

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kata "museum" berasal dari bahasa Yunani "MUSEION." Dalam pengertian kontemporer, museum adalah lokasi dengan keahlian sejarah dan budaya yang berfungsi untuk melestarikan koleksi artefak. Orang-orang dapat berinteraksi dan belajar tentang peristiwa sejarah dalam kehidupan manusia dan lingkungannya, serta sains (Chourdakis et al., 2019) .

Sebagai sumber daya pendidikan yang menawarkan pengalaman langsung kepada pengunjung, museum memegang peranan penting dalam pendidikan (Direktorat Museum, 2008). Museum Siginjai, Museum Perjuangan Jambi, dan Museum Gentala Arasy merupakan tiga museum pertama di Provinsi Jambi. Koleksi di bidang geologi, biologi, etnografi, arkeologi, sejarah, numismatik, filologi, keramik, seni rupa, dan teknologi dapat ditemukan di Museum Siginjai. Koleksi sejarah Islam di Jambi disimpan di Museum Gentala Arasy. (Dwirasa, 2022).

Museum Perjuangan Jambi yang beralamat di Jl. Sultan Agung Lap. Bull NI. 12, Murni, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi, menawarkan keunikan tersendiri. Museum ini berdiri pada tanggal 6 Juni 1993 dan diresmikan oleh Bapak Suharto pada tanggal 10 Juli 1997 (Gusenda, B.A, 2022). Museum yang memiliki tiga lantai dan satu ruang teater kecil ini menyimpan berbagai koleksi artefak militer. Museum ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata karena menyimpan artefak yang menceritakan perjuangan daerah Jambi untuk melepaskan diri dari penjajahan.

Berbagai macam persenjataan modern yang digunakan untuk melawan pasukan kolonial, antara lain peralatan perang agama, alat komunikasi, dan persenjataan tradisional. (Gusenda, B.A, 2022).

Karena minat masyarakat untuk mengunjungi museum pada umumnya rendah, masalah yang sering terjadi di museum adalah jumlah kunjungan. Bagi museum, pengunjung adalah sumber daya manusia yang vital; tanpa mereka, museum hanya akan menjadi tempat penyimpanan artefak dari koleksi. (Jannah et al., 2020).

Museum perlu memasarkan dirinya seperti halnya organisasi lainnya. Pemasaran diperlukan untuk setiap produk atau layanan agar dapat menyajikan hasilnya kepada masyarakat umum. Dalam konteks budaya, museum merupakan gudang pengetahuan tentang budaya manusia yang relevan dengan masyarakat modern. Minat wisatawan terhadap Museum Perjuangan Jambi masih minim, terbukti dari rendahnya jumlah pengunjung. Agar menarik minat masyarakat, museum perlu mampu menampilkan dirinya melalui kemasan yang imajinatif. Untuk mendorong minat masyarakat agar berkunjung, diperlukan pendekatan pemasaran yang tepat dan terarah. (Daranca, 2016).

Kelebihan dan kekurangan Museum Perjuangan Jambi sebagai destinasi wisata harus diperhatikan dalam rencana pemasarannya. Bagaimana museum tersebut mempromosikan dirinya kepada masyarakat luas, khususnya di Jambi, dengan berbagai strategi pemasaran? Salah satu komponen utama dari strategi pemasaran tersebut adalah periklanan, yang sangat penting untuk menarik wisatawan datang ke Museum Perjuangan Jambi.(Jannah et al., 2020). Karena periklanan sangat penting dan dibutuhkan oleh suatu organisasi. Peran periklanan Museum

Perjuangan Rakyat Jambi saat ini masih kurang dan kurang aktif, yang mengakibatkan berkurangnya pengunjung dan minat masyarakat untuk berkunjung ke museum. Hal ini dikarenakan pemilihan media yang tepat dan efektif sangat penting dalam memasarkan suatu produk, sekalipun produk atau jasa tersebut kualitasnya rendah.

Alasan penulis mengangkat temaini untuk membantu pengunjung di museum Perjuangan Rakyat Jambi, dimanapeneliti ini akan membantu museum agar bisa mendapat peningkatan kunjungan dengan berbagai cara atau strategi supaya pengunjung bisa bertambah.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dinamika pemasaran dalam Museum Perjuangan Jambi menjadi permasalahan karena kurangnya pengunjung setiap hari, oleh karena itu penulis mengangkat dua pertanyaan peneliti, yaitu:

1. Bagaimana pemasaran yang telah dilakukan museum perjuangan jambi?
2. Strategi apa saja yang bisa meningkatkan kunjungan di Museum PerjuanganJambi?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang akan dilakukan:

1. Membantu pemasaran Museum Perjuangan Jambi yang telah dilakukansebelumnya dan akan menambah strategi pemasaran yang baru dari peneliti.

2. Mengetahui apa saja strategi yang bisa dipakai untuk mempengaruhi peningkatan dalam berkunjung ke Museum Perjuangan Rakyat Jambi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berikut manfaat dari penelitian tentang pemasaran dalam meningkatkan kunjungan di Museum Perjuangan Jambi yaitu:

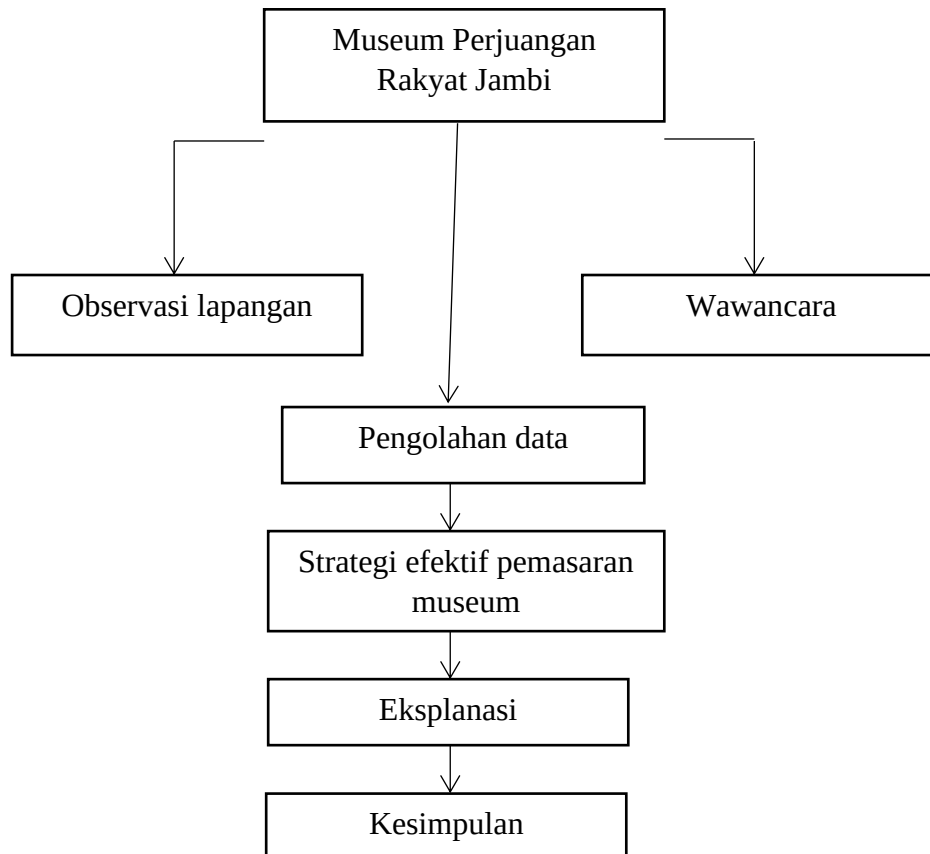
1. untuk meningkatkan pemahaman pembaca, masyarakat umum, dan penulis tentang teknik pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kunjungan masyarakat ke Museum Perjuangan Rakyat Jambi.
2. Membantu pihak museum agar dapat meningkatkan kunjungan di Museum Perjuangan Jambi.

1.5 RUANG LINGKUP

Penelitian ini berlokasi di Museum Perjuangan Jambi JL. Sultan Agung Lap. Banteng NI. 12, Murni, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi. Kajian strategi dalam meningkatkan kunjungan di Museum Perjuangan Rakyat Jambi melalui sosial media seperti facebook dan instagram, bekerja sama juga dengan komunitas dan sekolah seperti SD, SMP, SMA, untuk mengadakan lomba. Dengan berbagai strategi yang sudah dijelaskan, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang belum dilakukan pihak museum akan dilakukan Peneliti dalam meningkatkan pengunjung. Peneliti melakukan kuesioner menggunakan teknik purposive sampling dengan rumus slovin. Batas umur untuk mengisi kuesioner 15 tahun ke atas diambil dari sample pada tahun 2024, kemudian mendapatkan jumlah sample yang akan dicari berjumlah 100 orang. Untuk sampel pengunjung, peneliti sudah melakukan

penelitian selama berkunjung di museum kebanyakan dari pelajar berjumlah 90 dari 100 responden, dan kedua mahasiswa 7, pegawai 1 dan lainnya.

1.6 ALUR PEMIKIRAN



Sumber: Willi Septian, 2024

1.7 TINJAUAN PUSTAKA

1.7.1 Penelitian Terdahulu

"Museum Perjuangan Rakyat Jambi 1997-2015" merupakan judul skripsi Erri Putrapratama tahun 2017 untuk Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Sejarah, Universitas Batanghari. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang berdirinya Museum Perjuangan Rakyat Jambi dan bagaimana keberadaannya mampu menarik minat masyarakat untuk mempelajari sejarah. Penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan skripsi ini, karena penulis lebih memfokuskan pada pemasaran Museum Perjuangan Rakyat Jambi, sedangkan skripsi ini menganalisis keberadaan museum tersebut.(pratama.2015).

Kemudian, pada jurnal “Pemanfaatan Museum Perjuangan Rakyat Jambi sebagai Sumber Belajar Mahasiswa Pendidikan Sejarah Universitas Jambi” Vol. 2 No. 1 April 2023, Adelia Ramadanti melakukan penelitian. Jurnal ini memaparkan tentang pemanfaatan Museum Perjuangan Jambi sebagai sarana pendidikan. Karena sejarah sangat penting dalam membentuk karakter suatu negara, maka belajar sejarah di Museum Perjuangan Jambi juga akan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menilik berbagai peristiwa yang berkaitan dengan Jambi. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa pendidikan sejarah Universitas Jambi, mereka jarang sekali datang atau belajar di Museum dan hanya mengandalkan sumber belajar daring. Publikasi ini ditujukan bagi mahasiswa pendidikan sejarah yang ingin belajar bersama di Museum Perjuangan Jambi, sedangkan penelitian penulis akan difokuskan pada pemasaran di Museum Rakyat Jambi. (Ramadhanti, 2023).

Skripsi Bima Ajitama Gusenda dari Program Studi Arkeologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi (2022) berjudul "Evaluasi Sistem Keamanan Museum Perjuangan Rakyat Jambi". Dalam rangka meningkatkan keamanan di Museum Perjuangan Jambi, tesis ini mengkaji sistem keamanan yang telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sebaliknya, penelitian penulis akan difokuskan pada pemasaran di Museum Perjuangan Jambi, sedangkan Museum Rakyat Jambi akan lebih difokuskan pada keamanan. (Bima.2022).

Pada tahun 2022, Rokki Simanjorang mengajukan skripsi berjudul "Perjuangan Subteritorial Djambi dalam Menghadapi Agresi Militer Belanda di Karesidenan Jambi Tahun 1946-1949" ke Program Studi Sejarah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. membahas tentang perjuangan Subteritorial Djambi dalam menghadapi agresi militer Belanda dan bagaimana gencatan senjata di wilayah Jambi berakhir. Sementara penulis berkonsentrasi pada pemasaran di Museum Rakyat Jambi, penelitian yang akan dilakukannya akan mengeksplorasi Agresi Militer Belanda di Jambi.(Simanjorang, 2022).

Jurnal yang berjudul Peningkatan Minat Siswa Dalam Meneliti Sejarah Lokal Melalui Program Kunjungan Museum Perjuangan Rakyat Jambi. Jurnal ini membahas tentang seberapa minat siswa dari MAN Insan Cendeka Jambi berkunjung ke museum perjuangan rakyat jambi dengan membagikan kuesiner menggunakan rumus slovin sebanyak 35 sample untuk mencari data. Sementara penulis yang akan dilakukannya adalah mencari strategi untuk meningkatkan pemasaran di museum.

1.7.2 Penelitian Relevan

Referensi dan perbandingan dapat diambil dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian ini dilakukan oleh Deni Hardiansyah dan rekan-rekannya di tahun 2019. "Perancangan Media Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan ke Museum Nasional Indonesia" dimuat dalam publikasi program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, Volume 6, Edisi 2, Agustus 2019. Artikel ini menguraikan cara membuat materi promosi dengan menggunakan berbagai teknik desain, termasuk pemasaran, promosi, periklanan, dan komunikasi, untuk meningkatkan jumlah pengunjung museum. Jurnal ini relevan dengan penelitian karena keduanya memuat strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung Museum Perjuangan Jambi (Hardiansyah, 2019).

Jurnal Unira Daranca, Volume 1 (2023) Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. dengan judul "Inisiatif Peningkatan Pariwisata Berbasis Museum di Jakarta: Rencana Pengembangan Museum Nasional Indonesia." Berbicara tentang inisiatif untuk meningkatkan jumlah pengunjung museum nasional, mengingat berbagai permasalahannya, museum nasional merupakan tempat yang sangat membosankan untuk dikunjungi. Jika museum dipandang sebagai destinasi wisata di Indonesia, dapat dikatakan bahwa museum belum muncul sebagai destinasi yang paling populer atau diminati oleh masyarakat umum. Pada tahun 2009, Gerakan Nasional Cinta Museum digagas oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata dengan tujuan untuk mempromosikan kunjungan ke museum nasional. Agar museum menjadi destinasi yang membuat orang merasa wajib untuk mengunjunginya, program ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat layanan yang mereka berikan kepada pengunjung

berdasarkan peran mereka. Relevansi jurnal ini dengan penelitian saya adalah bahwa jurnal ini memiliki masalah awal yaitu rendahnya kunjungan museum dan dapat mengatasinya melalui berbagai strategi promosi. (Daranca, 2023).

Ahmadintya Anggi Hanggraito dkk. Jurnal, "Alternative Marketing Mix Strategy 7P Museum Batik Yogyakarta," Vol. 4, no. 2, 2020. Berbicara mengenai segmentasi pasar Museum Batik Yogyakarta, menciptakan koleksi dan produk batik merupakan salah satu pendekatan untuk menjaga budaya lokal Indonesia. Seiring dengan upayanya untuk melestarikan batik, Museum Batik menjadi pelopor dalam memasarkan jasa dan produknya. Observasi langsung dan wawancara mendalam digunakan untuk mengidentifikasi bauran pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta, yang meliputi paparan terhadap variabel 7P berikut: 1. Product (Produk); 2. Price (Harga); 3. Promotion (Promosi); 4. Place (Tempat); 5. Physical Evidence (Bukti Fisik); 6. People (Orang); dan 7. Process (Proses). Publikasi ini relevan dengan penelitian saya karena ingin mempromosikan barang jasanya, dan saya dapat menggunakan strategi pemasaran 7P yang ditawarkan Museum Batik. (Hanggrito, 2020).

Mahasiswa Politeknik Pariwisata Negeri Palembang dan Politeknik Darussalam berpartisipasi dalam Jurnal Muhammad Taslim, Firdaus Vol. 1, No. 1, Oktober 2021. Judulnya adalah "Peran Pemasaran dan Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Monpera". Berbicara tentang peran pemasaran dan promosi di Museum Monpera, strategi pemasaran yang dilakukan museum antara lain menyebarkan spanduk dan brosur, menggunakan media sosial, iklan, dan event. Pada tahun 2016, peristiwa langka gerhana matahari

total yang terjadi di seluruh Indonesia menarik banyak pengunjung ke museum. Akibat adanya event Asian Games di Palembang, Museum Monpera mengalami penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2017 dan peningkatan jumlah wisatawan pada tahun 2018. Relevansi jurnal ini dengan penelitian saya adalah untuk mengidentifikasi pendekatan dalam meningkatkan jumlah pengunjung museum di tengah minimnya jumlah pengunjung. (Taslim, 2021).

Jurnal I: 2020 Program Studi Perhotelan Gede Putra Nugraha Made Dian Putri Agustina Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, Vol. 2, no. 2, Agustus 2020. Judulnya adalah "Strategi Pemasaran Museum Buleleng dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan". Strategi pemasaran Museum Buleleng yang saat ini belum ada karena semua kegiatan pemasaran telah berhenti sejak tahun 2006, dimuat dalam isi jurnal tersebut. Hal ini dikarenakan manajemen tidak memiliki cukup uang untuk promosi. Jurnal ini relevan dengan penelitian saya karena membantu saya mengidentifikasi rencana pemasaran museum.(Nugraha, 2020).

1.7.3 KERANGKA TEORI

Pendekatan "Experiential Marketing", yang mencoba mendorong pelanggan setia untuk merasa senang dengan barang dan jasa, adalah pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini. melibatkan penggabungan pengalaman dan persepsi sensorik untuk menumbuhkan loyalitas. Untuk menciptakan hubungan emosional dan menghasilkan hasil yang diinginkan, experiential marketing menggunakan interaksi pelanggan dan pengalaman pribadi untuk mempromosikan barang dan jasa. Membuat hubungan antara produk atau jasa dan pelanggan dengan

mempelajari pengalaman mereka dan membantu mereka berhubungan dengan produk (Lin, 2019).

Ada beberapa unsur indikator yang terdapat di experimental marketing diantaranya: sensorik (sense) merupakan bentuk emosional dalam memberikan pengalaman yang positif terhadap merek atau produk, efektif (feel) memanfaatkan reaksi pengunjung museum yang dilaporkan sendiri terhadap karya seni yang dipamerkan pihak museum, kognitif kreatif (think) mengacu pada pengalaman berpikir pengunjung, yaitu pemikir konvergen dan diverge, pengalaman fisik, perilaku dan gaya hidup (act) merupakan tindakan fisik dan berinteraksi yang muncul yang disebabkan karena pengaruh luar dan opini dalam, identitas sosial (relate) merupakan upaya menghubungkan produk/merek dengan dirinya dan orang lain melalui budaya dan lingkungan sosial (Schmitt, 1999). Karena ada berbagai pameran museum, arsitektur, dan lingkungan sekitar yang dapat meningkatkan kemungkinan pengunjung berinteraksi dengan museum, pengalaman positif akan membangkitkan minat mereka dan membuatnya tampak mengesankan dan menarik. Hasil ini akan menunjukkan bahwa meningkatkan pemasaran eksperimental dapat memberikan dampak yang menguntungkan dan meningkatkan niat pengunjung untuk kembali. Menerapkan pengalaman melalui kelima indra-indra, sensasi, pikiran, tindakan, dan yang terkait.(Jannah et al., 2020).

1.8 METODE PENELITIAN

Mengingat sifat deskripsi eksploratif dalam penelitian kualitatif, penelitian ini bersifat induktif. Pendekatan ini dimulai dengan pengumpulan data primer dan sekunder, yang kemudian dianalisis untuk menghasilkan generalisasi

empiris(Tanudirjo, 1998) Metode Kualitatif adalah penelitian atau riset yang bersifat deskripsi dan cenderung menggunakan tahapan analisis,proses atau makna untuk menampilkan.

1.8.1 PENGUMPULAN DATA

Sebelum melakukan studi tambahan, langkah pertama dalam proses ini adalah mengumpulkan informasi dari tinjauan pustaka dan data lapangan.

1.8.1.1 Data Primer

1.8.1.1.1 Observasi

Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap museum-museum yang telah terdokumentasi sebelumnya dan mengandung unsur-unsur yang mengarah pada pemasaran museum. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan deskripsi data dan mempelajari strategi pemasaran yang digunakan oleh Museum Perjuangan Rakyat Jambi.

1.8.1.1.2 Wawancara

Wawancara atau diskusi singkat yang dilakukan dengan pihak - pihak terpilih tentunya yang dianggap berkompeten dalam bidangnya guna mengumpulkan sumber data, baik yang berupa pemasaran yang telah dilakukan dan yang belum dilakukan pihak museum. Wawancara terbuka merupakan wawancara yang dilakukan dengan tidak merahasiakan informasi kepada narasumber dan juga memberikan pertanyaan yang tidak terbatas.(Wulan Megayuniar.2018.42) Wawancara ini dilakukan dengan staff koleksi ataupun staf lainnya yang bisa membantu.

1.8.1.1.3 Kuesioner

Metode pengumpulan data seperti kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dari partisipan dan mendukung temuan wawancara penelitian. Penulis menggunakan kuesioner tertutup untuk survei semacam ini, dengan penjelasan yang sudah disediakan, sehingga partisipan hanya perlu melengkapi pertanyaan formulir Google. Survei diberikan kepada 100 partisipan. Pengambilan sampel secara purposif, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu, adalah ukuran sampel yang digunakan penulis untuk penelitian ini (sugiono.2019).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Tingkat kesalahan sampel

Populasi yang didapatkan dalam penelitian ini diketahui dari jumlah pengunjung Museum Perjuangan Rakyat Jambi tahun 2024, yang diperoleh sebesar 12.784 pengunjung. Dimana presentase tingkat kesalahan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 10%. Perhitungan sampel ditunjuk pada rumus dibawah ini :

Diketahui : $N = 12.784$

$$e = 10\%$$

Ditanya : $n ?$

Jawab : Rumus $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

$$n = \frac{12.784}{1 + 12.784 \times 0.01}$$

$$n = 12.784 (1 + (12.784 \times 0,01))$$

$$n = 12.784 : (1 + 127)$$

$$n = 12.784 : 128$$

$$n = 99.87 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

1.8.2 DATA SEKUNDER

a. Kajian Pustaka

Survei literatur dilakukan untuk mempelajari lebih lanjut tentang pemasaran di museum, baik secara khusus maupun umum. Sumber data ini dapat diakses melalui tinjauan literatur yang disertakan dalam tesis, jurnal, makalah penelitian, dan item lain yang berkaitan dengan penelitian.

1.8.2.1 PENGOLAHAN DATA

Pengolahan data merupakan langkah penting dalam proses penelitian karena memungkinkan informasi yang dikumpulkan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memperkuat data dengan data primer dan sekunder.

1. Pengolahan data Primer.

Pengolahan data akan dilakukan dengan cara deskripsi terkait dengan kajian peneliti tentang pemasaran yang sudah dilakukan dan belum dilakukan oleh Museum Perjuangan Jambi untuk mendapatkan hasil yang akan dilakukan untuk meningkatkan pengunjung.

2. Pengolahan data Sekunder

Pengolahan data sekunder dilakukan dengan cara mencari studi literatur sebagai bahan rujukan yang dilakukan pendeskripsian agar memperkaya penjelasan mempermudah pembaca dalam memahami kajian.

1.8.3 ANALISIS DATA

Dengan menelaah hasil pengumpulan data, prosedur analisis data ini bertujuan untuk menjawab rumusan topik penelitian. Hal tersebut telah dicatat oleh peneliti, termasuk pengamatan taktik pemasaran yang belum dilaksanakan oleh Museum Perjuangan Rakyat Jambi. Analisis ini didasarkan pada strategi pemasaran yang akan dilaksanakan peneliti untuk meningkatkan jumlah pengunjung sesuai dengan pendekatan yang telah dilaksanakan.

1.8.4 EKSPLANASI

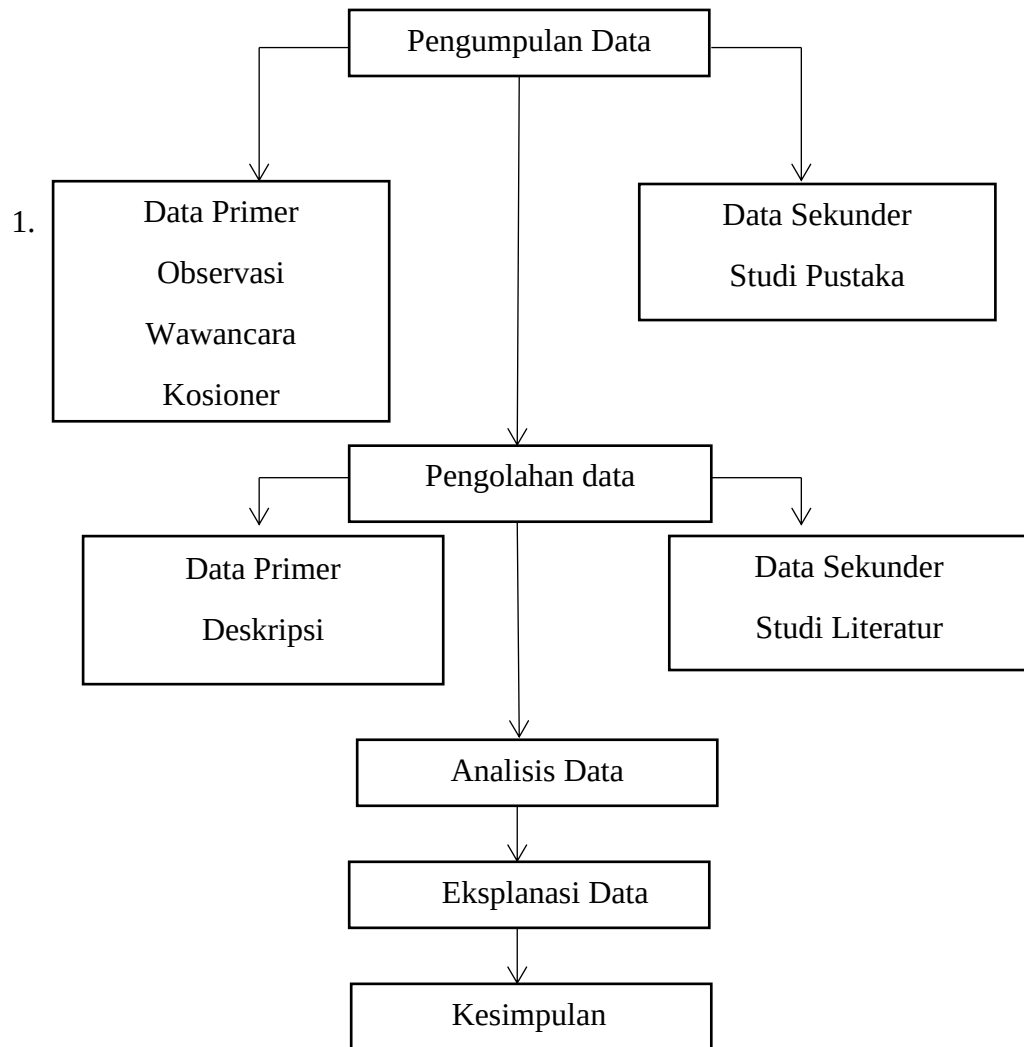
Eksplanasi adalah kegiatan untuk menyajikan data menjadi suatu informasi sehingga menghasilkan suatu narasi yang lengkap sebelum proses penarikan kesimpulan. Tahapan eksplanasi mengharuskan data-data untuk diseleksi dan menjadi lebih spesifik pada fokus permasalahan penelitian. Pada tahapan ini penjelasan mengenai gambaran kondisi pemasaran yang ada di museum perjuangan

rakyat jambi diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lengkap dan komunikatif sehingga mudah untuk dipahami oleh pengunjung museum. Eksplanasi pada penelitian ini berupa olahan data dari kuesioner dan wawancara.

1.8.5 PENARIKAN KESIMPULAN

Menemukan teknik pemasaran yang efisien untuk meningkatkan kunjungan ke Museum Perjuangan Jambi merupakan simpulan penelitian tersebut. Jika sudah dilakukan pemasaran yang berfokus pada pengunjung.

1.9 ALUR PENELITIAN



Sumber: Willi Septian