

PENGEMBANGAN BANDUNG SEBAGAI KOTA WISATA WARISAN BUDAYA (*CULTURE HERITAGE*)

Oleh
E. Maryani*)
Dina Siti Logayah*)

ABSTRACT

Pengembangan potensi pariwisata suatu daerah merupakan salah satu usaha manusia dalam mengelola ruang, sehingga dapat mengambil keuntungan daripadanya. Kota Bandung menyimpan sejarah bagi bangsa Indonesia, yang potensial untuk menjadi daya tarik wisata budaya (culture heritage), yaitu berupa bangunan sejarah kolonial yang memiliki nilai prestise dan sejarah yang tinggi.

Persoalan yang kini dihadapi oleh Pemerintah Kota Bandung dalam mengembangkan Potensi Wisata Heritage adalah belum adanya sistem pengelolaan yang baik. Padahal trend pasar pariwisata, untuk mengunjungi objek wisata heritage setiap tahun terus meningkat. Kota Bandung memiliki predikat World's Great Cities of Art Deco menduduki peringkat 9 dari 10 negara-negara Eropa pada tahun 2001. Semua itu belum dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, Kota Bandung dalam mengembangkan wisata warisan budaya (culture heritage) mempunyai potensi tinggi, hal ini dapat menambah keanekaragaman wisata kota yang telah ada. Berdasarkan wawancara dengan wisatawan yang datang ke Kota Bandung, mereka sepakat sangat mendukung Bandung untuk dijadikan wisata kota warisan budaya.

Kata Kunci: Pengembangan, Wisata Culture Heritage, Kota Bandung

A. Pendahuluan

Keharuman Kota Bandung sebagai *Parijs van Java* tidak terlepas dari sejarah masa lalunya. Sejak jaman kekuasaan Kolonial Belanda yaitu ketika MHW Daendels mempertautkan Jalan Raya Pos (*Grote Postweg*, sekarang Jalan Asia Afrika) dengan Jalan Raya Anyer-Panarukan pada tahun 1811, Bandung sudah mulai dikenal. Apalagi setelah pembangunan Jalan Kereta Api Jakarta - Bandung tahun 1884, perkembangan Kota Bandung semakin pesat.

Sejak itulah fasilitas-fasilitas kota Bandung didirikan seperti gedung *Societet Concordia* (Gedung Merdeka sekarang) tahun 1921 yang membuat kawasan Asia Afrika dan Jalan Braga tumbuh menjadi pusat rekreasi komersial (Wiryamartono, 1995;125). Perluasan kota Bandung juga semakin menjalar kearah sekitar WastuKencana (*Pieterspark*) dan Merdeka (*Merdekaweg*). Selain itu ada juga yang membangun rumah

di kawasan Bandung Utara yang sekarang dikenal sebagai daerah Dago dan Cipaganti (*Nijlandweg*). Bangunan lain yang cukup dikenal sebagai warisan budaya dan menjadi ciri Kota Bandung antara lain Gedung Sate, aula-aula Institut Teknologi Bandung (ITB), Pasteur Institut, dan lain-lain. Berdasarkan data jumlahnya tidak kurang dari 40 buah yang dilindungi sebagai bangunan warisan budaya.

Banyaknya monumen atau bangunan bersejarah di Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap orang yang berkunjung. Penyelenggaraan Konferensi Asia Afrika (KAA) di Kota Bandung diperkirakan tidak terlepas dari alasan warisan bangunan yang bersejarah di kota ini. Sampai sekarang, warisan budaya tersebut masih terpelihara dengan baik, bangunan bersejarah telah dilindungi dengan peraturan daerah, bahkan telah dicanangkan sebagai salah satu tujuan wisata (destinasi) warisan budaya (*culture heritage*) secara nasional.

Secara bertahap, pencaangan itu telah menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Angka kunjungan ke Kota Bandung setiap tahun terus meningkat. Walaupun tidak sepenuhnya bermaksud untuk menikmati wisata *heritage*, tetapi para pengunjung ketika menelusuri jalan-jalan di Kota Bandung mereka akan menikmati keindahan bangunan bersejarah dan akan mengenangnya ketika mereka kembali ke daerahnya masing-masing.

Jumlah kunjungan wisatawan yang berwisata di Kota Bandung berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Bandung tahun 2006 adalah sebagai berikut.

TABEL 1.1 DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG

Tahun	Jumlah Wisatawan	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik
2002	1.021.751	75.407	946.344
2003	1.618.660	81.388	1.537.272
2004	1.837.000	87.000	1.750.000
2005	1.928.850	91.350	1.837.500
2006	2.019.600	94.600	1.925.000

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung, 2006.

Besarnya potensi wisata budaya di Kota Bandung tidak serta merta menjadi komoditas yang dapat mendatangkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Persoalan yang kini dihadapi oleh Pemerintah Kota Bandung dalam mengembangkan Potensi Wisata *Heritage* adalah belum adanya sistem pengelolaan yang baik. Padahal *trend* pasar

pariwisata untuk mengunjungi objek wisata *heritage* setiap tahun terus meningkat. Artinya Kota Bandung yang memiliki predikat *World's Great Cities of Art Deco* yang menduduki peringkat 9 dari 10 di negara-negara Eropa pada tahun 2001 belum dimanfaatkan secara optimal.

Rintisan ke arah kota wisata bagi Bandung belum terlambat. Dengan tingginya kunjungan wisata akhir pekan (*weekend*), khususnya yang datang dari Kota Jakarta, dapat dijadikan peluang yang besar. Pihak pengelola bangunan warisan budaya dapat mengemasnya menjadi alternatif daya tarik wisata.

Objek wisata alam di sekitar Kota Bandung menjadi pemikat dan pelengkap wisata budaya Bandung. Artinya antara daya tarik wisata alam dengan daya tarik budaya dapat dipadukan menjadi sebuah paket wisata ke kawasan Bandung. Kota Bandung pun mempunyai daya tarik lainnya seperti wisata pendidikan, wisata konvensi, wisata olah raga, dan wisata boga (kuliner).

Berdasarkan kondisi di atas, tulisan ini secara khusus mengkaji “Pengembangan Bandung sebagai Kota Wisata Warisan Budaya (*culture heritage*)” dengan pertanyaan penelitian :

1. Bagaimanakah tingkat kemenarikan Kota Bandung sebagai daerah tujuan wisata culture heritage ? ;
2. Bagaimanakah persepsi dan minat wisatawan terhadap wisata warisan budaya di Kota Bandung?

B. Tinjauan Teori

Objek dan daya tarik wisata merupakan modal usaha dalam pengembangan kepariwisataan. Daya tarik yang belum dikembangkan, dianggap sebagai sumber daya potensial yang belum dapat dikatakan sebagai daya tarik wisata yang sesungguhnya. Sebaliknya, usaha pengembangan juga tidak dapat dilakukan jika di suatu daerah tidak memiliki potensi daya tarik tertentu.

Pariwisata biasanya akan dapat lebih berkembang atau dikembangkan jika di suatu daerah terdapat lebih dari satu jenis objek dan daya tarik wisata. Beberapa jenis objek dan daya tarik wisata hanya akan dikembangkan sebagian karena alasan bagi kepentingan konservasi.

Dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kota Bandung (1998), objek dan daya tarik wisata dapat dikelompokkan atas dua yaitu objek wisata alam dan objek wisata budaya. Objek wisata alam adalah sumber daya yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta yang ditunjukkan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan alam maupun setelah pembudidayaan.

Wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Sedangkan objek dan daya tarik wisata budaya adalah seluruh aset kebudayaan baik berbentuk fisik maupun non fisik yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan. Jenis wisata budaya ini antara lain meliputi kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi budaya setempat sebagai atraksi wisata. Wisata budaya meliputi bangunan dan tempat bersejarah, museum, pegelaran seni atau festival budaya. Selain dua jenis objek wisata di atas, terdapat pula objek wisata buatan yang meliputi kegiatan wisata taman kota, belanja, kegiatan konvensi, rekreasi, dan olah raga.

Dalam pemanfaatan potensi budaya untuk kegiatan pariwisata, para pengembang perlu memiliki wawasan tentang usaha kepariwisataan. Oleh karena itu perlu dibahas tentang filosofi dan berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan suatu objek wisata.

Secara filosofis, pariwisata tumbuh dan berkembang dari kebutuhan manusia untuk melakukan relaksasi dari pekerjaan rutin sehari-hari. Untuk mengalihkan perhatian dari suasana rutin ke suasana lain sehingga kelangsungan kerja dapat dipertahankan secara optimal maka manusia membutuhkan istirahat atau *refreshing* misalnya dengan bersenang-senang, santai, rekreasi, ingin sehat, ingin menghirup udara sejuk dan segar dan sebagainya. Untuk memperoleh kesenangan, orang dapat melakukan perjalanan yang jauh dan menuju ke tempat-tempat yang menarik seperti yang memiliki keindahan dan keunikan alam, flora dan fauna seperti hutan rimba tumbuhan tropis, binatang-binatang langka, keunikan sosial budaya seperti museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, dan seni budaya. Tempat-tempat yang menjadi tujuan wisatawan dinamakan objek wisata.

Sugiama (2000;10) mempertegas hubungan yang terjadi dari kegiatan pariwisata yaitu:

- a. Akomodasi, merupakan komponen yang penting dalam memfasilitasi wisatawan selama berada di daerah yang mereka kunjungi. Contoh: hotel dan restoran.
- b. Atraksi wisata, merupakan komponen yang menjadi salah satu dasar wisatawan berkunjung ke suatu daerah.
- c. Fasilitas dan pelayanan wisata, merupakan komponen yang membantu memudahkan kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi wisata. Contoh: biro perjalanan, supermarket, bank, ATM, layanan kesehatan.
- d. Transportasi, merupakan komponen yang memungkinkan wisatawan mencapai destinasi yang dituju. Transportasi ini dapat berupa transportasi dari tempat tinggal wisatawan ke destinasi wisata, maupun transportasi selama berada di destinasi wisata.
- e. Infrastruktur lain, seperti sarana air, listrik, dan komunikasi. Komponen ini memiliki peran yang penting sebagai penunjang operasional komponen lain.
- f. Elemen institusi, merupakan komponen yang berperan dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata yang bersangkutan. Peran ini biasanya dilakukan oleh pemerintah.

Berdasarkan pandangan Sugiyama, nampak jelas bahwa dalam pengembangan suatu potensi menjadi objek wisata harus mempertimbangkan hal-hal yang terkait dengan akomodasi, fasilitas, atraksi, transportasi, dan infrastruktur lainnya.

Pertimbangan lainnya yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan objek wisata adalah faktor geografis. Menurut Maryani (2000) terdapat lima unsur geografis yang sangat penting untuk diaplikasikan dalam pariwisata, yaitu faktor lokasi (*location*), tempat (*place*), hubungan timbal balik (*interrelation*), gerakan (*movement*), dan pewilayahan (*regionalisasi*).

Kaitannya dengan pengembangan wisata warisan budaya, sebuah sumber menyatakan bahwa produk wisata budaya terdiri dari atraksi dan benda peninggalan. Rinciannya adalah sebagai berikut :

1. *Archaeological, Historical, and Cultural sites* yang termasuk kedalam situs budaya, sejarah dan arkeologi adalah monumen nasional dan budaya, bangunan peribadatan bersejarah contohnya gereja, masjid, kuil (klenteng), bangunan (gedung) bersejarah, daerah dan kota, dan berbagai tempat penyelenggaraan event bersejarah lain.

2. *Distinctive Cultural Patterns*, pola kebudayaan, tradisi, dan gaya hidup yang tidak biasa (yang berbeda dengan yang dimiliki oleh para wisatawan).
3. *Arts and Handicrafts*, yang termasuk kedalamnya adalah tarian, musik, dan drama, dan seni melukis, mamahat, hal tersebut dapat menjadi suatu atraksi yang sangat menarik bagi para wisatawan terutama jika dikemas dengan baik.
4. *Interesting Economis Activities*, salah satu jenis atraksi wisata yang sukses dari atraksi wisata budaya adalah observasi, deskripsi, dan terkadang demonsentrasi dari suatu aktivitas perekonomian yang menarik seperti pasar tradisional.
5. *Interesting Urban Areas*, berbeda dengan area pedesaan, area perkotaan dengan variasi gaya arsitektural, bangunan-bangunan dan daerah-daerah bersejarah, merupakan suatu atraksi bagi para wisatawan yang menikmati pemandangan perkotaan dan karakteristik kota tersebut.
6. *Museum and other Cultural Fasilities*, yang termasuk didalamnya adalah museum bersejarah dan fasilitas kebudayaan lainnya seperti barang antik dan galeri.
7. *Cultural Festivals*, beberapa tipe dari festival kebudayaan yang terkait dengan tradisi lokal dan kesenian dapat menjadi atraksi yang utama.

Hall dan M. C. Arthur (1996:12) membagi *Cultural Heritage* ke dalam beberapa tipe yaitu *Artefacts, Buildings, Sites (collection of buildings, artifact, and/or site of historical event), Townscapes, dan Landscape (eg. History City)*. Menurut UU No. 5 tahun 1992 tentang benda cagar budaya menerangkan bahwa bangunan bersejarah atau kuno adalah benda buatan manusia, bergerak atau tidak bergerak yang berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagian atau sisa-sisanya, yang berumur sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) tahun, atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) tahun, serta dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan; benda alam yang dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan. Bandung merupakan salah satu Kota yang memiliki alternatif untuk mengembangkan potensi budaya bangunan sejarah (*culture heritage*), karena memiliki objek wisata yang dapat dikembangkan menjadi wisata warisan budaya. Peninggalan penjajahan Kolonial menyisakan bangunan-bangunan yang memiliki gaya dan arsitektur yang khas serta mengandung pengetahuan dan pendidikan.

Sejalan dengan program pembangunan kebudayaan dan pariwisata yang termuat dalam dokumen nasional (PROPENAS) 2000-2004, propinsi Jawa Barat memiliki strategi pengembangan pariwisata yang dititikberatkan kepada produk pariwisata dalam negeri dan luar negeri, yang selanjutnya diarahkan dan diupayakan menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang mantap dan utama di Indonesia dengan jenis wisata berlibur, bisnis, persinggahan, minat khusus, MICE (*Meeting, Incentive Tour, Convention, Exhibition*). Pelaksanaan pengembangan kepariwisataan secara terpadu melalui pendekatan kewilayahan yang disesuaikan dengan tata ruang wilayah, sehingga mampu mengoptimalkan potensi aset wisata. Dalam teori kepariwisataan, wisatawan memiliki segmentasi tersendiri sebagai konsumen. Steppen (1997:228) misalnya menyatakan bahwa segmentasi pariwisata ada tiga yaitu: (1). Segmentasi Geografis merupakan yaitu pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan. Pihak yang terkait dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografis atau beropersi dalam seluruh wilayah tetapi memberikan perhatian pada variasi lokal dalam kebutuhan dan preferensi geografis, (2). Segmentasi Demografis merupakan pasar dibagi-bagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable-variabel demografis seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variable-variabel demografis adalah dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pasar. Satu alasan bahwa keinginan, preferensi, dan tingkatan pemakaian konsumen sering sangat berhubungan dengan variable-variabel demografis lebih mudah diukur daripada sebagian besar variabel. Bahkan jika pasar sasaran diuraikan dalam faktor-faktor non demografis (seperti jenis kelamin), hubungan dengan karakteristik demografis dibutuhkan untuk mengetahui ukuran pasar sasaran dan media yang harus digunakan untuk menjangkau secara efesien dan (3). Segmentasi Psikografis terdiri dari pasar dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, dan/atau kepribadian orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis berbeda. Wisatawan dengan minat khusus (*special interest*) termasuk pada segmentasi psikologis yang merupakan wisatawan yang memiliki pemilihan dan permintaan khusus di luar minat wisatawan umum lainnya.

C. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu (1) Populasi wilayah : wilayah yang menjadi bagian dari kawasan wisata warisan budaya (*culture heritage*) di Kota Bandung. (2) Populasi manusia/pengunjung : seluruh pengunjung yang datang ke objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) di Kota Bandung. Dari kedua jenis populasi ini diambil sampel penelitian.

Sampel objek wisata diambil secara *nonprobability random sampling*, yaitu dengan mempertimbangkan keberadaan dan variasi objek wisata. Jumlah sampel bangunan bersejarah yang dapat dijadikan sebagai objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) berjumlah 421 bangunan bersejarah, dari sampel objek ini diambil data primer dari wisatawan dan kemenarikan objek versi penawaran dan permintaan. Sampel wisatawan diambil berdasarakan *accidental sampling* yaitu sebanyak 81 orang wisatawan domestik dan mancanegara. Sampel wisatawan disebar ke tiap objek wisata terpilih secara proposional menurut jumlah kunjungan wisatawan tahun 2006. Data dijangkau pada liburan yaitu rentang waktu satu bulan tahun 2007 dengan pembagian kuesioner seminggu 2 kali, yaitu pada saat hari libur akhir pekan (*weekend*) atau hari biasa.

2. Analisis Data

Analisis data disesuaikan dengan jenis data yaitu sebagai berikut:

- a. Data sekunder yang berupa perangkat peraturan, kebijakan pengembangan dan pengolahan diolah berdasarkan metode deskriptif analitis.
- b. Data primer yang berupa analisis sebaran dan kemenarikan objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) yang mempergunakan distribusi frekuensi, analisis sebaran objek wisata warisan budaya (*culture heritage*). Penskalaan dilakukan dengan memberikan kesimpulan pola bergerombolan (*cluster pattern*), pola tidak tersebar merata (*random pattern*), dan pola tersebar merata (*dispersed pattern*). Adapun formulanya adalah sebagai berikut.

$$T = \frac{\overline{j_u}}{\dot{j}_h}$$

Bintarto (1991 : 75)

Keterangan :

T = Indeks Penyebaran Tetangga Terdekat

$\overline{j_u}$ = Jarak rata-rata yang diukur antara satu titik dengan titik tetangganya yang terdekat.

\dot{j}_h = Jarak rata-rata yang diperoleh andaikata semua titik mempunyai pola random :

$$\dot{j}_h = \frac{1}{2\sqrt{p}}$$

p = Kepadatan titik dalam tiap kilometer persegi yaitu jumlah titik (N) dibagi dengan luas wilayah dalam kilometer persegi (A)

Untuk model penyebaran analisis tetangga terdekat ini berkisar di antara nol (0) dengan 2.1491 atau jika dijadikan suatu matriks :



Keterangan :

I = Pola bergerombolan (cluster pattern)

II = Pola tersebar tidak merata (random pattern)

III = Pola tersebar merata (dispersed pattern)

Formula kemenarikan objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) di Kota Bandung yaitu Rumus kemenarikan objek wisata model Fishbein dan Rosenberg. Rumus digunakan untuk mengukur seberapa menarik objek wisata dalam pendapat para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut, yang selanjutnya digunakan untuk menghitung penguasaan pasar dari masing-masing objek wisata.

$$A_i = \sum_{i=1}^N (V_i) (B_{ij})$$

Steppen (1997)

Keterangan :

A_i = Intensitas yang dipilih dari beberapa keterangan produk i

V_i = Kepentingan dari karakteristik, i

B_{ij} = Tingkatan dari pilihan j yang disediakan untuk karakteristik i

N = Nomor keseluruhan dari karakteristik

D. Hasil Penelitian

1. Lokasi Kota Bandung

Kota Bandung sebagai ibu kota propinsi Jawa Barat. Kota ini pada zaman dahulu dikenal sebagai *Parijs van Java* (bahasa Belanda) atau "Paris dari Jawa". Karena terletak di dataran tinggi, Bandung dikenal sebagai tempat yang beriklim sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata.

Bandung terletak pada koordinat $107^{\circ} 36'$ BT dan $6^{\circ} 55'$ LS. Luas Kota Bandung adalah 17.000 hektar. Kota ini secara geografis terletak di tengah-tengah propinsi Jawa Barat, dengan demikian, sebagai ibu kota propinsi, Bandung mempunyai nilai strategis terhadap daerah-daerah di sekitarnya.

Secara administratif Kota Bandung berbatasan :

- a. Di sebelah barat berbatasan dengan Kota Cimahi dan Kecamatan Cisarua, Kab Bandung.
- b. Di sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Cisarua, Kecamatan Lembang, Kecamatan Cimenyan, dan Kecamatan Cilengkrang, Kab Bandung.
- c. Di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Cileunyi, Kab Bandung.
- d. Di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Buah Batu, Kecamatan Margaasih, Margahayu, dan Kecamatan Dayeuhkolot, Kab Bandung.

Kota Bandung menurut Koppen termasuk iklim Af (iklim tropika). Iklim Kota Bandung dipengaruhi oleh iklim pegunungan yang lembab dan sejuk. Suhu rata-rata $23,1^{\circ} C$, sedangkan curah hujan rata-rata 148,35 mm/th dan jumlah hujan rata-rata 16 hari/bulan.

Kota Bandung terletak pada ketinggian ± 791 m di atas permukaan laut rata-rata (*mean sea level*), dengan di daerah utara pada umumnya lebih tinggi daripada di bagian

selatan. Ketinggian di sebelah utara adalah ± 1050 msl, sedangkan di bagian selatan adalah ± 675 msl. Bandung dikelilingi oleh pegunungan, sehingga Bandung merupakan suatu cekungan (*Bandung Basin*).

Bandung pada umumnya memiliki tanah yang subur. Tanah di Kota Bandung termasuk dalam tanah alluvial dan juga memiliki air tanah dalam jumlah yang banyak dengan kualitas yang baik. Salah satu sungai yang mengalir di Kota Bandung adalah sungai Cikapundung. Sungai Cikapundung ini merupakan anak sungai dari sungai Citarum. Sungai Cikapundung mengalir dari sebelah utara Kota Bandung ke sebelah Selatan Kota Bandung menuju pada sungai Citarum. Selain sungai Cikapundung, Kota Bandung pun dialiri oleh anak-anak sungai Citarum yang kecil (sumber : www.wikipedia.bandung.com).

2. Bandung sebagai Kawasan Wisata Warisan Budaya (culture heritage)

Berikut ini merupakan salah satu bangunan bersejarah yang ada di Kota Bandung yang dapat dijadikan sebagai wisata warisan budaya (*heritage tourism*) yang merupakan hasil penelitian.

Tabel
Objek Wisata Bagunan Bersejarah di Kota Bandung

No	Objek Wisata	Alamat
1	Balai Kota Pemerintah Kota Bandung	Jalan Aceh
2	Gedung Kologdam (Jaar Beurs)	Jalan Aceh
3	Gedung Merdeka	Jalan Asia Afrika
4	Hotel Preanger	Jalan Asia Afrika
5	Savoy Homann Hotel	Jalan Asia Afrika
6	Gedung Kantor Pos Besar	Jalan Asia Afrika
7	Toko kopi Aroma	Jalan Banceuy
8	Gedung Rumentang Siang	Jalan Baranang Siang
9	Gedung SMAN 3 dan SMAN 5	Jalan Belitung
10	Museum Asia Afrika	Jalan Braga
11	Gedung Bioskop Majestic (AACC)	Jalan Braga
12	Hotel Braga	Jalan Braga
13	Toko Sarinah	Jalan Braga
14	Landmark Building	Jalan Braga
15	Pabrik Kina	Jalan Cicendo
16	Mesjid Cipaganti	Jalan Cipaganti
17	Pendopo Kabupaten	Jalan Dalem Kaum
18	Gedung Sate	Jalan Diponegoro
19	Museum Geologi	Jalan Diponegoro
20	Gedung Dwiwarna	Jalan Diponegoro
21	Gedung Institut Teknologi Bandung	Jalan Ganesa

22	Gedung SMPN 5	Jalan Jawa
23	Tiga Villa (Rumah Tinggal)	Jalan Ir. H. Juanda
24	Gedung SMAN 1 dan SMAK Dago	Jalan Ir. H. Juanda
25	Pembangkit Listrik Tenaga Air Pakar	Jalan Dago
26	Kantor/Gudang PJKA	Jalan Kebon Jati
27	Bandung Milk Center	Jalan Kebon Sirih
28	Gedung Kodam III, Detasemen Markas	Jalan Kalimantan
29	Kelenteng/Vihara Setia Budhi	Jalan Kelenteng
30	Pertokoan Cina	Jalan Kelenteng
31	Museum Mandala Wangsit Siliwangi	Jalan Lembong
32	Gedung Factory Outlet Heritage	Jalan Martadinata
33	Dinas Pariwisata profinsi Jawa Barat	Jalan Martadinata
34	Polwiltabes Bandung	Jalan Merdeka
35	Gedung Santa Angela	Jalan Merdeka
36	Kediaman Gubernur Jawa Barat	Jalan Otto Iskandardinata
37	Guest House Villa Merah	Jalan Taman Sari
38	Rektorat UPI/Villa Isola	Jalan Setiabudi

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2007

Bangunan bersejarah di Kota Bandung ini memiliki keunikan dalam pembangunan arsitekturnya serta fungsi yang dahulunya, sehingga dapat dijadikan sebagai objek wisata warisan budaya yang dapat mengandung unsur pendidikan dan bernuansa nostalgia.

Dalam penelitian ini mengukur penyebaran analisis tetangga terdekat antara jarak objek wisata warisan budaya ke objek wisata warisan lainnya, apakah terdapat hambatan seperti aksesibilitas dan bagaimanakah pola dari sebaran objek wisata warisan budaya (*culture heritag*). Berikut ini penyebaran jarak bangunan bersejarah yang ada di Kota Bandung sesuai dengan RTRW Bappeda Kota Bandung yang terbagi ke dalam enam kawasan pelestarian bangunan bersejarah, dengan luas Kota Bandung berdasarkan perhitungan di peta adalah 169, 9 Km², dan skala peta 1 : 60.850 yang antara lain menunjukkan bangunan bersejarah di Kota Bandung berdasarkan sub kawasan yang diwakili oleh jaring-jaring jalan, yaitu : kawasan pusat kawasan sejarah (Alun-alun, Asia-Afrika, Cikapundung, Braga), kawasan pecinan (Pasar baru, ABC, Otto Iskandardinata, Pecinan), kawasan militer (Sumatera, Jawa, Aceh, Gudang Utara), Etnik Sunda (Lengkong, Sasakgantung, Dewi Sartika, Karapitan, Melong), kawasan Perumahan (Riau, Dipenogoro, setiabudi, Gatot Subroto, Taman Sari, Dago), Kawasan Industri (Arjuna, Jatayu, Kebon Jati). Diketahui jumlah jarak bangunan bersejarah di peta adalah 16,096 Km, dan jarak garis lurus yang menghubungkan antara satu titik dengan titik tetangga

terdekatnya atau jumlah titik tempat (N) sub kawasan jalan 23 buah, sehingga dapat diketahui pola analisis tetangga terdekatnya. Berikut table 4.3 jarak ukuran bangunan bersejarah di Kota Bandung.

Tabel. Jarak Bangunan Bersejarah

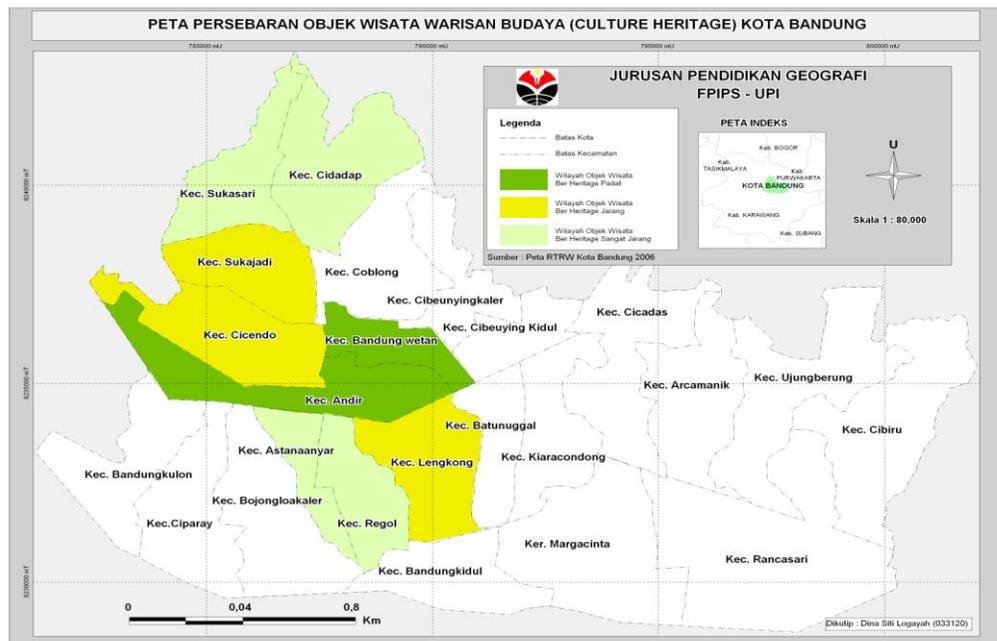
No	Jarak	Ukuran	No	Jarak	Ukuran
1	C - D	1,173 km	13	AA - AB	0,288 km
2	B - E	1,552 km	14	M - AA	0,287 km
3	G - F	0,524 km	15	T - AB	0,302 km
4	I - J	0,485 km	16	T - AA	0,314 km
5	D - G	0,666 km	17	N - AA	0,309 km
6	L - K	0,687 km	18	N - T	0,381 km
7	H - I	0,913 km	19	O - N	0,218 km
8	K - W	0,29 km	20	Q - P	0,719 km
9	J - L	0,418 km	21	R - S	0,323 km
10	U - V	0,512 km	22	Z - W	2,03 km
11	Y - X	0,485 km	23	A - C	2,714 km
12	U - AB	0,479 km			
				Σ ukuran	16,096 km
				Jarak	

Sumber : Hasil Perhitungan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, persebaran objek bangunan bersejarah memiliki pola bergerombolan dengan hasil perhitungan 0,50. Sebaran objek wisata warisan budaya ini berada di pusat kota, karena awal dari pembangunan Kota *Bandung Tempo Doeloe* di masa kolonial dilakukan pembangunan kota di pusat Alun-alun kota, dengan membuka jalan raya Anyer-Panarukan oleh Daendles, sehingga banyak bangunan bersejarah yang berada di kawasan pusat Alun-alun kota.

Pada akhir tahun 1920-an perancang kota Ir. Thomas Karsten lewat gagasannya untuk memperluas areal wilayah Kota Bandung di tahun 1930-an. Perluasan kota ini didasarkan juga kepada kepadatan penduduk yang ada di Kota Bandung dan kepada pengembangan “kolonial stad”, yaitu membenahi wajah kota menjadi *proto-tipe* yang menyediakan fasilitas dan *privelese* (kemudahan), keistimewaan bagi orang Eropa, sebutan “kolonial stad” mengacu pada desain model, berdasarkan gaya, bentuk dan corak arsitektur barat, yang mendominasi wajah Kota Bandung di masa lalu. Pembangunan

yang memberikan kemudahan bagi orang Eropa maka dibangunlah kawasan pemukiman bagi orang Eropa di Kota Bandung.



Peta 1. Sebaran Bangunan Bersejarah di Kota Bandung

Keterangan :

- = Wilayah bangunan bersejarah objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) jarak
- = Wilayah bangunan bersejarah objek warisan budaya (*culture heritage*) sangat jarak
- = Wilayah bangunan bersejarah objek warisan budaya (*culture heritage*) padat

Pola bergerombol pada objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) menunjukkan bahwa dari segi aksesibilitas untuk sampai ke tempat tujuan objek wisata jaraknya relatif dekat dengan objek wisata warisan lainnya, hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan untuk berkunjung ke objek wisata memiliki kemudahan untuk dikunjungi. Pengembangan objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) ini dapat dimanfaatkan untuk berkunjung ke objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) dengan *walking tours* atau wisata jalan kaki dengan memanfaatkan bangunan bersejarah sebagai objek wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Potensi objek wisata yang dapat mengadakan *event-event* sejarah masa lalu seperti simulasi konferensi Asia-Afrika atau mengadakan seminar-seminar sejarah di kawasan bangunan bersejarah. Pengembangan objek wisata warisan budaya memiliki fungsi-fungsi objek wisata modern, sebagai pusat-pusat pemerintahan dan atraksi yang dikembangkan memiliki sifat dan fungsi sejarahnya dulu. Berdasarkan hasil perhitungan nilai kemenarikan objek wisata budaya di Kota

Bandung, bahwa Bandung sebagai Kota Museum 2246,745321 dan Belanja 2624,735557 memiliki daya tarik yang lebih besar, namun Bandung memiliki arsitektur bangunan memiliki daya tarik sebagai wisata Kota bangunan bersejarah kolonial untuk dikunjungi.

Selanjutnya mencari nilai kemenarikan dari masing-masing objek wisata warisan budaya bangunan bersejarah di Kota Bandung, perlu diketahui terlebih dahulu nilai *Bij* untuk masing-masing indikator. Berikut hasil dari perhitungan nilai *Bij* untuk masing-masing indikator, yaitu :

Tabel 4. 5
Nilai Kemenarikan Wisata Warisan
Budaya Bangunan Bersejarah Di Kota Bandung

No	Indikator	Vi	Bij	$\sum_{i=1}^n (Vi) (Bij)$
1	Kesejukan	285	13.43072573	3827.756833
2	Keamanan	153	7.210179076	1103.157399
3	Ketertiban	165	7.775683318	1282.987747
4	Kebersihan	132	6.220546654	821.1121583
5	Kenyamanan	152	7.163053723	1088.784166
6	Keindahan	223	10.50895382	2343.496701
7	Keramahan	195	9.189443921	1791.941565
8	Kenangan	145	6.833176249	990.8105561
9	Cindremata	152	7.163053723	1088.784166
10	Variasi aktivitas Wisata	156	7.351555137	1146.842601
11	Sarana dan Prasarana	202	9.519321395	1922.902922
12	Transportasi	162	7.634307257	1236.757776
Jumlah		2122	100	18645.33459

Sumber: Hasil Perhitungan

Nilai kemenarikan wisata warisan budaya bangunan bersejarah di Kota Bandung menunjukkan, bahwa nilai kemenarikan kebersihan perlu diperhatikan oleh pengelola objek wisata, karena dapat mengganggu kenyamanan dalam beraktivitas wisata warisan budaya (*culture heritage*) di Kota Bandung. Nilai kemenarikan kesejukan dan keindahan bangunan dapat dijadikan sebagai pengembangan wisata warisan budaya, sedangkan sarana dan transportasi merupakan aksesibilitas yang penting untuk kunjungan wisatawan, dengan pola bergerombolan memberikan kemudahan untuk berwisata warisan budaya di Kota Bandung. Kenangan dan penyediaan cindremata untuk wisatawan perlu disediakan agar wisatawan tertarik untuk dapat mengunjungi objek wisata warisan budaya. Variasi aktivitas yang disediakan oleh pengelola wisata bagi wisatawan perlu

diperhatikan, karena segmentasi usia dari karakteristik wisatawan yang datang ke objek wisata warisan budaya didominasi oleh usia produktif 22-30 tahun.

Dari hasil penelitian menurut pendapat wisatawan tempat yang menarik untuk dikunjungi objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) adalah Gedung Merdeka jalan Asia Afrika yang merupakan bangunan bersejarah yang dulunya sebagai *Sociteit Concordia* yang berfungsi sebagai tempat rekreasi sekelompok orang Belanda, yang dibangun pada tahun 1920-1928, yang dibangun oleh Van Gallen Last dan C.P.Wolff Schoemaker, sekarang Gedung tersebut digunakan sebagai Museum Asia Afrika. Kegiatan di museum Asia Afrika cukup menarik wisatawan yang datang ke objek bangunan bersejarah, selain berfungsi sebagai museum bangunan bersejarah ini menyimpan sejarah bagi bangsa Indonesia. Dari indikator kemenarikan segi aksesibilitas untuk berkunjung ke museum Asia Afrika baik sarana dan prasarana mudah dijangkau oleh wisatawan. Karakteristik wisatawan yang datang ke objek wisata warisan budaya di Kota Bandung didapat bahwa berdasarkan jenis kelamin tidak memiliki persentase yang jauh berbeda yaitu laki-laki 56,79 % dan perempuan 43,21 %, sehingga tidak ada pengklasifikasian tertentu; berdasarkan pendidikan tamat perguruan tinggi mempunyai persentase paling banyak yaitu sebesar 45,68 %; berdasarkan pekerjaan, karyawan swasta mempunyai jumlah tertinggi yaitu sebesar 40,74 %; berdasarkan usia yang datang ke objek wisata warisan budaya di Kota Bandung sebagian besar di dominasi oleh usia 22 sampai 30 tahun yaitu 40,74%; berdasarkan pendapatan wisatawan yang mempunyai persentase terbanyak sebesar antara Rp.1.000.000 sampai Rp.4.000.000 yaitu 43,21%; berdasarkan kepemilikan kendaraan pribadi adalah yang paling banyak yaitu sebesar 44,44%. Dengan kebutuhan fasilitas wisatawan yang harus tersedia di objek wisata. Fasilitas wisatawan diantaranya akomodasi rumah makan, tempat istirahat serta aksesibilitas yang mudah dijangkau.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Sebaran objek wisata warisan budaya bangunan bersejarah, berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis tetangga terdekat memiliki pola bergerombolan, yang berada pada pusat alun-alun bersejarah yang merupakan awal dari pembangunan Kota Bandung oleh Daendles. Pola bergerombol pada objek wisata warisan budaya

(*culture heritage*) menunjukkan bahwa dari segi aksesibilitas untuk sampai ke tempat tujuan objek wisata jaraknya relatif dekat dengan objek wisata warisan lainnya, hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan untuk berkunjung ke objek wisata memiliki kemudahan untuk dikunjungi. Tingkat kemenarikan untuk daya tarik wisata bagi wisatawan dan pengembangan wisata warisan budaya ini untuk datang ke Kota Bandung dengan indikator: kesejukan, keamanan dan keselamatan wisata, ketertiban, kebersihan, kenyamanan, keindahan, keramahan, kenangan, cindremata, variasi aktivitas wisata, sarana dan prasarana, dan transportasi. Nilai kemenarikan wisata warisan budaya bangunan bersejarah di Kota Bandung menunjukkan, bahwa nilai kemenarikan kebersihan perlu diperhatikan oleh pengelola objek wisata, karena dapat mengganggu kenyamanan dalam beraktivitas wisata warisan budaya (*culture heritage*) di Kota Bandung. Nilai kemenarikan kesejukan dan keindahan bangunan dapat dijadikan sebagai pengembangan wisata warisan budaya, sedangkan sarana dan transportasi merupakan aksesibilitas yang penting untuk kunjungan wisatawan, dengan pola bergerombolan memberikan kemudahan untuk berwisata warisan budaya di Kota Bandung. Kenangan dan penyediaan cindremata untuk wisatawan perlu disediakan agar wisatawan tertarik untuk dapat mengunjungi objek wisata warisan budaya. Variasi aktivitas yang disediakan oleh pengelola wisata bagi wisatawan perlu diperhatikan, karena segmentasi usia dari karakteristik wisatawan yang datang ke objek wisata warisan budaya didominasi oleh usia produktif 22-30 tahun.

Karakteristik wisatawan yang datang ke objek wisata warisan budaya di Kota Bandung didapat bahwa berdasarkan jenis kelamin tidak memiliki persentase yang jauh berbeda yaitu laki-laki 56,79 % dan perempuan 43,21 %, sehingga tidak ada pengklasifikasian tertentu; berdasarkan pendidikan tamat perguruan tinggi mempunyai persentase paling banyak yaitu sebesar 45,68 %; berdasarkan pekerjaan, karyawan swasta mempunyai jumlah tertinggi yaitu sebesar 40,74 %; berdasarkan usia yang datang ke objek wisata warisan budaya di Kota Bandung sebagian besar di dominasi oleh usia 22 sampai 30 tahun yaitu 40,74%; berdasarkan pendapatan wisatawan yang mempunyai persentase terbanyak sebesar antara Rp.1.000.000 sampai Rp.4.000.000 yaitu 43,21%; berdasarkan kepemilikan kendaraan pribadi adalah yang paling banyak yaitu sebesar 44,44%. Dengan kebutuhan fasilitas wisatawan yang harus tersedia di objek wisata.

Fasilitas wisatawan diantaranya akomodasi rumah makan, tempat istirahat serta aksesibilitas yang mudah dijangkau.

2. Saran

Dalam hal objek wisata perlu adanya keragaman serta variasi daya tarik, sehingga akan menimbulkan keragaman pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan. Dalam hal ini perlu adanya pengkajian ulang mengenai investaris bangunan lama dan kawasan historis berusia lebih dari 50 tahun dan unik di Kota Bandung, yang memiliki kepentingan agama, sosial, pariwisata, pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan.

Dalam mengembangkan sektor wisata warisan budaya (*culture heritage*), baik dalam objek wisata, promosi, atraksi wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas, perlu memperhatikan aspek permintaan dari wisatawan. Pengembangan objek wisata sebaiknya lebih diarahkan kepada aspek pengetahuan dan pendidikan mengingat segmentasi pasar berdasarkan usia di dominasi oleh kelompok usia muda dan produktif. Dilihat dari segi aksesibilitas wisatawan yang berkunjung ke objek wisata warisan budaya (*culture heritage*) adalah menggunakan kendaraan pribadi maka aspek kondisi jalan perlu diperhatikan demi kenyamanan wisatawan selama dalam perjalanan menuju objek wisata dan penyediaan lahan parkir.

Dalam usaha pengembangan wisata diperlukan koordinasi antara pihak pengelola objek wisata, dinas pariwisata daerah, dan pemerintah daerah setempat sehingga program yang akan dilaksanakan dapat terkoordinir dengan baik, dan masalah-masalah yang dihadapi objek wisata dapat dikonsultasikan dengan pihak dinas pariwisata daerah, karena pihak dinas pariwisata ini memiliki peran dalam usaha pengembangan wisata warisan budaya ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika.(2005). Bandung Dalam Angka 2005. Bandung : BPS.
- Bintarto. (1991). Metode Analisis Geografi. Jakarta : LP3ES.
- Bahar, Herman. dan Sumaryadi. (1999). Pengantar Pariwisata. Bandung : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Dibyoy, H. (1997). Bandung Data Bangunan Bersejarah Kota Bandung. Bandung: Bappeda Daerah Tingkat II Kotamadya Bandung.

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (2005) Kebudayaan Pariwisata Jawa Barat. Propinsi Jawa Barat:DISBUDPAR
- Dinas Pariwisata Kota Bandung. (1998). Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Kota Bandung.
- Inskeep, Edward. (1991). *Tourism Planning*. United states Of America. Van Nostrand Reinhold.
- Jansen, Floortje. (1997). “*Urban Tourism in Bandung*”, dalam Pariwisata Indonesia Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan. Bandung:ITB.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Katam Sudarsono, Lulus Abadi (2005). Album Bandoeng Tempo Doeloe. Bandung : NavPress Indonesia.
- Kotler, Philip. (1991). *Marketing Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hall.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary . (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kunto, Haryoto. (1986). Semerbak Bunga Di Bandung Raya. Bandung : PT. Granesia.
- Kusmayadi. (2000). Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan: Jakarta:Gramedia.
- Lumsdon, Les. (1994). *Tourism Marketing*. International Thomson Business Press.
- Marpaung, Happy. (2002). Pengetahuan Kepariwisataaan. Bandung: Alfabeta.
- Maryani, Enok. (2003). Jurnal Geografi ”Warisan Budaya (culture heritage) dan Jalur Hijau (green belt) sebagai basis pariwisata perkotaan. Vol 3 No 6 Oktober 2003; Jurusan Pendidikan Geografi.
- _____ (2002). Pengantar Geografi Kota. Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi.
- _____ (2000). Dimensi Geografi Dalam Kepariwisataaan. Jurnal Pariwisata.
- _____ (1997). “Kiprah Geografi Dalam Kepariwisataaan” dalam GEOSFER. Bandung: Ikatan Alumni Jurdik Geografi FPIPS IKIP Bandung.

- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Permadi, Tedi. (2002). *Peta Wisata seni Budaya*. Bandung : Dinas Pariwisata Kota Bandung Bingkai Kreasi Indonesia.
- Pendit, Nyoman. S. (2003). *Ilmu Pariwisata (sebuah pengantar perdana)*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rencana tata ruang wilayah kota Bandung, tahun 2004. Buku rencana kota Bandung 2013. Bandung : Pemerintah Kota Bandung.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Suhendar, Didin. (2006). *Tarikan Wisata Alam dan Budaya Di Kota Bandung*. Skripsi Strata 1 pada FPIPS UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Soekadijo, R.G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumaatmadja, Nursid. (1988) *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisis Keruangan*. Bandung : Alumni
- Sugiama, A. Gima. (2000). *Pariwisata: Prinsip, Konsep, dan Aplikasi*. Diktat Mata Kuliah Pengantar Pariwisata Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Tika, pabundu. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Yoety, Oka A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Weaver, David, & Oppermann, Martin. (2000). *Tourism Management*. Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Wikipedia. (2007). Kota Bandung. [Online].
Tersedia:http://www.wikipedia.org/wiki/kota_bandung (21 Maret 2007).
- Undang-undang. [Online]. Tersedia: http://www.undang-undang_cagar_budaya/undang-undang/uu_cagar_budaya. (9 Maret 2007).