

## Analisis Strategi Tows Matriks untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung pada Wisata Edukasi Museum Geologi Kota Bandung

*Strategy Analysis Tows Matrix To Increase Number Visitors To Geological Museum Educational Tourism Bandung City*

Fatmawati Sutono Putri<sup>1</sup>, wardana S.Pd.,M.M<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Fatmawati Sutono Putri1, email: [fatmawati10121428@digitechuniversity.ac.id](mailto:fatmawati10121428@digitechuniversity.ac.id)

### Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 29/07/2025

Diterima: 29/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Strategi TOWS, Museum, analisis SWOT.

### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi TOWS dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada wisata edukasi Museum Geologi Bandung. Museum Geologi merupakan destinasi wisata edukasi yang memiliki nilai historis dan ilmiah tinggi, namun dalam beberapa tahun terakhir mengalami fluktuasi jumlah kunjungan secara signifikan. Fenomena ini menjadi perhatian penting karena berdampak pada efektivitas fungsi museum sebagai pusat pembelajaran dan konservasi informasi geologi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Proses analisis dilakukan melalui matriks TOWS yang mengintegrasikan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) guna merumuskan strategi yang sesuai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Geologi Bandung dapat mengoptimalkan kekuatannya seperti koleksi unik dan status sebagai bangunan cagar budaya, serta memanfaatkan peluang eksternal berupa meningkatnya minat terhadap wisata edukatif. Strategi yang dihasilkan meliputi modernisasi fasilitas berbasis teknologi, diversifikasi program edukatif, penguatan promosi digital, dan kerja sama dengan sektor swasta maupun lembaga pendidikan.

### A B S T R A C T

**Keywords:**

TOWS strategy, Museum, SWOT analysis.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

*This study aims to analyze the TOWS strategy in increasing the number of visits to the Bandung Geological Museum educational tour. The Geological Museum is an educational tour destination that has high historical and scientific value, but in recent years the number of visits has fluctuated significantly. This phenomenon is an important concern because it has an impact on the effectiveness of the museum's function as a center for learning and conservation of geological information. This study uses a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The analysis was carried out using the TOWS matrix which combines internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) to formulate the right strategy. The results of the study show that the Bandung Geological Museum can optimize its strengths such as unique collections and status as a cultural heritage building, as well as take advantage of external opportunities in the form of increasing interest in educational tours. The resulting strategies include modernizing technology-based facilities, diversifying educational programs, strengthening digital promotion, and collaborating with the private sector and educational institutions.*

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

## 1. Pendahuluan

Pariwisata termasuk salah satu sektor strategis yang memberikan dampak signifikan terhadap pembangunan suatu negara, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya. Indonesia termasuk negara yang memiliki kekayaan destinasi wisata yang sangat beragam, mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, hingga wisata edukasi. Kota Bandung menjadi salah satu kota utama tujuan wisata di Indonesia yang menawarkan berbagai destinasi menarik, salah satunya wisata edukasi.

Salah satu bentuk wisata edukasi yang menonjol adalah kunjungan ke museum. Museum Geologi Bandung merupakan salah satu destinasi wisata edukatif yang memiliki daya tarik tersendiri, sekaligus menjadi salah satu museum favorit di Kota Bandung. Museum ini dibangun oleh pemerintah kolonial Belanda dan diresmikan pada 16 Mei 1928, dengan tujuan awal untuk melestarikan dan mengelola hasil penelitian geologi serta mengeksplorasi sumber daya alam yang ada di Hindia Belanda. Seiring dengan perubahan rezim kekuasaan dari Belanda ke Jepang, dan akhirnya kepada pemerintahan Indonesia pada 1945, pengelolaan museum dialihkan kepada Djawatan Tambang dan Geologi Republik Indonesia. Museum Geologi memiliki nilai historis, ilmiah, dan edukatif yang tinggi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2015), fungsi museum adalah sebagai lembaga yang melindungi, mengembangkan, memanfaatkan, dan mengomunikasikan koleksi kepada masyarakat. Museum Geologi menyimpan berbagai koleksi penting, seperti fosil, mineral, batuan, serta dokumentasi fenomena geologi yang menjadi pusat pembelajaran bagi pelajar, akademisi, hingga masyarakat umum. Sebagai lembaga edukatif, museum ini juga berperan dalam mengedukasi masyarakat mengenai mitigasi bencana dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan.

Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah kunjungan Museum Geologi menunjukkan adanya fluktuatif yang cukup signifikan. Penurunan jumlah pengunjung tidak hanya berdampak pada museum saja, tetapi juga terhadap sektor pendidikan dan kesadaran publik mengenai ilmu geologi dan konservasi lingkungan. Jika tidak segera diatasi, hal ini dapat melemahkan peran museum sebagai pusat pembelajaran dan penelitian, mengurangi akses masyarakat terhadap informasi ilmiah. Penurunan kunjungan juga berpotensi menurunkan daya saing Museum Geologi sebagai pusat ke ilmuan geologi.

Dalam konteks tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang sistematis dan berbasis analisis untuk mengembangkan potensi museum secara optimal. Salah satu pendekatan strategis yang relevan adalah dengan menggunakan Analisis TOWS, yaitu pengembangan dari analisis SWOT yang tidak hanya mengenali faktor internal dan eksternal, tetapi juga mengkombinasikan ke duannya secara strategis. Menurut (Rangkuti, 2015), analisis TOWS merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan museum menyusun strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, guna menghasilkan solusi yang lebih terarah dan efektif. Nuary dalam (Azhar et al., 2024) menyatakan bahwa dalam menghadapi persaingan, suatu institusi perlu mengenali kekuatan dan kelemahan internal agar dapat memanfaatkan peluang serta meminimalisasi ancaman secara optimal. Dalam konteks Museum Geologi, kekuatan seperti koleksi geologi yang unik dan reputasinya sebagai pusat institusi pendidikan dapat dioptimalkan, bersamaan dengan memanfaatkan peluang eksternal seperti tren wisata edukasi yang terus berkembang serta dukungan pemerintah terhadap pengembangan pariwisata berbasis pengetahuan. Sebaliknya, kelemahan seperti keterbatasan fasilitas interaktif dan kurangnya promosi harus diatasi, termasuk dalam menghadapi tantangan dari destinasi wisata lain yang lebih modern atau kompetitif.

Dengan demikian, penerapan analisis TOWS diyakini dapat membantu Museum Geologi Bandung merumuskan strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan kunjungan wisata edukatif secara berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan pendekatan TOWS Matrix guna meningkatkan jumlah kunjungan pada wisata edukasi Museum Geologi Bandung.

## 2. Kajian Teori

### Strategi

Strategi merupakan rencana terarah yang mencakup pengambilan keputusan, alokasi sumber daya, dan koordinasi tindakan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi (Kenneth, R, 2023). Menurut (Ahmad, 2020), strategi mencerminkan teknik atau rangkaian tindakan sistematis guna mencapai sasaran tertentu. Kacmar (2013) menambahkan bahwa strategi menyatu dalam misi dan tujuan organisasi, mempertimbangkan dinamika kompetisi dan kekuatan eksternal. Dengan demikian, strategi adalah proses perencanaan

komprehensif yang mengintegrasikan kondisi internal dan eksternal dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

### TOWS Matriks

Analisis TOWS adalah pengembangan dari analisis SWOT yang mengutamakan integrasi antara kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Analisis ini bertujuan untuk merumuskan strategi berdasarkan kombinasi faktor-faktor internal dan eksternal secara sistematis (Suratman & Sugiyono, 2022), serta membantu organisasi dalam menyusun strategi bisnis jangka panjang dan pengambilan keputusan yang tepat (Harsojuwono et al., 2024).

Manfaat dari analisis ini adalah untuk mempertahankan kekuatan, memanfaatkan peluang, mengatasi kelemahan, dan menghindari ancaman (Mariantha, 2018). Matriks TOWS menghasilkan empat strategi alternatif: strategi SO (menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), ST (menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), WO (mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), dan WT (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman) (Rangkuti, 2015).

Faktor internal dianalisis melalui matriks IFAS, meliputi aspek SDM, keuangan, pemasaran, dan lainnya (David et al., 2017), sementara faktor eksternal dianalisis melalui EFAS yang mencakup lingkungan makro dan mikro (Robinson Jr & II Pearce, 2013). Kedua analisis ini menjadi dasar formulasi strategi organisasi.

	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Peluang (Opportunity)	Strategi SO Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang yang ada.	Strategi WO Mengurangi kelemahan agar dapat memanfaatkan peluang secara maksimal.
Ancaman (Threats)	Strategi ST Menggunakan kekuatan untuk menghadapi atau mengatasi ancaman.	Strategi WT Mengurangi kelemahan dan sekaligus menghindari ancaman yang mungkin terjadi.

Gambar 1. Analisis Tows

### Wisata Edukasi

Wisata edukasi merupakan bentuk kegiatan wisata yang memiliki tujuan pembelajaran langsung melalui pengalaman. Rodger dalam Maesari et al. (2019) menyatakan bahwa wisata edukasi memberikan pembelajaran kontekstual di tempat wisata. Qonita (2024) menambahkan bahwa wisata edukasi mendukung pemahaman yang mendalam dan motivasi belajar. Di Indonesia, wisata edukasi berkembang pesat dengan berbagai destinasi yang memadukan rekreasi dan pengetahuan, termasuk Museum Geologi Bandung.

### Museum

Museum merupakan institusi permanen nirlaba yang memiliki fungsi perlindungan, pelestarian, penelitian, dan edukasi terhadap koleksi yang bernilai sejarah, budaya, dan ilmu pengetahuan (PP No. 66 Tahun 2015; ICOM). Museum tidak hanya berperan sebagai tempat penyimpanan, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran, pelestarian budaya, dan penelitian ilmiah.

#### Fungsi Museum dan Jenis Museum

Museum memiliki berbagai fungsi penting, antara lain: pusat penyimpanan warisan alam dan budaya, sarana penelitian, edukasi, serta pelestarian sejarah dan identitas budaya masyarakat. Museum diklasifikasikan berdasarkan jenis koleksi, yakni:

1. Museum sejarah
2. Museum ilmu pengetahuan dan teknologi
3. Museum alam
4. Museum seni
5. Museum tematik

Museum Geologi Bandung termasuk dalam kategori museum alam dan ilmu pengetahuan, karena mengoleksi berbagai artefak geologi serta menjadi pusat edukasi kebumian.

### 3. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan yang digunakan bersifat induktif, dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan terkait strategi peningkatan jumlah kunjungan wisata edukasi ke Museum Geologi Bandung melalui analisis TOWS. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Museum Geologi Bandung sebagai institusi penyedia layanan wisata edukasi. Subjek penelitian terdiri dari sembilan informan, yang mencakup satu informan kunci dari pihak internal museum, khususnya bagian informasi dan edukasi, serta delapan informan pendukung dari kalangan pengunjung museum yang dipilih secara purposive.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi penelitian, wawancara mendalam dengan informan yang telah ditentukan, dan dokumentasi berupa arsip kunjungan, publikasi resmi museum, serta materi promosi. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan validitas dan konsistensi data. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer, berupa hasil wawancara dan observasi langsung, serta data sekunder yang berasal dari dokumen, laporan, dan literatur pendukung. Seluruh data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil analisis digunakan untuk merumuskan strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal melalui Matriks TOWS.

### 4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi peningkatan jumlah kunjungan ke Museum Geologi Bandung melalui pendekatan TOWS dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Analisis terhadap faktor-faktor ini mengidentifikasi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan, yang secara komprehensif mempengaruhi keberlanjutan dan daya tarik museum sebagai destinasi wisata edukatif.

#### 1. Faktor Ancaman (*Threats*)

Beberapa kondisi eksternal berpotensi menjadi hambatan signifikan bagi Museum Geologi. Ancaman utama mencakup persaingan dengan destinasi wisata modern yang menawarkan pengalaman interaktif berbasis teknologi seperti virtual reality (VR), wacana pelarangan kegiatan study tour siswa oleh pemerintah daerah, serta risiko bencana alam seperti gempa bumi dan kebakaran yang dapat merusak koleksi penting. Selain itu, potensi terjadinya wabah seperti pandemi COVID-19 di masa depan juga menjadi tantangan besar yang memerlukan sistem mitigasi risiko dan transformasi digital yang adaptif.

#### 2. Faktor Peluang (*Opportunities*)

Museum Geologi memiliki potensi besar untuk berkembang melalui sejumlah peluang eksternal. Peluang tersebut antara lain meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata berbasis edukasi, tingginya apresiasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf museum, serta adanya dukungan dari pemerintah pusat dan daerah melalui pendanaan dan fasilitasi program edukatif. Selain itu, pengembangan merchandise bertema geologi juga membuka peluang ekonomi tambahan serta menjadi media promosi tidak langsung yang efektif.

### 3. Faktor Kelemahan (*Weaknesses*)

Meski memiliki kekuatan, museum juga menghadapi sejumlah keterbatasan internal yang perlu segera diatasi. Kelemahan utama mencakup berkurangnya jam operasional yang masih mengikuti ketentuan masa pandemi, keterbatasan sarana prasarana seperti media interaktif, ruang istirahat, papan informasi, dan lahan parkir, serta keterbatasan anggaran operasional yang berdampak pada lambatnya inovasi dan promosi. Selain itu, kegiatan pemasaran dan kolaborasi eksternal dengan sektor pendidikan maupun industri pariwisata masih belum berjalan maksimal, sehingga membatasi jangkauan dan eksposur museum kepada khalayak luas.

### 4. Faktor Kekuatan Strengths (*Strengths*)

Museum Geologi Bandung memiliki berbagai keunggulan internal yang mendukung perannya sebagai pusat wisata edukasi. Kekuatan utama meliputi status bangunan sebagai cagar budaya yang unik dan memiliki nilai sejarah tinggi, kepemilikan koleksi eksklusif seperti fosil Homo Erectus yang hanya ada satu di dunia, serta jumlah koleksi geologi yang sangat beragam dan bernilai ilmiah. Selain itu, museum memiliki harga tiket yang sangat terjangkau dan lokasi yang strategis di pusat Kota Bandung, yang meningkatkan aksesibilitas dan daya tariknya. Museum juga berkontribusi aktif dalam pembinaan pendirian museum site di berbagai daerah, memperkuat perannya dalam diseminasi pengetahuan geologi secara nasional.

<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merupakan bangunan cagar budaya</li> <li>2. Memiliki koleksi langka yang menjadi satu satunya di dunia</li> <li>3. Memiliki ribuan jenis koleksi</li> <li>4. Harga tiket terjangkau dan berlokasi strategis</li> <li>5. Berkontribusi dalam pembangunan museum site di berbagai daerah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berkurangnya jam operasional</li> <li>2. Keterbatasan sarana dan prasarana</li> <li>3. Keterbatasan anggaran operasional museum</li> <li>4. Pemasaran dan kerja sama belum maksimal</li> </ol>
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan diakui oleh pengunjung</li> <li>2. Dukungan langsung oleh pemerintah pusat dan daerah</li> <li>3. Adanya peningkatan minat masyarakat terhadap wisata edukasi pasca pandemi</li> <li>4. Potensi pengembangan merchandise edukatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjadinya persaingan dengan tempat wisata interaktif dan modern</li> <li>2. Rencana diberlakukan larangan study tour siswa</li> <li>3. Terjadinya peristiwa alam</li> <li>4. Terjadinya wabah penyakit</li> </ol>

Gambar 2. Analisis Tows Museum Geologi

Analisis strategi TOWS matriks menunjukkan bahwa Museum Geologi Bandung memiliki peluang besar untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata edukatif melalui pemanfaatan kekuatan internal dan pengelolaan tantangan eksternal secara strategis. Analisis ini menghasilkan kombinasi strategi SO, WO, ST, dan WT yang dapat diterapkan secara berkelanjutan.

### Formulasi strategi TOWS

#### 5. Strategi Strength – Opportunity (SO)

Strategi SO bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal museum guna meraih peluang eksternal yang tersedia. Beberapa strategi SO yang direkomendasikan adalah:

##### a. Program Tematik Khusus

Museum dapat mengembangkan program kunjungan tematik yang mengangkat kekayaan koleksi geologi yang unik dan bernilai sejarah tinggi. Misalnya, dengan menyajikan narasi khusus

- mengenai fosil Homo Erectus atau sejarah geologi nusantara, program ini dapat menarik minat pengunjung yang mencari pengalaman edukatif yang otentik.
- b. Optimalisasi Merchandise Edukatif  
Museum dapat menciptakan produk-produk merchandise seperti miniatur fosil, buku edukatif, atau aksesoris bertema geologi. Selain menjadi sumber pendapatan tambahan, strategi ini juga menjadi media promosi dan memperluas jangkauan branding museum.
  - c. Pembangunan Museum Site di Daerah  
Melalui dukungan pemerintah, Museum Geologi berperan aktif dalam pengembangan museum site di berbagai daerah. Strategi ini memperluas jangkauan edukasi dan memperkuat peran museum sebagai pusat ilmu kebumian nasional.
6. **Strategi Weakness – Opportunity (WO)** Strategi WO digunakan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Adapun strategi WO yang diusulkan meliputi:
- a. Optimalisasi Jam Operasional  
Museum dapat menyesuaikan jam operasional sesuai kebutuhan pengunjung, terutama pada akhir pekan atau hari libur. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pengunjung serta memperluas segmen yang dapat dijangkau.
  - b. Pengembangan Infrastruktur  
Perbaikan fasilitas seperti area parkir kendaraan besar dan penunjuk informasi digital diperlukan untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Kolaborasi dengan pemerintah dapat mempercepat realisasi peningkatan infrastruktur.
  - c. Peningkatan Anggaran melalui Kolaborasi  
Museum dapat menjalin kerja sama dengan sektor swasta, lembaga pendidikan, atau mitra riset untuk memperoleh dukungan dana dan inovasi program secara berkelanjutan.
7. **Strategi Strength – Threat (ST)** Strategi ST dirancang untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki museum dalam mengantisipasi dan menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal. Strategi ST yang dapat diterapkan adalah:
- a. Modernisasi Berbasis Teknologi  
Memadukan nilai sejarah bangunan cagar budaya dengan teknologi interaktif seperti AR/VR dan layar sentuh informatif agar museum tetap relevan di era digital.
  - b. Edukasi Digital dan Virtual Tour  
Pengembangan platform digital menjadi alternatif kunjungan fisik untuk menjangkau daerah terpencil dan menjawab tantangan kebijakan pelarangan study tour.
  - c. Pelestarian dan Mitigasi Bencana  
Penguatan sistem keamanan, penyimpanan tahan gempa, dan SOP tanggap bencana penting untuk melindungi koleksi berharga dari risiko bencana alam dan wabah.
8. **Strategi Weakness – Threat (WT)** Strategi WT difokuskan untuk meminimalkan kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal yang dapat memperburuk kondisi museum. Alternatif strategi WT adalah:
- a. Manajemen Pengunjung Berbasis Teknologi  
Implementasi sistem reservasi daring, kuota pengunjung per sesi, dan antrian digital mendukung konsep smart tourism dan mengurangi kepadatan pengunjung.
  - b. Program Khusus untuk Keluarga dan Komunitas  
Diversifikasi program kunjungan seperti wisata keluarga edukatif dan kerja sama dengan komunitas lokal dapat mengurangi ketergantungan terhadap kunjungan pelajar.
  - c. Mitigasi dan Adaptasi Risiko  
Penyusunan protokol kebersihan, pengadaan asuransi koleksi, serta pelatihan staf dalam menghadapi kondisi darurat merupakan langkah preventif penting.

## 5. Penutup

Museum Geologi Bandung memiliki potensi luar biasa sebagai destinasi wisata edukatif dengan status bangunan cagar budaya dan koleksi unik yang beberapa di antaranya tidak ditemukan di museum lain di dunia. Meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata edukatif pasca pandemi menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan melalui strategi pengembangan yang tepat. Dari analisis SWOT yang telah dirumuskan, Museum Geologi dapat mengembangkan beberapa strategi utama.

Pada ranah kekuatan dan peluang (SO), museum geologi dapat mengimplementasikan program tematik khusus yang mengangkat keunikan koleksi dan bangunan cagar budaya, serta mengoptimalkan merchandise edukatif sebagai media branding dan sumber pendapatan tambahan. Untuk mengatasi kelemahan internal sambil memanfaatkan peluang eksternal (WO), museum perlu melakukan optimisasi jam operasional berdasarkan pola kunjungan, pengembangan infrastruktur terutama area parkir kendaraan besar, serta peningkatan anggaran melalui kerja sama dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan. Dalam menghadapi ancaman eksternal dengan memanfaatkan kekuatan (ST), museum dapat menerapkan modernisasi berbasis teknologi dengan mengintegrasikan AR/VR dan media interaktif tanpa mengorbankan nilai sejarah, mengembangkan edukasi digital dan virtual tour sebagai alternatif kebijakan larangan study tour, serta membangun sistem mitigasi bencana untuk melindungi bangunan dan koleksi berharga. Strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT) mencakup penerapan manajemen pengunjung berbasis teknologi, diversifikasi program khusus untuk menjangkau segmen pengunjung non-pelajar seperti keluarga dan komunitas, serta penyusunan SOP mitigasi dan adaptasi untuk menghadapi risiko bencana dan wabah penyakit. Saran yang diberikan peneliti merupakan usulan berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian. Saran ini bisa bermanfaat untuk pengembangan teori atau penelitian selanjutnya, dan juga dapat digunakan secara langsung oleh pihak-pihak terkait, seperti lembaga, perusahaan, atau organisasi lainnya.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara terintegrasi dan bertahap, Museum Geologi Bandung dapat tetap menjaga relevansinya di tengah persaingan destinasi wisata modern, meningkatkan jumlah kunjungan dari berbagai segmen masyarakat, serta memperkuat posisinya sebagai pusat edukasi dan pelestarian warisan geologi Indonesia yang berkualitas tinggi.

Keberhasilan implementasi strategi-strategi ini tidak hanya akan menguntungkan museum sebagai institusi, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa pengalaman edukatif yang menyenangkan bagi masyarakat luas, serta berkontribusi pada pelestarian warisan geologi dan budaya Indonesia untuk generasi mendatang.

## 6. Ucapan Terimakasih

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusinya dalam proses pelaksanaan riset ini. Terima kasih khusus saya sampaikan kepada pihak Museum Geologi Bandung, para narasumber, serta dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penelitian berlangsung. Tanpa dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak, riset ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

## 7. Referensi

- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*.
- Azhar, M., Harry, A., Farhan, N., & Putra, A. (2024). *Analisis SWOT Dalam Strategi Pengembangan UMKM SKJ DI Tasikmalaya*. 7(September).
- David, F. R., Francis, M. U., & David, F. R. (2017). *What is the Key to Effective SWOT Analysis, Including A QCD Factors*.
- Harsojuwono, B. A., Putra, F. A., & Komala Dewi, R. (2024). Development of Small and Medium Enterprises Based on Business Canvas Models in The International Market. *International Journal Of Engineering Research And Development*, 20(2), 73–79. [www.ijerd.com](http://www.ijerd.com)
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2015). Peraturan Pemerintah (PP) tentang Museum No. 66 Tahun 2015. *Direktorat Utama Pembinaan Dan Pengembangan Hukum Pemeriksaan Keuangan Negara*, 55. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5642/pp-no-66-tahun-2015>
- Kenneth, R. A. (2023). *The Concept of Corporate Strategy* (Third Edit). Richard d Irwin.
- Mariantha, N. (2018). *MANAJEMEN BIAYA* (A. G. Ratu Chakti (ed.)). Cebelas Media Peerkasa.

- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Indonesian Edition)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Robinson Jr, R. B., & II Pearce, J. A. (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition* (ke 13). McGraw-Hill.
- Suratman, S., & Sugiyono, S. (2022). Strategi Bertumbuh Kepala Madrasah Dalam Implementasi E-Rkam Provinsi Kalimantan Timur. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*, 4(2), 225–243. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v0i0.4229>