

## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian mengenai Museum Wayang Kekayon yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Museum Wayang Kekayon merupakan satu-satunya museum khusus wayang dan topeng yang ada di Yogyakarta.
2. Adanya program wajib kunjung museum yang diberlakukan oleh pemerintah kota Yogyakarta bagi siswa TK sampai dengan SLTA yang mengharuskan untuk berkunjung ke museum dan juga mahasiswa maupun institusi yang mengadakan penelitian mengenai wayang yang membuat Museum Wayang Kekayon masih terus dikunjungi.
3. Museum Wayang Kekayon mempunyai potensi fisik dan non fisik sebagai tujuan wisata pendidikan serta wisata keluarga. Potensi fisik meliputi Taman Replika yang menceritakan sejarah bangsa Indonesia dan koleksi wayang lengkap yang keberadaannya makin langka di antaranya koleksi wayang Purwa, Gedhog, Beber, Klitik, Madya, Suluh, Dupara, Kancil, Karton, Diponegaran, wayang Bali, wayang Lombok, Krucil, Golek Thengul, Topeng Bali dan Topeng Madura. Selain itu juga terdapat koleksi dari mancanegara seperti boneka kayu Pinokio, topeng *carnaval* Venesia Italia dan topeng sandiwara Kabuki.
4. Museum Wayang Kekayon mempunyai potensi nonfisik yang berkiblat pada seni budaya. Potensi nonfisik tersebut di antaranya adanya pertunjukan Reog dan Jathilan yang diselenggarakan setiap tahunnya di halaman Museum Wayang Kekayon dan festival

festival budaya serta pagelaran wayang kulit yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Provinsi DIY.

5. Pemasaran yang dilakukan pihak pengelola Museum Wayang Kekayon meliputi 4P yang terdiri dari *product, price, place, promotion* sebagai usaha dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Pemasaran dilakukan dengan cara pembuatan brosur, mengikuti festival museum setiap tahunnya, melalui sosial media dengan membuat *page* facebook dan twitter.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat saran-saran yang diajukan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pengelola Museum Wayang Kekayon di antaranya:

1. Riset Pasar

Pengelola lebih banyak melakukan riset pasar (*market research*) kepada pengunjung dan calon target pengunjung museum dan pengelola museum itu sendiri dengan melakukan analisis 5W+1H (*what, where, when, why, who and how*). Analisis ini berfungsi untuk mengetahui kebutuhan dan harapan target pasar terhadap museum, sehingga museum mampu menetapkan langkah yang tepat untuk memenuhi harapan dan kebutuhan tersebut.

2. Analisis *marketing mix*.

Analisis ini berfungsi mengetahui reputasi museum di masyarakat. Unsur-unsur bauran tersebut diantaranya *product, price, place* dan *promotion* (4P).

- a. Produk museum yaitu pelayanan museum kepada pengunjung terutama bagaimana Museum Wayang Kekayon menyampaikan nilai edukasi dan informasi mengenai koleksi kepada pengunjung.

- b. Harga tiket museum, bagaimana posisi harga tiket bagi pengunjung, dilihat dari segi ekonomis dan kelayakan harga untuk biaya operasional Museum Wayang Kekayon.
  - c. Lokasi Museum Wayang Kekayon, dengan lokasi yang strategis dan berada di tengah pusat kota wisata di Yogyakarta, museum harus bersaing dengan tempat wisata disekitarnya tapi daya tarik museum tetap tinggi
  - d. Promosi, menentukan promosi yang tepat sasaran. Apabila sasaran utamanya adalah para pelajar maka diperlukan solusi yang menarik kunjungan sesuai dengan karakter dan kebutuhan mereka. Salah satunya dengan museum yang berbasis pada kurikulum pendidikan.
3. Melakukan kerjasama dengan Dinas Perhubungan untuk membuat petunjuk arah (*sign system*) menuju Museum Wayang Kekayon di jalan-jalan utama kota Yogya, hal tersebut supaya memudahkan wisatawan mengunjungi museum sekaligus rangsangan bagi pengguna jalan untuk berkunjung karena selama ini belum ada *sign system* menuju ke lokasi museum.
  4. Penambahkan *educator tour* atau guide agar terjalin komunikasi dua arah antara pihak museum dan pengunjung.
  5. Brosur disebar di tempat-tempat wisata, toko buku, bandara maupun stasiun.
  6. *Story line* tata pameran museum diperjelas sehingga memudahkan pengunjung memahami alur cerita wayang dan tahun pembuatan wayang dicantumkan pada papan informasi.

### C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pendekatan secara terbuka dan melakukan komunikasi dengan baik. Namun terdapat beberapa hal yang membatasi penelitian ini di antaranya:

1. Dalam melakukan proses wawancara terkadang terganggu oleh keadaan sekitar.
2. Data pengunjug belum tersip dengan baik, dan banyak terjadi kesalahan pada jumlah kunjungan setiap bulannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, Timothy and Paine, Crispin. 2006, *Museum Basics*, Routledge, New York.
- Arafat, Wilson. 2005, *Menciptakan Efektifitas & Meningkatkan Kinerja Pemasaran: The Real Power of Marketing*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ardiwidjaja, Roby. 2008, *Pembangunan Museum Banten : Suatu Potensi Daya Tarik Wisata Budaya di Banten*, Museografia, Vol.II.No.2.
- Asiarto, Luthfi. 2007, *Museum dan Pembelajaran*, Museografia, Vol.I.No.I.
- Assauri, Sofjan 2008, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Chandrawira, Victor. 2007, *Cinta Indonesia Lewat Kunjungan Museum*, Museografia, Vol.I.No.1.
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2012, *Statistik Kepariwisataaan 2012*, Yogyakarta.
- Dwijanto, Djoko, Nining Yuniati & Susanto. 2004, *Pedoman Pengelola Museum*, Dinas Kebudayaan Propinsi DIY.
- Imron, Dwi Agung Nugroho Arianto & Purwo Adi Wibowo. 2001, *Analisis Pengaruh Orientasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Museum*, Seminar Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan.
- Joehastanti, Jenny. 2012, *Strategi Pemasaran Wisata Alam untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri*, Ilmu Manajemen, Revitalisasi Vol 1 No 2.
- Kaelan 2012, *Manajemen Penelitian Kualitatif Interdisiplin Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora*, Paradigma, Yogyakarta.
- Kotler, and Armstrong. 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Neil. and Kotler, Philip. 2000, *Museum Management and Curatorship*, vol.18, no.3.

- Kotler, Neil G, Philip and Wendy. 2008, *Museum Marketing and Strategy: Designing missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, San Francisco.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin Lane. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta.
- Kreps, Cristina. 2008, "Appropriate Museology in Theory and Practise". In *Museum Management and Curatorship*. Vol.23. No.1, 23-41.
- Kresna, Ardian. 2012, *Mengenal Wayang*, Penerbit Laksana, Yogyakarta.
- Kurz, David L. 2008, *Principle of Contemporary Marketing, South-Western Educational Publishing*, Stamford.
- Lisbijanto, Herry. 2013, *Wayang*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Purnamasari, Ketut Dwi Ratih. 2001, *Strategi Pengelolaan Objek Wisata Taman Budaya Provinsi Bali di Kecamatan Denpasar Timur*, Program Magister Manajemen Universitas Udayana, Bali.
- Purwanto. 2013. *Strategi Pemasaran Atraksi Wisata Teater Calonarang Tetapan Di Puri Agung Karambitan, Tabanan, Bali*, Magister Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana UGM, Yogyakarta, tidak dipublikasikan.
- Rachmawati, Rina. 2011, *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian tentang Bisnis Restoran)*, *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol.2, No.2. Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2013, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riduwan. 2006, *Belajar Mudah Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Ridlo, Muhammad Rasyid.. 2011, *Evaluasi Pameran Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta: Kajian untuk Mengembangkan Pameran Berkiblat pada Pengunjung*, Program Studi Arkeologi, Program Pascasarjana UGM, Yogyakarta, tidak dipublikasikan.
- Sulistiyowati, Dian. 2011, *Strategi Edukasi Museum dan Pemasarannya : Studi Kasus Museum Sejarah Jakarta*, Seminar Toward Indonesia Postmodern Departemen Arkeologi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sugiono. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, ALFABETA, Bandung.

- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, ALFABETA, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, Penerbit CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Sutopo, HB. 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta.
- Suseno, Dharmawan Budi. 2009, *Wayang Kebatinan Islam*, Kreasi Kencana, Yogyakarta.
- Sutaarga, Moh Amir. 1998, *Pedoman Penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum. Proyek Pembinaan Permuseuman*, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Depdikbud, Jakarta.
- Suyono. 2007, *Marketing Strategy Top Branding Indonesia*, Andi, Yogyakarta.
- Tanudirjo, Daud Aris. 2008, *Menuju Kebangkitan Permuseuman Indonesia Reposisi Museum di Indonesia*, makalah disampaikan dalam rangka Peringatan 100 Tahun Kebangkitan Nasional di Auditorium Museum Kebangkitan Nasional, Jakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2002, *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

#### Internet

<http://matoa.org>

<http://www.bantulbiz.com>

<http://indonesiawayang.com>