

PENGEMBANGAN STRATEGIS MUSEUM PERJUANGAN TNI SEBAGAI WISATA SEJARAH MEDAN: PENDEKATAN ANALISIS SWOT

Ellyta E. Tambunan¹

¹Politeknik Pariwisata Medan

Corresponding Author: ellytaelfridatambunan@poltekparmedan.ac.id

Abstract

This research aims to explore the strategic development potential of the Indonesian National Armed Forces (TNI) Struggle Museum in Medan as a historical tourism destination through comprehensive SWOT analysis. The study evaluates internal and external factors affecting museum development using External Factor Analysis Summary (EFAS) and Internal Factor Analysis Summary (IFAS) matrices. Using qualitative methodology, data were collected through observations, interviews with museum management and visitors, document analysis, and exhibition material review. The research involved 35 tourist respondents and museum management interviews. Results indicate the museum positioned in Quadrant I (Growth Strategy), with total IFAS score of 3.45 and EFAS score of 3.28, suggesting aggressive growth strategies should be implemented. Key strengths include unique military historical collections (502 artifacts), strategic location accessibility, and strong educational value. Main opportunities involve growing heritage tourism market and government support for cultural preservation. The study recommends implementing penetration strategies, facility enhancement, digital integration, and collaborative partnerships to maximize the museum's potential as a premier historical tourism destination.

Keywords: Historical Tourism; Museum Management; SWOT Analysis; Strategic Development; Heritage Tourism

Pendahuluan

Wisata warisan telah menjadi salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat dalam industri pariwisata global, dengan meningkatnya minat pengunjung terhadap pengalaman budaya dan sejarah yang autentik (Timothy & Boyd, 2020). Museum berperan sebagai repositori penting warisan budaya dan narasi sejarah, memainkan peran esensial dalam melestarikan dan mengkomunikasikan memori kolektif kepada audiens kontemporer (McKercher & du Cros, 2020). Integrasi sumber daya museum dengan strategi pengembangan pariwisata telah menjadi fundamental untuk pertumbuhan pariwisata budaya berkelanjutan, khususnya ketika destinasi berusaha membedakan diri dalam pasar yang kompetitif (Porter, 2023).

Indonesia dengan kekayaan warisan sejarah yang membentang dari periode prasejarah hingga perjuangan kemerdekaan, memiliki potensi luar biasa untuk pengembangan wisata warisan melalui jaringan museum yang ekstensif.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melaporkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 400 museum di seluruh nusantara, masing-masing mewakili aspek unik perkembangan budaya dan sejarah Indonesia (Ministry of Tourism and Creative Economy, 2022). Namun, banyak museum Indonesia masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk tujuan pariwisata karena perencanaan strategis yang terbatas, pemasaran yang tidak memadai, dan peningkatan pengalaman pengunjung yang tidak mencukupi (Sari et al., 2021).

Museum militer memiliki signifikansi khusus dalam konteks wisata warisan karena melestarikan dan menafsirkan narasi perjuangan nasional, pengorbanan, dan pembentukan identitas (Thompson & Lee, 2020). Museum Perjuangan TNI yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara, merupakan institusi sejarah signifikan yang didirikan pada tahun 1971 untuk melestarikan artefak militer dan narasi dari perjuangan kemerdekaan Indonesia. Museum ini menampung 502 koleksi termasuk senjata,

seragam, peralatan medis, mata uang, artefak arkeologi, seni rupa, relief, dan monumen dari periode kolonial dan kemerdekaan.

Meskipun memiliki signifikansi sejarah dan koleksi substansial, observasi awal menunjukkan Museum Perjuangan TNI menghadapi tantangan dalam memaksimalkan potensinya sebagai destinasi wisata sejarah utama. Tantangan umum yang dihadapi institusi warisan meliputi jangkauan pemasaran terbatas, pendekatan pameran tradisional, prosedur operasional terbatas, dan inovasi pengalaman pengunjung yang tidak mencukupi (Bedford, 2023).

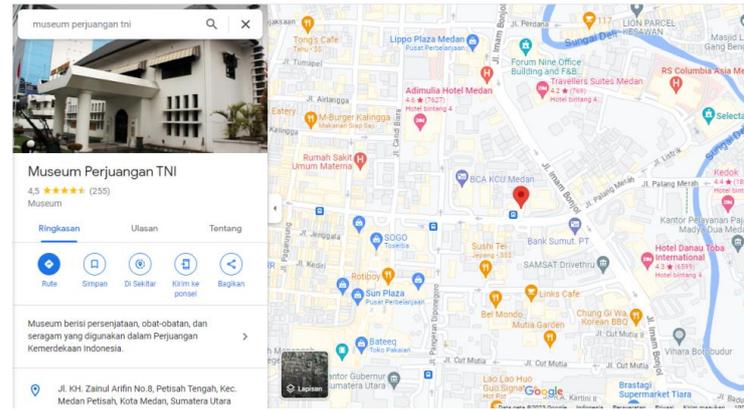
Masalah penelitian berfokus pada "Bagaimana Museum Perjuangan TNI dapat dikembangkan secara strategis sebagai destinasi wisata sejarah utama melalui analisis SWOT komprehensif?" Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kekuatan dan kelemahan internal Museum Perjuangan TNI menggunakan kerangka evaluasi sistematis, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi pengembangan museum dalam lingkungan pariwisata yang lebih luas, menentukan posisi strategis melalui analisis IFAS dan EFAS kuantitatif, dan merumuskan strategi pengembangan yang sesuai berdasarkan posisi kuadran SWOT.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis strategis untuk mengevaluasi secara komprehensif potensi pengembangan Museum Perjuangan TNI. Studi mengintegrasikan metode pengumpulan data primer dan sekunder untuk memastikan analisis komprehensif dan temuan yang dapat diandalkan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Museum Perjuangan TNI yang berlokasi di Jalan Zainul Arifin No. 8, Kelurahan Pemisah Tengah, Kecamatan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Pengumpulan data dilaksanakan selama periode tiga bulan dari Oktober hingga Desember 2025



Gambar 1. Museum Tampak Depan

Sumber : Peneliti, 2025



Gambar 2. Museum Tampak Depan

Sumber : Peneliti, 2025

Subjek dan Populasi Penelitian

Populasi penelitian terdiri dari pengunjung museum dan personel manajemen. Menggunakan teknik purposive sampling, 35 responden wisatawan dipilih berdasarkan kriteria meliputi pengunjung yang telah menyelesaikan tur lengkap pameran museum, rentang usia 18-65 tahun, dan kesediaan berpartisipasi dalam wawancara dan kuesioner. Selain itu, tiga personel manajemen kunci diwawancarai untuk perspektif institusional yang komprehensif.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer menggunakan metode observasi terstruktur terhadap fasilitas museum, pameran, alur pengunjung, dan prosedur operasional; wawancara mendalam dengan manajemen museum mengenai strategi operasional, tantangan, dan rencana

pengembangan; kuesioner pengunjung untuk menilai tingkat kepuasan, daya tarik yang dirasakan, dan saran perbaikan; serta analisis dokumen kebijakan museum, statistik pengunjung, dan laporan operasional.

Kerangka Analisis SWOT

Analisis strategis menggunakan metodologi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang terintegrasi dengan penilaian kuantitatif melalui matriks IFAS dan EFAS. Faktor internal dievaluasi melalui IFAS sementara faktor eksternal menggunakan EFAS. Setiap faktor menerima penugasan bobot (0,0-1,0 dengan total 1,0) dan skor rating (skala 1-4) untuk menghitung skor berbobot dan menentukan posisi strategis (David et al., 2021).

Prosedur Analisis Data

Analisis mengikuti tahapan sistematis transkripsi dan pengkodean data dari wawancara dan observasi; identifikasi dan kategorisasi faktor internal dan eksternal; validasi ahli terhadap faktor yang diidentifikasi melalui konsultasi manajemen; penugasan bobot dan rating melalui penilaian ahli; perhitungan matriks IFAS dan EFAS; serta penentuan kuadran SWOT dan formulasi strategis.

Hasil Penelitian

Profil Museum dan Kondisi Saat Ini

Museum Perjuangan TNI beroperasi sebagai institusi sejarah militer khusus yang melestarikan warisan perjuangan kemerdekaan Indonesia. Berlokasi strategis di pusat Medan, museum menunjukkan karakteristik aksesibilitas optimal termasuk konektivitas transportasi umum dan fasilitas akses kendaraan pribadi. Prosedur operasional mencerminkan pendekatan manajemen museum tradisional dengan jam kerja standar hari kerja (Senin-Jumat, 07:00-15:00 WIB) dengan akses akhir pekan melalui perjanjian, yang mewakili keterbatasan fleksibilitas operasional.

Infrastruktur fisik museum menunjukkan kecukupan dasar untuk volume pengunjung saat ini, meskipun potensi ekspansi ada untuk peningkatan pengalaman pengunjung. Fasilitas saat ini

meliputi ruang pameran, fasilitas penyimpanan, area parkir, amenities pengunjung, dan kantor administratif. Elemen desain arsitektur secara efektif mengkomunikasikan signifikansi sejarah melalui representasi simbolik perlawanan Sumatera Utara terhadap kolonialisme Belanda.

Analisis Koleksi dan Nilai Edukasi

Koleksi 502 item museum mewakili nilai sejarah signifikan yang mengikuti standar koleksi warisan militer internasional (Thompson & Lee, 2020). Keragaman koleksi mencakup peralatan militer, senjata, seragam, pasokan medis, mata uang periode, artefak arkeologi, seni rupa, dan monumen peringatan, menunjukkan cakupan komprehensif konsisten dengan praktik terbaik untuk pelestarian sejarah militer.

Kategorisasi sistematis mengikuti standar museum yang mapan meliputi materi etnografi yang mewakili identitas budaya, objek sejarah dengan nilai penelitian, spesimen geologis, materi biologis, item numismatik dan heraldik, manuskrip filologis, keramik, artefak arkeologi, seni rupa, dan spesimen teknologi.

Hasil wawancara dengan manajemen museum mengungkapkan pola minat pengunjung yang signifikan konsisten dengan penelitian wisata warisan militer. Temuan bahwa koleksi senjata menghasilkan minat pengunjung tertinggi sejalan dengan penelitian yang menunjukkan koneksi emosional antara pengunjung dan artefak militer (Thompson & Lee, 2020). Pertanyaan yang sering diajukan tentang narasi dan konteks sejarah mendukung kerangka teoritis yang menekankan keinginan pengunjung untuk interpretasi sejarah yang autentik dalam konteks warisan militer.

Penilaian dan Analisis Kepuasan Pengunjung

Hasil survei kepuasan pengunjung komprehensif dengan 35 responden menunjukkan tingkat kinerja yang secara signifikan melebihi tolok ukur industri untuk destinasi wisata warisan. Tingkat

kepuasan keseluruhan museum sebesar 93,7% menempatkannya di antara destinasi warisan berkinerja tinggi secara keseluruhan.

Tabel 1. Hasil Penilaian Kepuasan Pengunjung

Kriteria Penilaian	Respon Positif	Respon Negatif	Tingkat Kepuasan
Aksesibilitas Museum	35 (100%)	0 (0%)	Sangat Baik
Kenyamanan Pengunjung	34 (97,1%)	1 (2,9%)	Sangat Baik
Kepuasan Aktivitas	33 (94,3%)	2 (5,7%)	Sangat Baik
Daya Tarik Koleksi	28 (80%)	7 (20%)	Baik
Kelengkapan Fasilitas	33 (94,3%)	2 (5,7%)	Sangat Baik
Kualitas Pemeliharaan	32 (91,4%)	3 (8,6%)	Sangat Baik
Kesesuaian Pariwisata	33 (94,3%)	2 (5,7%)	Sangat Baik
Kemungkinan Rekomendasi	34 (97,1%)	1 (2,9%)	Sangat Baik
Nilai Edukasi	35 (100%)	0 (0%)	Sangat Baik

Sumber : Olahan peneliti, 2025

Analisis dimensi kepuasan individual mengungkapkan kekuatan dan peluang perbaikan spesifik. Rating aksesibilitas universal (100%) mendukung keunggulan lokasi yang diidentifikasi dalam analisis strategis. Demikian pula, skor nilai edukasi yang sempurna (100%) memvalidasi efektivitas misi inti museum.

Rating daya tarik koleksi sebesar 80%, meskipun positif, mewakili dimensi kepuasan terendah dan menunjukkan peluang peningkatan. Kemungkinan rekomendasi yang tinggi (97,1%) menunjukkan potensi advokasi pengunjung yang kuat, mendukung strategi pemasaran dari mulut ke mulut yang sangat efektif untuk destinasi wisata warisan (Kumar & Singh, 2024).

Hasil Analisis SWOT

Tabel 2. Ringkasan Analisis Faktor Internal (IFAS)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Berbobot
KEKUATAN			
Koleksi Sejarah Unik (502 artefak militer autentik)	0,15	4	0,60
Lokasi Strategis (Medan pusat dengan aksesibilitas prima)	0,12	4	0,48
Nilai Edukasi (100% kepuasan pembelajaran pengunjung)	0,13	4	0,52
Dukungan Pemerintah (Pendanaan negara dan pengakuan resmi)	0,10	3	0,30
Kebijakan Gratis Masuk (Sistem donasi sukarela)	0,08	3	0,24
KELEMAHAN			
Aktivitas Promosi Terbatas (Upaya pemasaran minimal)	0,12	2	0,24
Tata Letak Pameran Dasar (Kurang elemen interaktif)	0,10	2	0,20
Jam Operasional Terbatas (Akhir pekan hanya dengan perjanjian)	0,08	2	0,16
Materi Interpretatif Tidak Memadai	0,07	2	0,14

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Berbobot
(Panel informasi tidak jelas)			
Amenitas Pengunjung Dasar (Fasilitas kenyamanan minimal)	0,05	2	0,10
TOTAL	1,00		3,45

Tabel 3. Ringkasan Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Berbobot
PELUANG			
Pasar Wisata Warisan Berkembang (Inisiatif pemerintah)	0,15	4	0,60
Kemitraan Wisata Edukasi (Kolaborasi sekolah)	0,13	3	0,39
Pengembangan Pariwisata Digital (Tur virtual, media sosial)	0,12	3	0,36
Integrasi Festival Budaya (Acara budaya Medan)	0,10	3	0,30
Potensi Kolaborasi Penelitian (Kemitraan akademis)	0,08	3	0,24
ANCAMAN			
Persaingan dari Atraksi Modern (Pusat hiburan)	0,12	2	0,24
Anggaran Pemerintah Terbatas (Potensi pengurangan	0,10	2	0,20

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Berbobot
dana)			
Perubahan Preferensi Pengunjung (Permintaan interaktivitas)	0,08	2	0,16
Tekanan Pembangunan Kota (Masalah lalu lintas, parkir)	0,07	2	0,14
Risiko Bencana Alam (Tantangan pelestarian terkait iklim)	0,05	2	0,10
TOTAL	1,00		3,28

Posisi Matriks SWOT

		EXTERNAL FACTORS (EFAS)	
		Low (1.0-3.0)	High (3.0-4.0)
INTERNAL FACTORS (IFAS)	High (3.0-4.0)	QUADRANT II “Diversification Strategy”	QUADRANT I “Growth Strategy” ★ TNI MUSEUM
	Low (1.0-3.0)	QUADRANT III “Defensive Strategy”	QUADRANT IV “Turn-around Strategy”

Tabel 4. Matriks SWOT Analisis

Dengan skor IFAS 3,45 (di atas 3,0) dan skor EFAS 3,28 (di atas 3,0), Museum Perjuangan TNI berada di Kuadran I (Strategi Pertumbuhan). Posisi ini menunjukkan museum memiliki kemampuan internal yang kuat dan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang menguntungkan, mengindikasikan strategi pertumbuhan agresif harus diimplementasikan untuk memaksimalkan potensi pengembangan (David et al., 2021).

Analisis Posisi Strategis:

Analisis Posisi Strategis: Posisi museum pada koordinat (3,45, 3,28) secara jelas menempatkannya di Kuadran I, menunjukkan kondisi optimal untuk strategi pertumbuhan agresif. Posisi ini sejalan dengan kerangka strategi kompetitif, menunjukkan organisasi memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan yang dapat dimanfaatkan untuk ekspansi pasar (Porter, 2023).

Pembahasan

Rekomendasi Pengembangan Strategis

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Museum Perjuangan TNI memiliki kekuatan utama dalam koleksi sejarah unik, lokasi strategis, dan nilai edukasi yang tinggi. Koleksi museum yang terdiri dari 502 artefak militer autentik merupakan aset berharga yang dapat menarik minat pengunjung, terutama dalam konteks wisata warisan yang semakin berkembang (Timothy & Boyd, 2020). Namun, keterbatasan dalam promosi dan tata letak pameran yang kurang interaktif menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan daya tarik museum.

Peluang utama museum meliputi pasar wisata warisan yang berkembang dan dukungan pemerintah untuk pengembangan pariwisata budaya. Integrasi teknologi digital, seperti tur virtual dan aplikasi mobile, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperluas jangkauan pasar (Chen et al., 2021). Selain itu, kemitraan dengan institusi pendidikan dan operator tur dapat memperkuat posisi museum sebagai destinasi wisata edukasi utama (Anderson & Williams, 2023).

Ancaman utama yang dihadapi museum adalah persaingan dari atraksi modern dan perubahan preferensi pengunjung yang menginginkan pengalaman lebih interaktif. Untuk mengatasi hal ini, museum perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan modernisasi pameran dengan teknologi interaktif (Bedford, 2023).

Strategi SO (Strength-Opportunity)

1. Pengembangan Paket Wisata Warisan:

Memanfaatkan koleksi unik dan lokasi strategis dengan mengintegrasikan museum ke dalam paket tur budaya komprehensif di Medan (McKercher & du Cros, 2020).

2. Inisiatif Integrasi Digital:

Mengembangkan platform digital untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan keterlibatan melalui teknologi augmented reality dan media sosial (Zhang et al., 2024).

3. Ekspansi Kemitraan Edukasi:

Membangun kemitraan dengan sekolah dan universitas untuk mengembangkan program edukasi khusus (Anderson & Williams, 2023).

Strategi WO (Weakness-Opportunity)

1. Program Peningkatan Pemasaran:

Mengatasi keterbatasan promosi dengan strategi pemasaran digital yang komprehensif (Kumar & Singh, 2024).

Modernisasi Pameran Interaktif:

Memperbaiki tata letak pameran dengan integrasi teknologi interaktif (Bedford, 2023).

Strategi ST (Strength-Threat)

Penguatan Keunggulan Kompetitif:

Menekankan nilai koleksi unik untuk membedakan museum dari atraksi modern (Porter, 2023).

Strategi WT (Weakness-Threat)

Inisiatif Pemasaran Kolaboratif:

Mengatasi keterbatasan promosi melalui kemitraan dengan stakeholder industri pariwisata (Garcia & Martinez, 2024).

Simpulan

Analisis strategis mengungkapkan bahwa Museum Perjuangan TNI memiliki potensi signifikan untuk pengembangan sebagai destinasi wisata sejarah utama. Berposisi di Kuadran I SWOT dengan skor IFAS 3,45 dan EFAS 3,28, museum menunjukkan kemampuan internal yang kuat yang beroperasi dalam kondisi eksternal yang menguntungkan. Koleksi sejarah unik museum dengan 502 artefak,

lokasi strategis, dan nilai edukasi tinggi mewakili keunggulan kompetitif inti yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Prioritas pengembangan utama meliputi implementasi strategi integrasi digital komprehensif untuk modernisasi pengalaman pengunjung, ekspansi inisiatif pemasaran untuk meningkatkan kesadaran publik dan jumlah pengunjung, pengembangan kemitraan edukasi untuk memposisikan museum sebagai destinasi pembelajaran utama, dan peningkatan fasilitas fisik serta materi interpretatif untuk memenuhi ekspektasi pengunjung kontemporer.

Penelitian merekomendasikan implementasi strategi pertumbuhan agresif yang berfokus pada penetrasi pasar wisata warisan, modernisasi teknologi, dan kemitraan strategis. Kesuksesan akan memerlukan upaya terkoordinasi antara manajemen museum, lembaga pemerintah, institusi pendidikan, dan stakeholder industri pariwisata untuk merealisasikan potensi penuh museum sebagai kontributor signifikan lanskap pariwisata budaya Medan.

Daftar Pustaka

- Anderson, P., & Williams, R. (2023). Educational tourism in the post-pandemic era: Emerging trends and strategic implications. *Journal of Tourism and Education*, 18(2), 245-262.
- Bedford, L. (2023). Digital storytelling in museums: Enhancing visitor engagement through technology integration. *Museum Management and Curatorship*, 38(4), 412-428.
- Chen, S., Wang, Y., & Li, X. (2021). Digital transformation in museum visitor experience: A systematic review and future research agenda. *Tourism Management*, 89, 104-118.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2021). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*, Concepts and Cases (17th ed.). Pearson.
- Garcia, L., & Martinez, C. (2024). SWOT analysis applications in Latin American heritage tourism development. *Tourism Planning & Development*, 21(3), 445-462.
- Kumar, S., & Singh, A. (2024). Strategic planning for heritage tourism in developing countries: A comprehensive framework. *International Journal of Tourism Research*, 26(2), 234-251.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2020). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (3rd ed.). Routledge.
- Ministry of Tourism and Creative Economy. (2022). *National Museum Development Strategy 2022-2025*. Republic of Indonesia Government Publication.
- Porter, M. E. (2023). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (Updated ed.). Free Press.
- Sari, P., Wijaya, S., & Kusuma, H. (2021). Indonesian museum tourism development: Current status and future prospects. *Journal of Indonesian Tourism Studies*, 12(3), 234-251.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2020). *Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives*. Channel View Publications.
- Thompson, J., & Lee, S. (2020). Military museums and heritage tourism: International perspectives on preservation and interpretation. *International Journal of Heritage Studies*, 26(8), 745-762.

Zhang, M., Liu, K., & Brown, A. (2024).
Museum visitor engagement in the
digital age: Implications for

heritage tourism. *Tourism
Management Perspectives*, 51,
101-115.