

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip syariah untuk meningkatkan kunjungan museum sebagai wisata Syariah. Teknik analisis data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada pihak pengelola Museum Sumenep. Penelitian ini menggunakan desain triangulasi sumber data. Studi kasus dalam penelitian ini adalah menjelaskan penerapan pemasaran Museum Sumenep untuk meningkatkan kunjungan Museum menggunakan pemasaran Syariah. Berdasarkan hasil wawancara maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan terkait dengan pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip Syariah yang bisa diterapkan dalam strategi pemasaran yaitu: Ketuhanan(*Rabbaniyah*) pemasaran yang harus sejalan dengan Al-Qur'an dan sunnah, Etis(*Akhlaqiyyah*) pemasaran yang mengedepankan akhlak dan moral, Realistis(*Al-Waqi'iyah*) pemasaran yang nyata dan mudah diatur, dan Humanistis(*Al-Insaniyyah*) pemasaran yang mengedepankan moral untuk kepentingan umat manusia.
2. Pengelolaan Museum Sumenep sudah menerapkan empat aspek pemasaran berdasarkan prinsip Syariah dalam pengelolaan Museumnya, yaitu mereka

sudah menerapkan prinsip yang tidak melanggar kebathilan, jujur, amanah dan beretika. Namun ada beberapa aspek yang harus ditingkatkan dalam pemasarannya yaitu realistis dalam melakukan pemasaran, menjelaskan informasi sedetail mungkin agar pengunjung mendapatkan informasi dengan sebaik-baiknya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menyadari bahwa penelitian ini mempunyai keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian sehingga perlu adanya perbaikan agar lebih sempurna. Adapun Batasan penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti ataupun pengunjung belum diperbolehkan masuk Museum Sumenep dikarenakan pihak museum masih menerapkan kegiatan social distancing dan menjauhi kerumunan massa yang bisa mengakibatkan meningkatnya kasus covid-19 di Museum Sumenep
2. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melakukan observasi ke Museum Sumenep secara langsung dikarenakan Museum ditutup sementara.
3. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melihat secara langsung bagaimana pihak Museum dalam melayani pengunjung yang datang.

5.3 Saran

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian masih ada kekurangan dan kurang sempurna, sehingga peneliti memberikan saran kepada pihak yang akan memiliki kepentingan dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan apabila meneliti pemasaran di Museum Sumenep agar mencari sebanyak-banyaknya literatur buku mengenai pemasaran Syariah agar peneliti selanjutnya memahami benar tentang konsep pemasaran Syariah dan bisa menerapkan pemasaran Syariah tersebut dan juga agar peneliti tidak mengalami kesulitan yang cukup serius
2. Bagi pengelola Museum Sumenep diharapkan pihak Museum Sumenep dapat mempertahankan dan meningkatkan pemasaran berdasarkan prinsip Syariah untuk meningkatkan kunjungan Museum Sebagai wisata Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari informan ataupun narasumber jauh-jauh hari dan menanyakan apakah bersedia diwawancarai dan membuat jadwal pertemuan sebelumnya dikarenakan narasumber yang memiliki kesibukan sendiri.

5.0 DAFTAR INFORMAN UNTUK TRIANGULASI SUMBER DATA

PENDEKATAN SYARIAH	ASPEK SYARIAH DALAM BISNIS	PERTANYAAN UMUM BAGI INFORMAN	INFORMAN UNTUK TRIANGULASI SUMBER DATA
<p><i>Rabbaniyah</i> (Ketuhanan) keyakinan yang bulat dari seorang muslim untuk berbisnis secara baik dan jujur, dan tidak merugikan orang lain</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran yang tidak mengarah kedalam Kebathilan 2. Masalah yang diharapkan selain keuntungan yang diperoleh dari pemasaran. 3. Kejujuran dalam proses pemasaran. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pengelola telah mempertimbangkan budaya yang kuat dengan ajaran Islam sehingga dalam memasarkan Museum dapat dikunjungi masyarakat? 2. Apa yang telah dilakukan pengelola Museum untuk memprioritaskan Museum agar dikunjungi masyarakat? 	<p>1,2 ➡ Pengelola Museum, Pegawai</p>
<p><i>Akhlakiyah</i> (etika&moral) suatu pendekatan dalam bisnis Islam dimana terdapat nilai-nilai yang sejalan dengan sifat rasul yaitu <i>siddiq, amanah, tablig, fatonah</i>.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengedepankan kejujuran (<i>shiddiq</i>) 2. Membangun kepercayaan pengunjung (<i>amanah</i>) 3. Menyampaikan sesuatu dengan jujur kepada pengunjung (<i>tabligh</i>) 4. Memiliki cara agar pengunjung tertarik datang ke museum (<i>fatonah</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pihak Museum menyampaikan fakta-fakta sebenarnya tentang sejarah dan nilai-nilai kerajaan Sumenep/tidak diada-adakan? 2. Bagaimana pendekatan yang dilakukan pihak Museum untuk menarik masyarakat dalam berkunjung? Melihat dari masyarakat Sumenep, pengunjung dan masyarakat luar Madura? 	<p>1,2 ➡ Pengelola Museum, Pegawai</p>
<p><i>Al-Wakiyah</i> (fleksibel) Saling menjaga antar sesama dan mengedepankan hal-hal yang realistis</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realistis dan fleksibel yang sesuai dengan ketentuan. 2. Mendapatkan kepercayaan dari pengunjung 3. Menerapkan etika yang baik dan sesuai dengan syar'i. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dilakukan pihak Sumenep agar mendapatkan kesan yang baik dari masyarakat pengunjung? 2. Bagaimana nilai etika yang ditunjukkan kepada pengunjung berupa: <ul style="list-style-type: none"> - Adil kepada pengunjung - Bersikap baik kepada semua pengunjung 	<p>1,2,3 ➡ Pengelola Museum, Pegawai</p>

<p>dan fleksibel sehingga etika Islam dan hubungan baik antar sesama terjaga.</p>		<p>3. Pihak museum menghargai diri sendiri di hadapan pengunjung.</p>	
<p><i>Insaniyyah</i> (kemaslahatan) adalah pendekatan dalam bisnis Islam dimana terdapat nilai nilai saling menghormati dan menghargai perbedaan status, suku dan kebangsaan agar terhindar dari keserakahan dan rasis antar sesama.</p>	<p>1. Menghilangkan rasisme dan mengedepankan kemanusiaan. 2. Melakukan Zakat, Infaq dan shodaqoh dari hasil yang didapat.</p>	<p>1. Bagaimana pihak Museum menyikapi heterogenitas keberagaman pengunjung antara lain: - Suku, ras - Agama - Status social 2. Bagaimana Museum melakukan derma shodaqoh dan sejenisnya</p>	<p>1,2 → Pengelola Museum, Pegawai</p>

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Surah Ar-Rum Ayat 42

Al-Qur'an Surah Ali-Imran Ayat 137

Al-Qur'an Surah Al-Zalzalah Ayat 7-8

Al-Qur'an Surah Al-Ahzab Ayat 21

Asmara, Dedi. 2019. "Peran Museum Dalam Pembelajaran Sejarah." *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora* 2(1):10–20.

Battour, Mohd., & Mohd Nazari Ismail. 2016. "Concepts, Practises, Challanges and Future. Tourism Management Perspectives." *Halal Tourism* 19:50–54.

Battour, Mohamed M., Moustafa M. Battor., & Mohd Ismail. 2012. "The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 29(3):79–97.

Battour, Mohamed M., Mohd Nazari Ismail & Moustafa Battor. 2010. "Toward a Halal Tourism Market." *Tourism Analysis* 15(4):61–70.

Bhuiyan, Md Anowar Hossain., Chamhuri Siwar., Shaharuddin Mohamad Ismail., & Rabiul Islam. 2011. "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region." *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 5(6):33–40.

Bungin, Burhan.(2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.

Chusnul, Muali., & Khoirun Nisa. 2019. "Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5(2):68–85.

Gary, Armstrong., & Kotler Philip. (2014). *Princeples of Marketing*.

Hamdan, Haskenna., Zuraini Mat Isa., Normala Abu., & Kamaruzaman Jusoff. 2013. "Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products." *Journal of Food Products Marketing* 19(1):54–61.

Hermanto. 2019. "Budaya Literasi ; Studi Atas Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong "ج ل خ". *Jurnal Kependidikan* 11(September):75–94.

- Imron, Much., Agung Dwi Arianto Nugraha., & Purwo Wibowo Adi. 2011. "Analisis Pengaruh Orientasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Museum." 2011(Semantik):1-7.
- Jafari, Jafer., & Noel Scott. 2014. "Muslim World and Its Tourisms." *Annals of Tourism Research* 44(1):1-19.
- Jannah, Noor Fathul., Sugandi., & Fareis Athalets. 2018. "Strategi Media Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Daya Tarik Wisata Rumah Ulin Arya." *EJournal Ilmu Komunikasi* 6(1):28-40.
- Juwita, Ida. 2015. "Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung." 60-74.
- Kamaruddin. 2017. "Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam." *LAA MAISYIR* 4:14.
- Kertaja, Hermawan., & Sakir Muhammad Sula. 2008. *Syari'ah Marketing*.
- Kreps, & Cristina. 2008. "Appropriate Museology in Theory and Practise." *Museum Management and Curatorship* 23:23-41.
- Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Moleong, L J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Nugraha, I. Gede Putra., & Made Dian Putri Agustina. 2020. "Strategi Pemasaran Museum Buleleng Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan." 2(2):1-8.
- Nurul, Mubarak., & Maldina Yolanda Eriza. 2017. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista." *I-Economics* 3(1):73-92.
- Pradana, Andik. 2020. "Startegi Pemasaran Museum Dengan Pendekatan Value Innovation: Studi Kasus Pada Museum Angkut Kota Batu."
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*.
- Triono, Suryo., & Tunggal, Cahyani Sari. 2017. "Efektivitas Strategi Pemasaran Online Bagi Museum Kraton Kasunanan Surakarta." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 1(1):51-66.
- Vira, Nurfaiza., & Fikriyah Khusnul. 2020. "Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah." *Ekonomika Dan Bisnis Islami* 3:82-95.