

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Analisis Data**

##### **4.1.1 Profil Objek Penelitian**

Museum Lampung telah dirintis sejak tahun 1975 oleh Kepala Kantor Pembinaan Permuseuman Perwakilan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung di Tanjung Karang. Wujud pembangunan fasilitas gedung pameran dan kantor baru dikerjakan pada tahun anggaran 1978/1979, didasarkan pada keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor : 064/P/1978 tanggal 30 Maret 1978, tentang Pengangkatan Pimpinan dan Bendaharawan Proyek Rehabilitasi dan Perluasan Museum Lampung. Peletakan batu pertama pembangunan Museum Lampung dilakukan oleh Kepala Bidang Permuseuman Sejarah dan Kepurbakalaan Kanwil Depdikbud Provinsi Lampung Drs. Supangat pada tanggal 31 Juni 1978, dilokasi Jalan Teuku Umar No. 64 Gedongmeneng, sekarang menjadi Jalan H. Zainal Abidin Pagar Alam No.64 Gedongmeneng, Bandar Lampung. Setelah proses pembangunan gedung dan sarana secara bertahap dapat diwujudkan, kemudian proses pengumpulan koleksi mulai dilaksanakan. Selanjutnya, untuk menarik masyarakat berkunjung ke Museum Lampung, Kakanwil Dikbud Provinsi Lampung menerbitkan surat edaran no. 0085/I.12/1986 tanggal 2 Januari 1986 tentang dibukanya Museum Lampung sampai hari Sabtu.

Pada tahun 1987, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0754/0/1987, Museum Lampung mendapatkan status sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Direktorat Jenderal Kebudayaan. Selanjutnya pada tanggal 24 September 1988, bersamaan dengan memperingati Hari Aksara Internasional yang dipusatkan di PKOR Way Halim, Museum Negeri Provinsi Lampung diresmikan oleh Menteri Kebudayaan Prof. Dr. Fuad Hassan. Sementara itu, penambahan “Ruwa Jurai” untuk Museum Lampung ditetapkan melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik

Indonesia No. 0233/0/1990, tanggal 1 April 1990. Penambahan itu disesuaikan dengan logo Provinsi Lampung “Sai Bumi Ruwa Jurai”. Pada otonomi daerah, berdasarkan keputusan Gubernur Lampung No. 03 tahun 2001, tanggal 09 Februari 2001 status Museum Lampung beralih menjadi Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD) dibawah Dinas Pendidikan Provinsi Lampung sejak bulan Februari 2008. UPTD Museum Lampung beralih menjadi UPTD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung. Selanjutnya sejak bulan November 2014, UPTD Museum Lampung resmi menjadi UPTD dibawah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung.

#### **4.2 Analisis Data**

Penelitian ini yang dilakukan mulai dari melihat dan mengetahui kondisi UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung saat ini, dengan tahapan yang dimulai dari pengajuan surat izin penelitian. Setelah memperoleh izin, saya mengajukan permohonan untuk mendapatkan data kunjungan wisatawan selama lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020-2024. Berdasarkan data tersebut, ditemukan adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penurunan tersebut, saya melakukan wawancara dengan pengelola Museum Lampung untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selanjutnya, setelah memperoleh data awal mengenai strategi pemasaran yang digunakan, saya menyusun pertanyaan wawancara yang lebih mendalam dengan pendekatan analisis SWOT. Wawancara dilakukan terhadap pengelola museum yang termasuk dalam struktur organisasi UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung. Hasil wawancara tersebut kemudian dianalisis dan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kuesioner. Kuesioner ini disusun dengan merangkum poin-poin utama dari wawancara sebelumnya dan diberikan kepada 8 pengelola museum. Setelah memperoleh jawaban dari kuesioner, tahap selanjutnya adalah pengolahan data menggunakan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran Museum Lampung. Analisis ini bertujuan

untuk memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran museum ke depan. Proses identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dilakukan melalui proses wawancara, dokumentasi lapangan, kuesioner serta literature yang relevan dengan museum Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah pengelola UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung yang tergabung dalam struktur organisasi dengan jumlah 8 orang. Berikut hasil wawancara narasumber dalam penelitian ini :

### **Narasumber 1**

**Nama Narasumber** : Satria Utami Dewi, S.E., M.M

**Jabatan** : Kepala UPTD Museum Negeri Provinsi  
Lampung

### **Strength (Kekuatan) :**

1. Apa yang Anda anggap sebagai kekuatan utama Museum Lampung dalam menarik pengunjung? (Contoh: koleksi, fasilitas, lokasi, dll)  
Narasumber : Salah satu kekuatan utama kami adalah koleksi yang lengkap dan beragam. Museum ini adalah satu-satunya yang merawat peninggalan kebudayaan Provinsi Lampung, sehingga tidak ada saingannya. Berbeda dengan Museum Transmigrasi yang hanya fokus pada peninggalan dari Pulau Jawa ke Sumatera, kami memiliki koleksi dari zaman sebelum Masehi, Hindu-Buddha, hingga era modern. Selain itu, kami juga memiliki fasilitas yang memadai dan telah terakreditasi A, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan infrastruktur museum sudah sangat baik. Letaknya yang strategis di lingkungan pendidikan juga membuat museum ini lebih mudah diakses oleh pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum.
2. Bagaimana Museum Lampung memanfaatkan kekayaan sejarah dan budaya Lampung untuk menarik pengunjung?

Narasumber : Kami selalu melakukan perawatan koleksi agar tetap terjaga sesuai dengan ketentuan. Selain itu, kami aktif di media sosial seperti Instagram dan YouTube, yang dikelola oleh staf khusus. Dengan cara ini, kami bisa lebih dekat dengan masyarakat dan menarik minat mereka untuk berkunjung.

3. Apakah ada program atau kegiatan khusus yang menurut Anda menjadi daya tarik utama bagi pengunjung?

Narasumber : Kami memiliki program "Belajar di Museum" yang ditujukan bagi pelajar. Mengingat museum ini berada di bawah naungan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, kami secara aktif mengundang SMA se-Provinsi Lampung untuk mengikuti program ini. Selain melihat koleksi secara langsung, para pelajar juga diberikan kesempatan untuk menonton film sejarah di bioskop mini yang telah kami sediakan. Dengan demikian, mereka bisa mendapatkan pengalaman belajar yang lebih menarik.

4. Bagaimana peran Museum Lampung dalam melestarikan dan memperkenalkan kebudayaan Lampung kepada pengunjung?

Narasumber : Peran museum sangat penting dalam hal ini. Jika anak-anak tidak berkunjung ke museum, mereka mungkin tidak akan mengenal sejarah dan budaya daerahnya. Oleh karena itu, kami menyediakan pemandu yang akan menjelaskan setiap koleksi secara rinci, termasuk asal-usul dan maknanya.

5. Apakah Museum Lampung memiliki kerja sama dengan lembaga lain (misalnya, pendidikan, pariwisata) untuk memperkuat daya tariknya?

Narasumber : Saat ini, kami telah menjalin kerja sama dengan Diskominfo, yang membantu dalam promosi digital, termasuk melibatkan para kreator konten atau tiktokers untuk membuat video di museum. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan mahasiswa Universitas Lampung (Unila), khususnya dari jurusan teknik elektro,

untuk membuat barcode pada koleksi museum. Hal ini memudahkan pengunjung mendapatkan informasi lebih lanjut tentang koleksi hanya dengan memindai barcode tersebut.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Menurut Anda, apa tantangan utama yang dihadapi museum dalam meningkatkan jumlah kunjungan pengunjung?

Narasumber : Seiring perkembangan zaman, anak-anak sekarang lebih suka menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan daripada di museum. Untuk mengatasi hal ini, kami menjalankan program "Museum Keliling," di mana kami mendatangi sekolah-sekolah di berbagai kabupaten dengan membawa beberapa koleksi. Program ini kami lakukan setahun sekali agar lebih banyak siswa yang mengenal museum.

2. Adakah fasilitas di Museum Lampung yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar lebih menarik pengunjung?

Narasumber : Sebagai aset negara, tentu ada perbaikan fasilitas yang dilakukan setiap tahunnya. Hal ini karena seiring meningkatnya jumlah pengunjung, beberapa fasilitas juga mengalami kerusakan dan perlu diperbarui.

3. Apakah ada kekurangan dalam hal promosi atau branding yang dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat tentang keberadaan Museum Lampung?

Narasumber : Kami rasa promosi kami sudah cukup maksimal, terutama melalui media sosial seperti Facebook, TikTok, Instagram, dan YouTube. Ke depannya, kami berencana mengundang selebgram untuk memperluas jangkauan promosi.

4. Apakah ada keterbatasan dalam hal anggaran atau sumber daya yang menghambat pengembangan museum?

Narasumber : Ya, tentu saja ada. Namun, kami berusaha mengelola anggaran yang tersedia dengan baik agar dapat digunakan secara

maksimal untuk memperbaiki fasilitas dan meningkatkan layanan bagi pengunjung.

**Opportunities (Kelemahan) :**

1. Apa potensi yang belum dimanfaatkan oleh Museum Lampung dalam menarik pengunjung, baik dari dalam maupun luar daerah?

Narasumber : Kami memiliki sekitar 4.800 koleksi, tetapi ruang pameran kami terbatas, sehingga hanya koleksi unggulan yang bisa ditampilkan. Sisanya disimpan di ruang penyimpanan khusus. Jika ke depan ada perluasan ruang, kami bisa menampilkan lebih banyak koleksi kepada publik.

2. Bagaimana Museum Lampung dapat memanfaatkan tren teknologi (seperti aplikasi mobile, virtual tours, AR/VR) untuk meningkatkan pengalaman pengunjung?

Narasumber : Kami sudah bekerja sama dengan mahasiswa Unila dalam pembuatan tur virtual dan barcode koleksi. Namun, saat ini yang sudah berjalan baru sistem barcode, dan itu pun masih terbatas pada beberapa koleksi saja.

3. Apakah ada peluang untuk memperkenalkan museum lebih luas melalui event khusus, seperti pameran sementara atau festival budaya?

Narasumber : Ya, kami sering mengikuti berbagai pameran dan festival. Misalnya, dalam acara Lampung Fair, kami membuka stan dengan menampilkan beberapa koleksi museum. Kami juga berpartisipasi dalam pameran regional se-Sumatera yang melibatkan delapan provinsi. Tahun 2024, kami mengangkat tema "Naskah Kuno" dan mengumpulkan berbagai naskah dari Aceh, Padang, Pekanbaru, Riau, Jambi, Bengkulu, dan Palembang untuk dipamerkan secara khusus.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dapat memengaruhi jumlah kunjungan ke Museum Lampung, baik dari dalam maupun luar daerah?

Narasumber : Salah satu kendala utama adalah keterbatasan lahan parkir. Saat museum ramai dikunjungi, terutama oleh rombongan dengan kendaraan besar, kapasitas parkir kami sering kali tidak mencukupi.

2. Bagaimana Museum Lampung mengantisipasi persaingan dengan tempat wisata atau objek wisata lain yang ada di Lampung?

Narasumber : Karena kami adalah satu-satunya museum di Provinsi Lampung, kami tidak memiliki pesaing langsung. Namun, dalam hal tren hiburan, kami terus berupaya memperkenalkan museum kepada sekolah-sekolah dengan membagikan brosur dan leaflet untuk menumbuhkan rasa penasaran mereka.

3. Apakah ada faktor eksternal (misalnya, kondisi ekonomi, bencana alam, atau krisis kesehatan) yang dapat memengaruhi jumlah kunjungan ke museum?

Narasumber : Pandemi COVID-19 merupakan contoh nyata bagaimana faktor eksternal bisa berdampak besar. Kami harus menutup museum selama dua tahun penuh akibat pembatasan yang berlaku.

4. Apakah kebijakan pemerintah atau regulasi tertentu yang dapat membatasi kemampuan museum untuk berkembang atau memasarkan dirinya secara efektif?

Narasumber : Salah satu tantangan kami adalah keterbatasan anggaran yang diberikan pemerintah. Fokus utama anggaran masih lebih banyak pada sektor pendidikan, sedangkan bidang kebudayaan sering kali mendapatkan perhatian yang lebih sedikit.

## **Narasumber 2**

**Nama Narasumber : Kurniati, S.Pd., M.M**

**Jabatan : Kasubbag Tata Usaha**

**Strength (Kekuatan) :**

1. Bagaimana sistem tata usaha yang ada di Museum Lampung mendukung kelancaran operasional museum secara keseluruhan?

Narasumber : Sistem tata usaha di Museum Lampung dijalankan oleh sub bagian tata usaha yang bertugas mengurus administrasi perkantoran dan perpustakaan. Kami menangani berbagai aspek, seperti urusan rumah tangga museum serta administrasi kantor. Selain itu, seksi teknis bertanggung jawab dalam pengelolaan koleksi dan konservasi, termasuk pengadaan dan dokumentasi koleksi guna menjaga keautentikan sejarah yang dimiliki museum.

2. Apa yang menjadi keunggulan dalam hal pengelolaan administrasi pengunjung, misalnya dalam pendaftaran, tiket, dan pengelolaan data?

Narasumber : Keunggulan bagian tata usaha terletak pada pengelolaan administrasi pengunjung yang berusaha dilakukan secara tertib dan sistematis.

3. Bagaimana Anda melihat peran tata usaha dalam mendukung pemasaran dan promosi museum?

Narasumber : Kami mendukung pemasaran museum melalui pemasangan banner dan baliho sebagai media promosi.

4. Apakah tata usaha memiliki sistem yang efektif untuk mengelola acara atau kegiatan di museum?

Narasumber : Pengelolaan acara dan kegiatan museum lebih banyak ditangani oleh bagian fungsional dan pelayanan. Tata usaha berfokus pada administrasi perkantoran yang mendukung kelancaran operasional museum secara keseluruhan.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Apa saja kendala administratif yang dihadapi dalam mendukung operasional museum secara keseluruhan, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran?

Narasumber : Salah satu kendala utama adalah keterbatasan anggaran serta kurangnya tenaga ahli dalam bidang pemasaran digital, sehingga promosi museum kurang maksimal.

2. Apakah ada kesulitan dalam mengelola data pengunjung atau informasi yang terkait dengan pemesanan tiket atau acara yang menghambat efisiensi?

Narasumber : Ya, saat ini data pengunjung masih dicatat secara manual, yang berpotensi menyebabkan kesalahan pencatatan dan memakan waktu lebih lama dalam pengelolaan data.

3. Dalam pandangan Anda, apakah ada sistem administrasi yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, baik dari segi layanan maupun kecepatan proses?

Narasumber : Tentu saja. Kami merasa tertinggal dalam hal teknologi karena belum memiliki tenaga ahli di bidang IT, sehingga pencatatan dan pemesanan tiket masih dilakukan secara manual.

#### **Opportunities (Peluang) :**

1. Apakah ada peluang untuk memperkenalkan teknologi dalam tata usaha yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pengunjung?

Narasumber : Seharusnya ada, misalnya dengan membuat sistem berbasis digital agar pengunjung dapat mengakses informasi museum dari jarak jauh. Saat ini kami sedang mempertimbangkan hal ini sambil menunggu tenaga ahli IT yang baru akan bergabung.

2. Bagaimana menurut Anda, sistem manajemen pengunjung bisa ditingkatkan agar mendukung upaya pemasaran lebih baik?

Narasumber : Pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital sangat diperlukan untuk menjangkau lebih banyak pengunjung dan meningkatkan promosi museum secara lebih luas.

3. Apakah ada peluang untuk meningkatkan kerjasama dengan pihak ketiga (misalnya, agen perjalanan atau platform tiket online) untuk memperluas jangkauan pemasaran museum?

Narasumber : Saat ini belum ada kerja sama di bidang pemasaran, tetapi kami telah bekerja sama dengan perpustakaan daerah dalam melakukan digitalisasi naskah kuno agar dapat diakses secara luas. Kami juga bekerja sama dengan universitas untuk mendigitalisasi koleksi dengan sistem barcode yang dapat dipindai untuk memperoleh informasi koleksi.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dapat mengganggu kelancaran operasional tata usaha di museum, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan data atau administrasi?

Narasumber : Karena sistem administrasi masih manual, ada kemungkinan terjadi kesalahan dalam pencatatan data yang dapat mempengaruhi akurasi informasi.

2. Adakah risiko ketidaksesuaian sistem administrasi dapat mempengaruhi kualitas layanan pengunjung atau citra museum?

Narasumber : Ya, sistem manual yang kurang efisien dapat menghambat layanan kepada pengunjung dan berdampak negatif pada citra museum.

3. Apakah ada masalah dalam pengelolaan anggaran atau sumber daya manusia yang dapat mempengaruhi efektivitas tata usaha dalam mendukung pemasaran museum?

Narasumber : Keterbatasan anggaran menjadi tantangan besar karena museum adalah lembaga non-profit. Selain itu, kurangnya tenaga ahli di

bidang IT juga menjadi ancaman, karena tanpa tenaga yang kompeten, pengembangan sistem digital sulit untuk dilakukan.

### **Narasumber 3**

**Nama Narasumber : Nyoman Maliani, S.Sos., M.M**

**Jabatan : Kepala Seksi Teknis**

#### **Strength (Kekuatan) :**

1. Apa yang menjadi kekuatan utama dari pelayanan yang diberikan di Museum Lampung bagi pengunjung, baik dari sisi karyawan maupun fasilitas?

Narasumber : Kami rutin mengadakan berbagai pameran baik di dalam maupun di luar provinsi. Untuk di dalam provinsi, kami memiliki pameran tetap serta berbagai seminar yang ditujukan bagi mahasiswa, dosen, dan guru sejarah SMA se-Provinsi Lampung. Selain itu, kami juga menyelenggarakan program belajar di museum untuk mahasiswa sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kami juga mengadakan lomba-lomba seperti lomba vlog, permainan tradisional untuk SD, lomba melukis gerabah untuk SMP, serta lomba duta museum dan rias pengantin untuk umum, meskipun beberapa kegiatan terhenti akibat pandemi COVID-19.

2. Bagaimana pelayanan di Museum Lampung mempengaruhi pengalaman pengunjung secara keseluruhan?

Narasumber : Kami memberikan perawatan khusus untuk koleksi agar tetap terjaga dan tidak berkurang kebermanfaatannya bagi pengunjung.

3. Apa jenis layanan khusus yang tersedia di Museum Lampung untuk pengunjung, seperti pemandu wisata atau program edukasi?

Narasumber : Saat ini belum ada inovasi teknologi yang signifikan, tetapi kami telah menjalin kerja sama dengan beberapa universitas di Bandar Lampung untuk menciptakan koleksi berbasis teknologi, seperti

pemasangan sensor yang akan berbunyi jika koleksi tersentuh oleh pengunjung.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Apakah ada kendala atau tantangan dalam hal pelayanan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Hingga saat ini, kendala yang ada masih dapat kami atasi.

2. Dalam pandangan Anda, apakah ada kekurangan dalam kualitas atau kuantitas sumber daya manusia yang dapat memengaruhi layanan kepada pengunjung?

Narasumber : Tentu saja. Saat ini, semua serba digital, dan kami harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar tetap menarik bagi anak-anak muda. Namun, kami masih dalam tahap proses karena belum memiliki SDM yang memadai di bidang teknologi digital.

3. Apakah ada kekurangan dalam hal fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung, seperti ruang istirahat atau fasilitas bagi penyandang disabilitas?

Narasumber : Koleksi kami terdiri dari benda-benda tua yang rentan terhadap kerusakan. Kami harus sangat memperhatikan faktor suhu dan pencahayaan, namun kami menghadapi kendala dalam hal keterbatasan alat konservasi serta kurangnya tenaga ahli di bidang ini.

**Opportunities (Peluang) :**

1. Apa peluang untuk meningkatkan layanan kepada pengunjung, misalnya dengan meningkatkan pelatihan staf atau menambah jenis layanan yang dapat menarik lebih banyak pengunjung?

Narasumber : Saat ini kami belum memiliki teknologi tersebut karena masih tertinggal dalam aspek digitalisasi dan belum memiliki tim khusus yang menangani hal ini.

2. Bagaimana museum dapat memperkenalkan lebih banyak program edukatif untuk anak-anak atau keluarga yang dapat memperluas audiens pengunjung?

Narasumber : Kami sebelumnya memiliki website, tetapi saat ini belum diperpanjang karena kurangnya tenaga ahli yang dapat mengelola dan memperbarui sistem tersebut.

3. Adakah peluang untuk memperkenalkan layanan baru, seperti paket tur atau layanan pemandu berbahasa asing untuk meningkatkan kunjungan turis?

Narasumber : Kami bekerja sama dengan perpustakaan daerah dalam mendigitalisasi naskah kuno agar informasi dapat diakses melalui barcode, yang akan membantu memperpanjang umur koleksi asli.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apakah ada ancaman terkait dengan kualitas layanan yang bisa mempengaruhi citra Museum Lampung, seperti kurangnya pelatihan staf atau kekurangan fasilitas?

Narasumber : Ada. Risiko utama adalah sistem penyimpanan data koleksi serta biaya operasional dan pemeliharaan gedung pameran tetap.

2. Apa ancaman yang dapat muncul terkait dengan kurangnya minat atau kesadaran masyarakat akan pentingnya museum sebagai tempat edukasi dan budaya?

Narasumber : Tantangan utama adalah kurangnya SDM yang memiliki keahlian di bidang IT. Namun, saat ini kami sedang merekrut tenaga kerja baru dengan latar belakang IT untuk membantu mengembangkan sistem teknologi museum.

3. Apakah ada ancaman terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat memengaruhi konsistensi kualitas layanan di museum?

Narasumber : Ya, terutama dalam hal pengawasan, seperti sistem CCTV dan alarm. Kami memiliki fasilitas ini, tetapi saat ini sedang dalam tahap perbaikan. Kami juga memiliki empat tenaga keamanan, tetapi jumlah tersebut masih kurang untuk mengawasi museum selama 24 jam penuh.

#### **Narasumber 4**

**Nama Narasumber : Zaidan Fauzi**

**Jabatan : Anggota Pelayanan**

#### **Strengths (Kekuatan) :**

1. Apa yang menjadi kekuatan utama dari pelayanan yang diberikan di Museum Lampung bagi pengunjung, baik dari sisi karyawan maupun fasilitas?

Narasumber : Bagian pelayanan memiliki tugas utama dalam memberikan layanan dan informasi kepada pengunjung secara edukatif dan kultural. Kami juga bertanggung jawab dalam penyajian pameran yang bersifat rekreatif serta melakukan publikasi museum. Selain itu, kami berupaya memberikan pelayanan yang ramah dan memperkenalkan koleksi yang ada dengan cara yang edukatif.

2. Bagaimana pelayanan di Museum Lampung mempengaruhi pengalaman pengunjung secara keseluruhan?

Narasumber : Kami menyajikan koleksi dalam bentuk pameran yang ditata dengan baik agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengunjung. Dengan demikian, pengalaman pengunjung di museum menjadi lebih menyenangkan dan bermakna.

3. Apa jenis layanan khusus yang tersedia di Museum Lampung untuk pengunjung, seperti pemandu wisata atau program edukasi?

Narasumber : Kami memiliki pemandu serta penerjemah untuk tamu asing, meskipun jumlahnya masih terbatas. Selain itu, kami menyelenggarakan program edukasi seperti lomba LCT, seminar, dan

workshop untuk guru sejarah, dosen, serta mahasiswa. Kami juga melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah dengan membawa replika koleksi museum dan memiliki bioskop yang memutar film tentang sejarah dan budaya Lampung.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Apakah ada kendala atau tantangan dalam hal pelayanan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Tentu ada. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemandu dan penerjemah, terutama saat museum ramai dikunjungi. Namun, sejauh ini kendala tersebut masih bisa kami atasi.

2. Dalam pandangan anda, apakah ada kekurangan dalam kualitas atau kuantitas sumber daya manusia yang dapat memengaruhi layanan kepada pengunjung?

Narasumber : Kami merasa perlu adanya pelatihan bagi pengelola museum agar dapat lebih optimal dalam menjalankan tugasnya sesuai jobdesk masing-masing, sehingga pelayanan kepada pengunjung tetap konsisten.

3. Apakah ada kekurangan dalam hal fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung, seperti ruang istirahat atau fasilitas bagi penyandang disabilitas?

Narasumber : Ya, ruang istirahat masih kurang nyaman, toilet membutuhkan perawatan lebih, dan akses bagi penyandang disabilitas masih minim. Selain itu, promosi digital museum juga belum maksimal, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui layanan yang tersedia.

**Opportunities (Peluang) :**

1. Apa peluang untuk meningkatkan layanan kepada pengunjung, misalnya dengan meningkatkan pelatihan staf atau menambah jenis layanan yang dapat menarik lebih banyak pengunjung?

Narasumber : Pelatihan staf sangat diperlukan agar mereka dapat menjalankan tugasnya lebih baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas pelayanan museum.

2. Bagaimana museum dapat memperkenalkan lebih banyak program edukatif untuk anak-anak atau keluarga yang dapat memperluas audiens pengunjung?

Narasumber : Kami bekerja sama dengan MKKS di berbagai kabupaten di Provinsi Lampung untuk menyelenggarakan program "Museum Keliling" dengan membawa replika koleksi museum ke sekolah-sekolah. Kami juga membagikan voucher gratis untuk kunjungan ke museum sebagai strategi menarik lebih banyak pengunjung.

3. Adakah peluang untuk memperkenalkan layanan baru, seperti paket tur atau layanan pemandu berbahasa asing untuk meningkatkan kunjungan turis?

Narasumber : Kami sudah memiliki pemandu museum untuk masyarakat serta penerjemah bagi tamu asing atau mancanegara, meskipun jumlahnya masih terbatas.

#### **Threats (Ancaman) :**

1. Apakah ada ancaman terkait dengan kualitas layanan yang bisa mempengaruhi citra Museum Lampung, seperti kurangnya pelatihan staf atau kekurangan fasilitas?

Narasumber : Saya rasa tidak ada ancaman besar, tetapi tentu ada aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan agar pelayanan tetap optimal.

2. Apa ancaman yang dapat muncul terkait dengan kurangnya minat atau kesadaran masyarakat akan pentingnya museum sebagai tempat edukasi dan budaya?

Narasumber : Teknologi yang semakin maju menjadi tantangan bagi kami, karena anak-anak zaman sekarang lebih tertarik mengunjungi mall atau tempat wisata lainnya dibandingkan museum. Oleh karena itu, kami perlu menciptakan strategi yang lebih menarik agar museum tetap relevan.

3. Apakah ada ancaman terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat memengaruhi konsistensi kualitas layanan di museum?

Narasumber : Ya, kekurangan tenaga ahli di bidang IT menjadi kendala utama, karena pemanfaatan media digital untuk pemasaran museum masih belum optimal

#### **Narasumber 5**

**Nama Narasumber : I Made Giri Gunadi, S.S., M.Si**

**Jabatan : Kelompok Fungsional (Pamong Budaya Ahli Madya)**

#### **Strengths (Kekuatan) :**

1. Apa kekuatan utama yang dimiliki kelompok fungsional dalam mendukung pengelolaan koleksi dan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Kelompok fungsional memiliki dua aspek utama, yaitu keahlian dan keterampilan. Keahlian ini memiliki tingkatan mulai dari pratama, muda, madya, hingga utama. Hal ini menjadi salah satu kekuatan kami karena kami menguasai sistem museologi dalam pengelolaan museum. Kami juga melaksanakan program-program teknis yang memungkinkan kami untuk mengelola museum secara menyeluruh.

2. Bagaimana kelompok fungsional berperan dalam penyusunan program atau kegiatan yang dapat meningkatkan minat pengunjung?

Narasumber : Kelompok fungsional turut serta dalam perencanaan yang nantinya disampaikan kepada tim penyusun program. Kami juga berperan dalam mengevaluasi dan menyampaikan hasil kunjungan ke museum lain guna meningkatkan kualitas pelayanan dan pengelolaan Museum Lampung agar tidak tertinggal.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Adakah kesulitan atau tantangan dalam pengelolaan koleksi agar lebih menarik bagi pengunjung?

Narasumber : Koleksi yang disimpan di museum adalah hasil budaya masyarakat, khususnya Lampung dan Indonesia secara umum. Koleksi ini memiliki usia yang tua dan rentan terhadap kerusakan. Tantangan kami adalah bagaimana cara memperlambat proses kerusakan tersebut agar koleksi tetap terjaga dalam jangka waktu yang lebih lama.

2. Apakah ada kesulitan dalam menciptakan konten edukatif atau pameran yang relevan dengan audiens muda atau internasional?

Narasumber : Kesulitannya terletak pada mengikuti perkembangan tren dan animo masyarakat. Kami harus menyesuaikan koleksi agar tetap relevan, termasuk dalam pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial. Meskipun kami melestarikan benda-benda tua, kami berusaha menyajikannya dengan konsep yang lebih modern agar menarik bagi pengunjung.

**Opportunities (Peluang) :**

1. Bagaimana kelompok fungsional dapat lebih berperan dalam mengembangkan program baru atau memperbarui koleksi untuk menarik lebih banyak pengunjung?

Narasumber : Kami melaksanakan berbagai program baru seperti lomba-lomba yang berkaitan dengan koleksi museum. Sebelum mengadakan kegiatan, kami melakukan observasi koleksi agar program yang dibuat selaras dengan informasi yang ada. Selain itu, kami juga membuka ruang publik untuk masyarakat yang ingin mengadakan kegiatan di museum.

2. Adakah peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau budaya lainnya?

Narasumber : Kami sudah menjalin kerja sama dengan universitas dan institusi lain melalui MoU dalam rangka meningkatkan pelayanan pengunjung. Kami juga berkolaborasi dengan akademisi dalam pembuatan barcode pada koleksi untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan sistem pengamanan sensor. Selain itu, kami bekerja sama dengan perpustakaan daerah dalam mendigitalisasi naskah kuno agar lebih mudah diakses.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dihadapi kelompok fungsional dalam menjaga relevansi koleksi museum dengan kebutuhan atau minat pengunjung?

Narasumber : Salah satu langkah yang kami lakukan adalah memasang sensor pada koleksi agar pengunjung tidak menyentuhnya. Selain itu, kami tetap menggunakan tenaga keamanan untuk memastikan koleksi tetap terjaga.

2. Apakah ada ancaman dari tren budaya atau teknologi yang bisa mengurangi minat masyarakat terhadap museum?

Narasumber : Ya, ancaman terbesar adalah jika kami memberikan akses penuh terhadap koleksi di media sosial. Hal ini dapat mengurangi minat masyarakat untuk datang langsung ke museum. Oleh karena itu, kami hanya membagikan sebagian informasi untuk membangun rasa penasaran agar pengunjung tetap tertarik untuk melihat koleksi secara langsung.

**Narasumber 6**

**Nama Narasumber** : **Yudha Arya Pradana, S.ANT**

**Jabatan** : **Kelompok Fungsional (Pamong Budaya  
Ahli Pertama)**

**Strengths (Kekuatan) :**

1. Apa kekuatan utama yang dimiliki kelompok fungsional dalam mendukung pengelolaan koleksi dan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Kekuatan utama dari kelompok fungsional adalah keahlian khusus yang kami miliki di bidang kebudayaan. Kami merupakan pamong budaya yang terbagi dalam beberapa bidang, seperti permuseuman, sejarah, perfilman, kesenian, dan lainnya. Keberagaman keahlian ini memungkinkan kami untuk berperan secara optimal dalam pengelolaan museum dan meningkatkan pengalaman pengunjung.

2. Bagaimana kelompok fungsional berperan dalam penyusunan program atau kegiatan untuk meningkatkan minat pengunjung?

Narasumber : Tugas kelompok fungsional sudah diatur dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Permenpan), sehingga berdasarkan regulasi tersebut, kami memberikan saran kepada kepala museum terkait kegiatan yang akan dilakukan. Misalnya, pada tahun 2024 ini, kami melakukan penyusunan program di Jakarta untuk diterapkan pada tahun 2025. Karena kami berkaitan langsung dengan kegiatan museum, baik dalam hal koleksi maupun pengunjung, kami berperan dalam merancang program yang bisa meningkatkan daya tarik museum.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Adakah kesulitan atau tantangan dalam pengelolaan koleksi yang perlu diatasi agar lebih menarik bagi pengunjung?

Narasumber : Tantangan dalam pengelolaan koleksi berkaitan erat dengan pameran. Dalam hal ini, ada bidang teknis yang menangani konservasi, perawatan, penelitian, serta kajian koleksi. Sementara itu, untuk menarik pengunjung, bidang pelayanan memiliki peran penting dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan. Jika pengelolaan koleksi dilakukan dengan baik, tentu akan lebih menarik bagi pengunjung. Kami juga telah merancang berbagai program yang ditargetkan bagi siswa SD, SMP, SMA, hingga mahasiswa. Namun, untuk pengunjung umum, kami belum memiliki target khusus dan masih mengandalkan pameran temporer. Ke depan, promosi melalui media sosial, digital, dan website akan semakin kami tingkatkan.

2. Apakah ada kesulitan dalam menciptakan konten edukatif atau pameran yang relevan dengan audiens yang lebih muda atau audiens internasional?

Narasumber : Ya, tentu ada. Salah satu kendala yang kami hadapi adalah banyaknya tenaga ahli yang telah pensiun. Tantangan bagi kami sekarang adalah bagaimana menciptakan konten edukatif yang relevan dan menarik bagi generasi muda serta audiens internasional.

#### **Opportunities (Peluang) :**

1. Bagaimana kelompok fungsional dapat lebih berperan dalam mengembangkan program baru atau memperbarui koleksi agar lebih menarik pengunjung lebih banyak?

Narasumber : Dalam pengembangan program baru, kami memiliki tugas untuk menyusun media promosi museum. Meskipun promosi melalui media sosial belum maksimal, kami sudah mulai aktif membagikan informasi tentang kegiatan yang akan kami lakukan. Salah satu strategi yang cukup efektif adalah mengadakan lomba vlog. Sementara itu, untuk memperbarui koleksi, kami merancang storyline atau alur cerita dari

gedung pameran agar koleksi yang ditampilkan lebih menarik dan memiliki narasi yang kuat.

2. Apakah ada peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau budaya lainnya dalam rangka memperkaya pengalaman pengunjung?

Narasumber : Ya, kami sudah menjalin kerja sama dengan Universitas Lampung (Unila) melalui penandatanganan MoU dengan Fakultas Teknik Elektro. Program yang dijalankan meliputi pengembangan teknologi di museum, seperti menciptakan sensor untuk mengusir tikus di gedung penyimpanan koleksi serta sensor penghitung jumlah pengunjung di gedung pameran, meskipun sistem tersebut belum terpasang secara penuh. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN RIL) dalam pembelajaran mengenai naskah kuno filologi. Diskusi ini bertujuan untuk mengembangkan koleksi museum sekaligus memberikan wawasan tambahan bagi mahasiswa. Kami juga menjalin kerja sama dengan Perpustakaan Daerah dalam melakukan digitalisasi naskah kuno menggunakan alat khusus, sehingga tulisan pada naskah bisa terbaca dengan lebih jelas dan memperkaya pengalaman pengunjung.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dihadapi kelompok fungsional dalam menjaga relevansi koleksi museum dengan kebutuhan atau minat pengunjung?

Narasumber : Saya lebih melihatnya sebagai tantangan dibanding ancaman. Tantangan terbesar kami adalah memperbarui narasi lama dengan konsep yang lebih modern, baik dari segi tata pameran maupun alur narasinya.

2. Apakah ada ancaman dari tren budaya atau teknologi yang bisa mengurangi minat masyarakat terhadap museum sebagai tempat wisata atau edukasi?

Narasumber : Ya, tren budaya dan teknologi saat ini cukup menjadi tantangan bagi kami. Anak-anak zaman sekarang lebih memilih menghabiskan waktu di tempat-tempat modern seperti pusat perbelanjaan, pantai, atau lokasi wisata yang sedang viral. Dari segi teknologi, kemudahan akses informasi melalui gadget juga menjadi tantangan, karena masyarakat kini bisa mendapatkan informasi sejarah dan budaya dengan mudah tanpa harus datang langsung ke museum.

#### **Narasumber 7**

**Nama Narasumber : Zuraida, S.E**

**Jabatan : Kelompok Fungsional (Pamong Budaya Ahli Madya)**

#### **Strengths (Kekuatan) :**

1. Apa kekuatan utama yang dimiliki kelompok fungsional dalam mendukung pengelolaan koleksi dan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Kekuatan utama kami dalam pengelolaan koleksi adalah dengan mengadakan berbagai kegiatan bimbingan, seperti bimbingan tentang tapis atau konservasi tapis. Selain itu, kami juga melakukan perawatan koleksi yang ada di gedung pameran tetap, termasuk alat tapis, kuningan, dan keramik. Kami tidak melakukannya sendiri, tetapi mengundang masyarakat, seperti ibu-ibu PKK dari berbagai daerah, termasuk luar provinsi Lampung, serta siswa SMK. Kerja sama dengan bagian teknis juga kami lakukan melalui surat resmi, sehingga kegiatan ini bisa berjalan dengan baik. Ini adalah program tahunan yang rutin kami lakukan setiap tahun.

2. Bagaimana kelompok fungsional berperan dalam penyusunan program atau kegiatan yang dapat meningkatkan minat pengunjung?

Narasumber : Kami berperan dalam pembuatan buklet dan leaflet yang dibagikan kepada pengunjung sebagai bagian dari strategi pemasaran. Selain itu, promosi museum juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk menampilkan kegiatan yang kami adakan di museum.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Adakah kesulitan atau tantangan dalam pengelolaan koleksi agar lebih menarik bagi pengunjung?

Narasumber : Kesulitan utama yang kami hadapi adalah dalam aspek digitalisasi. Saat ini, semua serba digital, dan kami harus menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut. Meskipun demikian, tantangan ini masih dapat kami atasi dengan berbagai upaya.

2. Apakah ada kesulitan dalam menciptakan konten edukatif atau pameran yang relevan dengan audiens muda atau internasional?

Narasumber : Ya, ada. Misalnya, saat mengadakan pameran regional, kami mengalami kesulitan dalam merancang konsep dan desain pameran karena tidak memiliki tim khusus di bidang ini. Oleh karena itu, kami bekerja sama dengan vendor sebagai pihak ketiga untuk membantu dalam pembuatan konsep dan desain.

**Opportunities (Peluang) :**

1. Bagaimana kelompok fungsional dapat berperan dalam mengembangkan program baru atau memperbarui koleksi untuk menarik lebih banyak pengunjung?

Narasumber : Kami menambahkan spot khusus untuk photo booth dengan pakaian adat seperti baju mirul, baju adat, dan sai batin. Pengunjung dapat mencoba pakaian adat tersebut dan berfoto di tempat yang sudah disediakan. Awalnya, ini hanya dilakukan saat pameran temporer, tetapi karena minat pengunjung sangat tinggi, kami berencana mengusulkan agar fasilitas ini tersedia secara permanen.

2. Adakah peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau budaya lainnya?

Narasumber : Ya, kami telah bekerja sama dengan MKKS di Provinsi Lampung dalam program museum keliling. Program ini berlangsung setahun sekali dengan mengunjungi tiga kabupaten yang ditentukan. Kami menghadirkan pameran mini, membawa beberapa koleksi atau replika, serta melakukan sosialisasi. Kami juga memberikan voucher gratis untuk kunjungan ke museum sebagai strategi menarik minat pengunjung.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dihadapi kelompok fungsional dalam menjaga relevansi koleksi museum dengan kebutuhan atau minat pengunjung?

Narasumber : Salah satu ancaman utama adalah belum adanya tim khusus yang menangani digitalisasi, terutama dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, keterbatasan anggaran juga menjadi tantangan, karena setiap program yang direncanakan membutuhkan proposal dan persetujuan terlebih dahulu.

2. Apakah ada ancaman dari tren budaya atau teknologi yang bisa mengurangi minat masyarakat terhadap museum?

Narasumber : Ya, salah satu tantangan besar adalah kebiasaan anak-anak zaman sekarang yang lebih suka bermain game dibandingkan mengunjungi museum. Kami sebenarnya memiliki bioskop Sanak Lampung untuk menayangkan film budaya, tetapi tetap kalah saing dengan bioskop XXI yang lebih menarik bagi anak muda. Selain itu, dari segi teknologi, museum masih perlu banyak beradaptasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.

**Narasumber 8**

**Nama Narasumber : Gloria Tufelita Wikandana, S.ANT**

**Jabatan : Kelompok Fungsional (Pamong Budaya Ahli  
Pertama)**

**Strengths (Kekuatan) :**

1. Apa kekuatan utama yang dimiliki kelompok fungsional dalam mendukung pengelolaan koleksi dan pengalaman pengunjung di museum?

Narasumber : Kekuatan utama kami dalam pengelolaan koleksi adalah dengan mengadakan berbagai kegiatan bimbingan, seperti bimbingan tentang tapis atau konservasi tapis. Selain itu, kami juga melakukan perawatan koleksi yang ada di gedung pameran tetap, termasuk alat tapis, kuningan, dan keramik. Kami tidak melakukannya sendiri, tetapi mengundang masyarakat, seperti ibu-ibu PKK dari berbagai daerah, termasuk luar provinsi Lampung, serta siswa SMK. Kerja sama dengan bagian teknis juga kami lakukan melalui surat resmi, sehingga kegiatan ini bisa berjalan dengan baik. Ini adalah program tahunan yang rutin kami lakukan setiap tahun.

2. Bagaimana kelompok fungsional berperan dalam penyusunan program atau kegiatan yang dapat meningkatkan minat pengunjung?

Narasumber : Kami berperan dalam pembuatan buklet dan leaflet yang dibagikan kepada pengunjung sebagai bagian dari strategi pemasaran. Selain itu, promosi museum juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk menampilkan kegiatan yang kami adakan di museum.

**Weaknesses (Kelemahan) :**

1. Adakah kesulitan atau tantangan dalam pengelolaan koleksi agar lebih menarik bagi pengunjung?

Narasumber : Kesulitan utama yang kami hadapi adalah dalam aspek digitalisasi. Saat ini, semua serba digital, dan kami harus menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut. Meskipun demikian, tantangan ini masih dapat kami atasi dengan berbagai upaya.

2. Apakah ada kesulitan dalam menciptakan konten edukatif atau pameran yang relevan dengan audiens muda atau internasional?

Narasumber : Ya, ada. Misalnya, saat mengadakan pameran regional, kami mengalami kesulitan dalam merancang konsep dan desain pameran karena tidak memiliki tim khusus di bidang ini. Oleh karena itu, kami bekerja sama dengan vendor sebagai pihak ketiga untuk membantu dalam pembuatan konsep dan desain.

#### **Opportunities (Peluang) :**

1. Bagaimana kelompok fungsional dapat berperan dalam mengembangkan program baru atau memperbaiki koleksi untuk menarik lebih banyak pengunjung?

Narasumber : Kami menambahkan spot khusus untuk photo booth dengan pakaian adat seperti baju mirul, baju adat, dan sai batin. Pengunjung dapat mencoba pakaian adat tersebut dan berfoto di tempat yang sudah disediakan. Awalnya, ini hanya dilakukan saat pameran temporer, tetapi karena minat pengunjung sangat tinggi, kami berencana mengusulkan agar fasilitas ini tersedia secara permanen.

2. Adakah peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau budaya lainnya?

Narasumber : Ya, kami telah bekerja sama dengan MKKS di Provinsi Lampung dalam program museum keliling. Program ini berlangsung setahun sekali dengan mengunjungi tiga kabupaten yang ditentukan. Kami menghadirkan pameran mini, membawa beberapa koleksi atau replika, serta melakukan sosialisasi. Kami juga memberikan voucher

gratis untuk kunjungan ke museum sebagai strategi menarik minat pengunjung.

**Threats (Ancaman) :**

1. Apa saja ancaman yang dihadapi kelompok fungsional dalam menjaga relevansi koleksi museum dengan kebutuhan atau minat pengunjung?

Narasumber : Salah satu ancaman utama adalah belum adanya tim khusus yang menangani digitalisasi, terutama dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, keterbatasan anggaran juga menjadi tantangan, karena setiap program yang direncanakan membutuhkan proposal dan persetujuan terlebih dahulu.

2. Apakah ada ancaman dari tren budaya atau teknologi yang bisa mengurangi minat masyarakat terhadap museum?

Narasumber : Ya, salah satu tantangan besar adalah kebiasaan anak-anak zaman sekarang yang lebih suka bermain game dibandingkan mengunjungi museum. Kami sebenarnya memiliki bioskop Sanak Lampung untuk menayangkan film budaya, tetapi tetap kalah saing dengan bioskop XXI yang lebih menarik bagi anak muda. Selain itu, dari segi teknologi, museum masih perlu banyak beradaptasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 8 responden, didapatkan komponen kekuatan sebanyak 7 point, peluang sebanyak 6 point, kelemahan sebanyak 6 point, dan ancaman sebanyak 5 point. Hasil identifikasi komponen tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 1 Faktor Internal dan Eksternal**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Faktor Eksternal</b>
<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Peluang (Opportunities)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koleksi lengkap dan beragam menjadi satu-satunya pelestari budaya Lampung.</li> <li>2. Program edukatif seperti seminar, "Belajar di Museum", bioskop mini, dan lomba-lomba lainnya.</li> <li>3. Terakreditasi A, fasilitas memadai, serta lokasi strategis di lingkungan pendidikan.</li> <li>4. Aktif dalam media sosial (Instagram, YouTube), bekerja sama dengan Diskominfo, perguruan tinggi, dan lembaga lainnya untuk pengembangan digitalisasi.</li> <li>5. Sistem administrasi tertata baik, tersedia pemandu wisata dan penerjemah bagi tamu asing.</li> <li>6. Memiliki koleksi artefak.</li> <li>7. Program museum keliling dan edukasi langsung ke sekolah sudah diterapkan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemanfaatan barcode, tur virtual, dan digitalisasi koleksi meningkatkan pengalaman pengunjung. Perluasan ruang pameran agar banyak koleksi yang ditampilkan.</li> <li>3. Museum dikenal lebih luas melalui festival budaya dan pameran regional.</li> <li>4. Kerja sama dengan universitas, agen perjalanan, dan perpustakaan daerah untuk pemasaran, edukasi dan digitalisasi koleksi.</li> <li>5. Program "Museum Keliling", voucher kunjungan gratis, dan pelatihan staf meningkatkan jumlah pengunjung dan kualitas layanan.</li> <li>6. Teknologi Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) menciptakan pengalaman edukasi interaktif di museum.</li> </ol>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>	<b>Ancaman (Threats)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya tenaga ahli di bidang IT dan pemasaran digital, sistem promosi belum optimal.</li> <li>2. Pengunjung lebih tertarik ke tempat wisata lainnya dibanding museum.</li> <li>3. Ruang istirahat, toilet, dan area parkir kurang nyaman bagi pengunjung.</li> <li>4. Koleksi rentan rusak akibat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Museum menghadapi persaingan dengan tempat hiburan modern seperti mall, pantai dan wisata lainnya, yang lebih menarik bagi anak muda.</li> <li>2. Alokasi dana yang lebih banyak ke sektor pendidikan membatasi inovasi dan pengembangan museum.</li> <li>3. Krisis ekonomi, bencana alam, atau pandemi dapat berdampak langsung pada</li> </ol>

terbatasnya fasilitas konservasi. 5. Pengelolaan data masih manual, tidak ada aplikasi atau platform interaktif. 6. Minim program interaktif untuk menarik generasi muda.	jumlah kunjungan ke museum. 4. Informasi sejarah kini lebih mudah diakses secara online, sehingga masyarakat merasa tidak perlu datang langsung ke museum. 5. Kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya museum
---	--

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.1 mengenai komponen SWOT dalam upaya penyusunan strategi pemasaran objek wisata museum Lampung. Langkah selanjutnya setelah dilakukan identifikasi mengenai sumber kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah penyusunan strategi kekuatan – peluang (S-O) merupakan sebuah strategi menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang. Strategi kelemahan – peluang (W-O) merupakan strategi meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang. Strategi kekuatan – ancaman (S-T) merupakan sebuah strategi menggunakan kekuatan mengatasi ancaman. Strategi kelemahan – ancaman (W-T) merupakan sebuah strategi meminimalkan kelemahan mengatasi atau menghindari ancaman. Penyusunan strategi di visualisasikan dengan hasil matriks yang dijabarkan dalam uraian sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Tahap Pembuatan Matriks SWOT

	<b>Kekuatan/Strengths (S)</b>	<b>Kelemahan/Weakness (W)</b>
<b>Faktor Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koleksi lengkap dan beragam menjadi satu-satunya pelestari budaya Lampung.</li> <li>2. Program edukatif seperti seminar, "Belajar di Museum", bioskop mini, dan lomba-lomba lainnya.</li> <li>3. Terakreditasi A, fasilitas memadai, serta lokasi strategis di lingkungan pendidikan.</li> <li>4. Aktif dalam media sosial (Instagram, YouTube), bekerja sama dengan Diskominfo, perguruan tinggi, dan lembaga lainnya untuk pengembangan digitalisasi.</li> <li>5. Sistem administrasi tertata baik, tersedia pemandu wisata dan penerjemah bagi tamu asing.</li> <li>6. Memiliki koleksi artefak.</li> <li>7. Program museum keliling dan edukasi langsung ke sekolah sudah diterapkan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya tenaga ahli di bidang IT dan pemasaran digital, sistem promosi belum optimal.</li> <li>2. Pengunjung lebih tertarik ke tempat wisata lainnya dibanding museum.</li> <li>3. Ruang istirahat, toilet, dan area parkir kurang nyaman bagi pengunjung.</li> <li>4. Koleksi rentan rusak akibat terbatasnya fasilitas konservasi.</li> <li>5. Pengelolaan data masih manual, tidak ada aplikasi atau platform interaktif.</li> <li>6. Minim program interaktif untuk menarik generasi muda.</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>		
<b>Peluang/Opportunities(O)</b>	<b>Strengths – Opportunities (SO)</b>	<b>Weakness – Opportunities (WO)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemanfaatan barcode, tur virtual, dan digitalisasi koleksi meningkatkan pengalaman pengunjung.</li> <li>2. Perluasan ruang pameran agar banyak koleksi yang ditampilkan.</li> <li>3. Museum dikenal lebih luas melalui festival budaya dan pameran regional.</li> <li>4. Kerja sama dengan universitas, agen perjalanan, dan perpustakaan daerah untuk pemasaran,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitalisasi koleksi menggunakan barcode, tur virtual, dan AR/VR untuk meningkatkan daya tarik (<b>S1, S4, S5 + O1, O6</b>).</li> <li>2. Meningkatkan kerja sama dengan sekolah, universitas dan agen perjalanan untuk meningkatkan kunjungan (<b>S2, S3, S6 + O4, O5</b>).</li> <li>3. Memperluas kolaborasi industri pariwisata untuk menjangkau wisatawan lebih luas (<b>S3, S5, S6 + O4, O6</b>).</li> <li>4. Mengadakan festival budaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rekrutmen dan pelatihan tenaga ahli IT dan pemasaran digital (<b>W1, W5, W6 + O1, O4, O6</b>).</li> <li>2. Peningkatan fasilitas museum seperti ruang istirahat, toilet, dan area parkir (<b>W3, W4, W5 + O5, O6</b>).</li> <li>3. Digitalisasi system pencarian pengunjung untuk efisiensi (<b>W5, W6, W7 + O1, O6</b>).</li> <li>4. Pelatihan staff terkait pelayanan dan pemasaran digital (<b>W1, W6, W7 +</b></li> </ol>

<p>edukasi dan digitalisasi koleksi.</p> <p>5. Program "Museum Keliling", voucher kunjungan gratis, dan pelatihan staf meningkatkan jumlah pengunjung dan kualitas layanan.</p> <p>6. Teknologi Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) menciptakan pengalaman edukasi interaktif di museum.</p>	<p>dan pameran tematik untuk branding museum (S1, S2, S6 + O3, O5).</p> <p>5. Optimalisasi media sosial dan platform digital untuk pemasaran (S4, S5, S7 + O4, O6).</p> <p>6. Menyediakan paket wisata edukasi sejarah dengan wisata budaya Lampung (S2, S3, S6 + O5, O6).</p>	<p>O5, O6).</p> <p>5. Kemitraan dengan universitas untuk pengembangan sistem IT dan digitalisasi koleksi (W1, W5, W6 + O4, O6).</p> <p>6. Menyediakan area interaktif khusus anak-anak untuk menarik keluarga dan sekolah (W2, W6, W7 + O5, O6).</p>
<p><b>Ancaman/Threats (T)</b></p> <p>1. Museum menghadapi persaingan dengan tempat hiburan modern seperti mall, pantai dan wisata lainnya, yang lebih menarik bagi anak muda.</p> <p>2. Alokasi dana yang lebih banyak ke sektor pendidikan membatasi inovasi dan pengembangan museum.</p> <p>3. Krisis ekonomi, bencana alam, atau pandemi dapat berdampak langsung pada jumlah kunjungan ke museum.</p> <p>4. Informasi sejarah kini lebih mudah diakses secara online, sehingga masyarakat merasa tidak perlu datang langsung ke museum.</p> <p>5. Kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya museum.</p>	<p><b>Strengths – Threats (ST)</b></p> <p>1. Promosi melalui media social, influencer, dan platform digital agar tetap relevan (S4, S5, S7 + T1, T4).</p> <p>2. Mengadakan program interaktif seperti workshop budaya, lomba seni, dan edukasi untuk menarik bagi generasi muda (S2, S6, S7 + T1, T5).</p> <p>3. E-ticketing dan pemasaran digital untuk memudahkan akses pengunjung (S4, S5, S6 + T4, T5).</p> <p>4. Penungkatan keamanan koleksi untuk mencegah vandalisme dan pencurian (S3, S5, S6 + T6).</p> <p>5. Pemanfaatan AR/VR agar lebih unggul dibandingkan wisata modern lainnya (S1, S4, S6, S7 + T1, T4).</p> <p>6. Pengembangan panduan digital berbasis aplikasi agar lebih informatif (S4, S5, S7 + T4, T6).</p>	<p><b>Weakness – Threats (WT)</b></p> <p>1. Pemanfaatan media digital dan edukasi online agar tetap menarik (W2, W6, W7 + T1, T4, T5).</p> <p>2. Peningkatan anggaran untuk fasilitas dan inovasi guna meningkatkan daya saing (W3, W4, W6 + T2, T6).</p> <p>3. Menyebarkan program edukasi berbasis online dan hybrid agar tetap relevan (W1, W5, W7 + T4, T5).</p> <p>4. Keterlibatan komunitas budaya untuk meningkatkan daya tarik museum (W2, W3, W6, W7 + T1, T5).</p> <p>5. Promo tiket sekolah dan komunitas untuk meningkatkan jumlah pengunjung (W2, W5, W6 + T1, T3).</p> <p>6. Perawatan berkala koleksi dan fasilitas untuk mencegah kerusakan (W4, W6, W7 + T2, T6).</p>

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.2 Matriks SWOT strategi pemasaran objek wisata museum Lampung didapatkan 13 alternatif strategi pemasaran objek wisata museum Lampung yang berasal dari Strategi kekuatan – peluang (S-O) sebanyak 6 strategi, Strategi kelemahan – peluang (W-O) sebanyak 6 strategi, Strategi kekuatan – ancaman (S-T) sebanyak 6 strategi, Strategi kelemahan – ancaman (W-T) sebanyak 6 strategi. Setelah dilakukan pembuatan Matriks SWOT strategi pemasaran objek wisata museum Lampung, selanjutnya dilakukan perhitungan matriks IFAS dalam mengukur seberapa besar pengaruh faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan matriks EFAS dalam mengukur seberapa besar faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan perhitungan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 3 Matriks IFAS (kekuatan) Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Lampung**

Kriteria Kekuatan	Perhitungan																			
	Bobot										Rating									
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	X	B	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	X	Skor
1. Terletak dilokasi strategis dan lingkungan pendidikan	4	4	4	3	4	3	4	4	4	0,11	4	4	4	3	4	3	4	4	4	0,40
2. Museum dengan predikat akreditasi Unggul (A)	4	4	4	4	4	3	4	4	4	0,11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	0,43
3. Pusat pelestari budaya Lampung di Provinsi Lampung	4	4	4	4	3	3	4	4	4	0,11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	0,40
4. Arsitektur bangunan museum yang menarik dan mencerminkan karakter local	4	4	4	3	4	4	3	3	4	0,10	4	4	4	3	4	4	3	4	4	0,39
5. Memiliki program edukatif menarik seperti seminar, "Belajar di Museum", bioskop mini dan lomba-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0,11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	0,44

lomba lainnya.																				
6. Ruang pameran yang bersih, nyaman, dan ramah pengunjung, fasilitas lengkap dan ramah disabilitas	4	3	3	4	3	3	3	3	3	0,09	4	4	3	4	3	3	4	3	4	0,33
7. Museum berbasis digital	4	3	3	3	3	3	2	2	3	0,08	4	4	3	3	3	3	4	4	4	0,29
8. Tersedia pemandu wisata multi bahasa	4	2	2	3	4	3	3	2	3	0,08	4	4	2	3	4	3	4	3	3	0,28
9. Koleksi artefak dan benda bersejarah khas Lampung	4	4	3	4	3	3	4	4	4	0,10	4	4	3	4	3	3	4	4	4	0,38
10. Dukungan dari pemerintah daerah dalam pengelolaan dan promosi.	4	3	2	4	3	4	3	3	3	0,09	4	3	3	4	3	4	4	4	4	0,34
Sub Total									35	1										3,68

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 Matriks IFAS (kekuatan) strategi pemasaran objek wisata museum Lampung didapatkan nilai dari total rating sebesar 35, dengan nilai bobot sebesar 1,00 dan total dari nilai skor yang merupakan hasil penjumlahan perkalian dari rating x bobot didapatkan total skor sebesar 3,68.

**Tabel 4. 4 Matriks IFAS (kelemahan) Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Lampung**

Kriteria Kelemahan	Perhitungan																			
	Bobot										Rating									
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	X	B	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	X	Skor
1. Terbatasnya pemasaran digital berdampak pada promosi belum optimal.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	0,15	3	4	4	4	4	3	3	3	4	0,53
2. Ruang istirahat, toilet, dan area parkir kurang nyaman bagi pengunjung.	4	3	3	3	3	2	3	3	3	0,14	4	4	3	4	4	3	4	3	4	0,52
3. Keterbatasan manajemen dalam mengelola sumber daya atau kegiatan museum.	2	3	2	3	3	2	2	3	3	0,12	3	4	2	4	4	3	4	3	3	0,41
4. Koleksi rentan rusak akibat terbatasnya fasilitas konservasi.	2	2	2	3	3	2	2	3	3	0,14	3	2	2	3	3	3	4	4	3	0,42
5. Belum maksimalnya kegiatan yang bisa menarik berbagai kelompok usia, seperti anak-anak atau wisatawan muda.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	0,15	3	4	3	3	3	3	4	3	3	0,49
6. Belum optimalnya pengelolaan karena terbatasnya dana untuk perawatan koleksi dan pengembangan fasilitas	4	3	2	4	3	3	2	4	3	0,15	4	3	2	4	4	3	4	4	3	0,50
7. Koleksi yang tidak diperbarui secara berkala berdampak kepada pengunjung merasa museum stagnan.	3	3	4	4	3	3	2	3	3	0,14	3	4	3	4	3	3	3	2	3	0,45
Sub Total									21	1										3,31

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4 Matriks IFAS (kelemahan) strategi pemasaran objek wisata museum Lampung didapatkan nilai dari total rating sebesar 21 dengan nilai total nilai bobot sebesar 1 dan total dari nilai skor yang merupakan hasil penjumlahan perkalian dari rating x bobot didapatkan total skor sebesar 3,31.

Perhitungan matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) didapatkan nilai skor total kekuatan sebesar 3,68 dan skor total kelemahan sebesar 3,31. Hasil perhitungan skor kekuatan dan kelemahan digunakan sebagai pengukuran sumbu (X) dengan perhitungan  $X = \text{kekuatan} (3,68) - \text{kelemahan} (3,31) = 0,37$ . Nilai sumbu X dari hasil perhitungan matriks IFAS didapatkan nilai sebesar 0,37. Setelah dilakukan perhitungan matriks IFAS (kekuatan dan

kelemahan), selanjutnya dilakukan perhitungan matriks EFAS (peluang dan ancaman) dengan perhitungan matriks EFAS sebagai berikut :

**Tabel 4. 5 Matriks EFAS (peluang) Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Lampung**

Kriteria Peluang	Perhitungan																			
	Bobot										Rating									
	11	12	13	14	15	16	17	18	X	B	11	12	13	14	15	16	17	18	X	Skor
1. Kolaborasi dengan sekolah, universitas, atau lembaga kebudayaan lain bisa meningkatkan daya tarik museum.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	0,16	4	4	4	3	4	3	4	4	4	0,60
2. Pemanfaatan digitalisasi melalui aplikasi tur virtual yang memungkinkan pengunjung mengakses informasi jarak jauh.	4	4	3	3	3	3	3	4	3	0,16	4	4	3	3	3	3	3	4	3	0,54
3. Memanfaatkan platform media sosial untuk memperkenalkan koleksi dan acara museum.	4	4	4	3	4	3	3	4	4	0,15	4	4	4	3	4	3	3	4	4	0,54
4. Kerja sama dengan universitas dalam pengembangan digital edukasi	4	4	4	4	4	3	3	4	4	0,16	4	4	4	4	4	3	3	4	4	0,58
5. Kerjasama lintas objek wisata dalam meningkatkan kunjungan	4	3	4	3	3	3	2	3	3	0,13	4	4	4	3	4	3	3	3	4	0,45
6. Meningkatkan fasilitas seperti kafe atau toko souvenir untuk menambah pendapatan dan kenyamanan pengunjung.	3	2	4	3	4	4	2	3	3	0,13	3	3	4	3	4	4	3	3	3	0,44
7. Masyarakat setempat untuk berpartisipasi dalam kegiatan seperti workshop kerajinan tangan,	4	4	3	3	3	4	2	3	3	0,13	4	4	3	4	3	4	4	3	4	0,49



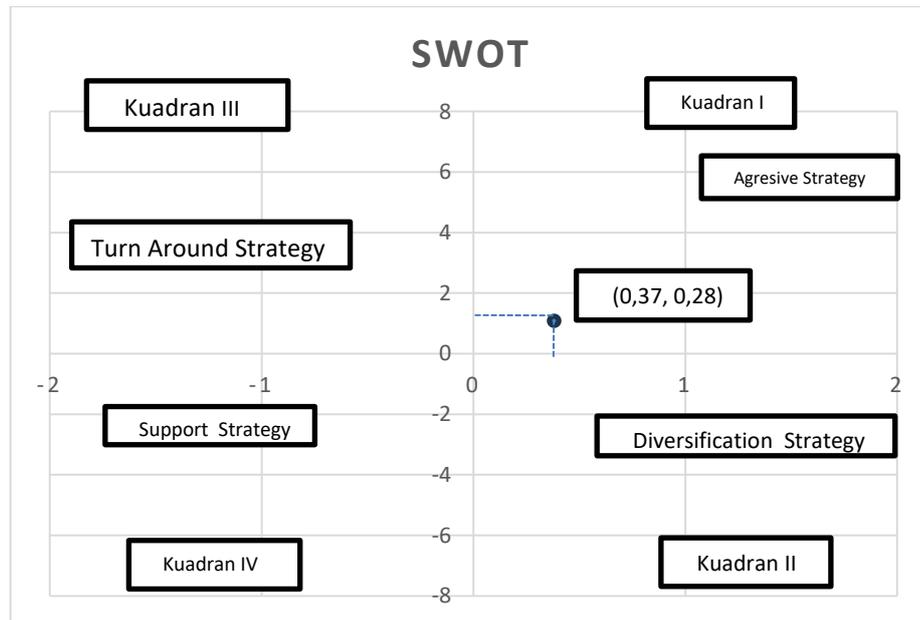
yang boleh dimiliki atau aturan yang lebih ketat mengenai konservasi.																				
7. Hacking atau pencurian data koleksi atau informasi pengunjung	4	3	4	3	3	2	2	3	3	0,12	4	3	4	3	3	3	4	3	3	0,39
8. Pembatasan pengunjung internasional terkait dengan peraturan visa yang ketat	4	3	4	2	3	2	2	2	3	0,11	4	3	4	3	3	3	3	2	3	0,36
Sub Total									24	1										3,37

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 Matriks EFAS (ancaman) strategi pemasaran objek wisata museum Lampung didapatkan nilai dari total rating sebesar 24, dengan nilai bobot sebesar 1,00 dan total dari nilai skor yang merupakan hasil penjumlahan perkalian dari rating x bobot didapatkan total skor sebesar 3,37.

Berdasarkan perhitungan Matriks EFAS (peluang dan ancaman) didapatkan nilai skor total peluang sebesar 3,65 dan skor total ancaman sebesar 3,37 yang digunakan sebagai pengukuran sumbu (Y) dengan perhitungan  $(Y) = \text{peluang} (3,65) - \text{ancaman} (3,37) = 0,28$ . Nilai sumbu Y dari hasil perhitungan Matriks EFAS didapatkan nilai sebesar 0,24. Setelah dilakukan perhitungan nilai sumbu X pada Matriks IFAS dan sumbu Y pada Matriks EFAS maka selanjutnya nilai X (0,37) dan Y (0,28) dimasukkan pada analisis strategi kuadran IFAS dan EFAS strategi pemasaran objek wisata museum Lampung sebagai berikut :

**Gambar 4. 1 Matriks Analisis Kuadran IFAS dan EFAS Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Lampung**



Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.1 Matriks Analisis Strategi Kuadran IFAS dan EFAS Strategi pemasaran objek wisata museum Lampung. Hasil dari matriks analisis Strategi Kuadran IFAS dan EFAS dengan nilai sumbu X (0,37) dan Y (0,28) yang bernilai positif dengan hasil analisis berada pada kuadran I masuk kedalam kategori strategi agresif. Strategi agresif merupakan strategi yang menguntungkan dengan dukungan kebijakan serta langkah nyata yang dilakukan melalui analisis mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil sesuai dengan kekuatan dan peluang yang ada.

### 4.3 Hasil Pembahasan

Berdasarkan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung, museum memiliki lokasi yang strategis serta fasilitas yang mendukung kegiatan edukasi dan pariwisata. Selain itu, Museum Lampung merupakan satu-satunya museum di Provinsi Lampung yang memiliki identitas budaya lokal yang kuat, menjadikannya pusat informasi sejarah dan kebudayaan daerah. Dukungan pemerintah daerah dalam bentuk promosi serta program edukasi juga memperkuat daya saing

museum sebagai destinasi wisata edukatif. Namun, museum ini masih menghadapi berbagai kelemahan yang perlu segera diperbaiki. Kurangnya inovasi dalam metode promosi dan pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital, menghambat jangkauan pasar yang lebih luas. Fasilitas pendukung yang terbatas, baik dari segi kenyamanan pengunjung maupun sarana interaktif ikut serta mengurangi kualitas pengalaman wisata edukatif. Selain itu, jam operasional yang terbatas serta kurangnya variasi program dan pameran temporer menyebabkan daya tarik museum tidak optimal.

Di sisi lain, Museum Lampung memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Perkembangan teknologi digital dan penggunaan media sosial memberikan peluang besar dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan pengunjung. Meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata edukatif, terutama di kalangan pelajar, dapat dioptimalkan melalui program edukasi dan workshop interaktif. Dukungan pemerintah dalam sektor pariwisata serta kerjasama dengan pelaku industri kreatif, seperti seniman lokal dan komunitas sejarah, juga dapat memperluas strategi promosi dan meningkatkan daya tarik museum. Namun, terdapat ancaman eksternal yang perlu diantisipasi. Persaingan dengan objek wisata lain, khususnya destinasi wisata alam dan hiburan modern, menjadi tantangan dalam menarik minat wisatawan. Pergeseran tren wisata menuju pengalaman digital dan interaktif berpotensi menurunkan daya tarik museum jika tidak ada inovasi dalam penyajian informasi dan aktivitas yang ditawarkan. Keterbatasan anggaran dalam pengelolaan dan promosi juga menjadi hambatan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang inovatif, berbasis digital, serta berorientasi pada pengalaman interaktif guna meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Lampung

Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi strategi Museum Lampung berada pada kuadran I (Strategi Pertumbuhan / Strategi Pertumbuhan Agresif) . Hal ini menunjukkan bahwa museum memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman, sehingga strategi yang paling sesuai adalah dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan. Strategi yang dapat diterapkan meliputi peningkatan promosi berbasis digital, pengembangan program edukatif yang lebih interaktif, menjalin kerjasama yang lebih erat dengan institusi pendidikan, serta peningkatan kualitas fasilitas dan layanan bagi pengunjung. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara efektif, Museum Lampung diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata edukatif yang lebih menarik dan mampu bersaing dengan objek wisata lainnya di Provinsi Lampung.