

**STRATEGI PEMASARAN MUSEUM TOPENG CIREBON DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh

Fikri Firman Firdaus
NIM. 2282140033

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
2026 M / 1447 H**

**STRATEGI PEMASARAN MUSEUM TOPENG CIREBON DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



UINSSC

Fikri Firman Firdaus
NIM. 2282140033

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

2026 M / 1447 H

ABSTRAK

Fikri Firman Firdaus (NIM. 2282140033): Strategi Pemasaran Museum Topeng Cirebon Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.

Museum Topeng Cirebon adalah destinasi wisata budaya penyimpan koleksi seni topeng tradisional Cirebon bernilai historis dan filosofis tinggi. Namun, kunjungan periode September 2024–Agustus 2025 hanya mencapai 8.277 pengunjung, didominasi pelajar/mahasiswa (5.271 orang) dan wisatawan internasional yang sangat minim (38 orang). Strategi pemasaran dinilai belum optimal akibat keterbatasan promosi digital, rendahnya konversi kesadaran menjadi kunjungan, serta minimnya petunjuk arah menuju museum yang terletak di dalam area Balai Kota Cirebon. Tujuan penelitian ini bertujuan (1) menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Museum Topeng Cirebon; (2) mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT); serta (3) merumuskan rekomendasi strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan guna meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif-analitis, dilaksanakan di Museum Topeng Cirebon selama September–Desember 2025. Informan dipilih melalui *purposive sampling* yang mencakup pengelola, staf, dan pengunjung. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan kuesioner, lalu diuji keabsahannya dengan triangulasi. Analisis menggunakan Matriks SWOT (IFAS dan EFAS). Hasil penelitian menunjukkan walaupun upaya pemasaran yang telah berjalan meliputi Festival Topeng Cirebon, pameran temporer, workshop melukis topeng, dan kolaborasi melalui MoU dengan Cultural Heritage Resources (CHR) Jakarta serta komunitas lokal. Meski demikian, promosi masih bersifat konvensional tanpa strategi digital yang masif. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama pada keunikan koleksi (± 500 objek), dukungan pemerintah daerah, lokasi strategis, dan registrasi museum nasional; peluang berupa meningkatnya minat wisata budaya global. Kelemahan meliputi minimnya promosi digital, ketiadaan *signage* petunjuk arah, ketergantungan pada segmen pelajar, serta terbatasnya SDM dan anggaran pemasaran. Museum berada di Kuadran I (Strategi Agresif) koordinat (+2,01; +1,84), kondisi yang menguntungkan untuk pertumbuhan. Rekomendasi utama adalah strategi S-O: kampanye digital masif dan pengembangan paket wisata kolaboratif dengan industri perhotelan untuk memperluas pasar di luar segmen edukasi formal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Museum, Pariwisata Budaya, Analisis SWOT, Museum Topeng Cirebon

ABSTRACT

Fikri Firman Firdaus (NIM. 2282140033): Marketing Strategy of the Cirebon Mask Museum in Increasing the Number of Tourist Visits.

The Cirebon Mask Museum is a cultural tourism destination that houses a collection of traditional Cirebon mask art with high historical and philosophical value. However, visits during September 2024–August 2025 reached only 8,277 visitors, dominated by students (5,271 people) with very few international tourists (38 people). The marketing strategy is considered suboptimal due to limited digital promotion, low conversion of awareness into actual visits, and inadequate directional signage to the museum, which is located within the Cirebon City Hall complex. Research Objectives This study aims to (1) analyze the marketing strategies implemented by the Cirebon Mask Museum; (2) identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT); and (3) formulate effective and sustainable marketing strategy recommendations to increase the number and quality of tourist visits. Research method this study employs a qualitative method with a descriptive-analytical approach, conducted at the Cirebon Mask Museum from September to December 2025. Informants were selected through purposive sampling encompassing museum management, staff, and visitors. Data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, and questionnaires, and validated using triangulation. Analysis was conducted using a SWOT Matrix (IFAS and EFAS). Research findings, findings indicate that although ongoing marketing efforts include the Cirebon Mask Festival, temporary exhibitions, mask-painting workshops, and collaborations via MoU with Cultural Heritage Resources (CHR) Jakarta and local communities, promotion remains conventional without a massive digital strategy. SWOT analysis reveals key strengths in collection uniqueness (± 500 objects), full local government support, strategic location, and national museum registration; with opportunities in growing global cultural tourism interest. Weaknesses include limited digital promotion, lack of directional signage, dependence on the student segment, and limited marketing personnel and budget. The museum is positioned in Quadrant I (Aggressive Strategy) at coordinates (+2.01; +1.84), indicating favorable conditions for growth. The primary recommendation is the S-O strategy: a massive digital campaign and development of collaborative tourism packages with the hotel industry to expand the market beyond the formal education segment.

Keywords: Marketing Strategy, Museum, Cultural Tourism, SWOT Analysis, Cirebon Mask Museum.

ملخص البحث

فكري فيرمان فردوس (رقم القيد: 2282140033): استراتيجية التسويق لمتحف الأبنقة بسيربون في زيادة عدد الزيارات السياحية.

يُعدّ متحف الأبنقة بسيربون وجهةً سياحيةً ثقافيةً تحتضن مجموعةً من فن الأبنقة التقليدية لمنطقة سيربون ذات القيمة التاريخية والفلسفية العالية. غير أن عدد الزوار خلال الفترة من سبتمبر 2024 حتى أغسطس لم يتجاوز 8,277 زائرًا، معظمهم من الطلاب (5,271 شخصًا) في حين بلغ عدد السياح الأجانب 38 2025 شخصًا فحسب. وتُعزى محدودية النتائج إلى ضعف التسويق الرقمي، وتدني معدل تحويل الوعي إلى زيارة فعلية، وشحّ اللافتات الإرشادية نحو المتحف الواقع داخل مجمع بلدية سيربون.

أهداف البحث يهدف هذا البحث إلى (1) تحليل الاستراتيجيات التسويقية المُطبَّقة في متحف الأبنقة بسيربون؛ و(3) صياغة توصيات استراتيجية (SWOT) تحديد عوامل القوة والضعف والفرص والتهديدات (2) تسويقية فعّالة ومستدامة لرفع عدد الزيارات السياحية وجودتها.

منهجية البحث: اعتمد البحث على المنهج النوعي بالأسلوب الوصفي التحليلي، وأجري في متحف الأبنقة بسيربون خلال الفترة من سبتمبر إلى ديسمبر 2025. جرى اختيار المُخبرين بأسلوب العينة الهادفة من إدارة المتحف والموظفين والزوار. جُمعت البيانات عبر الملاحظة والمقابلات (Purposive Sampling) المعتمدة على SWOT المعمّقة والتوثيق والاستبانة، وتحقّق من صحتها بالتثليث. وقد استُخدم مصفوفة IFAS وEFAS أداةً للتحليل.

نتائج البحث: أظهرت النتائج أنه رغم الجهود التسويقية القائمة كمهرجان الأبنقة، والمعارض المؤقتة، وورش، جاكارتا والمجتمعات المحلية (CHR) رسم الأبنقة، والتعاون عبر مذكرة تفاهم مع موارد التراث الثقافي عن نقاط قوة رئيسية في تميز SWOT تظل الترويج تقليديًا دون استراتيجية رقمية واسعة. يكشف تحليل المجموعة (±500 قطعة) ودعم الحكومة المحلية والموقع الاستراتيجي وتسجيل المتحف وطنيًا، وفرص في تنامي الاهتمام السياحي الثقافي العالمي. أما نقاط الضعف فتشمل شحّ التسويق الرقمي وغياب اللافتات الإرشادية والاعتماد على شريحة الطلاب ومحدودية الكوادر البشرية والميزانية التسويقية. يقع المتحف في الربع الأول (الاستراتيجية الهجومية) بإحداثيات (+2.01؛ +1.84)، مما يشير إلى بيئة مواتية للنمو. وتتمثل حملة رقمية مكثفة وتطوير باقات سياحية تشاركية مع قطاع الفنادق: SO التوصية الرئيسية في استراتيجية لتوسيع الأسواق خارج نطاق التعليم الرسمي.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، المتحف، السياحة الثقافية، تحليل

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

“STRATEGI PEMASARAN MUSEUM TOPENG CIREBON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN”. Oleh **Fikri Firman Firdaus**, NIM. 2282140033, telah di-*munaqosyah*-kan pada hari Kamis, 05 Maret 2026 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **LULUS**.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.


Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang



Haqir Khairunnisa, M.Sc.
NIP. 198808262018012002

Sekretaris Sidang



Yati Harvati, M.Sc.
NIP. 19890203 201903 2 009

Penguji I



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.
NIP. 196912262009121001

Penguji II



Yati Harvati, M.Sc.
NIP. 19890203 201903 2 009

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**"STRATEGI PEMASARAN MUSEUM TOPENG CIREBON
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN"**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:


Fikri Firman Firdaus
NIM 2282140033

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Hafni Khairunnisa, M.Sc
NIP. 19880826 201801 2 00


Haulah Nakhwatunnisa, M.Si
NIP. 198402082019032005

Mengetahui:

Jurusan Pariwisata Syariah

Hafni Khairunnisa, M.Sc
NIP. 19880826 201801 2 00

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Pariwisata Syariah
UTN Siber Syekh Nurjati Cirebon

di -
Tempat.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini:

Nama : Fikri Firman Firdaus
NIM : 2282140033
Judul : Strategi Pemasaran Museum Topeng Cirebon Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

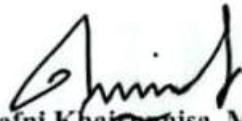
Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah diajukan pada jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Hafni Khairunnisa, M.Sc
NIP. 19880826 201801 2 00



Haulah Nakhwatunnisa, M.Si
NIP. 198402082019032005

Mengetahui:

Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



Hafni Khairunnisa, M.Sc
NIP. 19880826 201801 2 00

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikri Firman Firdaus

NIM : 2282140033

Judul : Strategi Pemasaran Museum Topeng Cirebon Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya peneliti yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Seluruh sumber yang digunakan peneliti dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan dan pedoman penulisan karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terdapat pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya yang peneliti buat, maka peneliti siap untuk menanggung risiko dan sanksi yang akan dijatuhkan kepada peneliti dengan peraturan yang berlaku.

Cirebon, 27 Februari 2026



Fikri Firman Firdaus
NIM. 2282140033

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir berupa skripsi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan teruntuk orang-orang tersayang yang senantiasa mendampingi penulis dalam keadaan suka dan duka.

Pertama, teruntuk orang tua saya yang selalu hadir memberikan dukungan moril maupun materil serta doa-doa di setiap sujudnya yang tiada henti diberikan kepada saya. Mama terima kasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa yang tak terhingga yang telah diberikan selama ini, terkhusus dalam proses penyusunan skripsi ini. Bapak dan Mama terima kasih atas segala usaha yang telah diberikan dengan kerja keras dalam mencari nafkah untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga dan telah memberikan kepercayaan dan dukungan kepada anak mu dalam menggapai cita-cita nya. Mama dan Bapak yang tercinta izinkan anakmu mempersembahkan karya sederhana ini sebagai bakti dan cinta untuk kalian.

Kedua, teruntuk adik-adik saya yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayangnya hingga detik ini, yang selalu menemani dan membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi saya. Semoga kita dapat menjadi orang sukses kedepannya dan menjadi anak yang bisa membanggakan orang tua.

Ketiga, teruntuk sahabat seperjuangan saya di kampus baik satu jurusan maupun lintas jurusan, teruntuk komunitas lari keluyurun, serta rekan kerja saya yang tidak dapat disebutkan nama nya satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas kebersamaan, saling membantu, saling mengingatkan, dan segala hal yang telah kalian berikan. Semoga segala hal yang kita harapkan, impian dan cita citakan yang sudah kita usahakan selama ini segera tercapai. Saya persembahkan karya sederhana ini untuk kalian semua, izinkan saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Semoga kita semua senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.

RIWAYAT HIDUP



Nama : Fikri Firman Firdaus
Tempat, Tanggal Lahir: Indramayu, 24 September 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jurusan : Pariwisata Syariah
Agama : Islam
E-mail : fikrifirmanfirdauss@gmail.com
Alamat : Desa Juntiwedden, RT 03/07, Kec.
Juntinyuat, Kab. Indramayu, Jawa Barat

Riwayat Pendidikan Formal:

1. SDN Juntiwedden 1
2. SMP Al-Mahadul Islami
3. SMA Al-Mahadul Islami
4. UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah: 5)

“Perlakukanlah orang lain seperti kamu ingin diperlakukan”

“Tidak semua harus sekarang, tetapi semuanya harus diperjuangkan”



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kupanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Strategi Pemasaran Museum Topeng Cirebon dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. Skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan jaelani, M.Ag, selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Hafni Khairunnisa. M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Syariah.
4. Ibu Yati Haryati, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Syariah.
5. Ibu Hafni Khoirunnisa, M.Sc dan Ibu Haula Nakhwatunnisa, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingannya bagi penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
7. Bapak Agus Sukmajaya, S.Sos., selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon.
8. Bapak Ramli Efendi, S.Kep. Ners, M.Kep., selaku Kepala Museum dan Kabid Kebudayaan Disbudpar Kota Cirebon.
9. Seluruh Bapak dan Ibu pengurus Museum Topeng Cirebon, yang tidak bisa sebutkan nama nya satu persatu.
10. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tidak pernah putus.

11. Komunitas lari keluyurun yang selalu memberikan semangat dan dukungan positif.
12. Staf dan seluruh karyawan sundaze tempat saya bekerja, yang memberikan saya dukungan positif.
13. Kepada seluruh teman seperjuang jurusan Pariwisata Syariah angkatan 2022 yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teman-teman KKN desa Beringin, yang membersamai penulis dalam masa-masa akhir perkuliahan nya, dan selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
15. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan dan penelitian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis tidak dapat menyebutkan satu per satu, namun dukungan yang diberikan sangat berarti dan penulis haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
16. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri yang sudah berusaha dan bertahan sampai di titik ini, terima kasih sudah kuat dan mampu bangkit dari kegagalan, penolakan, permasalahan dalam proses kehidupan ini, terima kasih telah mampu berjuang sampai sejauh ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan yang telah diberikan dengan sebaik-baiknya balasan. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca. Penulis juga menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan, baik dari segi penulisan maupun pembahasan, yang tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Cirebon, 27 Februari 2026

Fikri Firman Firdaus
NIM. 2282140033

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Metode Penelitian	10
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
A. Kajian Teori	18
B. Kajian Literatur	47
C. Kerangka Pemikiran	51
BAB III	54
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	54

A. Profil dan Letak Geografis	54
B. Kondisi Sosial Demografis Kota Cirebon.....	55
C. Kondisi Pariwisata Kota Cirebon.....	58
D. Sejarah Museum Topeng Cirebon.....	63
E. Letak dan Lokasi Museum Topeng Cirebon	65
F. Logo, Visi, Misi, dan Struktur Organisasi.....	65
G. Analisis 3A di Museum Topeng Cirebon	68
BAB IV	71
HASIL DAN PEMBAHASAN	71
A. Upaya Pemasaran yang Telah Dilaksanakan Oleh Museum Topeng Cirebon dalam Upaya Menarik Kunjungan Wisatawan	71
B. Faktor-Faktor yang Menjadi Kekuatan dan Kelemahan Museum Topeng Cirebon dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.....	88
BAB V	126
PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Museum Topeng Cirebon September s.d Desember 2024 ..	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Museum Bulan Januari s.d Agustus 2025	3
Tabel 1.3 Pedoman Wawancara.....	13
Tabel 4.1 4P marketing mix museum topeng Cirebon.....	87
Tabel 4.2 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	116
Tabel 4.3 Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS)	117
Tabel 4.1 4P marketing mix museum topeng Cirebon.....	87
Tabel 4.2 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	116
Tabel 4.3 Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS)	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Batang Status Responden	5
Gambar 1.2 Diagram Batang Kunjungan Museum Cirebon	5
Gambar 1.3 Diagram Batang Tingkat Pengetahuan Letak Museum Cirebon	5
Gambar 1.4 Tahap Analisis Data (Sumber: Sugiono, 2020)	15
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	53
Gambar 3.1 Peta Kota Cirebon	54
Gambar 3.2 Logo Museum Topeng Cirebon.....	65
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Museum Topeng Cirebon.....	67
Gambar 4.1 Dokumentasi Pembukaan Museum.....	80
Gambar 4.2 Pamflet Informasi Acara Mask Festival 2025	81
Gambar 4.3 Penampilan Seniman Topeng	81
Gambar 4.4 Penampilan Tari Topeng	81
Gambar 4.5 Diagram Analisis SWOT Museum Topeng Cirebon	118
Gambar 4.6 Interpretasi Posisi Kuadran	119
Gambar 4.7 Matriks Strategi SWOT Museum Topeng Cirebon	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Persuratan	136
Lampiran 2 Dokumentasi.....	139



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON