

2.1 Komponen Wisata Budaya

Berdasarkan buku Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya (2019) produk wisata sejarah dan warisan budaya setidaknya mempunyai 4 (empat) komponen, yaitu: (i) produk budaya, (ii) produk naratif, (iii) produk wisata, serta (iv) produk destinasi.

1. Produk Budaya

Produk budaya meliputi objek-objek sejarah dan warisan budaya yang teridentifikasi, baik yang berupa objek-objek *tangible* (benda/berwujud) atau pun *intangible* (tak benda/tak berwujud). Produk warisan budaya *tangible* terdiri atas warisan budaya bergerak (*moveable cultural heritage*), seperti lukisan, patung, manuskrip dan lain-lain serta warisan budaya tak bergerak (*immoveable cultural heritage*), seperti monumen, situs arkeologis, bangunan bersejarah dan lain-lain. Sedangkan produk warisan budaya *intangible* antara lain: ekspresi lisan dan tradisi, seni drama, praktik sosial, festival, ilmu pengetahuan dan praktik tentang alam dan alam semesta, dan keahlian kerajinan tradisional.

Objek-objek sejarah dan warisan budaya akan bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan apabila mempunyai muatan atau *content* yang berkaitan dengan signifikansi atau nilai-nilai penting warisan budaya. Signifikansi atau nilai-nilai penting warisan budaya tersebut dapat berupa nilai sejarah, nilai sains, nilai spiritual, nilai estetika, dan nilai sosial.

2. Produk Naratif

Produk naratif merupakan interpretasi yang dikembangkan pada produk budaya terpilih. Interpretasi akan mengkomunikasikan berbagai hal yang penting tentang suatu tempat atau destinasi (*interpretation of places*). Interpretasi dibutuhkan untuk menjelaskan bahwa objek atau tempat mungkin memiliki berbagai nilai dan makna yang penting bagi orang-orang yang

berbeda. Interpretasi tersebut meliputi “alur cerita” (*story-line*), serta “uraian cerita” (*story-telling*).

Alur cerita (*story-line*) sering dipahami sebagai deskripsi rinci yang menjelaskan suatu informasi atau cerita dalam bentuk tahapan per tahapan, langkah demi langkah, panel demi panel, objek demi objek, atau adegan demi adegan. Alur cerita (*story-line*) secara sederhana dibagi dalam 3 (tiga) bagian, yaitu “pembuka” yang sering berupa gambaran informasi awal, “inti cerita”, serta “penutup” atau sering menjadi kesimpulan. Tuturan cerita atau *story-telling* adalah kemampuan atau tehnik menjabarkan, mengkomunikasikan atau menceritakan kembali beragam pesan, inti cerita atau informasi penting sesuai dengan urutan dalam alur cerita (*story-line*). Dengan adanya tuturan cerita (*story-telling*) diharapkan wisatawan bisa mendapatkan nilai-nilai, pemahaman, wawasan dan juga pengalaman baru yang terkait dengan produk sejarah dan warisan budaya yang ada pada suatu tempat secara lebih menarik dan menyenangkan.

Produk naratif juga berkaitan dengan media narasi yang digunakan, seperti pemandu wisatawan (*tourist guide*) atau individu yang mempunyai kemampuan sebagai penutur cerita (*story-teller*), serta berupa panel interpretasi yang berupa beberapa panel yang memuat uraian interpretasi dalam bentuk tuturan cerita yang disusun pada alur cerita tertentu.

3. Produk Wisata

Produk wisata antara lain meliputi skenario perjalanan (yang terdiri atas “pola perjalanan” atau *travel pattern*, “jalur warisan budaya” atau *heritage trail*, serta durasi waktunya), pengemasan produk (dalam bentuk *itinerary* atau “rencana perjalanan”), serta pembagian peran untuk memposisikan menjadi pelaku budaya dan pelaku pariwisata. Pola perjalanan diartikan sebagai suatu model dan analisis atas beragam jalur pergerakan yang memungkinkan dilakukan wisatawan pada suatu tempat atau antar tempat. Pola perjalanan ini bisa dilihat sebagai upaya terencana untuk merangkai produk budaya dan produk naratif pada suatu tempat untuk disajikan atau

diakses oleh wisatawan. Suatu destinasi mempunyai nilai penting dan cerita-cerita yang menarik yang terkait dengan produk warisan budaya benda dan takbenda. Pergerakan wisatawan untuk mengakses atau mendapatkan produk wisata sejarah dan warisan budaya tersebut difasilitasi dengan pola perjalanan (*travel pattern*) yang kemudian dirinci dalam bentuk yang spesifik berupa jalur warisan budaya (*heritage trail*).

Heritage trail itu sendiri dapat dipahami sebagai suatu rute yang menghubungkan fitur-fitur bersejarah khususnya direncanakan sebagai daya tarik wisata. Jejak warisan budaya (*heritage trail*) yang terencana biasanya terdiri atas komponen takberwujud (*intangible*) dan juga berwujud (*tangible*). Komponen takberwujud pada jejak warisan budaya (*heritage trail*) berupa signifikansi warisan budaya, interpretasi, serta tuturan cerita (*story-telling*) dan juga alur cerita (*story-line*). Sedang komponen berwujud (*tangible*) adalah produk budaya dan komponen fisik yang akan mendukung pergerakan pengunjung, seperti jalur sirkulasi yang disesuaikan dengan pilihan moda, rambu pengarah dan penanda, panel interpretasi, fasilitas untuk istirahat, fasilitas persampahan serta pada kasus tertentu diperlukan toilet.

Secara sederhana durasi waktu dipahami sebagai lama waktu yang dimiliki wisatawan untuk melakukan perjalanan dan/atau kegiatan wisata. Kisaran durasi waktu ini bisa dalam sekian jam atau sekian hari untuk suatu produk wisata tertentu. Lama durasi waktu dalam melakukan perjalanan dan/atau kegiatan wisata akan sangat berpengaruh pada penyusunan rencana perjalanan (*itinerary*).

Pengemasan Produk Wisata. Secara umum rumusan produk wisata berbasis warisan budaya diawali dengan uraian tentang jejak warisan budaya berupa judul, durasi, target wisatawan serta abstraksi mengenai signifikansi warisan budaya dan interpretasi jejak warisan budaya. Selanjutnya disajikan ilustrasi rute dari jejak warisan budaya beserta berbagai daya tarik yang terangkum di dalamnya. Penyajian terakhir adalah memberikan narasi terkait dengan masing-masing daya tarik pada jejak warisan budaya tersebut.

Selanjutnya produk naratif wisata warisan budaya ini diturunkan dalam paket wisata dengan jadwal perjalanan (*itinerary*) yang detail.

Inovasi Produk Wisata. Menjaga besaran kuantitas dari konsumen dalam konteks bisnis adalah hal mendasar agar bisa mendapat profit yang sepadan. Untuk mencapai itu, maka diperlukan inovasi produk wisata yang pada dasarnya adalah pengembangan produk budaya yang disesuaikan dengan segmen, karakteristik, permintaan dan/atau kebutuhan wisatawan. Maksud dari inovasi produk wisata ini adalah untuk menangkap pasar yang lebih besar.

Pelaku Wisata Budaya. Dalam operasionalisasinya, suatu produk tidak bisa berdiri sendiri. Produk membutuhkan perangkat yang mendukung dan menjembatani agar bisa diakses oleh konsumen, yaitu rantai produksi (*supply chain*) di satu sisi, serta saluran pemasaran (*market channel*) di sisi lain. Dalam konteks wisata tematik berbasis budaya, perangkat pada sisi rantai produksi sering disebut sebagai operator atau pelaku wisata. Pelaku wisata budaya secara umum terbagi atas 2 (dua) kategori, yaitu berbasis komunitas dan berbasis industry. Pelaku wisata berbasis komunitas meliputi masyarakat setempat dan komunitas minat khusus. Sementara pelaku usaha berbasis industry meliputi biro perjalanan wisata dan pengelola daya tarik.

4. Produk Destinasi

Sementara itu, produk destinasi dapat terdiri atas layanan pendukung (yang meliputi: aksesibilitas, amenitas, serta infrastruktur pendukung) dan bentuk tata kelola wisata sejarah dan warisan budaya yang diperlukan untuk pengembangan produk destinasi wisata berupa forum pengelola dan rencana pengelolaannya.

Lebih lanjut dijelaskan oleh Pujaastawa dan Ariana (2015) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata budaya dapat dibedakan menjadi daya tarik yang bersifat terwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*Intangible*). Adapun daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud dapat berupa:

1. Perkampungan tradisional yang memiliki adat,

2. Perkampungan tradisional yang memiliki tradisi budaya masyarakat yang khas

3. Benda cagar budaya

4. Museum

Sedangkan jenis-jenis daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud antara lain berupa berupa:

1. Kehidupan adat dan tradisi masyarakat

2. Aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat.

3. Kesenian.

Sementara itu menurut Pramana, dkk (2017) bahwa komponen wisata budaya terdiri atas daya tarik wisata, pelaku kegiatan dan fasilitas fisik kegiatan.

1. Daya tarik wisata mengacu pada kelestarian cagar budaya sebagai daya tarik yang meliputi perlindungan bangunan cagar budaya, perawatan bangunan cagar budaya, bangunan cagar budaya sebagai atraksi, pelestarian budaya dan tradisi, serta budaya dan tradisi sebagai atraksi wisata.

2. Pelaku kegiatan mengacu pada kelembagaan, kepuasan pengunjung serta produktivitas ekonomi lokal. Kelebagaian antara lain meliputi perencanaan/penggerak kawasan wisata, media promosi, dan monitoring kawasan wisata. Selanjutnya kepuasan pengunjung menilai kepuasan pengunjung itu sendiri terhadap obyek wisata. Adapun produktivitas ekonomi lokal yaitu daya saing tenaga kerja pada sektor pariwisata.

3. Fasilitas fisik wisata mengacu pada ketersediaan infrastruktur fisik kawasan wisata. Infrastruktur fisik antara lain berupa toko cinderamata, ruang terbuka hijau, jalur pejalan kaki, akomodasi wisata, petunjuk arah, dan kemudahan mobilitas bergerak.

Tabel 2. 1 Diskusi Teori Produk Wisata Budaya

No.	Sumber	Variabel	Indikator
1	Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah	Daya tarik wisata budaya	Ketersediaan objek <i>tangible</i> (berwujud) Ketersediaan objek <i>intangible</i> (tak berwujud)

dan Warisan Budaya (2019)	www.itk.ac.id	Alur cerita
		Uraian cerita
		Media narasi
		Skenario perjalanan
		Pengemasan produk
		Pembagian peran
		Aksesibilitas
		Amenitas
		Infrastruktur pendukung
		Forum pengelola
		Rencana pengelolaan
2	Pujaastawa dan Ariana (2015)	Daya tarik yang bersifat terwujud (<i>tangible</i>)
		Daya tarik yang bersifat tak terwujud (<i>intangible</i>)
		Perlindungan cagar budaya
		Perawatan cagar budaya
3	Pramana, dkk (2017)	Bangunan cagar budaya sebagai atraksi
		Pelestarian budaya dan tradisi
		Budaya dan tradisi sebagai atraksi wisata
		Kelembagaan
		Kepuasan pengunjung
		Ketersediaan infrastruktur fisik

*) Sintesa Pustaka, 2021

2.2 Pengembangan Pariwisata

2.2.1 Pengembangan Wisata Budaya

Pengembangan pariwisata ditujukan untuk memberikan keuntungan kepada wisatawan maupun masyarakat lokal. Pengembangan wisata budaya pada dasarnya adalah menjadikan perjalanan sebagai media untuk mengenali, mendalami dan mengalami nilai-nilai penting sejarah dan warisan budaya pada suatu destinasi.

Pengembangan wisata budaya secara umum mengacu pada pengembangan pariwisata itu sendiri. Menurut McIntosh, dkk (1995) pengembangan pariwisata haruslah memuat beberapa hal sebagai berikut:

- a. Mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui manfaat ekonomi pariwisata.
- b. Mengembangkan infrastruktur dan menyediakan sarana rekreasi bagi pengunjung dan penduduk setempat.
- c. Memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan keperluan area tersebut.
- d. Program pengembangan yang dilakukan harus sejalan dengan budaya, sosial, dan ekonomi yang ditetapkan pemerintah serta masyarakat setempat.
- e. Mengoptimalkan kepuasan pengunjung.

Selain itu, menurut Pradikta (2013) pengembangan pariwisata mencakup tiga hal, yaitu:

- a. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata.
- b. Peningkatan serta pengembangan pemasaran dan promosi.
- c. Peningkatan pendidikan dan pelatihan kepariwisataan.

Upaya pengembangan wisata budaya harus mampu memiliki manfaat, Adapun unsur-unsur budaya yang perlu diperhatikan menurut Yoeti (2005) sebagai berikut.

- a. Unsur mempromosikan kepariwisataan secara umum baik dalam maupun luar negeri.
- b. Produk seni budaya akan menyiapkan lapangan kerja dan peningkatan hasil masyarakat.
- c. Penampilan seni budaya disamping menarik perhatian wisatawan juga meningkatkan pemberdayaan seni dan budaya.
- d. Penampilan seni budaya dapat meningkatkan pemeliharaan dan manajemen museum, galeri, dan monumenmonumen seni budaya lainnya
- e. Dana yang dihasilkan dengan penjualan produk seni dan budaya meningkatkan tarag hidup masyarakat.

- f. Sentuhan dengan seni budaya lain meningkatkan harkat, kehormatan, dan pemahaman tentang arti kemanusiaan

Upaya pengembangan wisata budaya perlu memperhatikan beberapa aspek yang menjadi kunci sebagaimana yang dijelaskan dalam Pedoman Pengemangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya (2019) yaitu sebagai berikut:

a. Aspek Produk

keberhasilan dari aspek produk pada pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya meliputi:

- 1) Kekuatan nilai-nilai warisan budaya akan sangat menentukan dalam melakukan interpretasi, pengembangan produk wisata, serta dalam merancang jejak warisan budaya dan penguatan destinasi. Semakin kuat nilai sejarah dan warisan budaya, maka akan semakin luas cakupan jejak warisan budaya (*heritage trail*) yang secara potensial akan memiliki daya magnet yang kuat dalam menarik motivasi kunjungan.
- 2) Orisinalitas dan kelengkapan peninggalan atau bukti fisik terkait dengan jalur budaya, serta akurasi atau orisinalitas sejarah yang ada sangat menentukan keunikan dan otensitas dari produk wisata sejarah dan warisan budaya.
- 3) Ketersediaan produk dalam bentuk paket wisata adalah hal yang menentukan dalam pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya. Paket wisata sejarah dan warisan budaya yang ditawarkan dapat berupa sebuah rute yang panjang dan lengkap, atau juga rute yang pendek dalam bentuk penggalan rute utama yang jelas narasinya.
- 4) Kemasan produk wisata sejarah dan warisan budaya dalam bentuk paket wisata yang menarik menjadi sangat penting untuk membidik pasar yang spesifik atau untuk meluaskan segmen pasar. Pengemasan produk wisata itu harus disesuaikan dengan motivasi dan juga karakteristik target wisatawan.

b. Aspek Pasar

Pengembangan wisata budaya dari aspek pasar dikatakan berhasil dapat dilihat dari beberapa factor berikut:

- 1) Tren pariwisata global yang diketahui untuk memutuskan positioning produk wisata sejarah dan warisan budaya yang sesuai selera pasar dunia dan masa depan.
- 2) Analisis pasar. Analisis ini perlu dilakukan untuk menentukan segmentasi wisatawan. Apabila target wisatawan jelas, pengembangan produk wisata sejarah dan warisan budaya akan lebih optimal. Melalui hal ini diharapkan terjadi peningkatan jumlah kunjungan dan pembelanjaan wisatawan dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan bertanggungjawab.
- 3) Penentuan saluran pemasaran. Hal ini dilakukan karena dapat berpengaruh dalam menjangkau segmen wisatawan dengan motivasi khusus. Pengembangan saluran pemasaran melalui media sosial dan digital cenderung efektif bagi wisatawan melek teknologi yang pada umumnya merupakan generasi muda. Sementara saluran pemasaran berupa kegiatan pertukaran budaya (*cultural exchange*) dikembangkan untuk menarik perhatian komunitas budaya dan minat khusus.

c. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia akan berhasil dikembangkan dengan memperhatikan beberapa poin penting yaitu:

- 1) Pelibatan masyarakat disekitar lokasi wisata. Hal ini penting untuk mendukung pengalaman interaksi dengan wisatawan. Masyarakat dan tingkah lakunya menjadi daya tarik dan sebab itu perlu dianggap pemilik nilai produk wisata sejarah dan warisan budaya di suatu tempat.
- 2) Penguatan kapasitas. Peningkatan kapasitas dilakukan bagi kelompok masyarakat setempat serta komunitas minat khusus yang ada. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan dan mengembangkan produk wisata dan destinasi.
- 3) Peningkatan kapasitas dapat berupa penguatan kelompok usaha berbasis komunitas yang pada akhirnya dapat menciptakan *social enterpreuner*.

- 4) Peningkatan kapasitas pelaku wisata berbasis industri.
- 5) Kemampuan interpretasi yang dimiliki pelaku wisata dalam mengekspresikan obyek dan nilai sejarah akan menambah kesan dan imajinasi baik dari pengunjung.

d. Aspek Destinasi

Aspek destinasi akan berhasil dikembangkan dengan memperhatikan beberapa poin penting yang meliputi:

- 1) Aturan terkait zonasi. Hal ini berkaitan dengan perencanaan wilayah suatu daerah. Peraturan zonasi menjadi penting terutama dalam pengembangan destinasi perlu memperhatikan pelestarian wilayah.
- 2) Pola pergerakan pengunjung. Hal ini akan berkaitan dengan aksesibilitas dan infrastruktur pendukung wisata lainnya.
- 3) Kemampuan daya dukung. Hal ini perlu diperhatikan untuk mengetahui kemampuan suatu kawasan sesuai aturan yang berlaku. Pengembangan destinasi wisata sejarah dan warisan budaya harus berprinsip pariwisata berkelanjutan dan bertanggungjawab.
- 4) Memperhatikan aturan adat setempat.

e. Aspek Infrastruktur

Aspek infrastruktur akan berhasil dikembangkan dengan memperhatikan beberapa poin penting yang meliputi:

- 1) Dalam pengembangan infrastruktur pada destinasi wisata perlu memperhatikan pelestarian lingkungan dan budaya, serta peran serta masyarakat sekitar.
- 2) Memperhatikan kebutuhan setiap kelompok umur wisatawan.
- 3) Mengikuti perkembangan teknologi dan tetap mempertahankan pelestarian lingkungan.

f. Aspek Kebijakan dan Tata Kelola

Keberhasilan dari aspek kebijakan dan tata kelola pada pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya meliputi:

- 1) Dalam konteks pengembangan jejak warisan budaya (*heritage trail*) yang perlu adanya sinergi antar pihak-pihak berkepentingan.
- 2) Memperhatikan aturan pelestarian sesuai peraturan yang berlaku.
- 3) Konsisten dalam pengembangan kapasitas SDM
- 4) Pemantauan serta evaluasi

2.2.2 Pengembangan Museum Sebagai Wisata Budaya

Dalam pengembangan museum sebagai obyek wisata terdapat empat komponen yang menjadi penggerak kegiatan suatu museum sebagaimana dijelaskan dalam Pedoman Penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum (1997) sebagai berikut.

a. Ketatausahaan museum

Ketatausahaan merupakan bagian tata usaha yang menangani kegiatan surat menyurat, kearsipan, keuangan, kepegawaian, perlengkapan, protocol, kebersihan dan keamanan. Ketatausahaan suatu museum yang paling menonjol yaitu unit-unit yang menangani registrasi koleksi dan pengamanan. Kegiatan registrasi koleksi harus memiliki petugas yang bertanggung jawab menangani registrasi koleksi. Adapun kegiatan pengamanan perlu dilakukan untuk mencegah timbulnya macam-macam bahaya seperti pencurian, perampokan dan kebakaran.

1) Registrasi koleksi

Registrasi koleksi merupakan kegiatan pencatatan informasi mengenai koleksi benda cagar budaya mulai dari keluar-masuknya benda, baik calon koleksi maupun yang telah menjadi koleksi museum. Kegiatan pencatatan dilakukan dalam suatu buku induk registrasi sebagai bagian dari seluruh inventaris milik museum.

2) Pengamanan museum

Kegiatan pengamanan museum merupakan bagian dari pengelolaan museum. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan antara lain system dan teknik pengamanan, personil yang menguasai system, teknik dan prosedur pengamanan, serta prosedur pengamanan yang mengatus system, teknik, dan person unit pengamanan atau satuan tugas pengamanan museum.

3) Perpustakaan museum

Perpustakaan museum merupakan suatu system kepastakaan yang menyimpan berbagai koleksi baik buku atau majalah atau informasi lain yang berkaitan dengan koleksi museum yang bersangkutan.

b. Pengadaan dan pengelolaan koleksi

1) Kebijakan pengadaan koleksi

Pengadaan koleksi dapat dilakukan dengan berbagai cara. Koleksi museum dapat diadakan melalui pembelian, pemberian atau hibah, wasiat, sebagai barang sitaan atau sebagai barang pinjaman.

2) Dokumentasi visual

Hasil koleksi museum dapat menjadi modal pameran tetap yang dipajang sesuai dengan nilai-nilai intelektual dan berguna bagi penyebaran informasi. Disamping koleksi yang dipajang, maka koleksi foto dapat menunjang metode informasi kepada pengunjung.

3) Katalogisasi

Katalogisasi atau kegiatan mengkategorikan koleksi museum dilakukan melalui kartu katalogus yaitu kartu berisi catatan satu benda saja sebagai daftar informasi seperti data identifikasi dan klasifikasi koleksi museum.

c. Perawatan koleksi

Beberapa faktor yang dapat merubah kondisi atau mengganggu bahkan merusak koleksi benda cagar budaya museum antara lain iklim dan lingkungan, cahaya, serangga dan mikroorganisme, pencemaran, penanganan koleksi, serta bahaya api.

d. Penyajian koleksi

Penyajian koleksi dapat dilakukan melalui kegiatan pameran. Kegiatan pameran dapat berbentuk pameran tetap, pameran khusus maupun pameran keliling. Dalam melakukan pameran tersebut dibutuhkan pengetahuan mengenai teknik pemaren. Teknik pameran adalah suatu pengetahuan yagn meminta fantasi, imajinasi, daya improvisasi, dan keterampilan teknis dan

artistic tersendiri. Oleh karena itu, dalam suatu museum perlu ada seseorang yang bertugas sebagai ahli teknik pameran atau disebut preparator.

Tabel 2. 2 Diskusi Teori Pengembangan Wisata Budaya

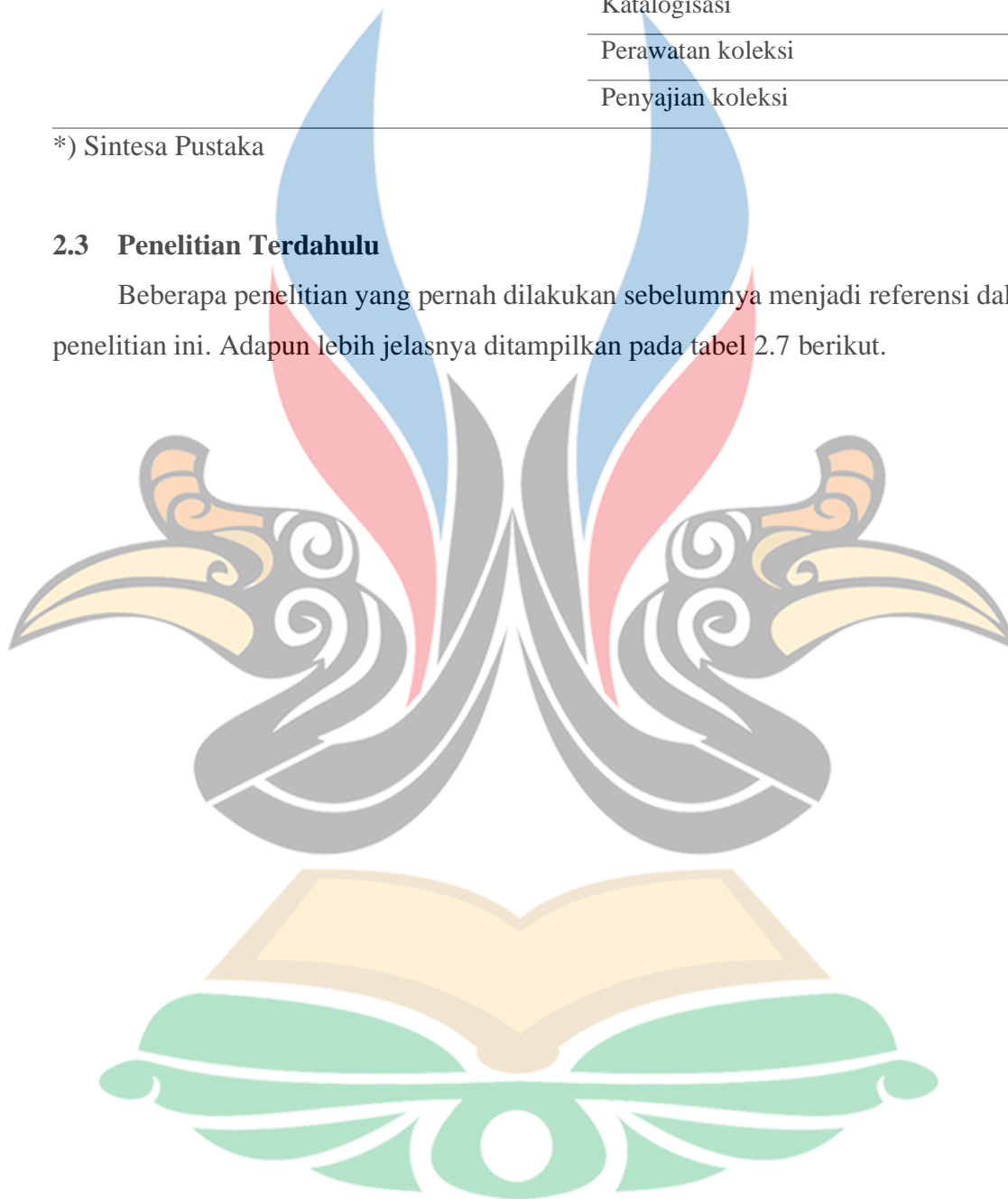
No.	Sumber	Vriabel	Indikator
1	McIntosh, dkk (1995)	Pengembangan Wisata Budaya	Mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat Mengembangkan infrastruktur Menyediakan sarana rekreasi Sesuai dengan keperluan Sejalan dengan budaya, sosial, dan ekonomi Mengoptimalkan kepuasan pengunjung
2	Pradikta (2013)		Pengembangan obyek dan daya tarik wisata Meningkatkan dan mengembangkan promosi dan pemasaran Meningkatkan pendidikan dan pelatihan kepariwisataan
3	Yoeti (2005)		Mempromosikan kepariwisataan Lapangan kerja dan peningkatan hasil masyarakat. Meningkatkan pemberdayaan seni dan budaya Meningkatkan pemeliharaan dan manejen museum Meningkatkan taraf hidup masyarakat Meningkatkan harkat, kehormatan, dan pemahaman tentang arti kemanusiaan
4	Pedoman Pengemangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya (2019)		Produk Pasar Sumber daya manusia Destinasi Infrastruktur Kebijakan dan Tata Kelola
1	Pedoman Penyelenggaraan dan	Pengembangan Museum Sebagai Wisata Budaya	Registrasi koleksi Pengamanan museum Perpustakaan museum

No.	Sumber	Vriabel	Indikator
	Pengelolaan Museum (1997)		Kebijakan pengadaan koleksi
			Dokumentasi visual
			Katalogisasi
			Perawatan koleksi
			Penyajian koleksi

*) Sintesa Pustaka

2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menjadi referensi dalam penelitian ini. Adapun lebih jelasnya ditampilkan pada tabel 2.7 berikut.



Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Kontribusi dalam Penelitian
1	Kartika, dkk (2018)	Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya di Jawa Barat	Analisis deskriptif kualitatif, analisis EFAS dan analisis SWOT	<p>Hasil pada penelitian ini yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi atau pengenalan tentang seni dan budaya kepada masyarakat umum khususnya generasi muda seperti mengadakan seminar terbuka, workshop, atau melalui sosial media, agar masyarakat umum, khususnya generasi muda lebih tau tentang budaya dan lebih tertarik tentang budaya. 2. Mengoptimalkan segala kegiatan atau acara acara yang di adakan di Taman Budaya Dago Tea House, khususnya acara tahunan, dari segi konsep maupun promosi jika dioptimalkan dengan baik, maka acara ini akan menjadi produk utama Taman Budaya Dago Tea House yang mana akan juga menjadi pembeda dengan tempat wisata lain. 	<p>Penelitian ini berkontribusi dalam penentuan faktor eksternal analisis SWOT yaitu adanya peluang kemajuan teknologi serta adanya ancaman berupa pengaruh modernisasi terhadap generasi muda, serta adanya persaingan dengan tempat wisata lain yang sejenis</p>

No.	Nama dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Kontribusi dalam Penelitian
2	Susanty, dkk (2015)	Optimasi Pengembangan Kawasan Wisata di Semarang dengan Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> , Analisis SWOT, dan <i>Multi-Attribute Utility Theory</i>	<i>Analytical Hierarchy Process</i> , Analisis SWOT, dan <i>Multi-Attribute Utility Theory</i>	Hasil pada penelitian yaitu keterlibatn pemerintah, kelompok pelestari lingkungan sekitar, instansi pendidikan dan investor memungkinkan adanya pengelolaan dan pemeliharaan wisata Pantai Tugurejo untuk pasar wisata baru.	Penelitian ini berkontribusi dalam Penentuan faktor eksternal yaitu peluang antara lain dukungan dari masyarakat sekitar dan dukungan dari pemerintah.
3	Sutiarso, dkk (2018)	Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Desa Selumbang, Karangaesm-Bali	Analisis deskriptif yang dibantu dengan metode analisis SWOT	Hasil pada penelitian ini yaitu; 1. Memanfaatkan Pokdarwis untuk merencanakan, mengatur, dan megnawasi pengelolaan sumber daya pariwisata desa melalui penetapan peraturan pembangunan usaha wisata, pengembangan aktifitas, dan alur pendistribusian retribusi serta pembagiannya. 2. Memanfaatkan pihak dari luar desa untuk membantu	Penelitian ini berkontribusi penentuan faktor eksternal yaitu peluang antara lain pelestarian lingkungan, peningkatan pendapatan masyarakat dan ketersediaan lapangan pekerjaan serta ancaman

No.	Nama dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Kontribusi dalam Penelitian
				<p>pengembangan sumber daya pariwisata yang dimiliki baik dari pemerintah kabupaten, pihak swasta seperti biro perjalanan wisata, praktisi maupun akademisi.</p>	<p>yaitu adanya destinasi serupa.</p>
4	Mulyantari Enny (2016)	Strategi Pengembangan Situs Manusia Purba Sangiran Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya	Metode kualitatif	<p>Hasil penelitian yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyelenggaraan promosi mengenai warisan budaya dunia Situs Sangiran melalui biro perjalanan wisata dan brosur-brosur di berbagai media massa cetak maupun elektronik. 2. Pemberdayaan masyarakat lokal dengan cara menciptakan wadah atau organisasi yang dibentuk oleh masyarakat setempat bekerja sama dengan pemerintah yang nantinya akan dapat merumuskan segala sesuatu mengenai pengembangan pariwisata di wilayah mereka. 	<p>Penelitian ini berkontribusi dalam penentuan faktor eksternal yaitu peluang berupa kebijakan pemerintah, ketersediaan anggaran, dan perkembangan teknologi. Adapun ancaman yang diadopsi yaitu adanya pencurian benda cagar budaya dan minimnya sumber daya manusia</p>

*) Sintesa Pustaka, 2021

2.4 Sintesa Pustaka

Berdasarkan kajian Pustaka yang telah dilakukan sebelumnya maka berikut merupakan sintesa Pustaka yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2. 4 Sintesa Pustaka

No.	Sumber	Vriabel	Indikator
1	Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya (2019), Pujaastawa dan Ariana (2015), dan Pramana, Kusumastuti, & Putri (2017)	Daya Tarik Wisata Budaya	Nilai sejarah
			Nilai sains
			Nilai estetika
			Nilai sosial
			Alur cerita
			Uraian cerita
			Media narasi
			Pola perjalanan
			Pengemasan produk
			Pembagian peran
			Aksesibilitas
			Amenitas
			Infrastruktur pendukung
			Forum pengelola
Rencana pengelolaan			
2	McIntosh (1995), Pradikta (2013), Pedoman Pengemangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya (2019)	Pengembangan Wisata Budaya	Perlindungan cagar budaya
			Perawatan cagar budaya
			Produk
			Infrastruktur
			Sarana rekreasi
			Promosi dan pemasaran
			Pemberdayaan masyarakat
3	Pedoman Penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum (1997)	Pengembangan Museum Sebagai Wisata Budaya	Pemeliharaan dan manajemen museum
			Lapangan kerja
			Taraf hidup masyarakat
			Registrasi koleksi
			Pengamanan museum
			Perpustakaan museum

No.	Sumber	Vriabel	Indikator
			Kebijakan pengadaan koleksi
			Dokumentasi visual
			Katalogisasi
			Perawatan koleksi
			Penyajian koleksi

*) Sintesa Pustaka, 2021



www.itk.ac.id