

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Pasal 1 Ayat 9, industri pariwisata merupakan kumpulan berbagai usaha yang saling berkaitan dalam menyediakan barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan kegiatan pariwisata. Dengan kekayaan sumber daya alam, kebudayaan, dan sejarah yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan beragam jenis pariwisata (Kemenparekraf, n.d.)

Krisnayodi, A. (2021). Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan secara sementara waktu oleh seseorang sampai berkelompok, ke suatu tempat lain yang bertujuan untuk senang-senang bukan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tersebut. Kepariwisataan merupakan suatu kegiatan usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan, baik pada saat merencanakan perjalanan maupun selama berlangsungnya perjalanan wisata (Ardi Mulasari., Alya Farika 2022).

Seiring dengan perubahan tren wisata, motivasi wisatawan kini tidak hanya sekadar mencari hiburan, tetapi juga pengalaman bermakna dan pembelajaran baru. Hal ini mendorong munculnya minat yang tinggi terhadap wisata edukasi (*educational Tourism*). Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1, wisata edukasi diartikan sebagai kegiatan perjalanan yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan melalui pengenalan terhadap daya tarik wisata. Jenis wisata ini kerap beririsan dengan wisata sejarah, yang menonjolkan nilai budaya, seni, dan kisah masa lalu suatu daerah, seperti kunjungan ke museum, situs bersejarah, atau bangunan peninggalan tokoh nasional (Kemenparekraf, n.d.; Kumparan, 2025).

Wisata edukatif diartikan sebagai serangkaian aktivitas atau pengalaman yang memiliki dampak positif dalam membentuk karakter, mengembangkan

kemampuan kognitif, serta meningkatkan kapasitas fisik individu (Srikalimah dalam Bagus SF 2021).

Di Jakarta sendiri, berbagai destinasi wisata sejarah memiliki nilai edukatif yang tinggi, seperti Kota tua, Museum Nasional dan saat ini yang baru dibuka yaitu Wisma Habibie Ainun. Tempat - tempat tersebut menjadi media penting dalam memahami perjalanan dan perjuangan bangsa Indonesia Annisa, S. H. (2023).

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Provinsi DKI Jakarta

Museum	Tahun	Jumlah
Sejarah Jakarta dan Prastasi	2018	837.045
Bahari	2018	27.034
Wayang	2019	311.384
Tekstil	2019	34.864
Seni Rupa dan Keramik	2019	184.412
Joang'45 dan M.H Thamrin	2020	30.602
Taman Arkeologi Pulau Onrust	2020	28.165

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta dan pengelola Museum Sejarah Jakarta (2023) dalam kutipan Rieke Sri Rizki Asti Karini, Anisa Septiani Eka Putri (2023)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta dan pengelola Museum Sejarah Jakarta pada tahun 2018, 2019 dan 2020 tercatat adanya perbedaan jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya yang lebih tinggi. Dibanding tahun terbaru. Tren ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata sejarah perlu adanya Wisata sejarah terbaru.

Fenomena terbaru dalam pengembangan wisata sejarah di Jakarta ditandai dengan dibukanya Wisma Habibie Ainun di kawasan Patra Kuningan. Tempat ini merupakan kediaman pribadi Presiden Republik Indonesia ke-3, B.J. Habibie, yang kini difungsikan sebagai destinasi wisata sejarah dengan nilai eksklusivitas tinggi,

bukan sekedar rumah namun mengandung kisah yang siap menginspirasi. Bangunan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal keluarga, tetapi juga mengalami fungsi dan struktur seiring waktu. Beberapa bagian bangunan dibangun dan dialih fungsikan pada periode yang berbeda sesuai dengan kebutuhan keluarga dan aktivitas B.J Habibi sebelum wafat. Pada tahun 1978, Wisma Habibie Ainun mulai difungsikan sebagai istirahat dan kenyamanan keluarga. Selanjutnya, pada tahun 1992, area lapangan tenis yang terdapat di lingkungan wisma dialifungsikan menjadi ruang pendopo. Di area ini B. J. Habibie menerima tamu kenegaraan maupun tamu pribadi termasuk pertemuan kabinet orde baru. Selain itu terdapat pula fasilitas yang dibangun atas B. J. Habibie dengan dukungan negara yaitu perpustakaan dan sekretariat. Keberadaan fasilitas tersebut menunjukkan perhatian B.J. Habibie terhadap pengembangan intelektual, dokumentasi, serta kegiatan kelembagaan. Pada tanggal 11 Agustus 2009, B.J. Habibie secara langsung meletakkan sebuah plakat di area tersebut sebagai penanda nilai dan tujuan pembangunan. Plakat tersebut memuat pesan, "InsyaAllah gedung ini bermanfaat bagi rakyat dan bangsa Indonesia", yang merefleksikan visi B.J. Habibie agar bangunan ini tidak hanya bersifat privat, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Sejalan dengan visi tersebut, anak dan cucu B.J. Habibie berupaya melanjutkan warisan pemikiran dan nilai (*legacy*) beliau dengan membuka Wisma Habibie Ainun untuk publik.

Wisma Habibie Ainun mulai dibuka untuk publik pada 2 Februari 2025 dengan jam operasional terbatas, yaitu hanya empat hari setiap bulan (akhir pekan, Sabtu dan Minggu). Karakteristiknya yang eksklusif serta nilai historisnya menjadikan tempat ini memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata sejarah sekaligus edukasi. Pembukaan destinasi ini menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi pengelola, khususnya dalam menarik minat kunjungan di tengah keterbatasan waktu operasional. Oleh karena itu, aspek-aspek yang berkontribusi terhadap peningkatan pengalaman serta kepuasan pengunjung menjadi faktor penting untuk diperhatikan.

Citra Destinasi (*Destination Image*) diartikan sebagai persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk berdasarkan informasi yang diterima wisatawan dari berbagai sumber, yang kemudian menciptakan gambaran tentang suatu destinasi Chu, Q.,

Bao, G., & Sun, J. (2022). Citra destinasi yang positif dan unik dapat meningkatkan ekspektasi wisatawan serta berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan mereka Marpaung, B. O. Y., & Tania, F. (2021).

Menurut Lopes dalam Rieke Sri Rizki Asti Karini (2023), citra destinasi merupakan suatu bentuk representasi menyeluruh dari pengetahuan objektif, prasangka, imajinasi, serta respons emosional individu maupun kelompok terhadap suatu tempat tertentu. Citra ini mencerminkan bagaimana suatu destinasi dipersepsikan berdasarkan kombinasi antara informasi faktual yang diterima dan pengalaman subjektif yang dirasakan. Dengan demikian, citra destinasi tidak hanya terbentuk dari aspek rasional seperti pengetahuan dan data, tetapi juga dari aspek emosional dan persepsi pribadi yang secara bersama-sama membentuk pandangan atau kesan seseorang terhadap destinasi tersebut.

Sementara itu, *storytelling* pemandu menjadi elemen penting dalam wisata sejarah dan edukasi. Cara pemandu dalam menyampaikan kisah dan nilai-nilai sejarah secara menarik dapat memperkuat ikatan emosional antara wisatawan dan destinasi Andrianto, T. (2023). Kemampuan pemandu dalam menuturkan kisah B.J. Habibie dan Ainun secara personal, inspiratif, dan relevan mampu meningkatkan nilai edukatif serta kepuasan pengunjung. Keunikan Wisma Habibie Ainun terletak pada keterlibatan cucu kandung B.J. Habibie sebagai pemandu utama dalam Tour sejarah antara lain Nadia Habibie, Archie Wirija sebagai cucu dari kakak B.J Habibie, serta Putri Habibie dan Satria Habibie sebagai cucu dari adik B.J Habibie. Kehadiran anggota keluarga inti tersebut menjadikan kegiatan *storytelling* tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi sejarah, tetapi berkembang menjadi bentuk narasi otentik (*authentic narration*) yang memiliki nilai personal dan eksklusif. Pemandu yang memiliki hubungan kekerabatan langsung dengan tokoh sejarah dan menghadirkan kedalaman emosional, sudut pandang langsung, serta detail historis yang tidak tersedia dalam sumber lain. Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji sejauh mana keaslian dan kedalaman narasi yang disampaikan oleh keturunan tokoh sejarah dapat meningkatkan kualitas pengalaman serta tingkat kepuasan wisatawan.

Kepuasan Pengunjung (*Tourist Satisfaction*) sendiri merupakan hasil dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman nyata yang

diperoleh. Kepuasan ini menjadi indikator utama keberhasilan suatu destinasi serta berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang dan rekomendasi positif dari wisatawan Riptiono, S., Wibawanto, S., & Bariyah, B. (2023). Citra Destinasi (X1) yang kuat (eksklusif dan historis) berfungsi sebagai penarik minat dan pembentuk harapan awal. Pemenuhan atau melebihi harapan tersebut melalui pengalaman kunjungan yang berkualitas akan menentukan tingkat Kepuasan Pengunjung. Adanya keterlibatan pemandu yang menghadiri cucu B.J. Habibie secara fundamental meningkatkan kualitas *Storytelling* (X2) ke level *personalized heritage experience*, yang diprediksi akan memiliki dampak yang jauh lebih kuat dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Wisma Habibie Ainun tidak hanya memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan pengunjung, para peserta tour sejarah di Wisma Habibie Ainun juga disuguhkan hidangan berupa camilan atau makanan kesukaan B.J. Habibie seperti kerupuk gosong atau kerupuk udang yang dimasak hingga sedikit gosong, makaroni sekotel, serta minuman tradisional es kelapa cincau. Selain itu, pengunjung juga berkesempatan untuk dipertemukan dengan chef pribadi B.J. Habibie, yaitu Bapak Sigit, yang telah mendampingi beliau selama kurang lebih 33 tahun. Kehadiran Bapak Sigit beserta sajian camilan dan masakan khas yang pernah menjadi bagian dari keseharian B.J. Habibie. Dengan ini, pengunjung tidak hanya memperoleh pengalaman berkeliling rumah pribadi tokoh nasional, tetapi juga dapat merasakan kedekatan emosional melalui unsur keseharian yang pernah dijalani oleh B.J. Habibie. Hal ini memperkuat pengalaman wisata berbasis sejarah dan narasi personal yang mampu menciptakan kesan mendalam bagi pengunjung dalam Kepuasan Pengunjung (Y).

Tabel 1. 2 Jumlah Data Pengunjung Wisma Habibie & Ainun 2025

Tanggal	Bulan	Jumlah Pengunjung
1-2	Februari	269
15-16	Februari	300
23	Februari	150
10-12	Mei	400
12-27	Juli	479

Sumber: Wisma Habibie Ainun

Berdasarkan data yang bersumber dari Wisma Habibie Ainun, terlihat adanya peningkatan jumlah kunjungan yang relatif stabil sejak awal dibukanya wisata sejarah tersebut. Fenomena ini menunjukkan tingginya anutisisme masyarakat untuk dapat berkunjung ke kediaman pribadi B.J. Habibie yang saat ini sebagai destinasi wisata sejarah. Citra destinasi yang positif serta penerapan teknik *storytelling* pemandu yang dirancang secara menarik dan otentik tampak memeberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung. Namun demikian, peneliti belum dapat memastikan apakah tingkat kepuasan pengunjung tersebut benar dipengaruhi oleh citra destinasi (X1) dan teknik *storytelling* pemandu (X2). Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait kepuasan pengunjung pada wisata sejarah. Dengan demikian, penelitian ini berjudul **"PENGARUH CITRA DESTINASI DAN TEKNIK *STORYTELLING* PEMANDUAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TOUR SEJARAH PADA WISMA HABIBIE AINUN"**.

B. Perumusan Masalah

Wisma Habibie Ainun merupakan salah satu destinasi wisata sejarah yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Kepuasan pengunjung terhadap Tour sejarah di destinasi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya citra destinasi serta teknik *storytelling* yang digunakan oleh pemandu wisata. Oleh karena itu, untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel tersebut berkontribusi terhadap keberhasilan destinasi ini, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana citra destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tour sejarah pada Wisma Habibie Ainun?
- 2) Bagaimana teknik *storytelling* pemandu memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tour sejarah pada Wisma Habibie Ainun?
- 3) Bagaimana citra destinasi dan teknik *storytelling* pemandu memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tour sejarah pada Wisma Habibie Ainun?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tertentu memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung dalam mengikuti Tour sejarah di Wisma Habibie Ainun. Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai peran citra destinasi serta teknik *storytelling* pemandu dalam menciptakan pengalaman wisata yang bermakna dan memuaskan bagi pengunjung. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Tour sejarah pada Wisma Habibie Ainun.
- b) Untuk mengetahui pengaruh teknik *storytelling* pemandu terhadap kepuasan pengunjung Tour sejarah pada Wisma Habibie Ainun.
- c) Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi dan teknik *storytelling* pemandu terhadap kepuasan pengunjung pada Wisma Habibie Ainun.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan, mengitergrasikan, serta memverifikasi berbagai teori kepariwisataan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, seperti teori Citra Destinasi, *Storytelling*, dan Kepuasan Konsumen dengan konteks studi kasus nyata di lingkungan industri pariwisata.

b. Bagi Pengelola Wisma Habibie Ainun

Temuan penelitian mengenai pengaruh citra destinasi dan *storytelling* pemandu terhadap kepuasan pengunjung dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan yang lebih efektif, terutama dalam mengoptimalkan aspek naratif, memperkuat citra destinasi, serta meningkatkan daya tarik wisata sejarah dengan keterbatasan waktu operasional yang ada. Dengan demikian, penelitian

ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan manajerial untuk menciptakan destinasi yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmiah di bidang kepariwisataan, khususnya yang berkaitan dengan konsep citra destinasi dan teknik *storytelling* pemandu dalam konteks wisata sejarah dan edukasi. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi kalangan akademisi, seperti dosen, mahasiswa, maupun peneliti, dalam memperluas wawasan serta memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara persepsi terhadap destinasi, pengalaman naratif, dan tingkat kepuasan pengunjung. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji tema serupa, baik pada destinasi wisata sejarah lainnya maupun dalam konteks pengembangan wisata budaya dan edukatif di Indonesia.

d. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dalam menyusun kebijakan pengembangan wisata sejarah dan edukasi berbasis narasi (*storytelling*). Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi lembaga-lembaga lain yang berfokus pada pengembangan destinasi sejarah dengan nilai autentik dan edukatif.

e. Bagi Masyarakat

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian nilai sejarah nasional, sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis sejarah dan edukasi.