

MODEL PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA 5 (LIMA) MUSEUM DI JAKARTA *TOURIST ATTRACTION DEVELOPMENT MODEL IN 5 (FIVE) MUSEUMS JAKARTA*

Anisatul Auliya

Akademi Pariwisata Pertiwi anisatul.auliya@pertiwi.ac.id

Diterima 24 Januari 2018/ Disetujui 16 Maret 2018

ABSTRACT

*This study aims at researching the model for the development of tourist attraction in 5 (five) museums in Jakarta. Which is data was collected by simple random sampling technique to 300 tourists visiting tourist areas. The research using quantitative descriptive analysis with research method of structural equation modeling (SEM). The study results show that for increasing the number of visitors and the development of tourist attractions in 5 (five) museums in Jakarta, such as: Jakarta History Museum, Fine Art and Ceramic Museum, National Monument, Puppets Museum and Maritime Museum. The main priority that must be developed to the visitors they are: i) the historical value of the museum ii) local socio-cultural conditions and iii) accommodation infrastructure available around the tourist attraction area to provide the tourist needs. In addition, the significant test (T test) result, showed P Value Tourist attraction variable = $*** < 0.005$, it can be interpreted that the tourist attraction variables have a positive and significant influence to the variable of tourist decision to visiting 5 (five) museums in Jakarta.*

Keywords: *Tourism Model, Tourist Attraction, Decision Visit.*

ABSTRAK

Penelitian ini menghasilkan model untuk pengembangan daya tarik wisata khususnya di tempat daya tarik wisata pada 5 (lima) museum pilihan di Jakarta. Data dikumpulkan dengan teknik Simple random sampling kepada 300 responden. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni dekriptif kuantitatif menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). penelitian ini menghasilkan bahwa untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan pengembangan daya tarik wisata pada museum, prioritas utama yang harus dikembangkan adalah i) nilai sejarah pada museum ii) kondisi sosial budaya setempat dan iii) prasarana akomodasi yang tersedia di sekitar wilayah daya tarik wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Selain itu hasil uji signifikan (Uji t) menghasilkan bahwa nilai p variabel Daya tarik_Wisata = $*** < 0.05$, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Daya tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan wisatawan untuk mengunjungi 5 (lima) museum di Jakarta.

Kata Kunci : *Model Pariwisata, Daya tarik Wisata, Keputusan Kunjungan*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan.

Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam). Tujuan program ini adalah i).mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat, kesenian

*Korespondensi Penulis:

E-mail: anisatul.auliya@pertiwi.ac.id

dan kebudayaan, dan sumber daya alam (pesona alam) lokal dengan tetap memperhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat ii) mengembangkan dan memperluas pasar pariwisata terutama pasar luar negeri.

Kegiatan pariwisata dengan memperhatikan prinsip-prinsip pengelolaan selain memperhatikan pemenuhan kebutuhan wisatawan juga memperhatikan masyarakat di sekitarnya tanpa merusak lingkungan alam dan budaya, serta mempunyai pengaruh positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitarnya sehingga akan timbul keseimbangan antara pariwisata dan masyarakat.

Pariwisata internasional pada tahun 2016 menggambarkan bahwa wilayah Asia Pasifik dan Amerika mengalami pertumbuhan 6% di kedatangan wisatawan internasional, setelah Eropa sebagai wilayah yang paling banyak dikunjungi di dunia. Hal ini merupakan tantangan bagi Indonesia sebagai salah satu negara yang berada di Asia Pasifik untuk turut andil di dalam usaha pemenuhan target pariwisata.

Pada Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Dalam upaya melestarikan dan memperkenalkan kepada generasi muda mengenai kejadian masa lalu, budaya peninggalan masa lalu di suatu destinasi pariwisata, maka destinasi tersebut dapat membuat sebuah daya tarik wisata yang

menyajikan informasi-informasi produk pariwisata peninggalan budaya yang sangat menarik untuk dinikmati, seperti : berupa peninggalan sejarah purbakala, situs, barang kerajinan, pertunjukan kesenian, ritual keagamaan, dan lain-lain yang dikemas sedemikian rupa sehingga dengan mudah dapat dinikmati oleh wisatawan dan pada akhirnya wisatawan memperoleh pengalaman kebudayaan dengan cara melihat sesuatu yang dirasa unik, berbeda, mengesankan dan berbagai sensasi yang dibutuhkan untuk memperkaya kebutuhan spiritualnya.

Produk kebudayaan yang ditawarkan berupa daya tarik budaya baik yang bersifat *tangibel* atau konkret maupun *intangibel* atau abstrak, juga yang bersifat *living culture* dan *cultural heritage*. *Living culture* yaitu budaya yang masih berlanjut, unsur-unsur yang dijadikan sebagai daya tarik antara lain tradisi suatu suku bangsa, upacara dan ritual keagamaan, seni pertunjukan dan sebagainya, sedangkan *cultural heritage* adalah warisan budaya masa lalu, yang dijadikan daya tarik adalah benda-benda peninggalan sejarah dan purbakala, lansekap budaya, dan sebagainya.

Keterkaitan kebudayaan dan pariwisata tidak terbatas pada timbulnya wisata minat khusus terhadap benda atau peristiwa budaya saja, akan tetapi telah terjadi interaksi antara wisatawan dengan masyarakat yang didatangi atau antara wisatawan dengan benda-benda atau pertunjukan budaya yang dikunjungi. Sehingga aktivitas perjalanan itu sendiri merupakan peristiwa budaya dan hingga pada akhirnya akan memberikan

keuntungan secara ekonomi kepada pemerintah lokal.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Kirom,dkk; 2016 yang meneliti tentang faktor-faktor penentu daya tarik wisata budaya dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan menunjukkan bahwa faktor budaya menjadi faktor yang paling dominan yang menjadi pertimbangan wisatawan dan terdapat pengaruh positif signifikan antara budaya terhadap kepuasan wisatawan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Mukiroh dan Setiyorini: 2012) yang berjudul pengaruh faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal malaysia terhadap keputusan berkunjung ke kota pekanbaru (Survei Pada Wisatawan Asal Malaysia yang Berkunjung ke Kota Pekanbaru) mendapatkan hasil kesimpulan bahwa faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal Malaysia, secara umum memiliki penilaian yang cukup tinggi. Faktor yang mendapat penilaian yang paling tinggi yaitu pada faktor aksesibilitas sebesar 0,244 atau 24,4%. Faktor berikutnya yaitu ketersediaan jasa atau *service* yaitu sebesar 0,188 atau 18,8%. Hal ini karena kesuksesan suatu produk pariwisata seringkali bergantung pada ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, *travel agency*, Souvenir, iklan media masa dan lain-lain. Ketersediaannya fasilitas di daerah tujuan akan mempengaruhi seseorang wisatawan untuk berkunjung ke destinasi. Urgensi dari penelitian ini adalah saat ini museum belum menjadi tempat wisata dengan tingkat kunjungan tertinggi dan menjadi tempat pilihan utama dalam melakukan wisata. Apakah yang terjadi di

museum sehingga belum menjadi tempat wisata unggulan dengan jumlah kunjungan tertinggi?.

Penelitian ini akan mengkaji pada 5 museum di Jakarta yang memiliki tingkat pertumbuhan kunjungan tertinggi pada tahun 2015 yang telah dilakukan survey oleh Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta 2016.

Urgensi dari penelitian ini adalah saat ini museum belum menjadi tempat wisata dengan tingkat kunjungan tertinggi dan menjadi tempat pilihan utama dalam melakukan wisata. Apakah yang terjadi di museum sehingga belum menjadi tempat wisata unggulan dengan jumlah kunjungan tertinggi?

LANDASAN TEORI

Pengelolaan bisa diartikan sebagai manajemen yaitu merupakan suatu proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan. (Hasibuan,2013:1)

Daya tarik merupakan sektor yang sangat kompleks dalam industri pariwisata, Daya tarik adalah sesuatu yang permanen dalam daerah tujuan wisata. Daya tarik ditujukan untuk kepada pengunjung, yang tujuan utamanya untuk memberikan akses kepada masyarakat umum berupa hiburan, untuk bersenang-senang, pendidikan, menyaksikan sesuatu yang menarik . Hal ini harus terbuka untuk umum tanpa harus ada pemesanan, harus di publikasikan setiap tahun dan harus dapat menarik wisatawan dan masyarakat lokal.

Tipologi Daya tarik wisata dibagi dalam 4 tipe (Swarbrooke,2002:5)

- 1) Menonjolkan keistimewaan kealamian lingkungan
- 2) Terbentuk dari buatan manusia, struktur dan tempatnya tergantung kepada tujuan para pengunjung, seperti kegiatan budaya dan tempat bersejarah, akan tetapi sekarang ada beberapa wisatawan yang menggunakannya untuk kegiatan bersantai
- 3) Terbentuk dari buatan manusia, struktur dan tempatnya dengan desain untuk menarik wisatawan dan kebutuhan tujuan mereka seperti seperti Taman Safari
- 4) *Special event*

Menurut Nurisjah et al. (2003) dalam (Sabahan,2012:17) bahwa destinasi wisata merupakan perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan daya tarik wisata adalah semua perwujudan, sajian alam dan kebudayaan yang dapat dinikmati keberadaannya oleh wisatawan, yang alami atau buatan (man made) melalui suatu bentuk pertunjukan/peragaan atau kebiasaan (pasif, aktif) yang khusus diselenggarakan untuk wisatawan di suatu kawasan.

Selain faktor daya tarik, amenitas juga mempunyai peranan yang sangat besar bagi wisatawan yang akan mengunjungi suatu destinasi. Semakin lengkapnya suatu destinasi mempunyai amenitas atau fasilitas, maka akan semakin banyak pula wisatawan yang akan mengunjungi destinasi tersebut. Menurut (Gearing 1976

dalam Djoeffan 2010) kriteria penentuan daya tarik wisata terdiri dari :

- 1) Alam : keindahan alam: topografi, flora dan fauna, jarak terhadap danau, mata air panas, gua-gua, dan air terjun. Iklim: lama pancaran matahari, temperatur, hujan dan angin.
- 2) Sosial budaya : penonjolan artistik/arsitektur: arsitektur setempat, rumah ibadah, monumen, museum seni festival musik dan tari, pertandingan olah raga dan kompetisi. Ciri tertentu yang menonjol : pakaian adat, musik, tari, masakan daerah, kerajinan rakyat, produk-produk khusus, tingkah laku dan keserasian terhadap wisatawan. Dalam mengembangkan dan mensukseskan pembangunan daya tarik yang baru sangat diperlukan organisasi yang berpengalaman dalam mengembangkan dan mengelola daya tarik (Swarbrooke. 2002 : 135).
- 3) Sejarah : reruntuhan/sisa-sisa bangunan: keberadaan kondisi dan daya capai terhadap peninggalan tersebut, kepentingan keagamaan dalam hubungannya dengan ibadah dan ketaatan beragama. penonjola dalam sejarah: keadaan dimana suatu tempat bisa jadi terkenal karena suatu kejadian bersejarah/legenda. Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata di Museum bahwa hal yang harus diperhatikan dalam mengelola kualitas dari management dari daya tarik tersebut, diambil dari pendapat (Swarbrooke, 2002:321) adalah Kondisi nyata dari elemen produk tersebut seperti : (bangunan dan strukturnya) dalam hal estetika, kebersihan, tingkat pemeliharaan,

keandalan operasi, kenyamanan, keselamatan, dan keamanan.

- 4) Fasilitas rekreasi : fasilitas olahraga:memancing, ski, berenang, berlayar/berperahu, golf,berkuda, berburu dan jalur hiking. Fasilitas pendidikan : museum, arkeologi dan etnografi, kebun raya, tempat - tempat piknik, teater dan bioskop. fasilitas berbelanja : toko cindramata dan kerajinan tangan, toko sandang dan kebutuhan lainnya.

Prasarana akomodasi : jalan raya dan jalan lainnya. . Lokasi suatu tempat daya tarik wisata harus mudah dijangkau, sesuai seperti yang dikatakan oleh (Crouch, 2007:26) *where accessibility is difficult (whether it is due to lengthy travel times, high costs, entry barriers and formalities, unpleasant travel connections or schedules, etc).*

Keputusan berkunjung wisatawan ke suatu destinasi wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui, karena pengelola pada dasarnya tidak mengetahui secara persis apa yang ada dalam pikiran seorang wisatawan pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata.

Decision making is a process of making a choice from a number of alternatives to achieve a desired result (Eisenfuhr, 2011) dalam (lunenburg:2010). Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan melakukan beberapa tahapan. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli, jika

positif berarti akan memperkuat keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2011:226) dalam (Desy,2016:29). Menurut (Kotler,Philip dkk 2010:170) terdapat beberapa proses dalam pengambilan keputusan Identifikasi kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Memutuskan pilihan dan Perilaku purnabeli.

Adanya kecenderungan pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan daya wisata terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh wisatawan tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen pengelola destinasi wisata perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan berkunjung.

Proses pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang atau jasa yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan perilaku purnabeli (Kotler,Philip dkk 2010:170).

Museum berkerja dengan suatu objek yakni koleksi-koleksi yang mereka miliki , dimana harus didukung oleh sumber daya manusia yang bekerja dengan professional dan dikaitnya dengan budaya masyarakat umum. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Inskeep (1991:89) :*“Related to various aspects of both natural and cultural features of an area are different types of museum on such themes as archaeology, history, ethnology, natural history, arts and crafts, science, technology and industry, and many specialized subjects. These are usually developed primarily for residents to enjoy but, if well*

done, can also be important attractions for domestic and international tourists”.

penelitian dalam melakukan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN



Berdasarkan landasan teori diatas maka, rerangka penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut :

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

- H0: Daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kunjungan ke 5 (lima) museum di Jakarta.
- H1: Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kunjungan ke 5 (lima) museum di Jakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian terapan (*applied research*). *Applied research* bertujuan untuk menemukan pengetahuan yang secara praktis dapat diaplikasikan (Sugiyono, 2009:4). Penelitian terapan akan digunakan sebagai sarana untuk membuat keputusan (decision making).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini juga disebut dengan metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode sebagai metode ilmiah/scientific karena telah

memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono,2009:7). Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka - angka dan analisis menggunakan statistik (sugiyono,2009:7).

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian, desain yang digunakan pada penelitian ini adalah desain deskriptif. Desain Deskriptif (*Descriptive Design*) menjawab atas pertanyaan-pertanyaan tentang siapa, apa, kapan, di mana dan bagaimana keterkaitan dengan penelitian tertentu. Penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh informasi mengenai status fenomena variabel atau kondisi situasi. Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu hal apa adanya (irawan,2004 dalam Baroroh:2008,1).

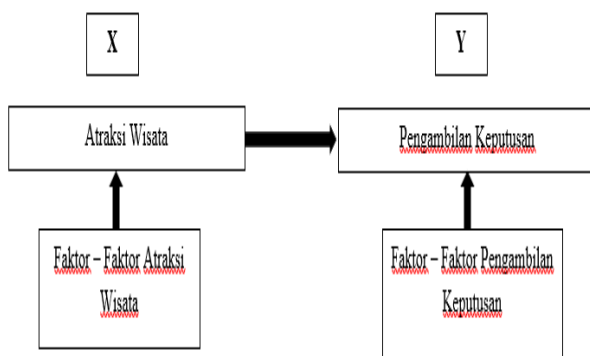
Desain Penelitian

Desain penelitian pada penelitian ini:

Berdasarkan gambar dibawah penelitian ini memiliki 4 skema penelitian,

1. Diketahui bagaimanakah model pengembangan daya tarik wisata yang dapat diterapkan pada 5 (lima) museum di Jakarta. Museum tersebut adalah: Museum Sejarah Jakarta, Seni Rupa dan Keramik, Monumen Nasional, Wayang dan museum Bahari.
2. Apakah daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke 5 (lima) museum di Jakarta.
3. Diketuainya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya tarik wisata khususnya di 5 (lima) museum di Jakarta.
4. Diketuainya faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung ke 5 (lima) museum di Jakarta

Gambar 2 Desain Penelitian



Waktu dan Tempat penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di 5 (lima) museum di Jakarta, diantaranya : museum sejarah Jakarta, museum seni rupa dan keramik, monumen nasional, museum mayang dan museum Bahari dan waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung bulan Februari 2017 – September 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung 5 (lima) museum pada tahun 2017. Dilihat dari hasil perhitungan yang telah di lakukan oleh BPS, bahwa jumlah total kunjungan tahun 2016 mencapai : 2.753.965 orang. Berdasarkan table dari (Krejcie & Morgan:1970) maka sampel penelitian ini sebanyak 384 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan angket baik secara online dan penyebaran secara langsung kepada wisatawan dan wawancara yang disampaikan secara langsung kepada responden secara langsung, selain itu Data sekunder diperoleh dari unit-unit terkait dengan jenis data yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas (X) adalah Daya tarik Wisata dengan faktor yang terdiri dari alam, sosial budaya, sejarah, fasilitas rekreasi, prasarana akomodasi. Kemudian variabel terikat (Y) adalah Pengambilan Keputusan Kunjungan Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi terhadap alternatif kunjungan Keputusan kunjungan dan Perilaku setelah kunjungan.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini perangkat lunak yang digunakan untuk membantu proses analisis data, di gunakannya analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) sehingga dapat mengetahui jenis model pengembangan yang dapat diterapkan oleh pengelola museum, digunakannya analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan oleh penulis didapatkan informasi bahwa jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin dan usia responden, dari hasil data didapatkan bahwa responden atau pengunjung Museum Sejarah Jakarta, Seni Rupa dan Keramik, Monumen Nasional, Wayang dan museum Bahari, yang paling banyak adalah pengunjung dengan Jenis kelamin perempuan dengan usia diantara 15 – 20 tahun sebanyak 69 orang responden dan tidak diperoleh responden dengan jenis kelamin wanita dengan usia > 40 tahun.

Hasil analisis data, ditinjau dari karakteristik jenis kelamin dan pendapatan perbulan, diperoleh hasil bahwa responden yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan dengan pendapatan perbulan diantara Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 dengan jumlah sebanyak 109 orang dan yang terendah adalah responden dengan jenis kelamin perempuan dengan pendapatan perbulan > Rp. 6.000.000,- sebanyak 30 orang responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas

Uji validitas konstruk dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel atau membandingkan nilai p atau sig dengan *level of significance* (biasanya =

0.05). Jika r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai p atau $\text{sig} < 0.05$, maka pernyataan tersebut valid. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 30 orang responden, untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas, diperoleh hasil bahwa dari 60 (enam puluh) butir pernyataan, terdapat 4 (empat) butir pernyataan yang tidak valid. Oleh sebab itu, seluruh item pernyataan yang dinyatakan tidak valid dihapus, sehingga hanya terdapat 56 (lima puluh enam) butir pernyataan yang dijadikan pernyataan pada kuesioner yang dibagikan kepada responden pada penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. menurut Nunnally (1967) dan Hinkle (2004) ataupun indeks yang biasa digunakan dalam penelitian sosial, apabila angka Cronbach's Alpha (α) diatas 0.60 menunjukkan bahwa konstruk atau variabel adalah reliabel. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa instrument penelitian dinyatakan reliabel karena, setelah seluruh butir pernyataan yang tidak valid dihilangkan, diperoleh hasil nilai angka Cronbach's Alpha (α) diatas 0.60 menunjukkan bahwa konstruk atau variabel adalah reliabel.

Confirmatory Factor Analysis (Analisis Faktor Konfirmatori) atau CFA

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, langkah selanjutnya adalah membentuk model. Tujuan *Confirmatory*

Factor Analysis (Analisis Faktor Konfirmatori) atau CFA adalah untuk mengkonfirmasikan atau menguji model, yaitu model pengukuran yang perumusannya berasal dari teori. Sehingga, CFA bisa dikatakan memiliki dua fokus kajian yaitu : (1) apakah indikator-indikator yang dikonsepsikan secara unidimensional valid (2) indikator-indikator apa yang dominan membentuk konstruk yang diteliti.

AMOS memberikan rekomendasi menghubungkan beberapa residual dari beberapa indikator agar model menjadi lebih fit dengan data, seperti tertera pada tabel berikut:

Tabel 1
Modifikasi Amos
Modification Indices (Group number 1 -
Default model)Covariances: (Group
number 1 - Default model)

			.I.	Par Cha nge
				1
8	-->	9	0.537	016
				1
7	-->	9	0.166	.033
				1
6	-->	aya tarik_Wisata	7.357	043
				1
6	-->	11	9.384	.029
				1
6	-->	8	3.733	.025
				2
6	-->	7	3.560	062
				5
4	-->	7	.502	032
				4
4	-->	6	.365	020
				1
3	-->	6	8.696	037
				5
1	-->	11	.025	017

Gambar 3.Uji Model (Ketiga)

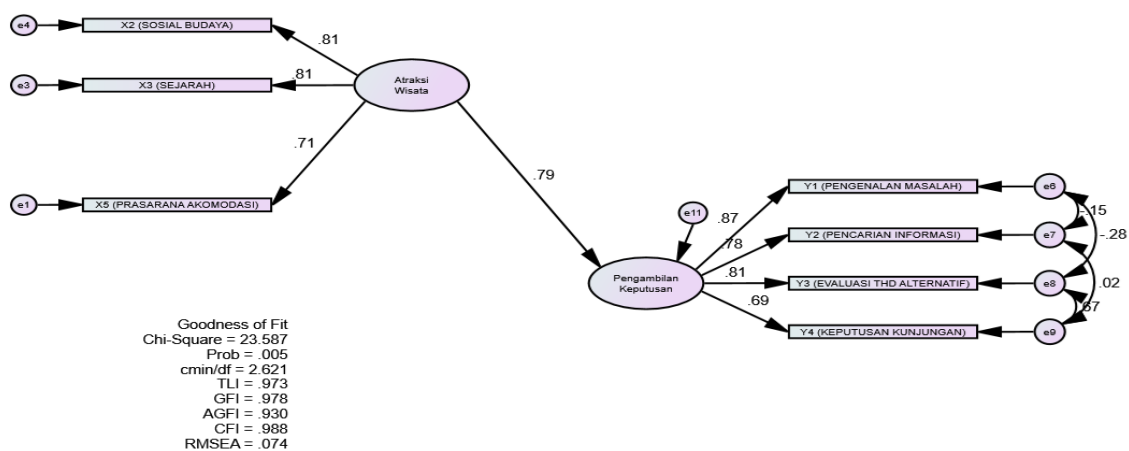


Diagram di atas memberikan informasi rangkuman hasil pengujian GOF

(*Goodness-of-fit*) pada model hasil penelitian, tersaji pada diagram di atas.:

***Goodness-of-fit*model**
Tabel 2
Model GOF

<i>Goodness-Of-Fit</i> (GOF)	Hasil Analisis	<i>Cut Off Value</i>	Evaluasi Model
Chi-square	$\chi^2 = 23.587$ P = 0.005	Probabilitas \geq 0,05	Kurang baik
TLI	0.973	TLI > 0.90	Baik
GFI	0.978	GFI > 0.90	Baik
AGFI	0.930	AGFI > 0.90	Baik
CFI	0.988	CFI > 0.90	Baik
RMSEA	0.074	RMSEA \leq 0.08	Baik

Berdasarkan kriteria GOF yang ada, maka GOF dipenuhi, disimpulkan model menjadi lebih fit dengan data.

Dari hasil data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, pada penelitian yang telah dilakukan di Museum Sejarah Jakarta, Seni Rupa dan Keramik, Monumen Nasional, Wayang dan museum Bahari, indikator-indikator yang berpengaruh terhadap variabelnya pada penelitian ini adalah variabel eksogen (X) terdiri dari : sosial budaya (X2), sejarah (X3) dan prasarana akomodasi (X5).Kemudian untuk variabel endogen (Y) indikator-indikator yang mempengaruhi variabelnya adalah pengenalan masalah (Y1), pencarian informasi (Y2), evaluasi terhadap alternatif (Y3) dan keputusan kunjungan (Y4) .

Dengan kata lain, untuk pengembangan daya tarik wisata pada museum, prioritas utama yang harus dikembangkan adalah nilai sejarah pada museum tersebut, kondisi sosial budaya setempat dan prasaran akomodasi yang

tersedia di sekitar wilayah daya tarik wisata.

Sebagai ilustrasi, dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan Museum di Jakarta komponen terpenting adalah tetap melestarikan nilai-nilai sejarah yang berkaitan dengan museum tersebut dengan upaya menjaga bangunan yang mengandung nilai sejarah tersebut, menjaga dan merawat koleksi-koleksi dan situs-situs purbakala yang dipamerkan pada museum tersebut serta menambah kegiatan-kegiatan, pertunjukkan penunjang yang sesuai dengan nilai - nilai budaya setempat yang dapat ditampilkan kepada wisatawan. Upaya memenuhi kebutuhan wisatawan perlu diperhatikannya sarana dan prasarana penunjang wisatawan diantaranya adalah akomodasi. Pihak museum dapat bekerja dengan para investor dan pemerintah setempat untuk pemenuhan sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata di sekitar area museum.

Uji T

Uji t dimaksudkan untuk menguji pengaruh sebuah variabel eksogen terhadap sebuah variabel endogen atau pengaruh sebuah variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya. Jika nilai probabilitasnya

(nilai sig) > 0.05 atau - t tabel < t hitung < t tabel maka H0 tidak ditolak

Jika nilai probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau t hitung < - t tabel atau t hitung > t tabel maka H0 ditolak.

Tabel 3
Hasil Uji Signifikansi

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Variable indikator		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label	Keterangan
Pengambilan_Keputusan	<- --	Daya tarik_Wisata	.842	.078	10.797	***	Signifikan
X5 Prasarana Akomodasi	<- --	Daya tarik_Wisata	1.000				Signifikan
X3 Sejarah	<- --	Daya tarik_Wisata	1.057	.085	12.384	***	Signifikan
X2 Sosial Budaya	<- --	Daya tarik_Wisata	1.166	.094	12.392	***	Signifikan
Y1 Pengenalan Masalah	<- --	Pengambilan_Keputusan	1.000				Signifikan
Y2 Pencarian Informasi	<- --	Pengambilan_Keputusan	1.319	.099	13.335	***	Signifikan
Y3 Evaluasi Thd Alternatif	<- --	Pengambilan_Keputusan	1.115	.090	12.362	***	Signifikan
Y4 Keputusan Kunjungan	<- --	Pengambilan_Keputusan	.902	.086	10.476	***	Signifikan

Keputusan:

1. Pada tabel di atas nilai p variabel Daya tarik_Wisata = *** < 0.05 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima,

Berdasarkan hasil analisis diatas diketahui bahwa pada penelitian ini variabel Daya tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan.

Dengan demikian persamaan strukturalnya adalah :

Pengambilan_Keputusan=0.842*Daya tarik_Wisata + e Nilai p =*** (artinya angkanya di bawah 0.001, sehingga ini bermakna signifikan pada taraf nyata (level of signifikacance) 0.01 yang tentunya lebih baik dari pada taraf nyata 0.05).

Berdasarkan table diatas dapat diinformasikan bahwa, diketahui bahwa hasil uji pengaruh variabel eksogen (x) terhadap variabel endogen (Y) memiliki perhitungan data menunjukkan semuanya pengaruh yang signifikan.semua hasil memenuhi kriteria nilai P < 0,05.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneltian yang sudah dilakukan oleh tim peneliti sejak bukan Februari 2017 – September 2017 pada 5 (lima) museum di Jakarta diantaranya adalah Museum Sejarah Jakarta, Seni Rupa dan Keramik, Monumen Nasional, Wayang dan museum Bahari. Memperoleh hasil sebagai berikut :

1. Model yang dapat dikembangkan pada 5 (lima) museum di Jakarta, untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan pengembangan daya tarik wisata pada museum, prioritas utama yang harus

dikembangkan adalah i) nilai sejarah pada museum ii) kondisi sosial budaya setempat dan iii) prasarana akomodasi yang tersedia di sekitar wilayah daya tarik wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

2. Berdasarkan hasil analisis data yang telah tim peneliti lakukan bahwa, nilai p variabel Daya tarik_Wisata = *** < 0.05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Daya tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan wisatawan untuk mengunjungi 5 (lima) museum di Jakarta.

Saran

1. Pengelola museum harus meningkatkan kreatifitas dalam upaya memamerkan koleksi-koleksi benda bersejarah yang disimpan di museum agar lebih menarik, seperti menggunakan teknologi digita dalam memaparkan informasi mengenai masig-masing koleksi.
2. Pengelola museum tetap mempertahankan dan merawat gaya bangunan sesuai dengan masa lampau, agar nilai-nilai sejarah tidak hilang.
3. Pengelola selalu memperbaharui informasi, tampilan dan agenda kegiatan dengan memanfaatkan fasilitas website agar mempermudah calon wisatawan memperoleh informasi
4. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan meneliti tentang evaluasi pengembangan model daya tarik wisata dengan melibatkan pakar pariwisata akar dapat meningkatkan daya saing tempat-tempat daya tarik wisata di Jakarta khususnya dan di Indonesia umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2016. *Jakarta Dalam Angka*, Jakarta In Figures 2016. Jakarta. BPS Provinsi DKI Jakarta
- Bahri, Syamsul dan Fahkry Zamzam. 2014. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish
- Baroroh, Ali. 2008. *Trik-Trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo
- Bilson, Simamora, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Crouch, Geoffrey I. 2007. *MODELLING DESTINATION COMPETITIVENESS . A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes*. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T.Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta
- Desy, Elfitra. 2016. *Pengaruh brand image, lokasi dan fasilitas terhadap Keputusan mahasiswa memilih universitas pancabudi (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi)*. Jurnal Ilmiah "DUNIA ILMU" Vol.2 No.1 Maret 2016: Fakultas Ekonomi & Bisnis UNPAB
- Djoeffan, dkk. 2010. *Strategi Pengelolaan Kawasan Wisata Cagar Budaya Karangkamulyan Di Kabupaten Ciamis*. Prosiding SNsPP2010 Edisi Eksakta. ISSN: 2089-3582. 205-229
- Hamdi, Asep Saepul dan E Bahrudin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish: Yogyakarta
- Hasibuan, H Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar-dasar manajemen*. Grasindo: Bandung
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning. An Integrated And Sustainable Development Approach*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Jam statistik. <http://www.jam-statistic.id/2014/04/pengenalan-beberapa-software-statistika.html>. diakses pada tanggal 22 Mei 2017
- John, Swarbrooke. *The Development and Management of Visitor Attractions*. Second Edition. Oxford : Butterworth-Heinemann. 2002
- Kirom, Novita Rifaul dkk. 2016. *Faktor - Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Jurnal Pendidikan:
- Kotler, Philip dkk. 2010. *Marketing For Hospitality and Tourism*. Pearson: New York
- Krejcie, Robert V dan Daryle W. Morgan. 1970. *Determining Sample Size For Research Activities*. University Of Minnesota, Duluth & Texas A & M. University : Educational and

- Psychological
Measurement, 1997, 30, 607-610
- Leasek, Anna. 2010. *Progress in visitor attraction research: Towards more effective management*. School of Marketing, Tourism and Languages, Edinburgh Napier University, Edinburgh, EH14 1DJ, UK. *Tourism Management* 31 (2010) 155–166
- Lunenburg, Fred C. 2010. *The Decision Making Process*. National Forum Of Educational Administration And Supervision Journal Volume 27, Number 4, 2010: Sam Houston State University
- Mukiroh dan HP. Diah Setiyorini. 2012. *Pengaruh Faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan Asal Malaysia Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Pekanbaru (Survei Pada Wisatawan Asal Malaysia yang Berkunjung ke Kota Pekanbaru)*. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. II, No. 1, 2012
- Noor, Juliansyah. *Metodologi penelitian : Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.*, Edisi pertama. Jakarta: Prenada Media. 2011
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Prianto, Dwi, 2008, *Mandiri Belajar SPSS (Statistica Product N Verse Solution) Untuk Analisis Data dan uji statistik*, Penerbit Media Com, Jakarta
- Sabahan. 2012. *Perencanaan Lanskap Kawasan Ekowisata Berbasis Masyarakat (Community Based Ecotourism) di Wilayah Pesisir Paloh Kalimantan Barat*. Tesis. Institut Pertanian Bogor
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*; third.
- Simanjuntak, Bungaran Antonius dan Soedjito Sosrodiharjo. 2014 *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Teori, Penelitian, dan Pengembangan Volume: 1 Nomor: 3 Bulan Maret Tahun 2016. E-ISSN: 2502-471X. Universitas Negeri Malang
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata