

Pengembangan Museum sebagai Destinasi Wisata Edukasi di Indonesia : Sintesis Literatur Sistematis dan Kerangka Strategis Destinasi

Elisabeth Marlina Sari Lintong

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

e-mail: elisabeth.simanjuntak@uph.edu

ABSTRAK

Museum memainkan peran penting dalam mempertahankan dan menyebarkan informasi tentang budaya, seni, sejarah, dan ilmu pengetahuan kepada masyarakat. Museum di Indonesia, yang memiliki banyak warisan budaya yang indah, memiliki peluang untuk berkembang menjadi destinasi wisata edukasi yang menggabungkan hiburan dan pembelajaran (edutainment). Selain berfungsi sebagai tempat pelestarian artefak sejarah, museum juga berfungsi sebagai media edukasi yang menawarkan siswa pengalaman pembelajaran tentang sejarah, budaya, dan perkembangan peradaban melalui penggabungan aktivitas wisata dan pembelajaran (Panggabean, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan menggabungkan pendekatan yang digunakan untuk mengembangkan museum di Indonesia sebagai lokasi wisata edukasi dan budaya. Penelitian ini dilakukan melalui peninjauan literatur sistematis (SLR), yang menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan Google Scholar, literatur ditemukan mengenai strategi pengembangan museum, pengelolaan museum, pariwisata, wisata edukasi, dan wisata budaya. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan untuk inklusi dan eksklusi, sepuluh artikel diidentifikasi dan dievaluasi melalui proses ekstraksi data dan meta-sintesis deskriptif-naratif. Hasil studi menunjukkan empat pilar utama strategi pengembangan museum di Indonesia: atraksi dan interpretasi edukatif (edutainment dan living museum), fasilitas dan layanan hospitality, digitalisasi dan pemasaran destinasi, dan sinergi pemangku kepentingan. Keempat pilar ini bekerja sama untuk membuat pengalaman pengunjung yang berkualitas dan membantu mengubah museum menjadi destinasi wisata edukasi dan budaya yang menarik, adaptif, dan berkelanjutan. Hasil penelitian memberi pengelola museum dan pemangku kepentingan kerangka strategis untuk mengintegrasikan edukasi, fasilitas, teknologi, pemasaran, dan kolaborasi kelembagaan.

Kata kunci:

Strategi Pengembangan; Museum; Wisata Edukasi; Tinjauan Literatur

ABSTRACT

Museums play an important role in preserving and disseminating information about culture, art, history, and science to the public. In Indonesia, which is rich in cultural heritage, museums have significant potential to be developed as educational tourism destinations that combine entertainment and learning (edutainment). In addition to serving as places for preserving historical artifacts, museums also function as educational media that provide students with learning experiences about history, culture, and the development of civilization by integrating tourism and learning activities (Panggabean, 2017). This study aims to identify and synthesize approaches used to develop museums in Indonesia as educational and cultural tourism destinations. The study employs a Systematic Literature Review (SLR) using a qualitative approach. Relevant literature was identified through Google Scholar using keywords related to museum development strategies, museum management, tourism, educational tourism, and cultural tourism. Based on the established inclusion and exclusion criteria, ten articles were identified and analyzed through data extraction and descriptive-narrative meta-synthesis. The findings reveal four main pillars of museum development strategies in Indonesia: educational attractions and interpretation (edutainment and living museums), facilities and hospitality services, digitalization and destination marketing, and stakeholder synergy. These four pillars work together to create a quality visitor experience and support the transformation of museums into attractive, adaptive, and sustainable educational and cultural tourism destinations. The findings provide museum managers and tourism stakeholders with a strategic framework for integrating education, facilities, technology, marketing, and institutional collaboration in museum development.

Keywords:

Development Strategy; Museum; Educational Tourism; Literature Review

A. PENDAHULUAN

Museum memainkan peran penting dalam industri pariwisata dan destinasi budaya karena mereka tidak hanya melindungi warisan sejarah, seni, dan budaya tetapi juga menawarkan pengalaman wisata dan edukasi kepada masyarakat. Museum dapat memberikan pelajaran tentang sejarah, kebudayaan, dan perkembangan peradaban melalui koleksinya. Akibatnya, museum dapat berkembang menjadi destinasi wisata edukasi yang menggabungkan hiburan

dan pendidikan. Museum memiliki peran sebagai daya tarik wisata edukasi, menurut Panggabean (2017). Namun, Priyanto et al. (2018) menyatakan bahwa wisata edukasi menggabungkan kegiatan wisata dengan pengalaman pembelajaran. Pengembangan museum juga harus mempertimbangkan daya tarik, kualitas pelayanan, fasilitas, promosi, dan keterhubungan dengan pemangku kepentingan agar museum dapat memberikan pengalaman wisata yang

bermanfaat bagi pengunjung (Eddyono, 2021; Sandell & Janes, 2007).

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisata di Indonesia, kebutuhan untuk membangun museum semakin terlihat. Selama pandemi, industri pariwisata Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Jumlah kunjungan wisatawan asing mencapai 16,11 juta pada 2019, tetapi turun menjadi 4,05 juta pada 2020. Kemudian kembali meningkat menjadi 5,89 juta pada 2022 dan 11,68 juta pada 2023, menurut data Badan Pusat Statistik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi pengelolaan destinasi wisata harus berubah karena pola dan tingkat kunjungan akan berubah. Sejumlah studi sebelumnya juga menunjukkan masalah kunjungan museum. Misalnya, Simatupang dan Mulyadi (2022) menemukan bahwa pengunjung Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah cenderung menurun atau berkurang, sementara kampanye dan penggunaan media digital masih terbatas.

Saeroji (2022) mengutamakan pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo untuk menarik lebih banyak pengunjung. Hasilnya menunjukkan bahwa museum harus menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengunjung yang berubah dengan meningkatkan atraksi, fasilitas, promosi, teknologi digital, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Berbagai strategi dan pendekatan telah dikembangkan dalam penelitian tentang pengembangan museum di Indonesia. Maesari et al. (2020) menunjukkan bahwa wisata edukasi berkelanjutan harus dikembangkan dengan mempertimbangkan atraksi, sumber daya manusia, infrastruktur, fasilitas, dan skenario pembelajaran. Astina et al. (2021) mengembangkan Museum Subak Tabanan dengan meningkatkan atraksi, fasilitas, promosi, dan teknologi digital. Mereka juga bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan biro perjalanan untuk mengembangkan situs tersebut. Setiyarti et al. (2021) menyarankan Museum ARMA untuk menerapkan pendekatan museum hidup dengan membuat program seni dan budaya dan meningkatkan kolaborasi dengan seniman. Sementara itu, Dwi Indah Lestari et al. (2021) menggunakan analisis SWOT untuk membuat strategi pengembangan Museum Balaputra Dewa. Dalam strategi ini, mereka mempertimbangkan fasilitas, aksesibilitas, pendanaan, dan masalah promosi.

Studi tentang Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah, Museum Tosan Aji Purworejo, Museum Sunan Giri, Museum Benteng Vredeburg, Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, dan Museum Balla Lompoe juga menemukan pendekatan serupa. Penguatan edukasi dan budaya, sinergi antarpemangku kepentingan, peningkatan pengelolaan pariwisata, kolaborasi dengan lembaga pendidikan, peningkatan fasilitas, branding, dan digitalisasi adalah semua strategi yang dirancang. Oleh karena itu, status kontemporer penelitian museum di Indonesia menunjukkan bahwa berbagai perspektif telah

digunakan untuk mempelajari pengembangan museum. Namun, sebagian besar penelitian masih menggunakan pendekatan studi kasus pada satu museum atau lokasi tertentu. Selain itu, perbedaan objek penelitian menghasilkan fokus strategi yang berbeda, seperti wisata edukasi, museum hidup, promosi, peningkatan pendapatan, keberlanjutan, branding, dan keunggulan daya saing. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam penelitian. Penelitian sebelumnya telah menemukan berbagai cara untuk mengembangkan museum. Namun, hasilnya seringkali tersebar luas dan belum dimasukkan ke dalam rencana pengelolaan museum yang holistik pada tingkat destinasi. Berdasarkan penelitian ini, belum ada ulasan literatur sistematis yang secara khusus mensintesis model dan pendekatan pengembangan museum di Indonesia untuk menghasilkan strategi tata kelola destinasi yang menggabungkan kolaborasi pemangku kepentingan, keberlanjutan, digitalisasi, daya tarik wisata, fasilitas, pelestarian budaya, dan edukasi. Padahal, hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan museum tidak hanya bergantung pada koleksi dan fungsi edukasinya; itu juga bergantung pada kualitas fasilitas, promosi, keterlibatan masyarakat, dukungan pemerintah dan swasta, dan hubungannya dengan dunia pariwisata.

Oleh karena itu, metode *Systematic Literature Review* (SLR) digunakan untuk menemukan, membandingkan, dan mengintegrasikan berbagai strategi pengembangan museum yang digunakan atau diusulkan dalam penelitian di Indonesia. Hasil sintesis penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi pengembangan museum di Indonesia dapat dirumuskan secara lebih menyeluruh sebagai destinasi wisata edukasi dan budaya. Diharapkan hasilnya akan memberikan kerangka pemahaman yang lebih luas bagi pengelola museum dan pemangku kepentingan pariwisata tentang bagaimana meningkatkan daya tarik, fungsi edukatif, kualitas pengalaman pengunjung, keberlanjutan, dan daya saing museum sebagai bagian dari wisata edukasi dan budaya.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yang merupakan pendekatan kualitatif. SLR digunakan untuk mengidentifikasi, menyeleksi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan penelitian terdahulu tentang strategi pengembangan museum di Indonesia sebagai destinasi wisata edukasi dan budaya. Pilihan metode SLR didasarkan pada fakta bahwa penelitian ini tidak mengumpulkan data primer secara langsung, tetapi mengintegrasikan hasil dari berbagai penelitian terkait dengan masalah ini.

Metode Pencarian Literatur, Google Scholar adalah basis data utama yang digunakan untuk melakukan pencarian literatur. Pemilihan Google Scholar didasarkan pada kemampuannya untuk

menyediakan akses terhadap berbagai publikasi ilmiah yang relevan dengan penelitian tentang museum, wisata, dan wisata edukasi. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci dalam bahasa Inggris dan Indonesia.

Salah satu string penelusuran utama yang digunakan adalah: ("Strategi Pengembangan" atau "Strategi Pengembangan") dan "Museum" dan "Wisata Edukasi" atau "Wisata Edukasi". Untuk memperluas jangkauan pencarian, digunakan string pencarian tambahan: ("Pembangunan Museum" atau "Pengawasan Museum") dan ("Wisata" atau "Wisata Pendidikan" atau "Wisata Budaya").

Berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan, penelitian literatur hanya dapat mencakup artikel yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2024 dan membahas museum di Indonesia. Judul, abstrak, dan isi artikel juga dipertimbangkan saat memilih artikel. Kriteria inklusi dan eksklusi digunakan untuk menentukan artikel yang dapat digunakan sebagai sumber data penelitian. Kriteria tersebut disusun berdasarkan tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi dan mensintesis strategi pengembangan museum sebagai destinasi wisata edukasi dan budaya di Indonesia (lihat tabel 1).

Seleksi literatur dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah identifikasi, di mana artikel dicari dengan menggunakan string pencarian yang telah ditentukan. Selanjutnya, screening dilakukan dengan memeriksa judul dan abstrak artikel untuk memastikan apakah mereka sesuai dengan topik penelitian. Artikel ini tidak membahas museum Indonesia, wisata edukasi atau pariwisata, atau strategi pengembangan yang dikeluarkan dari proses seleksi.

Selanjutnya adalah penilaian kelayakan. Setelah melewati tahap screening, artikel ditelaah berdasarkan isi dan dibandingkan dengan semua persyaratan inklusi dan eksklusi. Artikel yang memenuhi semua persyaratan ini kemudian dimasukkan ke dalam tahap sintesis. Dalam proses seleksi penelitian ini, sepuluh artikel ditemukan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai bahan utama untuk analisis. Penelitian yang dilakukan pada Museum Geologi Bandung, Museum Subak Tabanan, Museum ARMA, Museum Balaputra Dewa, Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah, Museum Tosan Aji

Purworejo, Museum Sunan Giri, Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta, Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, dan Museum Balla Lompoa termasuk dalam sepuluh artikel tersebut.

Data dari setiap artikel yang dipilih dikumpulkan dengan mempertimbangkan sejumlah elemen: tahun publikasi, judul penelitian, objek atau lokasi museum, tujuan penelitian, metode penelitian, fokus strategi pengembangan, dan temuan utama. Informasi ini digunakan untuk membandingkan karakteristik penelitian sebelumnya dan menemukan pola strategi pengembangan museum di Indonesia.

Sepuluh artikel yang dianalisis menunjukkan bahwa penelitian tentang pengembangan museum memiliki banyak fokus. Beberapa menekankan pengembangan wisata edukasi berkelanjutan, pengembangan wisata budaya, konsep hidup museum, keberlanjutan pariwisata, peningkatan kunjungan, peningkatan pendapatan, peningkatan wisatawan, pengembangan kepariwisataan sejarah, dan pencapaian daya saing museum.

Sintesis dilakukan secara deskriptif-naratif dengan membandingkan hasil dari setiap artikel yang memenuhi persyaratan. Temuan penelitian dikelompokkan berdasarkan tema strategi berulang untuk pengembangan museum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan museum dapat dibagi menjadi beberapa komponen utama: pertama, produk wisata dan atraksi; kedua, pengembangan fungsi pelestarian budaya dan edukasi; tiga, peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan; empat, promosi, branding, dan pemanfaatan teknologi digital; lima, penguatan kelembagaan dan sumber daya manusia; dan enam, kerja sama dengan pemerintah, masyarakat, institusi pendidikan, sektor swasta, dan pihak lain yang bertanggung jawab atas pengelolaan museum.

Hasil dari kelompok ini menggabungkan berbagai temuan yang sebelumnya tersebar di studi kasus museum yang berbeda. Akibatnya, hasil SLR tidak hanya memberikan deskripsi tentang strategi masing-masing museum, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang elemen strategi yang dapat membantu perkembangan museum sebagai destinasi wisata edukasi dan budaya di Indonesia.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

No.	Kriteria	Inklusi	Eksklusi
1	Jenis publikasi	Artikel jurnal ilmiah nasional atau internasional yang relevan	Skripsi, tesis, disertasi, buku, artikel populer, dan prosiding yang tidak melalui peer review
2	Tahun publikasi	2020–2024	Artikel yang diterbitkan sebelum 2020 atau setelah 2024
3	Lokasi	Museum yang berada di Indonesia	Museum yang berada di luar Indonesia
4	Fokus	Strategi pengembangan museum, pengelolaan museum, wisata edukasi, wisata budaya, pariwisata museum, daya tarik museum, atau peningkatan kunjungan	Studi museum yang tidak berkaitan dengan pariwisata, edukasi, pengembangan destinasi, atau pengelolaan museum
5	Substansi	Membahas strategi, pendekatan, model, atau faktor pengembangan museum	Hanya membahas koleksi atau konservasi teknis tanpa keterkaitan dengan pengembangan museum sebagai destinasi

6	Ketersediaan data	Artikel memiliki informasi mengenai tujuan, metode, dan hasil penelitian yang dapat dianalisis	Artikel dengan informasi penelitian yang tidak memadai
---	-------------------	--	--

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel di bawah ini menyajikan rangkuman hasil dari jurnal review.

Tabel 2. Karakteristik dan Strategi Pengembangan Museum Berdasarkan Studi Terdahulu

Penulis & Tahun	Nama Museum/Lokasi	Metode	Fokus Utama	Hasil Strategi
Maesari et al. (2020)	Museum Geologi Bandung	Deskriptif kualitatif	Wisata edukasi berkelanjutan	Penguatan atraksi, SDM, infrastruktur, fasilitas, dan skenario pembelajaran.
Astina et al. (2021)	Museum Subak, Tabanan	Deskriptif kualitatif	Wisata budaya dan edukasi	Pengembangan atraksi dan fasilitas, promosi, teknologi digital, serta kerja sama dengan institusi pendidikan dan biro perjalanan.
Setiyarti et al. (2021)	Museum ARMA, Bali	Deskriptif kualitatif	<i>Living museum</i>	Pengembangan program seni dan budaya, fasilitas, serta kolaborasi dengan seniman dan pelaku budaya.
Dwi Indah Lestari et al. (2021)	Museum Balaputra Dewa	Analisis SWOT	Strategi pengembangan museum	Penguatan promosi, fasilitas, aksesibilitas, pendanaan, dan optimalisasi potensi museum.
Simatupang & Mulyadi (2022)	Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah	Deskriptif kualitatif	Daya tarik dan kunjungan	Penguatan promosi, media digital, pelayanan, dan program museum yang menarik.
Saeroji (2022)	Museum Tosan Aji, Purworejo	Deskriptif kualitatif	Peningkatan kunjungan wisatawan	Pengembangan atraksi, fasilitas, promosi, dan keterkaitan museum dengan pariwisata daerah.
Ananda & Sari (2022)	Museum Sunan Giri	Deskriptif kualitatif	Wisata sejarah dan budaya	Penguatan promosi, produk wisata, fasilitas, serta potensi sejarah dan budaya.
Pratama et al. (2023)	Museum Benteng Vredeburg, Yogyakarta	Deskriptif kualitatif	Wisata sejarah dan edukasi	Peningkatan pengalaman pengunjung, teknologi, promosi, dan program edukasi.
Anggraini et al. (2024)	Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara	Deskriptif kualitatif	Daya tarik dan kunjungan	Peningkatan pengelolaan, promosi, fasilitas, teknologi, dan kolaborasi pemangku kepentingan.
Fajri et al. (2024)	Museum Balla Lompoa	Deskriptif kualitatif	Daya tarik dan daya saing	Penguatan atraksi budaya, fasilitas, promosi, keterlibatan masyarakat, dan kerja sama.

Meta Sintesis :

Sebagai hasil dari peninjauan literatur sistematis terhadap sepuluh artikel yang memenuhi kriteria penelitian, ditemukan bahwa strategi pengembangan museum di Indonesia tidak terbatas pada koleksi dan pelestarian budaya semata-mata; sebaliknya, mereka menggabungkan berbagai elemen yang saling berkaitan yang membentuk pengalaman wisata. Hasil sintesis menunjukkan empat pilar utama yang secara konsisten muncul dalam penelitian terdahulu: (1) atraksi dan interpretasi edukatif, (2) fasilitas dan layanan hospitality, (3) digitalisasi dan pemasaran destinasi, dan (4) sinergi pemangku kepentingan. Keempat pilar ini dapat bekerja sama untuk mengubah museum dari tempat penyimpanan dan pelestarian koleksi menjadi tempat wisata edukasi dan budaya.

Atraksi dan Interpretasi Edukatif (Pembelajaran dan Museum Hidup)

Pengembangan atraksi dan interpretasi edukatif adalah fokus pilar pertama. Hasil sintesis menunjukkan bahwa museum harus menawarkan fungsi edukasi melalui pengalaman yang lebih interaktif dan kontekstual daripada hanya menampilkan barang koleksi secara konvensional. Maesari et al. (2020), misalnya, menggarisbawahi betapa pentingnya menciptakan skenario pembelajaran dan tujuan wisata edukasi yang berkelanjutan. Hasil Astina et al. (2021) menunjukkan bahwa untuk

meningkatkan Museum Subak sebagai tempat wisata budaya dan edukasi, pengembangan atraksi sangat penting. Setiyarti et al. (2021) meneliti konsep museum hidup di Museum ARMA, yang menunjukkan bahwa museum dapat membuat budaya menjadi pengalaman yang hidup melalui acara, program, dan keterlibatan pelaku budaya. Dengan demikian, museum tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk melihat artefak, tetapi juga sebagai tempat untuk mengalami, memahami, dan berinteraksi dengan warisan budaya. Hasil meta-sintesis menunjukkan bahwa museum sekarang berfokus pada pengalaman daripada objek. Dalam strategi pengembangan atraksi, koleksi harus dikombinasikan dengan interpretasi, simulasi, acara budaya, program pendidikan, dan aktivitas interaktif. Metode seperti ini dapat meningkatkan nilai edukatif sekaligus meningkatkan daya tarik museum sebagai tempat wisata.

Fasilitas dan Layanan Wisata (Wisata dan Layanan Terkait)

Layanan dan fasilitas pendukung merupakan pilar kedua. Studi menunjukkan bahwa fasilitas yang membuat kunjungan museum nyaman dan nyaman harus mendukung atraksi museum. Maesari et al. (2020) menganggap pembangunan wisata edukasi mencakup infrastruktur dan fasilitas. Di sisi lain, penelitian lain menekankan peningkatan fasilitas sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan daya tarik museum.

Dalam perspektif destinasi, fasilitas museum tidak hanya mencakup ruang pameran tetapi juga elemen yang mendukung pengalaman pengunjung, seperti tata ruang, aksesibilitas, tempat istirahat, fasilitas informasi, dan layanan tambahan yang relevan dengan karakter destinasi. Ini penting karena pengalaman pengunjung dibentuk oleh keseluruhan perjalanan di destinasi, bukan hanya koleksi yang ditampilkan.

Oleh karena itu, hasil sintesis menunjukkan bahwa museum harus mengadopsi perspektif pelayanan, yaitu memandang pengunjung sebagai pelanggan yang ingin memiliki pengalaman yang nyaman, mudah diakses, informasi, dan menyenangkan. Salah satu cara untuk meningkatkan pengalaman pengunjung adalah dengan menciptakan fasilitas tambahan, seperti tempat makan lokal, tempat istirahat, dan aksesibilitas. Meskipun demikian, elemen-elemen tersebut harus disesuaikan dengan sifat dan kemampuan masing-masing museum.

Digitalisasi dan Pemasaran Destinasi (Transformasi Digital dan Pemasaran Destinasi)

Pemasaran destinasi dan penggunaan teknologi digital adalah pilar ketiga. Studi ini menunjukkan bahwa promosi dan teknologi digital adalah cara penting untuk meningkatkan visibilitas museum. Misalnya, Astina et al. (2021) mengatakan bahwa strategi pengembangan Museum Subak memasukkan penggunaan teknologi digital dan promosi. Sebaliknya, Simatupang dan Mulyadi (2022) menunjukkan betapa pentingnya mengembangkan promosi dan pemanfaatan media digital untuk mengatasi masalah kunjungan museum.

Hasilnya menunjukkan bahwa digitalisasi seharusnya dipahami lebih dari sekedar penggunaan media sosial untuk mempromosikan kunjungan. Itu dapat menjadi bagian dari perjalanan wisatawan secara keseluruhan, mulai dari pencarian informasi sebelum kunjungan, pengalaman selama berada di museum, hingga interaksi setelah kunjungan. Untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperluas jangkauan informasi, teknologi seperti media sosial, kode QR, konten digital, virtual tour, dan media interpretasi digital dapat digunakan.

Dari perspektif pemasaran destinasi, museum juga harus membangun identitas unik yang membedakannya dari destinasi lain. Oleh karena itu, digitalisasi dan branding destinasi dapat bekerja bersama-sama: teknologi digunakan untuk berkomunikasi, sedangkan identitas museum digunakan untuk meningkatkan persepsi dan daya tarik destinasi. Strategi ini semakin relevan untuk menjangkau kelompok pengunjung yang terbiasa mengakses informasi perjalanan melalui platform online.

Sinergi Pemangku Kepentingan (Sinergi Institusional)

Pemangku kepentingan harus bekerja sama untuk mencapai pilar keempat. Hasil telaah

menunjukkan bahwa karena museum merupakan bagian dari ekosistem pariwisata yang terdiri dari pemerintah, masyarakat, institusi pendidikan, sektor swasta, dan perusahaan perjalanan wisata, pengembangan museum tidak dapat dilakukan hanya oleh pengelola museum. Misalnya, dalam strategi pengembangan Museum Subak, Astina et al. (2021) menekankan kerja sama dengan lembaga pendidikan dan biro perjalanan. Dalam pengembangan museum, kolaborasi, keterlibatan masyarakat, dan dukungan berbagai pihak sangat penting, menurut penelitian lain.

Secara konseptual, sinergi ini dapat membentuk jaringan destinasi yang menghubungkan museum dengan sekolah dan perguruan tinggi sebagai mitra pendidikan; Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berfungsi sebagai regulator dan fasilitator; biro perjalanan berfungsi sebagai penghubung pasar wisata; masyarakat memiliki dan mempertahankan nilai budaya; dan sektor swasta berfungsi sebagai pendukung. Metode ini melihat museum sebagai bagian dari jaringan destinasi budaya dan edukasi daripada sebagai destinasi yang berdiri sendiri.

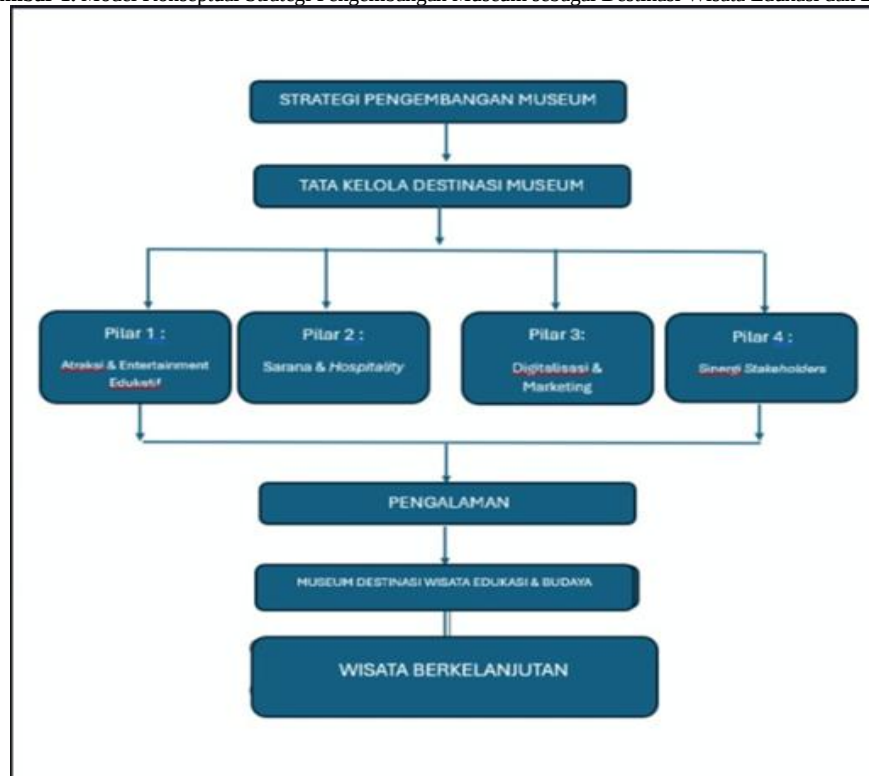
Implementasi Empat Pilar dalam Tata Kelola Destinasi Museum

Keempat pilar tersebut menunjukkan betapa pentingnya menerapkan strategi pengembangan museum secara terintegrasi. Alasan utama wisatawan untuk berkunjung adalah atraksi dan interpretasi edukatif; fasilitas dan layanan hospitality mendukung kualitas pengalaman selama kunjungan; pemasaran dan digitalisasi memperluas jangkauan dan menciptakan citra destinasi; dan sinergi pemangku kepentingan memberikan dukungan kelembagaan dan jaringan yang memungkinkan strategi tersebut berjalan secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, menurut meta-sintesis penelitian ini, peningkatan satu aspek saja tidak cukup untuk pengembangan museum. Sementara digitalisasi tanpa konten dan atraksi yang kuat hanya akan meningkatkan visibilitas tanpa meningkatkan pengalaman wisata, pengembangan atraksi tanpa fasilitas yang memadai dapat menyebabkan pengalaman yang kurang optimal. Demikian pula, pengembangan museum tanpa dukungan pemangku kepentingan dapat menghadapi keterbatasan sumber daya dan akses pasar.

Oleh karena itu, keempat pilar tersebut harus dilihat sebagai rangkaian tata kelola destinasi museum yang terintegrasi. Fokus utama penelitian ini adalah integrasi, yang menggabungkan berbagai pendekatan yang telah dipelajari secara parsial pada studi kasus museum yang berbeda menjadi kerangka konseptual yang lebih luas

Gambar 1. Model Konseptual Strategi Pengembangan Museum sebagai Destinasi Wisata Edukasi dan Budaya



E. SIMPULAN

Hasil dari mengintegrasikan penelitian dari berbagai jurnal tentang pengembangan museum sebagai destinasi wisata edukasi adalah bahwa pengembangan ini melibatkan metode penelitian kualitatif seperti observasi, wawancara, analisis dokumen, dan studi pustaka. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik museum dan fungsi edukatifnya dengan mempertimbangkan peluang dan masalah yang dihadapi. Analisis SWOT biasanya digunakan untuk membuat strategi pengembangan yang tepat. Jurnal-jurnal ini berfokus pada topik dan subjek yang berbeda, tetapi keseluruhan tujuannya adalah untuk meningkatkan fungsi museum sebagai lokasi pembelajaran dan pelestarian budaya yang relevan. Pengembangan koleksi, fasilitas, dan promosi museum membutuhkan dukungan dari pemerintah dan sektor swasta, sementara keterlibatan masyarakat lokal meningkatkan ekonomi dan sosial di sekitar museum. Secara keseluruhan, hasil integrasi ini memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana

museum-museum di Indonesia dapat meningkatkan daya tarik, memaksimalkan fungsi edukatif, dan tetap kompetitif sebagai destinasi wisata edukasi

SARAN

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu jangka waktu yang dipilih. Selain batas waktu, kriteria jurnal lainnya tidak sesuai dengan penelitian, yang membatasi hasil. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan ketepatan

proses pemilihan artikel jurnal. Anda dapat menemukan lebih banyak informasi dengan menggunakan rangkaian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1992). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach in the Social Science*. alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons. Surabaya, Usaha Nasional.
- Dayantri, Ramadhani, S., & Syahbudi, M. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Sejarah di Kota Medan Dengan Metode SOAR (Studi Kasus Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara). *Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 13(1), 104–116.
- Dwi Indah Lestari, A., Santika, I., Tarisa, W., & Panorama, M. (2021). Strategi Pengembangan Museum Balaputradewa Untuk Meningkatkan Pendapatan Pemerintah Kota Palembang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i1.1>
- Eddyono, F. (2021). *Pengelola Destinasi Pariwisata*. In Uwais Inspirasi Indonesia.
- I Wayan Agus Arif Budi Astina, Ni Wayan Mekarini, & Sulistyoadi Jokosaharjo. (2021). Strategi Pengembangan Museum Subak Tabanan Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya. *Journal of*

- Tourism and Interdisciplinary Studies, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.51713/jotis.v1i1.51>
- Khoirunnisa, A. (2022). Pengembangan Museum Sunan Giri Sebagai Wisata Edukasi Sejarah Di Kabupaten Gresik Tahun 2003-2019. AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah, 12(1), 1–10.
- Maesari, N., Suganda, D., & Rakhman, C. U. (2020). Pengembangan Wisata Edukasi Berkelanjutan di Museum Geologi Bandung. Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan, 3(1), 8–17. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i1.29>
- Manor, U. (2024). Strategi Lompoa : Membesarkan Museum Balla Lompoa untuk Mencapai Keunggulan Daya Saing. Nalar, Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 3(April), 8–16. <https://doi.org/10.31004/aulad.vxix.xx>
- Panggabean, W. A. (2017). Peran Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi di Kota Medan.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.31227/osf.io/g3k48>
- Saeroji, A. (2022). Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. Jurnal Inovasi Penelitian, 2(9).
- Sandell, R., & Janes, R. (2007). Museum Management and Marketing. Canada: Routledge.
- Santi, G. R. P., Derriawan, & Zulkifli. (2023). Strategi Keberlangsungan Wisata Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta (Stratefy for Sustainability of Yogyakarta Fort Vredeburg Museum Tourism). EKOBISMAN: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen, 8(2), 149–164.
- Setiyarti, T., Ratih Anggarwati Dewi, K., Sundari, P., Handayani Denpasar, S., & Semarang, S. (2021). Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Museum Arma Sebagai Sebuah Living Museum. Jurnal Stie Semarang, 13(1), 152–164.
- Simatupang, D., & Mulyadi. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Museum Kota Tanjung Pinang Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah. Jurnal Manajemen Kuliner, 1(1), 29–33. <https://doi.org/10.59193/jmn.v1i1.1>
- Sujanska, L., & Nadanyiova, M. (2022). ONLINE MARKETING COMMUNICATION AS A KEY TOOL TO CAPTURE THE ATTENTION OF GENERATION Z. Technomedia Journal (TMJ), 16(2), 81–90.