BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melakukan serangkaian kegiatan penelitian dan berhasil mengumpulkan data, melakukan analisa terhadap data yang didapatkan dan memunculkan temuan-temuan penelitian, maka diperoleh kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian mengenai komunikasi pemasaran pada museum Mpu Tantular.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh museum Mpu Tantular adalah terlebih dahulu dengan menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh museum, kemudian dirumuskan untuk dicari cara mengatasinya.

Sebagai museum yang memiliki predikat terbaik di Jawa Timur, Museum Mpu Tantular juga selalu memberikan inovasi terhadap museum yang dikelolanya, terbukti dengan adanya gedung pamer tuna netra yang dimiliki oleh museum. Pengelola museum tidak hanya memikirkan tentang pengunjung yang normal saja, tetapi juga memberikan fasilitas bagi para pengunjung yang memiliki keterbatasan penglihatan, agar tetap dapat menikmati koleksi-koleksi yang dipamerkan di museum.

Selain itu strategi yang digunakan oleh museum Mpu Tantular adalah mengadakan kegiatan-kegiatan yang merupakan salah satu bentuk promosi dan publikasi museum. Seperti mengadakan pameran keliling, mengadakan festival, lomba untuk anak sekolah, kesenian budaya, dan peragaan koleksi

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 yang relatif masih baru di Jawa Timur, dan ini menjadi program wajib dan andalan dari museum Mpu Tantular.

Menggabungkan media konvensional dan media baru menjadi salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh museum Mpu Tantular. Media konvensional seperti koran dan poster masih digunakan oleh museum Mpu Tantular, hanya saja promosi yang dilakukan oleh museum Mpu Tantular melalui media massa seperti televisi masih sangat lemah dikarenakan faktor dana yang dikeluarkan juga cukup besar jika memasang iklan melalui televisi. Oleh sebab itu, museum mpu tantular juga menggunakan media baru berbasis internet untuk lebih memudahkan pemasaran museum.

Ketepatan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh museum Mpu Tantular masih terkendala dengan *mindset* masyarakat tentang sebuah museum, budaya masyarakat yang belum menganggap museum sebagai kebutuhan dirasa menjadi tantangan terberat yang harus dihadapi museum dalam menjalankan strategi pemasaran museum.

Secara singkat kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh museum Mpu Tantular mengacu pada komunikasi pemasaran terpadu yang menggunakan konsep bauran promosi dalam dalam melakukan pemasaran museum. Konsep bauran promosi ini adalah dengan melakukan kegiatan-kegiatan promosi baik secara langsung maupun menggunakan bantuan media.

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. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola museum Mpu Tantular agar dapat selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjungnya dan mengoptimalkan upaya-upaya komunikasi pemasaran untuk menggaet lebih banyak pengunjung, dan bagi masyarakat agar supaya tidak memandang museum sebelah mata. Berikut rekomendasi dari peneliti yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan mendatang:

1. Secara internal lebih mengoptimalkan seluruh staff dan pegawai museum Mpu Tantular terutama yang bertugas sebagai pemandu museum agar diusahakan seluruh petugas museum mendapat sertifikasi pemandu dari BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Pemandu). Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas,jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.
2. Diusahakan untuk tidak "menutup diri" dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan lain dalam sektor perekonomian, namun tidak melupakan fungsi dan tugas museum sebagaimana mestinya. Karena dalam islampun kita tidak diperbolehkan untuk menutup diri. Islam menyarankan kita bertebaran di muka bumi untung mencari rizki, karenanya bekerja sama dengan perusahaan lain juga dapat menjadi pilihan guna meningkatkan kunjungan ke Museum. Seperti pada Surat

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

An-Nisa ayat 21 yang berarti : “Jika saudara-saudara itu lebih dari satu orang, maka mereka bersekutu dalam sepertiga itu”.

3. Memaksimalkan penggunaan *website* dengan membuat tampilan *website* semenarik mungkin, agar pengunjung lebih tertarik untuk membuka *website* museum dan berkeinginan untuk mengunjungi museum.
4. Melakukan pembinaan dan kegiatan bersama dengan group pelajar SMA yang telah dibentuk, agar lebih banyak anak muda yang tertarik dengan museum.
5. Kendala untuk faktor external seperti minat masyarakat yang relatif rendah terhadap museum dapat disiati dengan selalu memberikan hal-hal yang baru dan unik yang menimbulkan penasaran. Masyarakat mudah tertarik pada hal-hal yang dianggap baru dan jarang untuk dijumpai. Oleh sebab itu, pengelola museum harus mampu menyadari hal tersebut dan mengembangkan kegiatan-kegiatan atau koleksi-koleksi unik yang dapat menarik perhatian masyarakat, namun tetap pada pemasaran yang benar dalam kegiatan perdagangan (muamalah), Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), sebagaimana hadis Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wa sallam: ”Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ía memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan. ”(HR. Muslim, An-Nasa’i dan lbnu Majah). Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong, alias harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter

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

berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah Subhanahu wa ta'ala adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam hadis: "Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada di surga." (HR. Turmudzi).

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