

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang selama perjalanan dan tinggal di tempat berbeda dari lingkungan tempat tinggal mereka yang berlangsung dalam jangka waktu kurang dari setahun. Kegiatan wisata yang dapat dilakukan yaitu belanja, mengisi waktu luang, untuk bisnis atau tujuan lain. Kegiatan berwisata di destinasi tertentu bervariasi, mulai dari bersantai di pantai (wisata bahari), melakukan kunjungan budaya (wisata budaya), atau pergi berbelanja (wisata belanja). Sejak zaman dahulu, pariwisata telah menjadi strategi pembangunan bagi negara-negara maju yang memiliki keterbatasan sumber daya alam. Pariwisata digunakan sebagai alat untuk mengurangi kesenjangan antara negara berkembang dan negara maju (UNWTO). Akibatnya, banyak negara berkembang terutama di Asia Tenggara termasuk Indonesia gencar mempromosikan sektor pariwisatanya. Salah satu lokasi yang diminati oleh wisatawan yaitu kota Bandung, karena yang terkenal dengan keindahan kotanya sebagai daya tarik wisata. Kota sebagai daya tarik utama dalam pariwisata terus mengalami perubahan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Jayne, 2006), mengalami perubahan fungsi (Wardhani, 2012), dan munculnya karakteristik kota memperkuat hubungan antara sektor pariwisata dengan kehidupan perkotaan, sehingga disebut pariwisata perkotaan (Spirou, 2011). Pariwisata perkotaan adalah istilah yang menggambarkan beberapa kegiatan wisata di mana kota sebagai tujuan utama dan tempat menarik untuk dikunjungi. Terdapat tiga aspek penting yang harus dalam pariwisata perkotaan seperti, penyediaan atraksi, hotel, restoran, wisata belanja, agen perjalanan, dan fasilitas pendukung lainnya (Morrison, 2013).

Kota Bandung menawarkan banyak wisata menarik, perkembangannya yang di mulai pada tahun 1920 dan pada tahun 1980-an, pariwisata merupakan sektor ekonomi yang paling signifikan di kota Bandung (Wardhani, 2012). Salah satu wisata yang menarik di Kota Bandung yaitu destinasi wisata belanja atau *shopping tourism*. Shopping tourism termasuk salah satu faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan. Kota Bandung sebagai destinasi wisata belanja memiliki berbagai macam jenis wisata belanja, seperti fashion, souvenir, dan oleh-oleh. Menurut Timothy (2005),

belanja sebagai atraksi tambahan pada tujuan yang dikunjungi wisatawan untuk mayoritas pengeluaran wisatawan atau barang-barang ritel di sebuah toko, seperti membeli oleh-oleh atau souvenir dari tempat yang dikunjungi. Faktor yang juga menjadi pendorong wisata belanja di kota Bandung yaitu masuknya kereta api mulai tahun 1880-an, adanya bandara Husein Sastranegara pada tahun 1920 (digunakan oleh Belanda) dan pada tahun 1973 dibuka untuk kegiatan komersial, dan adanya jalan tol Jakarta-Bandung (Cipularang) pada tahun 2005. Pada tahun 2007, konsorsium beberapa LSM internasional, termasuk *British council*, menetapkan Bandung sebagai *pilot project* kota paling kreatif di Asia Timur, dan kota ini dikenal sebagai kota belanja karena banyaknya mal yang bermunculan (Suganda, 2008). Wisata belanja di Bandung telah menarik perhatian wisatawan asing dari Singapura dan Malaysia yang rutin berbelanja di Pasar Baru. Karena prestasi ini, Bandung juga menjadi ikon Jawa Barat dalam memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata di provinsi Jawa Barat terutama dalam hal wisata belanja dan kuliner.

Berdasarkan KBBI, Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab, duduk perkara, dan sebagainya). Menurut Wiradi, analisis adalah aktivitas yang terdiri atas memilah, mengurai, membedakan, sesuatu yang kemudian digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari makna dan kaitannya masing-masing. Pola persebaran adalah bentuk atau model suatu obyek yang ada di permukaan bumi (Bintarto & Hadisumarno, 1979). Dalam penelitian ini konsep pola berkaitan dengan persebaran Destinasi Wisata Belanja di Kota Bandung. Perkembangan Destinasi Wisata Belanja pada suatu kota secara tidak langsung menimbulkan perubahan struktur fisik dan tata ruang kota tersebut. Perubahan ini membentuk sebuah pola-pola berupa mengelompok (*clustered*), menyebar (*random*) ataupun seragam (*uniform*) dalam suatu wilayah atau permukaan bumi dari waktu ke waktu (Bintarto & Hadisumarno, 1979). Manfaat dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perkembangan dan pola persebaran destinasi wisata belanja dari waktu ke waktu dan dapat digunakan sebagai proyeksi investasi bisnis.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan di atas, penulis bermaksud untuk melakukan analisis lebih mendalam mengenai perkembangan serta pola persebaran wisata belanja di kota Bandung serta faktor-faktor yang mempengaruhi

pertumbuhan destinasi wisata belanja di kota Bandung dan bagaimana pola persebarannya terbentuk. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kajian literatur dan penelusuran di internet.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana perkembangan Destinasi Wisata Belanja di Kota Bandung?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan Destinasi Wisata Belanja di Kota Bandung?
3. Bagaimana pola persebaran Destinasi Wisata Belanja di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi perkembangan destinasi wisata belanja di kota Bandung;
2. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perkembangan destinasi wisata belanja di kota Bandung;
3. Menganalisis pola persebaran destinasi wisata belanja di kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan harapan agar menjadi manfaat bagi para pembaca. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang *urban tourism* kota Bandung, khususnya mengenai perkembangan dan pola persebaran destinasi wisata belanja di kota Bandung.
 - b. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk membahas perkembangan pariwisata terutama jasa-jasa wisata ataupun fasilitas pendukung wisata.

2. Manfaat Praktis

c. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis terutama terhadap perkembangan destinasi wisata belanja.

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pemberi informasi mengenai *urban tourism* dan perkembangan destinasi wisata belanja di kota Bandung.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan pedoman agar penulisan lebih terstruktur. Oleh karena itu, skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab dengan struktur sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi teori-teori serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan topic penelitian, yaitu *urban tourism*, destinasi wisata belanja, dan konsep pola persebaran.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini menyajikan data hasil penelitian dan pembahasan mengenai data tersebut.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyajikan kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan pembahasan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN