

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Museum merupakan salah satu lembaga informasi non profit. Menurut International Council of Museums (ICOM), museum adalah istilah yang digunakan untuk menyebut sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, merawat, mengumpulkan, menginformasikan, dan memamerkan hal-hal yang berhubungan dengan pendidikan dan kesenian. Keberadaan museum dimaksudkan untuk dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berkualitas kepada penggunanya sesuai fungsi museum.

Museum tidak berbeda dengan lembaga lain yang juga membutuhkan manajemen pemasaran. Dalam industri, setiap produsen membutuhkan manajemen pemasaran untuk memperkenalkan hasil produksi mereka pada masyarakat. Dalam hal ini, museum dianggap sebagai suatu produsen dengan produknya berupa koleksi museum yang memiliki nilai sejarah, pendidikan dan budaya. Manajemen pemasaran museum adalah strategi museum untuk mempromosikan produk museum kepada masyarakat sehingga, produknya dikenal oleh masyarakat, diminati oleh masyarakat dan dampaknya bagi museum adalah meningkatnya kunjungan ke museum.

Museum membutuhkan pemasaran karena mereka berhadapan dengan kompetisi yang besar dengan lembaga-lembaga lain. Kompetisi ini terjadi antara museum dengan lembaga rekreasi yang minim edukasi, dimana lembaga rekreasi tersebut mampu meraih minat masyarakat untuk berkunjung di waktu luang mereka. Museum harus membangun strategi pemasaran karena dengan menawarkan pengetahuan yang didapat dari museum, koleksi museum dan kemampuan diri yang didapat setelah mengunjungi museum dapat dijadikan strategi dalam 2 menaikkan jumlah pengunjung museum, dan menaikkan aliran penghasilan museum.

Taman Mini Indonesia Indah merupakan tempat rekreasi yang ada di Jakarta Timur. Terdapat berbagai macam museum, anjungan, dan banyak wahana rekreasi lainnya. Salah satunya Museum Transportasi yang mempunyai sejarah-sejarah perkembangan alat transportasi. Museum Transportasi memiliki lebih dari 1.000 benda koleksi alat transportasi. Dari beberapa benda koleksi yang ada, terdapat koleksi yang bisa menjadi daya tarik pengunjung, contohnya: pesawat garuda dan kereta api uap yang bisa dinaiki oleh pengunjung. Namun pengelola Museum Transportasi kurang memperhatikan manajemen pemasaran untuk mempromosikan serta kurangnya perawatan dalam koleksi transportasi tersebut. Seperti kurangnya informasi, baik lisan, media cetak, maupun internet. Sehingga terlihat kurang menarik untuk dilihat

dan berdampak terhadap peningkatan pengunjung Museum Transportasi. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang disebutkan diatas, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Pemasaran Terhadap Peningkatan Pengunjung di Museum Transportasi Taman Mini Indonesia Indah”**.

#### **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi dalam media cetak, lisan maupun internet.
2. Perencanaan strategi pemasaran yang kurang.
3. Berdampak terhadap menurunnya pengunjung di Museum Transportasi.

#### **C. Pembatasan Masalah Penelitian**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan :

1. Promosi
2. Pemasaran
3. Pengunjung

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan pengunjung di Museum Transportasi?
2. Apakah ada pengaruh antara pemasaran terhadap peningkatan pengunjung di Museum Transportasi?
3. Apakah ada pengaruh antara promosi dan pemasaran untuk meningkatkan pengunjung di Museum Transportasi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan pengunjung.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara pemasaran terhadap peningkatan pengunjung.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi dan pemasaran terhadap peningkatan pengunjung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara umum maupun khusus.

1. Secara Umum:

Untuk mengetahui pengaruh promosi dan pemasaran terhadap peningkatan pengunjung di Museum Transportasi Taman Mini Indonesia Indah.

2. Secara Khusus

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Bagi peneliti

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.

- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi.

- b. Bagi Museum Transportasi

Peneliti diharapkan dapat membantu Museum Transportasi untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi dan Pemasaran terhadap Peningkatan Pengunjung, dan menjadi evaluasi untuk membuat Museum Transportasi lebih banyak dikunjungi oleh masyarakat.

- c. Pembaca

Bagi pembaca untuk meningkatkan perkembangan ilmu Pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah

