

**Analisis Kinerja Pelayanan dan Persepsi Pengunjung Museum Ullen Sentalu
Dengan Metoda *Importance – Performance Analysis***

Oleh: Ferdinanda, S. Sn

Program Studi Magister Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Abstract

The visitor's satisfaction is decided by the quality of the good services, and because of that, the museum's management must know any aspects that considered important for the satisfaction of visitor, and must try as hard as they can to deliver the best performance which is can satisfy the visitors. This research is a purpose of knowing the visitor's opinion in the quality of services that provided by Museum Ullen Sentalu's management. And also knowing about services indicators that must be enhanced or upgraded and which must be maintained by the museum. All of the indicators is influential to enhance the quality of services. The analysis method that was used by this research is Importance Performance Analysis (IPA). In this research also used purposive and snowball sampling which is involve 200 visitors as respondent.

Result of the research shows that from 31 indicators of service quality, 7 indicators located in quadrant I, 12 indicators in quadrant II, 8 indicators in quadrant III, and 4 indicators in quadrant IV. The indicators that included in quadrant I is need spesial attention from the management and must be enhanced. Indicators in quadrant II are indicators is need to be maintained. Indicators that in quadrant III is not the priority to be reviewed by the management and indicators in quadrant IV is considered not important things.

Keywords: Importance Performance Analysis, Museum, Service Quality

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum Ullen Sentalu adalah museum budaya yang berada di daerah Kaliurang Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Museum ini menyajikan koleksi-koleksi yang menceritakan kehidupan para bangsawan Dinasti Mataram (Kasunanan Surakarta, Kesultanan Yogyakarta, Praja Mangkunegaran, dan Kadipaten Pakualaman). Museum Ullen Sentalu memiliki tingkat kunjungan yang cukup tinggi. Hal tersebut didukung oleh data survei yang dilakukan oleh situs perjalanan TripAdvisor mengenai 10 museum terbaik di Indonesia pada 3 tahun terakhir (2013 – 2015), Museum Ullen Sentalu konsisten berada di posisi 5 teratas. Bahkan pada tahun 2013 Museum Ullen Sentalu menempati peringkat utama sebagai museum terbaik di Indonesia, sedangkan pada tahun 2014 museum tersebut berada di peringkat kelima, dan pada tahun 2015 berada di peringkat ketiga.

Tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan dapat menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan Museum Ullen Sentalu dalam kegiatan pengelolaan. Semakin baik pengelolaannya, maka akan semakin baik pula tingkat kepuasan konsumen, yang akan berimplikasi pada jumlah kunjungan wisatawan, di mana hal tersebut dapat diketahui dari pelayanan yang didapatkan ketika berkunjung ke museum. *Importance – Performance Analysis (IPA)* adalah sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James tahun 1977 untuk mengukur kualitas pelayanan dan persepsi konsumen.

Penggunaan metode IPA bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pelayanan yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam proses menjalankan organisasinya, dan untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi konsumen atau pengunjung yang berkunjung ke museum sebagai sebuah organisasi. Mengacu kepada kesuksesan Museum Ullen Sentalu sebagai salah satu museum terbaik di Indonesia, maka metode IPA dapat digunakan sebagai alat analisis yang akan mengidentifikasi kualitas pelayanan di museum tersebut.

1.2 Tujuan Penelitian

- a. Mengidentifikasi harapan pengunjung terhadap kinerja pelayanan Museum Ullen Sentalu.
- b. Mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang harus ditingkatkan dan dipertahankan oleh Museum Ullen Sentalu dengan menggunakan metode *Importance – Performance Analysis*.

1.3 Landasan Teori

1.3.1 Kualitas Pelayanan Konsumen

Menurut Suryadana dan Octavia (2015) dalam konsep pariwisata, pengunjung merupakan konsumen. Masyarakat pengunjung museum sebenarnya dapat disamakan dengan konsumen yang memanfaatkan suatu produk, karena museum menghasilkan produk, yaitu sajian pameran yang dapat dinikmati oleh masyarakat (Munandar, 2010). Dalam hal ini pada dasarnya terjadi interaksi antara produk yang dihasilkan museum, pengunjung sebagai penikmatnya, dan pihak pengelola museum yang sebagai penghasil produk tersebut. Oleh sebab itu untuk menarik maupun menjaga minat konsumen perlu ada perhatian khusus agar konsumen tersebut tertarik dan puas terhadap produk yang diberikan.

Keistimewaan atau keunggulan suatu produk adalah melalui tingkat kepuasan konsumen yang tidak hanya terdiri dari karakteristik produk yang ditawarkan, tetapi juga pelayanan yang menyertai produk itu, seperti cara pemasaran, cara pembayaran, ketetapan penyerahan, dan lain-lain (Tjiptono, 2012).

1.3.2 Kualitas Jasa

Pendekatan kualitas jasa pertama kali dikenalkan oleh Gronroos lewat konsep *Perceived Service Quality* dan model kualitas jasa total. Pendekatan ini didasarkan pada riset mengenai perilaku konsumen dan pengaruh ekspektasi menyangkut kinerja produk terhadap evaluasi purna konsumsi.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada 5 dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen (Parasuraman dalam Sutrisno, 2013). Kelima dimensi *servqual* itu mencakup beberapa subdimensi sebagai berikut:

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu dan tempat informasi. Dimensi *Tangibles* ini berkaitan dengan kemodernan peralatan yang digunakan, daya tarik fasilitas yang digunakan, kerapian petugas serta kelengkapan peralatan penunjang (pamlet atau *flow chart*).

2) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Dimensi *reliability* berkaitan dengan janji menyelesaikan sesuatu seperti diinginkan, penanganan keluhan konsumen, kinerja pelayanan yang tepat, menyediakan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta tuntutan pada kesalahan pencatatan.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Dimensi *responsiveness* mencakup antara lain, pemberitahuan petugas kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat, kesediaan petugas memberi bantuan kepada konsumen serta petugas tidak pernah merasa sibuk untuk melayani permintaan konsumen.

4) Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Dimensi *assurance* berkaitan dengan perilaku petugas yang tetap percaya diri pada konsumen, perasaan aman konsumen dan kemampuan (ilmu pengetahuan) petugas untuk menjawab pertanyaan konsumen.

5) Empati (*Empathy*)

Sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Dimensi *empathy* memuat antara lain pemberian perhatian individual kepada konsumen, ketepatan waktu pelayanan bagi semua konsumen, perusahaan memiliki petugas yang memberikan perhatian khusus pada konsumen, pelayanan yang melekat di hati konsumen dan petugas yang memahami kebutuhan spesifik dari pelanggannya.

1.3.3 Kepuasan Konsumen (Pengunjung)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2009). Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya. Kotler (dalam Tjiptono, 2012) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang di gunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan konsumen maupun pelanggan.

2) Survei kepuasan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat di lakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

c. *Problem analysis*

Responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-Performance Analysis*

Dalam tehnik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

3) Belanja siluman (*Ghost shopping*).

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian akan menjadi bias.

4) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang di harapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.3.4 *Importance – Performance Analysis (IPA)*

Importance – Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode statistik deskriptif. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James tahun 1977 lewat karya mereka yang dimuat dalam *Journal of Marketing* berjudul *Importance – Performance Analysis*.

Martilla dan James menyodorkan contoh sebuah *dealer* mobil yang hanya 37% pembeli mobilnya tetap loyal setelah mencapai 6000 mil. Perusahaan hendak meningkatkan loyalitas hingga 50%, terutama memperbaiki sektor pelayanan mereka. Lalu ditentukan 14 atribut yang diyakini punya pengaruh dalam konteks pelayanan. Kuesioner dikirim pada 634 orang yang pernah membeli mobil baru dari *dealer* tersebut. Hasilnya kembali 284 kuesioner yang telah diisi. Dalam kuesioner tersebut responden ditanyai 2 pertanyaan untuk ke-14 atribut tersebut, yaitu, seberapa penting pelayanan dan seberapa baik kinerja *dealer* tersebut.

1.4 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik serta memprediksikan hasil data yang nantinya menghasilkan pertimbangan arahan evaluasi yang tepat pada museum.

Metode kuantitatif pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat harapan pengunjung museum dengan tingkat kinerja pelayanan museum yang nantinya akan dianalisa menggunakan metode *Importance - Performance Analysis*. Untuk mengukur dan mengetahui tingkat pelayanan pada Museum Ullen Sentalu, penelitian ini memilih pengunjung museum sebagai subjek penelitian. Hal tersebut didasari bahwa pengunjung museum adalah konsumen yang dapat menilai bagaimana kinerja pelayanan yang diberikan oleh pengelola Museum Ullen Sentalu.

Populasi sampel dalam objek penelitian ini adalah semua pengunjung Museum Ullen Sentalu. Untuk menentukan sampel respondennya adalah dengan *purposive sampling* berupa teknik penentuan responden dengan kriteria dan batasan tertentu. Kriteria dan batasan perlu dilakukan karena populasi pengunjung Museum Ullen Sentalu yang terdiri dari berbagai macam usia, kewarganegaraan hingga periode mengunjungi museum, oleh sebab itu perlu ada batasan kriteria pengunjung yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel responden yang ditentukan adalah sebanyak 200 orang dengan kriteria berupa:

- 1) Responden merupakan individu yang pernah mengunjungi Museum Ullen Sentalu dalam kurun waktu dua tahun terakhir, terhitung mulai Juni 2014 hingga Juni 2016. Alasan penentuan batasan waktu adalah karena berdasarkan observasi peneliti, dalam rentang waktu Juni 2014 hingga Juni 2016 tidak terdapat perbedaan yang mendasar dari sistem pelayanan di Museum Ullen Sentalu.

- 2) Minimal usia responden adalah 18 tahun dan maksimal berusia 60 tahun, hal ini ditentukan dengan pertimbangan bahwa pengunjung yang berusia 18 hingga 60 tahun merupakan responden yang telah dewasa dan masih dalam usia produktif, sehingga mampu memahami serta menjawab pertanyaan dan menanggapi pernyataan pada kuesioner dengan baik.
- 3) Pengunjung museum yang berkewarganegaraan Indonesia. Pertimbangan batasan berupa responden dengan status Warga Negara Indonesia (WNI) karena harapan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah menghasilkan atau mengetahui formulasi strategi untuk meningkatkan minat masyarakat Indonesia dalam mengunjungi museum yang masih rendah dibandingkan negara lain.

Penelitian ini tidak melibatkan langsung pengelola Museum Ullen Sentalu dalam memperoleh responden. Hal tersebut dikarenakan sistem dalam pengurusan izin penelitian di Museum Ullen Sentalu yang panjang dan membutuhkan waktu lama sehingga tidak memungkinkan untuk memperoleh data langsung di Museum Ullen Sentalu.

Untuk menyasiasi keterbatasan dalam mengumpulkan data (responden), maka selain *purposive sampling*, pencuplikan responden pada penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang pada awalnya berjumlah sedikit, kemudian sampel ini disuruh memilih atau mencari teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak (Sugiyono, 2013). Teknik *snowball sampling* ini akan memudahkan penelitian dalam memperoleh responden di luar lingkungan Museum Ullen Sentalu. Akan tetapi, kelemahan penggunaan teknik *snowball sampling* ini peneliti memiliki sedikit kontrol dalam pencuplikan data karena hanya memilih sampel di awal, selanjutnya sampel dipilih orang subyek-subyek yang telah dipilih sebelumnya. Selain itu, subyek awal kemungkinan akan cenderung mencalonkan orang-orang yang mereka kenal baik sehingga sangat mungkin bahwa subyek terdiri dari sifat dan karakteristik yang sama.

Pelaksanaan penyebaran instrumen adalah dengan memberikan kuesioner kepada individu yang pernah mengunjungi Museum Ullen Sentalu. Agar mempermudah distribusi dan pengisian kuesioner, maka peneliti merancang kuesioner dalam bentuk fisik (*hard copy*) dan juga menggunakan media *online Google Form* melalui halaman *website* <https://docs.google.com/forms>. Pertanyaan diberikan dalam bentuk pertanyaan tertutup. Keunggulan penggunaan aplikasi *Google Form* adalah pertanyaan pada kuesioner dapat diatur dan disesuaikan untuk wajib diisi, sehingga untuk meneruskan ke pertanyaan selanjutnya responden harus terlebih dahulu mengisi pertanyaan tersebut. Hal ini akan menghindari kemungkinan jawaban kuesioner tidak dilengkapi oleh responden. Selain itu kuesioner dalam bentuk *Google Form* dapat diakses di mana pun dan kapan pun oleh responden, selama memiliki koneksi internet, baik menggunakan *smartphone*, *gadget* maupun *laptop*.

1.5 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana ada tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013).

Metoda *Importance - Performance Analysis* (IPA) pertama kali di perkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara kinerja dengan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula dengan *quadrant analysis*. Tahapan yang dilakukan dalam analisis IPA adalah sebagai berikut;

1) Pembobotan

Skala yang digunakan dalam penilaian *Importance - Performance Analysis* skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, nilai dan pendapat pengunjung terhadap suatu kondisi objek. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan lima tingkat atau bobot penilaian terhadap tingkat kinerja pelayanan yang dirasakan serta kinerja yang diharapkan oleh pengunjung, yang terdiri dari penilaian sebagai berikut:

- a) Skor untuk sangat baik dan sangat penting = 5
- b) Skor untuk baik dan penting = 4
- c) Skor untuk netral (ragu-ragu) = 3
- d) Skor untuk tidak baik dan tidak penting = 2
- e) Skor untuk sangat tidak baik dan sangat tidak penting = 1

Pembobotan dari hasil pengolahan kuesioner dilakukan pada kriteria masing-masing item yang kemudian dicari rata-rata untuk memperoleh nilai tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja pelayanan dari item-item tersebut.

2) Analisis Kuadran

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah untuk menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

\bar{X}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

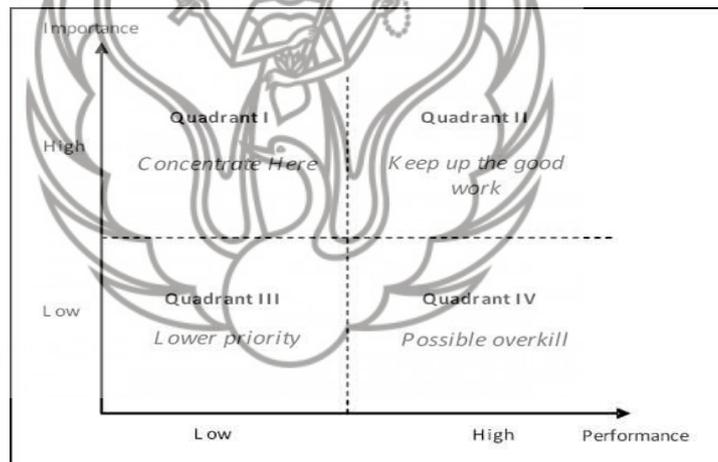
\bar{X}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah atribut

3) Diagram Kartesius

Diagram Kartesius adalah untuk menentukan letak penilaian yang didapatkan dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja di Museum Ullen Sentalu. Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari pembobotan di atas maka didapatkan nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X), sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius sebagai titik koordinat yang akan menentukan pada kuadran berapa hasil penilaian tersebut.



Gambar 1 Grafik *Quadrant Analysis IPA* (sumber: www.scielo.cl)

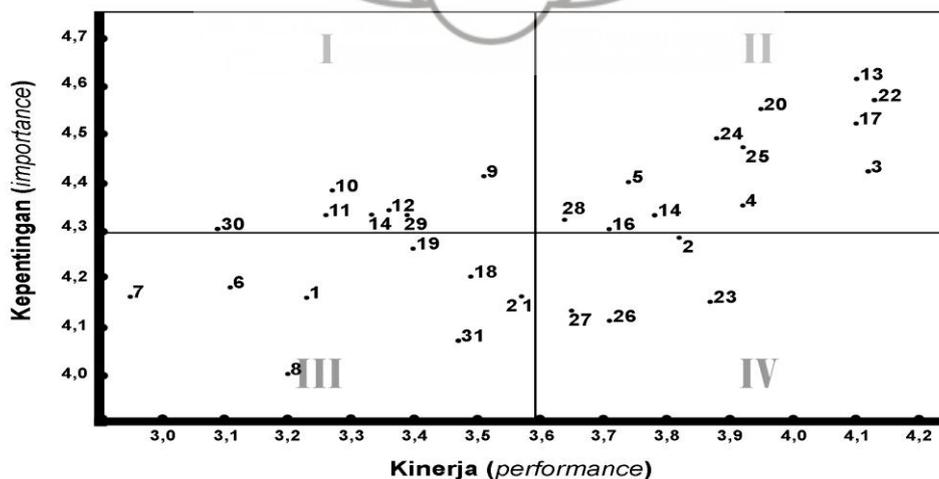
2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penyebaran instrumen adalah dengan memberikan kuesioner kepada individu yang pernah mengunjungi Museum Ullen Sentalu. Agar mempermudah distribusi dan pengisian kuesioner, maka peneliti merancang kuesioner dalam bentuk fisik (terlampir) dan juga menggunakan media online Google Form melalui halaman <http://goo.gl/forms/3K5mgkcOvmaek5Gz1>. Dari pencuplikan data yang dilakukan pada tanggal 7 Mai 2016 hingga 12 Juni 2016, jumlah kuesioner yang diperoleh berjumlah 200 kuesioner yang terdiri dari 29 kuesioner fisik dan 171 kuesioner *online*.

Tabel 1 Profil Demografi responden

Demografi	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	97	49 %
	Perempuan	103	51%
Usia	Usia 18 - 27 Tahun	123	61%
	Usia 28 - 37 Tahun	49	25%
	Usia 38 - 47 Tahun	16	8%
	Usia 48 - 57 Tahun	12	6%
Asal Domisili	DIY	89	44%
	Luar DIY	111	56%
Profesi	Karyawan Swasta	69	34%
	PNS/BUMN	30	15%
	Mahasiswa/Pelajar	81	41%
	Wirausaha	20	10%

Dari hasil rekapitulasi 200 kuesioner ditemukan berbagai profil responden yang berpartisipasi memberikan penilaian dan ekspektasi terhadap pelayanan di Museum Ullen Sentalu.



Gambar 2 Kuadran *Importance - Performance Analysis* Museum Ullen Sentalu

Tabel 2 Posisi Indikator pada Kuadran Analisis

Kuadran	Nomor dan Indikator	Dimensi
I	(9) Tersedianya toilet yang memadai	Bukti Fisik
	(10) Keberadaan papan informasi yang lengkap (papan penunjuk tempat pembelian tiket, area tunggu, toilet, parkir, Mushala)	
	(11) Keberadaan papan petunjuk dan informasi jalur evakuasi	
	(12) Keberadaan area atau tempat istirahat yang nyaman	Kehandalan
	(14) Efektifitas jumlah pengunjung dalam satu kelompok kunjungan	
	(29) Sistem antrian yang jelas dan adil terhadap pengunjung	
	(30) Jumlah petugas keamanan yang memadai	Empati
II	(3) Penataan koleksi museum	Bukti fisik
	(4) Pencahayaan/penerangan dalam museum	
	(5) Kerapian dan kesesuaian seragam petugas museum	
	(13) Keakuratan informasi yang diberikan petugas museum	Kehandalan
	(15) Kesigapan petugas dalam melayani pengunjung	
	(16) Ketelitian petugas dalam melayani pengunjung	
	(17) Informasi yang dijelaskan petugas mengenai deskripsi koleksi museum dapat dipercaya	Daya Tanggap
	(20) Kesigapan petugas dalam menjawab pertanyaan pengunjung mengenai koleksi museum	
	(22) Kelancaran petugas dalam menerangkan koleksi museum	Jaminan
	(24) Keramahan dan kesabaran petugas dalam melayani pengunjung	
(25) Kedetailan petugas dalam menguraikan dan menerangkan koleksi museum		
	(28) Para petugas museum bersikap adil dalam melayani pengunjung	Empati
III	(1) Kenyamanan ruang tunggu museum (area tunggu sebelum memasuki museum)	Bukti fisik
	(6) Area parkir yang memadai	
	(7) Ketersediaan brosur museum yang informatif	
	(8) Tersedianya ruang ibadah yang memadai	Daya Tanggap
	(18) Kesigapan petugas dalam menanggapi keluhan pengunjung	
	(19) Kesigapan petugas dalam melayani dan membantu pengunjung lansia dan anak-anak	
	(20) Kesigapan petugas dalam menanggapi kendala teknis pada museum	Empati
	(31) Tersedianya kotak kritik dan saran yang memadai	
IV	(2) Sirkulasi udara yang baik dalam museum	Bukti fisik
	(23) Petugas pemandu mengenalkan diri kepada pengunjung	Jaminan
	(26) Para petugas museum meminta izin jika meninggalkan pengunjung	
	(27) Para petugas museum mendengarkan keluhan pengunjung dengan sabar	Empati

Berdasarkan analisis *Importance – Performance Analysis* (IPA), dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan dan kinerja dari 31 indikator kualitas jasa di Museum Ullen Sentalu dapat dikelompokkan menjadi empat kuadran, yaitu:

a. Kuadran I (*Concentrate Here*)

Indikator dimensi kualitas jasa Museum Ullen Sentalu yang terdapat dalam kuadran I adalah Indikator 9 (*Tersedianya toilet yang memadai*), indikator 10 (*Keberadaan papan informasi yang lengkap*), indikator 11 (*Keberadaan papan petunjuk dan jalur evakuasi*), indikator 12 (*Keberadaan area atau tempat istirahat yang nyaman*), indikator 14 (*Efektifitas jumlah pengunjung dalam satu kelompok kunjungan*), indikator 29 (*Sistem antrian yang jelas dan adil terhadap pengunjung*) dan indikator nomor 30 (*Jumlah petugas keamanan yang memadai*).

b. Kuadran II (*Keep Up The good Work*)

Indikator dimensi kualitas jasa Museum Ullen Sentalu yang terdapat dalam kuadran II adalah indikator nomor 3 (*Penataan Koleksi museum*), indikator 4 (*Pencahayaannya/penerangan dalam museum*), indikator 5 (*Kerapian dan kesesuaian seragam petugas museum*), indikator 13 (*Keakuratan informasi yang diberikan petugas museum*), indikator 15 (*Kesigapan petugas dalam melayani pengunjung*), indikator 16 (*Ketelitian petugas dalam melayani pengunjung*), indikator 17 (*Informasi yang dijelaskan petugas mengenai deskripsi koleksi museum dapat dipercaya*), indikator 20 (*Kesigapan petugas dalam menanggapi kendala teknis pada museum*), indikator 22 (*Kelancaran petugas dalam menerangkan koleksi museum*), indikator 24 (*Keramahan dan kesabaran petugas dalam melayani pengunjung*), indikator 25 (*Kedaetailan petugas dalam menguraikan dan menerangkan koleksi museum*) dan indikator nomor 28 (*Para petugas museum bersikap adil dalam melayani pengunjung*).

c. Kuadran III (*Low Priority*)

Indikator dimensi kualitas jasa Museum Ullen Sentalu yang terdapat dalam kuadran III adalah indikator nomor 1 (*Kenyamanan ruang tunggu museum*), Indikator 6 (*Area parkir yang memadai*), indikator 7 (*Ketersediaan brosur museum yang informatif*), indikator 8 (*Tersedianya ruang ibadah yang memadai*), indikator 18 (*Kesigapan petugas dalam menanggapi keluhan pengunjung*), indikator 19 (*Kesigapan petugas dalam melayani dan membantu pengunjung lansia dan anak-anak*), indikator 21 (*Kesigapan petugas dalam menanggapi kendala teknis pada museum*), dan indikator nomor 31 (*Tersedianya kotak kritik dan saran yang memadai*).

d. Kuadran IV (*Possible Overkill*)

Indikator dimensi kualitas jasa Museum Ullen Sentalu yang terdapat dalam kuadran III adalah indikator nomor 2 (*Sirkulasi udara yang baik dalam museum*), indikator 23 (*Petugas pemandu mengenalkan diri kepada pengunjung*), indikator 26 (*Para petugas museum meminta izin jika meninggalkan pengunjung*), dan indikator nomor 27 (*Para petugas museum mendengarkan keluhan pengunjung dengan sabar*).

3. KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Indikator-indikator dimensi kualitas layanan yang berada pada kuadran I dinilai penting oleh pengunjung, namun kinerja yang mereka rasakan kurang baik. Oleh karena itu hal tersebut perlu menjadi prioritas pengelola museum untuk dilakukan peningkatan kualitas layanan pada ketujuh indikator ini.

Indikator-indikator dimensi kualitas layanan yang berada pada kuadran II dinilai penting oleh pengunjung, dan kinerja yang mereka rasakan juga baik. Hal tersebut dibuktikan dari analisis kuadran yang menunjukkan sebagian besar indikator pelayanan (12 dari 31 indikator) berada pada kuadran II, yang artinya Museum Ullen Sentalu memiliki performa pelayanan yang baik, dan hal tersebut juga menjadi ekspektasi pengunjung. Oleh karena itu pengelola Museum Ullen Sentalu perlu untuk melakukan upaya-upaya agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan keduabelas indikator ini.

Indikator-indikator dimensi kualitas layanan yang berada pada kuadran III dinilai kurang penting oleh pengunjung dan kinerja yang mereka rasakan juga kurang baik. Oleh karena itu kedelapan indikator ini bukan menjadi prioritas mayor pengelola Museum Ullen Sentalu dalam melakukan evaluasi ataupun perbaikan.

Indikator nomor 2, 22, 25 dan 26 dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh pengunjung. Oleh sebab itu pengelola Museum Ullen Sentalu perlu mengalokasikan sumber daya yang ada pada keempat indikator tersebut kepada indikator lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

3.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dengan mengetahui indikator-indikator yang menjadi harapan dan keinginan pengunjung, diharapkan Museum Ullen Sentalu bisa memprioritaskan serta dapat menjadi bahan pertimbangan apa yang harus terlebih dahulu diperbaiki dan tetap ditingkatkan. Berdasarkan indikator yang diteliti, sumber daya pada kuadran IV agar dikurangi. Pengurangan sumber daya pada kuadran IV ini sebaiknya dialihkan pada kuadran I untuk lebih memaksimalkan sumber daya manusia dan tentunya dapat membantu meningkatkan kinerja sehingga dapat memenuhi harapan pengunjung dan lebih efisien dan tidak terjadi pemborosan sumber daya, dan tentunya sumber daya akan lebih bermanfaat.

Meninjau dari hasil penelitian ini sebagaimana yang telah dipaparkan juga dalam kesimpulan, maka dapat disampaikan saran sebagai kontribusi dalam evaluasi pengelola pada sektor pelayanan di Museum Ullen Sentalu.

1. Hendaknya untuk lebih menyediakan toilet yang lebih memadai dari segi jumlah maupun kualitas.
2. Hendaknya pengelola memasang papan petunjuk informasi yang jelas dan mudah dilihat oleh pengunjung. Papan petunjuk tersebut berupa tempat pembelian tiket, area tunggu, toilet, parkir, mushala hingga papan penunjuk jalur evakuasi.
3. Hendaknya pengelola menyediakan area atau tempat istirahat yang memadai, nyaman dan mudah dijangkau bagi pengunjung yang telah selesai melakukan kunjungan. Area tersebut dapat berupa taman ataupun ruangan.

4. Hendaknya pengelola mengurangi jumlah orang dalam satu kelompok kunjungan. Selain itu jumlah petugas keamanan dirasa kurang memadai oleh pengunjung, sehingga personil keamanan perlu ditambah.
5. Hendaknya pengelola Museum Ullen Sentalu membuat sistem antrian yang jelas dan dapat dengan mudah diketahui ataupun dikonfirmasi oleh pengunjung museum. Selain itu area tunggu (antri) hendaknya lebih ditingkatkan lagi, baik dari segi kenyamanan maupun luasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chusnul, Chotimah. 2013. *Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Kualitas Pelayanan Museum Gunung Api Merapi Dengan Metoda Importance - Performance Analysis*. (tidak dipublikasikan) Tesis. UGM. Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent. 2002. *Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Hadiasmara, Hendrarto. 1992. *Pedoman Pemeliharaan dan Pemugaran Bangunan Museum*. Direktorat Permuseuman melalui Proyek Pembinaan Permuseuman Jakarta. Jakarta.
- Kebudayaan, Dinas Propinsi D.I.Y. 2006. *Strategi Master Plan Museum Internasional*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran - Edisi ke Tiga Belas*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kresno Yulianto, Wanny Rahardjo Wahyudi Dan Aziz Muslim. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Nasional Jakarta*. Museum Nasional. Jakarta.
- Martilla, John A dan John C. James. 1977. *Importance-Performance Analysis*. Journal of Marketing. American Marketing Association.
- Munandar, Agus Aris. 2010. *Upaya Menelusik Pengunjung Museum*. Departemen Arkeologi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, 4 September 2010.
- Sari, Dwi Puspa Intan. 2014. *Kajian Daya Tarik Museum Memorial Jenderal Besar H. M Soeharto dan Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik, Fasilitas Penunjang, Serta Pelayanan Museum*. Skripsi (tidak dipublikasikan). UGM. Yogyakarta.
- Sudarmojo, Slamet Agus. 2013. *Tingkat Kunjungan ke Museum di Indonesia*. Antaranews Lampung, artikel, 22 Maret 2013.
- Sullivan, Abraham dan Griffin. 2000. *NAGPRA: Effective Repatriation Programs and Cultural Change in Museums*. Journal: Curator The Museum.
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta

- Suryadana dan Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta. Bandung
- Susanto, Mikke. 2016. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Dikti Art Laboratory. Yogyakarta.
- Sutaarga, Amir. 1989. *Pedoman Penyelenggaraan Dan Pengelolaan Museum*. Proyek Pembinaan Permuseuman Jakarta, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- Sutrisno. 2014. *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa MM FEB UGM Yogyakarta*. Tesis (tidak dipublikasikan). UGM. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Webtografi

- [www.icom.museum \(http://icom.museum/the-vision/museum-definition/\)](http://icom.museum/the-vision/museum-definition/) diakses pada 20 Februari 2016, pukul 20:17 WIB.
- [www.kulinerwisata.com \(http://www.kulinerwisata.com/2015/07/museum-ullen-sentalu-kaliurang.html\)](http://www.kulinerwisata.com/2015/07/museum-ullen-sentalu-kaliurang.html) diakses pada 4 juni 2016, pukul 22.30 WIB.
- [www.scielo.cl \(http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242011000300008&script=sci_arttext\)](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242011000300008&script=sci_arttext) diakses pada 26 Februari 2016, pukul 19:45 WIB.
- [www.nationalgeographic.co.id \(http://nationalgeographic.co.id/berita/2015/07/ullen-sentalu-didapuk-sebagai-museum-terbaik-di-indonesia\)](http://nationalgeographic.co.id/berita/2015/07/ullen-sentalu-didapuk-sebagai-museum-terbaik-di-indonesia) diakses pada 11 Desember 2015, pukul 23:23 WIB.
- [www.puspar.ugm.ac.id \(http://puspar.ugm.ac.id/webpuspar/?p=916#\)](http://puspar.ugm.ac.id/webpuspar/?p=916#) diakses pada 23 Januari 2016, pukul 23:05 WIB.
- [www.ullensentalu.com \(http://ullensentalu.com/konten/40/0/informasi\)](http://ullensentalu.com/konten/40/0/informasi) diakses pada 20 Februari 2016, pukul 22.03 WIB.
- [www.unair.ac.id \(http://dewi-w-n-fisip11.web.unair.ac.id/artikel_detail-104105-Tugas-Museum%20Ullen%20Sentalu%20Jogjakarta%20.html\)](http://dewi-w-n-fisip11.web.unair.ac.id/artikel_detail-104105-Tugas-Museum%20Ullen%20Sentalu%20Jogjakarta%20.html) Diakses pada 19 Juni 2016. Pukul 22.54 WIB.