

ABSTRACT

The objective of this research is to know the tourism attraction potential of Tosan Aji Museum, to understand the marketing strategy which has been done by the management of Tosan Aji Museum and to give recommendations to increase the tourist visit. To answer the problems, this research uses quantitative descriptive research method approach. In quantitative descriptive research method, data are collected from literature reviews, observations, interviews and survey. This research uses survey to collect information from 89 respondents. The survey includes the four important components of marketing strategy, which are product, place, price and promotion that will be analyzed and given recommendations.

The result of this research shows that Tosan Aji Museum has various tourism attraction potentials which are collections and many aspects of appearance, flow pattern, display, placement, attraction layout and other museum facilities. By using 4P marketing strategy concept analysis, Tosan Aji Museum gets some points which can be categorized in sufficient range. The points are the completeness of the collections, museum display, food price, food quality, facilities layout, and museum promotion. The points can be defined as main problems which need improvement. Other positive points define as museum's excellences. Overall, marketing strategy of Tosan Aji Museum has run well.

Keywords : Marketing Strategy, Tourism Attraction Potential, Museum.

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui potensi daya tarik wisata yang ada di Museum Tosan Aji serta mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pengelola Museum Tosan Aji dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kunjungan wisata. Untuk menjawab permasalahan penelitian, maka digunakan metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Dalam metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif data diperoleh melalui kegiatan studi pustaka, observasi, wawancara dan survey. Penelitian ini menggunakan metode survei yang melibatkan 89 responden. Di dalam metode survei tersebut melibatkan empat komponen penting pada strategi pemasaran yaitu produk, tempat, harga dan promosi yang kemudian dianalisis dan diberikan rekomendasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Tosan Aji memiliki berbagai macam potensi daya tarik wisata yang berupa benda-benda koleksi serta berbagai aspek mengenai penampilan, pola arus, *display*, letak fasilitas museum, penempatan dan tata letak atraksi. Dengan menggunakan analisis konsep 4P strategi pemasaran, poin dari Museum Tosan Aji yang termasuk dalam jarak (*range*) cukup yaitu kelengkapan koleksi, penampilan museum, harga makanan, kualitas makanan, tata letak fasilitas dan promosi museum. Poin tersebut dapat dijadikan sebagai masalah utama yang harus diperbaiki, sementara poin positif lainnya dapat dijadikan sebagai keunggulan. Secara keseluruhan strategi pemasaran yang telah berjalan di museum Tosan Aji telah berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Tarik Wisata, Museum.