

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata muncul sebagai salah satu sektor yang cukup menjanjikan dalam pembangunan Negara Indonesia saat ini. Menurut Djulianto Susatio (2003: 1) "Pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan berziarah". Selain menjadi salah satu sektor yang banyak menyerap tenaga kerja, pariwisata juga berfungsi sebagai penggerak pembangunan baik fisik maupun ekonomi bagi masyarakat sekitar kawasan atau daerah yang menjadi tujuan wisata. Seiring berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia, maka semakin banyak jenis wisata yang ditawarkan dan tentunya sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh setiap daerah di Indonesia. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan kesetiap daerah tujuan wisata tersebut. Menurut Oka. A Yoeti (2006, 2), usaha untuk menarik minat wisatawan datang ke Indonesia ternyata membuahkan hasil yang sangat bagus, karena selama enam tahun berturut-turut yakni dari tahun 1996-2002 sektor pariwisata telah menduduki peringkat kedua dalam perolehan devisa Negara dari hasil kunjungan wisata mancanegara

Salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pariwisata adalah kota Bandung. Letak geografis kota Bandung yang sangat strategis memudahkan wisatawan dari berbagai daerah untuk mengunjungi objek wisata di kota Bandung.

Panorama indah yang bergunung-gunung disertai hawa yang sejuk menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi kota Bandung. Selain menyajikan wisata alam bagi para wisatawan, kota Bandung juga menyajikan jenis wisata lainnya yaitu wisata pendidikan, wisata heritage, wisata budaya, wisata religi dan wisata belanja.

Dalam UU RI no.9 tahun 1990 pasal 29 ayat 1 dan 2 dinyatakan bahwa :

1. Kawasan pariwisata merupakan usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
2. Penetapan suatu kawasan sebagai kawasan pariwisata dilakukan oleh Pemerintah sesuai dengan tata ruang kawasan dan berdasarkan rencana pengembangan kepariwisataan.

Seiring dengan diberlakukannya UU no. 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah yang memberikan kewenangan pada setiap daerah untuk dapat mengelola sumberdaya yang dimilikinya secara mandiri, maka kota Bandung mulai berkembang sebagai kota yang memiliki potensi besar dalam wisata belanja. Hal ini diwujudkan dengan adanya penetapan kawasan-kawasan yang khusus dikembangkan untuk kegiatan wisata. Adapun kawasan-kawasan yang ditetapkan oleh pemerintah menjadi kantong-kantong pengembangan kawasan wisata belanja dalam Rancangan Induk Pengembangan Pariwisata kota Bandung tahun 2006 (lihat gambar 1.1), adalah:

1. Kawasan Sukajadi-Sarijadi-Setrasari-Pasteur.
2. kawasan Cihampelas-Cipaganti.
3. kawasan Alun-alun - Sudirman - Otista - Gardujati – Pasirkaliki.
4. Kawasan Gatot subroto – Binongjati.
5. kawasan Ir.H Juanda – Merdeka – Riau, kawasan Cibaduyut.
6. kawasan Cigondewah
7. Kawasan Cibaduyut
8. Kawasan Gedebage
9. Kawasan Braga-Asia Afrika-Cikapundung



Kota Bandung muncul sebagai daerah tujuan wisata belanja yang banyak menawarkan produk hasil karya penduduk lokal. Salah satu produk hasil karya penduduk lokal kota Bandung adalah DISTRO (*Distribution Store*) yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung ke kota Bandung. Selain distro, kota Bandung juga dikenal dengan FO (*Factory Outlet*), restoran, café maupun tenda-tenda kaki lima yang banyak menyajikan makanan yang khas dan terkenal kelezatannya. Semakin banyaknya jenis wisata yang disajikan di kota Bandung, ternyata sangat berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Menurut data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Bandung pada tahun 2007 diketahui bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung pada tahun 2002 mencapai jumlah 1.021.751 orang, pada tahun 2003 mencapai 1.618.660 orang, tahun 2004 mencapai 1.837.000, tahun 2005 1.928.850 orang dan tahun 2006 mencapai 2.019.600 orang. Jumlah tersebut meliputi wisatawan domestik dan mancanegara.

Pesatnya perkembangan industri wisata, khususnya wisata belanja baik berupa sandang ataupun pangan di kota Bandung, mendorong pemerintah kota Bandung untuk meningkatkan berbagai fasilitas serta sarana dan prasarana untuk mendukung berkembangnya wisata belanja di kota Bandung. Banyaknya usaha yang dilakukan pemerintah kota Bandung untuk mewujudkan kota Bandung menjadi daerah tujuan wisata belanja, semakin mendatangkan berbagai macam keuntungan yang dapat dirasakan oleh masyarakat kota Bandung, diantaranya

semakin banyak lapangan usaha yang tersedia di kota Bandung yang akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian dan pembangunan kota Bandung.

Banyaknya keuntungan yang dirasakan oleh kota Bandung seiring dengan pesatnya wisata belanja di kota Bandung, disisi lain ternyata menyebabkan banyak permasalahan. Kebijakan pemerintahan yang terus berusaha mengembangkan sektor wisata, seakan-akan menjadikan kota Bandung bertambah sesak dengan dibangunnya berbagai mall, toko, restoran, cafe, hotel, ataupun pusat perbelanjaan dan makanan di hampir setiap ruas jalan di kota Bandung.

Salah satu tempat tujuan wisata belanja yang banyak dikunjungi oleh wisatawan di kota Bandung pada akhir minggu ataupun hari libur adalah kawasan Cihampelas. Wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata belanja ini berasal dari berbagai kota di Indonesia hingga wisatawan yang berasal dari mancanegara. Kawasan Cihampelas dikenal sebagai pusat penjualan jins. Selain sebagai pusat penjualan jins, kawasan wisata belanja Cihampelas menawarkan banyak pilihan tempat yang dapat dijadikan tujuan untuk berbelanja diantaranya CiWalk Mall, toko swalayan Primer, *Factory outlet* (FO), *Distro* (*Distribution Store*), toko oleh-oleh makanan khas Bandung, pedagang kaki lima hingga pedagang asongan.

Banyaknya wisatawan yang tertarik mengunjungi kawasan wisata belanja ini tidak hanya menyebabkan peningkatan kegiatan perekonomian di kawasan Cihampelas, tetapi juga menimbulkan beberapa masalah. Beberapa masalah yang terjadi di kawasan wisata belanja Cihampelas diantaranya adalah menyempitnya jalan disepanjang kawasan cihampelas akibat banyaknya wisatawan yang berjalan kaki di badan jalan dan terdapatnya pedagang kaki lima hingga pedagang asongan

yang hilir mudik sehingga menyebabkan terhambatnya arus lalu lintas. Kemudian cukup banyaknya tempat parkir di halaman pertokoan yang mengambil bahu jalan ataupun terotoar. Permasalahan lainnya adalah proses parkir kendaraan di sepanjang jalan Cihampelas sering menyebabkan kendaraan yang sedang melewati jalur jalan Cihampelas berhenti sehingga mengganggu kelancaran arus lalu lintas. Beberapa masalah yang telah dikemukakan diatas menimbulkan kondisi yang tidak nyaman baik bagi para wisatawan dan para pengguna jalan di kawasan Cihampelas. Kondisi lalu lintas di kawasan jalan cihampelas yang semakin tidak teratur dan tidak nyaman sangat menggambarkan ketidaksiapan kawasan Cihampelas untuk dijadikan salah satu kawasan tujuan wisata belanja.

Kondisi kegiatan wisata belanja yang berlangsung kurang kondusif di kawasan Cihampelas disebabkan oleh ketidaknyamanan yang timbul akibat penataan kawasan yang kurang teratur, keberadaan manusia, kondisi bangunan, ketidak teraturan lalu lintas dan kendaraan. Jika kondisi penyebab timbulnya ketidaknyamanan telah melampaui daya dukung kawasan Cihampelas sendiri, hal ini sewaktu-waktu dapat menjadi penghalang atau bahkan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi berkurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bandung khususnya ke kawasan wisata belanja Cihampelas.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti mengangkat judul “Daya Dukung Cihampelas Sebagai Daerah Tujuan Wisata Belanja”. Dalam Penelitian ini, peneliti akan membahas tentang daya dukung jalan dan daya dukung tempat parkir di Cihampelas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah daya dukung jalan di kawasan Cihampelas sebagai daerah tujuan wisata belanja?
2. Bagaimanakah daya dukung tempat parkir di kawasan Cihampelas sebagai daerah tujuan wisata belanja?
3. Bagaimanakah karakteristik wisatawan yang berkunjung ke kawasan Cihampelas?
4. Bagaimanakah penilaian wisatawan terhadap kondisi kawasan Cihampelas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka penelitian dilakukan dengan tujuan:

1. Mengetahui daya dukung jalan kawasan Cihampelas sebagai daerah tujuan wisata belanja.
2. Mengetahui daya dukung tempat parkir kawasan Cihampelas sebagai daerah tujuan wisata belanja.
3. Mendeskripsikan karakteristik wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata belanja di Cihampelas.
4. Mendeskripsikan karakteristik citra kawasan wisata belanja cihampelas

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian yaitu:

1. Menambah wawasan peneliti mengenai karakteristik wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata belanja di Cihampelas.
2. mengetahui karakteristik citra wisata belanja di kawasan Cihampelas.
3. Mengetahui sejauh mana daya dukung kawasan Cihampelas dalam mendukung terlaksananya kegiatan wisata yang kondusif, khususnya tingkat daya dukung jalan dan tempat parkir.
4. Menjadi masukan bagi pihak terkait untuk dapat dipakai sebagai bahan acuan dalam pengembangan pembangunan wisata belanja di kota Bandung.
5. Menjadi tambahan data bagi perkembangan kota Bandung khususnya dalam perkembangan wisata belanja di kota Bandung.

E. Definisi Operasional

Judul penelitian ini adalah Daya Dukung Cihampelas Sebagai Daerah Tujuan Wisata Belanja, agar tidak terjadi kesalahan makna dalam menafsirkan penelitian ini, maka peneliti akan menguraikan definisi operasionalnya sebagai berikut:

1. Daya Dukung

Menurut Catton dalam Daya Tampung Wilayah (1990, 4), 'daya dukung adalah kondisi maksimum suatu daerah untuk menyokong individu suatu spesies secara terus menerus'. Kemudian daya dukung suatu wilayah atau daerah biasanya meliputi faktor pembatas seperti air, nutrisi dan sebagainya. Selain lingkungan,

dimensi sosial dan ekonomi penting dalam menentukan daya dukung dari sebuah daerah. Selain itu, Dinas Kependudukan dan Lingkungan Hidup dalam Daya Tampung Wilayah (1990: 3), mendefinisikan daya dukung sebagai suatu ukuran jumlah individu dari suatu spesies yang dapat didukung oleh lingkungan tertentu. Dalam penelitian akan dikemukakan mengenai jumlah mobil yang dapat didukung oleh jalan Cihampelas dan jumlah kendaraan yang dapat didukung oleh tempat parkir di sepanjang jalan Cihampelas.

Leine dan Stanley (1990, 3) menyatakan bahwa 'daya dukung tempat rekreasi tidak merupakan nilai yang sederhana dan mutlak, tidak ada angka atau ukuran yang tepat untuk menunjukkan besarnya daya dukung tempat rekreasi tersebut'.

2. Wisata belanja

Dalam UU no.9 tahun 1990, wisata diartikan sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek daya tarik wisata, sedangkan Objek dan daya tarik wisata adalah sesuatu yang menjadi sasaran wisata.

Objek wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah objek wisata belanja. Wisata belanja merupakan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi wisata yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemampuan membelanjakannya (Harry Waluyo, 2006: 6)

Destinasi yang dimaksud dalam perjalanan diatas merupakan perjalanan ketujuan wisata, dimana perjalanan ke tujuan wisata diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan

untuk mendapatkan kenikmatan, hasrat mengetahui sesuatu, untuk keperluan sesuatu, istirahat ataupun alasan keagamaan, seperti dikemukakan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata pada tahun 1986 dalam Oka A Yoeti (2006: 316).

Destinasi wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kawasan Cihampelas. Cihampelas muncul dan berkembang menjadi daya tarik wisata atau sasaran wisata tidak disebabkan oleh kondisi fisik kawasan Cihampelas. Cihampelas muncul sebagai daerah tujuan belanja karena berkembang pesatnya pusat perdagangan khususnya pakaian berbahan jins yang menjadi barang khas yang dijual di kawasan Cihampelas. Berkembangnya Cihampelas sebagai pusat penjualan jins di kota Bandung tidak terlepas dari terdapat banyaknya industri pakaian dikawasan Bandung yang menyalurkan barangnya ke pusat penjualan barang di Cihampelas. Seiring berkembangnya pusat penjualan jins di Cihampelas, menyebabkan Cihampelas banyak dikunjungi pengunjung yang berburu jins produk lokal Kota Bandung. Hal ini menyebabkan Cihampelas ditetapkan sebagai salah satu kantong kawasan wisata belanja di Kota Bandung seperti tertera dalam Rancangan Induk Pengembangan Pariwisata Kota Bandung tahun 2006 (lihat gambar 1.1).

Jadi yang dimaksud dengan judul Daya Dukung Cihampelas Sebagai Daerah Tujuan Wisata Belanja dalam penelitian ini adalah penelitian tentang seberapa besar kemampuan kawasan Cihampelas dapat mendukung kegiatan wisata belanja yang berlangsung dikawasan tersebut, khususnya kondisi jalan dan tempat parkir.