

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis faktor *internal* dan *eksternal*, posisi kuadran berada pada posisi IV yaitu *Growth and Build* (tumbuh dan bina). Posisi tersebut mengindikasikan formulasi strategi pengembangan tata kelola yang diterapkan Museum Omahku Memoriku adalah dengan cara bekerja sama dengan intitusi pendidikan, bekerja sama dengan asosiasi pemandu wisata, memasang iklan di hotel, menambah atraksi, menambah koleksi, menambah segmen baru sehingga dapat menarik wisatawan.

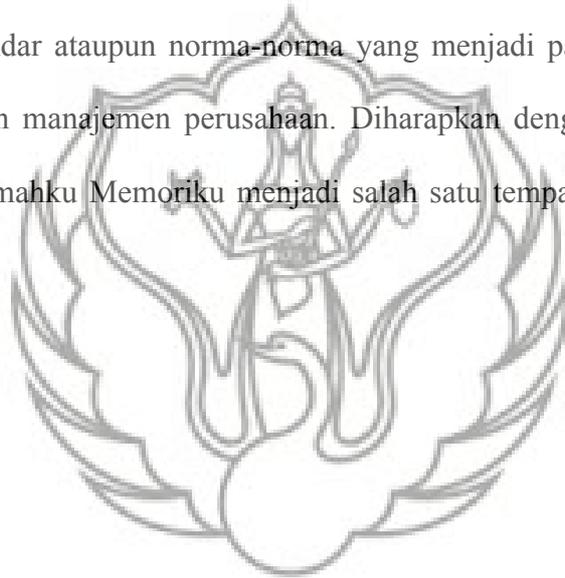
Tahap keputusan berdasarkan kuadran analisis, posisi museum pada kuadran I, sehingga pemilihan strategi umum yang dapat dilakukan oleh adalah menggunakan kekuatan museum untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Posisi tersebut mengarah pada strategi SO yaitu, bekerjasama dengan hotel dan pemandu wisata, membuat proposal untuk mendatangkan investor ataupun dapat menggunakan dana CSR, dan bukan hanya museum saja toko cendramata dan kantin dapat diubah menjadi kafe karena area sekitar mendukung untuk itu.

Hasil dari matriks IE matriks SWOT menunjukkan pada posisi *Growth and Buid* yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Selanjutnya kuadran analisis SWOT berada pada posisi kuadran I yaitu *Expansion* atau perluasan, maka dapat disimpulkan strategi pengelolaan untuk Museum Omahku Memoriku menggunakan kekuatan dan peluang museum yaitu pada strategi SO untuk mengambil setiap keunggulan yang ada yaitu, bekerjasama dengan hotel dan pemandu wisata, membuat proposal untuk mendatangkan investor ataupun dapat menggunakan dana CSR, dan toko cendramata dan kantin dapat diubah menjadi kafe karena area sekitar mendukung untuk itu.

B. Saran

Strategi yang harus dilakukan oleh Museum Omahku Memoriku yang akan datang dapat dilihat dari hasil analisis faktor *internal - external* dan tahap keputusan berdasarkan kuadran analisis yaitu, Museum Omahku Memoriku menggunakan strategi generik diferensiasi dan strategi Mc.Kinsey *7S Framework*. Strategi diferensiasi adalah fokus museum pada pelanggan, menciptakan produk lebih unggul dari yang lain, serta menghasilkan produk dan layanan yang dianggap unik dan luas bagi konsumen yang tidak sensitif terhadap harga. Maka dari itu Museum Omahku Memoriku diharapkan melakukan langkah strategis sebagai berikut: 1. Melakukan kerjasama dengan hotel dan asosiasi pemandu untuk memperoleh wisatawan lebih banyak; 2. Menambah koleksi dan atraksi sehingga wisatawan lebih nyaman; 3. Menambah fasilitas atau mengubah toko cinderamata dan kantin menjadi kafe, karena area sekitar sangat mendukung; 4. Mempertahankan tidak ada tiket masuk museum, agar investor dan perusahaan yang mempunyai dana CSR dapat membantu dikemudian hari. Adapun strategi Mc.Kinsey *7S Framework* adalah sebuah model manajemen untuk melihat seberapa efektif organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan dengan memerlukan tujuh unsur (struktur, strategi, sistem, keterampilan, gaya, karyawan, dan nilai bersama) untuk dapat berjalan dengan baik. Maka strategi Mc.Kinsey *7S Framework* untuk Museum Omahku Memoriku yaitu: 1. Struktur yang harus dilakukan adalah mengatur sistem kerja, komunikasi, wewenang dan tanggung jawab serta pendelegasian tugas kepada unit kerja atau orang-orang tertentu untuk mencapai sasaran organisasi. ; 2. Strategi organisasi harus memiliki arahan yang tegas dan jelas sehingga setiap individu ataupun kelompok mengetahui dengan jelas tentang cara yang harus digunakan untuk mencapai sasaran organisasi. 3. Sistem yang diterapkan sekarang tidak profesional maka dari itu kedepan museum Omahku

Memmoriku harus memperbarahui sistem dengan menyangkut perencanaan, implementasi, kontrol dan evaluasi, anggaran dan penghargaan; 4. Keterampilan karyawan harus mempunyai kapabilitas dan kompensi sehingga dapat berkinerja dengan baik sesuai dengan yang diharapkan sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai sasaran; 5. Gaya manajemen yang dilakukan adalah gaya manajemen *the analytical* yaitu orientasi pada hasil dan rencana agar dapat tercapai dengan melakukan pendekatan analisa yang masuk akal; 6. Karyawan yang dibutuhkan oleh perusahaan, elemen staff berkaitan dengan karyawan tersebut diseleksi, direkrut, dilatih, dimotiasi dan dihargai agar tujuan organisasi tercapai; 7. Nilai Bersama memberlakukan standar ataupun norma-norma yang menjadi panduan perilaku bagi semua karyawan dan manajemen perusahaan. Diharapkan dengan langkah strategis tersebut Museum Omahku Memoriku menjadi salah satu tempat wisata terfavorit di daerah Yogyakarta.



Daftar Pustaka

- Atmojo A Rinto Dwi, (2012). Persepsi Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Museum Mulawarman Tenggarong. *Jurnal Eksis*. vol 8.
- David F. 2006. *Manajemen Strategis Ed ke-10* Jakarta : Salemba Empat
- Duran, Erol. (2013). *A SWOT Analysis On Sustainability of Festivals: The Case of Internasional Troia Festival. The Journal of Internasional Social Research. Vol. 6.*
- Ernawati, Ni Made. (2010). Tingkat kesiapan desa sebagai tempat wisata berbasis masyarakat. Bali : Politeknik Negri Bali. *Jurnal Analiss Pariwisata Vol.10.*
- Gaffar Vanessa. (2011). Pengaruh Strategi *Positioning* Museum Terhadap Kunjungan Wisata Edukasi di Kota Bandung (Survey Segmen Pasar Generasi Y). *Tourism and Hospitality Essential (THE). Vol 1.*
- Komain, Aree, Thongphon, Chidchanok, & Patarapong. (2013). *A SWOT Analysis of Tourism Development in Khon Kaen, Thailand. Khon Kaen University, Prince of Songkla University, Srinaharinwirot University. Asial Social Science, Vol. 9.*
- Marie C. Malaro, A Legal. 1998. *Primer on Managing Museum Collections*, 2nd ed. Washington, DC: Smithsonian Books.
- Ogato, Gemechu Shale. (2014). *Planning for Sustainable Tourism: Challenge and Opportunities for Ecotourism Development in addis Ababa, Ethiopia. Ambo University. American Journal of Human Ecology. Vol. 3.*
- Precchaya, Oraphan, & Pingpis. (2015). Guidelines on Developing Community Base Tourism to Sustainable Management of Tourist Attractions. *Journal of Economic, Business and Management, Vol. 3.*
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19.1995. Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum.
- Sudana, I Putu. 2013. Strategi pengembangan desa wisata ekologis di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. Bali: Universitas Udayana. *Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 11.*
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Tanudirjo, 2008. *Reposisi Museum di Idonesia*. Direktorat Permuseuman, Direktorat Jendral Kebudayaan.
- Vladi Eriketa, (2014), *Tourism Development Strategies, SWOT Analysis and Improvement of Albania's Image. European Journal of Sustainable Development. Vol 3.*
- Winarni, 2013. *Pedoman penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum*. Direktorat Permuseuman, Direktorat Jendral Kebudayaan.
- Ying Ping, He Ying, Wang Huifang, (2014). *Cultural Presentation, Ethic Tourism and Eco-Museum: A Case Study in Hulunber. Journal of System and Management Sciences. Vol 5.*