

EVALUASI HISTOQUAL PADA MUSEUM KEPRESIDENAN REPUBLIK INDONESIA BALAI KIRTI DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Achfriyatama Oktariflandi^{1*}, Meizar Rusli²

^{1,2} Program Studi S-1 Pariwisata, Universitas Pancasila

*Korespondensi: achfriyatamaoktariflandi@gmail.com

Diajukan	Direvisi	Diterima
16-04-2025	02-10-2025	10-10-2025

ABSTRACT

Purpose: This study aims to analyze the condition of HISTOQUAL at the Presidential Museum of the Republic of Indonesia Balai Kirti.

Research Methods: The research is descriptive quantitative. Data analysis through a Likert scale-based questionnaire distributed to 100 visitors as respondents with random sampling method. Then reviewed with validity and reliability tests which are ended by data analysis with importance performance analysis, so that it can be seen which HISTOQUAL indicators have met and have not met visitor satisfaction.

Implication: According to the results obtained in this research, the quality history of the Presidential Museum of Balai Kirti is at a very good level, with an average compliance rate of 91.67% for service performance and service interest, however several service attributes were found not to match visitor preferences and managers need to improve it.

Keywords: HISTOQUAL, Museum, Importance Performance Analysis.

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi HISTOQUAL di Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti.

Metode Penelitian: Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif. Analisis data melalui angket berbasis skala likert yang disebar ke 100 pengunjung sebagai responden dengan metode random sampling. Kemudian dikaji dengan uji validitas dan reliabilitas yang diakhiri oleh analisis data dengan importance performance analysis, sehingga dapat diketahui indikator-indikator HISTOQUAL mana yang telah memenuhi dan belum memenuhi kepuasan pengunjung.

Implikasi: Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menyatakan bahwa kondisi HISTOQUAL yang ada di Museum Kepresidenan Balai Kirti berada di tingkat sangat baik dengan rata-rata kesesuaian antara kinerja pelayanan dan kepentingan pelayanan berada di angka 91,67% namun ditemukan atribut pelayanan yang kurang memenuhi keinginan pengunjung sehingga perlu diperbaiki oleh pengelola.

Kata Kunci: HISTOQUAL, Museum, Importance Performance Analysis.

PENDAHULUAN

Keberadaan museum menjadi daya tarik wisata kian diminati wisatawan, dikarenakan kesadaran budaya wisatawan semakin meningkat, prediksi ini selaras dengan evolusi kegiatan pariwisata yang merubah pola berwisata menuju *in depth tourism*. *In depth tourism* adalah kegiatan pariwisata individual yang berfokus untuk mendapatkan manfaat dan pengalaman berkualitas melalui pembelajaran seputar kebudayaan dan lingkungan lokal oleh Chen et al. dalam (Wibowo, 2015). Museum sebagai daya tarik wisata didukung dengan pernyataan Sutaarga dalam (Ramadhani, 2022) yang menyatakan bahwa, Salah satu contoh organisasi layanan publik jangka panjang adalah museum. Untuk mengumpulkan artefak sejarah manusia, melestarikannya, membagikannya, dan memajangkannya dalam suasana yang mendidik dan menghibur. Museum didefinisikan oleh *International Council of Museums* (ICOM, 2022) sebagai lembaga nirlaba permanen yang memberikan akses kepada semua

orang, merawat keragaman dan keberlanjutan, serta meneliti, mengumpulkan, melestarikan, menginterpretasikan, dan memamerkan warisan budaya yang berwujud dan tidak berwujud. Melalui operasi dan komunikasi yang profesional, etis, dan berbasis komunitas, museum menyediakan berbagai pengalaman untuk belajar, bersantai, berkontemplasi, dan pertukaran informasi.

Salah satu museum yang menjadi daya tarik wisata adalah Museum Kepresidenan RI Balai Kirti, berlokasi di Kompleks Istana Kepresidenan Bogor ini tergolong sebagai museum khusus sesuai PP Nomor 66 Tahun 2015 sebab koleksi yang dimilikinya merupakan barang-barang pribadi dari Presiden dan Wakil Presiden RI yang pernah menjabat. Museum yang masih tergolong baru ini didirikan 2012 dan selesai 18 Oktober 2014, kemudian diresmikan serta terbuka untuk umum 10 November 2014. Keunikannya adalah sebagai satu-satunya museum kepresidenan yang terbuka untuk umum di Indonesia, keunikan lainnya terdapat pada pelayanan pengunjungnya dimana pengunjung akan diajak untuk merasakan sebagai seorang tamu yang akan memasuki area *ring* 1 kompleks istana kepresidenan melalui prosedur kunjungan yang perlu dipatuhi oleh pengunjung, misalnya ketentuan berpakaian dan mengajukan surat permohonan 1 minggu sebelum melakukan kunjungan. Meskipun terdapat perbedaan dengan museum pada umumnya dari segi pelayanan pengunjung, namun kunjungan tiap tahun cenderung meningkat, dapat diketahui dari jumlah pengunjung tahun 2020-2024 pada tabel dibawah:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Museum Kepresidenan RI

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	14.900
2021	98.521
2022	18.000
2023	27.417
2024	35.648

(Sumber: Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti, 2025)

Dari tabel 1. dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan mengalami kenaikan yang signifikan terlebih pada tahun 2021 dikarenakan operasional museum dilakukan secara *virtual* sehingga dapat menjangkau pengunjung dari berbagai daerah di Indonesia dan dunia. Pemberlakuan museum *virtual* ini juga ialah satu inovasi dijalankan pengelola agar dapat melayani masyarakat pada masa Pandemi Covid-19. Keunikan prosedur kunjungan pada paragraf sebelumnya tentu dapat menjadi bumerang bagi pengelola karena antusiasme calon pengunjung dapat menurun setelah mengetahui ketatnya prosedur kunjungan yang telah ditetapkan pengelola. Selain ketatnya prosedur kunjungan museum, menurut Ardley et al. dalam (Wibowo 2015) permasalahan dalam pelayanan juga muncul dari penunjuk arah yang kurang tepat, lokasi yang tak cocok dengan ekspektasi, dan kurangnya minat wisatawan. Kemudian ketidaksesuaian dalam memberikan layanan, permintaan yang tidak terpenuhi serta perilaku pegawai yang tidak sesuai dapat disimpulkan sebagai permasalahan dalam pelayanan oleh Kim dan Lehto dalam (Wibowo, 2015).

Perbedaan kualitas pelayanan dengan museum pada umumnya tentu memunculkan ketidakpuasan bagi pengunjung yang dapat berimbas kepada citra museum di masa mendatang. Hal ini dikarenakan mutu layanan sangat berpengaruh kepada kepuasan pengunjung sesuai dengan pernyataan Kotler dan Keller dalam (Indrasari, 2019) yang menyatakan bahwa kebahagiaan pelanggan ditentukan sejumlah elemen, termasuk mutu

produk, nilai harga, mutu layanan, faktor emosional, fasilitas, dan biaya. Pentingnya kepuasan pengunjung bagi daya tarik wisata juga disampaikan oleh (Nilashi et al., 2022) yang berpendapat, pengunjung yang puas dapat melakukan kunjungan kembali serta merekomendasikannya kepada orang lain, sedangkan jika pengunjung tidak puas tentu dapat menyebarluaskan pendapat kurang baik mengenai daya tarik wisata tersebut sehingga merusak reputasi pasarnya.

Untuk mengukur kualitas pelayanan pada industri pariwisata pada umumnya dapat menggunakan dimensi *service quality* yakni: *berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati*. (Kotler dan Keller 2016). Namun menurut Frochcot dan Hughes dalam (Putra, 2016) tidak semua penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan pada industri pariwisata efektif menggunakan model SERVQUAL, sehingga dikembangkan sebuah model turunan pengukuran kualitas pelayanan yang lebih sesuai untuk lingkungan peninggalan bersejarah/*heritage* termasuk museum dengan nama model *history quality* (HISTOQUAL). Dimensi HISTOQUAL terdiri dari *responsiveness, tangible, communication, consumable* dan *empathy*.

Berdasarkan dengan uraian diatas dan hasil wawancara dengan kepala museum yang menyatakan bahwa perlu dilakukannya penelitian yang membahas mengenai kualitas pelayanan, sebab, selama beroperasi belum ada satupun yang membahas tentang kualitas pelayanan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti kondisi HISTOQUAL yang telah diterapkan pengelola.

METODE PENELITIAN

Dilakukan selama Bulan Maret-April 2025 di Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti. Pengunjung menjadi objek penelitian, sumber data berasal dari data primer dan sekunder, data primer yaitu hasil kuesioner yang telah disebar ke pengunjung dan data sekunder yakni studi pustaka seperti jurnal ilmiah serta skripsi. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 orang pengunjung dengan pengisian kuesioner melalui *google form*.

Populasi didapatkan dari data kunjungan dalam kurun waktu tahun 2020-2025. Untuk mendapatkan sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin dalam (Sugiyono, 2018) yaitu:

$$n = \frac{32.497}{1 + 32.497(0,1)^2} = 100$$

Dari perhitungan diatas dengan jumlah populasi sebanyak 32.497 orang didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang pengunjung.

Selanjutnya menurut Supranto dalam (Saputra dan Savitri, 2020) adalah melakukan analisis data dengan menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai kinerja dengan nilai kepentingan, dan kemudian dilihat seberapa baik keselarasan antara nilai itu dengan rumus:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : Tingkat keselarasan

Xi : Nilai tingkat kinerja

Yi : Nilai tingkat kepentingan

- Menkalkulasikan *mean* nilai jawaban responden terhadap kinerja dan kepentingan dengan rumus:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \quad Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

X_i : Nilai rata-rata kinerja

Y_i : Nilai rata-rata kepentingan

n : Jumlah responden

- Menkalkulasikan *mean* nilai semua atribut kinerja dan kepentingan dijadikan sebagai patokan diagram kartesius dengan rumus:

$$X = \frac{\sum Xi}{k} \quad Y = \frac{\sum Yi}{k}$$

Keterangan:

X : Rata-rata nilai seluruh atribut kinerja

Y : Rata-rata nilai semua atribut kepentingan

k : Total atribut yang digunakan

- Melakukan pemetaan dengan menggunakan diagram kartesius IPA



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA
(Sumber: Wardhana, 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data berasal dari survei yang didistribusikan ke wisatawan Museum Kepresidenan RI Balai Kirti. Kuesioner terdiri dari 5 indikator dengan 35 pertanyaan dan diberikan kepada 100 responden. Data yang telah diolah kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas dan metode *importance performance analysis*. Uraianya adalah sebagai berikut:

Karakteristik Responden

Responden yang dijadikan sampel merupakan wisatawan yang berkunjung di tahun 2024 dan 2025 dengan rincian:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	29 Orang	29%

Perempuan	71 Orang	71%
Total	100 Orang	100%

Dari Tabel 1. dapat diuraikan bahwa mayoritas responden merupakan perempuan dengan jumlah sebanyak 71 orang yang jika di persentasekan berjumlah 71%. Sedangkan sisanya adalah responden laki-laki yang berjumlah 29 orang dengan persentase sebesar 29% dari total responden.

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 18 Tahun	10 Orang	10%
19-35 Tahun	67 Orang	67%
36-50 Tahun	14 Orang	14%
> 50 Tahun	9 Orang	9%
Total	100 Orang	100%

Sesuai dengan hasil Tabel 2. dapat dijabarkan bahwa mayoritas responden berusia 19-35 tahun dengan jumlah 67 orang atau persentasenya sebesar 67%, selanjutnya merupakan responden yang berusia 36-50 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 14%, kemudian 10% atau berjumlah 10 orang merupakan responden dengan usia kurang dari 18 tahun dan diakhiri oleh responden berusia lebih dari 50 tahun dengan jumlah 9 orang atau 9% dari total responden.

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA/SMK/MA	43 Orang	43%
S1/D4	48 Orang	48%
S2	7 Orang	7%
S3	2 Orang	2%
Total	100 Orang	100%

Tabel 3. menggambarkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir S1/D4 berjumlah 48 orang atau sebesar 48%, lalu responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA dengan jumlah 43 orang atau sebanyak 43%, selanjutnya responden dengan tingkat pendidikan terakhir S2 sebesar 7% atau berjumlah 7 orang yang terakhir merupakan responden dengan pendidikan terakhir S3 sebanyak 2% atau berjumlah 2 orang.

Tabel 4. Jumlah Kunjungan Responden

Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase
1 Kali	62 Orang	62%
2 Kali	15 Orang	15%
3 Kali	8 Orang	8%
> 3 Kali	15 Orang	15%
Total	100 Orang	100%

Kesimpulan yang dapat diketahui dari Tabel 4. adalah bahwa mayoritas responden dengan persentase sebesar 62% atau berjumlah 62 orang telah berkunjung sebanyak 1 kali, responden dengan jumlah kunjungan 2 kali sebanyak 15 orang atau sebesar 15%, kemudian responden dengan jumlah kunjungan 3 kali sebesar 8% atau sebanyak 8 orang dan diakhiri oleh responden yang telah berkunjung lebih dari 3 kali dengan jumlah 15 orang atau 15% dari total responden.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Terhadap Kinerja Pelayanan

No	Dimensi	Atribut	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	Responsiveness	P1	0.435	0.195	Valid
		P2	0.477	0.195	Valid

No	Dimensi	Atribut	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
		P3	0.620	0.195	Valid
		P4	0.578	0.195	Valid
		P5	0.474	0.195	Valid
		P6	0.607	0.195	Valid
		P7	0.436	0.195	Valid
2	Tangible	P8	0.361	0.195	Valid
		P9	0.431	0.195	Valid
		P10	0.583	0.195	Valid
		P11	0.597	0.195	Valid
		P12	0.626	0.195	Valid
		P13	0.530	0.195	Valid
		P14	0.556	0.195	Valid
3	Communication	P15	0.540	0.195	Valid
		P16	0.553	0.195	Valid
		P17	0.662	0.195	Valid
		P18	0.664	0.195	Valid
		P19	0.616	0.195	Valid
		P20	0.637	0.195	Valid
		P21	0.593	0.195	Valid
4	Consumable	P22	0.607	0.195	Valid
		P23	0.581	0.195	Valid
		P24	0.619	0.195	Valid
		P25	0.622	0.195	Valid
		P26	0.564	0.195	Valid
		P27	0.674	0.195	Valid
		P28	0.563	0.195	Valid
5	Empathy	P29	0.539	0.195	Valid
		P30	0.640	0.195	Valid
		P31	0.547	0.195	Valid
		P32	0.479	0.195	Valid
		P33	0.607	0.195	Valid
		P34	0.521	0.195	Valid
		P35	0.204	0.195	Valid

(Sumber: Uji Validitas dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa 35 pertanyaan pada kinerja pelayanan adalah valid, dikarenakan nilai R-Hitung melebihi nilai R-Tabel yaitu 0.195.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Terhadap Kepentingan Pelayanan

No	Dimensi	Atribut	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	Responsiveness	I1	0.414	0.195	Valid
		I2	0.386	0.195	Valid
		I3	0.454	0.195	Valid
		I4	0.555	0.195	Valid
		I5	0.572	0.195	Valid
		I6	0.484	0.195	Valid
		I7	0.541	0.195	Valid
2	Tangible	I8	0.510	0.195	Valid
		I9	0.510	0.195	Valid
		I10	0.529	0.195	Valid

N o	Dimensi	Atribut	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
3	<i>Communication</i>	I11	0.546	0.195	Valid
		I12	0.566	0.195	Valid
		I13	0.601	0.195	Valid
		I14	0.480	0.195	Valid
		I15	0.525	0.195	Valid
		I16	0.614	0.195	Valid
		I17	0.736	0.195	Valid
		I18	0.691	0.195	Valid
		I19	0.645	0.195	Valid
		I20	0.668	0.195	Valid
		I21	0.654	0.195	Valid
4	<i>Consumable</i>	I22	0.739	0.195	Valid
		I23	0.614	0.195	Valid
		I24	0.632	0.195	Valid
		I25	0.596	0.195	Valid
		I26	0.601	0.195	Valid
		I27	0.664	0.195	Valid
		I28	0.581	0.195	Valid
5	<i>Empathy</i>	I29	0.529	0.195	Valid
		I30	0.632	0.195	Valid
		I31	0.641	0.195	Valid
		I32	0.592	0.195	Valid
		I33	0.590	0.195	Valid
		I34	0.429	0.195	Valid
		I35	0.364	0.195	Valid

(Sumber: Uji Validitas dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel disimpulkan 35 pertanyaan p ada harapan pelayanan adalah valid, dikarenakan nilai $R_{\text{Hitung}} > R_{\text{Tabel}} = 0.195$.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kinerja Pelayanan

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.933	35

(Sumber: Uji Validitas dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel disimpulkan 35 pertanyaan di kinerja pelayanan reliabel, sebab *cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kepentingan Pelayanan

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.933	35

(Sumber: Uji Validitas dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel disimpulkan 35 pertanyaan di harapan pelayanan reliabel, sebab *cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 9. Hasil Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

No	Dimensi	Atribut	Skor Kinerja (Xi)	Skor kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (TKi)
1	Responsiveness	1	365	391	93,35%
		2	364	371	98,11%
		3	352	386	91,19%
		4	355	377	94,16%
		5	340	383	88,77%
		6	340	383	88,77%
		7	338	382	88,48%
2	Tangible	8	373	389	95,88%
		9	374	384	97,39%
		10	358	385	92,98%
		11	355	383	92,68%
		12	348	371	93,80%
		13	331	347	95,38%
		14	344	386	89,11%
3	Communication	15	366	390	92,30%
		16	355	380	93,42%
		17	330	365	90,41%
		18	339	367	92,37%
		19	335	366	91,53%
		20	340	378	89,94%
		21	320	360	88,88%
4	Consumable	22	314	353	88,95%
		23	275	285	96,49%
		24	296	322	91,92%
		25	263	285	92,28%
		26	272	305	89,18%
		27	295	326	90,49%
		28	283	335	84,47%
5	Empathy	29	350	391	89,51%
		30	333	378	88,09%
		31	314	374	83,95%
		32	334	382	87,43%
		33	342	363	94,21%
		34	368	387	95,09%
		35	379	389	97,42%
Rata-Rata					91,67%

(Sumber: Penghitungan dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel tersebut, didapatkan *mean* tingkat kesesuaian (TKi) 91,67% menandakan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada wisatawan berada di tingkat kepuasan tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Steer dalam Ramdan (2020) mengenai skala tingkat kepuasan pada Gambar 2.

Tabel 10. Skala Tingkat Kepuasan Steer

No	Persentase Tingkat Kesesuaian	Tingkat Kepuasan
1	20-40%	Kepuasan Rendah
2	41-79%	Kepuasan Sedang
3	80-100%	Kepuasan Tinggi

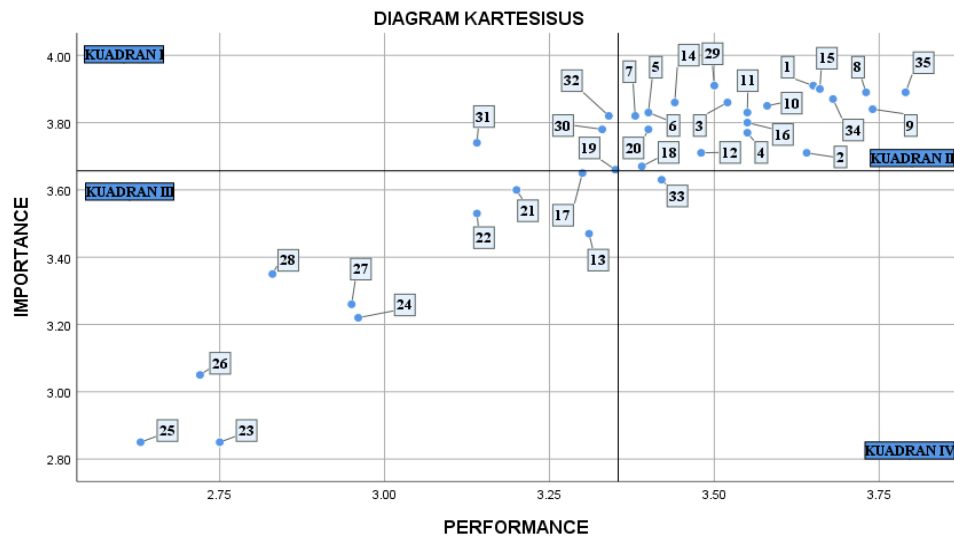
(Sumber: Steer dalam Ramdan, 2020)

Tabel 11. Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

No	Dimensi	Atribut	Skor Kinerja (Xi)	Skor kepentingan (Yi)
1	Responsiveness	1	3,65	3,91
		2	3,64	3,71
		3	3,52	3,86
		4	3,55	3,77
		5	3,4	3,83
		6	3,4	3,83
		7	3,38	3,82
2	Tangible	8	3,73	3,89
		9	3,74	3,84
		10	3,58	3,85
		11	3,55	3,83
		12	3,48	3,71
		13	3,31	3,47
		14	3,44	3,86
3	Communication	15	3,66	3,9
		16	3,55	3,8
		17	3,3	3,65
		18	3,39	3,67
		19	3,35	3,66
		20	3,4	3,78
		21	3,2	3,6
4	Consumable	22	3,14	3,53
		23	2,75	2,85
		24	2,96	3,22
		25	2,63	2,85
		26	2,72	3,05
		27	2,95	3,26
		28	2,83	3,35
5	Empathy	29	3,5	3,91
		30	3,33	3,78
		31	3,14	3,74
		32	3,34	3,82
		33	3,42	3,63
		34	3,68	3,87
		35	3,79	3,89
Rata-Rata			3,35	3,65

(Sumber: Penghitungan dengan SPSS 26, 2025)

Berdasarkan dengan tabel *mean* itu, diketahui bahwa *mean* tingkat kinerja (X) seluruh atribut berjumlah 3,35. *Mean* tingkat kepentingan (Y) berjumlah 3,65. *Mean* tersebut juga berfungsi sebagai titik tengah dalam menentukan puas atau tidak puasnya dan penting atau tidak pentingnya atribut kualitas pelayanan. Gambar 2. Di bawah ini akan menyajikan posisi semua atribut pada setiap kuadran diagram kartesius.



Gambar 2. Analisis Diagram Kartesius IPA
(Sumber: SPSS 26, 2025)

Tabel 12. Keterangan Diagram Kartesius IPA

Kuadrant	Atribut Pelayanan	Skor Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan (Yi)
Kuadrant I (Prioritas Utama)	19. Informasi museum dan koleksi dapat ditelusuri dari gawai pribadi pengunjung melalui scan QR Code. (<i>Communication</i>).	3,35	3,66
	30. Tersedia papan informasi koleksi museum dengan format huruf <i>braille</i> . (<i>Empathy</i>).	3,33	3,78
	31. Tersedia tayangan bahasa isyarat pada informasi koleksi museum. (<i>Empathy</i>).	3,14	3,74
	32. Tersedia toilet untuk pengunjung dengan alat bantu/ disabilitas (kursi roda dan tongkat). (<i>Empathy</i>).	3,34	3,82
Kuadrant II (Pertahankan Prestasi)	1. Pegawai museum selalu membantu saat pengunjung kesulitan. (<i>Responsiveness</i>).	3,65	3,91
	2. Pegawai museum selalu mendampingi pengunjung. (<i>Responsiveness</i>).	3,64	3,71
	3. Pegawai museum mampu mengatasi keramaian pengunjung. (<i>Responsiveness</i>).	3,52	3,86
	4. Pengelola memberikan kemudahan bagi pengunjung yang melakukan penelitian. (<i>Responsiveness</i>).	3,55	3,77
	5. Sosial media termasuk website museum memberikan informasi serta berita secara konsisten dan terkini (<i>update</i>). (<i>Responsiveness</i>).	3,4	3,83
	6. Layanan call center museum yang responsif. (<i>Responsiveness</i>).	3,4	3,83
	7. Fasilitas museum yang selalu dalam keadaan bisa digunakan pengunjung. (<i>Responsiveness</i>).	3,38	3,82
	8. Museum dalam keadaan bersih, wangi dan terpelihara. (<i>Tangible</i>).	3,73	3,89
	9. Eksterior dan interior museum yang menarik. (<i>Tangible</i>).	3,74	3,84
	10. Papan informasi koleksi dan tanda penunjuk arah dalam keadaan baik dan terbaca pengunjung. (<i>Tangible</i>).	3,58	3,85

Kuadran	Atribut Pelayanan	Skor Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan (Yi)
	11. Tata pamer koleksi museum yang menarik. (<i>Tangible</i>).	3,55	3,83
	12. Penampilan pegawai museum yang menarik. (<i>Tangible</i>).	3,48	3,71
	14. Tersedia musola, toilet dan area parkir kendaraan. (<i>Tangible</i>).	3,44	3,86
	15. Kemampuan pemanduan yang baik dan dapat dipahami pengunjung. (<i>Communication</i>).	3,66	3,9
	16. Ketersediaan papan informasi koleksi dalam Bahasa Indonesia dan Inggris. (<i>Communication</i>).	3,55	3,8
	18. Buku panduan/brosur yang disediakan museum informatif dan edukatif. (<i>Communication</i>).	3,39	3,67
	20. Sosial media dan website museum yang informatif dan menarik. (<i>Communication</i>).	3,4	3,78
	29. Akses museum ramah untuk pengunjung dengan alat bantu/disabilitas (kursi roda dan tongkat). (<i>Empathy</i>).	3,5	3,91
	34. Pegawai museum yang ramah terhadap pengunjung. (<i>Empathy</i>).	3,68	3,87
	35. Area museum bebas dari asap rokok. (<i>Empathy</i>).	3,79	3,89
Kuadran III (Prioritas Rendah)	13. Peraturan mengunjungi museum yang ketat. (<i>Tangible</i>).	3,31	3,47
	17. Ketersediaan buku panduan/brosur dalam Bahasa Indonesia dan Inggris. (<i>Communication</i>).	3,3	3,65
	21. Terdapat fasilitas teknologi (imersif) seperti AR, VR & virtual museum. (<i>Communication</i>).	3,2	3,6
	22. Pengelola menyediakan materi pembelajaran dalam media cetak (lembar aktivitas dan kuis). (<i>Consumable</i>).	3,14	3,53
	23. Terdapat penjual cemilan. (<i>Consumable</i>).	2,75	2,85
	24. Terdapat penjual suvenir museum. (<i>Consumable</i>).	2,96	3,22
	25. Pilihan cemilan yang beragam. (<i>Consumable</i>).	2,63	2,85
	26. Harga cemilan yang terjangkau. (<i>Consumable</i>).	2,72	3,05
Kuadran IV (Berlebihan)	27. Produk suvenir yang bervariasi. (<i>Consumable</i>).	2,95	3,26
	28. Harga suvenir yang terjangkau. (<i>Consumable</i>).	2,83	3,35
	33. Pengelola menyediakan kegiatan seminar, pameran tematik dan museum keliling. (<i>Empathy</i>)	3,42	3,63

(Sumber: Penghitungan dengan SPSS 26, 2025)

Pada penelitian ini hasil analisis yang didapatkan lebih komprehensif jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh (Putra, 2016) yang digunakan sebagai rujukan oleh peneliti. Hal ini dikarenakan dalam penelitian terdahulu hanya menganalisis HISTOQUAL menggunakan analisis gap sehingga tidak dapat diketahui secara rinci prioritas perbaikan pada dimensi HISTOQUAL bagian mana yang perlu dilakukan terlebih dahulu oleh pengelola museum. Hasil analisis dengan rekomendasi perbaikan untuk pengelola Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti yang berasal dari *Diagram* Kartesius IPA berdasarkan Gambar 2. Dan Tabel 10. dijabarkan sebagai berikut:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran prioritas utama berisikan atribut diyakini pengunjung penting tapi dalam kinerjanya atribut itu belum sesuai mau pengunjung. Atribut di kuadran ini ialah pelayanan

nomor 19, 30, 31 dan 32. Rekomendasi yang diberikan peneliti untuk meningkatkan kepuasan pengunjung pada atribut-atribut dalam kuadran ini adalah dengan menambah jumlah informasi-informasi koleksi yang bisa diakses melalui gawai pribadi pengunjung dan QR Code pada koleksi yang ditampilkan di ruang pameran, kemudian pengelola dapat menambah interpretasi khusus pengunjung disabilitas di tiap-tiap ruang pameran koleksi seperti papan huruf braille dan koleksi museum dummy yang dapat diraba, selain itu tayangan bahasa isyarat yang tersedia pada fitur museum *virtual* juga perlu disediakan untuk pengunjung luring yang mendatangi museum secara langsung sebab berdasarkan observasi peneliti di museum tayangan bahasa isyarat tidak tersedia di bagian apapun pada museum, terakhir mengenai kamar mandi khusus disabilitas dikarenakan pengelola sudah menyediakan fasilitas ini namun letak toilet khusus ini sulit dijangkau sebab berada di lantai *basement* sehingga pengunjung disabilitas kurang menyadari keberadaannya, pengelola dapat memberikan *signage* yang lebih jelas supaya pengunjung disabilitas mengetahui letak toilet khusus tersebut secara tepat.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi berisikan atribut diyakini penting pengunjung dan kinerjanya telah seialur dengan yang wisatawan rasakan. Atribut ada dalam kuadran ini adalah atribut pelayanan nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 20, 29, 34 dan 35. Rekomendasi yang peneliti berikan ialah, pengelola harus mempertahankan atribut pelayanan karena atribut pelayanan dikuadran ini sudah sangat baik menurut pengunjung.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran prioritas rendah berisikan atribut kurang penting bagi pengunjung dan kinerjanya juga tidak sejalan dengan yang pengunjung rasakan. Atribut kuadran ini adalah atribut pelayanan nomor 13, 17, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 dan 28. Rekomendasi yang diberikan peneliti pada kuadran ini adalah, pengelola perlu mempertimbangkan kembali jika ingin meningkatkan kualitas pelayanan dari atribut dikuadran ini sebab pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan sangat kecil.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran berlebihan berisikan atribut yang tidak penting bagi wisatawan dan kinerjanya dirasa berlebihan oleh pengunjung, yaitu atribut pelayanan nomor 33. Rekomendasi yang dapat peneliti berikan dalam kuadran ini adalah, pengelola dapat mengurangi kegiatan seminar, pameran tematik dan museum keliling sebab kondisi pemerintahan terkini yang melakukan efisiensi anggaran yang berdampak kepada seluruh kementerian tak terkecuali Kementerian Kebudayaan yang menaungi Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti, dikhawatirkan jika pengelola tetap menjalankan kegiatan ini akan mengganggu operasional museum yang akan berdampak pada penurunan kualitas atribut pelayanan lainnya yang sudah baik, untuk mengatasinya pengelola dapat melakukan kegiatan ini secara daring seperti melalui media sosial dan *zoom*.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dapat diketahui bahwa kondisi HISTOQUAL yang ada di Museum Kepresidenan RI Balai Kirti berada di tingkat yang sangat baik dengan *mean* tingkat kesesuaian antara kinerja pelayanan dan kepentingan pelayanan berada di angka 91,67%. Angka ini juga dapat memberikan gambaran bahwa pengunjung puas dengan pengalaman berkunjung yang mereka rasakan selama mengunjungi museum. Meskipun kondisi HISTOQUAL berada di tingkat yang sangat baik namun pihak pengelola

perlu menaruh perhatian dan kepedulian ekstra terhadap atribut pelayanan dirasa penting bagi wisatawan tapi masih kurang maksimal dalam kinerjanya sehingga diharapkan HISTOQUAL yang telah ada selalu terjaga bahkan meningkat.

Keterbatasan pada penelitian ini terletak pada penggunaan alat untuk menganalisis evaluasi HISTOQUAL yang hanya menggunakan metode *importance performance analysis* sehingga mungkin analisa yang dihasilkan kurang mendalam, oleh karena itu penelitian di masa mendatang disarankan menggunakan alat analisis HISTOQUAL lainnya misalnya seperti *analytic hierarchy process* (AHP) dan *structural equation modeling-partial least squares* (SEM-PLS).

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Y. G., Chen, Z. H., Ho, J. C., dan Lee, C. S. (2009). In-depth tourism's influences on service innovation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(4), 326-336.
- Frochot, I. dan Hughes, H., (2000). HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale. *Tourism management*, 21(2):157-167.
- icom.museum (24 Agustus 2022). International Council Of Museums. 2021. Museum Definition. Diakses pada 1 Februari 2025. Tersedia pada: [Museum Definition - International Council of Museums - International Council of Museums](#).
- Indrasari, M., (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya (ID): Unitomo Press.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 13). (Sabran, B., Penerjemah). Erlangga.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2016). *Marketing Management* (Global Edition, Ed. 15). Harlow (UK): Pearson Education.
- Nilashi, M., Fallahpour, A., Wong K. Y., dan Ghabban, F. (2022). Customer satisfaction analysis and preference prediction in historic sites through electronic word of mouth. *Neural Computing and Applications*. 34(16):13867-13881.
- Putra, F., (2016). Implementation of HISTOQUAL Model to Measure Visitors' Expectations and Perceptions in Museum Geology Bandung. In *Asia Tourism Forum 2016-The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (pp. 328-333). Atlantis Press.
- Ramadhani, A. Y. H., (2022). *Pemanfaatan Museum Panglima Besar Jenderal Soedirman sebagai Sumber Belajar Sejarah*. [skripsi]. Purwokerto (ID): Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Ramdan, U. S., (2020). *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual-Importance Performance Analysis (Studi Kasus Nasabah Pt Bni Syariah Cabang Karawang)*. [skripsi]. Jakarta (ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Saputra, B. dan Savitri, D., (2020). Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 8(3): 239-253.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Supranto, J., (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta (ID): Rineka Cipta.
- Sutaarga, M. A., (1997). *Pedoman Penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum*. Jakarta (ID): Direktorat Jenderal Kebudayaan Proyek Pembinaan Permuseuman Jakarta.

- Wardhana, A., (2024). *Consumer Satisfaction In The Digital Edge – Edisi Indonesia*. Purbalingga (ID): Eureka Media Aksara.
- Wibowo, A. J. I., (2015). Persepsi kualitas layanan museum di Indonesia: Sebuah studi observasi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(1).