



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum merupakan tempat penyimpanan benda-benda bersejarah (Tim Pustaka phoenix, 2010: 586). Benda-benda tersebut merupakan alat dan perlengkapan untuk melangsungkan kehidupan. Banyak kegiatan manusia pada masa lalu seperti berburu, meramu, bercocok tanam, membuat tempat tinggal, dan lain sebagainya. Disisi lain alat tersebut digunakan untuk berperang, membela diri, dan mempertahankan hidup sehingga semua itu menjadi mata rantai kehidupan pada masa lalu yang kemudian muncul perubahan dan membuat siklus kehidupan berubah. Supaya tidak melupakan sejarah di masa lalu, museum didirikan dan menjadi lokasi pengabdian atas penyimpanan benda-benda yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembelajaran dan destinasi wisata.

Museum Nasional merupakan sebuah lembaga studi warisan budaya dan pusat informasi edukatif kultural dan rekreatif. Museum Nasional berkewajiban untuk menyelamatkan dan melestarikan benda warisan budaya bangsa Indonesia. Koleksi yang dikelola berjumlah ± 194.000 terdiri dari 7 jenis koleksi yaitu prasejarah, arkeologi, etnografi, geografi, sejarah, keramik, numistik dan heraldik. Museum Nasional menyimpan kekayaan budaya masyarakat Indonesia dari masa lalu yang menjadi kesinambungan pada budaya masa kini. Tanpa adanya masa lalu. Tanpa adanya masa lalu maka tidak ada masa kini.

Aspek yang penting untuk diperhatikan oleh pemangku kepentingan (stakeholder) pariwisata adalah Permintaan atau *demand* dari pengunjung. Aspek tersebut saling berkaitan dengan apa yang ditawarkan destinasi wisata dan berdampak pada kemampuan destinasi untuk mampu menarik wisatawan berkunjung. Ketika mengunjungi destinasi wisata, wisatawan mengharapkan pengalaman positif sehingga permintaan menjadi salah satu faktor penentu dalam memberikan kesan positif tersebut. Secara ekonomi, Permintaan atau *demand* dapat didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan dari barang dan jasa yang ingin dibeli atau diminta oleh konsumen, atau individu dalam waktu tertentu pada berbagai macam tingkat harga. Permintaan wisata dapat digambarkan sebagai kelompok heterogen orang-orang yang sedang berusaha bepergian setelah terdorong motivasi oleh motif tertentu. Sebagaimana halnya dengan permintaan (*demand*) atas produk barang dan jasa pada umumnya, permintaan atas produk pariwisata pun dipengaruhi berbagai faktor, seperti motivasi, preferensi dan karakteristik wisatawan.

Museum Nasional juga memiliki target dalam meningkatkan jumlah pengunjung disetiap tahunnya. Peningkatan jumlah pengunjung menjadikan sebuah pencapaian kesuksesan disetiap tahun periode pengelolaan. Oleh sebab itu pada setiap tahunnya target jumlah pengunjung ditingkatkan. Bila ditahun sebelumnya melampaui target maka target jumlah pengunjung di tahun berikutnya akan di tambah lagi. Efek ini lah yang membawa Museum Nasional sebagai destinasi Pariwisata ke arah positif, karena pendapatan daerah menaik. Peranan perencanaan dan pengembangan program destinasi perlu di tingkatkan untuk memenuhi target kunjungan yang berkelanjutan dan menjadikan daya tarik untuk memunculkan minat dan motivasi pengunjung untuk berkunjung kembali.

Perspektif pengunjung sangat diperlukan dan penting dalam perencanaan

dan pengembangan Program Rekreasi oleh sebab itu perlu adanya penelitian dan pengujian guna memastikan respon positif pengunjung yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat sebuah program rekreasi. Karakteristik dapat menjadi dasar perencanaan dalam menduga perilaku wisatawan, sehingga dapat membantu pengelola dalam mempersiapkan tindakan yang harus maupun yang tidak boleh dilakukan. Perilaku wisatawan akan memberikan informasi mengenai pasar sehingga pengelola dapat melakukan pengkotakan pasar. Karakteristik merupakan ciri-ciri, sifat-sifat, maupun semua elemen yang membedakan satu makhluk dengan yang lainnya. Elemen yang digunakan pada penelitian ini adalah wisatawan dengan karakteristik usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan bulanan dan tempat tinggal yang dilengkapi dengan pengalaman berkunjung wisatawan, motivasi dan preferensi wisatawan.

Elemen – elemen tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen, dalam hal ini wisatawan, seperti cara pengunjung memilih destinasi ketika akan berlibur atau cara pengunjung menggunakan waktu luangnya. Karakteristik wisatawan pada setiap individunya berbeda-beda tergantung karakteristiknya. Karakteristik wisatawan dibagi menjadi beberapa bagian diantaranya adalah berdasarkan psikografi, karakteristik wisatawan berdasarkan aspek sosio-ekonomi, klasifikasi wisatawan berdasarkan demografi, karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografi wisatawan dibedakan berdasarkan geografi atau wilayah, karakteristik berdasarkan pola perjalanan wisatawan. Karakteristik wisatawan perlu diketahui untuk menyesuaikan dengan paket wisata.

1.2 Tujuan

Tujuannya meliputi :

1. Mengidentifikasi karakteristik wisatawan mengenai upaya Pengembangan Program Rekreasi di Museum Nasional Indonesia
2. Mengetahui preferensi dan motivasi wisatawan terhadap Museum Nasional Indonesia
3. Merancang program rekreasi berdasarkan karakteristik wisatawan dan *demand* pengunjung di Museum Nasional Indonesia.

1.3 Manfaat

Manfaat kegiatan meliputi :

1. Manfaat yang didapatkan dan dirasakan oleh pengelola adalah mendapatkan informasi terbaru mengenai karakteristik wisatawan yang datang ke lokasi tersebut untuk merancang paket dan program rekreasi yang disesuaikan dengan karakteristik wisatawan
2. Manfaat bagi wisatawan sebagai salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola agar bisa dinikmati oleh wisatawan dan disesuaikan dengan *Demand* pengunjung.

1.4 Luaran

Luaran dari kegiatan Tugas Akhir Pengembangan Program Rekreasi Berdasarkan *Demand* Pengunjung Di Museum Nasional Indonesia adalah Rancangan program wisata berdasarkan *demand* Pengunjung.