

Analisis Fishbein Dalam Menciptakan Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Pada Museum Kotagede)

Muhammad Zuhail Firmansyah¹, Agung Sulistyono^{*2}, Amiluhur Soeroso³

Prodi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta^{1,2,3}

Jl. Ringroad Timur No.52, Pelem Mulong, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55198^{1,2,3}

Email : zuhailfirms@gmail.com¹, agungsulistyono@stipram.ac.id^{*2}, amiluhursoeroso@stipram.ac.id³

ABSTRAK

Museum seringkali dipresepsikan sebagai tempat yang tidak menarik, tidak bersih, dan tidak terdapat penjelasan, sehingga minat berkunjung ke museum masih rendah. Kondisi tersebut berbeda dengan Museum Kotagede yang mengalami pertumbuhan jumlah pengunjung. Sebagai upaya menjaga eksistensi, maka pengelola perlu memuaskan keinginan dan kebutuhan pengunjung. Situasi tersebut sesuai dengan salah satu syarat terciptanya pariwisata berkelanjutan yang mempertimbangkan kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mix methode*) melalui analisa *fishbein*. Model sikap multi-atribut *fishbein* digunakan sebagai teknik analisis data. Kuesioner, wawancara, dan observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner disebar kepada 372 responden dan dikuatkan dengan wawancara terbuka untuk mengeksplorasi jawaban responden. Hasil penelitian menyatakan, sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede adalah positif dengan nilai sebesar 94,313. Nilai sikap tersebut berada di posisi kanan *cut of point*, diantara rentang setuju dan sangat setuju. Atribut bangunan yang *aesthetic* memperoleh nilai tertinggi (20,599) dan atribut lokasi strategis memperoleh nilai terendah (16,855). Pengelola Museum Kotagede dapat mempertahankan atribut yang memperoleh nilai tinggi dan meningkatkan kualitas atribut yang memperoleh nilai rendah.

Kata Kunci: Fishbein, Kepuasan, Museum Kotagede, Pariwisata Berkelanjutan, Sikap Pengunjung.

ABSTRACT

Museums are often perceived as places that are unattractive, unclean, and lack explanation, so interest in visiting museums is still low. This condition is different from the Kotagede Museum, which experienced a growth in the number of visitors. In an effort to maintain existence, managers need to satisfy visitors' wants and needs. This situation is in accordance with one of the conditions for creating sustainable tourism, which takes into account visitor satisfaction. This research aims to determine visitors' attitudes towards the Kotagede Museum. This research uses a mixed method through fishbein analysis. The Fishbein multi-attribute attitude model is used as a data analysis technique. Questionnaires, interviews, and observations were used as data collection techniques. Questionnaires were distributed to 372 respondents and reinforced with open interviews to explore respondents' answers. The research results stated that visitors' attitudes towards the Kotagede Museum were positive, with a score of 94.313. The attitude value is in the right position of the cut-off point, between the range of agree and strongly agree. The aesthetic building attribute got the highest score (20.599), and the strategic location attribute got the lowest score (16.855). Kotagede Museum managers can maintain attributes that get high scores and improve the quality of attributes that get low scores.

Keywords: Fishbein, Satisfaction, Kotagede Museum, Sustainable Tourism, Visitor Attitudes.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor yang memberikan dampak bagi aspek ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan masyarakat (Streimikiene et al.,

2021). Beberapa dampak positif yang muncul diantaranya: lapangan pekerjaan dan pemberdayaan masyarakat (Thipsingh et al., 2022), serta kesejahteraan masyarakat (Akova & Atsiz, 2019). Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan

pariwisata, yakni komersialisasi budaya dan pertukaran budaya yang sulit disaring (Zhuang et al., 2019), inflasi serta eksploitasi lingkungan (Uslu et al., 2020).

Konsep pariwisata berkelanjutan dinilai mampu menyeimbangkan berbagai dampak yang ditimbulkan (Nematpour & Faraji, 2019). Pariwisata berkelanjutan melibatkan peran masyarakat lokal dan menonjolkan potensi khas daerah seperti: kuliner, arsitektur, warisan budaya, dan ekologi (Wijaya et al., 2019). Namun demikian, untuk menciptakan pariwisata berkelanjutan juga perlu memperhatikan keinginan dan kebutuhan wisatawan (Woyo & Slabbert, 2020). Kepuasan wisatawan menjadi syarat penting dalam keberhasilan pariwisata berkelanjutan (Asmelash & Kumar, 2020).

Kemampuan pengelola dalam memenuhi kepuasan wisatawan dapat menciptakan loyalitas wisatawan (Sulistyo & Salindri, 2019). Dengan demikian, kepuasan wisatawan menjadi salah satu elemen penting dalam pariwisata (Kara & Mkwizu, 2020). Beberapa elemen lain yang dapat mendorong kepuasan wisatawan, yakni atraksi (Biswas et al., 2021), lokasi (Truong, 2019), fasilitas (Stankov et al., 2020), akses (Cassia et al., 2020), serta pelayanan yang diberikan (Bialkova & Te Paske, 2020).

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu tujuan wisata memiliki berbagai destinasi wisata alam, buatan, budaya, dan lain sebagainya (Harnaji et al., 2021). Jenis wisata edukasi, kuliner, budaya, dan sejarah menjadi potensi khas wisata yang banyak diminati (Oentoro & Wiyatiningsih, 2022). Potensi tersebut tersebar diberbagai destinasi, salah satunya museum. Berdasarkan data yang dirilis Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, terdapat sebanyak 42 museum yang. Meskipun terdapat banyak museum yang terfasilitasi, namun minat berkunjung ke museum masih sangat rendah (Yudaninggar et al., 2023).

Salah satu alasan rendahnya minat kunjungan ke museum, karena kebutuhan pengunjung yang belum terfasilitasi (Suroto et al., 2020). Pengunjung yang kurang puas beranggapan jika penampilan museum terkesan

sederhana dan kurang menarik. Ditambah lagi benda koleksi yang terlihat kotor, berdebu serta tidak menampilkan penjelasan (Suwaryono et al., 2022). Pengunjung juga tidak dapat berinteraksi langsung dengan beberapa benda koleksi, karena rentan rusak dan terbatasnya ruang pamer (Kyriakou & Hermon, 2019).

Berbagai uraian tersebut dikuatkan dengan beberapa hasil penelitian. Hasil riset menyatakan jika terdapat museum di Yogyakarta yang memiliki daya tarik, namun kurang menjaga eksistensinya. Beberapa museum tersebut, diantaranya Museum Biologi UGM Yogyakarta (Agung, 2020; Khalif, 2020), Museum Wayang Kekayon (Bagaskoro, 2021; Parjiati et al., 2023) dan Museum Sejarah Purbakala Pleret (Iskandar & Suryo, 2021). Namun kondisi tersebut berbeda dengan Museum Kotagede yang tetap ramai dikunjungi. Berdasarkan data pengunjung Museum Kotagede tahun 2022 - 2023, museum ini mengalami pertumbuhan pengunjung yang pesat. Data kunjungan tersebut tersaji pada tabel 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Pengunjung Museum Kotagede Tahun 2022 – 2023.

Museum Kotagede yang mengalami peningkatan kunjungan, didukung dengan daya tarik yang dimiliki. Museum Kotagede memiliki konsep *intro living museum* yang bertujuan mengenalkan berbagai *living museum* di Kawasan Kotagede. Daya tarik tersebut antara lain: bangunan sejarah, sentra kerajinan perak, dan sentra kuliner tradisional (Arselant, 2023). Terdapat empat aspek yang dikenalkan Museum Kotagede, diantaranya aspek teknologi, unsur tradisional, kegiatan masyarakat, seni dan adat tradisi serta situs

arkeologi (Yudaninggar et al., 2023). Koleksi yang dimiliki museum ini dilengkapi dengan teknologi terkini, sehingga memberikan pengalaman yang unik bagi pengunjung (Ramadhianty, 2022). Museum Kotagede juga mudah diakses berbagai jenis kendaraan karena berlokasi di pinggir jalan raya (Zain, 2022).

Sebagai upaya menjaga eksistensi, pengelola museum perlu memperhatikan pengunjung sebagai penerima layanan. Pengelola dapat merumuskan kebijakan dalam menghadapi persaingan kompetitif dengan memahami kepuasan pengunjung (Ghaderi et al., 2018; Mahanani et al., 2023). Kepuasan yang didapatkan oleh pengunjung dapat merangsang lebih luas jumlah kunjungan ke Museum Kotagede. Berkaitan dengan berbagai hal tersebut, Museum Kotagede perlu mengukur sikap dan perilaku pengunjung untuk kepuasan terhadap layanan yang diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede dengan menggunakan atribut kepuasan. Berdasarkan studi pendahuluan berupa wawancara, peneliti mengidentifikasi beberapa atribut yang akan digunakan. Beberapa atribut tersebut antara lain: benda peninggalan sejarah, memberikan nilai edukasi, lokasi strategis, bangunan yang *aesthetic*, dan menerapkan teknologi modern. Beberapa studi sebelumnya terkait dengan Museum Kotagede relatif banyak mengangkat isu perancangan (Khairunnisa, 2023), strategi promosi (Yudaninggar et al., 2023), dan benda koleksi (Arselant, 2023; Putra, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah penelitian yang mengkaji sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede dalam menciptakan pengelolaan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

1. Sikap

Dimaknai sebagai penilaian, perasaan, dan keinginan individu yang relatif tetap terhadap ide maupun objek tertentu. Sikap mengarahkan individu pada kerangka pemikiran yang mencakup preferensi positif atau negatif serta

dorongan untuk mendekat atau menjauh terhadap objek (Kotler & Armstrong, 2018). Preferensi tersebut merupakan hasil evaluasi individu terhadap keyakinan mereka terhadap objek sikap (Fishbein & Ajzen, 1975).

Keyakinan dan evaluasi yang menjadi faktor terbentuknya sikap dapat diukur menggunakan Model sikap multi-atribut *fishbein*. Model ini merupakan salah satu teknik populer dalam mengukur sikap individu terhadap objek (Engel et al., 1995). Beberapa penelitian menggunakan model ini sebagai upaya mengukur sikap konsumen terhadap suatu produk (Aditya et al., 2020; Ahmad Syatori, 2019; Putri, 2019; Savitri & Harti, 2022; Sulistyono & Djamil, 2018; Supratman, 2022). Model sikap multi-atribut *fishbein* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menentukan, melakukan pembelian, menggunakan, dan menempatkan suatu layanan atau produk. Perilaku konsumen dipengaruhi empat faktor, diantaranya kultur, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler & Armstrong, 2018). Alasan psikologis dibalik suatu perilaku juga dikemukakan oleh *theory reasoned action* (Fishbein & Ajzen, 1975). Seiring berjalannya waktu, teori ini berkembang menjadi *theory of planned behavior* yang menyatakan jika perilaku ditentukan oleh niatnya dalam berperilaku. Niat tersebut terdiri dari *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991).

Attitude toward behavior merupakan sikap individu dalam mempertimbangkan keputusannya. Keyakinan dan evaluasi terhadap hasil perilaku individu mendasari keinginannya untuk berperilaku. Teori ini menunjukkan apabila seseorang memiliki keyakinan negatif, maka perilaku tersebut akan terlihat negatif, begitupun sebaliknya. *Subjective norm* merupakan persepsi seseorang dalam mempertimbangkan untuk berperilaku berdasarkan pendapat orang lain. *Perceived behavioral control* ditentukan oleh

perceived power atau persepsi tentang kekuasaan yang dimiliki dalam berperilaku dan *control beliefs* atau kepercayaan tentang kemampuan untuk mengendalikan.

Ketiga niat dalam berperilaku pada teori menjadi penentu penting perilaku seseorang. Berbagai skala penilaian, seperti skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Hasil positif menunjukkan bahwa seseorang memiliki perilaku yang terencana dan keyakinan kuat. Sikap terhadap perilaku menjadi acuan untuk menjelaskan perilaku pengunjung Museum Kotagede dalam memperoleh kepuasan

3. Kepuasan

Kepuasan merupakan perasaan positif atau negatif yang dialami seseorang pasca membandingkan hasil atau kinerja dengan harapannya. Individu akan puas jika kinerja sesuai dengan yang diharapkan, begitupun sebaliknya. Apabila kinerja melebihi harapan, individu akan merasa sangat puas (Kotler & Keller, 2016). Kemampuan bereaksi dengan cepat dalam memenuhi kepuasan pelanggan dapat mempertahankan menjadi pelanggan tetap. Kondisi tersebut juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Sulistyo & Salindri, 2019). Dengan demikian, kepuasan menjadi elemen yang krusial dalam pariwisata (Kara & Mkwizu, 2020)

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran (*mix methode*) (Creswell & Creswell, 2018). Informasi yang didapatkan dari data kuantitatif dan kualitatif berbeda dan bersifat beragam. Data kuantitatif berupa skor instrumen, sedangkan data kualitatif berupa pemahaman mendalam partisipan. Apabila kedua data tersebut digabungkan, dapat menghasilkan temuan yang serupa atau mengkonfirmasi.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Museum Kotagede yang beralamatkan di Jalan Tegal

Gendu No.20, Prenggan, Kotagede, Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan setelah mendapatkan izin penelitian dari Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta selaku pengelola. Penelitian berlangsung pada Desember 2023 hingga Januari 2024

3. Populasi dan Sampel

Pengunjung Museum Kotagede pada tahun 2023 yang tercatat sebesar 11838 pengunjung menjadi populasi dalam penelitian ini. Penentuan jumlah sampel mengacu pada metode (Krejcie & Morgan, 1970) dengan taraf kesalahan 5%, sehingga jumlah responden adalah 372 pengunjung.

4. Teknik Analisis Data

Model sikap multi-atribut *fishbein* adalah salah satu metode terkemuka untuk mengukur sikap konsumen terhadap objek tertentu (Engel et al., 1995). Metode ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede. Rumus dalam metode ini, yakni:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i v_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap terhadap objek

b_i = Kekuatan keyakinan bahwa objek memiliki atribut i

v_i/e_i = Evaluasi mengenai atribut i

n = Jumlah atribut dominan

Metode ini berfokus pada sikap individu terhadap objek tertentu melalui dua faktor penting. Faktor pertama merupakan keyakinan terkait dengan atribut dominan pada suatu objek. Faktor selanjutnya merupakan evaluasi dari setiap keyakinan terhadap atribut dominan, dengan mengukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan terhadap beberapa atribut tersebut. Nilai keyakinan dan evaluasi tersebut dapat dikalikan untuk mengetahui nilai sikap individu terhadap suatu objek

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa kegiatan, antara lain:

- a. Kuesioner
 Kuesioner disebarakan kepada 372 pengunjung Museum Kotagede selaku responden. Kuesioner terbagi menjadi dua bagian, yakni identitas responden dan pertanyaan instrumen penelitian. Jawaban dari kuesioner digunakan untuk mengukur sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede.
- b. Wawancara
 Wawancara terbuka ditujukan kepada 30 pengunjung Museum Kotagede dengan tujuan untuk menggali dan memperkuat jawaban yang telah diisi pada kuesioner.
- c. Observasi
 Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung Museum Kotagede. Kegiatan tersebut untuk menggambarkan objek penelitian, mendapatkan data kunjungan, dan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebaran kuisiner dilakukan untuk mendapatkan informasi responden serta jawaban yang diberikan. Informasi tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Sampel	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	149	40,1%
Perempuan	223	59,9%
Usia		
< 20	90	24,2%
21 – 30	187	50,3%
31 – 40	54	14,5%
41 – 50	21	5,6%
50 >	20	5,4%
Pendidikan		
SLTP	1	0,3%
SLTA	36	9,7%
Perguruan Tinggi	335	90,1%

Jenis Pekerjaan		
Karyawan Swa sta	81	21,8%
Pelajar	23	6,2%
Mahasiswa	150	40,3%
Pegawai Negeri	27	7,3%
Wiraswasta	34	9,1%
Lain – lain (Ibu rumah tangga, freelance, seniman, dan lain sebagainya)	57	15,3%
Domisili		
DIY	200	53,8%
Luar DIY	172	46,2%
Jumlah Kunjungan		
1 Kali	295	79,3%
2 Kali	21	5,6%
3 Kali	19	5,1%
> 3 Kali	37	9,9%
Total	372	100%

Data primer diolah 2024

Uji Validitas

Penelitian memerlukan alat ukur yang valid untuk memperoleh data berkualitas. Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden awal untuk mengetahui kualitas kuesioner yang digunakan. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Supriadi, 2021). r_{tabel} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,361. Berdasarkan uji yang dilakukan terhadap setiap instrumen keyakinan (b_i) dan evaluasi (v_i/e_i), didapatkan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, instrumen dinyatakan valid. Hasil uji validitas tersaji pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Instrumen	Item	r_{hitung}	r_{tabel}
Keyakinan (b_i)	b_i1	0,788	0,361
	b_i2	0,808	0,361
	b_i3	0,664	0,361
	b_i4	0,833	0,361
	b_i5	0,799	0,361
Evaluasi (v_i/e_i)	v_i/e_i1	0,737	0,361
	v_i/e_i2	0,848	0,361
	v_i/e_i3	0,724	0,361
	v_i/e_i4	0,776	0,361
	v_i/e_i5	0,872	0,361

Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha*. Keputusan dalam uji ini adalah jika nilai *cronbach's alpha* > 0.70, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel (Supriadi, 2021). Hasil uji yang dilakukan terhadap keyakinan (b_i) adalah sebesar 0.811. Sedangkan hasil uji yang dilakukan terhadap evaluasi (v_i/e_i) adalah sebesar 0.845. Berdasarkan uji tersebut, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hasil uji tersaji pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Cronbach's Alpha
Keyakinan (b_i)	.811
Evaluasi (v_i/e_i)	.845

Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Museum Kotagede

Model sikap multi-atribut *fishbein* digunakan untuk menganalisis sikap pengunjung terhadap atribut dominan Museum Kotagede. Sikap pengunjung terhadap setiap atribut Museum Kotagede diperoleh dari perkalian rata-rata komponen keyakinan dan evaluasi setiap atribut ($A_o = b_i * v_i/e_i$). Nilai sikap pengunjung terhadap atribut Museum Kotagede sebagai berikut: peninggalan sejarah (18,752), memberikan nilai edukasi (20,468), lokasi strategis (16,855), bangunan *aesthetic* (20,599), dan menerapkan teknologi modern (17,640). Sedangkan nilai sikap pengunjung terhadap seluruh atribut Museum Kotagede adalah 94,313. Hasil perhitungan nilai sikap pengunjung tersaji pada tabel berikut:

Tabel 4. Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Museum Kotagede

Atribut	Keyakinan (b_i)	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Benda Peninggalan Sejarah	4,629	4,051	18,752
Memberikan Nilai Edukasi	4,688	4,366	20,468
Lokasi Strategis	4,237	3,978	16,855

Bangunan <i>Aesthetic</i>	4,653	4,427	20,599
Menerapkan Teknologi Modern	4,363	4,043	17,640
Jumlah			94,313

Atribut bangunan *aesthetic* memiliki nilai tertinggi diikuti atribut memberikan nilai edukasi. Situasi tersebut menunjukkan bahwa daya tarik bangunan yang *aesthetic* menjadi alasan utama untuk berkunjung. Beberapa pengunjung penasaran dan tertarik dengan konten media sosial tentang spot foto di Museum Kotagede yang *aesthetic*. Ketertarikan berkunjung diperkuat dengan berbagai informasi yang mengedukasi tentang sejarah kerajaan mataram islam, rumah kalang, kehidupan masyarakat kotagede. Situasi tersebut diperkuat melalui hasil wawancara:

“Berawal dari lihat di Instagram dan Tiktok bangunannya *aesthetic* banget, lalu memutuskan untuk berkunjung” (R295, R321, R324, R346, R355).

“Museum Kotagede memiliki bangunan yang *aesthetic* sehingga hobi fotografi saya bisa disalurkan” (R268, R328).

“Pandangan saya langsung tertuju pada ornamen bangunan yang antik dan mewah. Setiap sudut bisa dijadikan background foto yang *aesthetic* untuk keperluan media sosial” (R311).

“Unexpect ternyata disini, ada peninggalan rumah pribadi yang diberikan kepada pemerintah dan penuh dengan nilai sejarah” (R166).

“Walaupun saya berasal Sumatera, tetapi menyukai sejarah Jawa dan ingin mempelajari.” (R197).

“Rasanya seperti wisata masa lalu menjelajah museum kotagede yang menyimpan data peninggalan sejarah mulai dari kehidupan masyarakat maupun kerajinan khas yang sangat menarik” (R353).

Benda peninggalan sejarah menjadi atribut yang memperoleh nilai di posisi ketiga. Beberapa pengunjung berpendapat jika benda peninggalan sejarah ditata secara rapi dan memperhatikan

estetika, akan memberikan kesan menarik. Terdapat beberapa benda peninggalan sejarah yang kurang memberikan informasi. Lebih lanjut, Pengunjung berharap ruang-ruang yang masih kosong digunakan untuk menambah benda peninggalan sejarah dan dilengkapi informasi pendukung.

“Koleksi di museum ini masih sangat sedikit.

Semoga koleksinya ditambah sehingga dapat memberikan lebih banyak edukasi” (R237).

“Penyajian barang sejarahnya tertata rapi dan aesthetic, namun masih ada tempat yang kosong perlu direnovasi serta ditambah lagi koleksinya” (R103, R104, R105, R305).

“Perlu diberikan informasi tentang pemilik rumah yang menghibahkan rumahnya sebagai museum” (R190).

“Banyak benda peninggalan sejarah yang minim informasi, sehingga wisatawan kurang memahami. Mungkin perlu dilengkapi benda dan sejarahnya” (R266, R356).

Menerapkan teknologi modern menempati posisi keempat dan diikuti lokasi strategis dengan perolehan nilai terkecil. Meskipun Museum Kotagede menggunakan teknologi audio-visual yang interaktif dalam penyampaian informasi, kondisi tersebut dirasa belum optimal. Beberapa koleksi yang didukung teknologi modern, tidak dapat beroperasi sesuai fungsinya terlebih jika terjadi pemadaman listrik. Sedangkan dari segi lokasi, beberapa pengunjung menyatakan lokasi Museum Kotagede relatif cukup strategis, namun terasa sulit untuk dijangkau. Kondisi tersebut, karena tidak terdapat papan petunjuk arah, area parkir yang terbatas serta akses jalan yang kurang lebar.

“Penasaran dengan inovasi teknologi digital sebagai edukasinya, namun belum optimal. Beberapa audio mati dan layar eror.”(R38, R270, R279, R342).

“Ada masalah pengelolaan jaringan listrik. Perlu itambah tulisan secara detail agar tidak bergantung dengan teknologi” (R29, R30).

“Walaupun lokasinya strategis, tetapi susah untuk dijangkau, tidak ada penunjuk jalan dan tampilan tidak seperti museum” (R19,

R97, R98).

“Lokasi di lingkungan kotagede cukup terjangkau. Namun lokasi parkir agak sempit dan instruksi papan penunjuk sebaiknya diperbesar” (R124, R125).

Nilai Sikap Minimum dan Maksimum Terhadap Museum Kotagede

Upaya mengetahui posisi nilai sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede apakah berada di posisi negatif atau positif, perlu dilakukan kalkulasi. Nilai tersebut didapatkan dari kalkulasi bobot minimal dan bobot maksimal sesuai dengan skala *likert*. Perhitungan nilai minimum dan maksimum tersaji pada tabel berikut:

Tabel 5. Nilai Sikap Minimum Pengunjung Terhadap Museum Kotagede

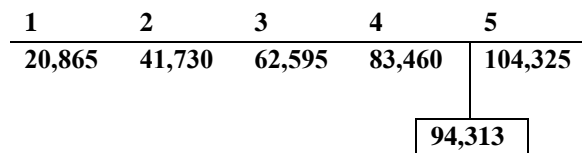
Atribut	(b_i) Min	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Benda Peninggalan Sejarah	1	4,051	4,051
Memberikan Nilai Edukasi	1	4,366	4,366
Lokasi Strategis	1	3,978	3,978
Bangunan <i>Aesthetic</i>	1	4,427	4,427
Menerapkan Teknologi Modern	1	4,043	4,043
Jumlah			20,865

Tabel 6. Nilai Sikap Maksimum Pengunjung Terhadap Museum Kotagede

Atribut	(b_i) Max	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Benda Peninggalan Sejarah	5	4,051	20,255
Memberikan Nilai Edukasi	5	4,366	21,830
Lokasi Strategis	5	3,978	19,890
Bangunan <i>Aesthetic</i>	5	4,427	22,135
Menerapkan Teknologi Modern	5	4,043	20,215
Jumlah			104,325

Berdasarkan kalkulasi nilai minimum dan maksimum, Museum Kotagede berpeluang mendapatkan nilai 20,865 (*min*) dan nilai 104,325 (*max*). Nilai tersebut untuk menentukan posisi sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede. Posisi sangat tidak setuju ditunjukkan dengan nilai

sikap sebesar 20,865, posisi tidak setuju ditunjukkan dengan nilai sikap sebesar 41,730, posisi netral ditunjukkan dengan nilai sikap sebesar 62,595, posisi setuju ditunjukkan dengan nilai sikap sebesar 83,460, dan posisi sangat setuju ditunjukkan dengan nilai sikap sebesar 104,325.



Gambar 1. Rentang Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Museum Kotagede

Nilai sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede sebesar 94,313 berada di sebelah kanan *cut of point*, yakni berada diantara rentang posisi setuju dan sangat setuju. Posisi tersebut menegaskan bahwa sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede berdasarkan atribut benda peninggalan sejarah, memberikan nilai edukasi, lokasi strategis, bangunan *aesthetic*, dan menerapkan teknologi modern adalah positif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, pengelola Museum Kotagede memperoleh pemahaman mengenai atribut yang digunakan dalam mengukur sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede. Meskipun sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede positif, namun beberapa atribut mendapat perhatian pengunjung. Pengelola perlu memberikan perhatian dalam meningkatkan kualitas beberapa atribut yang kurang memberikan kontribusi. Lebih lanjut, Museum Kotagede dapat mempertahankan eksistensinya dan merumuskan kebijakan yang sesuai dengan upaya menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan atribut yang digunakan, sikap pengunjung terhadap Museum Kotagede adalah positif. Atribut yang digunakan, antara lain: benda peninggalan sejarah, memberikan nilai edukasi, lokasi strategis, bangunan *aesthetic*, dan menerapkan teknologi modern. Atribut bangunan *aesthetic* memperoleh nilai tertinggi dan atribut lokasi strategis memperoleh nilai terendah.

Pengelola Museum Kotagede dapat mempertahankan atribut yang memperoleh nilai tinggi dan meningkatkan kualitas atribut yang memperoleh nilai sebaliknya.

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan serta evaluasi bagi pengelola Museum dalam merumuskan kebijakan berikutnya. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui jika atribut: benda peninggalan sejarah, penerapan teknologi modern, dan lokasi strategis mendapatkan penilaian rendah dari pengunjung. Pengelola Museum perlu meningkatkan kualitas atribut tersebut agar tercipta kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Ikka, N. D., & Deliya, E. (2020). Analisis Sikap Kosumen Dalam Membeli Produk Keripik Tela Ungu Merek Ganesa di Desa Claket Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Agrimas: Pengabdian Masyarakat Bidang Pertanian*, 4, 46–53.
- Agung, A. B. (2020). *Perancangan Buku Katalog Koleksi Museum Biologi Yogyakarta Berbasis Ilustrasi Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Museum Bagi Anak Anak Usia 6-12 Tahun*. Universitas Dinamika.
- Ahmad Syatori, D. (2019). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kereta Api Sembrani Wisata Priority (Studi Kasus: Kereta Sembrani di Stasiun Gambir)* [Universitas Darma Persada]. <http://repository.unsada.ac.id/cgi/oai2>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akova, O., & Atsiz, O. (2019). Sociocultural Impacts of Tourism Development on Heritage Sites. In D. Gursay (Ed.), *The Routledge Handbook of Tourism Impacts* (1st ed., pp. 252–264). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351025102-20>
- Arselant, K. T. (2023). *Displai Koleksi Benda Budaya di Museum Kotagede Intro Living*

- Museum*. Institut Seni Indonesia.
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2020). Tourist satisfaction-loyalty Nexus in Tigray, Ethiopia: Implication for sustainable tourism development. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1836750.
- Bagaskoro, K. (2021). *Perancangan Animasi 3D Punakawan Sebagai Media Edukasi dan Media Promosi Museum Wayang Kekayon*. Institut Seni Indonesia.
- Bialkova, S., & Te Paske, S. (2020). Campaign participation, Spreading Electronic Word of Mouth, Purchase: How to Optimise Corporate Social Responsibility, CSR, Effectiveness via Social Media? *European Journal of Management and Business Economics*, 30(1), 108–126. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-08-2020-0244>
- Biswas, C., Deb, S. K., Hasan, A. A.-T., & Khandakar, Md. S. A. (2021). Mediating Effect of Tourists' Emotional Involvement on The Relationship Between Destination Attributes and Tourist Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(4), 490–510. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2020-0075>
- Cassia, F., Castellani, P., Rossato, C., & Baccarani, C. (2020). Finding a Way Towards High-Quality, Accessible Tourism: The Role of Digital Ecosystems. *The TQM Journal*, 33(1), 205–221. <https://doi.org/10.1108/TQM-03-2020-0062>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edition). SAGE Publications, Inc.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Fort Worth : Dryden Press. http://archive.org/details/consumerbehavior_0000enge_n4b9
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).
- Ghaderi, Z., Hatamifar, P., & Khalilzadeh, J. (2018). Analysis of tourist satisfaction in tourism supply chain management. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1439074>
- Harnaji, B., Raharti, R., & Dwiwinarno, T. (2021). *Pooled Data Analysis of Tourism Industry in Special Region of Yogyakarta*. 185–190. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.036>
- Iskandar, & Suryo, D. (2021). Museum Sejarah Purbakala Pleret Sebagai Sarana Pembelajaran Sejarah. *Heuristik: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.31258/hjps.1.1.18-33>
- Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic Factors and Travel Motivation Among Leisure Tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81–103. <https://doi.org/10.1108/IHR-01-2020-0002>
- Khairunnisa, A. P. (2023). *Perancangan Program Jelajah Sebagai Program Edukasi Museum Kotagede: Intro Living Museum* [Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/230513>
- Khalif, Y. K. (2020). *Perancangan Museum Biologi UGM Yogyakarta Dengan Pendekatan Adaptive Reuse dan Infill Design*. Universitas Islam Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth edition). Pearson Higher Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Fifteenth Edition). Pearson Education Limited. <http://dspace.vnbrims.org:13000/xmlui/handle/123456789/5050>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Kyriakou, P., & Hermon, S. (2019). Can I touch

- this? Using Natural Interaction in a Museum Augmented Reality System. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 12, e00088. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2018.e00088>
- Mahanani, S., Sulisty, A., & Adianto. (2023). *Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung Teras Malioboro dalam Upaya Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan*. 6(2).
- Nematpour, M., & Faraji, A. (2019). Structural Analysis of The Tourism Impacts in The Form of Future Study in Developing Countries (Case Study: Iran). *Journal of Tourism Futures*, 5(3), 259–282. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2018-0028>
- Oentoro, K. & Wiyatiningsih. (2022). *The Role of Yogyakarta Tourism Kampongs in Supporting Creative Industries Potency*. 66–77. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-39-8_7
- Parjiati, Sarwono, A. W., & Sarbini. (2023). Museum Wayang Kekayon Dalam Kajian Manajemen Destinasi Pariwisata. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 1700–1726. <https://doi.org/10.56799/jim.v2i5.1500>
- Putra, R. S. T. (2023). *Peran Teknologi Digital Pendukung Koleksi Museum dalam Upaya Pengelola Membentuk Perceived Authenticity Museum Kotagede: Intro Living Museum* [Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/231128>
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi dan Kepercayaan Atribut. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14, 159–177.
- Ramadhianty. (2022). *Ngedadak Jogja10 Gurusiana*. <https://www.gurusiana.id/read/ramadhianty/article/ngedadak-jogja11-4853530>
- Savitri, M. D. P., & Harti. (2022). Analisis Sikap Konsumen Pada Atribut Produk Minuman Susu Racik Mak Tam Berbasis Analisis Fishbein. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 116–127. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.899>
- Stankov, U., Filimonau, V., Gretzel, U., & Vujičić, M. D. (2020). E-Mindfulness – The Growing Importance of Facilitating Tourists’ Connections to the Present Moment. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 239–245. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0135>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable Tourism Development and Competitiveness: The Systematic Literature Review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Sulisty, A., & Djamil, F. D. (2018). *Analisa Sikap Wajib Pajak Terhadap Kinerja Pelayanan Petugas Pemungut Pajak Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD) Daerah Istimewa Yogyakarta di Kabupaten Bantul*.
- Sulisty, A., & Salindri, Y. A. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Sarana Transportasi Dalam Upaya Menciptakan Kawasan Wisata Terintegrasi di Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13, 1–14.
- Supratman, S. (2022). Analisis Kualitas Layanan Hotel Pada Wisata Halal di Lombok. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.33394/vis.v10i2.8825>
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. UNY Press.
- Suroto, P. Z., Dewantara, M. H., & Wiradarmo, A. A. (2020). The Application of Technology in Museums. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(1), 170–181. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v4i2.1853>
- Suwaryono, I. L., Nugroho, B. Y., & Rusfian, E. Z. (2022). Challenges and Issues on Marketing the Museum in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11(1), 225–233.
- Thipsingh, S., Srisathan, W. A., Wongsachia, S.,

- Ketkaew, C., Naruetharadhol, P., & Hengboriboon, L. (2022). Social and Sustainable Determinants of The Tourist Satisfaction and Temporal Revisit Intention: A Case of Yogyakarta, Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2068269. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2068269>
- Truong, V.-A. T. (2019). Applying the Zaltman metaphor elicitation technique on understanding place image: Danang – the livable city of Vietnam in the minds of students. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 27(2), 153–173. <https://doi.org/10.1108/JABES-02-2019-0013>
- Uslu, A., Alagöz, G., & Güneş, E. (2020). Socio-cultural, Economic, and Environmental Effects of Tourism from the Point of View of the Local Community. *Journal of Tourism and Services*, 11(21), 1–21. <https://doi.org/10.29036/jots.v11i21.147>
- Wijaya, N. S., Arcana, K. T. P., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). The Role of Tourism Destination and Human Resources in Sustainable Tourism Implementation in Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(2), 228. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v5i2.170>
- Woyo, E., & Slabbert, E. (2020). Unpacking The Motivations, Satisfaction and Loyalty of Tourists Travelling to a Distressed Destination. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(4), 1–13. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1794919>
- Yudaninggar, K. S., Fitri, D. R., & Damastuti, R. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Zain. (2022). *Menilik Indahnya Museum Kotagede Yogyakarta. Si Klimis*. <https://www.siklimis.com/2022/02/menilik-indahnya-museum-kotagede.html>
- Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. (Justin). (2019). Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*, 11(3), 840. <https://doi.org/10.3390/su11030840> 5(April), 41–48.