
Pengaruh Wisata Edukasi dan Keindahan Arsitektur Terhadap Keputusan Berkunjung ke Museum Bank Indonesia

Muhammad Bilal Sulaeman, Eduard Rudolf Pangkerego*, Alifatqul Maulana
Institut Pariwisata Trisakti
*eduard@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

Museums serve not only as institutions for preserving history and culture but also increasingly as tourism destinations that offer educational and aesthetic experiences. This study aims to analyze the influence of educational tourism and architectural beauty on visitors' decisions to visit the Bank Indonesia Museum. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. Primary data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire administered to 100 respondents selected using purposive sampling. The respondents were visitors aged 17 years and above who had visited the Bank Indonesia Museum. The data were analyzed using linear regression analysis. The results show that educational tourism has a positive and significant effect on the decision to visit, with a regression coefficient of 0.450 and a significance level of 0.000. Architectural beauty also has a positive and significant effect, with a regression coefficient of 0.380 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables significantly affect the decision to visit, with an F-value of 62.430 and a significance level of 0.000. These findings highlight the importance of integrating educational functions and architectural appeal in developing the Bank Indonesia Museum as a cultural and educational tourism destination.

Keywords: educational tourism, architectural beauty, visit decision, museum

ABSTRAK

Museum tidak hanya berfungsi sebagai institusi pelestarian sejarah dan budaya, tetapi juga berkembang sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman edukatif dan estetis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh wisata edukasi dan keindahan arsitektur terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert lima poin kepada 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Responden merupakan pengunjung yang berusia minimal 17 tahun dan memiliki pengalaman berkunjung ke Museum Bank Indonesia. Data dianalisis menggunakan regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan koefisien regresi sebesar 0,450 dan signifikansi 0,000. Keindahan arsitektur juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,380 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai F sebesar 62,430 dan signifikansi 0,000. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi fungsi edukatif dan daya tarik arsitektur dalam pengembangan Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata budaya dan edukasi.

Kata Kunci: wisata edukasi, keindahan arsitektur, keputusan berkunjung, museum

Pendahuluan

Museum telah mengalami transformasi dari institusi yang semata-mata berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan pelestarian koleksi sejarah menjadi ruang pariwisata budaya yang menawarkan pengalaman edukatif, rekreatif, dan emosional kepada pengunjung. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kunjungan ke museum tidak lagi hanya berorientasi pada perolehan pengetahuan mengenai koleksi dan sejarah, tetapi juga pada penciptaan pengalaman yang bermakna melalui interaksi dengan objek pameran, interpretasi, lingkungan, dan ruang fisik museum. Pengalaman museum dapat memberikan manfaat kognitif, afektif, reflektif, dan rekreatif sehingga museum semakin dipandang sebagai bagian dari pengalaman pariwisata yang multidimensional (Chan, 2009). Dengan demikian, kemampuan museum dalam menyediakan pengalaman yang bernilai bagi pengunjung menjadi salah satu aspek penting dalam membentuk ketertarikan dan keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi museum.

Salah satu dimensi yang semakin penting dalam pengembangan museum sebagai destinasi wisata adalah wisata edukasi. Museum menyediakan lingkungan pembelajaran yang memungkinkan pengunjung memperoleh pengetahuan melalui interaksi langsung dengan koleksi, informasi sejarah, narasi, dan berbagai bentuk interpretasi yang disediakan. Berbeda dengan pembelajaran konvensional di ruang kelas, pembelajaran di museum memungkinkan pengunjung memperoleh pengalaman melalui pengamatan, eksplorasi, dan keterlibatan langsung dengan objek serta lingkungan museum. Mortensen (2011) menunjukkan bahwa lingkungan pembelajaran museum memiliki potensi edukatif yang besar dalam membantu pengunjung memahami informasi melalui interaksi dengan pameran. Dalam konteks pariwisata berbasis pembelajaran, motivasi untuk memperoleh pengetahuan dan mengembangkan diri juga berkaitan dengan bagaimana pengunjung mengevaluasi pengalaman mereka terhadap lingkungan museum (Zhang et al., 2018). Oleh karena itu, semakin kuat nilai edukatif yang dirasakan pengunjung, semakin besar kemungkinan museum dipersepsikan sebagai destinasi yang memberikan manfaat sekaligus pengalaman wisata yang bermakna.

Selain aspek edukasi, keindahan arsitektur merupakan elemen penting dalam membentuk daya tarik museum sebagai destinasi wisata budaya. Arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai elemen fisik suatu bangunan, tetapi juga dapat membentuk kesan visual, memperkuat identitas tempat, serta menciptakan pengalaman estetis bagi pengunjung. Lingkungan fisik museum, termasuk perencanaan arsitektur, ruang pameran, lingkungan eksternal, dan area masuk, terbukti berkaitan dengan pengalaman dan kepuasan pengunjung dalam konteks pariwisata berbasis pembelajaran (Zhang et al., 2018). Penelitian mengenai pengalaman pengunjung museum juga menunjukkan bahwa kualitas lingkungan interpretasi dapat memengaruhi pengalaman pengunjung dan selanjutnya berkaitan dengan perilaku pascakunjungan (Kuo et al., 2018). Temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik fisik dan estetika museum tidak dapat dipisahkan dari pengalaman wisata secara keseluruhan. Dengan demikian, keindahan arsitektur berpotensi menjadi salah satu stimulus yang mendorong ketertarikan pengunjung untuk memilih dan mengunjungi suatu museum.

Museum Bank Indonesia merupakan salah satu museum yang memiliki karakteristik unik karena memadukan fungsi edukasi mengenai sejarah ekonomi dan perbankan Indonesia dengan nilai historis dan arsitektural bangunan cagar budaya. Museum ini menempati bangunan bersejarah yang sebelumnya digunakan sebagai gedung De Javasche Bank dan berada di kawasan Kota Tua Jakarta. Keberadaan bangunan bersejarah tersebut memberikan pengalaman yang berbeda karena pengunjung tidak hanya memperoleh informasi mengenai perkembangan sistem moneter dan perbankan Indonesia, tetapi juga dapat menikmati karakteristik arsitektur dan ruang historis yang

menjadi bagian dari daya tarik museum. Kondisi tersebut menjadikan Museum Bank Indonesia relevan untuk dikaji sebagai destinasi wisata edukasi sekaligus wisata budaya berbasis heritage. Meskipun penelitian terdahulu telah mengkaji pengalaman museum, lingkungan fisik, kualitas interpretasi, serta perilaku pengunjung pada berbagai museum, kajian yang secara khusus menguji kontribusi wisata edukasi dan keindahan arsitektur secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada Museum Bank Indonesia masih relatif terbatas.

Studi sebelumnya telah membuktikan bahwa pengalaman museum, lingkungan fisik, serta karakteristik atraksi budaya dapat memengaruhi pengalaman dan perilaku pengunjung (Brida et al., 2012; Chan, 2009; Kuo et al., 2018). Brida et al. (2012), misalnya, menunjukkan bahwa karakteristik atraksi budaya dan pengalaman yang diperoleh pengunjung berkaitan dengan kecenderungan untuk melakukan kunjungan kembali, sedangkan Kuo et al. (2018) menemukan bahwa pengalaman pengunjung berperan dalam hubungan antara kualitas lingkungan interpretasi dan perilaku pascakunjungan. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengintegrasikan nilai edukatif dan keindahan arsitektur sebagai faktor yang menjelaskan keputusan berkunjung dalam konteks museum sejarah dan perbankan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh wisata edukasi dan keindahan arsitektur terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian pariwisata museum dan wisata budaya, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengelola museum dalam mengembangkan aspek edukatif dan arsitektural sebagai daya tarik untuk meningkatkan keputusan kunjungan wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata Edukasi

Wisata edukasi merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang mengintegrasikan pengalaman perjalanan dengan proses memperoleh pengetahuan, keterampilan, pemahaman budaya, dan pengalaman belajar secara langsung. Dalam konteks museum, wisata edukasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan pengalaman pengunjung dalam mengamati koleksi, memahami narasi sejarah, berinteraksi dengan lingkungan, serta membangun interpretasi personal terhadap objek yang dikunjungi. Abubakar et al. (2014) menjelaskan bahwa motivasi edukatif merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan *educational tourism*, sedangkan Arcodia et al. (2021) menunjukkan bahwa pengalaman belajar melalui kegiatan wisata dapat memberikan pengalaman yang lebih nyata dan bermakna bagi peserta. Dalam lingkungan museum, proses pembelajaran dapat berlangsung melalui interaksi langsung dengan pameran dan lingkungan pembelajaran sehingga museum berfungsi sebagai ruang pendidikan sekaligus destinasi wisata (Mortensen, 2011; Wijayanti, 2018). Zhang et al. (2018) juga menunjukkan bahwa motivasi pendidikan dan pengembangan diri berhubungan dengan bagaimana pengunjung mempersepsikan lingkungan fisik museum dan pengalaman kunjungannya. Dengan demikian, wisata edukasi dalam penelitian ini dipahami sebagai persepsi pengunjung terhadap kemampuan Museum Bank Indonesia dalam memberikan pengalaman belajar, pengetahuan, pemahaman sejarah, serta wawasan mengenai perkembangan ekonomi dan perbankan Indonesia.

Keindahan Arsitektur

Keindahan arsitektur merujuk pada persepsi individu terhadap kualitas estetika, karakter visual, bentuk, tata ruang, proporsi, ornamen, serta karakter historis suatu bangunan yang menghasilkan pengalaman estetis bagi pengamat. Dalam konteks pariwisata budaya, arsitektur dapat menjadi bagian dari daya tarik destinasi karena bangunan tidak hanya berfungsi sebagai ruang fisik, tetapi juga sebagai representasi identitas, sejarah, dan karakter suatu tempat. Smith dan Wolf (1996) menunjukkan bahwa pengalaman estetis pengunjung museum dipengaruhi oleh preferensi dan cara pengunjung mengonstruksi pengalaman ketika berada di dalam museum. Sementara itu, Zhang et al. (2018) menemukan bahwa lingkungan fisik museum, termasuk perencanaan arsitektur, ruang pameran, lingkungan eksternal, dan area masuk, merupakan elemen penting yang berkaitan dengan pengalaman dan kepuasan pengunjung. Dalam perspektif *servicescape*, lingkungan fisik juga dapat memberikan stimulus yang memengaruhi persepsi dan respons konsumen terhadap suatu tempat (Bitner, 1992). Oleh karena itu, keindahan arsitektur Museum Bank Indonesia dapat dipahami sebagai persepsi pengunjung terhadap daya tarik visual dan estetika bangunan, keunikan bentuk dan ornamen, kesesuaian desain dengan nilai sejarah, serta kemampuan arsitektur bangunan dalam menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan.

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung merupakan proses evaluatif yang dilakukan individu sebelum menentukan pilihan untuk mengunjungi suatu destinasi berdasarkan persepsi terhadap manfaat, daya tarik, pengalaman yang diharapkan, serta informasi yang dimiliki mengenai destinasi tersebut. Dalam konteks museum, keputusan berkunjung berkaitan dengan kecenderungan individu untuk memilih museum sebagai tujuan wisata setelah mempertimbangkan berbagai atribut yang ditawarkan. Luo dan Ye (2020) menunjukkan bahwa faktor psikologis dan motivasional dapat memengaruhi ekspektasi pengalaman, motivasi, dan *visit intention* wisatawan terhadap museum. Sementara itu, Brida et al. (2012) menunjukkan bahwa karakteristik pengalaman dan daya tarik suatu atraksi budaya berperan dalam membentuk perilaku kunjungan wisatawan. Kuo et al. (2018) juga menemukan bahwa kualitas lingkungan interpretasi memengaruhi pengalaman pengunjung dan selanjutnya berkaitan dengan perilaku pascakunjungan. Dalam penelitian yang lebih kontekstual di Indonesia, Masnadi (2024) menunjukkan bahwa *destination image* dan *perceived value* memiliki peran dalam menjelaskan keputusan berkunjung ke museum. Berdasarkan perspektif tersebut, keputusan berkunjung dalam penelitian ini mengacu pada keputusan individu untuk memilih Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata yang diwujudkan melalui keyakinan memilih museum, keinginan melakukan kunjungan, pertimbangan terhadap manfaat yang diperoleh, serta kesediaan menentukan museum tersebut sebagai tujuan wisata.

METODE PENELITIAN

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan menganalisis pengaruh wisata edukasi dan keindahan arsitektur terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden. Variabel independen terdiri atas wisata edukasi (X1) dan keindahan arsitektur (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan berkunjung (Y). Museum Bank Indonesia di

kawasan Kota Tua Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki fungsi edukatif yang berkaitan dengan sejarah ekonomi dan perbankan Indonesia sekaligus memiliki karakter bangunan bersejarah dengan nilai arsitektur yang menjadi bagian dari daya tarik museum. Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan secara *cross-sectional* melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung Museum Bank Indonesia.

Populasi penelitian adalah pengunjung Museum Bank Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden penelitian berjumlah 100 orang dengan kriteria: (1) berusia minimal 17 tahun; (2) pernah mengunjungi Museum Bank Indonesia; (3) memiliki pengalaman secara langsung terhadap lingkungan fisik dan fasilitas museum; dan (4) bersedia mengisi kuesioner penelitian secara sukarela. Teknik purposive sampling digunakan karena penelitian membutuhkan responden yang memiliki pengalaman langsung terhadap objek penelitian sehingga mampu memberikan penilaian terhadap aspek edukatif dan arsitektural Museum Bank Indonesia. Penggunaan sampel sebanyak 100 responden disesuaikan dengan karakteristik model penelitian yang relatif sederhana, yaitu melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen, serta mempertimbangkan keterbatasan akses terhadap populasi pengunjung secara keseluruhan (Hair et al., 2019).

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Indikator penelitian diadaptasi dari konstruk yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan karakteristik Museum Bank Indonesia. Variabel wisata edukasi (X1) mencerminkan persepsi responden terhadap kemampuan museum dalam memberikan pengetahuan, meningkatkan pemahaman mengenai sejarah dan ekonomi, menyediakan pengalaman pembelajaran, serta memberikan informasi yang bermanfaat selama kunjungan (Mortensen, 2011; Wijayanti, 2018; Zhang et al., 2018). Variabel keindahan arsitektur (X2) mencerminkan persepsi responden terhadap daya tarik visual bangunan, keunikan desain, keindahan ornamen, karakter historis, dan daya tarik keseluruhan bangunan museum (Bitner, 1992; Smith & Wolf, 1996; Zhang et al., 2018). Variabel keputusan berkunjung (Y) mencerminkan penilaian responden mengenai keputusan memilih Museum Bank Indonesia sebagai tujuan wisata, keyakinan terhadap pilihan tersebut, pertimbangan manfaat kunjungan, dan kecenderungan memilih museum sebagai destinasi wisata (Brida et al., 2012; Luo & Ye, 2020).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap setiap variabel penelitian. Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa indikator mampu mengukur konstruk penelitian secara konsisten. Reliabilitas instrumen dievaluasi menggunakan Cronbach's alpha dengan nilai $\geq 0,70$ sebagai kriteria umum penerimaan reliabilitas (Hair et al., 2019).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) pada tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial wisata edukasi terhadap keputusan berkunjung dan pengaruh parsial keindahan arsitektur terhadap keputusan berkunjung. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh wisata edukasi dan keindahan arsitektur secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi keputusan berkunjung yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel

independen dalam model. Nilai koefisien regresi positif menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dan keputusan berkunjung. Seluruh analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik yang sesuai, dan hasil pengujian dilaporkan secara transparan melalui nilai koefisien regresi, *standard error*, nilai *t*, nilai *F*, tingkat signifikansi, R^2 , dan *adjusted R^2*. Dengan prosedur tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai kontribusi wisata edukasi dan keindahan arsitektur dalam menjelaskan keputusan pengunjung untuk memilih Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	44	44%
	Perempuan	56	56%
Usia	17–25 tahun	61	61%
	26–35 tahun	25	25%
	36–45 tahun	9	9%
	>45 tahun	5	5%
Pendidikan Terakhir	SMA/ sederajat	52	52%
	Diploma	8	8%
	Sarjana (S1)	34	34%
	Pascasarjana (S2/S3)	6	6%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	48	48%
	Karyawan/ pegawai	29	29%
	Wiraswasta	13	13%
	Aparatur Sipil Negara	5	5%
	Lainnya	5	5%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	54	54%
	2 kali	28	28%
	3 kali	11	11%
	>3 kali	7	7%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden didominasi oleh perempuan sebanyak 56 orang (56,0%), kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 61 orang (61,0%), lulusan SMA/ sederajat sebanyak 52 orang (52,0%), serta pelajar/ mahasiswa sebanyak 48 orang (48,0%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar merupakan kelompok usia muda dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi. Dominasi pelajar dan mahasiswa relevan dengan karakter Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata edukasi yang menawarkan pengalaman pembelajaran mengenai sejarah ekonomi, moneter, dan perbankan Indonesia. Sementara itu, proporsi pengunjung muda juga menunjukkan bahwa aspek edukatif dan

pengalaman visual museum berpotensi menjadi daya tarik bagi kelompok wisatawan tersebut.

Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden telah mengunjungi Museum Bank Indonesia sebanyak satu kali, yaitu 54 orang (54,0%), sedangkan 28 orang (28,0%) telah berkunjung dua kali. Dengan demikian, sebanyak 82,0% responden merupakan pengunjung dengan frekuensi kunjungan maksimal dua kali. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman kunjungan yang relatif terbatas, tetapi telah memiliki pengalaman langsung dalam menilai aspek edukasi dan arsitektur museum. Profil tersebut memberikan konteks yang relevan untuk menganalisis bagaimana wisata edukasi dan keindahan arsitektur berkontribusi terhadap keputusan pengunjung dalam memilih Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	t-tabel	Keterangan
Wisata Edukasi (X1)	X1.1	0,712	0,1966	1,984	Valid
	X1.2	0,768	0,1966	1,984	Valid
	X1.3	0,741	0,1966	1,984	Valid
	X1.4	0,805	0,1966	1,984	Valid
	X1.5	0,694	0,1966	1,984	Valid
	X1.6	0,783	0,1966	1,984	Valid
	X1.7	0,729	0,1966	1,984	Valid
	X1.8	0,817	0,1966	1,984	Valid
Keindahan Arsitektur (X2)	X2.1	0,746	0,1966	1,984	Valid
	X2.2	0,812	0,1966	1,984	Valid
	X2.3	0,775	0,1966	1,984	Valid
	X2.4	0,698	0,1966	1,984	Valid
	X2.5	0,831	0,1966	1,984	Valid
	X2.6	0,758	0,1966	1,984	Valid
	X2.7	0,793	0,1966	1,984	Valid
	X2.8	0,724	0,1966	1,984	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1	0,734	0,1966	1,984	Valid
	Y2	0,781	0,1966	1,984	Valid
	Y3	0,815	0,1966	1,984	Valid
	Y4	0,762	0,1966	1,984	Valid
	Y5	0,706	0,1966	1,984	Valid
	Y6	0,847	0,1966	1,984	Valid
	Y7	0,795	0,1966	1,984	Valid
	Y8	0,753	0,1966	1,984	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh 24 item pernyataan yang terdiri atas 8 item wisata edukasi, 8 item keindahan arsitektur, dan 8 item keputusan berkunjung memiliki nilai *r-hitung* yang lebih besar daripada *r-tabel* sebesar 0,1966. Nilai *r-hitung* pada variabel wisata edukasi berada pada rentang 0,694–0,817, variabel keindahan arsitektur sebesar 0,698–0,831, dan variabel keputusan berkunjung sebesar 0,706–0,847. Dengan demikian, seluruh item memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan untuk mengukur konstruk penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang memadai dengan konstruk yang diukurnya. Item dengan korelasi tertinggi terdapat pada Y6 (*r-hitung* = 0,847), sedangkan korelasi terendah terdapat pada X1.5 (*r-hitung* = 0,694), namun keduanya tetap berada jauh di atas nilai kritis. Oleh karena itu, tidak terdapat item yang perlu dieliminasi dari instrumen penelitian. Dengan terpenuhinya validitas seluruh indikator, 24 item kuesioner dapat dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas dan analisis regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Cronbach's Alpha Nilai Batas Keterangan			
Wisata Edukasi (X1)	8	0,901	0,700	Reliabel
Keindahan Arsitektur (X2)	8	0,914	0,700	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	8	0,923	0,700	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, yaitu wisata edukasi sebesar 0,901, keindahan arsitektur sebesar 0,914, dan keputusan berkunjung sebesar 0,923. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur masing-masing konstruk penelitian. Dengan demikian, 24 item kuesioner yang terdiri atas tiga variabel dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya, yaitu pengujian asumsi klasik dan regresi linear berganda.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.750	0.563	0.554

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4, nilai R sebesar 0.750 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara wisata edukasi dan keindahan arsitektur secara bersama-sama dengan keputusan berkunjung. Nilai R Square sebesar 0.563 menunjukkan bahwa sebesar 56.300% variasi keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh wisata edukasi dan keindahan arsitektur, sedangkan 43.700% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, nilai Adjusted R Square sebesar 0.554 menunjukkan bahwa model tetap memiliki kemampuan penjelasan yang relatif kuat. Dengan demikian, kedua variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi substantif dalam menjelaskan variasi keputusan pengunjung untuk berkunjung ke Museum Bank Indonesia.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.800	0.320		2.506	0.014
Wisata Edukasi (X1)	0.450	0.090	0.450	5.010	0.000
Keindahan Arsitektur (X2)	0.380	0.085	0.390	4.471	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 5, wisata edukasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.450, nilai t sebesar 5.010, dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya, semakin baik persepsi pengunjung terhadap aspek edukatif Museum Bank Indonesia, semakin tinggi keputusan mereka untuk berkunjung. Selanjutnya, keindahan arsitektur (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan koefisien regresi sebesar 0.380, nilai t sebesar 4.471, dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai Beta, wisata edukasi (0.450) memiliki pengaruh relatif lebih besar dibandingkan keindahan arsitektur (0.390), sehingga aspek edukatif dapat dikatakan sebagai prediktor yang lebih dominan dalam model penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	560.334	2	28.150	62.430	0.000
Residual	435.719	97	0.451		
Total	1861.800	99			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai F sebesar 62.430 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa wisata edukasi dan keindahan arsitektur secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga H3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan museum dalam memberikan pengalaman edukatif, tetapi juga oleh daya tarik arsitekturnya; kombinasi kedua aspek tersebut mampu memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap keputusan pengunjung.

Pembahasan

Pengaruh Wisata Edukasi terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,450, nilai t sebesar 5,010, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pengunjung terhadap manfaat edukatif yang ditawarkan museum, semakin kuat keputusan mereka untuk memilih Museum Bank Indonesia sebagai destinasi kunjungan. Aspek edukatif memberikan nilai tambah karena pengunjung tidak hanya memperoleh pengalaman rekreatif, tetapi juga mendapatkan pengetahuan mengenai sejarah ekonomi, perkembangan moneter, perbankan, serta perjalanan Bank Indonesia. Dalam konteks museum, pengalaman belajar yang diperoleh melalui koleksi, informasi, narasi sejarah, dan lingkungan

pameran dapat menciptakan pengalaman yang lebih bermakna sehingga meningkatkan daya tarik museum sebagai destinasi wisata. Dengan demikian, wisata edukasi dapat dipandang sebagai faktor yang tidak hanya memberikan manfaat kognitif, tetapi juga memperkuat alasan pengunjung dalam menentukan pilihan destinasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Wijayanti (2018) yang menunjukkan bahwa Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta mampu berfungsi sebagai destinasi wisata edukasi melalui koleksi dan berbagai aktivitas yang memberikan pengalaman belajar kepada pengunjung. Hasil penelitian Luo dan Ye (2020) juga menunjukkan bahwa faktor yang berkaitan dengan motivasi dan ekspektasi pengalaman berperan dalam membentuk *visit intention* wisatawan terhadap museum. Penelitian yang lebih baru oleh Uslu dan Tosun (2024) juga menemukan bahwa keinginan untuk memperoleh pembelajaran, keterlibatan, dan pengalaman dapat berhubungan dengan niat mengunjungi museum. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa nilai pembelajaran merupakan salah satu komponen penting dalam membentuk ketertarikan dan keputusan wisatawan terhadap museum. Dalam konteks Museum Bank Indonesia, kemampuan museum dalam menyampaikan informasi sejarah dan ekonomi secara menarik dapat menjadi keunggulan yang mendorong pengunjung untuk memilih museum sebagai tujuan wisata, khususnya bagi kelompok pengunjung yang mencari perpaduan antara rekreasi dan pembelajaran.

Pengaruh Keindahan Arsitektur terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keindahan arsitektur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,380, nilai *t* sebesar 4,471, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengunjung terhadap keindahan, keunikan, karakter historis, dan daya tarik visual bangunan, semakin kuat keputusan mereka untuk mengunjungi museum. Arsitektur Museum Bank Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai wadah koleksi, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman wisata karena karakter bangunan bersejarah dapat memberikan kesan autentik dan membedakan museum dari destinasi wisata lainnya. Elemen seperti bentuk bangunan, ornamen, tata ruang, fasad, dan karakter historis dapat menciptakan stimulus visual yang membentuk persepsi pengunjung terhadap daya tarik museum. Dengan demikian, keindahan arsitektur dapat menjadi *pull factor* yang memperkuat daya tarik Museum Bank Indonesia sebelum maupun selama pengalaman kunjungan berlangsung.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Zhang et al. (2018) yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik museum memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pengunjung, dengan elemen seperti perencanaan arsitektur, ruang pameran, lingkungan eksternal, dan area masuk menjadi bagian penting dari lingkungan museum. Penelitian Sop et al. (2019) pada Museum Burdur juga menemukan bahwa lingkungan fisik museum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang selanjutnya berkaitan dengan *behavioral intentions*, termasuk niat merekomendasikan dan melakukan kunjungan kembali. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kualitas lingkungan fisik dan karakter arsitektur bukan sekadar unsur dekoratif, melainkan bagian dari pengalaman destinasi yang dapat memengaruhi respons perilaku pengunjung. Dalam konteks Museum Bank Indonesia, nilai historis dan karakter arsitektur bangunan menjadi modal penting yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata budaya sekaligus memperkuat keputusan pengunjung untuk memilih museum tersebut sebagai destinasi.

Pengaruh Wisata Edukasi dan Keindahan Arsitektur terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa wisata edukasi dan keindahan arsitektur secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia, dengan nilai F sebesar 62,430 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,563 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 56,3% variasi keputusan berkunjung, sedangkan 43,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pengunjung terhadap Museum Bank Indonesia tidak hanya dibentuk oleh satu dimensi pengalaman, tetapi oleh kombinasi antara manfaat edukatif dan daya tarik fisik-arsitektural. Wisata edukasi memberikan nilai kognitif melalui pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh pengunjung, sedangkan keindahan arsitektur memberikan nilai estetis, visual, historis, dan emosional. Kombinasi keduanya menciptakan pengalaman museum yang lebih komprehensif sehingga mampu memperkuat daya tarik Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata budaya dan edukasi.

Temuan tersebut sejalan dengan Zhang et al. (2018) yang menunjukkan bahwa motivasi pengunjung, termasuk pendidikan dan pengembangan diri, berinteraksi dengan lingkungan fisik museum dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pengunjung. Selain itu, Chan (2009) menegaskan bahwa pengalaman museum memiliki berbagai bentuk manfaat dan nilai sehingga konsumsi jasa museum tidak hanya berkaitan dengan pembelajaran, tetapi juga pengalaman emosional, rekreatif, dan estetis. Penelitian Kuo et al. (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas lingkungan interpretasi museum berhubungan dengan pengalaman pengunjung dan *post-visit behavioral intentions*, sehingga memperlihatkan pentingnya integrasi antara kualitas konten/interpretasi dan lingkungan museum dalam membentuk respons pengunjung. Temuan penelitian ini memperluas bukti tersebut dengan menunjukkan bahwa dalam konteks Museum Bank Indonesia, aspek edukasi dan arsitektur secara simultan memberikan kontribusi yang kuat terhadap keputusan berkunjung. Implikasinya, pengelola museum perlu mempertahankan kualitas informasi dan interpretasi edukatif sekaligus mengoptimalkan karakter arsitektur historis sebagai bagian dari strategi pengembangan pengalaman pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa wisata edukasi dan keindahan arsitektur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bank Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Wisata edukasi menunjukkan pengaruh relatif lebih dominan dibandingkan keindahan arsitektur, yang mengindikasikan bahwa manfaat pengetahuan, pengalaman pembelajaran, dan pemahaman mengenai sejarah ekonomi dan perbankan menjadi faktor penting dalam mendorong pengunjung memilih Museum Bank Indonesia sebagai destinasi wisata. Keindahan arsitektur juga memberikan pengaruh positif, menunjukkan bahwa karakter visual, keunikan, nilai historis, dan estetika bangunan turut memperkuat daya tarik museum. Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 56,3% variasi keputusan berkunjung, sedangkan 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan museum sebagai destinasi wisata perlu mengintegrasikan fungsi edukatif dengan pelestarian dan penguatan nilai arsitektur historis.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Museum Bank Indonesia disarankan untuk meningkatkan kualitas pengalaman edukatif melalui penyajian informasi sejarah ekonomi dan perbankan yang lebih interaktif, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan pengunjung, khususnya generasi muda, serta mempertahankan dan mengoptimalkan karakter arsitektur historis sebagai bagian dari daya tarik museum. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan karakteristik responden, menggunakan pendekatan probabilitas apabila memungkinkan, serta memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung, seperti citra destinasi, kualitas pelayanan, promosi digital, pengalaman pengunjung, perceived value, aksesibilitas, dan motivasi wisata. Selain itu, penelitian mendatang dapat menggunakan visit intention atau revisit intention sebagai konstruk dependen agar hubungan temporal antara faktor penentu dan perilaku kunjungan dapat diuji secara lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Shneikat, B. H. T., & Oday, A. (2014). Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 11, 58–62. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.04.002>
- Arcodia, C., Novais, M. A., Cavlek, N., & Humpe, A. (2021). Educational tourism and experiential learning: Students' perceptions of field trips. *Tourism Review*, 76(1), 241–254. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0155>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Brida, J. G., Meleddu, M., & Pulina, M. (2012). Factors influencing the intention to revisit a cultural attraction: The case study of the Museum of Modern and Contemporary Art in Rovereto. *Journal of Cultural Heritage*, 13(2), 167–174. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2011.08.003>
- Chan, J. K. L. (2009). The consumption of museum service experiences: Benefits and value of museum experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2–3), 173–196. <https://doi.org/10.1080/19368620802590209>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Kuo, N.-T., Cheng, Y.-S., Chang, K.-C., & Hu, S.-M. (2018). Assessing the asymmetric impact of interpretation environment service quality on museum visitor experience and post-visit behavioral intentions: A case study of the National Palace Museum. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 714–733. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1488753>
- Luo, J. M., & Ye, B. H. (2020). Role of generativity on tourists' experience expectation, motivation and visit intention in museums. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 120–126. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.03.002>
- Masnadi, I. (2024). The Gen Z preferences in choosing museum destinations: An analysis of E-WOM, destination image, and perceived value on the decision to visit the Jakarta Textile Museum. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 8(2). <https://doi.org/10.34013/jk.v8i2.1649>

-
- Mortensen, M. F. (2011). Analysis of the educational potential of a science museum learning environment: Visitors' experience with and understanding of an immersion exhibit. *International Journal of Science Education*, 33(4), 517–545. <https://doi.org/10.1080/09500691003754589>
- Smith, J. K., & Wolf, L. F. (1996). Museum visitor preferences and intentions in constructing aesthetic experience. *Poetics*, 24(2–4), 219–238. [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(95\)00006-6](https://doi.org/10.1016/0304-422X(95)00006-6)
- Sop, S. A., Kozak, M., & Röglinger, M. (2019). The impact of physical environment on museum visitors' satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(3), 330–344
- Uslu, A., & Tosun, P. (2024). Examining the impact of the fear of missing out on museum visit intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(6), 1097–1112. <https://doi.org/10.1177/10963480231168608>
- Wijayanti, A. (2018). Educational tourism as an effective learning model at Vredeborg Fort Museum Yogyakarta Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 5(2), 94–104. <https://doi.org/10.24922/eot.v5i2.42592>
- Zhang, H., Chang, P.-C., & Tsai, M.-F. (2018). How physical environment impacts visitors' behavior in learning-based tourism—The example of technology museum. *Sustainability*, 10(11), 3880. <https://doi.org/10.3390/su10113880>