

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai keberagaman budaya dan potensi daya tarik wisata yang melimpah di setiap daerahnya. Hal tersebut membuat setiap orang memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan wisata ke daerah lain yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Kegiatan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan mengunjungi tempat tertentu yang bertujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sunaryo, 2013).

Pariwisata merupakan salah satu faktor penting di Indonesia sebagai penunjang perkembangan pembangunan nasional dengan peningkatan ekonomi melewati penerimaan devisa atau pendapatan daerah. Sektor pariwisata juga berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang menetap di sekitar tempat wisata. Perkembangan pariwisata di Indonesia dilakukan dengan cara memperbaiki infrastruktur, keamanan, dan manajemen yang baik. Gerakan ini dilaksanakan supaya mampu membuat arus pariwisata yang diminati oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara dengan nilai kepuasan yang tinggi. Pelaku pengelolaan dan kebijakan dari pemerintah daerah dalam membuat 2 sektor pariwisata sebagai penunjang yang sangat penting untuk objek wisata menjadi pusat kemajuan dan perekonomian.

Perkembangan pariwisata akan dihadapkan dengan adanya persaingan lokal hingga skala global yang terjadi di setiap daerah. Sehingga diperlukan sebuah upaya untuk menarik lebih banyak wisatawan dengan sebuah kebijakan yang jelas (Nasrullah et al., 2021). Oleh karena itu, pemerintah daerah harus bisa berkolaborasi dengan berbagai faktor sosial dalam perkembangan industri pariwisata daerah. Hal ini memerlukan kerjasama antara pemerintah, sektor swasta,

masyarakat umum, serta konsep *branding* yang akan diterapkan terhadap pariwisata tersebut.

Banyak sekali *branding* wisata yang bermunculan, baik di Indonesia maupun mancanegara. Seperti *wellness tourism*, *spiritual tourism*, hingga *Edutourism*. *Edutourism* merupakan suatu program dimana wisatawan berkunjung ke suatu lokasi wisata dengan tujuan utama untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung di obyek wisata tersebut. Salah satu destinasi *Edutourism* yang mulai dikenal masyarakat adalah museum islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari yang ada di kabupaten Jombang, JawaTimur. Museum yang dibawah naungan kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang saat ini bertanggung jawab atas pengelolaan 18 museum dan galeri serta 34 situs cagar budaya nasional di Indonesia. Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari berisi berbagai koleksi artefak sejarah perkembangan Islam di Indonesia dari periode awal kemunculannya di Nusantara hingga masa kini. Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari ini terbuka untuk umum, rata-rata yang berkunjung ke Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari yakni warga sekitar kabupaten Jombang, pengunjung luar kabupaten Jombang, bahkan para siswa-siswi yang melakukan *study tour*. Berikut data 18 museum dan 34 cagar budaya atau *Indonesian Heritage Agency (IHA)*.

Tabel 1.1

Data 18 Museum yang dikelola oleh Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

No.	Nama Museum	Lokasi	Cerita Destinasi
1.	Museum Nasional Indonesia	Jl. Medan Merdeka Barat No.12, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110	Prasejarah, Arkeologi masa Klasik atau Hindu – Budha; Numismatik dan Heraldik; Keramik; Etnografi, Geografi dan Sejarah.
2.	Galeri Nasional Indonesia	Jl. Medan Merdeka Tim. No.14, RT.6/RW.1, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat,	Berisi karya seni rupa, yaitu sekitar 1785 koleksi karya seniman Indonesia dan mancanegara mulai dari lukisan, sketsa, grafis,

		Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110	fotografi, seni kriya, seni instalasi, patung, dan keramik
3.	Museum Sumpah Pemuda	Jl. Kramat Raya No.106, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10420	Museum sejarah perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia
4.	Museum Perumusan Naskah Proklamasi	Jl. Imam Bonjol No.1, RT.9/RW.4, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310	Berisi monument peristiwa proses perumusan naskah proklamasi kemerdekaan di Indonesia.
5.	Museum Basoeeki Abdullah	Jl. Keuangan Raya No.19, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430	Museum Basoeeki Abdullah berisi lukisan dan koleksi pribadi Basoeeki Abdullah seperti patung, topeng, wayang dan senjata.
6.	Museum Kebangkitan Nasional	Jl. Abdul Rachman Saleh No.26, Senen, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10410	Berisi monumen tempat lahir dan berkembangnya kesadaran nasional dan juga ditemukannya organisasi pergerakan modern pertama kali dengan nama Boedi Oetomo.
7.	Museum Batik Indonesia	Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur.	Berisi 1.200 koleksi perbatikan yang terdiri dari 500 lembar kain batik tulis, 560 batik cap, 124 canting, dan 35 wajan serta bahan pewarna termasuk malam
8.	Museum Kepresidenan RI Balai Kirti	Jl. Ir. H. Juanda No.1, RT.04/RW.01, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122	Museum ini dibangun khusus untuk menampilkan kisah sejarah pemerintahan para presiden Indonesia

9.	Museum Prasejarah Semedo Tegal	Semedo, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah	Berisi artefak litik alat bantu masif dan non masif. Kapak penetak, dan fosil fauna gajah purba dan gajah kerdil.
10.	Museum Benteng Vredeburg	Jl. Margo Mulyo No.6, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122	Berisi bangunan, diorama peristiwa bersejarah. Lukisan, maket, peta, dan miniatur
11.	Museum Perjuangan	Jalan Merdeka Nomor 56, Kampung Parung Jambu, Ciwaringin.	Berisi berbagai koleksi mata uang, senjata, baik tradisional maupun modern yang pernah digunakan oleh pejuang untuk bertempur melawan penjajah
12.	Museum Prasejarah Sangiran Krikilan	Desa Krikilan, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah.	Berisi tentang kerang – kerang, penyu, maupun manusia purba. Fosil – fosil yang disajikan ini di kelompokan menjadi beberapa yaitu berdasarkan era atau tahun berapa fosil ini berasal. Selain itu juga banyak fosil seperti buaya, kuda nil.
13.	Museum Prasejarah Sangiran Dayu	Dayu, 57773, Dayu, Kec. Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57188	Berisi tentang kerang – kerang, penyu, maupun manusia purba. Fosil – fosil yang disajikan ini di kelompokan menjadi beberapa yaitu berdasarkan era atau tahun berapa fosil ini berasal. Selain itu juga banyak fosil seperti buaya, kuda nil.
14.	Museum Prasejarah Sangiran Bukuran	Jawa Tengah	Berisi tentang kerang – kerang, penyu, maupun manusia purba. Fosil – fosil yang disajikan ini di kelompokan menjadi beberapa yaitu berdasarkan era atau tahun berapa fosil ini berasal. Selain itu juga

			banyak fosil seperti buaya, kuda nil.
15.	Museum Prasejarah Sangiran Ngebung	Jawa Tengah	Berisi tentang kerang – kerang, penyu, maupun manusia purba. Fosil – fosil yang disajikan ini di kelompokkan menjadi beberapa yaitu berdasarkan era atau tahun berapa fosil ini berasal. Selain itu juga banyak fosil seperti buaya, kuda nil.
16.	Museum Prasejarah Sangiran Manyarejo	Jawa Tengah	Berisi tentang kerang – kerang, penyu, maupun manusia purba. Fosil – fosil yang disajikan ini di kelompokkan menjadi beberapa yaitu berdasarkan era atau tahun berapa fosil ini berasal. Selain itu juga banyak fosil seperti buaya, kuda nil.
17.	Museum Prasejarah Song Terus, Pacitan	Jl. Goa Song Terus, Weru, Wareng, Kec. Punung, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur 63553	Museum ini berfokus pada perjalanan manusia, kebudayaan, dan lingkungan alam di Gunung Sewu sejak zaman prasejarah.
18.	Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari (MINHA)	Tebuireng Gg. 4, Kwaron, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471	Berisi berbagai koleksi artefak sejarah perkembangan Islam di Indonesia dari periode awal kemunculannya di Nusantara.

(Sumber: gatra.com)

Keunggulan dari Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari dari 18 museum yang dikelola oleh Kementrian, Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yakni hanya Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari yang mengangkat tema islam yang berisi tentang artefak-artefak, cerita sejarah islam, dan koleksi-koleksi kuno masuknya sejarah islam ke nusantara.

34 cagar budaya nasional yang dikelola oleh *Indonesian Heritage Agency (IHA)* antara lain Percandian Muaro Jambi, Taman Purbakala Pugung Raharjo, Benteng Marlborough, Rumah Pengasingan Soekarno, Situs Banten Lama, Situs Gunung Padang, Percandian Batujaya dan Kawasan Sangiran, Candi Borobudur, Candi Pawon, Candi Mendut, Candi Prambanan, Keraton Ratu Boko, Candi Sewu, Candi Sambisari, Candi Ijo, Candi Plaosan, Candi Sukuh, Candi Cetho, Percandian Dieng, Percandian Gedong Songo, Candi Penataran, Candi Badut, Candi Kidal, Candi Jago, Candi Singosari, Kawasan Trowulan, Candi Jabung, Benteng Rotterdam, Makam Raja-raja Tallo, Situs Leang Timpuseng, Taman Arkeologi Leang-leang, Benteng Duurstede, dan Makam Kyai Mojo.

Destinasi *Edutourism*, sebuah destinasi wisata perlu dilakukan proses *branding* dengan konsep yang efektif. *Destination branding* bagi suatu tempat atau daerah merupakan hal yang sangat penting, dimana *destination branding* tersebut memiliki pengaruh terhadap nama baik dan kesuksesan dari sebuah perusahaan atau instansi itu sendiri. *Destination branding* bukan hanya merek, istilah, ataupun nama dalam sebuah tempat ataupun daerah tetapi *destination branding* merupakan cara untuk membangun dan membersarkan suatu *brand* dari sebuah tempat atau daerah yang diharapkan dapat menciptakan citra yang baik dari daerah tersebut atau bagaimana masyarakat merasa bahwa daerah tersebut memang pantas memiliki *branding* yang sengaja dibangun.

Destination branding oleh sebuah daerah atau tempat tidak terbangun atau muncul secara sendiri melainkan memerlukan berbagai proses untuk membentuk *brand* di masyarakat. Proses membangun *destination branding* memerlukan beberapa tahapan yang tepat agar dapat menghasilkan citra yang baik, *destination branding* sangat berguna bagi suatu daerah hal itu berguna sebagai identitas dari daerah tersebut sehingga daerah tersebut lebih mudah dikenal oleh masyarakat luar, dengan mudahnya dikenal oleh masyarakat maka hal tersebut akan berdampak baik bagi daerah tersebut baik dari segi ekonomi, pariwisata dan banyak lainnya yang menjadikan daerah tersebut lebih berkembang.

Nastain, Muhammad (2017) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, *Branding* dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep *Branding* dan Tantangan Eksistensi Produk). Vol. 5, No. 1. Menyatakan bahwa merek bukan hanya sebuah logo ataupun

sebuah nama, *brand* merupakan prinsip suatu perusahaan kepada pelanggan ataupun masyarakat untuk memberikan sesuai dengan yang menjadi tujuan dari merek tersebut. *Brand* terbentuk melalui berbagai tahapan yang panjang yang berkembang berdasarkan dari penilaian dari masyarakat, persepsi masyarakat, pengalaman masyarakat terhadap *brand* tersebut serta kepuasan masyarakat terhadap *brand* tersebut.

Kabupaten Jombang atau disebut dengan kota santri merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur. Wisata yang ada di Jombang dari wisata alam mulai dari pemandangan alam pegunungan, agrowisata, air terjun, pemandian air panas dapat ditemui di Kabupaten Jombang. Selain wisata alam Jombang juga mempunyai beragam wisata lain yang menarik seperti, wisata religi, wisata kuliner hingga wisata sejarah. Salah satu destinasi wisata sejarah yang cukup populer di Kabupaten Jombang adalah Makam Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari atau biasanya disebut dengan museum Minha yang bersebelahan dengan wisata religi makam KH. Abdurrahman Wahid atau yang dikenal dengan sebutan Gus Dur.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan minat merupakan suatu gairah, keinginan hati, dan kecenderungan terhadap sesuatu. Minat kunjung adalah keinginan konsumen untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Sedangkan minat wisata merupakan kegiatan perjalanan seseorang yang bertujuan untuk rekreasi dan hiburan serta mempunyai persiapan untuk kegiatan tersebut.¹ Jadi, minat berkunjung adalah suatu dorongan seseorang untuk melakukan perjalanan kunjungan dengan tujuan tertentu. Salah satunya ialah wisata Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari, di mana di dalam museum tersebut terdapat gambar atau foto bersejarah keluarga besar dari KH. Hasyim Asy'ari sampai dengan KH. Abdurrahman Wahid atau sering dikenal dengan sebutan Gus Dur. Selain itu juga Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari memiliki beberapa keunggulan yang berisi koleksi dan informasi yang menjelaskan sejarah masuknya islam ke tanah air yang dimulai dari berbagai wilayah di abad 19 dan memiliki desain arsitektur yang unik.

Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan,

kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Hermawan dan Brahmanto (2018), dalam bukunya menekankan pentingnya keaslian dalam menentukan kriteria kualitas daya tarik wisata, baik dari segi originalitas maupun otentisitasnya. Perlu dipertahankan serta ditingkatkan lagi, sehingga selanjutnya daya tarik wisata beserta seluruh indikatornya masuk dalam kategori yang lebih tinggi yaitu kategori sangat baik dan bisa meningkatkan karakteristik wisatawan dan jumlah kunjungan di Museum Islam Indonesia K.H Hasyim Asy'ari.

Konteks penelitian mengenai konsep *branding* pariwisata, perbandingan dengan museum lain dapat menjadi relevan dalam beberapa aspek. Pertama, museum sering kali memiliki ciri khas dan identitas unik yang terkait dengan sejarah, seni, atau budaya lokal. Sebagai destinasi pariwisata, mengidentifikasi dan memahami bagaimana museum tersebut berhasil membangun citra dan daya tariknya dapat memberikan wawasan berharga dalam membangun branding yang kuat untuk destinasi pariwisata. Kedua, museum sering kali berhasil menciptakan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung melalui narasi, kurasi, dan penyajian koleksi mereka. Konsep ini dapat diterapkan dalam pariwisata dengan menciptakan pengalaman yang menarik dan bermakna bagi pengunjung destinasi tersebut. Misalnya, melalui eksplorasi sejarah lokal, seni rupa, atau budaya yang mengakar, destinasi pariwisata dapat mengembangkan narasi yang memikat dan membedakan mereka dari destinasi lain.

Perbandingan dengan museum lain dapat membantu dalam mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan dari pendekatan branding yang telah ada. Dengan mempelajari strategi branding museum yang sukses, destinasi pariwisata dapat menyesuaikan strategi mereka untuk menciptakan citra yang unik, kohesif, dan mudah dikenali di pasar pariwisata global. Dengan demikian, memahami perbandingan dengan museum lain dalam konteks branding pariwisata dapat memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana destinasi pariwisata dapat memanfaatkan warisan budaya dan sejarah mereka untuk menarik pengunjung dan membangun citra yang kuat.

Konsep *branding* tersebut berkaitan dengan konsep *branding* beserta elemen-elemen di dalamnya. Dalam dunia pariwisata, konsep *branding* merupakan

suatu pendekatan dalam pemasaran yang bertujuan untuk menghubungkan merek atau destinasi dengan nilai-nilai yang ada. Berdasarkan uraian di atas dan pemahaman awal penulis mengenai Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari sebagai wisata edukasi serta Sejarah yang unggul di Kabupaten Jombang serta pentingnya konsep *branding* pada wisata, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana konsep *branding* Museum Islam Indonesia K.H Hasyim Asy'ari sebagai destinasi *islamic Edutourism*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana konsep *branding* Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari (Minha) sebagai destinasi *eduturosm*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan tersebut yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah merujuk pada rumusan masalah penelitian yang telah disusun, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep yang dibuat oleh manajemen museum untuk menjadikan Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari sebagai destinasi *islamic Edutourism*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti maupun masyarakat umum tentang konsep *branding* Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari sebagai destinasi *eduturosm* serta dapat memberikan panduan dan pengetahuan yang konkret untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi pariwisata di sekitar Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari dan dapat diterapkan dalam tindakan nyata untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini yaitu penting dalam konteks ilmu pengetahuan dan pemahaman yang lebih dalam tentang berbagai aspek yang terkait, anantara lain adalah pemahaman tentang konsep *branding* dalam konteks pariwisata, dan peningkatan pemahaman tentang Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari. Dengan demikian, penelitian akademis ini bukan hanya berkontribusi pada pemahaman praktis tentang wisata religi dan *branding* spiritual, tetapi juga memperkaya wawasan teoritis dan pengetahuan dalam berbagai disiplin ilmu terkait.