



Pengembangan Daya Tarik Wisata Edukatif Museum Basoeki Abdullah

Rizki Nurul Nugraha¹, Alisya Nur Insani²

^{1,2}Universitas Nasional Indonesia

Abstract

Received: 5 Maret 2023
Revised: 15 Maret 2023
Accepted: 2 Maret 2023

This study aims to determine the attractiveness of the Basoeki Abdullah museum as an educational tour, the Basoeki Abdullah museum exhibits various works of his paintings which are already worldwide. This research can have a good impact by raising and introducing the Basoeki Abdullah Museum to the public that this museum is not only visited solely for content needs but can be an educational tour and add insight into knowledge about painting, so that it can be visited by all groups. This study used a qualitative research method based on the data collection stage and continued with observations and interviews and was strengthened by a SWOT analysis. This research shows that the concept of collaboration can build interest in educational tourism among the wider community.

Keywords: Basoeki Abdullah Museum, Attraction, Development, SWOT Analysis.

(*) Corresponding Author:

Rizki.nurul@civitas.ac.id

How to Cite: Nugraha, R., & Insani, A. (2023). Pengembangan Daya Tarik Wisata Edukatif Museum Basoeki Abdullah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 239-244. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7951728>

PENDAHULUAN

Penelitian ini kami lakukan untuk membangkitkan daya tarik Museum Basoeki Abdullah sebagai objek wisata, dimana museum ini memiliki berbagai macam peninggalan dari tokoh pelukis terkenal yaitu basoeki Abdullah, yang belum banyak masyarakat mengetahui keberadaan museum ini. Museum dengan citra yang menarik merupakan museum yang mengedepankan pelayanan edukasi dan rekreasi, oleh karena itu museum bisa menjadi pilihan yang menarik bagi masyarakat untuk dikunjungi. Berdasar dengan hal tersebut perubahan citra museum menuju ke arah positif sangat diperlukan untuk menciptakan museum yang mampu menjadi pilihan wisata dibandingkan dengan pusat perbelanjaan maupun tempat permainan anak yang kurang memberikan aspek edukasi (Nugraha, R.N:2022)

Museum memamerkan benda warisan budaya yang menjadi daya tarik wisata, dan di sisi lain industri pariwisata mendapat keuntungan ekonomi sehingga membantu keberadaan museum sebagai lembaga nirlaba (non-profit). Dalam hubungannya dengan pariwisata budaya, museum mempunyai manfaat ekonomi. Adanya kunjungan wisatawan ke museum memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat dan industri pariwisata. Selain menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat, wisatawan juga memerlukan akomodasi, makanan, dan shopping atau belanja (Tein 2003:2-3).

Penelitian sebelumnya mengenai strategi promosi Basoeki Abdullah di era new normal maka ditarik kesimpulan bahwa dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel faktor penghambat berpengaruh signifikan terhadap strategi promosi pada Museum Basoeki Abdullah. Hal ini karena faktor

penghambat bukan menjadi hambatan untuk pengunjung mengikuti kegiatan-kegiatan yang dipromosikan melalui media social milik Museum Basoeeki Abdullah.

Manfaat dari penelitian kami adalah untuk membangkitkan dan memperkenalkan Museum Basoeeki Abdullah kepada masyarakat bahwa museum ketokohan ini tidak hanya untuk kebutuhan konten saja tetapi dapat menjadi wisata edukatif, sehingga dapat dikunjungi oleh semua kalangan. Berdasarkan pemaparan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya tarik yang terdapat di Museum Basoeeki Abdullah dan mengetahui kekuatan, kekurangan, peluang, serta ancaman menggunakan analisis SWOT matriks.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, berdasarkan tahap pengumpulan data penelitian ini dimulai dari studi kepustakaan, lalu dilanjutkan dengan observasi dan wawancara dengan Bimbingan Edukasi atau yang lebih dikenal dengan Educator di Museum Basoeeki Abdullah.

Menurut Basrowi & Suwandi, (2008:2), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi objek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian kualitatif, peneliti terlibat dalam konteks, situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, yang berbeda dengan lainnya karena berbeda konteksnya.

Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami kondisi konteks dengan mengarahkannya pada gambaran secara detail dan komprehensif tentang potret kondisi dalam konteks alamiah (natural environment) yang sebenarnya terjadi sesuai dengan apa adanya dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Tarik Museum Basoeeki Abdullah

Museum ini didirikan untuk mengabadikan karya Basoeeki Abdullah dan dapat dikenang oleh masyarakat, pada tanggal 25 September 2001 museum ini hanya sebuah rumah saja, dan diperluas pada tahun 2016 untuk menambah ruang tata pameran. Adapun daya tarik yang terdapat di dalam Museum Basoeeki Abdullah yakni berbagai macam seni lukis yang sudah terkenal di luar negeri, koleksi senjata, serta sejarah kehidupan Basoeeki Abdullah sendiri. Jika diamati museum ini bukan museum seni tetapi museum ketokohan, sehingga pengelola mempunyai misi untuk memperkenalkan karyanya dalam masyarakat luas terutama generasi muda,

Museum ini juga mengadakan kegiatan disetiap tahunnya yaitu “Grebek Museum” yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajarkan sebuah karya seni, dengan diadakannya kegiatan ini pihak pengelola berharap dapat membuka wawasan baru tentang seni lukis kepada masyarakat luas.

Analisis SWOT

Analisis SWOT juga digunakan untuk melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan objek (strength), kelemahan objek (weakness), peluang pengembangan (opportunities), serta kemungkinan faktor-faktor luar yang

menjadi ancaman (threats) agar diperoleh alternatif strategi serta rekomendasi positif dalam pengembangan daya tarik wisata Kampung Batu Malakasari selanjutnya (Rangkuti, 2011). Berikut analisis SWOT Museum Basoeki Abdullah:

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EXTERNAL	STRENGTH • Harga tiket masuk murah • Kolesi yang beragam • Ketokohan Basoeki Abdullah dan karyanya yang mendunia.	WEAKNESS • Terbatasnya lahan parkir • Terletak di dalam komplek • Promosi dan publikasi belum optimal
	OPPORTUNITY • Dukungan masyarakat sekitar • Dukungan pemerintah dalam pengembangan budaya khususnya seni • Munculnya teknologi yang dapat menampilkan koleksi secara lebih menarik	W-O • Adanya teknologi canggih yang belum dipergunakan dengan maksimal dalam hal promosi dan publikas
	THREATS • Minimnya antusiasme masyarakat terhadap museum • Kemunculan museum seni rupa swasta yang dikelola secara profesional	W-T • Menjadikan beberapa museum untuk di jadikan salah satu kolaborasi untuk menarik minat warga maupun wisatawan setempat untuk berkunjung, • Mengundang narasumber ternama sebagai moderator mengenai museum

		seni maupun ketokohan yang sedang di selenggarakan
--	--	---

1. Kekuatan (Strength)

Museum Basoeki Abdullah pada Analisis SWOT sebagai strategi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan. Kekuatan yang dimiliki oleh Museum Basoeki Abdullah terdiri harga tiket masuk yang begitu terjangkau. Tidak perlu mengeluarkan budget yang besar untuk mengunjungi museum ini. Dengan harga tiket masuk yang murah, pengunjung sudah bisa melihat berbagai macam koleksi dari Basoeki Abdullah dan bangunan museum yang sudah di modernisasi. Selain itu pengunjung juga bisa melihat sejarah kehidupan Basoeki Abdullah sendiri yang karyanya sudah mendunia.

2. Kelemahan (Weakness)

Museum Basoeki Abdullah pada revitalisasi yang dilakukannya juga memiliki berbagai kelemahan yang dapat menjadi suatu ancaman bagi Museum Basoeki adapun kelemahannya antara lain lahan parkir yang kurang memadai, dikarenakan bangunan museum yang berada didalam komplek perumahan. Pihak pengelola pemasaran juga belum melakukan tugasnya secara maksimal. Zaman sekarang ini sosial media sudah menjadi makanan bagi para pemasar, dengan demikian pihak pemasar dari Museum Basoeki Abdullah harus lebih aktif dalam mempromosikan museum ini.

3. Peluang (Opportunity)

Peluang-peluang yang dimiliki oleh Museum Basoeki Abdullah yaitu sudah adanya dukungan dari masyarakat sekitar, karena letaknya yang didalam komplek perumahan yang menjadikan museum ini harus melibatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaannya. Dukungan pemerintah juga sudah didapatkan khususnya untuk pengembangan budaya seni, dengan begitu pihak pengelola sudah lebih aman jika ingin mengembangkan museum ini.

4. Strategi Peluang (SO)

Strategi-strategi perlu diterapkan untuk mengantisipasi adanya persaingan dengan museum lain. Strategi-strategi yang perlu diterapkan oleh Museum Basoeki Abdullah yaitu mempertahankan harga tiket yang terjangkau tetapi tetap mengedepankan kualitas untuk para wisatawan, menjaga koleksinya yang beragam dengan dukungan pemerintah dalam pengembangannya, memaksimalkan penggunaan teknologi dalam menampilkan koleksi agar karya seni Basoeki Abdullah dapat dilihat lebih menarik sehingga dapat menarik tingkat kunjungan terhadap Museum Basoeki Abdullah

5. Kelemahan Peluang (WO)

Strategi dalam mengantisipasi kelemahan peluang yaitu Museum Basoeki Abdullah diharapkan dapat menggunakan teknologi yang ada secara maksimal untuk menunjang kegiatan publikasi dan promosi museum.

6. Ancaman (Threats)

Setiap museum juga memiliki ancaman-ancaman yang harus dihindari, ancaman- ancaman yang dimiliki oleh Museum Basoeki Abdullah seperti kurangnya antusiasme masyarakat terhadap museum tidak hanya Museum

Basoeki Abdullah saja tetapi kesadaran masyarakat tentang museum masih sangat rendah, serta munculannya museum seni rupa swasta yang dikelola secara profesional yang digemari generasi muda.

7. Strategi Ancaman (ST)

Strategi kelemahan untuk Museum Basoeki Abdullah ini pihak pengelola harus berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan daya tarik yang ada di museum ini, karena di masa sekarang masyarakat masih kurang *aware* terhadap wisata edukatif. Juga harus menjadi yang terbaik dalam mengelola museum pameran seni ini, karena dimasa yang akan datang pasti akan muncul museum seni lainnya yang bisa membuat masyarakat tertarik untuk mengunjunginya.

8. Kelemahan Ancaman (WT)

Strategi kelemahan ancaman dari Museum Basoeki Abdullah yaitu mengajak museum seni lainnya untuk mengadakan kolaborasi yang membuat masyarakat tertarik untuk mengunjungi museum seni. Strategi lainnya yaitu mengundang narasumber sebagai promotor untuk memberikan informasi dan ketertarikan kepada masyarakat untuk mengunjungi museum.

KESIMPULAN

Dalam membangkitkan Museum Basoeki Abdullah sebagai daya tarik wisata edukatif yang menampilkan ketokohan, karya seni dari Basoeki Abdullah, dan program-program edukasi serta kegiatan kolaborasi dari seniman yang terkenal dikalangan muda, sehingga tidak hanya bertujuan untuk rekreasi namun juga bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan. Oleh karena itu dalam pengelolaannya Museum Basoeki Abdullah mengedepankan kegiatan yang berhubungan dengan upaya pembelajaran tentang kesenian dan ketokohan. Pengelola pun harus melibatkan berbagai pihak seperti masyarakat sekitar seperti penjelasan diatas bahwa Museum Basoeki Abdullah terdapat di komplek perumahan masyarakat, instansi, komunitas, serta lembaga pendidikan seperti sekolah dan universitas. Berbagai pihak tersebut dapat berkontribusi pada penerapan pengelolaan wisata edukatif di Museum Basoeki Abdullah yang diharapkan agar ke depannya bisa lebih optimal dan lebih dikenal orang banyak.

SARAN

Untuk saran dari kami, agar diperbanyak kegiatan kolaborasi dengan museum seni lainnya agar Museum Basoeki Abdullah dapat lebih dikenal oleh khalayak umum yang dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan. Di masa sekarang juga sudah banyak promosi melalui sosial media, pihak pengelola harus lebih memaksimalkan dalam hal promosi dan publikasi terhadap Museum Basoeki Abdullah.

Keterbatasan kami dalam melakukan penelitian ini sulitnya mencari responden karena tingkat kunjungan wisatawan terhadap Museum Basoeki Abdullah sangat rendah, sehingga saran bagi penulis selanjutnya terkait Museum Basoeki Abdullah harus melibatkan responden dalam penelitian untuk meneliti tentang minat kunjungan dari wisatawan terhadap Museum Basoeki Abdullah.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus. *Media Wisata*, 15(2).
- Dewi, L. &. (2022). Strategi Promosi Museum Basoeki Abdullah Di Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2785-2793.
- Falah, M. I. (2019). *Pesona Museum Batik Indonesia di Pekalongan*.
- Gaffar, V. (2011). Pengaruh strategi positioning museum terhadap kunjungan wisata edukasi di kota Bandung (survey segmen pasar generasi Y). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(1), 15-32.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*.
- Jayadiguna, M. A. (n.d.). Perancangan Interior Museum Kreatif Animasi Indonesia Di Bandung. (*Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia*), 2019.
- Madsono, J. (2008). Koleksi lukisan Museum Basoeki Abdullah. *Departemen Kebudayaan dan Pariwisata*.
- Mulyadi, I. N., & Suryasih, I. A. (2016). Pengelolaan Museum Arma sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Ubud. *Jurnal Destinasi Pariwisata* , Vol. 4 No 2.
- Nugraha, R. N. (2022). Pengelolaan Museum Bahari Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Di Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6477-6486.
- Salma Listiya, S. A. (2018). *Perancangan Interior Museum Basoeki Abdullah Jakarta Selatan*. *Doctoral dissertation*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.