

**EFEKTIFITAS PROMOSI WISATA PADA OBJEK WISATA SITE MUSEUM
TAMBAKSARI DI DESA TAMBAKSARI
KECAMATAN TAMBAKSARI KABUPATEN CIAMIS**

Oleh :
Susi Maryati
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Galuh
Jln. R.E.Martadinata No.150 Ciamis

ABSTRAK

Setelah melalui berbagai kajian berbagai teori tentang efektifitas promosi wisata yang dilanjutkan dengan observasi lapangan serta melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, peneliti menyimpulkan bahwa:

- 1. Efektifitas promosi wisata Site Museum Tambaksari yang selama ini dilakukan sudah termasuk dalam kategori baik, terbukti dengan hasil observasi lapangan yang menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan dalam 10 tahun terakhir terus meningkat. Sementara hasil wawancara dengan nara sumber menunjukkan bahwa mayoritas nara sumber menyatakan baik.*
- 2. Hambatan-hambatan yang ditemui dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari adalah masalah keterbatasan Sumber Daya Manusia, keterbatasan fasilitas sarana prasarana, serta masalah finansial/dana*
- 3. Upaya-upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari antara lain:*
 - a. Untuk mengatasi hambatan dalam hal Sumber Daya Manusia pihak museum merekrut tenaga khusus, mengadakan pelatihan terhadap personil yang ada, dan bekerja sama dengan pihak lain*
 - b. Untuk mengatasi hambatan dalam hal fasilitas, pihak museum mengajukan proposal rehabilitasi serta mengoptimalkan partisipasi masyarakat*
 - c. Untuk mengatasi masalah finansial/dana, pihak museum melakukan kerja sama promosi dengan institusi pendidikan, memanfaatkan jejaring sosial, dan melakukan kerja sama dengan pihak ketiga.*

Kata Kunci : efektifitas, promosi wisata, Site Museum Tambaksari

A. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pembangunan pariwisata telah menunjukkan peranannya yang cukup bermakna dalam pembangunan perekonomian berbagai bangsa di dunia. Peranan yang semakin bermakna tersebut dapat dilihat misalnya dalam dua dekade terakhir yang tingkat kesejahteraan ekonomi negara-negara di dunia utamanya mengandalkan pariwisata itu semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi antara lain telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia. Hal ini kemudian dapat mempengaruhi dan menggerakkan jutaan manusia untuk lebih mengenal alam dan budaya ke berbagai tempat di belahan dunia lainnya.

Pariwisata Indonesia apabila mampu dikemas dan dikelola dengan baik akan menjadi aset Negara Indonesia. Keberagaman objek wisata dari wisata alam, budaya dan kesenian serta objek wisata buatan seperti taman wisata

sebenarnya dapat dijadikan salah satu penopang perekonomian negara dan juga dapat banyak menyerap tenaga kerja sehingga sumber daya manusia dan sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara optimal.

Kabupaten Ciamis melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah berusaha untuk berbenah diri menyikapi perkembangan kepariwisataan ini, terlebih lagi setelah Kabupaten Ciamis kehilangan asset wisata unggulan menyusul wilayah Pangandaran resmi menjadi daerah otonom baru, membuat kini harus berpikir menciptakan destinasi wisata baru.

Kawasan situs Tambaksari terdiri dari beberapa desa di Kecamatan Tambaksari dan Kecamatan Rancah yang luasnya sekitar ± 961,369 ha. Tambaksari berada di sebelah timur Bandung berjarak sekitar 150 km. Lokasi dapat ditempuh melalui rute Bandung – Tasikmalaya – Ciamis – Cisaga – Tambaksari.

Peneliti sebagai sebagai salah satu warga Tambaksari dan hampir setiap hari lewat serta

melihat langsung Site Museum Tambaksari merasa bahwa promosi yang dilakukan pihak Site Museum Tambaksari belum efektif. Adapun alasan utama yang membuat peneliti mempunyai asumsi demikian adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kunjungan para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing ke museum,
2. Tidak adanya rambu, spanduk, atau identitas apapun yang menunjukkan bahwa di situ ada Site Museum yang menarik untuk dikunjungi,
3. Kurangnya sosialisasi tentang keberadaan Site Museum kepada masyarakat sekitar sehingga bisa menumbuhkan rasa memiliki dan bangga terhadap keberadaan Site Museum.

Bertolak dari kenyataan di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Efektifitas Promosi Wisata Pada Objek Wisata Site Museum Tambaksari Di Desa Tambaksari Kecamatan Tambaksari Kabupaten Ciamis*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan promosi obyek wisata pada Site Museum Tambaksari?
2. Bagaimanakah hambatan dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari?
3. Bagaimana upaya untuk mengatasi hambatan dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memberikan gambaran pelaksanaan promosi obyek wisata Site Museum Tambaksari.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam promosi obyek wisata Site Museum Tambaksari.
3. Untuk mengetahui upaya untuk mengatasi hambatan dalam promosi obyek wisata Site Museum Tambaksari.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
Kegunaan teoritis, penelitian ini adalah sebagai sumbangan pemikiran sebagai berikut :
 - a. Mengembangkan pengetahuan peneliti, serta menerapkan teori-teori ke dalam praktek yang peneliti peroleh selama kuliah sebagai media latihan untuk

mengembangkan pengetahuan dalam proses pembuatan karya ilmiah.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan bagi peneliti dan dapat memberikan sumbangan konsep-konsep baru terhadap ilmu pengetahuan, juga diharapkan menjadi bahan referensi di perpustakaan Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP/Universitas Galuh.
2. Kegunaan Praktis

Sedangkan kegunaan secara praktis yang diharapkan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini sebagai hasil sumbangan pikiran bagi pemerintah daerah dan bagi juru pelihara Site Museum Tambaksari.
- b. Bagi peneliti sendiri, penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian dan penyusunan karya ilmiah.

1.5 Kerangka Pemikiran

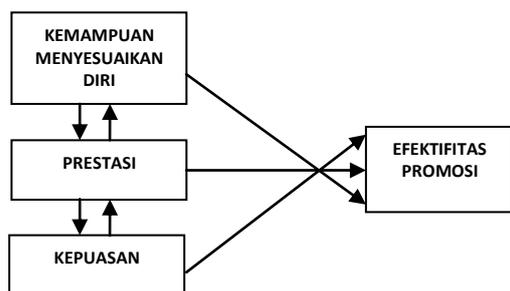
Kata efektifitas yang berasal dari kata efektif, yaitu suatu pekerjaan dikatakan efektif jika suatu pekerjaan dapat menghasilkan satu unit keluaran (output). Suatu pekerjaan dikatakan efektif jika dapat diselesaikan tepat pada waktunya sesuai rencana yang telah ditetapkan. (Steer, 1980 : 14)

Selanjutnya masih menurut Richard dan M. Steers (1980:192), untuk mengukur tingkat efektifitas bisa menggunakan beberapa indikator, yakni:

1. **Kemampuan menyesuaikan diri**
Kemampuan manusia terbatas dalam segala hal, sehingga dengan keterbatasannya itu menyebabkan manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya tanpa kerjasama dengan orang lain.
2. **Prestasi kerja**
Hasil yang dicapai dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepada seseorang
3. **Kepuasan kerja**
Tingkat kesenangan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi.

Kawasan Tambaksari yang terpencil serta sudut pandang masyarakat sekitar yang kurang peduli terhadap keberadaan museum menuntut adanya promosi yang efektif agar site museum lebih dikenal sehingga ramai dikunjungi wisatawan. Dan pada penelitian ini, yang menjadi kerangka pemikirannya adalah sejauh mana

efektifitas promosi yang dilakukan Site Museum Tambaksari baik dari segi kemampuan menyesuaikan diri, prestasi kerja, maupun kepuasan kerjanya. Maka apabila digambarkan secara sederhana, kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

B. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Efektivitas

Pengertian efektivitas banyak dikemukakan oleh beberapa ahli. Salah satunya adalah pendapat Siagian (2001 : 24) yang mengemukakan bahwa: "Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar telah ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang dijalankannya."

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.

Hal tersebut di atas sesuai dengan pendapat H. Emerson (Handyaningrat, 2006 :16) yang menyatakan bahwa "Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya."

Mengukur efektivitas bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektivitas berarti kualitas dan kuantitas (*output*) barang dan jasa.

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak

tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P. Siagian (2001:77), yaitu:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah "pada jalan" yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
4. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi dimasa depan.
5. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat
6. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif.
7. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya
8. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.

Dari uraian di atas dapat kita fahami dan simpulkan bahwa untuk mengukur efektivitas diperlukan kerja keras yang berkesinambungan dari mulai perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi terhadap hasil akhir sebuah program. Dengan kata lain, seluruh rangkaian kegiatan dari tahap awal sampai dengan tahap akhir tak bisa dipisahkan satu dengan yang lainnya, termasuk analisa terhadap berbagai faktor pendukung dari kegiatan tersebut

2.2 Tinjauan Tentang Promosi Wisata

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai definisi promosi, antara lain:

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. (https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi_pemasaran)

Dari definisi di atas, maka kita menarik kesimpulan bahwa promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

Sedangkan kata wisata saat ini merupakan sesuatu yang sudah tidak asing lagi di telinga kita. Pada perkembangannya kata wisata berkembang menjadi pariwisata yang menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah:

Segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan wisata disebut wisatawan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi dalam pariwisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata.

Kegiatan promosi wisata merupakan salah satu faktor pendukung dari kegiatan pengembangan kepariwisataan. Kegiatan ini tergolong penting karena tanpa melakukan promosi suatu usaha tidak akan maju dan berkembang sesuai apa yang kita inginkan. Begitu juga halnya ketika kita ingin memperkenalkan produk wisata kepada konsumen atau wisatawan. Realisasi jumlah kunjungan dan target jumlah kunjungan dapat menjadi alat ukur untuk melihat efektif atau tidak efektifnya suatu promosi.

Efektifitas promosi meliputi seberapa baik atau berkualitas dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: 1) Apakah promosi yang akan atau telah dilakukan memang diperlukan? 2)

Bagaimana promosi tersebut dilaksanakan dengan efisien? 3) Apakah hasil promosi tersebut efektif? 4) Seberapa tinggikah pengetahuan target promosi? 5) Bagaimana menentukan langkah-langkah promosi selanjutnya?

2.3 Tinjauan Tentang Site Museum Tambaksari

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995, museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa.

Museum Tambaksari mulai didirikan pada tahun 2001 oleh Pemerintah Kabupaten Ciamis. Museum didirikan dalam rangka penyelamatan dan penyimpanan temuan fosil-fosil yang ditemukan di sekitar wilayah Tambaksari sejak dahulu. Oleh sebab itu museum ini disebut Gedung Penyelamatan Benda Cagar Budaya Situs Tambaksari dan diresmikan tahun 2004. Dengan adanya museum ini diharapkan dapat membantu kegiatan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan pengunjung.

Meskipun sejak tahun 1935 sudah ada seorang arkeolog Belanda yaitu Koenigswald datang ke daerah ini dan menyimpulkan bahwa fosil-fosil tersebut merupakan suatu fauna tersendiri yang kemudian dikelompokkan dalam fauna Cijolang, namun kisah temuan fosil-fosil selanjutnya yang tak terhitung jumlahnya di daerah itu sebelumnya adalah secara kebetulan.

Untuk penyelamatan fosil tersebut, berbagai pihak berusaha membantu menyediakan tempat penyimpanan koleksi, diantaranya pihak Museum Geologi pada tahun 1996, menyusul Sekolah Tinggi Teknologi Nasional (STTN) Yogyakarta, Balai Arkeologi Bandung, Pusat Pengembangan Geologi, yang saat itu bekerja sama dengan Universitas Tennessee dan Universitas Alabama, Amerika Serikat..

Dengan karakteristik dan banyaknya koleksi yang ada di museum, tempat ini sebenarnya bisa menjadi pusat penelitian dan wadah untuk fosil-fosil purba, yang jika ditelusuri masih banyak terserak di wilayah Tambaksari. Tanpa sengaja banyak masyarakat, terutama petani menemukan fosil atau artefak purba saat mereka bekerja di sawah ataupun kebun mereka.

Kini Museum Tambaksari berada di bawah naungan Dinas Pariwisata dan Budaya (Disparbud). Untuk operasional pemeliharaan

dipegang oleh seorang juru pelihara, yakni Iwan Kurniawan.

C. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti akan menggunakan metode deskriptif. Nawawi (Sugiono, 2008 : 54) mengungkapkan bahwa metode deskriptif ini diartikan sebagai berikut:

Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan cara menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan faktor-faktor yang tampak atau sebagaimana adanya.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3.2 Fokus Kajian

Dalam penelitian ini peneliti memasukkan satu variable. Adapun definisi variable yang dikemukakan oleh Sugiyono(2008:38) adalah: "Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain."

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel mandiri (X), yakni efektifitas promosi wisata pada obyek wisata Site Museum Tambaksari. Variabel ini terbagi menjadi beberapa dimensi, dimana setiap dimensi didukung oleh indikator pendukungnya.

Berdasarkan identifikasi di atas, maka Fokus Kajian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dimensi Kemampuan Menyesuaikan Diri
Indikator dari dimensi ini adalah: 1) Kerjasama antar pengelola Site Museum dengan instansi pemerintahan, 2) Kerjasama dengan lembaga pendidikan, 3) Kerjasama dengan masyarakat sekitar
- b. Dimensi Prestasi Kerja
Indikator dari dimensi ini adalah: 1) Profesionalitas personil, 2) Ketercapaian target promosi, 3) Pengaruh efektifitas promosi wisata terhadap kunjungan wisatawan.
- c. Dimensi Kepuasan Kerja
Indikator dari dimensi ini adalah: 1) Tingkat kunjungan wisatawan, 2) Kepuasan terhadap promosi yang telah dilakukan, 3) Gairah kerja

untuk melakukan promosi, 4) Kesiapan menghadapi kendala promosi wisata.

3.3 Data dan Sumber Data

Arikunto (2010:96) merumuskan bahwa: "Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan."

Selanjutnya Sugiyono (2008 : 156) mengungkapkan bahwa: "bila dilihat dari sumbernya maka pengumpulan data dapat menggunakan *sumber primer* dan *sumber sekunder*."

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber primer adalah 10 (sepuluh) nara sumber yang diwawancarai. Sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber sekunder adalah arsip buku tamu pengunjung museum dan observasi lapangan yang dilakukan peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sudjana (1992 : 367) : "Metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif secara umum dikelompokkan ke dalam dua jenis cara, yaitu teknik yang berupa interaktif/ studi lapangan dan non interaktif/studi literatur."

Adapun penjelasan dari teknik pengumpulan data tersebut di atas adalah sebagai berikut:

- a. Studi lapangan yang terdiri dari observasi dan wawancara
- b. Studi Kepustakaan

3.5 Teknik Pengolahan/Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh merupakan data yang bersifat kualitatif. Milles & Hubbermann(2003:41) menyatakan : "Data kualitatif yaitu data yang berbentuk deskriptif, berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati".

Selanjutnya Milles & Hubbermann menyebutkan bahwa: "terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan".

- a. Reduksi data
Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di

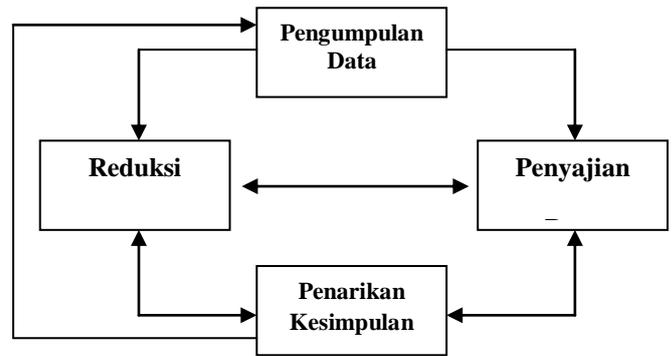
lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan.



Gambar 3.1

. Model Analisis Interaktif

Sumber : Milles dan Hubberman, 1984:20

D. HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian Tentang Efektifitas Pelaksanaan Promosi Wisata Pada Site Museum Tambaksari

Hasil penelitian berdasarkan 10 pertanyaan yang peneliti ajukan kepada 10 nara sumber mengenai efektifitas promosi wisata pada objek wisata Site Museum Tambaksari, maka diperoleh rekapitulasi keseluruhan hasil wawancara tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rekapitulasi Hasil Wawancara Terhadap Narasumber Mengenai Efektifitas Promosi Wisata Pada Objek Wisata Site Museum Tambaksari

No	Indikator	Hasil Pengolahan Data		
		Sudah Efektif	Cukup Efektif	Kurang Efektif
1	Bagaimanakah jalinan kerjasama antara pihak museum dengan pihak lain dalam mempromosikan museum?	Sebanyak 4 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama sudah efektif	Sebanyak 3 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama cukup efektif	Sebanyak 3 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama kurang efektif
2	Apakah anda melihat ada hubungan kerjasama dengan dunia pendidikan?	Sebanyak 7 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama dengan dunia pendidikan sudah bagus	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama dengan dunia pendidikan cukup	Sebanyak 1 nara sumber menyatakan jalinan kerjasama dengan dunia pendidikan masih kurang
3	Bagaimana tingkat antusiasme dan masyarakat dalam mempromosikan museum?	Sebanyak 9 nara sumber menyatakan antusiasme masyarakat sudah baik	Sebanyak 1 nara sumber menyatakan antusiasme masyarakat sudah cukup	Tidak ada nara sumber yang menyatakan masyarakat kurang antusias dalam mempromosikan museum
4	Apakah perlu ada personil khusus yang mempunyai kecakapan dalam	Sebanyak 7 nara sumber menyatakan perlu ada personil khusus dalam	Sebanyak 1 nara sumber menyatakan tidak perlu ada personil khusus, cukup	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan tidak perlu ada personil khusus dalam

	kegiatan promosi museum?	kegiatan promosi agar lebih profesional	dengan optimalisasi yang ada	kegiatan promosi
5	Apakah target promosi wisata museum selama ini sudah tercapai?	Sebanyak 6 nara sumber menyatakan target promosi wisata sudah tercapai	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan target promosi wisata cukup dan hampir tercapai	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan target promosi wisata belum tercapai
6	Apakah efektifitas promosi wisata menentukan jumlah kunjungan wisatawan ke museum?	Sebanyak 8 nara sumber menyatakan efektifitas promosi wisata sangat mempengaruhi kunjungan wisatawan	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan efektifitas promosi wisata cukup mempengaruhi kunjungan wisatawan	Tidak ada nara sumber yang menyatakan bahwa efektifitas tidak mempengaruhi kunjungan wisatawan
7	Bagaimana tingkat kunjungan wisatawan ke museum selama ini?	Sebanyak 8 nara sumber menyatakan tingkat kunjungan wisatawan meningkat	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan tingkat kunjungan wisatawan biasa biasa saja	Tidak ada nara sumber yang menyatakan tidak ada peningkatan kunjungan
8	Apakah anda puas dengan promosi wisata yang selama ini dilakukan?	Sebanyak 4 nara sumber menyatakan puas dengan promosi yang dilakukan selama ini	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan cukup puas dengan promosi yang dilakukan	Sebanyak 4 nara sumber menyatakan kurang puas dengan promosi yang dilakukan
9	Apakah anda melihat adanya gairah kerja dalam mempromosikan museum?	Sebanyak 8 nara sumber menyatakan bahwa sangat tampak gairah dalam promosi wisata museum	Sebanyak 1 nara sumber menyatakan gairah dalam promosi wisata museum tampak biasa-biasa saja	Sebanyak 1 nara sumber menyatakan bahwa belum tampak gairah dalam promosi wisata museum
10	Apakah anda melihat adanya kesiapan dalam menghadapi kendala promosi di masa yang akan datang?	Sebanyak 6 nara sumber menyatakan semua unsur telah siap menghadapi kendala dan hambatan mempromosikan museum	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan semua unsur cukup siap menghadapi kendala dan hambatan mempromosikan museum	Sebanyak 2 nara sumber menyatakan semua unsur belum siap menghadapi kendala dan hambatan mempromosikan museum

Dari tabel di atas diketahui bahwa dari hasil wawancara tentang efektifitas promosi wisata pada Site Museum Tambaksari Kecamatan Tambaksari Kabupaten Ciamis yang dijabarkan melalui 3 (tiga) dimensi, yakni: 1) Dimensi kemampuan menyesuaikan diri, 2) Dimensi prestasi kerja, dan 3) Dimensi kepuasan kerja, seluruh aspek tersebut secara keseluruhan

sudah baik dilaksanakan. Hal tersebut dibuktikan dengan mendominasinya angka persentase 67%.

Sementara dari data yang didapat di lapangan diketahui bahwa tingkat kunjungan ke Site Museum Tambaksari cukup fluktuatif, angka kunjungan pada awalnya sejak tahun 2006 sampai 2015 dari tahun ke tahun selalu berubah naik dan turun, sebagaimana tabel di bawah ini

Tabel 4.2
Data Kunjungan Site Museum Tambaksari Tahun 2006 – 2015

NO	TAHUN	JUMLAH WISATAWAN	KET
1	2006	162 orang	
2	2007	197 orang	
3	2008	127 orang	
4	2009	121 orang	Terendah
5	2010	257 orang	
6	2011	274 orang	
7	2012	309 orang	
8	2013	438 orang	
9	2014	847 orang	
10	2015	856 orang	Tertinggi
JUMLAH		3588 orang	
RATA-RATA		359 orang	

Sumber: Buku Tamu Museum Tambaksari

Dari tabel di atas, dapat kita lihat bahwa angka tertinggi kunjungan wisata terjadi pada tahun 2015, di mana pada tahun tersebut angka kunjungan mencapai 856 wisatawan. Dan ketika dilihat dari arsip promosi museum, sejak tahun 2014 ada promosi dari pihak pengelola museum melalui UPTD Pendidikan dan Kebudayaan Kecamatan Tambaksari ke sekolah-sekolah dari mulai tingkat SD/MI dan SLTP/MTs yang ada di wilayah Kecamatan Tambaksari.

4.2. Hambatan Dalam Promosi Wisata Site Museum Tambaksari

Dari hasil wawancara dan observasi lapangan, secara garis besar hambatan yang dihadapi berkaitan dengan peningkatan efektifitas promosi wisata Site Museum Tambaksari adalah sebagai berikut:

1. Dimensi kemampuan menyesuaikan diri
 - a. Kerjasama pihak museum dengan pihak lain

Beberapa hambatan dalam kegiatan promosi museum Tambaksari yang terungkap melalui wawancara maupun observasi menyangkut kerjasama pihak museum dengan pihak lain, baik pemerintah maupun swasta adalah sulitnya menjalin kerja sama secara permanen dan kontinyu. Kerjasama dengan pihak pemerintah terkesan temporer, hanya pada momen-momen tertentu.
 - b. Kerjasama pihak museum dengan dunia pendidikan

Kerjasama yang terjalin dengan dunia pendidikan dalam mempromosikan museum baru terbatas dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah Kecamatan

Tambaksari belum bisa menembus ke wilayah lainnya karena keterbatasan birokrasi dan jangkauan jarak.

- c. Kerjasama pihak museum dengan masyarakat sekitar

Hambatan utama dalam menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar adalah minimnya pengetahuan masyarakat akan arti pentingnya dan keberadaan museum.

2. Dimensi prestasi kerja
 - a. Kecakapan personil dalam melakukan promosi

Hambatan dalam indikator kecakapan personil dalam melakukan promosi Site Museum Tambaksari adalah belum adanya tenaga ahli khusus yang membidangi masalah promosi wisata
 - b. Ketercapaian target promosi

Hambatan yang ditemui dalam indikator ketercapaian target promosi adalah selama ini belum ada kejelasan yang termuat dalam program promosi dan berapa sebenarnya target dari promosi wisata yang dilakukan. Misalnya: berapa target kunjungan dalam setahun, berapa target pendapatan retribusi yang disetor ke pemerintah, dll.
 - c. Pengaruh efektifitas promosi terhadap kunjungan wisatawan

Hambatan dalam indikator ini adalah adanya pandangan masyarakat bahwa efektifitas promosi wisata yang dilakukan tidak atau kecil pengaruhnya terhadap kunjungan wisatawan ke museum.
3. Dimensi kepuasan kerja
 - a. Tingkat kunjungan wisatawan

Hambatan yang ditemui dalam indikator ini adalah masalah administrasi, yakni sulitnya mengontrol jumlah pengunjung secara realistis, karena terkadang banyak pengunjung yang enggan mengisi buku tamu, atau bila pengunjung datang berombongan maka hanya ketua rombongan yang mengisi tanpa mencantumkan jumlah peserta rombongannya.

b. Tingkat kepuasan terhadap promosi yang telah dilakukan

Hambatan utama yang ditemui menyangkut tingkat kepuasan terhadap kegiatan promosi yang telah dilakukan baik berdasar hasil wawancara maupun observasi lapangan adalah masih menyangkut masalah ketidakjelasan target promosi yang dilakukan. Selain itu tidak ada reward atas prestasi yang selama ini dicapai dalam kegiatan promosi wisata Site Museum Tambaksari.

c. Gairah kerja untuk melakukan promosi

Meskipun pada dasarnya telah tampak kegairahan dalam mempromosikan Site Museum Tambaksari, namun berdasarkan hasil wawancara maupun observasi lapangan masih ditemui adanya hambatan, terutama dalam masalah membangkitkan gairah promosi masyarakat secara keseluruhan.

d. Hambatan dalam kesiapan menghadapi kendala dalam kegiatan promosi

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa hampir semua elemen telah siap dalam menghadapi kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi wisata. Namun masih ada hambatan baik menyangkut masalah dana maupun fasilitas pendukung dalam kegiatan promosi wisata.

4.2 Upaya Mengatasi Hambatan Dalam Promosi Wisata Site Museum Tambaksari

1. Upaya untuk mengatasi hambatan dalam dimensi kemampuan menyesuaikan diri

a. Untuk mengatasi hambatan dalam menjalin kerjasama dengan pihak lain, maka pihak museum terus berkoordinasi dengan pemerintah desa, kecamatan, kabupaten, bahkan provinsi. Sementara kemungkinan untuk kerjasama dengan pihak swasta dijangkau dengan prinsip kerjasama yang saling menguntungkan.

b. Untuk mengatasi hambatan dalam bekerjasama dengan dunia pendidikan yang berada di luar wilayah Kecamatan Tambaksari, maka pihak museum

mencoba meminta bantuan ke Dinas Pendidikan Kabupaten untuk bekerjasama melakukan promosi Site Museum tambaksari sebagai salah satu media pendidikan yang potensial.

c. Untuk mengatasi hambatan dalam melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar, pihak museum secara kontinyu melakukan sosialisasi akan arti pentingnya keberadaan museum bagi masyarakat serta mengoptimalkan kerjasama yang selama ini sudah terjalin.

2. Upaya untuk mengatasi hambatan yang ditemui dalam dimensi prestasi kerja

a. Untuk mengatasi hambatan keterbatasan personil terkait minimnya tenaga ahli khusus yang menangani promosi wisata, maka diupayakan dengan mencoba untuk merekrut personil ahli dalam kegiatan promosi serta memberikan pelatihan tentang promosi wisata kepada personil yang ada. Upaya untuk mengatasi keterbatasan finansial/dana.

b. Untuk mengatasi hambatan terkait indikator ketercapaian target promosi yang selama ini dilakukan, maka pihak museum bekerjasama dengan pihak lain mencoba mengkaji dan menyusun target yang realistis dengan mengacu kepada berbagai hal, terutama target pada tahun sebelumnya.

c. Untuk mengatasi hambatan tentang adanya sebagian masyarakat yang memandang tidak ada atau kecilnya pengaruh efektifitas promosi wisata terhadap kunjungan wisatawan, maka pihak museum secara terus menerus memberi sosialisasi tentang pentingnya promosi wisata dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.

3. Upaya untuk mengatasi hambatan yang ditemui dalam dimensi kepuasan kerja

a. Untuk mengatasi hambatan dalam pengadministrasian jumlah pengunjung museum secara realistis, maka pihak museum melakukan berbagai upaya, misalnya dengan cara lebih mentertibkan administrasi pengunjung pada buku tamu, serta mengaktifkan petugas agar menghitung secara teliti jumlah pengunjung yang datang secara berombongan sehingga data pengunjung bisa terdata dengan akurat.

b. Untuk mengatasi hambatan yang ditemui dalam indikator kepuasan kerja, selain melakukan penyusunan program juga

mencoba untuk memberikan reward terhadap individu ataupun institusi atas perannya dalam mempromosikan Site Museum Tambaksari

- c. Untuk mengatasi hambatan dalam indikator gairah kerja masyarakat dalam mempromosikan museum, maka pihak museum secara terus menerus membangun kerjasama yang harmonis dengan masyarakat agar masyarakat sadar dan bergairah dalam mempromosikan museum sebagai aset daerahnya.
- d. Untuk mengatasi masalah dana dan keterbatasan fasilitas ini maka pihak museum mencoba mengajukan proposal untuk mengadakan promosi wisata dan perbaikan sarana prasarana museum, kerjasama dengan pihak ketiga dalam kegiatan promosi wisata, dan mencoba melakukan kegiatan seefektif dan seefisien mungkin tanpa menguras tenaga dan finansial yang besar seperti memanfaatkan media sosial

E. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pengumpulan data dan pembahasan hasil penelitian maka peneliti dapat membuat simpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Efektifitas promosi wisata Site Museum Tambaksari yang selama ini sudah dilakukan dengan baik, namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan dalam 10 tahun terakhir terus meningkat, sementara hasil wawancara dengan nara sumber menunjukkan bahwa mayoritas nara sumber menyatakan baik.
2. Hambatan-hambatan yang ditemui dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari secara garis besarnya adalah:
 - a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)
Keterbatasan ini secara kuantitas ditunjukkan dengan tidak adanya personil khusus yang ahli dalam menangani promosi wisata, sedangkan dari kualitas personil yang ada belum mumpuni untuk melakukan promosi wisata, serta pemahaman masyarakat tentang pentingnya promosi wisata dalam menunjang frekuensi kunjungan wisatawan ke Site Museum tambaksari
 - b. Keterbatasan fasilitas sarana prasarana

Semua kegiatan tidaklah akan berlangsung secara optimal tanpa didukung oleh sarana prasarana yang mumpuni dan menunjang kegiatan tersebut. Bahkan keadaan fisik museum serta berbagai sarana penunjangnya bisa dikatakan sangat mengkhawatirkan meski masuk dalam kategori layak

- c. Keterbatasan finansial/dana
Masalah dana merupakan hal yang menjadi hambatan utama dalam promosi wisata selama ini. Hal ini dikarenakan tidak adanya dana stimulan khusus baik dari pihak pemerintah maupun dari pihak lain yang diperuntukkan untuk promosi wisata Site Museum Tambaksari.

3. Upaya – upaya yang diambil pihak pengelola Site Museum Tambaksari dalam mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui dalam promosi wisata Site Museum Tambaksari antara lain:

- a. Untuk mengatasi hambatan dalam hal Sumber Daya Manusia pihak pengelola Site Museum Tambaksari akan memprogramkan merekrut tenaga khusus yang mempunyai keahlian dalam promosi serta mengadakan pelatihan terhadap personil yang ada
- b. Untuk mengatasi hambatan dalam hal fasilitas sarana prasarana, pengelola Site Museum Tambaksari mencoba mengajukan proposal rehabilitasi ke tingkat pusat maupun daerah serta mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan, keindahan, dan keamanan sekitar museum
- c. Untuk mengatasi masalah finansial/dana, pengelola Site Museum Tambaksari melakukan kerja sama promosi dengan institusi pendidikan, memanfaatkan jejaring sosial, dan melakukan kerja sama dengan pihak ketiga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Penilaian efektifitas terhadap kegiatan promosi wisata pada Site Museum Tambaksari sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan oleh berbagai pihak dan pihak museum selalu terbuka terhadap hasil penilaian tersebut agar hasil promosi yang diraih dapat terpantau untuk dijadikan acuan dalam penetapan strategi promosi yang paling efektif di masa selanjutnya.
2. Adanya hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan promosi wisata hendaknya disikapi dengan dengan tepat agar

- pelaksanaan promosi wisata di masa yang akan datang lebih baik lagi
3. Berbagai upaya untuk mengatasi hambatan dalam promosi wisata hendaknya dilakukan secara kontinyu dan berkesinambungan serta mempertimbangkan aspek kebutuhan yang dianggap paling mendesak untuk disikapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Revised Edition)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Handyaningrat. Suwarno. 2006. *Pengantar Ilmu administrasi Negara*. Jakarta. Haji Masagung
- Siagian, Sondang P. 2001. *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*. Jakarta. Gita Karya
- Steer, M Richard. 1980. *Efektifitas Organisasi*, Jakarta: Erlangga
- Sudjana. Nana. 2008. *Metode Statistika*, Bandung. Tarsito.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan
- Wahyudin. 1997. *Pengantar Statistika*. Bandung. Rosda Karya
- (https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi_pemasaran)