

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi pemasaran UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis strategi, UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung mengembangkan 24 strategi pemasaran yang terbagi dalam empat kategori yaitu :
 - Strategi S-O (Strengths-Opportunities) sebanyak 6 strategi, yaitu :
 - 1) Digitalisasi koleksi menggunakan barcode, tur virtual, dan AR/VR untuk meningkatkan daya tarik.
 - 2) Meningkatkan kerja sama dengan sekolah, universitas dan agen perjalanan untuk meningkatkan kunjungan.
 - 3) Memperluas kolaborasi industri pariwisata untuk menjangkau wisatawan lebih luas.
 - 4) Mengadakan festival budaya dan pameran tematik untuk branding museum.
 - 5) Optimalisasi media sosial dan platform digital untuk pemasaran.
 - 6) Menyediakan paket wisata edukasi sejarah dengan wisata budaya Lampung.
 - Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities) sebanyak 6 strategi, yaitu :
 - 1) Rekrutmen dan pelatihan tenaga ahli IT dan pemasaran digital.
 - 2) Peningkatan fasilitas museum seperti ruang istirahat, toilet, dan area parkir.
 - 3) Digitalisasi system pencarian pengunjung untuk efisiensi.
 - 4) Pelatihan staff terkait pelayanan dan pemasaran digital.
 - 5) Kemitraan dengan universitas untuk pengembangan sistem IT dan digitalisasi koleksi.
 - 6) Menyediakan area interaktif khusus anak-anak untuk menarik keluarga dan sekolah.
 - Strategi S-T (Strengths-Threats) sebanyak 6 strategi, yaitu :
 - 1) Promosi melalui media social, influencer, dan platform digital agar tetap relevan.

- 2) Mengadakan program interaktif seperti workshop budaya, lomba seni, dan edukasi untuk menarik bagi generasi muda.
 - 3) E-ticketing dan pemasaran digital untuk memudahkan akses pengunjung.
 - 4) Peningkatan keamanan koleksi untuk mencegah vandalisme dan pencurian.
 - 5) Pemanfaatan AR/VR agar lebih unggul dibandingkan wisata modern lainnya.
 - 6) Pengembangan panduan digital berbasis aplikasi agar lebih informatif.
- Strategi WT (Weaknesses-Threats) sebanyak 6 strategi, yaitu :
 - 1) Pemanfaatan media digital dan edukasi online agar tetap menarik.
 - 2) Peningkatan anggaran untuk fasilitas dan inovasi guna meningkatkan daya saing.
 - 3) Menyebarkan program edukasi berbasis online dan hybrid agar tetap relevan.
 - 4) Keterlibatan komunitas budaya untuk meningkatkan daya tarik museum.
 - 5) Promo tiket sekolah dan komunitas untuk meningkatkan jumlah pengunjung.
 - 6) Perawatan berkala koleksi dan fasilitas untuk mencegah kerusakan.

2. Posisi strategi Museum Lampung berada pada Kuadran I (Strategi pertumbuhan/strategi agresif). Hal ini menunjukkan bahwa Museum Lampung memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman. Sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan agresif, yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk mengoptimalkan peluang eksternal.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara sistematis dan berkelanjutan, Museum Lampung diharapkan mampu memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata edukatif unggulan di Provinsi Lampung serta meningkatkan daya saingnya ditengah perubahan tren wisata yang semakin berbasis digital dan interaktif.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Museum dapat mengembangkan strategi pemasaran berbasis data untuk memahami preferensi pengunjung dan menyesuaikan program promosi yang lebih efektif.
2. Museum Lampung perlu meningkatkan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan platform online agar dapat menjangkau lebih banyak wisatawan. Selain itu, kerja sama dengan institusi pendidikan perlu diperluas untuk menarik lebih banyak pelajar dan mahasiswa melalui program kunjungan edukatif. Museum juga harus mengembangkan pameran interaktif berbasis teknologi, seperti augmented reality (AR) dan virtual tour, untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Penyelenggaraan event budaya dan sejarah secara berkala dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya tarik museum. Selain itu, optimalisasi branding sebagai pusat edukasi budaya yang unik serta pemanfaatan dukungan pemerintah dalam promosi dan pengembangan fasilitas harus terus dilakukan agar museum semakin dikenal dan dikunjungi oleh masyarakat luas.
3. Untuk meningkatkan daya saing dan mengatasi berbagai kendala yang ada, Museum Lampung harus memperbaiki fasilitas pendukung seperti ruang pameran, area interaktif, serta aksesibilitas bagi pengunjung berkebutuhan khusus. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan di bidang pemasaran digital dan pelayanan pengunjung juga diperlukan agar museum dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Selain itu, museum perlu memperkuat kerja sama dengan komunitas budaya, seniman lokal, serta sektor swasta guna memperoleh tambahan sumber daya dan memperluas jangkauan promosi. Pemanfaatan teknologi digital dalam penyampaian informasi sejarah dan budaya juga harus dilakukan agar koleksi museum lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan

pengunjung, terutama generasi muda yang lebih tertarik pada metode pembelajaran berbasis digital.

4. Untuk menghadapi persaingan dengan destinasi wisata lain, Museum Lampung harus memperkuat citra sebagai pusat edukasi budaya yang unik dan otentik. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah mengembangkan program wisata edukatif yang lebih inovatif dan kompetitif, seperti tur interaktif, pameran tematik, serta kegiatan berbasis pengalaman yang melibatkan pengunjung secara langsung. Selain itu, museum harus meningkatkan promosi secara lebih intensif melalui berbagai media komunikasi untuk menarik lebih banyak wisatawan domestik maupun mancanegara. Untuk mengurangi ketergantungan terhadap anggaran pemerintah, museum juga dapat mengembangkan sumber pendapatan alternatif, seperti paket edukasi berbayar, penyewaan ruang untuk acara budaya, serta kerja sama dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, Museum Lampung diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta mempertahankan eksistensinya sebagai destinasi wisata edukatif unggulan di Provinsi Lampung.

Dengan menerapkan strategi ini secara efektif dan berkelanjutan, diharapkan UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta mempertahankan eksistensinya sebagai destinasi wisata edukatif unggulan di Provinsi Lampung.