

ANALISIS SWOT STRATEGI PENGELOLAAN MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KAWASAN KOTA TUA JAKARTA

Sabrina Bunga Andira¹, Kristiawan², Ni Wayan Herawathi³

Prodi Arkeologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana

sbungandira@gmail.com^{1*} / kristiawan@unud.ac.id² / niwayanherawathi@gmail.com³

**Corresponding Author*

ABSTRAK

Museum Seni Rupa dan Keramik merupakan salah satu dari tempat bersejarah yang berlokasi di Kawasan Kota Tua Jakarta. Bangunan museum mengalami perubahan fungsi dari periode penjajahan kolonial Belanda hingga sekarang. Sayangnya, masih ditemukan kekurangan dalam kegiatan pengelolaan museum, dimulai dari kurangnya jumlah fasilitas, permasalahan papan informasi museum, ketiadaan ruang konservasi dan ruang bermain anak, hingga permasalahan kegiatan promosi dan edukasi museum yang disebabkan oleh kurangnya tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik serta dampaknya. Fokus penelitian ini adalah permasalahan yang didapat dari pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik. Teori yang digunakan adalah teori manajemen museum. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Seni Rupa dan Keramik memiliki tenaga kerja yang bersertifikasi. Selain itu, masih ditemukan kekurangan serta tantangan dalam pengelolaan museum. Museum perlu mengkaji ulang kegiatan pengelolaan museum yang sedang berlangsung. Dengan implementasi saran ini, maka dapat memberi dampak positif untuk keberlangsungan Museum Seni Rupa dan Keramik, yaitu dapat menjadi museum yang mengedukasi serta menjadi daya tarik wisata di kawasan Kota Tua Jakarta.

Kata kunci: strategi pengelolaan, Museum Seni Rupa dan Keramik, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Menurut Pasal 18 Ayat (2) UU Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya menyebutkan bahwa museum sebagaimana yang dimaksud pada Ayat (1) merupakan lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi berupa benda, bangunan, dan/atau struktur yang telah ditetapkan sebagai Cagar Budaya atau yang bukan Cagar Budaya, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Menurut Pasal 1 Nomor 1 Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Museum dengan segala keunikannya, baik berdasarkan koleksi yang dimiliki atau bangunan museum

bernilai sejarah, juga menjadi suatu keunikan yang dapat menjadi daya tarik suatu wisata suatu daerah.

Terdapat kurang lebih 64 museum tersebar dan berperan sebagai lembaga pelestari dan edukasi budaya di DKI Jakarta (Mawar & Djahur, 2025, p. 221). Salah satu museum yang berada di DKI Jakarta ini adalah Museum Seni Rupa dan Keramik. Museum Seni Rupa dan Keramik berlokasi di Jalan Pos Kota Nomor 2, Kelurahan Pinangsia, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Bangunan museum yang difungsikan sebagai Museum Seni Rupa dan Keramik sekarang, dahulu difungsikan sebagai Lembaga Peradilan Belanda di Batavia, atau nama lainnya adalah *Raad van Justice Binnen Het Casteel Batavia*. Gedung lembaga peradilan ini juga sempat dijadikan Asrama NMM (*Nederlandsche Mission Militer*), gudang logistik, Kantor Dinas Walikota Jakarta Barat, Kantor Dinas Museum dan Sejarah DKI Jakarta, serta Gedung Balai Seni Rupa. Berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 0128/M/1988 dan SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 475/1993 telah ditetapkan sebagai Bangunan Cagar Budaya.

Pengelolaan museum menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan guna menjaga keberadaan dan keberlangsungan museum (Krisdayanthi dkk., 2023, p. 348). Seperti yang tertera di dalam Pasal 1 Nomor 12 Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum, menjelaskan bahwa pengelolaan museum adalah upaya terpadu melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi melalui kebijakan pengaturan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat.

Pengelolaan yang dilakukan oleh Museum Seni Rupa dan Keramik masih dianggap kurang, baik dari kurangnya beberapa fasilitas museum hingga kurangnya promosi atau publikasi. Strategi pengelolaan yang terbaru diperlukan oleh Museum Seni rupa dan Keramik agar membawa dampak positif bagi pihak pengelola museum serta wisatawan yang berkunjung ke Museum Seni Rupa dan Keramik.

METODE

Penelitian ini menggunakan penalaran induktif, dari pengumpulan data, analisis data, hingga interpretasi data. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini penulis melakukan

wawancara secara langsung dengan Bapak Uus Ustandi (Ketua Satuan Pelaksana Pelayanan Museum Seni Rupa dan Keramik), Ibu Intan Cahyanita (Pamong Budaya Ahli Pertama), dan Ibu Yuar Yatami (Staf Humas media sosial *Instagram* Museum Seni Rupa dan Keramik). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah dan menginterpretasikan data adalah analisis SWOT.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yaitu sebuah analisis berdasarkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Analisis ini merupakan suatu metode analisis yang berfokus kepada identifikasi faktor-faktor tertentu yang berkontribusi dalam pembentukan strategi organisasi, perusahaan, atau lembaga (Mukhlisin & Pasaribu, 2020, p. 34). Faktor *strengths* merupakan keunggulan yang dimiliki suatu objek penelitian, *weakness* adalah kekurangan yang dimiliki suatu objek penelitian, *opportunity* adalah kondisi luar lingkungan objek penelitian yang memiliki sifat menguntungkan bagi objek penelitian, dan *threats* merupakan kondisi eksternal yang berpotensi mengganggu objek penelitian terkait penelitian (Putri dkk, 2022, p. 126).

Penggunaan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi strategi yang memungkinkan untuk dilakukan, dengan memanfaatkan peluang yang ada menggunakan kekuatan yang dimiliki, serta memperbaiki kelemahan yang ada untuk mengatasi ancaman yang akan datang dalam proses pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik sebagai daya tarik wisata. Penelitian ini menggunakan tabel kuadran SWOT yang juga dapat disebut dengan analisis matriks SWOT. Penggunaan analisis SWOT, strategi pengelolaan dapat dirumuskan secara lebih terarah dan terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori manajemen yang digagas oleh George R. Terry. Teori manajemen yang dikemukakan oleh Terry (2008) menjelaskan bahwa terdapat 4 prinsip manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Muliadi & Suryasih (2016) juga menjelaskan bahwa terdapat 4 tahapan upaya pengelolaan museum yaitu tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Manajemen dalam bidang permuseuman berfokus pada alasan keberadaan museum, target atau sasaran

yang ingin dicapai, serta upaya efektif untuk merealisasikan sasaran tersebut (Tim Penulis, 2012, p. 31).

1. Strategi Pengelolaan

a. Perencanaan (*Planning*)

Museum Seni Rupa dan Keramik berupaya untuk melestarikan benda-benda koleksi yang dimilikinya. Pelestarian yang dilakukan oleh Museum Seni Rupa dan Keramik tidak hanya bertujuan semata-mata untuk menjaga koleksi saja, namun juga berupaya untuk melestarikan nilai sejarah, budaya, dan seni yang terdapat dalam koleksinya. Museum Seni Rupa dan Keramik menggunakan media sosial yang dimiliki sebagai *platform* untuk melakukan kegiatan promosi dan edukasi kepada masyarakat.

Tahapan perencanaan yang dirancang oleh Museum Seni Rupa dan Keramik sudah baik. Museum Seni Rupa dan Keramik ingin memanfaatkan platform media sosialnya untuk membantu mempromosikan dan mengedukasi masyarakat terkait koleksi-koleksi yang dimiliki. Hal ini akan memberikan dampak positif berupa nilai sejarah, budaya, dan seni yang terkandung dalam koleksi yang dipamerkan dapat terlestarikan.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Agar segala pekerjaan dapat selesai dengan baik dan sesuai dengan yang direncanakan, maka perlu diadakan pembagian tugas. Tenaga kerja yang dimiliki oleh Museum Seni Rupa dan Keramik adalah orang yang berkeahlian di dalam bidangnya, dan bekerja sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing. Semua tenaga kerja yang dimiliki, baik tenaga kurator, tenaga edukator, dan tenaga tata pameran Museum Seni Rupa dan Keramik semuanya sudah bersertifikasi.

Hasil wawancara dengan Ibu Intan Cahyanita bahwa tenaga kerja yang dimiliki oleh Museum Seni Rupa dan Keramik sudah lengkap, baik dari tenaga kurator, konservator, registrasi, humas, dan tata pameran. Tenaga kerja yang merupakan ASN (Aparatur Sipil Negara) berjumlah 9 orang. Selain tenaga kerja ASN, tenaga kerja yang dimiliki oleh museum diberi pelatihan khusus. Walaupun *background* pendidikan tidak relevan dengan tugasnya di museum, diikutkan pelatihan khusus.

Tahapan pengorganisasian yang dilakukan oleh Museum Seni Rupa dan Keramik sudah bagus. Semua tenaga kerja yang dimiliki oleh Museum Seni Rupa dan Keramik sudah bersertifikasi serta sudah bekerja sesuai di dalam masing-masing bidang

keahliannya. Tenaga kerja yang merupakan ASN memang berjumlah sedikit, namun tenaga kerja lain (non ASN) sudah diberikan pelatihan khusus untuk dapat menjalani tugasnya sebagai tenaga kerja Museum Seni Rupa dan Keramik.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Museum Seni Rupa dan Keramik melakukan perawatan koleksi museum sebagai upaya mencegah kerusakan dan mencegah kerusakan berlebih yang sudah ada pada koleksi. Museum Seni Rupa dan Keramik juga melakukan perawatan koleksi dengan menyimpan koleksi yang tidak dipamerkan di dalam ruang penyimpanan.

Hasil wawancara dengan Ibu Intan Cahyanita, lembaga yang berperan penting dalam pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik adalah Unit Pengelola Museum Seni. Mulai dari pelaksanaan, pengelolaan (perawatan koleksi dan gedung) serta pelayanan sudah terlaksana secara rutin. Museum juga memiliki tantangan dalam mengelola museum sebagai daya tarik wisata, tantangan tersebut disebabkan oleh status bangunan sebagai Bangunan Cagar Budaya. Tata pameran, koleksi, serta pencahayaan sudah ditata sedemikian mungkin sesuai dengan standar atau peraturan yang berlaku dan aspek ini juga yang membuat pihak museum kesulitan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Uus Ustandi, kendala yang dihadapi oleh Museum Seni Rupa dan Keramik adalah pengembangan, yang berkaitan dengan luas tanah terbatas serta status Bangunan Cagar Budaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Intan Cahyanita juga, Museum Seni Rupa dan Keramik mengadakan pameran temporer yang dilaksanakan 1 tahun sekali serta mengadakan *workshop (pottery class)* yang kemudian menjadi program tetap museum. Museum juga mengadakan kerja sama dengan komunitas-komunitas seniman untuk menyelenggarakan pameran temporer. Setelah pandemi, Museum Seni Rupa dan Keramik aktif menggunakan media sosialnya (terlebih *Instagram*) sebagai *platform* untuk promosi dan edukasi. Selain penggunaan media sosial sebagai upaya promosi museum, Museum Seni Rupa dan Keramik juga mengikuti kerjasama pameran (dengan peminjaman koleksi), dengan contohnya adalah saat kerjasama dengan pihak *National Gallery Singapore*. Dalam wawancara ini juga bahwa semua tenaga kerja yang dimiliki Museum Seni Rupa dan Keramik sudah lengkap dan berstatus aktif, selalu melaksanakan perawatan koleksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Uus Ustandi, pihak Museum Seni Rupa dan Keramik melakukan upaya pengembangan dengan jumlah koleksi lukisan ± 450 (termasuk koleksi lukisan maestro) dikembangkan lagi dengan melakukan pembelian. Museum Seni Rupa dan Keramik memiliki setiap koleksi keramik Nusantara dari setiap sentra atau tempat pembuatan keramik di Indonesia. Untuk upaya promosi museum, yaitu melalui pelaksanaan pameran dan dengan menggunakan media sosial untuk mengunggah konten promosi. Untuk upaya pelestarian museum, pihak Museum Seni Rupa dan Keramik merawat koleksi (secara preventif yang dilakukan di Museum Seni Rupa dan Keramik sendiri), dan jika terdapat kerusakan yang berat dikelola oleh Pusat Konservasi Cagar Budaya (PKCB). Saat Museum Seni Rupa dan Keramik melakukan perawatan atau renovasi menyesuaikan dengan aturan atau ketentuan yang berlaku (mengacu kepada UU Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan PP Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum).

Hasil wawancara dengan Ibu Yuar Yatami memberikan jawaban bahwa pihak Museum Seni Rupa dan Keramik belum merencanakan secara matang untuk memperluas promosi melalui media sosial lain atau *platform* lain, ini disebabkan oleh sumber daya manusia yang terbatas. Pihak museum lebih fokus untuk melakukan promosi dan edukasi di media sosial *Instagram*. Namun, terdapat peluang untuk memperluas jangkauan promosi melalui media sosial atau *platform* lainnya.

Pada web Mitra Museum Jakarta juga sudah disediakan *e-catalog* untuk dapat mengakses koleksi museum secara *online*. Selain itu, Museum Seni Rupa dan Keramik juga memberikan fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung (toilet, musala, ruang perpustakaan, koperasi, ruang kesehatan dan laktasi).

Tahapan ini sudah dilaksanakan dengan sebaik mungkin oleh pihak museum. Perawatan koleksi yang dilakukan Museum Seni Rupa dan Keramik tentunya dilakukan menggunakan tenaga kerja yang berkeahlian dalam bidangnya. Tenaga edukator dan tata pameran museum juga sudah menjalankan tugasnya. Namun, tenaga kerja museum yang mengelola media sosial, harus mengaktifkan lagi media sosial yang dimiliki, seperti *YouTube*, *X*, dan *TikTok*. Penyediaan *e-catalog* pada web Mitra Museum Jakarta tidak bisa diakses, padahal kesediaan *e-catalog* ini dapat mempermudah masyarakat untuk dapat melihat koleksi.

Ketiga media sosial yang dimiliki Museum Seni Rupa dan Keramik ini terakhir aktif atau terakhir mengunggah konten sekitar 1-2 tahun yang lalu. Akun *X* (@museum_keramikjkt) terakhir mengunggah pada November 2023 lalu, akun *TikTok* (@museum_keramikjkt) terakhir mengunggah pada Juni 2024 lalu, akun *YouTube* (Museum Seni Rupa dan Keramik/@museumsenirupadankeramik7671) terakhir pada Desember 2023 lalu. Penyediaan *e-catalog* pada web Mitra Museum Jakarta tidak bisa diakses, muncul keterangan *error* (lihat foto 1), serta tidak ada katalog koleksi Museum Seni Rupa dan Keramik. Penyediaan *e-catalog* ini dapat mempermudah masyarakat untuk dapat melihat koleksi.

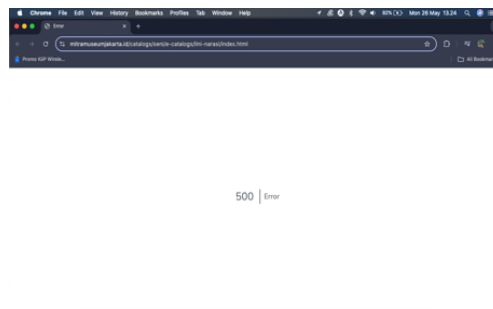


Foto 1. Tampilan *E-Catalog*
(Dokumentasi: Penulis, 2025)

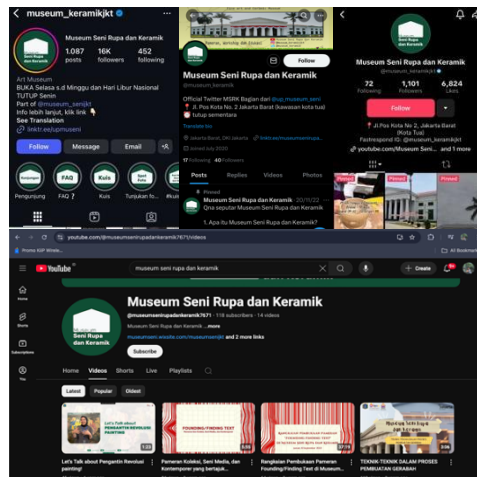


Foto 2. Akun Media Sosial Museum Seni Rupa dan Keramik
(Dokumentasi: Penulis, 2025)

d. Pengawasan (*controlling*)

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Uus Ustandi, Museum Seni Rupa dan Keramik dikelola oleh Unit Pengelola Museum Seni dengan Sri Kusumawati sebagai Kepala Unit Pengelola Museum Seni. Museum Seni Rupa dan Keramik adalah suatu museum yang dimiliki oleh Pemda DKI Jakarta dengan Dinas Kebudayaan DKI Jakarta

sebagai suatu lembaga yang bertugas untuk mengawasi semua proses pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Intan Cahyanita, Dinas Kebudayaan DKI Jakarta merupakan instansi yang melakukan pengawasan atau pengontrolan terhadap Museum Seni Rupa dan Keramik. Kepemilikan museum secara administrasi dimiliki oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta, yaitu Dinas Kebudayaan DKI Jakarta. Pihak Dinas Kebudayaan DKI Jakarta merupakan instansi yang mengawasi seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pihak Unit Pengelola Museum Seni dalam kurun waktu 1 tahun. Tiap ruang pameran Museum Seni Rupa dan Keramik sudah dilengkapi dengan *CCTV*, alat pendeteksi asap, alat pengatur kestabilan suhu, alat pengukur kelembaban ruangan, serta lampu-lampu yang terpasang sudah sesuai dengan standar untuk koleksi seni. Pihak museum memiliki agenda tahunan, yaitu selalu melakukan pengawasan dan pemeliharaan koleksi di museum.

Tahapan pengawasan yang dijalankan oleh Museum Seni Rupa dan Keramik masih terdapat kekurangan. Museum Seni Rupa dan Keramik dikelola oleh UP Museum Seni dan Museum Seni Rupa dan Keramik adalah suatu museum yang dimiliki oleh Pemda DKI Jakarta dengan Dinas Kebudayaan DKI Jakarta sebagai lembaga pengawas. Banyaknya kesalahan, kekurangan, serta tantangan yang dialami dalam mengelola museum membuat pihak Unit Pengelola Museum Seni harus lebih teliti dalam mengkaji ulang pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik.

2. Analisis SWOT

Perlu mengetahui faktor internal dan eksternal terlebih dahulu. Faktor internal tentunya berasal dari lingkungan internal dan faktor eksternal berasal dari lingkungan eksternal. Faktor *strengths* dan *weakness* termasuk ke dalam lingkungan internal Museum Seni Rupa dan Keramik, sedangkan faktor *opportunities* dan *threats* termasuk ke dalam lingkungan eksternal Museum Seni Rupa dan Keramik. Setelah mengetahui kedua faktor tersebut, maka dapat menjabarkannya ke dalam tabel kuadran SWOT. Analisis SWOT dapat diilustrasikan dalam tabel kuadran SWOT (Mukhlisin & Pasaribu, 2020, p. 35).

Tabel 2.1 Analisis Matriks SWOT

Eksternal Internal	<i>Oppurtunities</i> /Peluang	<i>Threats</i> /Ancaman
<i>Strengths</i> /kekuatan	SO=(maks-maks), strategi memanfaatkan secara maksimal faktor (S) dan (O)	ST= (maks-min), strategi memanfaatkan (S) secara maksimal agar (T) terminimalisir
<i>Weaknesses</i> /kelemahan	WO= (min-maks), strategi mengurangi (W) agar dapat memanfaatkan (O) secara maksimal	WT= (min-min) mengurangi kelemahan internal (W) dan mengurangi eksternal (T)

Tabel 2.2 Pengaplikasian Analisis SWOT

Eksternal Internal		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aksesibilitas 2. Lokasi strategis 3. Media informasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi 2. Museum atau bangunan bersejarah sebagai ancaman 3. Status Bangunan Cagar Budaya
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. SDM bersertifikasi 3. Koleksi seni rupa yang beragam 4. Bangunan museum berstatus sebagai Bangunan Cagar Budaya 5. Fasilitas lengkap 6. Memiliki nilai sejarah, budaya, dan estetika 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun strategi pemasaran serta publikasi dengan memanfaatkan media sosial 2. Meningkatkan kualitas SDM (tenaga kerja) dan fasilitas museum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan promosi dan edukasi melalui media sosial 2. Penyediaan sarana dan prasarana terbaru 3. Meningkatkan keamanan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang SDM 2. Label koleksi 3. Kurangnya promosi 4. <i>E-catalog</i> belum lengkap 5. Informasi tata letak museum 6. Fasilitas museum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah SDM (tenaga kerja) 2. Meningkatkan promosi dan edukasi museum 3. Melengkapi serta memperbarui <i>e-catalog</i> 4. Meningkatkan kualitas fasilitas museum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan fasilitas dengan efektif 2. Pemeliharaan fasilitas secara berkala 3. Segala aktifitas mengikuti standar dan peraturan yang berlaku

a. Strategi SO

Museum Seni Rupa dan Keramik harus menyusun strategi pemasaran dan publikasi dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki. Pihak museum dapat mengaktifkan kembali media sosial yang sudah lama tidak dipakai untuk mengunggah konten untuk publikasi dan promosi serta edukasi. Museum Seni Rupa dan Keramik dapat kembali mengunggah konten-konten berbasis edukasi di media sosial yang tidak aktif tersebut. Konten yang dapat diunggah di media sosial tersebut dapat mengandung informasi lokasi strategis (berada di tempat wisata bersejarah) mudah untuk dapat diakses menggunakan transportasi umum ataupun pribadi, serta menonjolkan nilai sejarah, budaya, serta estetika yang terkandung di Museum Seni Rupa dan Keramik, baik dari gedung museum yang memiliki status sebagai Bangunan Cagar Budaya atau koleksi museum yang dipamerkan.

Museum Seni Rupa dan Keramik dapat menerapkan penggunaan *QR code* kepada semua label koleksi museum yang dipamerkan. Penggunaan *QR code* pada semua koleksi yang dipamerkan dapat mempermudah pengunjung untuk dapat mengakses informasi sebuah koleksi. Pihak Museum Seni Rupa dan Keramik selanjutnya melengkapi dan memperbaiki *e-catalog* guna mempermudah mengakses *database* koleksi museum via *online*.

Tenaga kerja yang dimiliki oleh Museum Seni Rupa dan Keramik dapat ditingkatkan lagi kualitasnya, baik dengan menambah tenaga kerja atau meningkatkan lagi kualitas tenaga kerja yang sudah ada melalui pelatihan-pelatihan khusus. Peningkatan tenaga kerja museum ini bermanfaat untuk kelangsungan jalannya museum dalam sehari-hari.

b. Strategi ST

Museum Seni Rupa dan Keramik dapat memaksimalkan penggunaan media sosialnya sebagai *platform* promosi dan edukasi. Tentunya konten yang diunggah dapat mengikuti tren yang sedang berkembang agar dapat menarik banyak pengunjung serta bersaing dengan tempat bersejarah atau museum lainnya.

Museum Seni Rupa dan Keramik dapat melakukan pembaruan sarana dan prasarana. Pembaruan sarana dan prasarana ini didalamnya juga termasuk dengan peningkatan keamanan museum, baik dengan menambah fasilitas *CCTV*,

menambah APAR, menambah larangan untuk makan dan minum di dalam ruang pameran koleksi, ataupun menambah papan informasi berbentuk larangan lain.

c. Strategi WO

Koleksi yang dipamerkan tidak semuanya memiliki deskripsi yang lengkap pada label koleksinya, maka dari itu perlu pembaruan label koleksi dengan menambah informasi deskripsi pada label tersebut. Fasilitas *pottery class* yang kurang banyak mengakibatkan pengunjung antre lama, maka dari itu Museum Seni Rupa dan Keramik harus memperbanyak fasilitas *pottery class* demi keberlangsungan kegiatan praktik membuat keramik dan kenyamanan pengunjung. Konten-konten yang ditampilkan di ruang imersif harus dibuat lebih beragam dan edukatif, ini dapat membuat ruang imersif lebih menarik untuk dikunjungi.

Penambahan SDM (tenaga kerja) perlu dilakukan, terlebih tenaga kerja untuk memegang media sosial lain (*X* atau *Twitter*, *TikTok*, *YouTube*). Dengan penambahan tenaga kerja, pelaksanaan kegiatan promosi dan edukasi serta publikasi museum dapat terlaksana dengan maksimal, hal ini akan membawa dampak yang lebih baik bagi Museum Seni Rupa dan Keramik.

Pembaruan dan perbaikan *e-catalog* Museum Seni Rupa dan Keramik pada web Mitra Museum Jakarta harus segera diperbaiki dan dilengkapi. Dengan adanya pendataan koleksi museum berbasis digital dalam web tersebut akan mempermudah masyarakat menggali informasi mengenai koleksi Museum Seni Rupa dan Keramik.

d. Strategi WT

Fasilitas museum yang mengancam dan dapat menyebabkan kerusakan koleksi dapat dikurangi. Untuk koleksi yang di simpan di luar vitrin, sebaiknya dibuatkan tempat khusus yang layak. Tentunya penambahan tempat ini juga harus sesuai dengan peraturan dan standar yang berlaku.

Saat melakukan observasi, pada papan informasi tata letak museum dan papan petunjuk arah terdapat kekeliruan informasi, yaitu pada papan tata letak ruangan terdapat ruang konservasi dan ruang bermain anak, sedangkan pada papan petunjuk arah tidak ada keterangan dua ruangan tersebut. Berdasarkan hasil observasi, ruangan konservasi dan ruang bermain anak tidak ditemukan dalam museum. Pembaruan fasilitas-fasilitas museum yang sudah rusak dan kurang memadai harus dilakukan agar

meminimalisir kerusakan serta kesalahan penyebaran informasi kepada pengunjung museum, serta dapat memperindah fasilitas yang sudah ada.

Pemeliharaan fasilitas tidak hanya mencakup perawatan fisik sarana prasarana, tetapi juga merupakan bagian dari pemeliharaan museum secara keseluruhan. Segala aktifitas yang dilakukan oleh pihak Museum Seni Rupa dan Keramik, dimulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, harus mengikuti standar dan regulasi atau peraturan yang berlaku, yaitu Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, menyatakan bahwa Museum Seni Rupa dan Keramik sudah melakukan tahapan upaya pengelolaan museum, namun masih ditemukan tahapan yang belum terlaksana secara optimal atau maksimal. Masih banyak ditemukan kekurangan yang dimiliki oleh Museum Seni Rupa dan Keramik dalam hal pengelolaan museum.

Penulis akan memberikan rekomendasi berkaitan dengan analisis SWOT dari strategi pengelolaan Museum Seni Rupa dan Keramik, rekomendasi yang dapat diberikan adalah Museum Seni Rupa dan Keramik harus melakukan perbaruan fasilitas museum yang kurang memadai. Selain fasilitas fisik yang berada di museum, Museum Seni Rupa dan Keramik juga harus mengoptimalkan penggunaan media sosial yang dimiliki sebagai *platform* untuk melakukan promosi dan edukasi disertai penambahan tenaga kerja untuk penanggung jawab media sosial tersebut. Media sosial yang sudah lama tidak aktif dapat diaktifkan lagi, mengunggah konten dengan semenarik mungkin, agar kegiatan promosi dan edukasi dapat terlaksana secara optimal. Bagian *e-catalog* Museum Seni Rupa dan Keramik pada web Mitra Museum Jakarta juga harus dibenahi lagi, guna mempermudah mengakses informasi koleksi via *online*.

Daftar Pustaka

Krisdayanthi, A., Darma, I.G.K.I.P., dan Meliana, N.M.D. 2023. Pengelolaan Museum Rudana Sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Peliatan Kecamatan Ubud Kabupaten Gianyar. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), hlm. 345-357

- Mas'ud, Z. 2013. Nilai Penting Pengelolaan Koleksi di UPTD Museum Negeri Provinsi Papua. *Jurnal Penelitian Arkeologi Papua*, 5(1), hlm. 77-90
- Mawar, C., & Djamhur, I. G. 2025. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Jakarta, Indonesia.
- Mukhlisin, A., dan Pasaribu, M.H. 2020. Analisis SWOT Dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), hlm 33-44
- Muliadi, I.N., dan Suryasih, I.A. 2016. Pengelolaan Museum Arma Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di Desa Ubud. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(2), hlm. 58-62
- Pemerintah Indonesia. 2010. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010, No. 130. Jakarta: Sekretariat Negara
- _____. 2015. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015, No. 195. Jakarta: Sekretariat Negara
- Tim Penulis. 2012. *Mengenal Manajemen Museum*. Jakarta: Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman
- Terry, G.R. 2008. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara