

Strategi Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Tugu Pahlawan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya

by Nadhira Salabilah 1111800103

Submission date: 14-Jul-2022 06:37PM (UTC+0700)

Submission ID: 1870434787

File name: FISIP_1111800103_Nadhira_Salsabilah.docx (25.1K)

Word count: 2248

Character count: 14760

1
Strategi Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Tugu Pahlawan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya

Nadhira Salsabilah, Dra. Indah Mur¹, M.Si, Dida Rahmadanik M.AP, S.AP
Program Studi Administrasi Publik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail: endah@untag-sby.ac.id

Abstract

This study aims to clarify in detail the strategy that the Museum will use on November 10 to attract tourists to visit the museum. This research is a qualitative descriptive study. The subjects of this study were museum curator staff, tour guide staff, administrative staff, and tourists who visited the museum on November 10. The research tool is the researcher himself. Data collection methods are interviews, observation, and documentation. Test the validity of your data using triangulation techniques and methods. Based on the results of the survey, we can conclude that: (1) The museum on November 10 has several strategies to attract visitors, namely (a) the Treaty of the Ten November Museum, (b) the Dwitunggal Exhibition, (c) the Goes To School Museum, (d) Collaborating with the Onthel Bike Community, (e) Buddy Museum Ten November. (2) The supporting factors and inhibiting factors of the Ten November Museum include: Strengths: (a) the Ten November Museum is a museum that has a collection of struggles, (b) The entrance ticket price is affordable for all circles of society, (c) Can be used as educational and research tourism (d) Have programs or activities that involve the community (e) Have a strategic location. Weaknesses: (a) Low Human Resources (HR), (b) Lack of Utilization of social media for promotional media, (c) Service Standardization, (d) Lack of Creativity. Opportunities: (a) Advances in Science and Technology (IPTEK), (b) Government Support, (c) Cooperation Relations. Threats: (a) the socio-cultural conditions of the community that consider the museum unattractive, (b) the number of attractive tourists, and (d) low public awareness of historical heritage.

Keywords : Strategy, Visitor Interest, Museum

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas secara rinci strategi yang akan digunakan Museum pada tanggal 10 November untuk menarik wisatawan berkunjung ke museum. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah staf kurator museum, staf pemandu wisata, staf administrasi, dan wisatawan yang berkunjung ke museum pada tanggal 10 November. Peralatan penelitian adalah peneliti itu sendiri. Metode pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji validitas data Anda menggunakan teknik dan metode triangulasi. Berdasarkan hasil survei, kami dapat menyimpulkan bahwa: (1) Museum pada tanggal 10 November memiliki beberapa strategi untuk menarik pengunjung, yaitu (a) Treatrikal Museum Sepuluh Nopember, (b) Pameran Dwitunggal, (c) *Museum Goes To School* (Museum Masuk Sekolah), (d) Melakukan Kolaborasi dengan Komunitas Sepeda Onthel, (e) Sobat Museum Sepuluh Nopember. (2) Faktor pendukung dan faktor penghambat Museum Sepuluh Nopember meliputi: *Strengths*: (a) Museum Sepuluh Nopember merupakan museum yang memiliki koleksi perjuangan, (b) Harga tiket masuk terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, (c) Dapat dijadikan sebagai wisata edukatif dan penelitian (d) Memiliki program atau kegiatan yang melibatkan masyarakat (e) Memiliki lokasi yang strategis. *Weaknesses*: (a) Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah, (b) Kurangnya Pemanfaatan media sosial untuk media promosi, (c) Standarisasi Pelayanan, (d) Kurangnya Daya Kreativitas. *Opportunities*: (a) Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), (b) Dukungan Pemerintah, (c) Hubungan Kerjasama. *Threat*: (a)

kondisi sosial budaya masyarakat yang menganggap museum tidak menarik, (b) jumlah wisatawan yang menarik, dan (d) rendahnya kesadaran masyarakat akan peninggalan sejarah.

Kata Kunci : Strategi, Minat Pengunjung, Museum

Pendahuluan

Surabaya merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur. Kota yang dimana pusat pemerintahan provinsi maupun kotamadya dijalankan. Surabaya dikenal sebagai salah satu kota metropolitan penuh sejarah di Indonesia. Memiliki banyak tempat bersejarah yang berada di Surabaya yang berfungsi sebagai tempat peninggalan bersejarah pada masa penjajahan, karena terjadinya peristiwa pertempuran 10 November 1945 bertempat di Surabaya. Aksi heroik yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Surabaya menjadikan Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan. Sebagai kota pahlawan Surabaya memiliki Museum yang berada di kompleks bangunan Monumen Tugu Pahlawan Surabaya dengan nama Museum Sepuluh Nopember.

Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata merupakan pemilik resmi museum, Museum Sepuluh Nopember dikelola oleh UPTD Tugu Pahlawan, Unit Pelaksana Teknis Dinas merupakan organisasi pemerintah yang diberikan tanggung jawab dalam pengelolaan 7 (tujuh) museum yang ada di kota Surabaya yaitu (1) Museum Sepuluh Nopember, (2) Museum Surabaya, (3) Museum HOS Tjokroaminoto, (4) Museum WR Soepratman, (5) Museum Dr Soetomo, (6) Museum Pendidikan Surabaya, (7) Museum Olahraga Surabaya

Unit Pelaksana Teknis Dinas memiliki tugas yaitu melaksanakan sebagai teknis operasional di bidang pelayanan, penyimpanan, pengawetan, pengumpulan, perawatan, penelitian, dan penerbitan hasilnya, serta memberikan penyajian dan bimbingan yang bersifat edukatif tentang koleksi benda yang mempunyai nilai ilmiah dan budaya.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 66 Tahun 2015, Museum adalah lembaga yang berfungsi mengembangkan, menggunakan, melindungi, dan mengkomunikasikan kepada masyarakat umum. Lokasi Museum Sepuluh Nopember terletak di jalan Pahlawan, Alun-alun Contong, Kecamatan Bubutan Kota Surabaya yang didirikan pada tanggal 10 November 1991 memiliki luas 1366 m² dengan kedalaman 7m di bawah permukaan tanah Komplek Tugu Pahlawan dan diresmikan oleh Presiden RI ke - 4, KH. Abdurrahman Wahid pada tahun 2000.

Museum Sepuluh Nopember merupakan salah satu objek wisata edukatif di kota Surabaya yang bernilai sejarah. Dalam pengembangan pariwisata dan meningkatkan minat pengunjung dibutuhkan langkah-langkah dan strategi yang terpadu dan terarah mengenai pendidikan tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Dari hal tersebut memiliki keterkaitan dalam meningkatkan pengunjung tersebut menjadi lebih nyata dan proporsional.

Maka permasalahan utama dalam kurangnya minat masyarakat untuk berkunjung ke museum yaitu:

- a. Masih minim informasi yang di dapat oleh masyarakat tentang museum serta kurangnya minat pengunjung untuk datang ke museum yang membuat dari sebagian besar masyarakat tidak terpikirkan untuk mengunjungi atau merekomendasikan orang lain untuk berkunjung ke museum.
- b. Minat wisatawan dalam mengunjungi museum yang minim dikarenakan kurangnya fasilitas dari museum untuk menarik minat pengunjung, Hal ini dikarenakan destinasi wisata harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang nyaman yang memenuhi kebutuhan pengunjung dan memenuhi kebutuhan selama berkunjung.
- c. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa museum hanya sebagai tempat untuk penempatan barang-barang kuno.

Penulis berpendapat bahwa analisis diperlukan untuk meningkatkan minat pengunjung museum. Oleh karena itu, penulis berkeyakinan bahwa salah satu analisis yaitu analisis

SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats), dapat digunakan untuk meningkatkan kunjungan ke museum pada tanggal 10 November.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data melalui wawancara langsung dengan UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh November dan menjelaskan temuan secara tertulis. Penelitian ini juga menggunakan teknik observasi, dimana penulis mengumpulkan data tertentu seperti pengolahan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Museum Sepuluh Nopember dalam meningkatkan minat pengunjung dengan melakukan proses manajemen strategi yang melibatkan unsur-unsur lingkungan baik di dalam maupun di luar organisasi. Kemudian dari unsur lingkungan tersebut dapat diciptakan sebuah formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Proses manajemen strategis mencakup empat elemen dasar: (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, dan (4) evaluasi dan pengelolaan.

1. Pengamatan lingkungan

Pengamatan yang dilakukan meliputi pengamatan lingkungan internal dan pengamatan lingkungan eksternal dari Museum Sepuluh Nopember. Dari Pengamatan Lingkungan Internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Museum Sepuluh Nopember, sedangkan Pengamatan Lingkungan Eksternal yaitu tentang peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Museum Sepuluh Nopember. Dalam hal tersebut dapat di papakan dalam pengamatan lingkungan dalam kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) atau disebut dengan SWOT. Unsur lingkungan yang dimiliki oleh Museum Sepuluh Nopember menjadi dasar terbentuknya strategi Museum Sepuluh Nopember untuk menarik minat pengunjung di museum.

2. Perumusan Strategi

Langkah strategis selanjutnya dari teori Hanger dan Wheelen adalah perumusan strategi. Apa yang dikenal sebagai Pengembangan Strategi atau Pengembangan Strategi museum didasarkan pada pendukung dan hambatan yang ada pada Museum Sepuluh Nopember. Strategi pengembangan yang dilakukan Museum Sepuluh Nopember untuk menarik minat pengunjung adalah dengan merencanakan program kegiatan yaitu SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat), dan WT (Weakness-Threat), sebagaimana dijelaskan Rangkuti (2005: 31-32). Itu dapat dianalisis dalam beberapa bagian.

➤ SO (*Strengths-Opportunities*)

a. Treatrikal Museum Sepuluh Nopember

Treatrikal ini menjadi salah satu program kegiatan Museum Sepuluh Nopember dalam melakukan kegiatan yang melibatkan masyarakat umum, selain itu juga dapat menjadi edukasi bagi penonton yang berkunjung ke museum dan dapat memanfaatkan perkembangan IPTEK yang begitu baik pada saat ini. Museum Sepuluh Nopember memiliki akan koleksi benda-benda hasil perjuangan para pahlawan sangat menarik untuk di promosikan di program kegiatan Treatrikal. Jadi kekuatan (S) yang digunakan pada perumusan strategi ini yaitu dengan melakukan program kegiatan yang melibatkan masyarakat umum dan peluangnya (O) adalah memanfaatkan perkembangan IPTEK.

b. Pameran Dwitunggal

Pameran Dwitunggal memanfaatkan kekuatan (S) Museum Sepuluh Nopember sebagai tempat wisata edukatif yang bisa bermanfaat untuk belajar mengenai sejarah

bangsa Indonesia serta dapat memanfaatkan peluang (O) masyarakat untuk berkunjung ke Museum Sepuluh Nopember.

➤ *WO (Weaknesses-Opportunities)*

a. Melakukan kerjasama dengan Dinas Pendidikan dan Dinas Pariwisata

Melakukan kerjasama dengan Dinas-dinas terkait juga menjadikan salah satu bentuk promosi, karena kelemahan (W) museum ada pada strategi promosinya. Untuk itu Museum Sepuluh Nopember memanfaatkan peluang (O) dalam melakukan perkembangan IPTEK dalam bekerja sama dengan Dinas Pendidikan dan Dinas Pariwisata untuk meningkatkan minat pengunjung.

b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah

Museum Sepuluh Nopember memiliki kelompok kerja teknis yang berada di bawah Kepala Dinas. Beberapa kelompok kerja tersebut seperti pengkajian, pengelolaan, pemeliharaan, penyajian, dokumentasi, pelayanan, administrasi dan lain sebagainya. Pada bagian kelompok kerja teknis terdapat pada bagian staff pemandu wisata edukator (*guide*) yang di tugaskan sebagai pemandu wisatawan atau mengiringi pengunjung yang datang di Museum Sepuluh Nopember karena menurut data pengunjung Museum Sepuluh Nopember memiliki pengunjung paling tinggi daripada museum lainnya, yang menjadikan Museum Sepuluh Nopember kurangnya SDM pada saat melakukan pemanduan. Karena kelemahan (W) dalam Museum Sepuluh Nopember yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di museum, maka dengan cara memanfaatkan peluang (O) perkembangan IPTEK dilakukannya kerja sama dengan Dinas terkait untuk membantu mempromosikan Museum Sepuluh Nopember, karena dengan adanya perkembangan teknologi tidak akan menjadi beban yang besar.

➤ *ST (Strengths-Threats)*

a. Sobat Museum Sepuluh Nopember

Sobat Museum Sepuluh Nopember ini dapat dijadikan untuk memanfaatkan kekuatan (S) Museum Sepuluh Nopember sebagai wisata edukatif dengan cara membuat kegiatan yang melibatkan masyarakat banyak serta memiliki lokasi yang strategis dan mengatasi ancaman (T) masyarakat yang menilai museum itu kurang menarik.

b. Melakukan kolaborasi dengan Komunitas Sepeda Onthel

Kolaborasi dengan komunitas sepeda onthel membuat banyak anggota yang berkunjung untuk melihat sejarah dan koleksi yang ada pada Museum Sepuluh Nopember, serta melakukan keliling Museum dan keliling wisata kampung mespati menggunakan sepeda onthel. Strategi ini dapat memanfaatkan kekuatan (S) agar masyarakat lebih mengerti tentang Museum Sepuluh Nopember dan mengatasi ancaman (T) masyarakat yang menganggap museum itu kurang menarik.

➤ *WT (Weaknesses-Threats)*

a. *Museum Goes To School* (Museum Masuk ke Sekolah)

Museum masuk sekolah adalah kegiatan yang melibatkan siswa sekolah. Hal ini dilakukan agar para pelajar tetap tertarik mengunjungi museum. Hal ini memungkinkan Anda untuk mengatasi kelemahan (W) dari masyarakat umum yang menganggap wisata museum tidak menarik dan mengatasi ancaman (T), karena masih banyak wisata menarik lainnya.

b. Sobat Museum Sepuluh Nopember

Program Sobat Museum Sepuluh Nopember dapat menjadikan salah satu cara agar masyarakat dan anak-anak salah satunya tidak selalu beranggapan dan perlahan merubah pola pikir masyarakat bahwa museum adalah tempat yang kuno dan membosankan, dengan melakukan program seperti ini dan mengajar para pelajar untuk dapat mengedukasi mereka tentang sejarah bangsa Indonesia. Hal ini dapat mensiasati

kelemahan (W) dan mengatasi ancaman (T) Mereka yang berpikir bahwa wisata museum tidak terlalu menarik karena masih banyak wisata menarik lainnya.

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi di Museum Sepuluh Nopember untuk menarik pengunjung adalah dengan mengembangkan program kegiatan yang dapat menarik pengunjung. Strategi ini dibuat dengan mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman museum. Strategi tersebut dilaksanakan dalam program kerja yang telah disusun dan direncanakan sesuai dengan rencana strategis. Program-program tersebut seperti Pameran Dwitunggal, *Museum Goes To School* (Museum Masuk ke Sekolah), Melakukan kolaborasi dengan Komunitas Sepeda Onthel, dan Treatrikal yang merupakan program unggulan di Museum Sepuluh Nopember.

Tabel Jumlah Pengunjung Museum Sepuluh Nopember

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2017	300,976 orang
2.	2018	324,175 orang
3.	2019	333,620 orang
4.	2020	73,980 orang
5.	2021	29,029 orang

Penutup

Museum Sepuluh Nopember memiliki beberapa strategi untuk menarik pengunjung ke Museum. Strategi meliputi Treatrikal Museum Sepuluh Nopember, Pameran Dwi tunggal, Goes to School Museum (Museum Masuk Sekolah), Kolaborasi dengan Komunitas Sepeda Ontel, Sobat Museum Sepuluh November. Ada beberapa hal yang mendukung dan menghambat Museum Sepuluh November dalam menerapkan strategi tersebut. Museum memiliki beberapa kekuatan yang mendukung pelaksanaan proses strategis untuk menarik pengunjung. Kekuatan ini termasuk Museum Sepuluh November. Merupakan museum yang strategis dengan koleksi perjuangan, harga tiket yang relatif murah atau terjangkau di kalangan masyarakat umum, tersedia untuk wisata pendidikan dan penelitian, dengan beberapa program kegiatan termasuk masyarakat. Banyaknya wisatawan yang lebih menarik daripada mengunjungi museum, selain ancaman museum pada 10 November, situasi sosial budaya mereka yang memutuskan museum tidak menarik dan membosankan. Kelemahan dan ancaman Museum Sepuluh November menjadi faktor yang menghambat pelaksanaan proses strategis untuk menarik pengunjung ke Museum Sepuluh November. Akibatnya, kendala dapat mempersulit Museum pada 10 November untuk menerapkan strategi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- ⁴ Peraturan Walikota Surabaya No. 82 Tahun 2016 tentang *Pembentukan dan Susunan Organisasi Unit Pelaksana Teknis Dinas Tugu Pahlawan, Museum, Balai Pemuda dan Taman Hiburan Rakyat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya*
- ⁹ Peraturan Walikota Surabaya No. 47 Tahun 2006 tentang *Organisasi UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya*
- ¹⁶ LIU. (2020). *STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DAN DAYA TARIK WISATA MUSEUM SEPULUH NOPEMBER DI SURABAYA*. 1(3), 151–156.
- ⁵ Syah, F. (2018). Strategi Pengembangan Produk Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Niat

5 erkunjugwisatawan Ke Museum Nasional Dki Jakarta. *Epigram*, 15(1), 47–56.
<https://doi.org/10.32722/epi.v15i1.1217>

2
Tresyanto, C. A., & Ayu, S. A. (2020). Penerapan Strategi Marketing 4.0 Pada Wisata Museum Sepuluh November (Tugu Pahlawan) Surabaya. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 341. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i04.p03>

Strategi Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Tugu Pahlawan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	3%
2	ojs2.pnb.ac.id Internet Source	2%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
4	docplayer.info Internet Source	2%
5	jurnal.pnj.ac.id Internet Source	1%
6	id.123dok.com Internet Source	1%
7	Submitted to Catholic University of Parahyangan Student Paper	1%
8	journal.student.uny.ac.id Internet Source	1%

9	www.surabaya.go.id Internet Source	1 %
10	Garuda.Kemdikbud.Go.Id Internet Source	1 %
11	Submitted to Udayana University Student Paper	1 %
12	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.dinamika.ac.id Internet Source	1 %
14	www.referensipublik.com Internet Source	1 %
15	www.scilit.net Internet Source	1 %
16	media.neliti.com Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off