

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan setelah di konfirmasi dengan teori yang ada, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam menarik pengunjung Museum Majapahit Trowulan melakukan strategi sebagai berikut:

1. Mempromosikan melalui media baik cetak maupun elektronik.
2. Menjadikan museum majapahit sebagai museum dengan citra edukasi, konservasi dan rekreasi sehingga terciptanya kesan museum yang tidak membosankan.
3. Mengadakan event-event tahunan dan kegiatan ataupun pameran-pameran yang di adakan di Museum Majapahit Trowulan maupun di luar Jawa Timur.
4. Promosi melalui Media sosial
5. Memperbarui pelayanan dan menawarkan paket-paket wisata.
6. Menjalani hubungan baik dan melakukan kemitraan dengan Instansi Swasta (Bioskop 3D) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. sehingga menimbulkan kesan yang baru pada museum.
7. Promosi dengan cara *personal selling*. Pihak Museum Majapahit Trowulan menggunakan strategi tersebut dalam menarik pengunjung karena dianggap lebih praktis, murah dan efisien, karena dari strategi

seperti itulah pihak Museum Majapahit Trowulan bisa melakukan pendekatan emosional secara langsung kepada para pengunjung dalam memperkenalkan segala kegiatan-kegiatan dan informasi mengenai Museum Majapahit agar menarik pengunjung untuk datang lagi ke Museum dan ikut serta berpartisipasi dalam acara yang di adakan oleh pihak Museum Majapahit Trowulan.

B. Rekomendasi

Dari uraian diatas, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk di jadikan contoh bagi Museum Majapahit Trowulan serta dalam menentukan kebijakan mendatang, yaitu :

1. Evaluasi secara Intern oleh seluruh pegawai dan staf museum majapahit sehingga seluruh hambatan, permasalahan dan keluhan kesah baik itu dari staf maupun dari para pengunjung dapat terselesaikan dan ditanggapi dengan baik.
2. Penguatan publikasi museum Majapahit melalui *official website* museum Majapahit dan media *sosial online*, lebih aktif dalam pengoperasionalannya sehingga *published information* adalah informasi baru untuk memperluas segmentasi wisatawan Museum Majapahit.

3. Hubungan Sub. kelompok kerja edukasi dengan *media relations* lebih dikembangkan dan diperkuat melalui publisitas tulisan-tulisan *public relations* serta kerjasama-kerjasama dalam bentuk lain yang saling menguntungkan.
4. Kegiatan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Pegawai Museum Majapahit yang sudah berjalan, serta adanya konsistensi dari pengadaan kegiatan agar para pegawai lebih bisa merasakan *feedback* dari pembinaan yang telah dilakukan dan mengimplementasikannya dalam pekerjaan sehari-hari.