulan	< Rp. 4.000.000,-	242	63
	Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-	89	23,2
	Rp. 8.000.001,- s/d Rp. 12.000.000,-	27	7
	Rp. 12.000.001,- s/d Rp. 16.000.000,-	6	1,6
	Rp. 16.000.001,- s/d Rp. 20.000.000,-	2	5
	> Rp. 20.000.000,-	18	4,7

Dari 384 responden ($n = 384$) dapat diketahui bahwa responden terbanyak berjenis kelamin wanita dengan prosentase sebesar 73,7%. Adapun usia responden mayoritas berusia di atas 15 – 25 tahun dengan prosentase sebesar 51,3%. Kebanyakan responden dengan prosentase 31,5% berprofesi sebagai pegawai, kemudian 21,6% pelajar dan 24,5% mahasiswa. Dilihat dari segi pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA dengan prosentase 45,8%. Adapun, jika dilihat dari segi pemasukan/uang jajan perbulan, maka kebanyakan responden sebesar 63% memiliki pemasukan/uang jajan < 4.000.000,- perbulan, kemudian 23,2% nya berkisar antara Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,- perbulan dan ada juga yang memiliki pemasukan/uang jajan > 20.000.000,- perbulan dengan prosentase sebesar 4,7%

Tabel 7
Keterkaitan Reponden Dengan Museum Nasional

Keterkaitan reponden dengan Museum Nasional		f = 384	%
Tujuan kunjungan	Hiburan	245	63,8
	Mencari data untuk penelitian	17	4,4
	Tugas perkuliahan/sekolah	122	31,8
Sumber informasi tentang Museum Nasional	Media Sosial	145	37,8
	Iklan	1	3
	Keluarga	54	14,1
	Teman	64	16,7
	Lembaga pendidikan (Sekolah, kampus, tempat kursus)	120	31,3
Frekuensi mengunjungi Museum Nasional	1 kali	141	36,7
	2 kali	69	18
	3 kali	30	7,8
	≥ 3 kali	144	37,5
Terakhir mengunjungi Museum Nasional	< 1 bulan	229	59,6
	1- 6 bulan yang lalu	67	17,4
	1- 3 tahun yang lalu	26	6,8
	> 3 tahun yang lalu	62	16,1

Tabel 7 di atas mendeskripsikan mengenai keterkaitan responden dengan Museum Nasional dan dari tabel 7 dapat diketahui bahwa responden terbanyak memiliki tujuan kunjungan untuk sekedar hiburan dengan prosentase sebesar 63,8%. Kemudian paling banyak responden mengetahui Museum Nasional dari Media Sosial dengan prosentase sebesar 37,8% dan ada juga sebanyak 37,5% mengetahuinya dari lembaga pendidikan seperti: sekolah, kampus dan tempat kursus. Dilihat dari frekuensi kunjungan, responden paling banyak yakni 37,5% sudah berkunjung ke Museum Nasional lebih dari tiga kali, namun ada juga sebanyak 36,7% baru sekali berkunjung ke Museum Nasional. Adapun jika dilihat dari waktu kunjungannya, maka mayoritas responden yakni sebanyak 59,6% belum sebulan berkunjung ke Museum Nasional dan responden terdikit yakni 6,8% berkunjung ke Museum Nasional kira-kira 1-3 tahun yang lalu.

4) Analisis Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional

Pada tahap ini akan digambarkan mengenai nilai *mean* atau skor rata-rata pendapat responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional. Nilai *mean* tersebut kemudian akan dibandingkan dengan rentang skala kepuasan responden (lihat tabel 1). Dengan demikian, maka akan terlihat tingkat kepuasan responden dengan kategori: Sangat Tidak Puas (STP), Tidak Puas (TP), Cukup Puas (CP), Puas (P) dan Sangat Puas (SP), disertai dengan tingkat prosentase kepuasan dengan interval: 0% - 20% (Sangat tidak puas), 21% - 40% (Tidak puas), 41% - 60% (Cukup puas), 61% - 80% (Puas) dan 81% - 100% (Sangat puas). Berikut penjelasannya.

Tabel 8
Kepuasan Responden Pada Kualitas
Pelayanan Museum Nasional

Dimensi	Indikator	Nilai mean & Kategori		Prosentase kepuasan
Reliability (keandalan)	Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	4.47	SP	89,4%
	Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	4.43	SP	88,6%
	Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	4.34	SP	83,7%
	Kompetensi petugas bagus	4.43	SP	88,6%
	Total skor dimensi Reliability	4.42	SP	87,6%
Responsiveness (daya tanggap)	Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	4.45	SP	88,9%
	Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	4.46	SP	89,1%
	Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	4.42	SP	88,4%
	Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	4.43	SP	88,7%
	Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung	4.49	SP	89,7%
	Total skor dimensi Responsiveness	4.45	SP	89%
Assurance (jaminan)	Petugas ramah kepada pengunjung	4.58	SP	91,6%
	Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	4.42	SP	88,4%
	Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	4.51	SP	90,2%
	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	4.51	SP	90,1%
	Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	4.33	SP	86,6%
	Total skor dimensi Assurance	4.47	SP	89,4%
Emphaty (kepedulian)	Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	4.51	SP	92%
	Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	4.48	SP	89,6%
	Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	4.51	SP	90,1%
	Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	4.47	SP	89,5%
	Total skor dimensi Emphaty	4.49	SP	90,3%

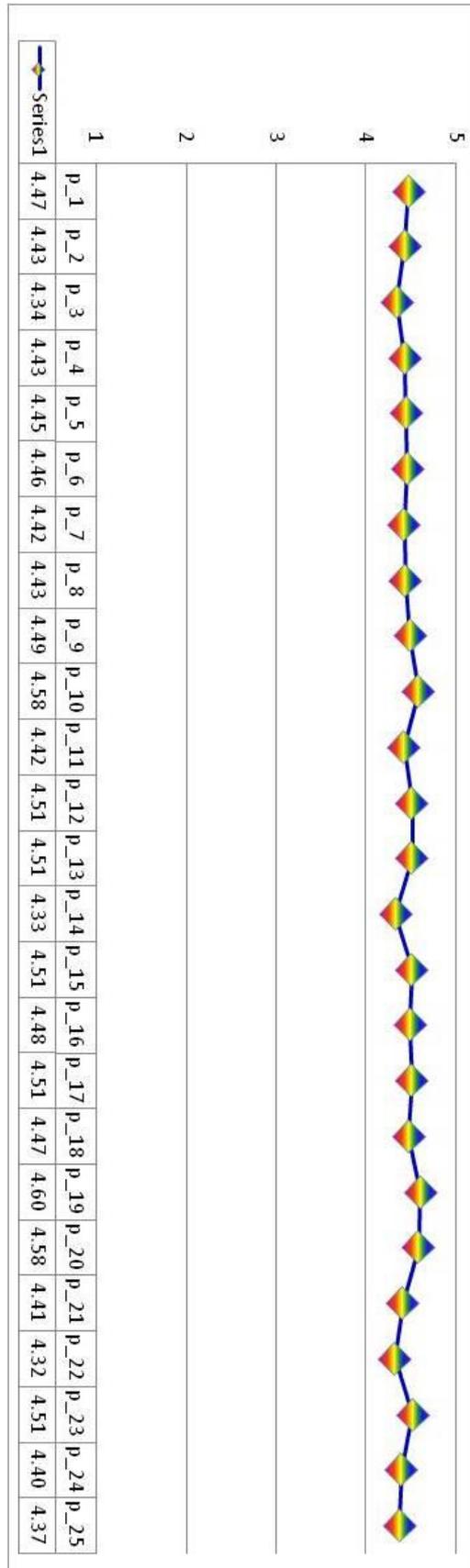
Tangible (nyata)	Petugas rapih dalam berpakaian	4.60	SP	92%
	Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	4.58	SP	91,6%
	Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	4.41	SP	88,1%
	Toilet pengunjung bersih	4.32	SP	86,5%
	Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	4.51	SP	90,3%
	Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	4.40	SP	87,9%
	Area parkir luas	4.37	SP	87,4%
	Total skor dimensi <i>Tangible</i>	4.46	SP	89,1%
Total skor Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional		4,46	SP	89,1%

Dari tabel 8 di atas, terlihat bahwa seluruh indikator pada variabel *SERVQUAL* memiliki nilai *mean* > 4. Ini mengartikan bahwa nilai tersebut berada pada rentang skala antara 4 – 5 atau sangat puas. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa responden memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi pada kualitas Pelayanan Museum Nasional.

Analisis ini menggambarkan bahwa Museum Nasional melalui bentuk pelayanan yang dijalankan sudah menjalankan konsep *Service Of Excellent* (pelayanan prima) dengan peduli kepada pengunjung dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Namun demikian, perlu diperhatikan mengenai nilai tertinggi dan nilai terendah dalam variabel *SERVQUAL* ini. Nilai tertinggi bisa dijadikan contoh agar terus dipertahankan bahkan ditingkatkan sedangkan nilai terendah bisa dijadikan bahan evaluasi demi meningkatkan variabel pelayanan prima. Analisisnya ditampilkan dalam bentuk grafik kontinum berikut ini:

Gambar 1
Grafik Kontinum Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan
Museum Nasional

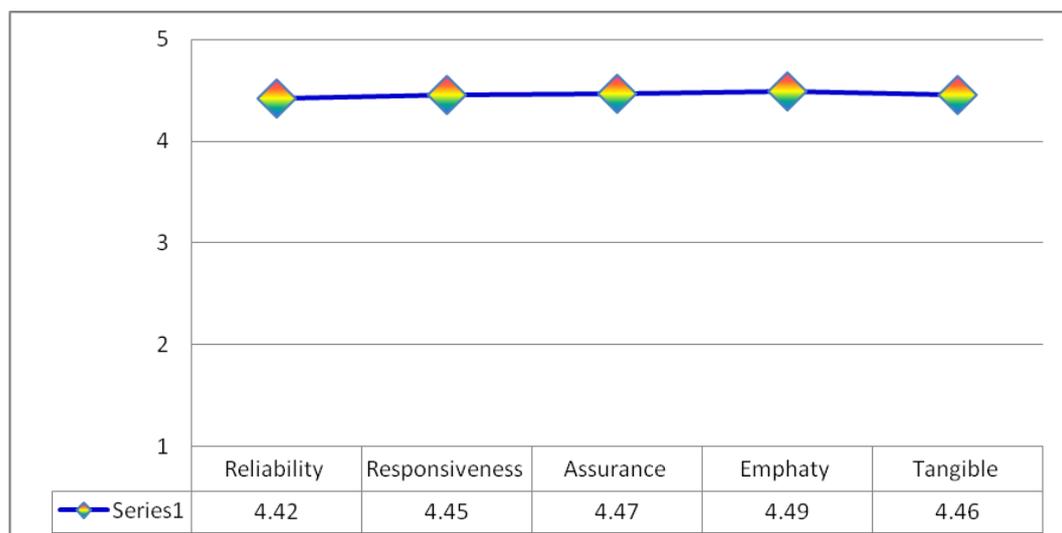


Dari grafik kontinum pada gambar 1, terlihat bahwa keseluruhan nilai *mean* pada pada variabel *SERVQUAL* adalah berkisar antara 4,32 s/d 4,60. Nilai ini berada dalam kisaran antara 4 – 5 yang berarti masuk dalam level sangat memuaskan. Nilai terendah dengan skor 4,32 berada pada indikator ke-22, yakni toilet pengunjung bersih. Adapun nilai tertinggi dengan skor 4,60 berada pada indikator ke-19, yakni petugas rapih dalam berpakaian.

Dengan demikian, berdasarkan analisis grafik kontinum dapat ditarik sebuah generalisasi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional dinilai sangat baik oleh para pengunjungnya. Dengan kata lain, Museum Nasional mampu memperhatikan unsur-unsur dalam konsep *Service of Excellence* yang menjadi kesatuan pelayanan dan tidak dapat dipisahkan, yaitu: Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, dan Kenyamanan baik sarana, prasarana dan SDM-nya.

Untuk memudahkan dalam membaca hasil survey, maka peneliti menampilkan grafik kontinum dimensi-dimensi pada variabel *SERVQUAL* seperti tertera pada gambar 2 berikut ini.

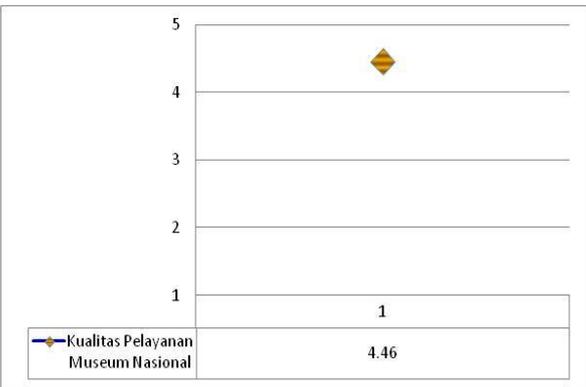
Gambar 2
Grafik Kontinum Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan
Museum Nasional



Dari grafik kontinum pada gambar 2, terlihat bahwa dimensi terendah dengan skor 4,42 berada pada dimensi *Reliability* (keandalan) sementara dimensi tertinggi dengan skor 4,49 berada pada dimensi *Emphaty* (kepedulian). Namun demikian

Untuk mendapatkan hasil yang lebih terintegrasi dan sebagai bentuk simpulan dari riset ini, maka peneliti mengakumulasi seluruh nilai *mean* indikator variabel *SERVQUAL* ini menjadi satu dan menampilkannya dalam bentuk grafik kontinum serta tingkat prosentase kepuasan responden, sehingga secara holistik akan terlihat prosentase kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Nasional Jakarta.

Tabel 9
Kepuasan Pengunjung Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional

NILAI KEPUASAN PENGUNJUNG PADA PELAYANAN MUSEUM NASIONAL			
Total Mean (nilai rata-rata)	Grafik Kontinum	Prosentase	Keterangan
4,46		89,1%	Sangat Puas

Dari tabel 8 terlihat bahwa total nilai *mean* kualitas pelayanan Museum Nasional. Adalah 4,46. Bila melihat pada grafik kontinum, nilai ini masuk dalam kisaran antara 4 – 5 yang berarti masuk dalam level sangat memuaskan.

Dengan demikian dapat ditarik sebuah penjelasan akhir bahwa dilihat dari variabel *SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi (*Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (kepedulian) dan dimensi *Tangible* (nyata), maka kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional dinilai sangat baik oleh para pengunjungnya. Dengan kata lain, **para pengunjung sangat puas dengan kualitas pelayanan Museum Nasional dengan tingkat prosentase kepuasan sebesar 89,1%.**

Hasil riset ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmamedian dalam Jurnalnya yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM NASIONAL JAKARTA” bahwa dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas layanan memberi sumbangan pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Nasional Jakarta (Museum Gajah) sebanyak 50,9%, (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022).

Menurut peneliti, Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived servive*. Apabila kualitas jasa yang diterima melampaui harapan pengunjung, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan

suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pengunjung secara konsisten, cepat, tepat dan memuaskan. Dan penelitian ini membuktikan bahwa Museum Nasional mampu membuat kualitas jasanya menjadi baik dengan menyediakan layanan jasa yang dapat memuaskan para pengunjungnya.

Hal ini dapat dibuktikan dengan konsep Susilo (1996) yang menyatakan bahwa mutu pelayanan adalah pelayanan yang diukur dengan berpedoman pada jumlah keluhan, angka keberhasilan kecepatan, dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan masalah dan data di atas sebagai alat pengukur kualitas pelayanan telah membuktikan bahwa Museum Nasional mempunyai kualitas pelayanan yang baik dari segi tempat dan pelayanan, serta dapat memuaskan pengunjungnya.

Pada akhirnya, Museum Nasional mampu mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pengunjungnya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan baik yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara mereka. Dengan demikian kepuasan pengunjung terhadap perusahaan akan tercipta. Menurut Barnes, mempertahankan pengunjung dapat dicapai melalui kepuasan pengunjung jangka panjang, berdasarkan penciptaan nilai bagi pengunjung. Ketika pengunjung merasa mereka menerima sesuatu yang bernilai, mereka akan menganugerahi perusahaan dengan loyalitas (Andi, 2003). Dan hasil penelitian ini membuktikannya bahwa Museum Nasional mampu memberikan sesuatu yang bernilai kepada pengunjungnya dan sebagai bentuk balasannya pelanggan menjadikan dirinya loyal untuk terus mengunjungi Museum Nasional.

REKOMENDASI

Dari hasil survey yang telah dilakukan, maka ditemukan hasil adanya beberapa nilai *mean* yang rendah, sehingga perlu menjadi perhatian agar tercipta kualitas pelayanan Museum Nasional Jakarta yang prima dan memuaskan. Adapun indikator yang memiliki nilai terendah berada pada indikator ke-22 dengan skor 4,32 yakni “toilet pengunjung bersih”. Namun, untuk memaksimalkan rekomendasi, maka peneliti juga mengambil tiga indikator lain dengan nilai terendah yang berada $< 4,4$. Jika diurut berdasarkan terendahnya, maka empat indikator terendah yang perlu diperhatikan yaitu:

- a) Indikator ke-22 dengan skor 4,32 yakni “toilet pengunjung bersih”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa toilet pengunjung kurang bersih**, sehingga pihak manajemen Museum Nasional melalui personel *cleaning service* hendaknya menyediakan satu atau dua orang yang *standby* dan bertugas menjaga kebersihan toilet sebelum, selama, dan sesudah toilet digunakan serta agar memaksimalkan kegiatan bersih-bersih harian yang dilakukan secara periodik. Kemudian cek persediaan toilet seperti sabun cuci tangan dan tisu jangan sampai kosong hingga *deep cleaning* yang bisa dilakukan dua kali sebulan atau seminggu sekali meliputi menyikat dan membersihkan dinding serta lantai toilet, menyembrot toilet dan tempat cuci tangan dengan desinfektan, memastikan tidak ada kebocoran atau saluran air yang tersumbat.
- b) Indikator ke-14 dengan skor 4,33 yakni “Harga tiket yang ditawarkan relatif murah”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang**

berpendapat bahwa harga tiket yang ditawarkan tidak murah atau relatif mahal. Data ini sebenarnya bisa dihubungkan dengan pemasukan/uang jajan pengunjung perbulan yang kebanyakannya (sebesar 63%) memiliki pemasukan/uang jajan < 4.000.000,- perbulan dan 23,2%nya berkisar antara Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,- perbulan. Hal ini menandakan bahwa dalam penelitian ini, ditemukan hasil bahwa status sosial para pengunjung rata-rata adalah menengah, sehingga pihak manajemen Museum Nasional perlu meluaskan publikasi dan menggalakkan promosi agar masyarakat menengah ke atas senang berkunjung ke Museum Nasional, karena harga tiket yang menurut beberapa pengunjung relatif mahal, namun di kalangan masyarakat menengah ke atas harga ini cukup terjangkau. Selain itu, manajemen Museum Nasional perlu juga menambah *gimmick* atau penampilan tambahan, sehingga dengan harga tiket tersebut mereka terpuaskan oleh sajian yang diberikan Museum Nasional baik dalam bentuk *display* maupun tampilan lainnya.

- c) Indikator ke-3 dengan skor 4,34 yakni “Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara *online*”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa para petugas belum sepenuhnya memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara *online*.** Data ini perlu menjadi perhatian bagi pihak manajemen Museum Nasional mengingat saat ini dunia daring atau *online* sudah menjadi budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari serta efisien dalam hal jarak dan waktu. Dengan demikian manajemen Museum Nasional perlu memaksimalkan

pelayanan dengan dalam memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara *online*, misalnya dengan meng-*upgrade* program tiket *online* ke dalam *Playstore* dengan berbagai macam informasi dan profil Museum Nasional, sehingga masyarakat mudah mengaksesnya. Selain itu, manajemen Museum Nasional hendaknya memberikan pelatihan kepada para karyawannya dalam mengoperasikan program tiket *online* sehingga ketika masyarakat atau pengunjung meminta petunjuk tiket *online*, para karyawannya segera bisa membantunya.

- d) Indikator ke-25 dengan skor 4,37 yakni “Area parkir luas”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa Area parkir kurang luas**. Data ini agar menjadi perhatian bagi pihak manajemen Museum Nasional dalam memperhatikan lahan parkir, karena parkir yang cukup untuk para pengunjung adalah merupakan bentuk *museum accessibility* sebagai bentuk pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para pengunjung Museum Nasional.

Demikianlah beberapa rekomendasi sebagai bentuk bagian dari evaluasi demi terciptanya layanan yang istimewa yang benar-benar di alami pengunjung melebihi harapannya dan sangat memuaskan, karena kualitas layanan di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Selain itu, riset

dari para pengunjung ini merupakan sumber informasi bagi perusahaan dalam hal intelijen pemasaran untuk pengembangan layanan pada umumnya.

Rekomendasi ini merupakan penilaian mengenai bentuk dari produk dan layanan yang diberikan Museum Nasional dalam memelihara dan memaksimalkan tingkat kepuasan pengunjung karena menurut Wardhani et al. (2015) kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk atau jasa tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali terhadap produk atau jasa tersebut, (Sukmamedian, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. 2004. *Pengolahan Data Dengan Menggunakan SPSS 12.0*. Yogyakarta: PT. Wahana Cipta.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Hanif. Asyharudin , Ihfadz Lucky Alfa Saputra, Dewi Putri Mardiana & Rangga Primadasa. *Perbandingan Service Quality Museum Kretek Dengan Museum Jenang Kudus. JOINTECH UMK Vol. 1, No. 1, Desember 2020, pp. 18-24 p-ISSN : 2733-4711*. Kudus: Universitas Muria, Program Studi Teknik Industri
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfactions*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmamedian, Haufi dan Nensi Lapotulo, 2022. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. Jurnal Mekar Vol.1. No.1. April 2022/ e-ISSN: xxxx-xxxx p-ISSN: xx xxxx*. Batam: Manajemen Devisi Kamar, Politeknik Pariwisata
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Susilo, K. Zumrotin. 1996. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta : YLKI dan Puspa Swara.

HASIL PENELITIAN SURVEY IMERSIFA

Museum Nasional di Jakarta baru saja meluncurkan wahana ImersifA, wahana ImersifA dibuat untuk memperkaya pengalaman berkunjung ke museum. wahana ini merupakan instalasi permanen dengan proyeksi video mapping ke setiap sisi dinding 360°, termasuk lantai, dengan tata suara yang menggelegar. Selama 30 menit, pengunjung diajak merasakan sensasi seolah-olah berpetualang dan berkelana dari masa ke masa untuk mengenal alam, seni, budaya, dan nilai-nilai keindonesiaan.

Seiring dengan pelaksanaan survey “Survei Kepuasan Layanan Museum Nasional” maka dilakukan pula survey kepada pengunjung mengenai wahana ImersifA. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 10

Apakah responden mengunjungi ImersifA?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	241	62.8	62.8	62.8
Tidak	143	37.2	37.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 10 di atas terlihat bahwa dari 384 responden yang mengunjungi Museum Nasional, ternyata tidak semuanya mengunjungi Ruang ImersifA. Data di atas memperlihatkan ada 241 orang atau 62% responden yang datang mengunjungi Ruang ImersifA. Sisanya, 143 orang 37,2% responden tidak mengunjungi Ruang ImersifA.

Dengan demikian, maka survey selanjutnya hanya membahas pendapat 241 orang atau 62% responden saja, karena mereka yang mengetahui mengenai pengalaman dan kesan mereka terhadap wahana ImersifA.

Tabel 11**Frekuensi responden mengunjungi wahana ImersifA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	205	85.1	85.1	85.1
	2 kali	24	10.0	10.0	95.0
	3 kali	3	1.2	1.2	96.3
	> 3 kali	9	3.7	3.7	100.0
	Total	241	100.0	100.0	

Melalui tabel 11 di atas tergambar bahwa dari 241 responden yang mengunjungi Ruang ImersifA, sebagian besar responden, yakni 85,1% baru mengunjungi Ruang ImersifA sekali. Sisanya, 10% sudah dua kali mengunjungi Ruang ImersifA, 3,7% lebih dari tiga kali mengunjungi Ruang ImersifA dan responden paling sedikit, yakni 1,2% mengunjungi Ruang ImersifA sebanyak tiga kali.

Tabel 12**Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	151	62.7	62.7	62.7
	Setuju	57	23.7	23.7	86.3
	Ragu-ragu	24	10.0	10.0	96.3
	Tidak setuju	6	2.5	2.5	98.8
	Sangat tidak setuju	3	1.2	1.2	100.0
	Total	241	100.0	100.0	

Dari tabel 12 di atas, terlihat bahwa lebih dari sebagian responden, yakni 62,7% menyatakan sangat setuju dan 23,7%nya setuju bahwa Wahana ImersifA memuaskan untuk dinikmati. Sebagian kecil sisanya, ada 10 ragu-ragu, 2,5% tidak setuju dan 1,2% sangat tidak setuju. Dengan demikian, melalui survey ini, dapat dinyatakan bahwa menurut pengunjung, Wahana ImersifA memuaskan untuk dinikmati.

Tabel 13**Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	122	50.6	50.6	50.6
Setuju	62	25.7	25.7	76.3
Ragu-ragu	37	15.4	15.4	91.7
Tidak setuju	14	5.8	5.8	97.5
Sangat tidak setuju	6	2.5	2.5	100.0
Total	241	100.0	100.0	

Dari tabel 13 di atas, terlihat bahwa lebih dari sebagian responden, yakni 50,6% menyatakan sangat setuju dan 25,7%nya setuju harga tiket Wahana ImersifA dapat dijangkau. Sebagian sisanya, ada 15 ragu-ragu, 5,8% tidak setuju dan 2,5% sangat tidak setuju. Dengan demikian, melalui survey ini, dapat dinyatakan bahwa menurut pengunjung, harga tiket Wahana ImersifA dapat dijangkau.

Tabel 14**Pendapat Responden Tentang Ruang ImersifA**

Pernyataan	Mean (Rata-rata)		Prosentase persetujuan	
	Nilai	Kategori	Prosentase	Keterangan
Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati	4,43	4 – 5 (Sangat Positif)	85,8%	Sangat setuju
Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau	4,16	4 – 5 (Sangat Positif)	83,2%	Sangat setuju

Dengan demikian, maka dari survey yang dilakukan terhadap 384 orang berkunjung ke Museum Nasional, ternyata ada 241 atau 62% yang juga

berkunjung ke Wahana ImersifA dengan frekuensi kunjungan terbanyak yakni satu kali kunjungan. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh adanya biaya masuk atau tiket yang harus dibeli oleh para pengunjung Museum Nasional untuk bisa memasuki Wahana ImersifA. .

Dari 241 pengunjung ternyata dapat diambil sebuah generalisasi bahwa mereka menanggapi sangat positif mengenai wahana imersifA, bahkan mereka sangat setuju bahwa wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati dengan tingkat persetujuan sebesar 85,8%. Adapun mengenai harga tiket masuk, para pengunjung juga menyatakan tanggapan yang sangat positif dan menunjukkan sikap sangat setuju bahwa harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau dengan tingkat persetujuan sebesar 83,2%.