STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG KABUPATEN NGANJUK

SKRIPSI

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

OLEH :

ANISA'UL FAUZIYAH
NIM : D3216040

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yangbertandatangan di bawahini:

NAMA : ANISA'UL FAUZIYAH

NIM : D3216040

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG KABUPATEN NGANJUK

Denganinimenyatakanbahwaskripsiinisecarakeseluruhanadalahhasilpenelitian/ karyasayasendiri, kecualipadabagian-bagian yang dirujuksumbernya

Surabaya, 24 Februari 2021

Yang

METERAI TEMPEL

95FAJX105824598

ANISA'UL FAUZIYAH

NIM. D3216040

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh

NAMA : ANISA'UL FAUZIYAH

NIM : D3216040

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG KABUPATEN NGANJUK

Telah diperiksa dan disetujui untuk di ujikan

Surabaya, 24 Februari 2021

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA	**Nur Fitriatin, M.Ed., Ph.D**
NIP. 1520812180031006	NIP. 167011217032001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Anisa'ul Fauziyah ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 16 Maret 2021

Mengesahkan,

Dekan

Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag., M.Pd
NIP. 196301231990310 02

PENGUJI I

Dr. MUKHLISAH A.M, M.Pd
NIP. 196805019940320 01

PENGUJI II

NI'MATUS SHOLIHAH, M.Ag
NIP. 197308022009012003

PENGUJI III

Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA
NIP. 1520812180031006

PENGUJI IV

NUR FITRIYATIN, S.Ag, M.Ed
NIP. 167011217032001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anisa'ul Fauziyah
NIM : D93216040
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/ Pendidikan Islam/ MPI
E-mail address : anisaicha298@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
■ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG KABUPATEN NGANJUK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Februari 2021

Penulis

(Anisa'ul Fauziyah)

ABSTRAK

Anisa'ul Fauziyah (D3216040), 2021: Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk. Dosen Pembimbing I Prof. Dr. H. Imam Bawani, dan Dosen Pembimbing II Nur Fitriatin, M.Ed., Ph.D

Skripsi ini mengambil judul Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk. Latar belakang penelitian ini adalah semakin berkembangnya zaman, semakin banyaknya orang yang sering melakukan *traveling* atau berwisata, namun tidak lupa pula Pendidikan juga harus dilakukan, namun masih sangat minimnya lokasi wisata yang menyuguhkan pendidikan di dalamnya. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman, mendeskripsikan serta mencari temuan-temuan yang berkaitan dengan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskripstif, menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen. Proses analisis data terdapat empat tahapan, yaitu mengumpulkan data, mereduksi data menyajikan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk menggunakan strategi pada setiap pemasaran yang dilakukan utamanya pada hal pendidikan. Strategi Pemasaran Pendidikan yang di laksanakan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Yaitu: 1) Meningkatkan jaringan dengan Lembaga Pendidikan, 2) Meningkatkan daya saing melalui sosial media, 3) Menggali minat bakat dan potensi pengunjung, serta pada tiap-tiap strategi yang di gunakan dikemas ke dalam bentuk kegiatan yang berbeda. Ketiga strategi pemasaran oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk memiliki hasil untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang didukung dengan pengembangan-pengembangan yang dilakukan serta komunikasi yang sistematis.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Wisata Edukasi, Pengelolaan Wisata Edukasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
LEMBAR PUBLIKASI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. LATAR BELAKANG 17
B. PERTANYAAN PENELITIAN 8
C. TUJUAN PENELITIAN 9
D. MANFAAT PENELITIAN 9
E. DEFINISI KONSEPTUAL 10
F. KEASLIAN PENELITIAN 12
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA 16
A. WISATA EDUKASI 16
B. STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI 19
C. PENGELOLAAN WISATA EDUKASI 26
BAB III METODE PENELITIAN 29
A. JENIS PENELITIAN 29
B. LOKASI PENELITIAN 30
C. SUMBER DATA PENELITIAN 31
D. CARA PENGUMPULAN DATA 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. PROSEDUR ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA 36
F. KEABSAHAN DATA 38
BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39
A. GAMBARAN UMUM WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG 39
1. Sejarah Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 39
2. Fungsi Pokok Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 42
3. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran 42
4. Struktur Organisasi 44
B. DESKRIPSI PENELITIAN 44
1. Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 44
2. Dampak Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Pada Museum Anjuk LadangKabupaten Nganjuk 58
3. Realisasi Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.... 66
4. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Strategi Pemasaran Edukasi. 70
BAB V PENUTUP 74
A. SIMPULAN 74
B. SARAN 75
DAFTAR PUSTAKA 76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Nama Responden Wawancara ……. 33

Tabel 2. Data Museum Keliling …….. .. 49

Tabel 3. Data Kunjungan Museum Tahun 2017 …… 59

Tabel 4. Data Kunjungan Museum Tahun 2018 …… 60

Tabel 5. Data Kunjungan Museum Tahun 2019 …… 61

Tabel 6. Data Kunjungan Museum Tahun 2020 …… 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Museum Tampak Depan …… 41

Gambar 2. Belajar Bersama Museum …….. 47

Gambar 3. Museum Masuk Sekolah …… 48

Gambar 4. Kegiatan Pameran Museum Anjuk Ladang termuat di Koran ……... 53

Gambar 5. Contoh Pampfet Kegiatan Pameran Koleksi Museum ……... 54

Gambar 6. Lomba Edukasi Tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) ……. 56

Gambar 7. Seminar Nasional Kebudayaan SMA ……. 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Izin Penelitian …….. 79

Lampiran II Balasan Surat Izin Penelitian …….. 80

Lampiran III Interview Guide …….. 81

Lampiran IV Analisis Hasil Wawancara ……. 85

Lampiran V Data Laporan Juara kegiatan Lomba Edukasi Wisata Edukas Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk ……. 90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata adalah satu aktivitas lengkap, yang dapat dilihat sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai unsur seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, dan seterusnya. Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak.[1] Dengan kekayaan alam yang berlimpah, kebuyaan negara yang beragam, serta teknologi yang dimiliki saat ini, menjadikan Indonesia salah satu negara yang menjadikan pariwisata sebagai sektor utama dalam bidang perekonomian negara. Kekayaan alam dan budaya yang ada merupakan komponen pariwisata di Indonesia, sehingga tidak heran jika pariwisata Indonesia sering menjadi sorotan dunia.

Sebagaimana diungkapkan oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya, sektor pariwisata Indonesia tertingi kedua di Asia Tenggara setelah Vietnam pada tingkat pertumbuhannya. Perlu adanya persiapan strategi untuk mencapai target sebagai pariwisata terbaik. Menteri pariwisata mengambil langkah untuk mencapai target pariwisata yang memenuhi kualifikasi yakni pertama adalah perbaikan regulasi, dan yang kedua adalah teknologi.[2] Berdasarkan *Travel and Tourism Competitiveness index* (TTCI) *Worl Economic Forum*

---

[1] Deddy Prasetya Maha Rani, *"Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)"* Jurnal Politik Muda, Vol. 3, No. 4 2014 Diakses Pada 12 April 2020 http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm5b0b20ff16full.pdf

[2] https://economy.okezone.com/read/201/03/20/320/2032573/menpar-2020-ekonomi-indonesia-bergantung-pada-pariwisata-bukan-migas diakses pada 12 April 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(WEF), Indonesia berada pada peringkat 42 di tahun 2017, dan peringkat ke 40 di tahun 2019. Dalam *rangking* baru tersebut, untuk wilayah ASEAN, Singapura berada pada posisi ke-17, Malaysia pada posisi ke-26, kedua negara ini memiliki prestasi menurun 5 dan 3 tingkat. Sementara itu, Thailand naik diposisi 31 ASEAN dan 63 Dunia.[3] Berdasakan data yang dihimpun dari WTTC, sektor parwisata telah menyumbang 313 juta lapangan kerja dan 10.4 persen ke Produk Domestik Bruto dunia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *World Travel & Tourism Council* (WTTC), pada tahun 2018, Indonesia mancapai peringkat bersama Spanyol, Turki, Kanada, dan Australia di peringkat enam hingga sepuluh. Tiongkok, Amerika Serikat, India, Chili, dan Inggris masih menempati urutan lima teratas dari daftar, sedangkan negara di Asia Tenggara seperti Thailand berada pada peringkat 12, Filipina di peringkat 13, dan Singapura di peringkat 16. Adanya daftar *rangking* ini diharapkan dapat menjadi pendorong bagi negara-negara lain untuk terus meningkatkan potensi dibidang pariwisata.[4]

Wisata edukasi merupakan program inovasi terhadap destinasi wisata yang mengkombinasikan antara wisata (permainan) dan juga pendidikan, program inovasi ini mengemas kegiatan yang memiliki kualitas dan mendidik serta efektif untuk meningkatkan pola belajar dan sosialisasi bagi para pengunjung. Wisata edukasi merupakan konsep wisata yang bernilai positif, dimana konsep ini memadukan antara kegiatan belajar dengan kegiatan

---

[3] https://travel.kompas.com/read/201/0/06/114334127/menpar-sumringah-posisi-indonesia-di-peringkat-pariwisata-dunia-naik?page=all Diakses Pada 12 April 2020

[4] https://phinemo.com/pariwisata-indonesia-masuk-10-besar-dunia-tahun-2018/ Diakses Pada 12 April 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berwisata. Wisata edukasi merupakan kegiatan belajar yang bersifat non-formal, sehingga tidak kaku seperti kegiatan pembelajaran di dalam kelas. Selain dalam pelaksanaannya, konsep ini lebih mengarah kepada konsep *edutainment*, yaitu belajar disertai dengan kegiatan yang menyenangkan. Tujuan utama wisata edukasi adalah memberikan kepuasan yang maksimal sekaligus ilmu baru kepada wisatawan.[5]

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki kekayaan alam berlimpah yang dapat dimanfaatkan dan dikelola serta dapat dijadikan tempat berwisata, maka dari itu terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang pariwisata yang ada di Indonesia, diantaranya adalah penelitian tentang visi wisata edukasi Kampung Tulip di Kota Bandung. Penelitian ini menghasilkan rencana yang tepat dalam mengelola, sehingga arah pengembangan destinasi kedepannya dapat sejalan dengan visi yang ditetapkan. Penelitian ini ditujukan untuk merancang konsep wisata edukasi yang sesuai dengan kondisi dan keadaan di wisata Kampung Tulip.[6] Penelitian selanjutnya adalah penelitian terkait Wisata Museum Jawa Timur *Park* (JTP) merupakan jenis wisata alam, minat khusus, buatan, maupun budaya dengan konsep pendidikan yang dikemas menarik dan menyenangkan sehingga memberikan keunikan dalam penyajian. Berbagai metode pembelajaran dan pengajaran yang diberikan oleh JTP dapat menarik minat wisatawan.[7] Terdapat penelitian yang hampir sama

---

[5] Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina, *"Perancangan Model Wisata Edukasi Di Objek Wisata Kampung Tulip"* 15 Februari 2018 http//ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas diakses pada 2 Maret 2020

[6] Ibid. hal. 34

[7] Leily Suci Rahmatin, I Gst. Agung Oka Mahagangga, *"Wisata Museum Berbasis Edutainment Di Jawa Timur Park Kota Batu Jawa Timur"* Jurnal Destinasi Wisata Vol. 4 No. 2 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kaitannya dengan wisata daerah, faktor-faktor pengembangan wisata daerah serta strategi pengembangan yang digunakan, sehingga dalam penelitian ini membahas tentang pengembangan wisata daerah, yang kedepannya dapat meningkatkan potensi wisata daerah dan dapat menggerakkan masyarakat sekitar.[8] Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pariwisata yaitu pengembangan wisata edukasi yang ada di Museum Pendidikan Nasional. Yang mana dalam penelitian ini membahas mengenai pengembangan wisata edukasi yang ada di Museum Pendidikan Nasional, sistem wisata edukasi, kebijakan pendidikan yang dilaksanakan di Museum Pendidikan Nasional.[9]

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wisata akan selalu mengalami perkembangan dengan semakin meningkatnya keinginan manusia untuk melakukan *traveling*. Perkembangan wisata ditunjukkan dengan adanya daya tarik dari wisata tersebut dengan menyuguhkan ciri khas serta penyajian wisata yang berbeda dari wisata yang lain.

Dengan semakin berkembangnya pariwisata yang dituntut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, diperlukannya strategi khusus untuk

---

https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/download/25442/16564/ diakses pada 2 Maret 2020

[8] Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, *"Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)"* jurnal Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 4, http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/articel/view/126 diakses pada 2 Juni 2020

[9] Tita Juwita, Evi Novianti, Rusdin Tahir, Dan Awaludin Nugraha *"Pengembangan Model Wisata Edukasi Di Museum Pendidikan Nasional" Jurnal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation* Volume 3, No. 1,April 201 http://ejournal.upiedu/index.ph/jithor Diakses Pada 1 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mewujudkan pariwisata yang memiliki ciri khas dan budaya yang tidak dimiliki oleh pariwisata lain. Pengelolaan pariwisata serta kesadaranmasyarakat juga diperlukan untuk keberlanjutan sumber daya alam dan budaya yang dimiliki. Dengan adanya fakta-fakta yang diuraikan pada penelitian terdahulu, sekaligus belum banyaknya penelitian mengenai wisata edukasi, yang mana wisata edukasi memiliki peran yang cukup penting salah satunya memberikan tambahan pengetahun dan edukasi pada pengunjung sekaligus sebagai keunikan dari suatu pariwisata, maka perlu mengkaji lebih lanjut terkait pariwisata utamanya wisata edukasi yang ada di Indonesia.

Indonesia, merupakan salah satu negara dengan potensi wisata yang cukup besar, salah satunya adalah wisata edukasi. Bahkan pengamat pariwisata yaitu bapak Chusmeru juga mendukung akan adanya peningkatan wisata edukasi guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pengamat pariwisata juga menyampaikan bahwa secara kognitif dan afektif wisata edukasi juga akan menambah nilai fungsi dari wisata itu sendiri.[10] Salah satu daerah yang ada di Indonesia yang memiliki potensi wisata edukasi adalah Kabupaten Nganjuk. Kabupaten Nganjuk, merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang namanya diambil dari kata Anjuk Ladang yakni nama *Simaswatantra* atau desa perdikan (bebas pajak) di masa Raja Sindok (2-47 M) yang memerintah Kerajaan Medang periode Jawa Timur.[11]

[10] https://m-antaranews-com.cdn.ampproject.org diposting pada 24 juni 201, diakses pada 22 Januari 2021

[11] http://www.museumindonesia.com/museum/78/2/museum_anjuk_ladang diakses pada 16 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kabupaten Nganjuk dinilai memiliki potensi untuk mengembangkan wisatanya menjadi wisata edukasi karena memiliki potensi alam dan kebudayaan yang bagus untuk dikembangkan, selain itu wisata edukasi dapat digunakan sebagai sarana sosialisasi mengenai pendidikan dan pembelajaran untuk menumbuhkan kecintaan terhadap budaya dan bangsa, khususnya Kabupaten Nganjuk. Wisata edukasi dapat digunakan untuk memperkenalkan adat istiadat, mengenal Kabupaten Nganjuk itu sendiri, serta dapat digunakan untuk kegiatan seminar dan juga penelitian.[12] Selain itu Kabupaten Nganjuk juga memiliki kebudayaan yang menarik, apabila dikelola dengan baik dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Kabupaten Nganjuk memiliki budaya kesenian, seperti Tari Tayub, Wayang Timplong, Tari Mung Dhe, Jaranan dan masih banyak lagi.[13] Kabupaten ini juga memiliki peninggalan yang bernilai sejarah yakni arca mandala yang dikenal secara kolektif sebagai Arca Candirejo atau di Dunia Internasional sebagai Arca (Mandala) Nganjuk. *The Metropolitan Museum of Art* di New York tidak kurang memiliki enam arca Nganjuk. Selain itu arca-arca perunggu yang ditemukan di Desa Candirejo, tidak jauh dari Candi Lor pada tahun 113, berukuran 8,6 - 16,7 cm dan sebuah Vairocana setinggi 30 cm*;* diperkirakan berasal dari abad X. Telah

[12] Tim Buku Panduan Wisata Edukasi Kmpung Tulip Bandung, hal. 25. Diakses pada 2 Maret 2020

[13] Eva Novianti, Meirinawati. *"Strategi Desa Dalam Pengembangan Wisata Petung Ulung Adventure (PTA) Di Desa Margopatut Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk"* Diakses pada 16 Desember 201

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diidentifikasi oleh FDK Bosch sebagai sebuah segi tiga dimensi dari *Mandala Vajradhat* satu dari dua yang pernah ditemukan di Indonesia.[14]

Kabupaten Nganjuk memiliki beberapa wisata edukasi, dimana setiap wisata edukasi memiliki ciri khas tersendiri, diantaranya Wisata Edukasi Stadion Anjuk Ladang. Wisata edukasi ini memiliki ciri edukasi Tanaman Obat Keluarga (ToGa) pada bagian edukasinya. Selain itu ada Wisata Edukasi Stasiun Baron, dimana memiliki edukasi terkait perkereta api-an.[15] Diantara beberapa wisata edukasi yang dimiliki, salah satu wisata edukasi yang ada di Kabupaten Nganjuk adalah Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, yang terletak di Jalan Gatot Subroto Ringin Anom, Ringin Anom, Kauman, Kec. Nganjuk, Kaupaten Nganjuk. Berada di sebelah timur terminal bus Kota Nganjuk, yang menyimpan benda dan cagar budaya di zaman Hindu, Dhoho, dan Majapahit yang terdapat di Kabupaten Nganjuk. Museum ini terbagi dalam 4 (empat) bangunan bangunan utama, diantaranya ada yang bangunan berbentuk joglo yang menjadi tempat disimpannya Prasasti Anjuk Ladang, bangunan induk tempat menyimpan guci, mangkuk, wayang kulit, topeng, koin peninggalan Belanda, alat tradisional tempo dulu, dan sebagainya.[16]

Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang memiliki program kegiatan yang berkaitan dengan pendidikan, dimana pengemasan program ini langsung diletakkan pada kegiatan yang menarik. Pada kesempatan yang diberikan,

---

[14] http://www.museumindonesia.com/museum/78/2/museum_anjuk_ladang diakses pada 16 September 2020

[15] Wawancara "Itsna Shofiani" pada 07 September 2020

[16] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Museum_Anjuk_Ladang, diakses pada 16 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wisata edukasi museum anjuk ladang sanggat terbuka dengan adanya penelitian sebagai bahan untuk evaluasi serta sebagai bentuk keterbukaan dan mendukung adanya pendidikan.[17] Dari banyaknya kebudayaan yang dimiliki oleh Kabupaten Nganjuk, peneliti belum banyak menemukan hasil penelitian yang membahas wisata edukasi, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui dan melihat lebih jauh upaya promosi oleh Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk dengan mengambil judul "Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Musem Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk".

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penelitian ini terfokus pada pertanyaan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran pendidikan apa yang digunakan Museum Anjuk Ladang dalam meningkatkan minat pengunjung di museum? Mengapa menggunakan strategi tersebut?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran pendidikan yang digunakan di Museum Anjuk Ladang?
3. Bagaimana dampak edukasi yang di berikan kepada siswa atau pengunjung?
4. Faktor apa yang mendukung dan menghambat strategi pemasaran pendidikan di Museum Anjuk Ladang?

[17] Wawancara "Itsna Shofiani dan Amin Fuadi" pada 07 dan 15 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. **TUJUAN** PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian di atas, diantaranya:

1. Memahami dan mendeskripsikan strategi pemasaran serta penjabaran mengenai pengunaan strategi yang digunakan Museum Anjuk Ladang dalam meningkatkan kujungan dan edukasi di museum.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan strategi pemasaran di Museum Anjuk Ladang.
3. Menemukan hasil dari adanya edukasi yang diberikan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang kepada sekolah-sekolah atau yang lainnya.
4. Mengetahui dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran di Museum Anjuk Ladang.

D. **MANFAAT PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Secara teoritis
   a. Dalam penelitian ini, dapat menjadi rujukan dalam menemukan ide-ide dan inovasi untuk meningkatkan kualitas promosi dan pemasaran museum.
   b. Penelitian ini dapat menjadi informasi mengenai strategi pemasaran yang dikemas menjadi edukasi oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Secara Praktis

   a. Bagi instansi : penelitian ini mampu memberikan informasi guna untuk mengembangkan kualitas edukasi da inovasi dalam menyampaikan edukasi di Wisata Edukasi Anjuk Ladang.

   b. Bagi peneliti selanjutnya : penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengembangkan dan memberi inovasi wisata edukasi yang memiliki potensi yang sama.

E. DEFINISI KONSEPTUAL

Untuk memperjelas judul penelitian "Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk" maka peneliti menguraikan judul menjadi variable-variabel strategi pemasaran pendidikan, dan wisata edukasid. Diantara uraian variable tersebut yakni:

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

   Strategi pemasaran merupakan rencana pengoptimalan penggunaan sumber daya agar tercapai tujuan pemasaran dan intansi.[18] Menurut Tull dan Kahle dalam buku manajemen pemasaran menjelaskan bahwa strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang saling berkaitan menggunakan program pemasaran. Menurut Middleton, Clarkie dalam buku yang sama menjelaskan bahwa :

[18] Hilmi Ichwa Salam, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, "Strategi Pemasaran Pada Pt Nuansa Wisata Prima Nusantara Tour & Travel Jember" Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Vol. 13, No. 1 (201) diakses pada 22 Desember 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Marketing strategy is a domaint element in corporate strategy because of its fokus on alacing delivery of customer satisfaction and value with sales revenue generation"[19]

Strategi pemasaran pendidikan merupakan kegiatan mutlak dalam memperkenalkan dan mempromosikan pendidikan untuk menarik minat calon peserta didik guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas siswa. Selain itu strategi pemasaran pendidikan dapat membantu dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan era milenial yang terus berkembang mengikuti zaman.[20]

2. Wisata Edukasi

Wisata edukasi merupakan program wisata yang memadukan antara kegiatan rekreasi dan pendidikan yang didapatkan secara langsung dengan adanya usur pembelajaran terkait wisata yang dikunjungi. Wisata edukasi juga merupakan wahana tempat bermain dengan mengusung alam sekitar.[21]

3. Pengelolaan Wisata Edukasi

George R. Terry menyatakan bahwa pengelolaan adalah pemanfaatan sumber daya yang dapat di wujudkan dalam kegiatan

---

[19] Ni Luh Henny Andayani, "Manajemen Pemasaran Pariwisata" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) hal. 31-32

[20] E Kustian, O Abdurakhman, Dan W Firmansyah, *"Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa"* Tadbir Muwahhid Vol. 2 No. 2, Oktober 2018 Hal. 8

[21] Ibid. Tita Juwita, Evi Novianti, Rusdin Tahir, Dan Awaludin Nugraha *"Pengembangan Model Wisata Edukasi Di Museum Pendidikan Nasional"*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan.[22]

Pengelolaan wisata edukasi dapat di artikan sebagai penetapan sebuah aturan untuk didukung dan dilaksanakan agar dapat melestarikan kebudayaan daerah. Dalam pengelolaan wisata edukasi perlunya sinergi dan komitmen dari lembaga dan masyarakat untuk terlibat aktif, agar pengelolaan dapat terus dilaksanakan dan berkesinambungan serta tetap lestari.[23]

F. KEASLIAN PENELITIAN

Untuk memperoleh keaslian dalam penelitian, memungkinkan peneliti untuk memperoleh teori baru, serta mengambil data melalui wawancara secara langsung kepada beberapa pihak, diantaranya: kepala Dinas Pariwisata, staf Dinas Pariwisata, pengelola wisata yang ada di Nganjuk, dan jika diperlukan akan mewawancarai Bupati Kabupaten Nganjuk.

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti turut serta dalam pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, serta data yang diperoleh berupa dokumentasi baik kegiatan maupun yang lainnya sebagai pelengkap penelitian.

---

[22] https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pengelolaan-menurut-para-ahli/ di Akses pada 18 September 2020

[23] https://ppm-manajemen.ac.id/blog/artikel-manajemen-18/post/mengelola-objek-wisata-di-indonesia-untuk-kemajuan-masyarakat-1343 diakses pada 18 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam kaitannya dengan penelitian terkait "Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk" terdapat penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, diantaranya :

1. Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)", dalam penelitian ini fokus pada strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk. Dalam kaitan nya denagn penelitian yang dilakukan oleh Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto menjelaskan strategi pemasaran secara umum, sedangkan peneliti lebih terfokus pada strategi pemasarn yang digunakan untuk lebih kepada pengenalan edukasi yang ada di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk.
2. Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina "Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip" dalam penelitian ini berfokus pada karakteristik, potensi, dan perancangan wisata kampung tulip. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina merupakan langkah awal dalam proses pengembangan wisata edukasi yang dilakukan pada wisata yang telah ada, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan akan lebih terfokus pada proses pengembangan dan strategi yang dilakukan oleh wisata edukasi agar dapat dikenal dan diketahui oleh orang banyak dan masyarakat tentunya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Leily Suci Rahmatin, Gst. Agung Oka Mahangga "Wisata Museum Berbasis Edutaiment Di Jawa Timur Park Kota Batu, Jawa Timur" dalam penelitian ini membahas mengenai konsep dari wisata museum serta daya tarik wisata. Adapun penelitian yang dilakukan terfokus pada konsep dalam pelaksanaan yang dilakukan untuk pemasaran edukasi di Museum Anjuk Ladang.
4. Tita Juwita, Evi Novianti, Rusdin Tahir, Awaludin Nugraha, "Pengembangan Model Wisata Edukasi Di Museum Pendidikan Nasional" penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, dengan tujuan untuk mengetahui pengembangan wisata edukasi di Museum Pendidikan Nasional. Dalam penelitian yang dilakukan lebih terfokus strategi pemasaran wisata edukasi yang terdapat di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Bab I, Pendahuluan, dimana pendahuluan ini meliputi latar belakang adanya penelitian ini dilakukan, pertanyaan penelitian, tujuan di adakannya penelitian, manfaat penelitian dilakukan baik untuk individu, lembaga dan untuk kedepannya, terdapat definisi konseptual atau gambaran umum mengenai pembahasan pada penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, Kajian Pustaka, pada bagian ini meliputi landasan teori yang terbagi menjadi beberapa pembahasan, diantaranya : strategi pemasaran pendidikan, wisata edukasi, pengelolaan wisata edukasi .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab III, Metode Penelitian, membahas mengenai jenis penelitian yang digunakan, lokasi yang di ambil untuk penelitian, sumber data dan informan yang akan di jadikan rujukan atau sumber sekunder, cara pengumpulan data, prosedur analisis data dan interpretasinya, serta keabsahan data.

Bab IV, Hasil dan Pembahasan, berisikan hasil dan gambaran dari penelitian, dalam bab ini akan di jabarkan terkait hasil dari penelitian yang dilakukan melalui pertanyaan penelitian.

Bab V Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan penelitian ini, meliputi kesimpulan dan saran dari peneliti dari permasalahan yang terjadi. Setelah pembahasan dalam penelitian ini selesai, peneliti akan memuat daftar pustaka yang menjadi rujukan atau bahan yang dipergunakan selama penelitian. Diharapkan dengan daftar pustaka ini pembaca dapat lebih jelas tentang pernyataan atau teori yang tertulis dalam skripsi. Peneliti akan menyertakan lampiran diakhir penelitian untuk menambah nilai guna dan kemanfaatannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada Bab II ini, akan membahas mengenai Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk. Dalam kaitannya dengan judul tersebut, akan ada beberapa poin pembahasan, diantara sebagai berikut:

A. WISATA EDUKASI

Smith dan Jenner menjelaskan bahwa wisata edukasi merupakan wisata yang memadukan antara kegiatan berlibur dan pendidikan sebagai produk pariwisata yang memiliki unsur pembelajaran. Wisata edukasi merupakan konsep perpaduan antara kegiatan berwisata dengan kegiatan pembelajaran.

Edu-Tourism atau Pariwisata Edukasi merupakan suatu program yang dilakukan untuk memberikan pengalaman menarik kepada wisatawan melalui edukasi dan disertai permainan dengan pokok pembahasan terkait dengan lokasi yang dikunjungi. [24]

Menurut Ritchie wisata edukasi ialah

> *"a tourist activity undertaken by those who are1undertaking an overninght vocation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip"*[25]

[24] Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina, *"Perancangan Model Wisata Edukasi Di Objek Wisata Kampung Tulip"* Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, (15 Februari 2018) Hal. 34 http//ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas diakses pada 2 Maret 2020

[25] Encang Saepudin, Agung Budiono, Mas Halimah *"Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bndung Barat"* Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora, Vol. 21, No. 1 Maret 201 Hal. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wisata edukasi merupakan konsep wisata yang bernilai positif yang mana konsep ini memadukan antara kegiatan belajar dengan kegiatan ber-wisata. Wisata edukasi adalah kegiatan pembelajaran yang bersifat non formal sehingga tidak kaku seperti kegiatan pembelajaran di kelas. Wisata edukasi adalah program dimana pengunjung dalam kegiatan wisata khususnya anak-anak tersebut melakukan perjalana berwisata pada kawasan wisata.[26] Jadi wisata edukasi merupakan tempat berlibur yang memiliki inovasi sebagai tambahan belajar sesuai dengan lokasi yang dikunjungi. Wisata edukasi dilaksanakan sesuai dengan visi dan misi serta tujuan dari wisata tersebut untuk menarik wisatawan.

Wisata edukasi merupakan wisata alam dengan dasar pengembangan nya menggunakan kaidah-kaidah alam, serta tetap menjaga kelestarian alam dan lingkungan juga menawarkan program berkualitas dan mengadopsi program penelitian.[27] Wisata edukasi yang berada di alam, dapat juga memberikan pengetahuan tentang dengan alam itu sendiri disekitarnya, misalnya tanaman dan jenis-jenis tanaman lainnya, serta struktur tanaman, bisa juga memberikan edukasi terkait dengan pengenalan lingkungan yang ada di nusantara, dengan mengemas semenarik mungkin, sehingga dapat menarik wisatawan untuk membaca dan menambah pengetahuan atau edukasi.

Wisata edukasi dapat dikembangkan berdasarkan perencanaan pengelolaan yang disesuaikan dengan daerah pemanfaatan, serta sesuai

---

[26] Ibid. Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina, hal. 33

[27] Nur Ratih R, Beta Suryokusumo, Nurachmad S. *"Perancangan Wisata Edukasi Lingkungan Hidup Di Batu Dengan Penerapan Material Alami"* hal 3, diakses pada 21 Juli 2020 https//www.goglw.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https//media.neliti.com/media/publication/108662-ID-perencanaan-wisata-edukasi-lingkungan-hi.pdf&ved

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan tujuan pengembangan.[28] Jadi pengembangan wisata bukan hanya sekedar untuk mengembangkan, tapi memiliki arah yang jelas, serta kemanfaatannya. Apabila tidak sesuai dengan tujuan dan manfaat pada pengembangannya, maka wisata edukasi tidak sesuai dengan harapan, bahkan nantinya wisata edukasi tidak dapat berjalan normal dan berkelanjutan.

Selain itu pengelolaan wisata edukasi juga di dasari dari beberapa faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Untuk mengetahui faktor-faktor tersebut perlunya identifikasi wisata edukasi agar dapat diketahui strategi pengembangan wisata edukasi yang dibuat.[29]

Wisata edukasi merupakan tempat berwisata yang memiliki perbedaan dengan wisata-wisata lainnya, tentunya wisata edukasi harus memiliki ciri khas yang tidak di miliki oleh wisata yang lain. Ciri khas inilah yang akan menjadi primadona dari tempat wisata edukasi tersebut berada. Bukan hanya dari karakter saja, tetapi juga perlu untuk memanfaatkan media yang tersedia, misalnya saja pengenalan wisata edukasi menggunakan audio, atau dengan yang lainnya.

Wisata edukasi sebagai aset kepariwisatan, ekonomi dan kebudayaan perlu memegang prinsip, diantaranya[30]:

1. Tidak bertentangan dengan budaya setempat
2. Pembangunan ditujukan untuk meningkatkan kualitas lingkungan
3. Memberdayakan masyarakat

---

[28] Ibid.

[29] Evi Fitriana *"Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya"* Jurnal Pendidikan Geografi No. 2 Tahun 2018 Hal. 5

[30] Encang Saepudin, Agung Budiono, Mas Halimah, hal. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pengembangan wisata edukasi perlu memperhatikan beberapa hal untuk perencanaan pembangunan[31], yakni:

1. Daya Tarik wisata edukasi
2. Aksesabilitas
3. Fasilitas
4. Pemberdayaan masyarakat
5. Pemasaran dan promosi
6. Kelembagaan dan sumber daya manusia

B. STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI

Menurut Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa strategi pemasaran atau marketing merupakan rangkaian berfikir tentang pemasaran dimana sebuah usaha mengharapkan adanya nilai lebih serta keuntungan dari klien atau konsumen. Sedangkan menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah cara dimana fungsi pemasaram mengatur kegiatan untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat *bauran* pemasaran (strategi penjualan). Menurut Tjiptono, strategi pemasaran atau strategi marketing merupakan sebuah alat yang mendasar atau fundamental yang didesain untuk mencapai tujuan dengan cara mengembangkan daya saing yang unggul dan berkesinambungan serta memberikan pelayanan terbaik.[32]

[31] Ibid. hal. 3
[32] Prosajaweb.com, https://www.google.com/amp/s/projasaweb.com/pengertian-strategi-pemasaran/amp/, diakses pada 25 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Suryono dalam bukunya menyatakan bahwa strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan: Kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana prasarana.[33] Strategi bukan hanya sebuah taktik dalam mencapai sebuah tujuan, namun juga memiliki posisi yang penting untuk kelangsungan sebuah organsasi dalam mempertahankan posisinya.

Strategi pemasaran adalah rangkaian tindakan dan keputusan untuk menentukan visi misi, dan tujuan organisasi perusahaan, melakukan analisis lingkungan ekstrenal dan internal, menentukan strategi yang sesuai, mengimplementasikan strategi, serta melakukan evaluasi dan perubahan sesuai dengan kebutuhan.[34] Dalam pelaksanaan strategi pemasaran bukan hanya pimpinan yang dapat melaksanakan strategi, namun semua struktur organisasi dapat melaksanakannya. Sehingga terjalin kerjasama yang baik dalam pencapaian strategi pemasaran yang dimaksudkan.

Pendidikan merupakan sebuah kebutuhan oleh setiap individu guna membentuk generasi yang berkualitas. Pendidikan menurut Soedijarto adalah usaha untuk menjaga, melestarikan dan mengembangkan keberadaan masyarakat. Pendidikan didapatkan dari lembaga belajar, baik formal atau

---

[33] Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, *"Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)"* Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 4 hal. 137

[34] Endah Prapti Lestari, *"Pemasaran Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)"* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hal 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

non-formal. Pendidikan juga merupakan kebutuhan dari setiap manusia, guna meningkatkan kualitas diri nya.[35]

Pendidikan menurut T. Raka Joni adalah sebuah proses yang seimbang antara pendidik dan yang dididik, usaha untuk menyampaikan sesuatu guna meningkatan kualitas hidup, mengandung nilai, norma, dan penerapan ilmu pengetahuan. Sedangkan menurut MJ. Langeveld pendidikan merupakan usaha sadar dan direncanakan untuk memberikan pengetahuan kepada orang lain utamanya anak-anak dalam proses pendewasaan untuk menuju ke arah yang lebih baik sesuai dengan jalan yang dipilihnya.[36]

Dapat kami simpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan merupakan sebuah rencana untuk pencapaian visi, misi serta tujuan pendidikan dengan pelaksanaan yang terorganisir dengan baik dan matang, dan perencanaan secara sadar yang di sertai dengan pelaksanaan atau tindakan pada proses pendidikan guna meningkatkan kualitas dan mutu masyarakat.

Strategi pemasaran pendidikan berbeda dengan manajemen pemasaran pendidikan, yang mana strategi pemasaran merupakan sebuah cara, atau taktik yang digunakan dalam pemasaran pendidikan, sedangkan manajemen pemasaran pendidikan berfokus pada fungsi manajemen pada pendidikan yang mencangkup pada mengurus, mengatur, dan menyelenggarakan program pendidikan.[37]

---

[35] Syahraini Tambak, *"Membangun Bangsa Melalui Pendidikan",* Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013 Hal. 3

[36] I Wayan Romi Sudhita, *"Pengantar Pendidikan",* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014. Hal.

[37] Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran pendidikan" jurnal manajemen pendidikan vol. 5 no. 1 (Juni 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melakukan pemasaran pendidikan, tentunya harus memiliki kepercayaan dari konsumen, dan informasi mengenai produk agar diketahui oleh konsumen secara lengkap mengenai apa-apa yang disajikan, dan tentunya pemasaran dilakukan untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat atau konsumen mengenai produk yang dimiliki.[38] Pemasaran pendidikan yang dilakukan dengan menggunakan strategi akan mendapatkan hasil yang baik, namun tidak sedikit lembaga pendidikan yang telah lama dan mendapatkan sorotan dari masyarakat karena sebuah prestasi maupun kelebihan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan tersebut, sehinga produk pendidikan itulah yang merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk pemasarannya.

Strategi pemasaran pendidikan dapat dilakukan dimana saja, dan melalui apa saja. Dalam penggunaan strategi, dapat menggunakan hal yang menarik dan tidak ditiru oleh orang lain dan tentunya mengikuti perkembangan zaman pada saat ini.

Strategi pemasaran merupakan siklus yang terus berkelanjutan dengan beberapa faktor pendorong, diantaranya[39]:

1. Elemen-elemen strategi pemasaran (visi, misi, tujuan, lingkungan strategi, implementasi, evaluasi, kontrol).
2. Mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing, harus selalu dilakukan evaluasi dan kontrol oleh pimpinan secara terus menerus.

[38] Tatik Suryani, *"Perilaku Konsumen Di Era Internet (Implikasi Pada Strategi Pemasaran)"* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, Hal. 85

[39] Endah Prapti Lestari, *"Pemasaran Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)"* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manfaat Strategi Pemasaran diantaranya:[40]

1. Memberikan arah jangka panjang yang dituju oleh perusahaan.
2. Membantu perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan yang selalu berubah.
3. Mempermudah perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.
4. Memotivasi karyawan untuk ikut terlibat dalam pelaksaanaan strategi pemasaran.
5. Meminimalisasi aktivitas yang saling tumpang tindih dan mencegah munculnya masalah dimasa mendatang.
6. Membantu perusahaan agar lebih efektif dan efisien.
7. Mempermudah perusahaan dalam mencapai target kinerja yang diinginkan.

Dapat kita ketahui bahwa strategi memiliki peran yang sangat penting utamanya dalam menjaga keberlangsungan sebuah organisasi, serta menetapkan fungsi manajemen di dalamnya.

Dari uraian di atas, terdapat beberapa jenis strategi pemasaran, diantara cirinya yaitu:

a. *Interdisiplinary*, yaitu strategi yang tidak hanya digunakan oleh satu lembaga saja, namun saling berkaitan dan berinteraksi.

[40] Ibid. hal 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Future direction*, yaitu strategi yang dijadikan sebagai acuan atau arah atau penunjuk jalan pada sebuah lembaga untuk kelanjutan dimasa yang akan datang dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal.

c. *On going process, never ending processand not a start-stop event*, yaitu strategi yang terus berlangsung dan tidak akan berakhir, dengan mempertimbangkan visi, misi, tujuan, dan untuk mempertahankan eksistensi serta keunggulan dalam bersaing.

Dari faktor strategi pemasaran jika dihubungkan dengan pendidikan maka, memiliki sambungan yang kuat, mengapa demikian, sebab dalam pendidikan baik itu di sekolah maupun lembaga atau tempat wisata yang memiliki nilai edukasi harus memiliki visi, misi, dan tujuan adanya proses edukasi serta adanya proses manajemen yang baik, jika tidak memiliki hal tersebut, tentunya tidak akan terlaksana dan bahkan tidak bisa dilaksanakan karena hanya dalam bayangan saja serta tidak sesuai arah.

Strategi pemasaran memiliki peran yang penting, yakni dalam menentukan nilai ekonomi perusahaan atau organisasi.[41] Strategi pemasaran dalam organisasi memiliki fungsi, diantaranya yaitu mengimplementasikan strategi. Implementasi strategi merupakan aktivitas berupa program anggaran dan prosedur yang harus ada dalam melaksanakan strategi organisasi atau perusahaan. Digambarkan bahwa implementasi strategi pemasaran merupakan sebuah kunci suksesnya strategi tersebut. Dalam mengimplementasikan strategi pemasaran perlu diketahui siapa saja yang dapat melaksanakan strategi

[41] Rizki Syahputra, *"Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan"* Jurnal Ecobisma Vol. 6, No. 2 Hal. 84 http://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/ Diakses Pada 24 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran. Pengimplementasian strategi pemasaran wajib melibatkan seluruh anggota dan karyawan.[42] Dapat kita ketahui bahwa dalam sebuah organisasi strategi sangat dibutuhkan, dan kita telah menggetahui hal itu, namun tidak kalah pentingnya lagi ketika strategi pemasaran itu diimplementasikan, maka kita dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari strategi yang dibuat, dan untuk mengevaluasi strategi tersebut.

Strategi pemasaran yang baik adalah yang diimplementasikan, adapun karakteristik dari pengimplementasian strategi pemasaran ialah:

1. Terdapat kesesuaian antara strategi dengan kapabilitas organisasi.
2. Terdapat kesesuaian struktur *reward* dengan strategi.
3. Terdapat kesesuaian budaya dan strategi.
4. *Internal support system* dan strategi yang sesuai.

Dalam pengimplementasian strategi pemasaran, sudah dijelaskan di atas bahwa, pengimplementasian dapat dilakukan oleh semua orang dalam organisasi, baik oleh manajer fungsional, maupun manajer unit bisnis dengan seluruh karyawannya.[43]

Strategi pemasaran pendidikan menurut Irianto terdapat dua konsep yang harus diperhatikan, diantaranya :

1. *Dictinctive competence* yang merupakan sebuah tindakan untuk memberikan dan melaksanakan kegiatan yang lebih unggul dari lembaga yang lain.

[42] Endah Prapti Lestari, *"Pemasaran Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)"* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 115-117
[43] Ibid. hal. 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Competitive advantage* merupakan pengembangan pelaksanaan kegiatan yang lebih baik dari lembaga yang lain.[44]

C. PENGELOLAAN WISATA EDUKASI

Pengelolaan adalah cara atau proses. Menurut George R Terry Pengelolan adalah pemanfaatan sumber daya manusia ataupun sumber daya lainnya yang dapat diwujudkan dalam kegiatan yang memiliki fungsi managemen untuk mendapatkan target. Menurut Harold Koontz pengelolaan merupakan usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan menggunakan tenaga orang lain. Pendapat yang sama disampaikan oleh Prajudi Atmosudirjo yang menyatakan bahwa kegiatan pemanfaatan dan pengendalian atas semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapai ataupun menyelesaikan tujuan tertentu.[45] Menurut Marpaung dijelaskan dalam sebuah penelitian bahwa pengelola kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan bagaimana agar wisatawan membelanjakan uangnya sebanyak mungkin selama melakukan *traveling* atau berwisata.[46]

Pengelolaan wisata edukasi dapat dilaksanakan oleh beberapa pihak termasuk masyarakat. Pengelolaan wisata edukasi di bawah

---

[44] Aditia Praditi, Suti'ah, Muliyadi, *"Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah"* Jurnal Pendidikan Islam Vol. 10 No. 1 (Juni 2020) Hal. 18 http//ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh/article/download/6201/3504 diakses pada 02 Desember 2020

[45] https://www.pengertianmenurutparaahi.net/pengertian-pengelolaan-menurut-para-ahli/ diakses pada 25 September 2020

[46] Iswidmrman Angga Keuslianto "Strategi Pemasaran Wisata Kampung Cenda Wasarl Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor" hal. 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanggungjawab dari Dinas Kebudayaan, dan Pariwisata Daerah. Dalam mengelola wisata edukasi tentunya dibutuhkan kebijakan-kebijakan agar dapat berjalan sesuai dengan Visi, Misi dan Tujuan Wisata Edukasi.

Pengelolaan wisata edukasi diwajibkan memberikan *Service Excellent* yakni dengan memberikan pelayanan yang mampu mewujudkan keinginan wisatawan, serta memberikan informasi edukasi terkait destinasi yang dikunjungi. Dalam pengelolaannya juga diharapkan mampu menggambarkan destinasi secara ilmiah.[47]

Pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan merupakan fundamental dalam pengelolaan wisata edukasi, kriteria berkelanjutan yang intinya adalah pembangunan harus didukung secara ekologis dalam jangka panjang dan sekaligus secara ekonomi serta adil baik etika dan sosial terhadap masyarakat lokal. Konsep pariwisata berkelanjutan yaitu :

1. Kegiatan kepariwisataan tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi terhadap masyarakat setempat,
2. Kegatan kepariwisataan tersebut tidak merusak lingkungan,
3. Kegiatan kepariwisataan tersebut bertanggungjawab secara sosial,
4. Kegiatan kepariwisataan tersebut tidak bertentangan dengan budaya setempat.

[47] Hary Hermawan, Erlangga Brahmanto, Musafa, Suryana, *"Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi di Kampung Tulip Bandung"* Jurnal Abdimas BSI, Vol. 1, No. 1 Februari 2018 hal.52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam manajemen, semua sumber daya dikelola sedemikian rupa, sehingga ekonomi, sosial, dan kebutuhan estetika dapat terpenuhi dengan tetap menjaga nilai-nilai kearifan budaya, perlindungan ekologis, keragaman unsur biota serta komponen pendukung kehidupan lainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode merupakan sekumpulan data yang disusun secara sistematis untuk menganalisis data agar menghasilkan suatu informasi berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun pembahasan pada bab ini, penulis akan mengemukakan metode yang digunakan untuk memperoleh data, yaitu:

A. JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, secara umum penelitian kualitatif adalah untuk menemukan, bisa dikatakan bahwa penelitian kulitatif menekankan pada esensi dari fenomena yang diteliti.

Menurut Wina Sanjaya dalam bukunya cara dan tahapan merupakan jenis *reserch* yang dikaitan dengan upaya menjawab fenomena atau peristiwa yang sudah berlalu dan menjelaskan bukti yang telah ada.[48] Pendapat lain diungkapkan oleh John W. Creswell yaitu: dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument penting adalah peneliti. Peneliti mengumpukan sendiri datanya dengan mempelajari dokumen-dokumen, mengamati tindakan, serta mewawancarai para partisipan.[49] Metode penelitian yang digunakan yakni metode deskriptif, dimana metode ini digunakan unuk menjelaskan data secara

[48] Wina Snjaya *"penelitian pendidikan, jenis, metode,dan prosedur"* (Jakarta: prenemedia Group, 2015) h. 66

[49] John W. Creswell, *"Penelitian Kualitatif dan Desain Rise: memilih diantara lima pendekatan",* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015) hal.60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rinci mengenai keseluruhan objek penelitian yang kemudian dianalisis dengan kenyataan di lapangan saat ini.

Metode deskriptif berkaitan dengan tata cara, situasi, hubungan, sikap perilaku, cara pandang dan pengaruh, guna untuk memusatkan perhatian terhadap masalah saat penelitian dilakukan.[50]

B. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di daerah Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Nganjuk terbagi atas 20 Kecamatan dan 284 Kelurahan/Desa, dengan luas wilayah 1.182,64 KM^2. Sementara itu di Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi desa pedesaan (rural area) dan desa perkotaan (urban area). Nganjuk juga di kenal sebagai *Anjuk Ladang* yaitu Tanah Kemenangan, serta dikenal sebagai Kota Angin.

Banyak wisata yang dapat ditemui di Kabupaten Nganjuk, selain itu struktur tanahnya cukup produktif sehingga dapat menunjang pertumbuhan ekonomi di bidang pertanian. Bukan hanya itu saja, Nganjuk juga memiliki beberapa budaya khas dan pariwisata, tepatnya di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang bertempat di jl. Gatot Subroto Kelurahan Kauman, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk.

[50] Restu Kartiko Widi, "*Asas Metodologi Penelitian*" , (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) Hal. 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. SUMBER DATA PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian, tentunya akan menghasilkan sebuah temuan yang berupa data ataupun dokumentasi. Data maupun arsip yang ditemukan akan diolah sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan sebuah hasil analisis yang mengandung informasi mengenai objek yang diteliti. Selain itu data dapat dihasilkan dari berbagai sumber baik dari objek langsung ataupun melalui orang lain.

Dari cara perolehan data di atas, maka peneliti mendapatkan dua jenis data, diantaranya :

1. Sumber Utama atau Primer

   Sumber utama atau primer oleh Imam Bawani berjudul Metodologi Penelitian Pendidikan di jelaskan bahwa data dapat diperoleh melalui suatu kejadian, pendapat atau gagasan, hasil anaslisi suatu benda dan hasil penelitian oleh orang lain yang telah diuji.[51] Dengan kata lain sumber data yang diperoleh dikelompokkan secara langsung oleh peneliti yang diambil dari proses pengumpulan data.

   Dalam penelitian ini sumber data primer adalah wawancara, observasi dan dokumentasi tentang strategi pemasaran pendidikan, wisata edukasi, dan pengelolaan wisata edukasi. Perolehan data diperoleh dari Kepala Dinas Pendidikan, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk, Kepala Staf (KASI) Bagian Kebudayaan, pengurus Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, dan pegawai serta staf bagian kebudayaan serta jika diperlukan

[51] Imam Bawani, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*,(Sidoarjo : Khazanah Ilmu , 2016) h. 40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan mewawancarai bupati Kabupaten Nganjuk terkait wisata edukasi yang ada di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.

2. Data Sekunder

Dalam buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Jonathan Sarwono mengungkapkan bahwa data sekunder merupakan antonim dari data primer, maksudnya sumber yang didapatkan adalah dari orang kedua. Data sekunder biasanya berbentuk bukti catatan ataupun laporan yang merupakan arsip instansi baik yang telah diketahui banyak orang ataupun tidak.[52] Bukti atau dokumen didapat dari pihak lain atau bisa juga didapatkan dari berkas memungkinkan dari arsip dari suatu lembaga dimana dia melakukan penelitian.

Adapun teknik pengambilan data dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi (foto, peta).

D. CARA PENGUMPULAN DATA

1. Wawancara

Data penelitian dapat diperoleh melalui wawancara atau *interview*. Menurut A. Muri Yusuf dalam bukunya, menjelaskan bahwa wawancara adalah cara memperoleh informasi dengan proses interaksi secara langsung bersama narasumber.[53] Dalam hal ini peneliti dapat mewawancarai beberapa pihak antara lain:

---

[52] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 61

[53] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantutatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal, 372

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Sekretaris Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk untuk mengetahui terkait struktur organisasi Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.
b. Kepala Seksi Dinas Pariwisata bidang Museum Anjuk Ladang, untuk memperoleh data terkait sejarah, pengelolaan, sistem koordinasi dan pelaksanaan kegiatan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.
c. Pengelola Wisata Museum Anjuk Ladang, untuk mendapatkan data berupa sistem koordinasi dan pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1.

Data Nama Responden Wawancara

No.	Nama	Jabatan
1.	Itsna Shofiani, ST., MT	Sekretaris DISPARPORABUD Kab. Nganjuk
2.	Amin Fuadi SE., MM	KASI Bidang Sejarah, museum dan Kepurbakalaan DISPARPORABUD Kab. Nganjuk
3.	Kasir	Staf Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelaksanaan wawancara kepada Bupati Kabupaten Nganjuk dan Kepala Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga dan Kebudayaan belum terealisasi dikarenakan terdapat kepentingan lain, maka wawancara dilimpahkan langsung kepada KASI Kebudayaan Kabupaten Nganjuk. Adapun acuan pertanyaan untuk memenuhi data disesuaikan dengan pertanyaan penelitian.

2. Observasi

Istilah observasi menurut Imam Gunawan adalah kegiatan yang dilakukan secara *real* dan mencatat segala yang terjadi di lapangan, serta memberikan komentar.[54]

Mengutip dari buku A. Muri Yusuf menjelaskan bahwa observasi dibedakan menjadi dua jika dilihat fungsi pengamat kelompok, yaitu:[55]

a. Observasi langsung yaitu peneliti terjun langsung untuk melakukan pengamatan.
b. Observasi tidak langsung yaitu peneliti hanya mendengar dari orang lain.

Tujuan dari observasi adalah mengetahui segala yang berkaitan dengan objek penelitian.[56]

Untuk mendapatkan data yang nyata maka kita akan mengobservasi beberapa hal diantaranya:

[54] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hal 143
[55] Ibid, h. 384
[56] Zainal Afrifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hal, 170

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pelaksanaan program kegiatan

b. Pelaksanaan perencanaan kegiatan

c. Sistem koordinasi dengan pemerintah

d. Pembuatan manajemen resiko

3. Dokumentasi

Fakta-fakta dan data yang disimpan sebagian besar berbentuk dokumen. Dokumen berupa catatan atau karya orang lain mengenai hal yang telah terjadi. Dokumen bisa berupa *artefacts*, teks tertulis, gambar ataupun foto.[57] Untuk melengkapi data dalam pelaksanaan penelitian, peneliti memerlukan dokumentasi berupa foto dan sebagainya. Selain itu untuk melengkapi dan menguatkan data kita juga menganalisis dokumen berupa:

a. Struktur pengurus Museum Anjuk Ladang

b. Profil museum, visi dan misi Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.

c. Dokumen program kerja Museum Anjuk Ladang, baik jangka panjang maupun jangka pendek

d. Dokumen pelaksanaan program kerja Museum Anjuk Ladang

e. Dokumen perencanaan kegiatan Museum Anjuk Ladang

f. Sistem Koordinasi Museum Anjuk Ladang

g. Sejarah Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang.

[57] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantutatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal, 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. PROSEDUR ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh orang lain.[58] Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskritif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengelompokkan infomasi megenai status gejala yang ada yaitu keadaan gejala menurut "apa adanya" pada saat penelitian dilakukan serta tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan tentang suatu variabel, gejala atau keadaan.[59]

Pengamatan bukti penelitian kualitatif Forssey menyatakan bahwa ada ruang lingkup tahapan pengamatan penelitian yaitu: data diperiksa, membuat opini dan menjabarkan kejadian pada objek.[60]

Ada dua step dalam analisis data, yakni pada saat data dikumpulkan dan setelah pengumpulan data. Sebelum ke lokasi peneliti diwajibkan memperhatikan bukti dan mengkajinya secara lebih luas. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model dari Saryono dan

---

[58] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), 335.

[59] Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian Cetakan Keenam*. (Jakarta: Rineke Cipta. 2003) h. 30

[60] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantutatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal, 400

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Anggraeni yang mana prosesnya adalah dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.[61]

1. Pengumpulan Data

   Selama data yang dibutuhkan masih kurang atau belum keseluruhan maka pengumpulan data masih tetap dilakukan, pengumpulan data akan dihentikan jika peneliti telah mengambil kesimpulan. Tahapan dalam mengumpulkan data dengn wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Mereduksi Data

   Memilih data, menyederhanakan, merujuk serta memotong data yang kurang dibutuhkan merupakan tahapan dari reduksi data. Proses reduksi terus dilakukan sampai peneliti selesai menyusun laporan. Tahapan menganalisis data dilakukan dengan menegaskan, meringkas, serta menghilangkan bagian-bagian yang kurang dibutuhkan yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti dengan mudah.

3. Menyajikan Data

   Menyajikan data yang dimaksud dalam riset ini ialah bagaimana melakukan pengorganisasian data secara terstruktur, menyatukan serta menyusun dan mengaitkan informasi, mendeskripsikan proses serta fakta yang terdapat pada objek riset.

[61] Lexy J, Moeloeng, *Metode Penelitian* Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rusda Karya, 18), 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Menarik Kesimpulan

Kegiatan yang berbentuk pengembangkan ketelitian untuk analis data dan menghubungkan segala sesuatu secara relevan merupakan tahapan dari penarikan kesimpulan.

F. KEABSAHAN DATA

Untuk menentukan *valid*-nya data perlu melakukan keabsahan data agar yang dihasilkan terpercaya. Keabsahan data adalah salah satu cara yang digunakan untuk memastikan dan memperkecil adanya kesalahan melalui beberapa cara, diantaranya sebagai berikut:[62]

1. Perpanjangan *reserch* lapangan

   Perpanjangan *research* lapangan dipakai peneliti untuk terjun langsung dilokasi pengamatan. Agar dapat diketahui sejauh mana kebenaran yang terjadi di lokasi.

2. Kegigihan pengamatan

   Kegigihan pengamatan ini maksudnya dilakukan pengamatan dan penemuan ciri-ciri yang relevan dengan masalah yang diteliti atau isu yang dicari setelah itu peneliti dapat mengacu pada masalah atau isu yang terjadi secara rinci

3. Triangulasi

   Triangulasi adalah cara untuk mengetahui keabsahan data melalui sumber lain dan perlunya mencocokkan atau mengetahui data yang didapat.

[62] Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 200), hal, 328

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada laporan hasil penelitian harus seirama dan sesuai dengan judul penelitian. Kemudian disajikan pemaparan data yang diperoleh dari data instrumen penelitian baik melalui observasi, data (dokumen) maupun wawancara. Sedangkan penyajian hasil penelitian dimaksudkan sebagai jawaban dan hasil temuan terhadap rumusan masalah. Analisis hasil penelitian berisikan temuan-temuan yang diperoleh selama penelitian, kemudian dianalisis dan diinterprestasikan.

A. GAMBARAN UMUM WISATA EDUKASI MUSEUM ANJUK LADANG

1. Sejarah Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang

Museum Anjuk Ladang dibangun pada tahun 1993-1996, dan beroperasi normal pada tahun 2003, namun peresmian Museum Anjuk Ladang dilakukan pada tanggal 10 April 2006 oleh bupati Nganjuk yakni bapak Drs. R. Sutrisno yang bertepatan sebagai hari jadi Kabupaten Nganjuk. Museum Anjuk Ladang telah menyimpan banyak benda-benda bersejarah pada zaman Hindu-Budha, Dhoho, dan Majapahit sejumlah 464 benda. Dulunya benda-benda yang saat ini berada di Museum Anjuk Ladang merupakan benda yang berada di Balai Arca, Balai Arca sendiri berada di kelurahan Mangundikara, bertepatan di sebelah utara Alun-alun Kabupaten Nganjuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Museum Anjuk Ladang pernah digunakan untuk *jamasan* (pemandian) pusaka sakral Kabupaten Nganjuk, seperti : pusaka Tumbak Kanjeng Jimat Sosro Koesoemo, Keris Kiai Bethik, Eyang Dukun dan Eyang Panji.[63] Museum Anjuk Ladang berada di Jl. Gatot Subroto Kelurahan Kauman, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Museum Anjuk Ladang dulunya juga pernah di jadikan sebagai Kantor Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk.[64]

Museum Anjuk Ladang terdiri dari beberapa bangunan, diantara bangunan-bangunan tersebut ialah :

a. Rumah jaga, dimana bangunan ini berfungsi sebagai tempat untuk penjaga museum
b. Rumah Kereta, bangunan ini berfungsi sebagai tempat untuk meletakkan kereta (Dokar).
c. Joglo Depan, dimana di dalam joglo ini terdapat beberapa peninggalan yaitu Replika Tugu Anjuk Ladang, dan beberapa peninggalam yang bersifat *iconik* atau yang di tonjolkan, serta sebagai tempat untuk penyambutan tamu.
d. Ruang Pamer Utama, ruang ini digunakan untuk memamerkan koleksi-koleksi yang ada dan dimiliki oleh Museum Anjuk Ladang.
e. Ruang Pamer Prasejarah, yang mana ruang ini berisikan beberapa fosil-fosil yang ditemukan diberbagai tempat di Kabupaten Nganjuk, dan juga terdapat beberapa peninggalan dari Suku Kalang.

[63] Lingkar jatim.com di publikasikan pada 12 februari 2018, diakses pada 10 Desember 2020
[64] www.museumindonesia.com diakses pada 14 Desember 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Rumah Semedi, dimana bangunan ini merupakan bangunan peninggalan yang dipindahkan berfungsi sebagai tempat nenek moyang bersemedi.

g. Rumah Dinas, rumah dinas merupakan rumah tugas yang dikhususkan untuk penjaga dan pengelola museum tinggal.

h. Gazebo, memiliki fungsi sebagai tempat bercengkrama dan menyambut tamu dari luar.

i. Kamar mandi, memiliki fungsi sebagai mana umumnya.[65]

Gambar 1.

Museum Tampak Depan

[65] Wawancara narasumber "Pak Amin Fuadi" pada 18 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Fungsi Pokok Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang

Museum pada umumnya merupakan tempat penyimpanan benda-benda bersejarah, sebagai cagar budaya, dan juga tempat belajar, pada umumnya museum merupakan tempat yang digunakan untuk menyimpan koleksi zaman dahulu dan zaman purbakala. Selain sebagai tempat untuk belajar, Museum Anjuk Ladang juga digunakan untuk tempat pengadaan kegiatan-kegiatan edukasi seperti lomba-lomba dan pameran, serta bekerja sama dengan dinas atau instansi lain untuk pengembangan pendidikan.[66]

3. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran

Visi Museum Anjuk Ladang adalah sebagai lembaga yang berperan dalam perlindungan, pengembangan, pelestarian, dan pemanfaatan cagar budaya di Kabupaten Nganjuk guna membangun jati diri bangsa.

Misi Museum Anjuk Ladang yaitu :

a. Meningkatkan nilai cagar budaya sebagai warisan luhur bangsa Indonesia yang harus dipertahankan untuk kepentingan sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan.
b. Meningkatkan potensi cagar budaya yang ada di Kabupaten Nganjuk sebagai daerah dengan sejarah masa lampau cukup banyak.

[66] Wawancara narasumber "Pak Amin Fuadi" pada 02 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Meningkatkan peran serta masyarakat baik secara individu atau kelembagaan dalam melindungi, mengembangkan, melestarikan, dan memanfaatkan cagar budaya.
d. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara tidak langsung baik secara ideologis, akademis, ekologis, dan ekonomis.

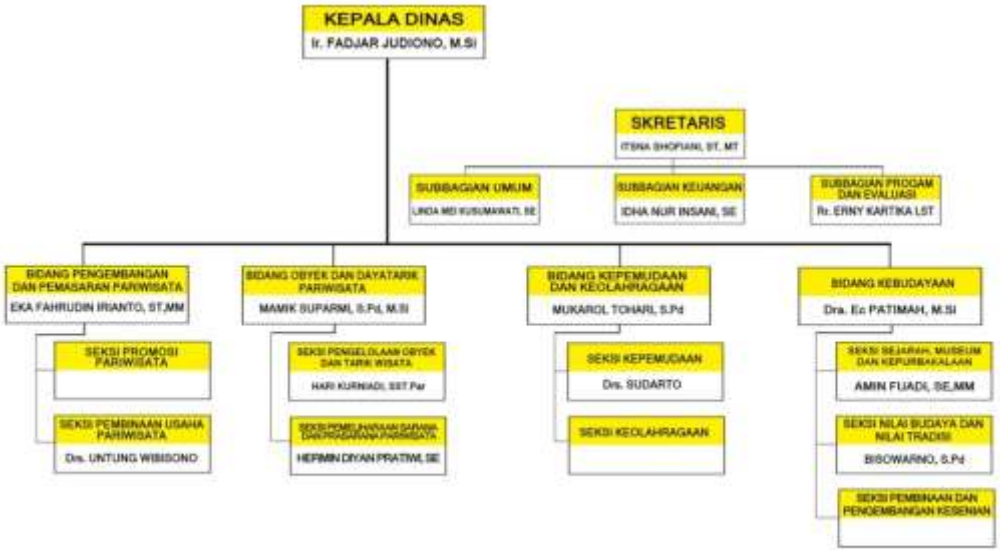
Selain tujuan utama sebagai media pembelajaran, tempat ini juga memiliki tujuan lain, diantaranya ialah sebagai tempat pengenalan sejarah, dimana kita dapat melihat karya-karya yang dibuat oleh masyarakat dahulu, selain untuk tempat belajar, museum juga untuk penelitian, seperti yang dilakukan peneliti saat ini. Penelitian terkait Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang kebanyakan untuk menelaah atau mencari kebenaran mengenai kehidupan atau yang lainnya dimasa dahulu, serta sebagai media mengembangkan wawasan kita terhadap adanya sejarah.[67]

Sasaran utama Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang adalah pelajar, dan tidak menutup kemungkinan untuk umum serta orang tua, sebab belajar merupakan sebuah kebutuhan juga menjadi kewajiban semua kalangan, baik tua, muda, pelajar masyarakat umum, apalagi berkaitan dengan sejarah tentunya semua orang berhak dan wajib mengetahui.[68]

[67] Ibid
[68] https://museum.kemendikbud.go.id/museum/profile di akses pada 13 Desember 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Struktur Organisasi[69]



B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan hasil dari wawancara dan temuan penelitian yang dilakukan, yang berkaitan dengan judul peneliti. Menjelaskan dengan detail strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan, dampak dari adanya strategi pemasaran, realisasi atau pelaksanaan strategi yang digunakan, serta faktor pendukung dan penghambat strategi yang digunakan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang. Adapun pembahasan sebagaimana berikut:

1. Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat

[69] Dokumentasi Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga dan Kebudayaan pada 02 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.[70] Strategi pemasaran sebagai seni dan cara untuk memilih pasar sasaran, cara mendapatkan dan menumbuhkan pelanggan melalui karya, penyerahan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang baik.[71] Strategi pemasaran dapat bermanfaat jika di kelola secara baik. Strategi pemasaran wisata edukasi yang dipilih harus sesuai dengan kemampuan dan peluang yang ada di lembaga.[72] Dari hasil analisis penelitian dilapangan, pengertian strategi pemasaran yang diuraikan di atas, telah diterapkan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang. Dilihat dari hasil wawancara dan uraian dari narasumber, sebagai berikut:

> "Mengenai strategi pemasaran ya mbk, kita ambil dari pemasarannya. Apa yang kita pasarkan itu kita berusaha semaksimal mungkin dan juga melihat dari kemampuan dan dana kita, tujuan nya apa? Tujuan nya ya tetap Agar Museum Edukasi Anjuk Ladang ini dapat di kenal orang dan semakin banyak pengunjungnya"

Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang adalah salah satu program yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Nganjuk. Tempat ini bertujuan sebagai sarana pengenalan dan pemasaran koleksi museum, selain itu, edukasi yang di programkan oleh Museum Anjuk Ladang ini juga sebagai pengembangan daya tarik wisatawan, baik dari kalangan pelajar, masyarakat umum, mahasiswa dan lainnya. Meskipun demikian sasaran utama Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang ini

---

[70] Russi Insan Kinasih, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kunjungan Pada Wisata Edukasi Rumah Coklat Trenggalek" Vol. 01 No. 06 Tahun 2017 Hal. 3

[71] Nandan Limakrisna dan Wihelmus Hary Susilo, *"Manajmene Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis"*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012),hal. 3.

[72] Endah Prapti Lestari, *"Pemasaran Strategic Bagaimana Meaih Keunggulan Kompetitif"*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah kalangan siswa atau pelajar, namun tidak menutup kemungkinan dari masyarakat lainnya juga turut serta untuk diberikan edukasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, terdapat tiga strategi pemasaran wisata edukasi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, diantaranya yaitu:

a. Meningkatkan Jaringan Dengan Lembaga Pendidikan

Dalam strategi yang dilakukan ini, Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang bukan hanya membuat pola komunikasi dengan sekolah-sekolah dan universitas atau pendidikan formal saja, namun dilakukan pada pendidikan non formal, seperti komunitas dan balai diklat, serta penelitian cagar budaya. Pada strategi pemasaran ini, Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang memiliki berbagai cara untuk dapat menarik perhatian wisatawan, yaitu dengan:

1) Belajar Bersama Museum

Belajar bersama museum ini merupakan salah satu kegiatan yang menjadi program kerja tahunan, dimana sekolah-sekolah yang ingin membuat agenda belajar bersama di museum ini sangat diterima dan diberikan fasilitas.

Menurut pengelola, belajar bersama museum ini juga merupakan cara yang mudah untuk mengenalkan sejarah-sejarah, serta koleksi-koleksi yang ada di museum. Bagi pengelola dengan program belajar bersama museum ini meringankan pengelola dalam memperkenalkan koleksi Museum Anjuk Ladang. Selain itu,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belajar bersama museum juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan di Museum Anjuk Ladang.

Gambar 2.

Belajar Bersama Museum

Untuk program belajar bersama museum ini, diberikan fasilitas penjemputan menuju ke museum dari pihak pengelola. Ini membuktikan bahwa kesungguhan dalam melaksanakan strategi pemasaran wisata edukasi.

2) Museum Keliling/Museum Masuk Sekolah

Salah satu program dari Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk adalah museum masuk sekolah. Dalam hal ini berbeda dengan program sebelumnya, jika program sebelumnya pengunjung datang ke

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

museum, maka museum masuk sekolah ini museum yang mendatangi pengunjuk, atau biasa disebut jemput bola.

Jemput Bola, Disparporabud Kenalkan Museum ke Pelajar

CINTA SEJARAH: Puluhan pelajar bersama tim disparporabud yang mengunjungi sekolah mereka lewat program Museum Masuk Sekolah.

Adakan Pameran Mini Benda Bersejarah di Sekolah

NGANJUK, JP Radar Nganjuk- Bangsa yang besar adalah bangsa yang tidak pernah melupakan sejarah bangsanya sendiri. Kalimat yang diucapkan Bung Karno itu jadi pijakan Dinas Pariwisata Pemuda Olahraga dan Kebudayaan (Disparporabud) Nganjuk untuk mengajak pelajar mengenali sejarah. Yakni, dengan mengunjungi museum Arjuk Ladang dan mendatangi sekolah.

► Baca Jemput Bola... Hal 21

EDUKASI: Tim disparporabud memberi penjelasan tentang benda-benda bersejarah saat sejumlah pelajar mengunjungi museum Arjuk Ladang.

Gambar 3.

Museum Masuk Sekolah

Uniknya, dalam program ini kita mendatangi sekolah-sekolah tertentu yang memang jaraknya dengan museum cukup jauh dan belum memungkinkan untuk datang ke museum secara langsung. Namun koleksi yang dipamerkan hanya beberapa saja, mengingat tidak memungkinkannya untuk membawa keseluruhan koleksi museum, dalam penyampaian atau bentuk orasi yang diberikan tentu disampaikan berapa banyaknya koleksi museum yang dimiliki, ini memiliki keuntungan lain yaitu membuat pengunjung yang melihat penasaran dengan apa yang dimiliki oleh museum, sehingga menarik minat pengunjung untuk datang ke museum. Adapun yang disampaikan yaitu :

a) Koleksi museum

b) Sejarah museum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Video-video dokumenter, dll.

Antusias dari murid atau siswa lah yang membuat semangat dari pengelola untuk terus melakukan orasi-orasi untuk pemasaran ke sekolah-sekolah. hal ini dilakukan oleh Museum Anjuk Ladang supaya dapat dikenal secara langsung oleh siswa.

Tabel 2.

Data Museum Keliling

Data Museum Keliling				
No.	Nama Kegiatan	Tanggal	Lokasi	Jumlah Peserta
1.	Museum Keliling	03 Agt 20	SMPN Patianrowo	57 Peserta
2.		08 Agt 20	SMP Satu Atap Loceret	56 peserta
3.		14 Agt 20	SMP Satu Atap Ngetos	62 Peserta

3) Penelitian

Penelitian umumnya dilakukan oleh mahasiswa dari perguruan tinggi. Museum Anjuk Ladang sangat terbuka dalam hal pendidikan, dengan harapan dapat meningkatkan popularitas dan meningkatkan jumlah kunjungan serta dapat menarik wisatawan agar terus berkunjung ke museum. Berkaitan dengan penelitian, bukan hanya dari perguruan tinggi saja yang melakukan penelitian, tetapi juga ada beberapa dari Asosiasi Museum Indonesia yang meneliti temuan-temuan dan koleksi yang ada di museum untuk diketahui asal muasalnya. Kegiatan penelitian ini sangat didukung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh pihak Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, mengingat di Museum Anjuk Ladang belum memiliki ruang penelitian dan perlunya pengembangan penelitian untuk tambahan bahan edukasi nantinya.

Pada strategi ini, harapan besarnya adalah penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa ataupun dari pihak lain dapat membantu petugas atau pengelola Museum Anjuk Ladang dalam melakukan peneltian pada hasil temuan yang saat ini dijadikan koleksi di Museum Anjuk Ladang.

4) Studi Banding

Seperti yang telah dijelaskan mengenai pengenalan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang bahwa sasaran dalam pelaksanaan strategi bukan dari kalangan siswa saja, namun cakupan nya yang diharapkan lebih luas. Dalam pelaksanaan program studi banding ini dapat diketahui bahwa memang sasaran strategi pemasaran wisata edukasi ini luas. Terbukti terdapat beberapa kunjungan dari museum daerah lain yang berkunjung untuk melaksanakan studi banding di Museum Anjuk Ladang. Hal ini sangat mendukung strategi pemasaran wisata edukasi yang ada di Museum Anjuk Ladang dan akan menambah minat dan daya tarik dari Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang itu sendiri, dan juga studi banding ini juga berperan untuk ajang promosi koleksi Museum Anjuk Ladang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Meningkatkan Daya Saing Melalui Sosial Media

Pada strategi pemasaran ini, Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang memiliki berbagai cara untuk dapat menarik perhatian wisatawan, diantaranya yaitu :

1) Media Elektronik

Media elektronik adalah salah satu media yang sering kita jumpai dan mudah dalam mengaksesnya serta dapat dinikmati oleh semua golongan, baik tua, muda, dan lainnya.

Diantara media elektronik yang digunakan dalam melaksanakan strategi pemasaran oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang adalah Televisi (Nganjuk TV) dan Radio Jodipati. Nganjuk TV merupakan salah satu media elektronik yang sering meliput terkait kegiatan dan hal-hal yang berkaitan dengan Kabupaten Nganjuk.

2) Sosial Media

Sosial media adalah bentuk layanan yang umum yang bisa dinikmati banyak orang dan dari seluruh penjuru mana saja. Hal ini dimanfaatkan oleh pengelola Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang sebagai sarana untuk pelaksanaan strategi pemasaran.[73]

Zaman saat ini semua dilakukan serba online, maka sangat gencar dan banyak orang yang mengakses sosial media. Pemanfaatan sosial media lah yang dapat membantu dengan mudah

[73] Wawancara Narasumber "Pak Amin Fuadi" Pada 02 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk strategi pemasaran yang dilakukan. Adapaun beberapa sosial media yang di gunakan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang untuk melaksanakan strategi pemasaran wisata edukasi adalah diantaranya:

a) Instagram, dengan alamat akun https://instagram.com/museum.anjukladang?igshid=1dplxqxgjlkyk
b) Website, dengan alamat akun http://museumanjukladang.wordpress.com
c) Facebook, dengan nama akun Museum Anjuk Ladang

Dari adanya sosial media ini, dapat membantu anak muda mengenal peninggalan leluhur serta membantu tanpa disadari dalam pemasaran edukasinya. Utamanya anak muda yang sering mengunakan sosial media sebagai ajang *posting* atau *upload* foto mereka. Ketika mereka berfoto dan memposting foto mereka di sosial media dan banyak orang yang mengetahuinya, secara tidak langsung koleksi Museum Anjuk Ladang dapat dikenalkan dan dipasarkan.

3) Media Cetak atau Surat Kabar

Media cetak atau surat kabar merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk mempromosikan sesuatu baik barang, jasa ataupun yang lainnya yang berkaitan untuk memberikan informasi mengenai produk. Dalam hal ini yang digunakan sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media strategi pemasaran melalui media cetak yaitu Radar Nganjuk, sayangnya Radar Nganjuk tidak begitu diminati oleh banyak orang. Sebab, pada zaman yang serba modern ini banyak yang telah beralih pada *gadget*, selain dapat dibawa kemana saja, juga lebih praktis dan dapat fokus pada satu promosi.

Disparporabud Gelar Pameran Temporer Virtual

Usung Tema Jejak Prasejarah Jawadwipa di Muesum Anjuk Ladang

NGANJUK. *JP Radar Nganjuk*- Dinas Pariwisata, Kepemudaan, Olahraga dan Kebudayaan (Disparporabud) Nganjuk menggelar pameran temporer secara virtual di Museum Anjuk Ladang. Adapun tema pameran tersebut adalah jejak prasejarah Jawadwipa.

Pameran berlangsung selama tiga hari. Yakni sejak kemarin dan berakhir pada Minggu besok. Kepala Disparporabud Nganjuk Ir. Fadjar Judiono yang membuka acara tersebut mengatakan, pameran bertujuan untuk mengenalkan potensi-potensi dari masa lampau. Terutama, temuan-temuan masa prasejarah, khususnya di Jawa. "Agar generasi saat ini tahu kalau masa prasejarah juga memiliki sejarah panjang" katanya.

Fadjar menambahkan, pameran juga sebagai sarana menarik masyarakat mengunjungi museum. Sebab, banyak pelajaran yang bisa dipetik dari museum. Terutama museum Anjuk Ladang yang mempunyai banyak koleksi fosil, binatang purba, hingga benda peninggalan kerajaan.

Untuk diketahui, seremonial acara berlangsung dengan protokol kesehatan ketat. Seluruh peserta yang terlibat wajib bermasker.

Adapun peserta pameran tersebut adalah beberapa museum lain dari daerah sekitar. Serta beberapa komunitas pegiat sejarah dari berbagai daerah lainnya. Masyarakat dapat menyimak seremonial pembukaan melalui beberapa akun media sosial yang menyiarkan langsung acara tersebut.

Di sela-sela acara, disparporabud memberi apresiasi dan penghargaan kepada para penemu situs maupun cagar budaya di Nganjuk. Tercatat ada lima orang penerima penghargaan dalam acara ini. (ik3/adv/ut)

APRESIASI: Kadisparporabud Fadjar Judiono memberikan penghargaan kepada penemu situs dan benda cagar budaya di Nganjuk. Fadjar Judiono mengecek koleksi yang dipamerkan dalam pameran temporer virtual di museum Anjuk Ladang (foto kanan).

Gambar 4.

Kegiatan Pameran Museum Anjuk Ladang Termuat di Koran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Baliho atau Pamflet

Media yang satu ini (Baliho atau pamflet) adalah salah satu media yang tahan lama, jangka waktu tidak ditentukan dan dapat dilihat oleh banyak orang, baliho atau pamphlet biasanaya tersebar di jalan-jalan, namun untuk media yang satu ini jarang untuk dilaksanakan, hanya sesekali saja. Kenapa demikian, sebab menurut Kepala Seksi Kebudayaan Kabupaten Nganjuk baliho atau pamflet lebih banyak menghabiskan biaya, sedangkan biaya yang diberikan sebagai anggaran kebudayaan sangatlah sedikit. Pihak pengelola anggaran mengalihkan dana yang dimiliki untuk perawatan dan pengembangan museum.

Gambar 5.

Contoh Pamphlet Kegiatan Pameran Koleksi Museum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Mengali Minat Bakat dan Potensi Pengunjung

Strategi pemasaran wisata edukasi tentu selain untuk memanfaatkan pasar sasaran juga harus memiliki manfaat kepada pengunjung, karena dapat dilakukan secara konsisten. Pada strategi pemasaran ini, Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang memiliki berbagai cara untuk dapat menarik perhatian wisatawan, yaitu dengan:

1) Lomba Penulisan Sejarah Dan Tradisi Lokal

Program tahunan ini yang merupakan program unggulan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang yang sering ditunggu dan dinanti oleh siswa atau murid-murid berprestasi untuk menunjukkan prestasi dan kemampuan yang dimilikinya. Museum Anjuk Ladang memberikan fasilitas lomba agar selain dapat menambah wawasan dan jam belajar mereka, juga untuk mengasah kemampuan pengetahuan mereka. Selain itu untuk sekolah yang mendapatkan juara tentunya akan ikut dipromosikan. Seperti kata pepatah,

"sekali dayung, dua tiga pulau terlampaui"

Antusias dari peserta lomba pun luar biasa, terbukti dengan banyaknya jumlah peserta yang berpartisipasi dari berbagai sekolah dan jenjang dari seluruh wilayah Nganjuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Lomba Edukasi Museum

Lomba edukasi museum merupakan lomba yang ditujukan untuk siswa-sisiwi dari sekolah-sekolah di seluruh Kabupaten Nganjuk. Program ini berisikan kegiatan Lomba Cerdas Cermat (LCC), dan lomba esai, yang diikuti oleh Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA).

Gambar 6.

Lomba Edukasi Tingkat SMA

3) Seminar Edukasi

Kegiatan seminar ini merupakan kegiatan yang diprogramkan untuk umum, baik kalangan mahasiswa, masyarakat umum, maupun dari dinas-dinas yang lain. Seminar ini lebih banyak membahas mengenai museum dan koleksi museum yang ada serta hasil-hasil temuan yang dimiliki dikupas tuntas dikegiatan seminar ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 7.

Seminar Nasional Kebudayaan

Strategi pemasaran wisata edukasi merupakan sebuah cara atau proses untuk mengenalkan sebuah produk pendidikan pada lokasi wisata atau karya yang dipilih secara kompeten, agar dapat menghasilkan kualitas dan mutu yang tinggi. Strategi pemasaran wisata edukasi merupakan sebuah cara dalam memasarkan dan mengenalkan produk-produk yang dimiliki oleh sebuah museum untuk dipamerkan ke khalayak ramai.

Hasil wawancara yang dilakukan terkait konsep strategi pemasaran yang dilakukan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "… konsep yang dilakukan dengan anggaran yang minim yaitu dengan memanfaatkan hasil atau barang-barang yang ada, dan digunakan semaksimal mungkin agar lebih menghemat biaya dan menarik"

Dari hasil penelitian yang dilakukan, memang dari apa yang dilihat saat observasi dilakukan, memang sangatlah minim, dari segi luas wilayah, namun dari banyaknya koleksi yang dimiliki, belum sepenuhnya dipamerkan, oleh karenanya pemanfaatan sumber daya perlu dimaksimalkan.

2. Dampak Strategi Pemasaran Wisata Edukasi pada Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan, baik itu perusahaan, atau lembaga penyedia barang atau jasa.[74] Sama halnya dengan strategi pemasaran pendidikan yang ada di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, dimana juga berkompetisi untuk menarik minat dan daya saing dengan wisata yang lainnya.

Pemasaran tidak hanya sekedar bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat

[74] Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *"Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo)" Jurnal Administrasi Bisnis"* Vol. 2, No. 1 Desember 2015 hal. 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhi kebutuhan dan kepuasan wisatawan.[75] Berdasarkan wawancara dengan Kepala Seksi Kebudayaan Kabupaten Nganjuk menyatakan bahwa

> "… strategi yang kami gunakan cukup sederhana, utamanya yaitu memasarkan dan mengenalkan kebudayaan dan koleksi yang ada di Museum Anjuk Ladang, sebab di zaman sekarang itu, anak sudah dikuasai oleh *handphone* atau *gadget*, semua kunjungan ke museum pun juga jarang, karena terkalahkan oleh perkembangan zaman"

Dari ungkapan Kepala Seksi (KASI) Kebudayaan Kabupaten Nganjuk dapat kita simpulkan bahwa, sebenarnya jumlah pengunjung wisata edukasi cukup banyak, namun hanya memiliki tujuan untuk penelitian, dan hanya dari kalangan mahasiswa tertentu.

Jumlah kunjungan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang selalu mengalami peningkatan, dapat kita buktikan pada data jumlah kunjungan di tahun 2017-2020. Berdasarkan data yang diambil akan disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3.

Data Kunjungan Museum Tahun 2017

Data Kunjungan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 2017							
No.	Bulan	Jumlah Kunjungan	P	M	U	KI	A
1.	Januari	510	256	8	245	0	0
2.	Fabruari	421	372	3	46	0	0
3.	Maret	820	542	11	267	0	0
4.	April	410	364	7	39	0	0
5.	Mei	444	392	2	50	0	0

[75] Ni Luh Gde Hita Rihati, Ida Ayu Tary Puspa, I Ketut Wardana Yasa, "Strategi Pemasaran Agrowisata Royal Cocoa sebagai Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan" Jurnal pariwisata budaya no.2 vol. 4 (201) hal. 10 ejournal.ihdn.ac.id di akses pada 17 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6.	Juni	160	110	3	47	0	0
7.	Juli	277	198	9	70	0	0
8.	Agustus	231	181	2	48	0	0
9.	September	171	121	4	46	0	0
10.	Oktober	206	179	2	27	0	0
11.	Novemver	309	243	12	54	0	0
12.	Desember	406	392	29	48	0	0
Total		**4.367**	**3.288**	**92**	**87**	**0**	**0**

KET:

P : Pelajar

M : Mahasiswa

U : Umum

KI : Karya Ilmiah

A : Asing

Tabel 4.

Data Kunjungan Museum Tahun 2018

Data Kunjungan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 2018							
No.	Bulan	Jumlah Kunjungan	P	M	U	KI	A
1.	Januari	607	364	6	237	0	0
2.	Fabruari	278	187	2	89	0	0
3.	Maret	448	364	0	82	0	2
4.	April	424	385	3	36	0	0
5.	Mei	230	183	3	44	0	0
6.	Juni	170	98	13	5	0	0
7.	Juli	235	175	4	53	0	2
8.	Agustus	276	176	8	89	0	0
9.	September	286	179	2	71	0	0
10.	Oktober	468	213	15	105	0	0
11.	Novemver	579	348	9	108	0	0
12.	Desember	407	462	1	53	0	0
Total		**4.408**	**3.293**	**84**	**1.027**	**0**	**4**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KET:

P : Pelajar

M : Mahasiswa

U : Umum

KI : Karya Ilmiah

A : Asing

Tabel 5.

Data Kunjungan Museum Tahun 2019

Data Kunjungan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 201							
No.	Bulan	Jumlah Kunjungan	P	M	U	KI	A
1.	Januari	724	434	3	286	0	1
2.	Fabruari	311	211	0	100	0	0
3.	Maret	581	353	0	226	0	2
4.	April	531	249	1	236	0	0
5.	Mei	315	216	3	96	0	0
6.	Juni	315	205	0	143	0	0
7.	Juli	2.352	802	11	1.539	0	0
8.	Agustus	702	469	2	231	0	0
9.	September	345	292	0	53	0	0
10.	Oktober	904	770	4	130	0	0
11.	Novemver	1.620	1.556	9	55	0	0
12.	Desember	918	756	12	150	0	0
Total		**9.651**	**6.358**	**45**	**3.245**	**0**	**3**

KET:

P : Pelajar

M : Mahasiswa

U : Umum

KI : Karya Ilmiah

A : Asing

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

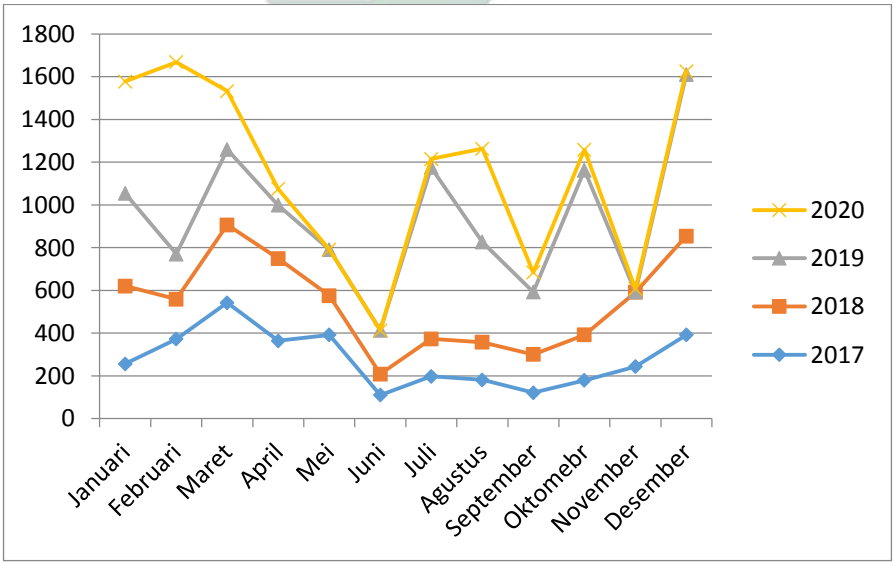
Tabel 6.

Data Kunjungan Museum Tahun 2020

Data Kunjungan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang 2020							
No.	Bulan	Jumlah Kunjungan	P	M	U	KI	A
1.	Januari	621	523	4	2	0	0
2.	Fabruari	978	898	2	78	0	0
3.	Maret	308	273	3	32	0	0
4.	April	95	77	2	16	0	0
5.	Mei	2	0	2	0	0	0
6.	Juni	5	0	0	5	0	0
7.	Juli	49	40	8	1	0	0
8.	Agustus	537	437	0	1	0	0
9.	September	110	92	7	12	0	0
10.	Oktober	287	96	12	189	0	0
11.	Novemver	76	15	18	43	0	0
12.	Desember	62	15	20	27	0	0
Total		**3.061**	**2.466**	**78**	**406**	**0**	**0**

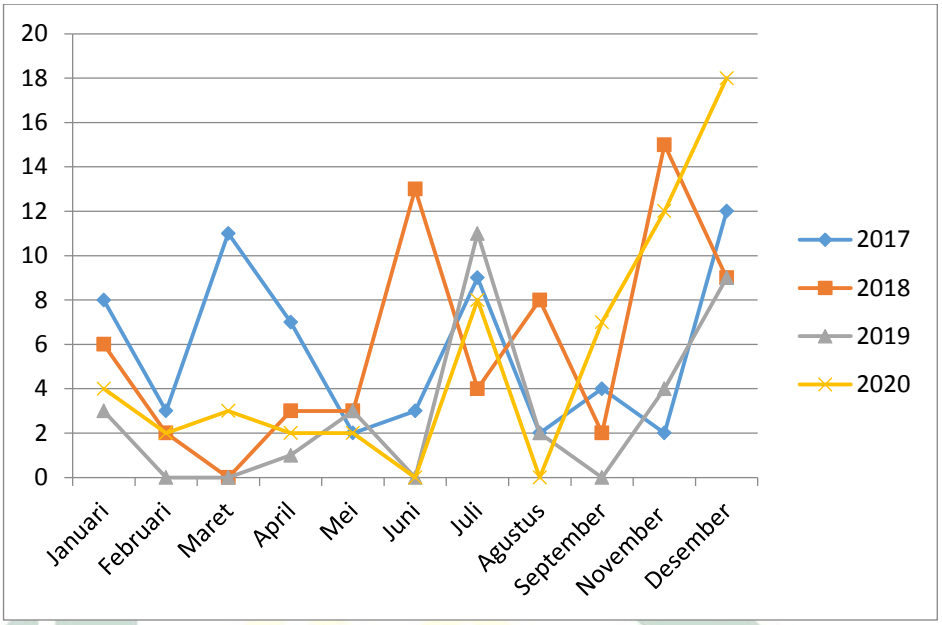
Dari data yang di sajikan di atas, dari tahun 2017- 2020 mengalami pasang dan surut. Dapat dilihat diagram dibawah ini, prosentase dari setiap tahun nya sesuai dengan pengelompokan pengunjungnya:

a) Pelajar

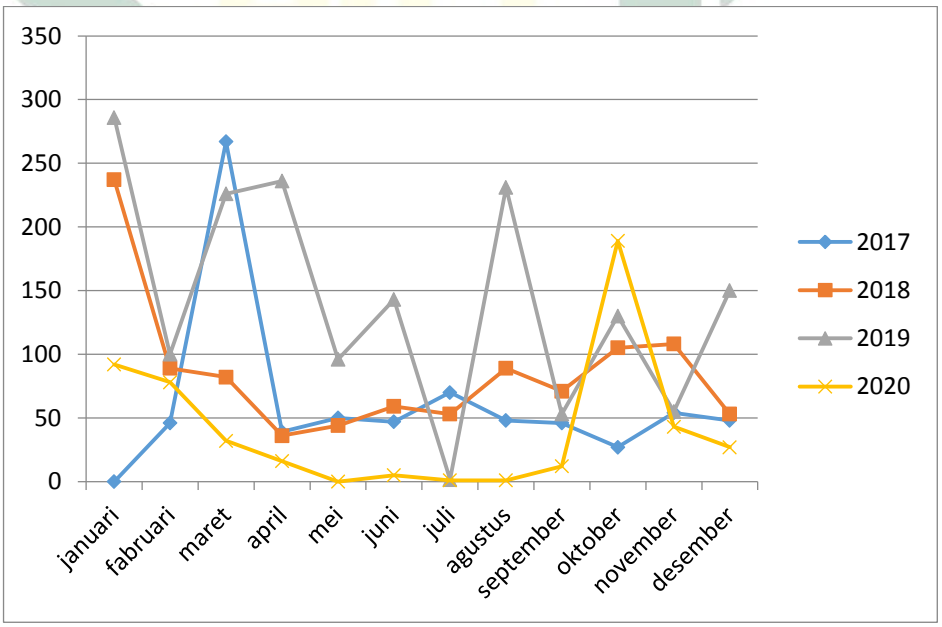


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Mahasiswa

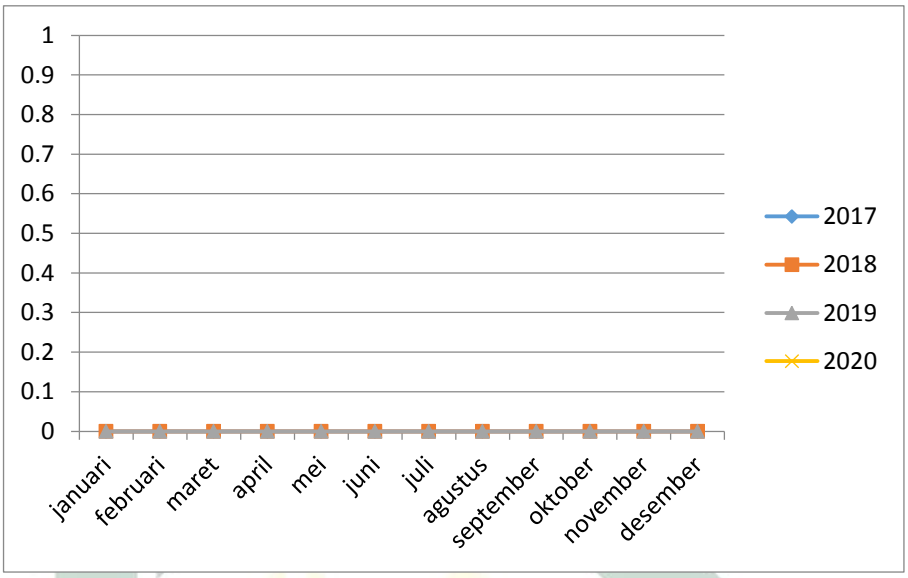


c) Umum

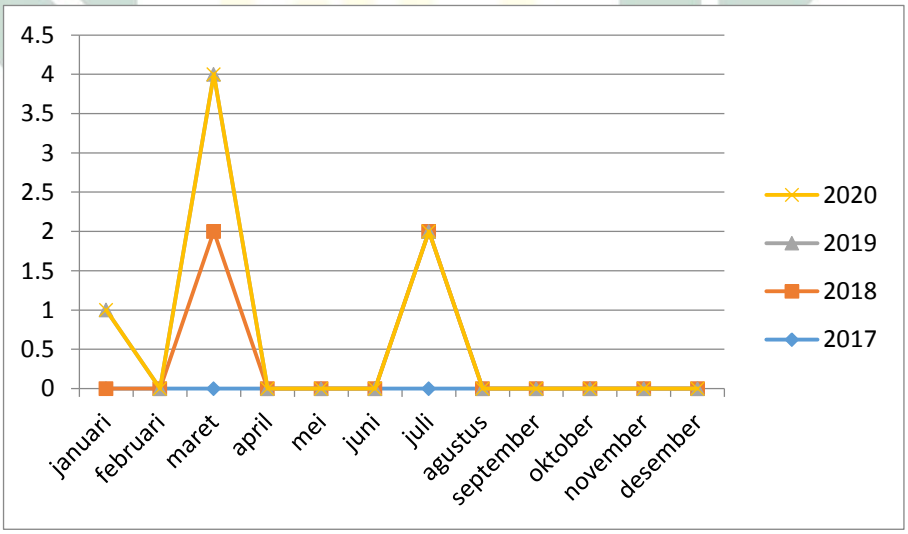


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Karya ilmiah



e) Asing



Dari data yang disajikan, jumlah pengunjung pada Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang cukup banyak dan selalu mengalami perkembangan, kecuali di tahun 2020, namun dalam persaingan masih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlu kinerja ekstra untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik untuk penelitian ataupun yang lainnya.

Untuk mengenalkan Museum Anjuk Ladang, selain melalui kunjungan-kunjungan kesekolah, tentunya perlu adanya promosi atau pemasaran menggunakan cara yang lain. Adapun pemaparan pemasaran yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang oleh KASI Kebudayaan, yaitu

> "Strategi yang kami gunakan adalah strategi peningkatan kunjungan, secara grafik, dampak adanya kegiatan kunjungan ke sekolah, secara sendirinya pengunjung museum meningkat. Kami melakukan berbagai cara agar bisa menarik minat siswa agar tertarik untuk berkunjung ke museum. Langkah yang pertama yang dilkukan agar dapat menarik pengunjung lainnya adalah menata museum sedemikian rupa sehingga menarik pengunjung dengan keterbatasan yang dimiliki"

Strategi pemasaran wisata edukasi yang dilakukan oleh Museum Anjuk Ladang sangatlah sederhana namun memiliki efek yang cukup efektif yakni dengan semakin bertambahnya minat kunjungan meskipun berawal dari sebuah paksaan. Hal ini dibuktikan dengan tetap adanya kunjungan meskipun Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang tutup yang di karenakan Pandemi, kunjungan tersebut dari mahasiswa ataupun dari dinas yang memang notabene memiliki kebutuhan yang berbeda bukan hanya untuk pendidikannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Realisasi Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang

Penerapan atau realisasi strategi pemasaran bukan hanya dilakukan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, namun juga dilakukan oleh wisata edukasi lain nya seperti Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan yaitu Agrowisata Royal Cocoa. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pihak agrowisata royal cocoa tidak ingin memasarkan wisata edukasinya secara online karena ditakutkan belum adanya kesiapan oleh tim, namun pemasaran hanya dipasrahkan kepada pihak kerjasama.[76] Sedangkan pada Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, promosi dilakukan juga menggunakan media online, meski tidak jarang kita masih ikut pada bidang pariwisata. Tidak menutup kemungkinan bahwa persiapan kita juga belum sepenuhnya matang, namun pihak pengelola wisata edukasi Museum Anjuk Ladang mengambil tantangan dengan berusaha semaksimal mungkin dengan kesiapan yang ada untuk selalu mempromosikan melalui media online.[77]

Penerapan strategi pemasaran pendidikan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang membutuhkan persiapan matang. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan, yakni

> "… dalam pelaksanaan kegiatan edukasi, kami memperhatikan terlebih dahulu siapa-siapa saja nantinya yang akan mengkonsumsi apa yang kami sampaikan, apa saja yang akan kami berikan ke mereka sebagai bahan tambahan edukasi"

[76] Loc.cit Ni Luh Gde Hita Rihati, Ida Ayu Tary Puspa, I Ketut Wardana Yasa. Hal. 12
[77] Wawancara narasumber "Pak Amin Fuadi" pada 02 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pola kerja sama yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang ada dua pilihan, diantaranya yaitu mengajukan dan ditunjuk, yang mana apabila ada sekolah yang menginginkan adanya edukasi yang berkaitan dengan sejarah atau koleksi museum maka dapat mengajukan surat ke Kepala Dinas Pariwisata, Pendidikan, Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk, yang kemudian ditembuskan ke bagian Kepala Seksi Kebudayaan dan akan dikoordinasikan langsung dengan pengelola museum.

Untuk mencapai efisiensi, efektifitas dan produktifitas dalam melaksanakan sebuah kegiatan, maka koordinasi sangatlah penting, sebab berjalannya sebuah kegiatan dapat sukses apabila saling mendukung. Kurangnya koordinasi akan menghasilkan kurang maksimalnya efektifitas dan efisiensi sebuah kegiatan.[78]

Adapun pola koordinasi yang dibangun oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang adalah sebagai berikut:

[78] Akmal, *"Koordinasi Antar Instansi Terkait Dalam Pelaksanaan Pembangunan Daerah"* Jurnal Demokrasi Vol. V No. 1 Tahun 2016 Hal. 1 diakses pada 20 Desember 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Ketika ada surat masuk yang ditujukan untuk memberikan edukasi dari seksi kebudayaan, maka surat tersebut akan di informasikan ke bagian kebudayaan, setelah itu akan di turunkan ke bagian sekretaris guna membuatkan surat balasan dan surat jalan untuk staf museum, dari seksi kebudayaan dan staf museum akan menindaklanjuti dan menyiapkan semua perlengkapan dan kebutuhan yang di gunakan saat edukasi museum masuk sekolah"

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan, harus ada inovasi, ide-ide kreatif dan komunikatif, agar dapat menghindari kejenuhan dan merasa apa yang disampaikan untuk promosi hanya melulu pada bahasan yang sama.

Pada hasil wawancara yang dilakukan, di sampaikan bahwa

> "… ketika nanti ada surat masuk kepada kepala Dinas yang di tujukan untuk memberikan edukasi ke sekolah-sekolah, tentu kami akan menyiapkan semaksimal mungkin, mulai dari pembahasan apa yang akan di sampaikan, apa saja yang akan dipamerkan ke siswa dan kuis-kuis serta hadiah yang akan diberikan bagi mereka yang antusias dan mau bertanya"

Dapat kita simpulkan dan jabarkan bahwa, strategi pemasaran itu sangatlah penting, untuk proses pengembangan, serta dengan pengemasan yang baik, dan kreatif serta inovatif dan selalu ada perubahan maka menarik minat itu mudah.

Adapun beberapa program kegiatan yang dirancang untuk jangka panjang dan pendek yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk juga melibatkan beberapa orang pihak, yaitu :

a. Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sekretaris

c. Sub Bagian Keuangan

d. Sub Bagian Program dan Evaluasi

e. Sub Bagian Umum

f. Bidang Kebudayaan

g. Dan seluruh seksi bagian Kebudayaan

h. Staf Museum

Dari sini dapat kita ketahui bahwa, sekalipun program kegiatan yang dilakukan adalah dari bagian kebudayaan, tetapi koordinasi wajib dilakukan, agar dapat saling mendukung dan seimbang. Salah satu contoh kegiatan yang menjalin kerjasama dan koorinasi yaitu siraman yang dilakukan di Aie Terjun Sedudo, kegiatan ini bekerjasama antara bidang pariwisata dan bidang kebudayaan Dinas Pariwisata Pendidikan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk.

Dalam pelaksanaan kegiatan dan sistem koordinasi, Pemerintah Daerah atau Bupati sebagai pengidentifikasi kaitan dan kepentingan antara instansi baik fungsional, sektoral atau regional[79]. Atau secara sederhana, pemerintah daerah memiliki posisi sebagai pengawas dan pemberi evaluasi.

Selain itu koordinasi guna menunjang program kegiatan tidak hanya dilakukan dengan daerah saja, namun juga dari pusat (Museum

[79] Akmal, *"Koordinasi Antar Instansi Terkait Dalam Pelaksanaan Pembangunan Daerah"* hal. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nasional), dibuktikan dengan hasil wawancara dengan KASI Kebudayaan Nganjuk serta salah satu Staf Museum

> "… anggaran kegiatan setiap tahun memang masih kecil itupun dari daerah, namun kita juga ada anggaran dari pusat, karena memang dana itu belum mencukupi dari seluruh kebutuhan dari progam kegiatan museum, maka kami membagi-baginya sesuai program yang di anggarkan"

Dari sini dapat kita lihat, pola koordinasi untuk merealisasikan program kegiatan guna menunjang edukasi yang ada di museum. Dengan adanya sumber daya yang memang belum memenuhi kualifikasi, namun dimaksimalkan agar tetap dapat memberikan pelayanan dan juga pengembangan yang maksimal.

4. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Strategi Pemasaran Edukasi

Dalam sebuah lembaga atau instansi, tentu tidak selalu mulus dalam pelaksanaan kegiatan atau program kerjanya, pasti ada beberapa faktor baik pendukung maupun penghambatnya.

Adapun beberapa faktor penghambat pelaksanaan strategi pemasaran, diantaranya :

a. Sarana prasarana yang kurang lengkap
b. Kualitas yang belum memadai,
c. Prestasi yang rendah
d. Biaya yang mahal
e. Dana yang sedikit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. SDM (Sumber Daya Manusia) yang kurang

g. Keinginan pembaruan yang kurang

h. Lokasi yang tidak memadai

Uraian dari hasil wawancara yang dilakukan,

> "… ruang pamer yang belum layak karena terbatas oleh lokasi yang sempit, anggaran yang kecil, dukungan yang masih belum maksimal, pembangunan yang belum maksimal."

Dari yang dipaparkan oleh Kepala Seksi (KASI) Kebudayaan, kita bisa mendapatkan penjelasan bahwa, terlaksananya sebuah kegiatan dan program kerja dapat berjalan dengan baik jika mendapatkan tunjangan secara maksimal dan dukungan yang penuh, baik dari pelaksana kegiatan ataupun dari pemerintah daerahnya. Adapun faktor-faktor yang dibutuhkan untuk mengerakkan dan menjalankan program kegiatan diantaranya:

a. SDM yang mumpuni dan kompeten di bidangnya

b. Akses dan Mobilitas yang didukung

c. Lokasi yang luas

d. Kualitas kegiatan yang baik

e. Dana yang mencukupi

f. Bahan untuk edukasi

g. Fasilitas yang lengkap

h. Menarik minat pengunjung

i. Sumber info yang lengkap

j. Lokasi yang mudah dijangkau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi pengembangan Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang memang masih dalam tahap proses pengembangan, namun dalam pengembangan tersebut berkembang lebih cepat, dimulai dari penataan ruang pameran dan seisinya, serta pembuatan bangunan-bangunan pendukung serta penataan pameran agar terlihat menarik oleh wisatawan serta ditambah dengan tulisan-tulisan untuk memperjelas koleksi yang dimiliki.

Dalam wawancara yang dilakukan kepada KASI Kebudayaan Kabupaten Nganjuk, mengungkapkan bahwa :

> "… perhatian dari pemerintah sudah mulai ada, dengan di buktikan mulai adanya pembangunan meski bagi kami kurang maksimal, tapi kami berusaha semaksimal mungkin untuk membangun nya sehingga dapat menjadi lebih baik"

Meski demikian, masih banyak kekurangan-kekurangan yang dimiliki, serta dukungan yang kurang maksimal untuk melakukan pengembangan yang dilakukan merupakan sebuah hambatan dalam proses pembangunan, selain itu kurangnya kesadaran bahwa pentingnya sebuah museum untuk daerah sebagai ciri khas dan sebagai pengenal warisan leluhur.

Selain itu ada beberapa faktor yang harus dimiliki dalam pemasaran edukasi di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang. Adapun beberapa faktor tersebut diantaranya :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Motivasi

Motivasi sangatlah penting dalam hal kaitannya untuk melakukan pemasaran, dorongan dan dukungan sangatlah penting apalagi untuk proses pengembangan. Motivasi juga ada beberapa macam, diantaranya

1) Hadiah
2) Memberikan pujian
3) Memberikan semangat
4) Finansial cukup

b. Lingkungan yang nyaman

Lingkungan yang nyaman adalah dimana lingkungan tersebut dapat ditata sedemikian rupa dan mudah untuk dirawat ketika seseorang berada pada lingkungan yang buruk, tentunya dalam melaksanakan program kegiatan kurang selera dan bahkan tidak tertarik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan deskripsi dan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan :

1. Museum Anjuk Ladang merupakan salah satu museum yang memiliki koleksi lengkap, penerapkan strategi pemasaran pada museum dapat meningkatkan jumlah pengunjung dengan dibuktikannya tabel jumlah pengunjung. Dengan memanfaatkan ketersediaan sumber daya yang ada serta dana yang minim, Museum Anjuk Ladang menggunakan tiga strategi yang setiap strategi memiliki bentuk kegiatan yang berbeda. Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh Museum Anjuk Ladang yakni 1) meningkatkan jaringan dengan lembaga pendidikan, 2) meningkatkan daya saing melalui media sosial, 3) menggali minat, bakat dan potensi pengunjung.
2. Strategi pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang adalah dengan pelaksanaan program kegiatan dengan dikemas semenarik mungkin. Kesuksesan strategi pemasaran pada Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang dapat dilihat pencapaiannya dari jumlah pengunjung setiap tahun nya yang mengalami perkembangan kecuali pada tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemi yang terjadi. Dari sebuah strategi dapat memunculkan sebuah inovasi dan ide kreatif untuk tetap melaksanakan kegiatan dan program kerja sehingga tidak di anggap *vacum.*
3. Strategi pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang dikemas dengan program kegiatan dapat menarik minat pengunjung, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Pengimplementasian strategi pemasaran yang ada di Museum Anjuk Ladang memiliki hubungan erat dengan pola komunikasi dan kerjasama, sehingga dapat terjalin komunikasi yang sistematis dan terencana.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Unsur pendukung terlaksananya strategi pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang yaitu berani (berani mengambil sikap, berani untuk mengawali, memotivasi) terampil, kreatif dan inovatif. Sebab dengan adanya faktor penghambat yang ada, jika tidak didorong oleh pendukung dari diri sendiri, maka tidak terlaksananya sebuah kegiatan. Dengan tidak menjadikan sebuah hambatan itu sebagai penghalang maka kegiatan akan terus berjalan dan dengan semangat serta motivasi baik dari diri sendiri maupun untuk team.

B. SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dan telah diuraikan di atas, maka tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti memberikan saran yang harapannya agar adanya perbaikan menuju arah yang lebih baik lagi.

1. Untuk Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang

   Melihat dari kondisi yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang dari tahun ke tahun mengalami perkembangan, dan kemajuan, baik secara infrastruktur maupun sumber daya yang dimiliki, maka untuk menambah semangat dan kinerja dari pengelola maupun promotor, maka untuk menambah produktivitas dan pengembangan yang maksimal perlu adanya unsur-unsur yang mendorong produktivitas tersebut, alangkah lebih baiknya pengaktifan kembali sosial media yang dimiliki sehingga fungsi sosial media yang ada dapat hidup dan membantu melancarkan visi misi dan tujuan Museum. Selain itu dari program edukasi yang dilakukan oleh Museum Anjuk Ladang perlunya peningkatan pengembangan dan keberlanjutan untuk setiap tahunnya dengan mempertimbangkan kebutuhan dan sasaran pendidikan.

2. Untuk penelitian selanjutnya

   Pada penelitian ini terfokus pada strategi pemasaran pendidikan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang, sehingga saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait pengembangan program pendidikan di Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

A. Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantutatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014)

Akmal, *"Koordinasi Antar Instansi Terkait Dalam Pelaksanaan Pembangunan Daerah"* Jurnal Demokrasi Vol. V No. 1 Tahun 2016

Arikunto, Suharsimi. Manajemen Penelitian Cetakan Keenam. (Jakarta: Rineke Cipta. 2003)

Deddy Prasetya Maha Rani, *"Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)"* Jurnal Politik Muda, Vol. 3, No. 4 2014

Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *"Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo) Jurnal Administrasi Bisnis"* Vol. 2, No. 1 Desember 2015

E Kustian, O Abdurakhman, Dan W Firmansyah, *"Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa"* Tadbir Muwahhid Vol. 2 No. 2, Oktober

Encang Saepudin, Agung Budiono, Mas Halimah *"Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bndung Barat"* Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora, Vol. 21, No. 1 Maret 201

Endah Prapti Lestari, *"Pemasaran Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)"* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Evi Fitriana *"Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya"* Jurnal Pendidikan Geografi No. 2 Tahun 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Eva Novianti, Meirinawati. *"Strategi Desa Dalam Pengembangan Wisata Petung Ulung Adventure (PTA) Di Desa Margopatut Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk"*

Hary Hermawan, Erlangga Brahmanto, Musafa, Suryana, "Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi di Kampung Tulip Bandung" Jurnal Abdimas BSI, Vol. 1, No. 1 Februari 2018

Imam Bawani, Metodelogi Penelitian Pendidikan,(Sidoarjo : Khazanah Ilmu , 2016)

Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif,(Jakarta: Bumi Aksara, 2017)

John W. Creswell, "Penelitian Kualitatif dan Desain Rise: memilih diantara lima pendekatan", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015)

Jonathan Sarwono, Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)

Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran pendidikan" jurnal manajemen pendidikan vol. 5 no. 1 (Juni 2017)

Leily Suci Rahmatin, I Gst. Agung Oka Mahagangga, *"Wisata Museum Berbasis Edutainment Di Jawa Timur Park Kota Batu Jawa Timur"* Jurnal Destinasi Wisata Vol. 4 No. 2 2016

Lexy J.Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 200)

Ni Luh Gde Hita Rihati, Ida Ayu Tary Puspa, I Ketut Wardana Yasa, "Strategi Pemasaran Agrowisata Royal Cocoa sebagai Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan" Jurnal pariwisata budaya no.2 vol. 4 (201)

Ni Luh Henny Andayani, S.ST.PAR., M.Par "Manajemen Pemasaran Pariwisata" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nur Ratih R, Beta Suryokusumo, Nurachmad S. *"Perancangan Wisata Edukasi Lingkungan Hidup Di Batu Dengan Penerapan Material Alami"*

Rahmat Priyanto, Didin Syarifuddin, Sopa Martina, *"Perancangan Model Wisata Edukasi Di Objek Wisata Kampung Tulip"* Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, (15 Februari 2018)

Rizki Syahputra, *"Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan"* Jurnal Ecobisma Vol. 6, No. 2

Restu Kartiko Widi, "Asas Metodologi Penelitian" , (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, *"Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)"* Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 4

Tatik Suryani, *"Perilaku Konsumen Di Era Internet (Implikasi Pada Strategi Pemasaran)"* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013

Wina Snjaya "penelitian pendidikan, jenis, metode,dan prosedur" (Jakarta: prenemedia Group, 2015)

Zainal Afrifin, Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id