

PERAN PROMOSI DAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI MUSEUM MONPERA

Muhammad Taslim

Politeknik Negeri Pariwisata Palembang
Email: mbambangpurwanto@gmail.com

Firdaus

Mahasiswa Politeknik Darussalam
Email: firdaus12@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the objek of historical tourism attraction in Palembang Monpera Museum which aims to find out how the role of the Museum Monpera disseminates information about the Monpera Museum and what promotions and marketing has been done by the Monpera Museum increasing tourist visits to visit the Monpera Museum. The method used is a qualitative method. As for the results of this study is about the role of promotion and marketing that has been done, the strategies used, as well as the obstacles faced by the Museum of Monpera when promoting and marketing and how the role of the Museum of Monpera as one of the attractions of historical tourism in the city of Palembang. But the lack of promotion and marketing by the Monpera Museum, the number of visits to the Monpera Museum has decreased, this is very influential in increasing the number of tourist visiting the Monpera Museum to find out one of the historical objects in the city of Palembang.

Keyword : Promotion, Marketing, increase in tourist.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang Objek Daya Tarik Wisata Sejarah Di Museum Monpera Palembang yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan pihak Museum Monpera menyebaluaskan informasi mengenai Museum Monpera serta promosi dan pemasaran apa saja yang sudah dilakukan pihak Museum Monpera dalam meningkatkan kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Monpera. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Adapun hasil penelitian ini adalah mengenai peran promosi dan pemasaran yang telah dilakukan, strategi yang digunakan, serta hambatan yang dihadapi pihak Museum Monpera pada saat melakukan promosi dan pemasaran dan bagaimana peranan Museum Monpera sebagai salah satu daya tarik wisata sejarah di kota Palembang. Namun kurangnya promosi dan pemasaran yang dilakukan pihak museum monpera jumlah kunjungan di Museum Monpera menurun hal ini sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Monpera untuk mengetahui salah satu objek sejarah di kota Palembang.

Kata Kunci : Promosi, Pemasaran, peningkatan wisatawan.

Pendahuluan

Latar Belakang

Kepariwisataan merupakan industri yang selalu berkembang melalui dari hal yang sederhana hingga kompleks seperti sekarang ini. Di Indonesia kepariwisataan telah menjadi suatu industri yang berdiri sendiri sejak beberapa tahun terakhir ini. Industri pariwisata semakin menjadi idola di Indonesia. Hal ini terlihat dari performanya yang semakin meningkat setiap tahun. Selain itu pariwisata juga dianggap punya keunggulan karena mayoritas kegiatannya berada di sektor jasa. Pariwisata juga merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat. Berdasarkan sumber buku yang berjudul pengantar pemasaran pariwisata karya M. Liga Suryadana menurut *United Nations World Tourism (UNWTO)*, pada tahun 2012. Kawasan Asia Pasifik adalah kawasan yang memiliki pertumbuhan yang paling tinggi dari sisi pariwisata di kawasan ini terjadi peningkatan 7 persen pengunjung atau setara dengan 15 juta pengunjung internasional. Menurut Sinaga

(2010:12) pariwisata diidentikan dengan kata travel dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain. Karena itu Indonesia seharusnya lebih melirik industri pariwisata sebagai salah satu industri yang harus di tolong dan dibantu dengan berbagai regulasi. Dan berupaya lebih mengenalkan berbagai daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat unik dan menarik.

Menurut Kusumaningrum (2009:18) Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor. Perkembangan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara disebabkan situasi politik dan keamanan yang kondusif. Selain terjadi peningkatan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia ternyata wisatawan nusantara saat ini mengalami peningkatan yang cukup baik karena didukung oleh taraf hidup masyarakat dan segala kemudahan kesesibilitasan,

rasa keingintahuan, serta adanya kebijakan *low costairline*. Pertumbuhan wisatawan nusantara ini yang seharusnya menjadi perhatian pemerintah yang tidak memperhatikan wisatawan mancanegara saja tetapi juga memfokuskan pada wisatawan nusantara yang akan menambah pendapatan daerah yang menunjukkan perkembangan wisatawan nusantara.

Apalagi dalam era otonomi daerah sekarang ini pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata seharusnya menjadi peluang bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerahnya dengan cara pengembangan potensi wisata di daerah seperti kebudayaan, keindahan alamnya, dan gagasan baru untuk mengembangkan suatu objek dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan nusantara yang yang kemudian dapat di kenal wisatawan mancanegara.

Khususnya kota Palembang yang memiliki banyak objek wisata unggulan yaitu salah satunya Museum Monpera dan di sekitar monpera itu sendiri banyak terdapat wisata-wisata lainnya seperti Museum Sultan Mahmud Badarudin dua, Benteng Kuto Besak , Jembatan Ampera, Masjid Agung, Sungai Musi dan banyak pilihan wisata kuliner. Objek wisata tersebut merupakan wisata unggul Kota Palembang yang menjadi daya tarik bagi wisman dan wisnus yang berkunjung ke Kota Palembang. Kota Palembang merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Provinsi Sumatera Selatan selain merupakan ibukota Provinsi kota Palembang memiliki banyak potensi wisata yang menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Setiap tahun jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Palembang mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang kebanyakan dari kota Jambi, Medan, Bengkulu, Bangka Belitung. Sekian banyak orang yang datang ke Kota Palembang banyak di antara mereka mengatakan alasan utama nya untuk berkunjung melihat dan menyaksikan keindahan jembatan ampera pada malam hari dan keindahan sungai musu di bawah nya.

Palembang adalah salah satu tempat kunjungan destinasi wisata yang ada di Sumatera Selatan yang menjadi pilihan wisatawan untuk datang berkunjung. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Palembang Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan kota Palembang sangat optimis dan serius untuk mengembangkan wisata khususnya wisata sejarah. Adapun wisata sejarah yang ada di Kota Palembang yaitu Museum Sultan Mahmud Badarudin Dua, Museum Negeri Balaputra Dewa, Jembatan Ampera, Benteng Kuto Besak, Pulau Kemaro, dan Museum Monpera.

Dalam mempromosikan dan memasarkan agar wisatawan mau berkunjung ke tempat-tempat wisata sejarah pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Palembang masih banyak mengalami hambatan serta halangnya dan sangat

sulit karena di zaman sekarang wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi wisata yang kekinian dari pada berwisata untuk mempelajari dan mengenang sejarah. Salah satu contoh kasus yang terjadi di kawasan daerah wisata yang ada di Kota Palembang tepatnya berada di kawasan Museum Monpera Palembang yang saat ini tidak ada atau kurangnya promosi dan pemasaran dari pengelola dan pemerintah dalam meningkatkan jumlah pengunjung, dapat dikatakan selama ini para pengelola belum memiliki promosi yang baru untuk memasarkan wisata Museum Monpera. Selain itu, terbatasnya biaya, sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam hal merancang strategi pemasaran, menganalisa segmen pasar yang tepat, kurangnya koordinasi antar beberapa pihak, serta tidak adanya komitmen kuat dari para pengembang pariwisata yang terkait, menjadi suatu kendala dalam usaha pengembangan kepariwisataan di Museum Monpera Palembang tersebut. Adapun saran dari penulis untuk promosi dan pemasaran yang lebih baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Museum Monpera yaitu dengan memanfaatkan kecanggihan multimedia zaman sekarang dengan cara melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial seperti facebook, Instagram, blog, website karna dengan cara ini akan mencakup pasaran yang lebih luas.

Menurut Yoety (2008:30) pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang dilaksanakan sebagai suatu kebijakan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kepariwisataan, baik milik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup local, regional, nasional dan internasional untuk mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar. Sedangkan menurut Salah Wahab dalam Sudirta (2011:3) bahwa pemasaran pariwisata yaitu suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran pariwisata merupakan keseluruhan aktivitas yang diarahkan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang bertujuan untuk memuaskan keinginan wisatawan sebagai konsumen.

Menurut Buchari Alma (2007:170) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan, pemerintah kota Palembang sendiri telah banyak mengadakan *event-event* seperti *Musi Thematic festival kemaro island*, *Musi Thematic Festival culinary 10 Ulu*, *Bidar Traditional Race*, *Traditional Children Games*

Festival. Untuk dapat menarik minat wisatawan berkunjung ke kota Palembang. Iklan sangat dibutuhkan oleh suatu daerah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, mengingat iklan terhadap produk wisata dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Hal tersebut dapat dilihat dari kejelasan isi pesan, pesan yang membujuk, pemilihan media, yang tepat dan efektivitas iklan yang disampaikan.

Iklan sangat berperan penting dalam pemasaran suatu produk karena meskipun suatu produk/jasa sangat berkualitas, apabila seseorang itu tidak tau atau tidak pernah mendengarkan tentang produk tersebut maka mereka tidak akan pernah membelinya. Maka pentingnya kegiatan iklan yang harus dilakukan oleh dinas pariwisata kota Palembang dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan untuk produk wisata yang ditawarkan pemerintah dalam hal destinasi wisata kota Palembang maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PERAN PROMOSI DAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI MUSEUM MONPERA”**

Tinjauan Pustaka

Pengertian Promosi dan Pemasaran

Menurut Daryanto (2011:1) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain, sedangkan menurut Hermawan Kertajaya (2002) menyatakan bahwa pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya. Menurut Buchari Alma (2007:170) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, sedangkan menurut Yoety (2008:141) promosi merupakan suatu proses menyampaikan informasi kepada target pasar, tentang hal-hal yang menyangkut produk, harga, tempat produk dijual dengan melakukan *persuasif* agar target mau melakukan pembelian.

Promosi dan Pemasaran dianggap sesuatu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha karena memiliki peran untuk menyampaikan informasi berkaitan dengan produk barang dan jasa kepada pasar, juga untuk memberikan informasi tentang mengenai manfaat, kelebihan sampai dengan harga dan ketersediaan produk tersebut dapat diperoleh di pasaran. Adapun definisi dari bauran pemasaran menurut Dharmesta dan Irawan (2011:78) bauran pemasaran adalah kombinasi dari

empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan.

Tujuan Promosi

Setiap promosi yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat dengan harapan dapat mempengaruhi minat beli dari masyarakat. Menurut Simamora (2000) dalam Dita (2011:223) tujuan promosi adalah :

- Menginformasikan (*informing*) memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan
- Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan
- Mengingatkan (*reminding*) mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu

Alat Promosi dan Pemasaran

Pengertian menurut Kotler *promotion mix* terdiri dari empat alat utama yaitu:

- *Advertising*: kegiatan pemasaran yang biasanya dilakukan oleh bank
- *Sales promotion*: kegiatan promosi penjualan yang dilakukan bank
- *Publicity*: kegiatan dalam memperkenalkan produk
- *Personal selling*: kegiatan bank untuk melakukan kontak langsung

Jenis Bauran Promosi dan Pemasaran

Jenis Bauran Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2005:349) bauran promosi merupakan alat-alat yang digunakan dalam promosi.

- Periklanan (*advertising*) adalah semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar. Mediana antara lain: brosur, buket, poster, penayangan pada audio visual, billboard, dan lain-lain.
- Hubungan Masyarakat (*Publik Relation*) adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.
- Penjualan Tatap Muka (*personal selling*) adalah penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial.
- Pemasaran Langsung (*direct marketing*) adalah komunikasi secara langsung yang digunakan dari mail, telepon, fax, e-mail atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.

Jenis Bauran Pemasaran

Menurut Dharmesta dan Irawan (2011:78) bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan.

- *Product* (produk) menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010:274) produk adalah setiap apa saja yang bisa di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.
- *Price* (harga) menurut Buchari Alma (2007:169) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.
- *Promotion* (promosi) menurut Buchari Alma (2007:170) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan
- *Place* (tempat atau lokasi) *place* adalah sebagai saluran distribusi (*zero chanel, two chanel, and multilevel channels*), sedangkan untuk produk industri jasa, *place* adalah sebagai tempat pelayanan jasa.
- *People* (orang) menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh Ratih Huriyati (2010:48) orang adalah semua perilaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan mempengaruhi persepsi pembeli yang termasuk dalam element ini adalah personal perusahaan.
- *Process* (proses) menurut Zeithaml dan Bitner (2000:21) yang dikutip oleh Ratih Huriyati (2010:48) proses adalah kecepatan dan ketepatan karyawan perusahaan dalam memproduksi jasa perusahaan sangatlah penting.
- *Physical evidence* (bukti fisik) menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh Ratih Huriyati (2010:48) bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan setiap konsumen memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut

Definisi Wisatawan

Menurut Kusumaningrum (2009:18) Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor. Sedangkan wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum, 2009:18) yaitu :

- Wisatawan modern idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya

multinasional serta eksplorasi alam secara individual

- Wisatawan modern materialis, wisatawan dengan golongan *hedonism* (mencari keuntungan) secara berkelompok

Metodologi Penelitian

Objek Penelitian

Pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Husein Umar (2007:303), menyatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut : “objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu”.

Menurut Sugiyono (2013:283) mendefenisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan untuk kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal. Adapun yang menjadi objek dari penelitian ini adalah 2 pegawai dan 3 pengunjung Museum Monpera Palembang.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Museum Monpera di jalan DR AK Gani 19 ilir, kota Palembang. Dimana Museum ini merupakan salah satu objek wisata sejarah jadi ruang lingkup dalam pembahasan laporan ini penulis batasi pada masalah peran promosi dan pemasaran terhadap kunjungan wisata Museum Monpera Palembang.

Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam menyelesaikan laporan akhir ini, penelitian dilakukan selama 1 (satu) bulan dari tanggal 15 januari sampai dengan 15 februari 2019 di Museum Monpera Palembang di jalan DR AK Gani 19 ilir, kota Palembang.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suliyanto (2006:140) metode pengumpulan data adalah data yang digunakan untuk memperoleh data-data yang objektif, relevan, tepat dan akurat. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- Metode Observasi

Menurut Sugiyono (2012:145) Observasi adalah suatu proses yang kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis serta pencatatan, pemilihan, pengkodean, pengubahan dari serangkaian tingkah laku dan suasana yang berkaitan dengan organisasi sesuai pada tujuan-tujuan empirisnya. Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan pada objek Museum Monpera Palembang.

- Metode Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:231) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga disimpulkan makna dalam topik tersebut. Pada

metode ini penulis melakukan langsung wawancara kepada pegawai Museum Monpera Palembang.

- Metode Studi Pustaka

Menurut Danang Sunyoto (2016:21) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian atau sumber lain yang mendukung penelitian, terutama yang berhubungan dengan wisata sejarah Museum Monpera Palembang.

- Metode Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang

Jenis dan Sumber Data

Jenis-jenis data yang digunakan oleh penulis dalam menyusun laporan akhir ini adalah data kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (2012:4) data kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Berikut merupakan data-data yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

- Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh penelitian secara langsung dari narasumber. Dalam hal ini penulis mendapatkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang ditinjau.

- Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penelitian sebagai penunjang data primer seperti dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang telah di publikasikan sebelumnya. Dalam hal ini penulis mendapatkan dokumen-dokumen seputar penelitian seperti tingkat kunjungan wisata ke Sumatera Selatan dari dinas pariwisata kota Palembang, data- data kunjungan di museum monpera itu sendiri.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah di pahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif.

- Promosi dan pemasaran sangat penting dalam kegiatan untuk meningkatkan minat wisatawan agar ingin berkunjung ke objek wisata Monpera
- Promosi dan pemasaran terhadap kunjungan wisatawan sangat penting untuk mempengaruhi orang lain baik dengan cara membujuk memberi informasi agar wisatawan lokal maupun mancanegara dapat bergantian berkunjung

ke tempat wisata yang telah di promosikan tersebut terutama Museum Monpera Palembang

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dari hasil laporan akhir yang telah dilaksanakan di Museum Monpera Palembang, penulis telah mendapatkan beberapa hasil penelitian yang diperoleh dari Museum Monpera Palembang yaitu sebagai berikut:

- **Keadaan Umum Museum Monpera Palembang**

Saat pertama kali melakukan penelitian di Museum Monpera Palembang kesan pertama yang saya dapatkan adalah mewah, nyaman, bersih serta karyawan yang ramah. Museum Monpera Palembang tampak elegan dengan cat dinding yang elegan dan modern dan cerah seperti baru di cat dengan fasilitas AC di tiap lantai ruang pameran koleksi Museum. CCTV yang siap memantau semua kegiatan pengunjung yang berkunjung ke Museum agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, koleksi-koleksi yang tersusun rapi di dalam ruangan maupun di luar serta ruangan yang terang dengan lampu-lampu yang bercahaya.

Museum Monpera Palembang memiliki banyak koleksi benda-benda bersejarah yang di simpan dan di pamerkan di dalam Monumen, adapun koleksi di Museum yaitu:

Koleksi photo-photo perjuangan, baik pelaku maupun peristiwa yang berjumlah sekitar 178 buah,

Contoh-contoh senjata yang pernah digunakan pada masa perjuangan fisik melawan Belanda, mata uang dari tiga zaman yaitu VOC, Jepang dan Republik (ORI) Koleksi buku-buku perjuangan maupun buku-buku umum

Patung setengah badan atas nama pejuang Sumatera Selatan Koleksi pakaian tentara Koleksi lukisan peristiwa peperangan

- **Jadwal Kunjungan Museum Monpera**

Adapun jadwal kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Monpera yaitu :

Senin-kamis	08.00-16.00 WIB
Jumat	08.00-16.00 WIB
Sabtu dan Minggu	08.00-15.00 WIB
Libur nasional	08.00-15.00 WIB

- **Peran Promosi Dan Pemasaran Yang Telah Dilakukan Oleh Pihak Museum Monpera Palembang.**

Adapun peran promosi dan pemasaran yang telah dilakukan oleh pihak Museum Monpera Palembang dalam Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah :

- Membagikan brosur dan buku panduan Museum Monpera kepada wisatawan yang berisi tentang Museum Monpera dan apa saja benda bersejarah yang ada di Museum Monpera sebelum melihat langsung

koleksi-koleksi yang ada di Museum Monpera Palembang

- Melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial yaitu melalui facebook, instagram, blog dan website dan lain-lain yang bertujuan memberitahu tentang Museum Monpera Palembang.
- Meningkatkan Kualitas pelayanan terutama pelayanan dalam mendampingi dan menjelaskan koleksi-koleksi dan sejarah Museum Monpera.
- **Kendala-kendala Yang Di Hadapi Oleh Pihak Museum Monpera Palembang Dalam Promosi dan Pemasaran Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Monpera Palembang**

Secara umum ada beberapa kendala-kendala yang dihadapi oleh pihak Museum Monpera yaitu :

Kurangnya strategi promosi dan pemasaran yang baru untuk Wisata Museum Monpera

Terbatasnya biaya

Tidak adanya komitmen yang kuat dari para pengembang pariwisata yang terkait

Kurangnya kordinasi antar beberapa pihak

Pembahasan

- Strategi Promosi Dan Pemasaran

Strategi promosi dan pemasaran terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Museum Monpera Palembang turut andil dalam meningkatkan tingkat jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Palembang khususnya objek wisata Monpera Palembang. Selain promosi dan pemasaran kunci sukses dari meningkatkan kunjungan wisata yaitu dengan adanya pelayanan yang baik dan memuaskan menjadi salah satu kunci sukses keberhasilan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Museum Monpera.

- Teknik Promosi Dan Pemasaran Yang Sudah Dilakukan Pihak Monpera

Adapun teknik promosi dan pemasaran yang sudah dilakukan oleh pihak monpera yaitu melalui:

Brosur

Spanduk

Melalui sosial media

Melaui iklan

Melalui event-event, Dll

Pada tahun 2016 jumlah wisatawan dari Kota Palembang mencapai 21.898 pengunjung sedangkan jumlah wisatawan di luar Kota Palembang mencapai 4.654 pengunjung dan wisatawan mancanegara mencapai 108 pengunjung. Pada tahun 2016 ini banyak kunjungan ke Museum Monpera karna ada suatu momen langkah yaitu adanya fenomena alam gerhana matahari total yang terjadi di beberapa daerah di Indonesia. Palembang merupakan salah

satu Kota tersebut. Gerhana Matahari total adalah hal yang langka dilihat setidaknya terjadi 80 tahun sekali, maka dari itu kesempatan untuk pihak Museum Monpera mengadakan promosi dan pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Museum Monpera.

Pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung dari dalam Kota Palembang mencapai 20.849 pengunjung sedangkan jumlah kunjungan wisatawan dari luar Kota Palembang mencapai 4.856 pengunjung dan wisatawan mancanegara mencapai 134 pengunjung. Terlihat jumlah wisatawan dalam Kota Palembang mengalami penurunan.

Sedangkan di tahun 2018, peningkatan kunjungan terjadi cukup tinggi terutama pada bulan Agustus jumlah pengunjung wisatawan dari dalam Kota Palembang yang mencapai 12.774 pengunjung sedangkan jumlah kunjungan wisatawan dari luar Kota Palembang mencapai 4.528 pengunjung dan wisatawan mancanegara mencapai 150 orang . Peningkatan pesat jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara disebabkan adanya even asian games yang di adakan di Kota Palembang even ini diadakan setiap empat tahun yang mana Kota Palembang untuk pertama kalinya menjadi tuan rumah asian games dengan ada nya acara asian games ini pihak Museum Monpera meningkatkan promosi dan pemasaran untuk mengunjung Museum Monpera karna akan banyaknya wisata yang akan berkunjung ke Kota Palembang baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan kesimpulan yang telah diuraikan dari bab-bab sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Strategi promosi dan pemasaran sangat berperan penting dan berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Museum Monpera Palembang karna dengan adanya promosi dan pemasaran jumlah kunjungan wisata Museum Monpera terbukti meningkat terlihat dari daptr jumlah kunjungan pada tahun 2016, 2017, 2018.

Upaya-upaya yang telah dilakukan pengelola Museum Monpera dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata adalah melaui media sosial, iklan, dan brosur, dengan kecanggihan teknologi di zaman sekarang lebih mudah untuk melakukan promosi dan pemasaran dengan adanya media sosial cukup berpengaruh seperti salah satu pengunjung yang penulis wawancara bahwa dia tau tentang Museum Monpera dari media sosial Facebook dan Instagram.

Kurangnya pramuwisata yang menjelaskan koleksi-koleksi yang ada di Museum Monpera dan Sejarah-sejarahnya sangat berpengaruh karena pengunjung tidak mengetahui tentang apa-apa saja yang ada di Museum Monpera

pengunjung hanya menikmati dan melihat-melihat saja koleksi yang ada.

Persembahan

Dengan ketulusan hati laporan ini ku persembahkan kepada:

- Kepada orang tua ku, saudara ku dan keluarga besar ku yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepadaku.
- Dosen pengajar, dosen pembimbing dan staf akademika Politeknik Darussalam
- Teman sealmamater

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007. *Pengembangan Wisata: Topik Dalam Geografi Terapan*. Inggris: Grup Longmand Terbatas.
- Bogdan dan taylor. 2012. *Tourism Planning*, Second Edition, Revised and Expanded. Taylor and Francois: New York
- Danang Sunyoto (2016:21) *Metodelogi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Daryanto. 2011. *Perencanaan Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata, Medan Polonia*: PT. Sofmedia
- Dharmesta dan irawan . 2011. *Dampak pengembangan pariwisata terhadap kehidupan masyarakat lokal di kawasan wisata.(Studi pada masyarakat sekitar wisata Wendit, Kabupaten Malang)*. Jurnal administrasi bisnis. Vol 30. No 1. Januari 2016.
- Huriyati, Ratih.2010. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Penerit Liberty.
- Kertajaya, Hermawan (2002). *Studi potensi objek dan daya tarik wisata alam air terjun wiyono di taman hutan raya wan abdul rahman, provinsi lampung*. Info Teknik. Vol.17. No.2. Desember 2016 Hal. 169-170
- Kusumaningrum .2009. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta, Liberty
- Simamora. 2000. *Kebijakan pembangunan Destinasi pariwisata*. Yogyakarta: GAVA MEDIA
- Sinaga. 2010. *Metode analisis Geografi*. Jakarta : LP3ES
- Suliyanto. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung, Angkasa
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni dan Soeprihanto. 2010. *Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Swastha dan Irawan. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Umar, Husein. 2007. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Pradya Paramita, Jakarta.

Yoety 2008. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.

Yoety. 2008. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Wahab, Salah. 2011. *Ekowisata dan pembangunan Berkelanjutan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

Zeithaml dan Bitner. 2000. *The Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs: Prentice-hall.