

1. Berdasarkan Matriks IFAS, pengelola Museum *Huta Bolon* Simanindo kurang merespon faktor internal (2,374), sementara berdasarkan Matriks EFAS, pengelola Museum *Huta Bolon* Simanindo merespon faktor eksternal dengan baik (2,659).
2. Posisi pengembangan Museum *Huta Bolon* Simanindo melalui Matriks IE menunjukkan *Hold and Maintain* (Jaga dan Pertahankan) karena berada pada posisi V. Strategi yang dapat dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan cara: memperkuat promosi lewat periklanan baik di media cetak maupun media online. Melakukan program “Duta Museum” untuk mendukung periklanan sebagai bentuk promosi juga dapat dilakukan dengan tujuan agar dapat menjangkau sekolah-sekolah dan universitas-universitas sehingga dapat memperluas pasar dan melaksanakan program edukasi berbasis museum sehingga tercipta masyarakat sadar wisata. Menghidupkan kembali paket wisata yang pernah dilaksanakan dengan ruang lingkup Museum *Huta Bolon* dan Pulau Tao. Sementara pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara: memodifikasi atraksi budaya yang selama ini dilakukan berbasis pada upacara ritual *mangalahat horbo* dapat dikembangkan dan dimodifikasi dengan upacara ritual lainnya seperti pertunjukan kesenian *mossak* (silat Batak) yang hampir punah. Modifikasi pada instalasi koleksi juga dapat menjadi salah satu cara pengembangan produk.
3. Berdasarkan kuadran analisis SWOT, pengembangan Museum *Huta Bolon* Simanindo menunjukkan posisinya berada pada kuadran I (0,94; 0,46) sehingga diperlukan pemilihan strategi berupa pengembangan pasar,

penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi vertikal (depan / belakang), integrasi horizontal, diversifikasi konsentrik.

4. Berdasarkan Matriks SWOT, pengembangan Museum *Huta Bolon* Simanindo menunjukkan bahwa pemilihan strategi berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman (ST).
5. Strategi besar (*grand strategy*) pengembangan Museum *Huta Bolon* Simanindo mengarah pada peningkatan yang mencakup enam sektor pengembangan meliputi Pemasaran, Produksi, Keuangan, R & D (*Research & Development*), SDM dan CSR (*Corporate Social Responsibility*).



5.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Saran untuk pemerintah
 - a. Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir sebaiknya dapat membantu untuk mendaftarkan Museum *Huta Bolon* sebagai salah satu cagar budaya dan pusat konservasi kebudayaan Batak Toba di Kabupaten Samosir.

- b. Promosi destinasi wisata di Kabupaten Samosir yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir masih perlu ditingkatkan kembali terutama pada media-media online.
 - c. Menemukan metode yang dapat memadukan destinasi wisata alam dengan destinasi wisata budaya yang ada di Kabupaten Samosir sehingga permintaan wisatawan terhadap dua tipe destinasi tersebut akan seimbang.
 - d. Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir sebaiknya fokus pada pengembangan destinasi wisata yang telah ada sebagai destinasi wisata unggulan. Membuka destinasi-destinasi wisata baru akan sangat mudah apabila pengembangan destinasi wisata yang telah ada berhasil dan sukses.
 - e. Penentuan tipologi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Samosir sebaiknya dapat dikaji kembali oleh Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir.
2. Saran untuk pengelola
- a. Pengelola Museum *Huta Bolon* sebaiknya mulai fokus pada faktor internal yang dimiliki.
 - b. Berdasarkan data matriks SWOT, pengelola sebaiknya segera membina komunikasi dan memperkuat kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Samosir, *event organizer*, *tour agent*, Asosiasi Museum Indonesia, sekolah-sekolah dan universitas, seniman maupun pengrajin.

- c. Meningkatkan *branding* Museum *Huta Bolon* sebagai *Open Air Museum* dan museum yang memiliki atraksi budaya melalui autentisitas dan keunikan yang tidak dapat ditiru oleh destinasi wisata lain menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pengelola.
- d. Memperbaiki infrastruktur Pulau Tao, sehingga pengelola dapat menghidupkan kembali paket wisata yang dulunya pernah dilakukan.
- e. Pengelola sebaiknya mulai memperhatikan sektor produksi Museum *Huta Bolon*. Bekerjasama dengan kurator dan bidang Arkeologi sangat diperlukan untuk memperbaiki dan merawat benda-benda peninggalan sejarah yang ditawarkan oleh pengelola.
- f. Pengembangan Museum *Huta Bolon* dapat tercipta apabila adanya sinergi dan kerjasama yang baik dengan pemerintah, masyarakat, lembaga-lembaga lainnya.



3. Saran untuk penelitian lebih lanjut

Penelitian ini terbatas hanya pada strategi pengembangan dan belum sampai pada tahap implementasi strategi, oleh sebab itu peneliti menyarankan kepada penelitian berikutnya untuk lebih mengkaji segi dan bidang lainnya dalam pengembangan Museum *Huta Bolon* Simanindo sehingga dapat memberikan kontribusi positif kepada pengelola Museum *Huta Bolon* untuk meningkatkan pengelolaan, pengembangan dan kunjungan wisatawan. Selain itu dapat

memberikan kontribusi positif bagi penelitian mengenai museum yang terdapat di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

Amornpinyo, Nath. 2016. *The Strategic Development for Enhancing Competitiveness of the Community Entrepreneur: A Study of the Ban Chiang World Heritage Site* *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities Vol. 24 (S), January*. Universiti Putra Malaysia Press.

Ben, Sarbini Mbah. 2010. *Paradigma Baru Pariwisata: Sebuah Kajian Filsafat*. Kaukaba Dipantara. Yogyakarta.

- Cevirgen, Aydin, Muhammet Kesgin & Ismet Kaya. 2008. *The Effect of Service Quality Perceptions on Visitor Satisfaction: An Empirical Study in Alanya Castle* dalam *International Tourism Conference Alanya, Turkey*.
- Creswell, John W. 2015. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, Third Edition*, terjemahan Ahmad Lintang Lazuardi. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Damanik, Phil Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang dan Tantangan*. Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Darsoprajitno, H. Soewarno. 2002. *Ekologi Pariwisata: Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*. Angkasa. Bandung.
- David, Fred R, 2006. *Strategic Management: Concepts and Cases, 10th ed*, terjemahan Ichsani Setiyo Budi. Salemba Empat. Jakarta.
- Direktorat Museum, Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala. 2008. *Pedoman Museum Indonesia*. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Evans, Jody, Kerrie Briedson & Ruth Rentschler. 2010. *Drivers, Impediments and Manifestations of Brand Orientation* dalam *European Journal of Marketing Vol. 46*. Emerald Group Publishing Limited.
- Fahmi, Irham. 2012. *Manajemen: Teori, Kasus dan Solusi*. Alfabeta. Bandung.
- Izquierdo, Carmen Camarero & Maria José Garrido Samaniego. 2007. *How Alternative Marketing Strategies Impact The Performance of Spanish Museums* dalam *Journal of Management Development Vol. 26, No. 9*. Emerald Group Publishing Limited.
- Juwita, Ida Ayu Eva Ratna. 2014. *Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. Program Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Kartika, Ema Ratri J. 2014. *Analisis Potensi Pengembangan Museum Batik Di Yogyakarta*. Program Magister Ekonomi Pembangunan Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Kaye, Michael Allison & Jude. 2013. *Strategic Planning For Nonprofit Organizations*. Terjemahan Yayasan Tifa. Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.

- Mavragani, Eleni. 2013. *Museum's Service Quality and Visitor's Future Intention: The Case of Greek Museums* dalam *The 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management*.
- Moore, Kevin. 2005. *Museum Management: Leicester Readers in Museum Studies*. Routledge. New York.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri,. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Rukmana, Indra. 2015. *Strategi Pengelolaan Museum Benteng Vrederburg Sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Budaya Di Yogyakarta*. Program Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Shi, Hui-Ying. 2008. *A Study of Service Quality and Satisfaction for Museums Taking the National Museum of Prehistory as an Example* dalam *The Journal of Human Resource and Adult Learning Vol. 4 Num. 1, June 2008*.
- Simanjuntak, Bungaran Antonius. 2011. *Pemikiran tentang Batak: Setelah 150 Tahun Agama Kristen di Sumatera Utara*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.
- Situmorang, Sitor. 2009. *Toba Na Sae: Sejarah Lembaga Sosial Politik Abad XIII-XX*, Komunitas Bambu, Jakarta.
- Sudana, I Putu. 2010. *Grand Strategy Pemasaran Industri Cafe di Sentra Pariwisata Pantai Kedonganan* dalam *Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 10, No.1*. Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Sudana, I Putu. 2013. *Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis di Desa Belimbing, Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan* dalam *Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 13, No. 1*. Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Sunarto, 2005. *MSDM Strategik*. AMUS. Yogyakarta.
- Vergouwen, J. C. 2004. *Masyarakat dan Hukum Adat Batak Toba*. PT. LkiS Pelangi Aksara. Yogyakarta.
- Weaver, David dan Laura Lawton. 2006. *Tourism Management, Third Edition*. John Wiley & Sons. Australia.

Yin, K. Robert, 2014. *Case Study Research: Design and Methods*, terjemahan M. Djauzi Mudzakir. PT. Rajagrafindo Persada. Depok.

WEBSITE

Antara. 2015. *Ketika Wisatawan Terusik Asap Sumatera*. Diakses pada tanggal 28 September 2015, pukul 17.31 WIB, dari <http://travel.kompas.com/read/2015/09/18/093700827/Ketika.Wisatawan.Terusik.Asap.Sumatera?page=all>.

ICOM. (2013), *Museum Definition*, (online), (<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>), diakses 15 Oktober 2015.

T. Kr-WRS/B/B.Situmorang/B.Situmorang. 2015. *Museum Huta Bolon Diminati Turis Mancanegara*. Diakses pada tanggal 28 September 2015, pukul 17.19 WIB dari <http://www.antarasumut.com/berita/143024/museum-huta-bolon-simanindo-diminati-turis-mancanegara>.

