

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sumenep merupakan salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur Pulau Madura yang memiliki keanekaragaman budaya sebagai aset kekayaan daerah yang potensial dan harus dikembangkan seoptimal mungkin. Kabupaten Sumenep memiliki berbagai tempat maupun objek wisata budaya dan sejarah yang menarik untuk dikunjungi. Dengan adanya potensi – potensi sumber daya kepariwisataan yang ada dan peninggalan sejarah serta kekayaan budaya merupakan potensi yang kuat untuk pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Sumenep.

Sumenep memang mempunyai ciri khas dan keunggulan tersendiri dari segi wisata, banyak sekali wisata yang berada di kota Sumenep yaitu, wisata religi, wisata bahari, wisata kuliner, dan wisata bersejarah. Dari berbagai macam wisata itulah banyak pilihan bagi wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk menentukan wisata apa yang akan mereka kunjungi di kota Sumenep.

Menurut prasetya (2014:413) Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian.

Salah satu wisata bersejarah yang ada di Sumenep yaitu Museum Keraton Sumenep. Museum Keraton Sumenep merupakan wisata bersejarah yang berada di Kota Sumenep Madura, Museum Keraton Sumenep banyak sekali menyimpan barang-barang bersejarah milik kerajaan masa lampau. Keraton merupakan warisan dari kerajaan yang memang harus di jaga serta di lestarikan keberadaannya. Keraton sebenarnya dulunya adalah istana yang

di bangun pada tahun 1762 dihuni oleh raja-raja Sumenep. banyak sekali peninggalan yang ada di museum keraton Sumenep seperti alat atau benda-benda jaman dahulu yang hanya bisa ditemukan di Museum Keraton Sumenep ini. Wawancara dengan Efendi, tanggal 10 Maret 2021 di Museum Keraton Sumenep

Berikut merupakan daya tarik pengunjung wisata di Jawa Timur Kabupaten Sumenep khususnya Suseum Keraton Sumenep.

**Tabel 1.1**

**Pengunjung Daya Tarik Wisata Di Jawa Timur Kabupaten Sumenep  
“ Museum Keraton Sumenep”**

| <b>Tahun</b> | <b>Wisatawan Nusantara</b> | <b>Wisatawan Mancanegara</b> | <b>Jumlah</b> |
|--------------|----------------------------|------------------------------|---------------|
| 2017         | 65.941                     | 575                          | 66.516        |
| 2018         | 46.886                     | 344                          | 47.230        |

**Tahun**  
Sumber:  
Pariwisata

|      |        |     |        |
|------|--------|-----|--------|
| 2019 | 37.594 | 309 | 37.903 |
| 2020 | 6.191  | 41  | 6.232  |

**2017-2020**  
Dinas  
kebudayaan

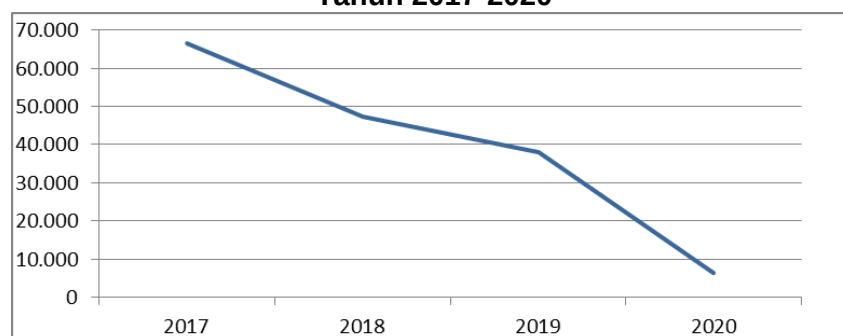
pemuda dan Olahraga kab. Sumenep (Data diolah)

**Gambar 1.1**

### **Grafik Jumlah Pengunjung Wisata**

#### **“Museum Keraton Sumenep”**

**Tahun 2017-2020**



Sumber: Dinas Pariwisata Kebudayaan pemuda dan olahraga kab. Sumenep (Data diolah penulis)

Dari data pengunjung Museum Keraton Sumenep pada tahun 2017 jumlah keseluruhan sebesar 66.516 dengan wisatawan nusantara sebesar 65.941, dan wisatawan mancanegara sebesar 575. Pada tahun 2018 jumlah keseluruhan sebesar 47.230, dengan wisatawan nusantara sebesar 46.886, dan wisatawan mancanegara sebesar 344. Pada tahun 2019 jumlah keseluruhan sebesar 37.903, dengan wisatawan nusantara sebesar 37.594, dan wisatawan mancanegara sebesar 309. Pada tahun 2020 jumlah keseluruhan sebesar 6.232, dengan wisatawan nusantara sebesar 6.191 dan wisatawan mancanegara sebesar 41. Itu artinya data pengunjung Museum Keraton Sumenep mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Hal itu dapat dilihat dari grafik diatas garis mengalami penurunan yang sangat signifikan, tentunya grafik yang menggambarkan data pengunjung Museum Keraton Sumenep pada tahun 2017 sampai dengan 2020 tidak pernah mengalami peningkatan dan itu artinya sangat penting untuk di evaluasi oleh pihak Museum Keraton Sumenep.

Penurunan minat berkunjung dari pengunjung Museum Keraton Sumenep inilah yang seharusnya di cari akar dari permasalahannya sehingga nantinya akan meningkatkan kembali pengunjung yang datang untuk tahun yang akan datang.

Disini fungsi pemasaran sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kembali pengunjung yang datang di Museum Keraton Sumenep, strategi pemasaran salah satunya yaitu *experiential marketing*. *Experiential Marketing* Menurut Schmitt (1999), dalam penelitian Wu (2015:105) kami mendefinisikan pemasaran berdasarkan pengalaman sebagai "proses menciptakan konteks pengalaman di mana konsumen diizinkan untuk merasakan, merasakan, berpikir, bertindak, dan berhubungan dengan produk yang dipromosikan dan memiliki ingatan yang menyenangkan tentang pengalaman ini, menghasilkan meningkatkan kesadaran produk dan nilai produk ". Mereka termasuk komunikasi, kehadiran produk, pencitraan merek, lingkungan spasial, situs web, dan orang. Alat strategis ini berguna bagi bisnis untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, meningkatkan nilai produk, dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dapat ditarik kesimpulan dari pengertian diatas bahwa *experiential marketing* merupakan pemasaran berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen, baik berupa Produk atau jasa. Pengalaman yang dirasakan oleh konsumen inilah nantinya akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Pengalaman menarik yang diberikan perusahaan akan memberikan kesan yang luar biasa bagi konsumen, sedangkan jika pengalaman yang diberikan oleh perusahaan buruk maka konsumen cenderung kurang puas atas apa yang dirasakan setelah merasakan pengalaman yang dialami.

Kepuasan pengunjung merupakan tujuan dari setiap pelaku usaha, agar usaha atau bisnis berjalan maka juga harus memperhatikan kepuasan pengunjung. menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Jannah (2014), menunjukkan bahwa *sense experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Sedangkan penelitian yang dilakukan Febrini (2019), menunjukkan bahwa elemen *experiential marketing* yang paling dominan adalah relate.

Adapun masalah yang muncul pada Museum Keraton Sumenep ialah dari segi fisik yang ada kebersihan dan juga keindahan tempat, banyaknya kotoran sampah plastik maupun sampah daun-daun kering yang berjatuhan. Disisi lain promosi yang jarang dilakukan oleh Pihak Museum semakin menjadi masalah ketika bermunculan wisata-wisata swasta atau wisata baru. Melihat situasi dan kondisi yang ada, strategi *experiential marketing* perlu diterapkan pada Museum Keraton Sumenep dengan tujuan mempengaruhi emosional pengunjung untuk menciptakan suatu pengalaman atau *experience* dalam mencapai tingkat kepuasan pengunjung, sekaligus dapat dijadikan media promosi *word of mouth* atau melalui mulut ke mulut dalam mempengaruhi orang lain untuk berkunjung.

Berdarkan hal tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang *experience* atau pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung Museum Keraton Sumenep melalui strategi yang telah dibuat berdasarkan lima indikator yaitu *sense, feel, think, act, dan relate*. Terhadap kepuasan pelanggan dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Keraton Sumenep”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang timbul dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Sense Experience* (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep?
2. Apakah *feel Experience* (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep?

3. Apakah *thing Experience* (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep?
4. Apakah *act Experience* (X4) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep?
5. Apakah *Relate Experience* (X5) secara signifikan berpengaruh terhadap pengunjung Museum Keraton Sumenep?
6. Faktor apa yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebaagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *sense Experience* (X1) terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *feel experience* (X2) terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *thing Experience* (X3) terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Act Experience* (X4) terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Relate Experience* (X5) terhadap kepuasan pengunjung Museum Keraton Sumenep
6. Untuk mengetahui faktor apa yang dominan pengaruhnnya terhadap kepuasan pengunjung Kuseum Keraton Sumenep

### **1.4 Manfaat Penelitian**

penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semuanya, manfaat yang di peroleh antara lain:

1. Bagi universitas

Penulis berharap penelitian dapat dijadikan literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan mengambil permasalahan yang sama dengan topik penelitian ini.

## 2. Bagi peneliti lain

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang *Experiential Marketing* terhadap kepuasan pengunjung/pengunjung.

## 3. Bagi pengelola

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai informasi atau masukan bagi pengelola Museum Keraton Sumenep dalam melakukan inovasi terkait dengan *experiential marketing* dengan pengalaman yang mengesankan bagi pengunjung.