

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat sebagai salah satu unsur utama dalam pembangunan sistem pariwisata, saat ini semakin dituntut peran sertanya. Sebetulnya sudah sejak lama berkembang berbagai model pembangunan partisipatif yang melibatkan masyarakat, bahkan menempatkan masyarakat sebagai pelaku sentral bagi pembangunan yang sedang dan akan berlangsung. Meskipun dalam penerapannya masih terdapat banyak kelemahan. Aspirasi masyarakat seolah kurang begitu didengar oleh *stakeholders* lainnya (pemerintah maupun swasta).

Namun demikian, apabila dicermati aspirasi masyarakat yang terlontar sebenarnya sangat penting dan logis untuk ditindaklanjuti. Aspirasi terbentuk melalui suatu proses sosial yang kerap kali telah memakan waktu cukup panjang serta merupakan akumulasi produk dari berbagai pengalaman dan kebutuhan masyarakat. Hanya saja, aspirasi masyarakat lokal kerap kali tidak tertampung secara utuh atau tersalur sesuai dengan yang dikehendaki. Akibatnya, seringkali yang terlihat adalah kepentingan-kepentingan pemerintah yang seakan lebih dominan, sementara aspirasi masyarakat hanya sebagai pelengkap. Padahal sebagaimana diketahui bahwa masyarakatlah yang lebih memahami nilai-nilai lokal yang ada di wilayah-wilayah tersebut (obyek wisata).

Berbagai usaha peningkatan atraksi wisata lokal yang unik dan bernilai jual tinggi merupakan kegiatan yang harus dioptimalkan. Keunikan dan kekhasan seni

budaya dan keindahan alam banyak dimiliki pariwisata Indonesia. Hal yang harus dicermati dalam pengembangan pariwisata Indonesia adalah kecenderungan pariwisata internasional untuk mengembangkan produk wisata yang merupakan perpaduan keseimbangan antara permintaan (*demand*) wisatawan dengan ketersediaan (*supply*) wisata yang ada.

Berlakunya kebijakan otonomi daerah merupakan titik tolak yang sangat strategis bagi tiap daerah untuk dapat menggali dan mengembangkan potensi sumber daya yang dimiliki, sekaligus suatu tantangan bagi daerah untuk dapat mewujudkan kemandirian dalam membangun daerahnya dengan kewenangan yang lebih luas pada sejumlah bidang pembangunan, termasuk didalamnya bidang pariwisata.

Salah satu provinsi yang merupakan pusat kegiatan pariwisata di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat yang beribukota di Bandung. Provinsi Jawa Barat terbagi atas tujuh Wilayah Pengembangan Wisata (WPW), yaitu Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Sumedang, Garut, Subang, Purwakarta, dan Karawang. Jawa Barat memiliki sejuta potensi wisata baik itu berupa sumber daya alam, adat istiadat dan budaya serta keramah-tamahan yang merupakan ciri khas kepariwisataan. Berikut ini Tabel 1.1 menyajikan mengenai tingkat kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkunjung di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2004 sampai 2008.

Tabel 1.1

Tingkat Kunjungan Wisatawan Provinsi Jawa Barat 2004-2008

Wisatawan	Tahun				
	2004	2005	2006	2007	2008
Mancanegara	239.113	207.935	227.068	338.959	262.189
Nusantara	16.611.680	17.890.316	23.859.547	23.782.302	25.452.040
Total	16.850.793	17.098.251	24.086.615	24.121.261	25.741.229

Sumber: Disbudpar Provinsi Jawa Barat 2009

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2004 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 16,62 juta orang wisnus dan 239 ribu orang wisman. Tahun 2005 kunjungan wisnus meningkat menjadi 17,89 juta orang sedangkan wisman mengalami penurunan menjadi 207 ribu orang. Pada tahun 2006 jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat mencapai 23,86 juta orang wisnus, meningkat dari tahun sebelumnya dan 227 ribu wisman yang juga meningkat dari tahun sebelumnya.

Pada tahun 2007 jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat mencapai 23,78 juta orang wisnus, mengalami penurunan dari tahun 2006. Sedangkan wisman mengalami peningkatan mencapai 338 ribu orang. Pada tahun 2008 jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat mencapai 262 ribu orang wisman, mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dan wisnus mengalami peningkatan mencapai 25,45 juta orang. Meningkatnya kunjungan wisnus ini dikarenakan Jawa Barat memang memiliki potensi wisata. Selain sebagai wisata alam yang menarik, Jawa Barat juga memiliki potensi wisata lainnya yaitu wisata seni dan budaya, wisata belanja, wisata *heritage*, dan wisata kuliner. Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki potensi wisata tersebut adalah Kabupaten Bandung.

Perkembangan Kabupaten Bandung berpengaruh terhadap obyek wisata yang diandalkan. Sebagai kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kota Bandung, Kabupaten Bandung menjadi pilihan utama warga ibukota yang ingin menikmati liburan. Keindahan bentangan alam Kabupaten Bandung dengan iklimnya yang sejuk menjadi pilihan favorit untuk tempat peristirahatan bagi para wisatawan. Selain memiliki bentangan alam yang indah, Kabupaten Bandung juga memiliki budaya yang unik yaitu budaya suku sunda yang memiliki kekhasan dalam adat-istiadat, kesenian, dan makanan khas.

Tujuan obyek wisata yang biasa dikunjungi wisatawan di Kabupaten Bandung adalah Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu. Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian No. 528/Kpts/Um/9/74 tanggal 3-9-1974 dengan luas kawasan 370 Ha. Menurut administrasi pemerintahan, masuk ke dalam wilayah Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung. Sejalan dengan diberlakukannya kebijakan otonomi daerah, Pemerintah Kabupaten Bandung bertekad akan mengembangkan segala potensi daerah yang dimilikinya termasuk TWA Gunung Tangkuban Parahu sebagai salah satu sektor pariwisata andalan di Kabupaten Bandung.

Tetapi kenyataannya, kawasan wisata TWA Gunung Tangkuban Parahu tidak berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Dari sisi permintaan untuk wisata alam pengunjung pada tahun 2010 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya yang tentunya akan menyebabkan pendapatan yang juga menurun. Hal ini semakin diperparah dengan isu sekarang masih belum

selesainya konflik yang berkaitan dengan hak pengelolaan wisata TWA Gunung Tangkuban Parahu. Padahal selama ini kawasan TWA Gunung Tangkuban Parahu menjadi andalan utama untuk kegiatan wisata di Kabupaten Bandung.

Berikut ini disajikan dalam Tabel 1.2 mengenai Tingkat Kunjungan Wisatawan Tahun 2005-2010 di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu.

Tabel 1.2

**Tingkat Kunjungan Wisatawan Tahun 2005-2010 di Taman Wisata Alam
(TWA) Gunung Tangkuban Parahu**

Tahun						
2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
312.865	234.700	290.296	274.951	257.490	426.732	248.876

Sumber: Perum Perhutani Unit III Jawa Barat & Banten serta Balai BKSDA

Berdasarkan sajian Tabel 1.2, penurunan jumlah pengunjung di TWA Gunung Tangkuban Parahu patut mendapat perhatian karena menurunnya jumlah pengunjung merupakan salah satu tolok ukur kurang menariknya suatu obyek wisata, atau dengan kata lain, adanya ketidaksesuaian antara permintaan (*demand*) wisatawan dengan ketersediaan (*supply*) wisata yang ada. Menurut I Gede Pitana dan Putu G. Gayatari (2005), mengatakan bahwa minat wisatawan sangat dipengaruhi oleh seberapa besar daya tarik wisata yang ada. Daya tarik wisata yang menarik akan dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat dalam waktu yang cukup lama, serta memberi kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Perlu adanya suatu korelasi antara penyediaan (*supply*) dan kebutuhan (*demand*) wisatawan.

Keadaan penurunan jumlah pengunjung tersebut apabila tidak segera mendapat perhatian dalam pengembangannya, maka dikhawatirkan potensi alam yang ada ini akan stagnan bahkan akan memudar karena menurunnya jumlah pengunjung yang pada akhirnya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan pengelolaannya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas TWA Gunung Tangkuban Parahu perlu dilakukan melalui usaha pemasaran yang efektif dan efisien dengan menyesuaikan antara faktor penawaran (*supply*) yang meliputi atraksi wisata, jasa wisata, aksesibilitas dan informasi-promosi dengan faktor permintaan (*demand*) terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan dan menggairahkan daya tarik wisata alam TWA Gunung Tangkuban Parahu.

B. Rumusan Masalah

Selaras uraian latar belakang di atas, maka permasalahan pokok yang ada di TWA Gunung Tangkuban Parahu adalah menurunnya minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata alam ini. Oleh karena itu, peningkatan kualitas TWA Gunung Tangkuban Parahu perlu dilakukan melalui usaha pemasaran yang efektif dan efisien dengan menyesuaikan antara faktor penawaran yang meliputi atraksi wisata, jasa wisata, aksesibilitas dan informasi-promosi dengan faktor permintaan terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan dan menggairahkan daya tarik wisata alam TWA Gunung Tangkuban Parahu.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dapat dimunculkan beberapa pertanyaan penelitian (*research question*), yaitu:

1. Bagaimanakah aspek penawaran wisata (*supply side*) di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu?
2. Bagaimanakah aspek permintaan wisata (*demand side*) di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis aspek penawaran wisata (*supply side*) di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu; dan
2. Mengidentifikasi dan menganalisis aspek permintaan wisata (*demand side*) di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun beberapa manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para penyusun kebijakan sebagai bahan masukan bagi pengembangan potensi kepariwisataan. Adanya pengetahuan mengenai permintaan dan penawaran wisata diharapkan dapat memberikan masukan bagi upaya pengelolaan dan pengembangan potensi kepariwisataan alam.

2. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi tentang strategi dan keterlibatan langsung masyarakat dalam pengelolaan TWA Gunung Tangkuban Parahu termasuk mendorong peran intitusi lokal dan kearifan lokal (pengetahuan, adat istiadat dan lainnya) yang jika diadopsi dalam implementasi pengelolaan kawasan wisata Gunung Tangkuban Parahu sebagai bagian dari nilai kebudayaan mereka. Hingga akhirnya akan memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat sendiri yang akan mendorong pengembangan kegiatan ekonomi pengelolaan lingkungan.

3. Bagi Ilmu Kepariwisataaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dalam penelitian-penelitian sejenis di masa yang akan datang

D. Definisi Istilah

Agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap judul penelitian ini, maka penulis memandang perlu adanya penjelasan istilah-istilah, yaitu sebagai berikut:

1. Penawaran wisata (*supply*) adalah semua macam produk dan pelayanan atau jasa yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada wisatawan yang datang secara langsung atau yang membeli melalui Agen Perjalanan (AP) atau Biro Perjalanan Wisata (BPW) sebagai perantara. (Oka A. Yoeti, 2008:163)
2. Permintaan wisata (*demand*) dalam kepariwisataan terdiri dari bermacam-macam unsur yang satu dengan yang lainnya tidak hanya berbeda sifat dan

- bentuk, tetapi juga manfaat dan kegunaannya bagi wisatawan. Demand dalam kepariwisataan dapat berupa benda bebas (free goods) dan tourist service dimana keduanya saling berhubungan erat serta saling bergantung satu dengan yang lainnya, karena itu nilai dan kegunaannya ditentukan tidak hanya oleh kualitas intristiknya tetapi juga oleh tersedianya unsur-unsur tersebut pada saat dibutuhkan untuk memuaskan wisatawan (Oka A. Yoeti, 2008)
3. J.S. Badudu mengemukakan pengertian pengembangan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah hal, cara, atau hasil kerja mengembangkan. Sedangkan mengembangkan berarti membuka, memajukan, menjadikan jadi maju dan bertambah baik.
 4. Menurut Direktorat Pemanfaatan Jasa Lingkungan Kawasan Konservasi dan Hutan Lindung (Direktorat PJLKKHL), Taman Wisata Alam (TWA) adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam.
 5. Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu adalah salah satu obyek wisata alam gunung berapi yang terdapat di Jawa Barat. Gunung ini disebut Tangkuban Parahu karena bentuknya mirip dengan Parahu yang terbalik. Kata “tangkuban“ (bahasa Sunda) berarti terbalik. Gunung yang memiliki ketinggian kurang lebih 2.084 meter di atas permukaan laut ini mempunyai berbagai macam kawasan hutan, yaitu hutan Dipterokarp Bukit, hutan Dipterokarp Atas, hutan Montane, dan hutan Ericaceous. Taman

**Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Parahu terletak di Desa Cikole,
Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung, Propinsi Jawa Barat, Indonesia.**