
**STRATEGI PENGEMBANGAN MUSEUM TOSAN AJI PURWOREJO DALAM
UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN**

Oleh
Amad Saeroji
Universitas Sebelas Maret
Email: amadsaeroji@staff.uns.ac.id

Abstrak

Museum merupakan salah satu daya tarik wisata yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan wisatawan. pengelolaan museum yang baik serta menyesuaikan perkembangan zaman dapat memberikan dampak positif terhadap citra dan kunjungan wisatawan. museum tosan aji purworejo yang memiliki berbagai koleksi benda-benda cagar budaya peninggalan sejarah dan memiliki nilai historis yang tinggi sehingga diperlukan strategi pengembangan dalam kaitannya dengan meningkatkan kunjungan wisatawan. penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan museum tosan aji purworejo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan berdasarkan karakteristik museum. penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan mengolah hasil data observasi, wawancara, studi arsip, dan studi pustaka yang sudah dilakukan sebelumnya. observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada beberapa hal diantaranya yaitu daya tarik wisata yang terdapat museum tosan aji dan benda-benda pusaka lainnya, lokasi museum serta pengelolaan museum. strategi pengembangan museum tosan aji dapat berupa penciptaan branding, pembuatan profil museum, pembuatan merchandise dan souvenir khas yang menarik, pemaksimalan promosi melalui website dan sosial media, menjalin kerjasama dengan pihak transportasi serta menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan daerah dengan menjadikan museum sebagai wisata edukasi dan sejarah dalam pembelajaran.

Kata Kunci: Pengembangan, Museum Tosan Aji, Wisatawan, Wisata Edukasi

PENDAHULUAN

Museum menjadi salah satu sasaran kunjungan wisatawan yang menyimpan berbagai koleksi bersejarah. Koleksi museum dapat berupa benda-benda cagar budaya yang menyimpan nilai-nilai kebudayaan yang tinggi. Wujud koleksi-koleksi tersebut merefleksikan sebuah peradaban masyarakat di masa lampau sehingga dapat menjadi sarana edukasi yang bernilai sejarah. Ambrose dan Crispin (1993) menyatakan bahwa museum adalah bagian dari pranata sosial dalam masyarakat, karena museum dipergunakan sebagai wahana memberikan pengetahuan, pendidikan, dan perkembangan kepada setiap masyarakat melalui sistemasi komunitas atau publik. Terlebih pada dasarnya museum merupakan sarana untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia.

Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, museum memegang peranan penting sebagai daya tarik wisata yang dapat menjadi magnet wisatawan mengunjungi sebuah destinasi baik daerah maupun perkotaan. Di sisi lain, eksistensi museum sebagai daya tarik wisata memiliki persepsi membosankan bagi sebagian wisatawan dimana objek wisata museum masih identik dengan kuno, sepi, menakutkan dan lain sebagainya sehingga kurang diminati oleh wisatawan. Faktor-faktor yang kemungkinan dapat mempengaruhi apakah wisatawan yang gengsi atukah museumnya yang jauh dari kata layak untuk dijadikan objek wisata favorit wisatawan.

Dilihat dari sejarah dan koleksi benda-benda cagar budayanya, sebenarnya museum memiliki produk wisata yang berkualitas untuk

wisata edukasi dan sejarah dibandingkan objek wisata lain. Namun citra museum yang kuno dan tidak menarik yang membuat wisatawan enggan untuk mengunjunginya. Faktor lain dimungkinkan dari segi manajemennya yang kurang tertata, atau strategi pengembangan kebanyakan museum di Indonesia yang kurang begitu diperhatikan sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga mayoritas museum di Indonesia mengalami stagnasi jumlah pengunjung atau bahkan penurunan.

Memang kebanyakan museum di Indonesia kurang diminati, namun bukan berarti tidak ada museum yang menarik di Indonesia. Museum Nasional Jakarta mencatat memiliki jumlah rata-rata pengunjung terbanyak setiap harinya. Selain menyimpan arsip-arsip penting nasional dan benda-benda bersejarah lainnya, museum tersebut dapat dikatakan memiliki manajemen yang baik dan didukung dengan fasilitas-fasilitas yang memadai. Selain koleksinya yang unik, promosi dan kerjasama dengan instansi pendidikan mungkin dilakukan sehingga terbukti mayoritas pengunjung yang datang ke Museum Nasional berasal dari kalangan pelajar. Apakah kelebihan-kelebihan tersebut dapat menjadi contoh museum-museum lain di Indonesia? Strategi-strategi pengembangan dan pemasaran juga menjadi hal penting untuk menunjang dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Salah satu museum yang memiliki sejumlah koleksi warisan budaya yakni Museum Tosan Aji Purworejo. Beberapa koleksi tersebut merupakan benda peninggalan sejarah dan benda cagar budaya seperti keris, tombak, gamelan serta benda-benda pusaka lainnya. Mengingat begitu besarnya nilai-nilai budaya pada museum tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan museum Tosan Aji disesuaikan dengan perkembangan zaman dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Purworejo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan mengolah hasil data observasi, wawancara, studi arsip, dan studi pustaka yang sudah dilakukan sebelumnya. Teknik pengambilan data yang pertama yakni observasi. Menurut Widoyoko (2014) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada beberapa hal diantaranya yaitu daya tarik wisata yang terdapat Museum Tosan Aji, benda-benda pusaka lainnya serta pengelolaan museum. Teknik pengambilan data selanjutnya yakni dengan studi pustaka dan studi arsip yang dilakukan dengan cara memperoleh data referensi artikel, buku maupun jurnal serta dokumen pendukung yang memiliki keterkaitan dengan permuseuman untuk mendapatkan informasi secara lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi museum menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 Tahun 1995 tentang pemeliharaan dan pemanfaatan benda cagar budaya di museum, museum adalah lembaga tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan bukti-bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, fungsi museum selain untuk tujuan wisata juga untuk melestarikan benda-benda bersejarah dari kerusakan serta menjadi media sarana edukasi dan pemahaman sejarah untuk masyarakat. Oleh karena Museum Tosan Aji harus dikembangkan untuk menjadi wisata yang bermanfaat bagi masyarakat.

Namun melihat realita yang ada adalah museum ini semakin jauh dari kata ramai. Berbeda dengan objek-objek wisata populer lain di daerah maupun di perkotaan yang relatif ramai pengunjung dengan wisata massalnya. Tentu banyak faktor yang mempengaruhi, di

antarnya permasalahan yang timbul selain citra museum yang kuno ternyata minim pengembangan dan promosi. Apabila pengelolaan museum yang baik seperti memaksimalkan *event-event* budaya di Museum Tosan Aji dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan. Sebelum merumuskan strategi yang tepat, langkah yang pertama dengan mengenali terlebih dahulu karakteristik dan keunggulan dari Museum Tosan Aji, yakni:

1. Museum yang menyajikan koleksi '*tosan aji*' seperti keris, pedang, cundrik, tombak dan peninggalan sejarah lainnya.
2. Koleksi asli museum yang bersifat warisan cagar budaya berupa pusaka-pusaka peninggalan masa Kerajaan Majapahit dan benda-benda zaman prasejarah
3. Lokasi museum yang strategis berada di kawasan wisata alun-alun kota
4. Mempunyai tradisi dan ritual khusus yakni *jamasan* pusaka
5. Berpeluang dalam memajukan pendidikan sejarah, seni dan budaya bagi masyarakat

Berdasarkan pada karakteristik dan keunikan tersebut, strategi pengembangan yang dapat dilakukan di Museum dapat melalui promosi dan kerjasama pengelolaan. Peranan pemerintah turut berpartisipasi dan memberikan pengawasan dalam pengembangan museum. Kerjasama antara pengelola dengan pemerintah akan dapat memberikan dampak positif terhadap museum. Kerjasama yang baik tentu berkontribusi terhadap kemajuan baik dari segi manajemen maupun pendanaan. Selain itu merevitalisasi seluruh bangunan museum harus di upayakan. Bangunan dibuat ornament sesuai dengan adat jawa yang kental dan yang utama adalah dekorasi-tata letak koleksi yang menarik agar dapat memanjakan mata pengunjung. Kemudian pemeliharaan terhadap koleksi-koleksi museum harus diutamakan, agar eksistensi benda-benda bersejarah dapat terjaga dengan baik. Bahkan jika memungkinkan koleksi museum ditambah agar dapat

memperkuat citra museum sebagai objek pelestari benda-benda warisan budaya.

Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, hal terpenting untuk menarik jumlah pengunjung adalah peningkatan promosi. Dengan promosi yang baik Museum Tosan Aji akan semakin dikenal masyarakat luas. Keberhasilan pemasaran yang dilakukan suatu objek tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang dihasilkan melainkan banyak faktor yang mempengaruhi, salah satunya yaitu keberhasilan dalam promosi. Pada dasarnya promosi bertujuan untuk memberitahukan, membujuk, atau mengingatkan konsumen (Yoeti, 1990). Dengan demikian promosi merupakan suatu proses menyampaikan informasi kepada target pasar, tentang hal-hal yang menyangkut produk, harga, tempat produk dijual dengan melakukan persuasi agar target mau melakukan pembelian. Beberapa strategi pengembangan terintegrasi di antaranya sebagai berikut:

1. **Branding**

Brand merupakan bagian dari strategi promosi yang bertujuan untuk menciptakan citra dan membedakan koleksi produk dengan yang lain. Peciptaan *brand* baru ini bertujuan untuk memberikan makna dan arah produk yang representatif sehingga dapat diingat dalam memori wisatawan. Seperti misalnya penciptaan *brand* melalui tulisan "*Uniquely Tosan Aji*"- kemudian diikuti dengan *tagline* "*museum edukasi*". Pemilihan *tagline* tersebut merupakan identitas yang melekat pada museum yang artinya bahwa Museum Tosan Aji memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dengan museum lain yakni pusat edukasi budaya dan sejarah masyarakat berdasarkan koleksi museum dan pengemasannya. Hal ini tentu akan membuat penasaran calon wisatawan untuk melihat keunikan apa yang ada di Museum Tosan Aji.

2. **Profil Museum**

Pembuatan buku profil yang berisi seperti nama, lokasi, sejarah, koleksi, pengunjung, dan testimoni pengunjung harus dibuat dan

dimutakhirkan secara periodik. Dengan demikian informasi apa saja terkait dengan perubahan kondisi museum akan dimuat dalam profil tersebut. Kemudian profil dikemas secara singkat untuk dibuatkan *leaflet* yang menarik dan dibagikan kepada calon wisatawan. Selain itu promosi melalui *baliho* dan *banner* yang berisi informasi museum dipasang di tempat-tempat strategis seperti stasiun, bandara, perempatan jalan dan ruang-ruang publik lain yang dapat terjangkau oleh calon wisatawan.

3. Merchandise

Barang-barang kerajinan/*merchandise* sebagai souvenir memiliki andil yang kuat terhadap keberhasilan promosi. Banyak obyek-obyek wisata yang menggunakan barang-barang ini sebagai media promosi. Replika berbentuk miniatur dari koleksi museum akan sangat menarik wisatawan. Kerajinan yang *simple* dan ringan akan menjadi cenderamata bagi pengunjung. Selain itu souvenir seperti kaos, tas, barang pecah belah, gantungan kunci, payung, hiasan dinding dan lain-lain dapat dibuat dengan menempelkan tulisan *brand* Museum Tosan Aji. Tentu kebanyakan wisatawan yang berkunjung ingin membawa cinderamata yang akan dibawa pulang sebagai oleh-oleh keluarga atau teman dan secara otomatis dapat menjadi media promosi.

4. Pemaksimalan Promosi Via Website dan Sosial Media

Salah satu media promosi yang paling efektif adalah melalui media internet. Seiring perkembangan zaman penggunaan dunia digital / internet semakin meningkat. Terlebih bahwa Museum Tosan Aji merupakan satu-satunya museum yang mempunyai keunikan di Kota Purworejo sehingga perlu menambatkan citra museum di para pengguna media sosial terutama generasi muda. Perancangan *website* khusus museum harus dibuat semenarik mungkin guna memberikan informasi yang tepat dan cepat. *Website* khusus berisi profil museum secara lengkap, sejarah museum, koleksi unik, galeri, *contact person*, navigasi, aksesibilitas dan lain sebagainya. Selain itu

website ini juga dapat menginformasikan kalender *event* Kota Purworejo, khususnya *event-event* budaya terkait dengan program museum dan kesenian.

5. Kerjasama dengan Perusahaan Transportasi maupun Paguyuban Transportasi Lokal

Bentuk promosi lain yang tidak kalah bagusnya adalah melalui alat transportasi yang ada di daerah. Dengan memasang *wallpaper* pada taksi dan angkutan kota yang ada di Purworejo akan sangat membantu dalam memperkenalkan Museum Tosan Aji sebagai tempat wisata unggulan daerah. Oleh karena itu, media promosi ini harus dilakukan kerjasama dengan perusahaan taksi dan angkutan kota maupun transportasi lainnya. *Wallpaper* yang dipasang pada kaca belakang taksi dan angkutan kota ini berisi *brand* Museum Tosan Aji, selain itu beberapa gambar koleksi yang paling menarik juga akan dipasang. *Wallpaper* bergambar koleksi tersebut juga juga harus diupdate sesuai kebutuhan promosi.

Bentuk kerjasama tersebut ini tidak hanya akan menguntungkan pihak museum saja, tetapi juga dapat memberikan manfaat kepada pelaku transportasi karena regulasi dibuat untuk menguntungkan kedua belah pihak. Sebagai contoh jika pelaku usaha transportasi dapat membawa minimal dua wisatawan per hari ke museum, maka akan mendapatkan imbalan berupa *fee* dari pengelola. Dengan demikian kerjasama ini akan berjalan memberikan simbiosis mutualisme bagi kedua belah pihak dan dapat berkelanjutan sesuai yang direncanakan dan tentu hasil maksimal akan dicapai.

6. Kerjasama dengan Instansi Pendidikan

Selain sebagai kunjungan wisata, museum berfungsi sebagai sarana edukasi bagi para pelajar baik sekolah maupun universitas. Benda-benda koleksi museum tersebut dapat menjadi bukti konkret yang merefleksikan perjalanan sejarah dan peradaban bangsa. Oleh karena itu kerjasama dengan instansi

pendidikan dapat diwujudkan dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya bangsa kepada generasi penerus bangsa. Wujud kerjasama tersebut dapat berupa study tour oleh para pelajar yang berada di daerah Purworejo dengan berkunjung minimal satu kali pada satuan pendidikan tersebut. Dengan adanya kunjungan pelajar tersebut pihak pengelola museum memberikan pelayanan khusus pelajar sebagai contoh tiket masuk yang khusus untuk para pelajar. Pelayanan lainnya dengan menyediakan pemandu wisata yang memandu pelajar dengan muatan edukasi pembelajaran.

Beberapa strategi pengembangan yang telah diuraikan setidaknya dapat memberikan kontribusi terhadap pemberian informasi yang efektif terhadap calon wisatawan. Jika pengembangan melalui peningkatan promosi dan kerjasama berhasil bukan tidak mungkin citra museum Tosan Aji sebagai wisata edukasi akan terbentuk dan kunjungan wisatawan akan mengalami peningkatan.

PENUTUP

Kesimpulan

Banyak museum di Indonesia yang mengalami minimnya pengunjung. Hal tersebut diperlu diidentifikasi semaksimal mungkin agar museum yang merupakan tempat pemeliharaan benda cagar budaya dan peninggalan sejarah dapat dilestarikan hingga generasi mendatang. Setiap museum memiliki karakteristik dan koleksi yang berbeda-beda. Namun hal paling umum yang menjadi penyebab menurunnya minat wisatawan adalah dari citra museum itu sendiri yang terkesan kuno dan membosankan. Hal ini tentu harus diupayakan dengan peningkatan manajemen museum yang baik, tata dekorasi benda-benda koleksi yang menarik serta pengemasan wisata yang relevan. Misalnya membuat museum untuk wisata edukasi, wisata sejarah, atau bahkan wisata nostalgia bagi kalangan tertentu yang mempunyai kenangan dengan koleksi benda museum. Dengan kemasan dan pengelolaan yang baik tentu wisatawan akan senantiasa

tertarik untuk berkunjung ke museum sehingga lambat laun dapat memperbaiki citra museum yang kuno, sepi, dan membosankan. Museum Tosan Aji Purworejo memiliki karakteristik dan keunikan koleksi-koleksi kuno peninggalan sejarah. Strategi pengembangan museum dapat dilakukan di antaranya penciptaan *branding*, pembuatan profil museum, pembuatan *merchandise* dan souvenir khas yang menarik, pemaksimalan promosi melalui *website* dan sosial media, menjalin kerjasama dengan pihak transportasi serta menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan daerah dengan menjadikan museum sebagai wisata edukasi dan sejarah dalam pembelajaran. Sehingga melalui upaya-upaya pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke museum.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ambrose, Timothy dan Crispin, Paine. 1993. *Museum Basics*. London: Routledge.
- [2] Museum Tosan Aji. Pemkab Purworejo. <https://purworejokab.go.id/web/museum-tosan-aji.html>. Diakses tanggal 20 Desember 2021
- [3] Permen RI No. 19 Tahun 1995 tentang pemeliharaan dan pemanfaatan benda cagar budaya museum.
- [4] Widoyoko dan Putro, Eko. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [5] Yoeti, Oka A. 1990. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Angkasa: Bandung.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN