

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembangunan pariwisata di Indonesia berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mempunyai tujuan antara lain: (a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (b) meningkatkan kesejahteraan rakyat; (c) menghapus kemiskinan; (d) mengatasi pengangguran; (e) melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; (f) memajukan kebudayaan; (g) mengangkat citra bangsa; (h) memupuk rasa cinta tanah air; (i) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan (j) mempererat persahabatan antar bangsa.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lainnya. Dengan adanya keterkaitan antara sektor industri pariwisata dengan sektor-sektor lainnya, pariwisata diharapkan mampu menghasilkan devisa dan dapat pula menyerap tenaga kerja. Dampaknya dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan negara ini. Dengan keberagaman sumber daya alam yang dimiliki seperti potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni budaya yang semuanya itu merupakan modal yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan.

Usaha menumbuh kembangkan industri pariwisata di Indonesia didukung UU No.9 tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan

Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatnya rasa cinta lingkungan, serta melestarikan alam dan budaya setempat”. Perkembangan suatu daerah pada dasarnya selaras dengan tingkat perkembangan penduduk dan kegiatannya yang merupakan elemen-elemen penunjang dalam perkembangannya.

Jawa barat merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki banyak daya tarik wisata sehingga dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat. Salah satu kota di Jawa Barat yang menjadi daerah tujuan wisata adalah kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki berbagai potensi khususnya dibidang pariwisata, sehingga tidak heran jika kota Bandung menjadi salah satu tujuan wisata yang banyak menarik minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Hal ini terbukti dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat ke Kota Bandung, di buktikan dengan tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung
Tahun 2008-2012

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
2008	74.730	1.346.729	1.421.459
2009	168.712	2.928.157	3.096.869
2010	180.603	3.024.666	3.205.269
2011	194.062	3.882.010	4.070.072
2012	158.848	3.354.857	3.513.705

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang datang ke Kota Bandung pada periode 2008-2011 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Kenaikan yang paling besar terjadi pada tahun 2011, jumlah wisatawan

mancanegara mencapai 194.062 wisatawan dan wisatawan domestik mencapai 3.882.010 wisatawan dengan jumlah total 4.070.072 wisatawan. Meskipun pada tahun 2012 mengalami penurunan yang cukup drastis menjadi 3.513.705 wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Adapun tujuan pengunjung atau wisatawan datang ke Kota Bandung yaitu wisata belanja, wisata alam, wisata atraksi dan rekreasi. Adapun potensi daya tarik kepariwisataan yang dimiliki Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Potensi Daya Tarik Kapariwisataan
Kota Bandung 2011

NO	JENIS POTENSI YANG ADA	
1	DAYA TARIK WISATA	
	Wisata Alam	Wisata taman skala kota, Kebun Binatang (11) Taman skala lingkungan (38)
	Wisata Budaya	Galeri (25) Gedung pertunjukan (7) Lingkungan seni budaya (342)
	Wisata Sejarah	Museum (8) Gedung bersejarah (13) Taman lali lintas dan lain-lain
	Wisata Belanja	Factory Outlet, Mall, Distro, Pusat Perdagangan/Trade Center
	Wisata Minat Khusus	1. Wisata pengetahuan: PT DI, PT Pindad, Fabrikasi/Pengelolaan produk (susu, vaksin, obat, tekstil)
	Wisata Religi	2. Wisata rohani: Ponpes Daarut Tauhid, Mesjid Agung Bandung
2	SARANA PARIWISATA	
	Akomodasi	Hotel Berbintang (76) Hotel melati (186)
	Restoran	Restoran (162)
	Rumah Makan	Rumah makan (465)
	Usaha Perjalanan	Usaha perjalanan Wisata (116)

Wisata	Agen perjalanan wisata (12)
	Penyelenggaraan MICE (11)
Hiburan Umum	Usaha hiburan

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui Kota Bandung menawarkan berbagai bentuk wisata antara lain wisata sejarah, wisata seni dan budaya, wisata alam, wisata kuliner, dan wisata belanja. Wisata belanja merupakan bentuk wisata yang paling digemari oleh para wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Perkembangan signifikan dari wisata belanja di Kota Bandung terkait dengan karakteristik wisatawan lokal, yang lebih tertarik untuk berbelanja dibandingkan dengan mengunjungi objek-objek sejarah maupun budaya. Dinas Pariwisata Kota Bandung memasukan wisata belanja ke dalam kategori wisata minat khusus (*special interest tourism*), yang mencakup setidaknya butik, *factory outlet*, mall, dan toko souvenir (www.bandungtourism/objekwisata/minatkhusus).

Sebagai kota wisata belanja, Bandung menawarkan banyak alternatif pusat perbelanjaan untuk berbagai segmentasi konsumen. Mulai dari barang impor, produk lokal, hingga barang bekas. Di Kota Bandung dapat dengan mudah kita temukan deretan *Factory Outlet* (FO) yang terdapat di sepanjang jalan R.E Martadinata atau sering disebut Riau, sepanjang jalan Ir.H Juanda Dago dan di jalan Setiabudi. Tak kalah terkenalnya dengan FO Bandung mempunyai *Distribution Store* atau Distro untuk para kalangan anak muda yang berada di jalan Trunojoyo hingga pusat celana *jeans* di Jalan Cihampelas dan pusat sepatu kulit yang berada di jalan Cibaduyut. Selain itu, ada satu tempat penjualan busana di Bandung yang cukup populer di masyarakat terutama untuk kalangan menengah ke bawah. Tempat yang dimaksud adalah Pasar Cimol Gedebage.

Banyak alasan orang-orang yang memilih pasar tradisional sebagai tujuan wisata belanja, selain untuk mendapatkan barang-barang yang lebih terjangkau ada pun yang hendak melihat keunikan apa yang terdapat di pasar tradisional. Pasar Cimol Gedebage memiliki potensi sebagai destinasi wisata belanja diantaranya yang menjadi indikator destinasi wisata yaitu adanya atraksi wisata,

amenitas dan aksesibilitas. Pasar Cimol jugamenyajikan beberapa dagangan yang jarang dijumpai di pasar lainnya yaitu barang bekas import yang berkualitas.

Pasar Cimol yang merupakan singkatan dari Cibadak Mall ini populer di kalangan masyarakat sebagai tempat untuk berburu berbagai macam pakaian bekas. Nasib para pedagang pakaian bekas di jalan Cibadak harus berpindah-pindah tempat. Mula-mula mereka menempati lahan di bekas terminal dalam dan luar kota di Kebon Kalapa, yang diubah menjadi pusat perdagangan. Maka sejak itu, istilah Cimol berubah menjadi Pamol yang artinya Kebon Kalapa Mall. Kemudian, mereka pindah ke Tegallega Mall, sehingga muncul istilah Gamol. Selanjutnya karena ada rencana tata kota, mereka harus memindahkan kegiatannya ke Pasar Induk Gedebage dari sampai saat ini.

Pasar Cimol Gedebage terletak di Bandung Timur tepatnya di Jalan Soekarno Hatta. Pasar ini setiap harinya di datangi oleh wisatawan baik itu warga Bandung maupun wisatawan luar kota. Pasar yang diresmikan oleh Walikota Dada Rosada pada tahun 2004 ini tidak hanya menjadi tempat belanja busana murah bagi para warga Bandung saja, tetapi Pasar Cimol Gedebage ini juga menjadi incaran para wisatawan luar daerah karena Pasar Cimol ini menawarkan harga yang murah dengan kualitas barang yang masih bagus. Apabila dulu Pasar Cimol Gedebage ini masih berupa pasar tradisional dimana para pedagang mendirikan tendanya di tanah kosong, pada tahun 2010 pasar ini telah dipindahkan lokasinya di sebuah bangunan besar berisi 1.088 kios.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Pasar Cimol Gedebage mengatakan sudah sejak lama Cimol siap menjadi tujuan wisata belanja di Kota Bandung. Untuk jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Pasar Cimol Gedebage, dari pihak pengelola belum memiliki data yang lengkap untuk jumlah kunjungan wisatawan. Pihak pengelola belum menggunakan sistem operasional dan manajemen yang lebih modern dalam mengatasi permasalahan ini. Seperti jumlah kunjungan dan omset yang di dapat belum tersedia data yang lengkap di setiap tahunnya. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola setiap harinya rata-rata seribu pengunjung dari berbagai daerah mendatangi Cimol

dan rata-rata pedagang pakaian mampu mendapatkan omset Rp. 1 juta perhari, pada hari libur jumlah pengunjung meningkat hingga tiga ribu orang dan rata-rata pedagang bisa mendapatkan omset Rp. 3 juta perhari, dengan deminikian Pasar Cimol Gedebage makin siap untuk bersaing dengan wisata lain seperti FO.

Namun peluang ini tidak didukung dengan sarana prasarana yang ada, berdasarkan hasil observasi penulis dan hasil wawancara dengan Ibu Dina Martina selaku staff PT. Javana Arta Perkasa salah satu pihak pengelola Pasar Cimol Gedebage dan Bapak Eko Utomo selaku pelaksana PD. Pasar Gedebage mengatakan kesadaran masyarakat baik itu dari pedagang dan pengunjung yang datang akan kebersihan lingkungan masih kurang sehingga banyak sampah yang berserakan dimana-mana ditambah apabila turun hujan jalan menuju lokasi sering tergenang air. Selain itu juga Pasar Cimol Gedebage memiliki lahan parkir yang cukup luas namun masih belum terorganisis dengan baik, tata letak parkir yang masih belum tertata rapih dan kondisi jalan menuju dan keluar area parkir sudah rusak dan terdapat banyak lubang yang akan mengurangi kenyamanan dan membahayakan pengunjung yang datang. Berdasarkan hal itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai potensi komponen daya tarik wisata yang ada di Pasar Cimol Gedebage, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan dan kemudian menganalisis strategi yang tepat dalam pengembangan Pasar Cimol Gedebage. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Strategi Pengembangan Wisata Belanja Pasar Cimol Gedebage Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja potensikomponen daya tarik wisata yang dimilikiPasar Cimol Gedebage sebagai Wisata Belanja Kota Bandung ?
2. Bagaimana faktor-faktor internal Pasar Cimol Gedebage sebagai Wisata Belanja Kota Bandung ?

3. Bagaimana faktor-faktor eksternal Pasar Cimol Gedebage sebagai Wisata Belanja Kota Bandung ?
4. Bagaimanakah strategi pengembangan Wisata Belanja Pasar Cimol Gedebage untuk meningkatkan salah satu daya tarik di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi potensi komponen daya tarik wisata yang dimiliki Wisata Belanja Pasar Cimol Gedebage.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor internal Pasar Cimol Gedebage sebagai Destinasi Wisata Belanja Kota Bandung.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal Pasar Cimol Gedebage sebagai Destinasi Wisata Belanja Kota Bandung.
4. Menganalisis strategi yang tepat dalam pengembangan Pasar Cimol Gedebage sebagai Destinasi Wisata Belanja Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini dapat dijadikan suatu referensi bagi penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan daya tarik wisata di daerah lain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan mengenai pengembangan kawasan wisata serta melatih keterampilan dalam mengaplikasikan teori yang dimiliki terhadap fakta, gejala dan fenomena yang ada.

b. Bagi pemerintah dan instansi terkait

Sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Kota Bandung dan Pihak Pengelola Pasar Cimol Gedebage PD Pasar Bermartabat dan PT. Javana Arta Perkasa dalam mengembangkan daya tarik wisata di kawasan wisata belanja Pasar Cimol Gedebage.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan penjelasan tentang latar belakang pemilihan obyek wisata belanja Pasar Cimol Gedebage sebagai obyek penelitian, rumusan asalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian-pengertian dan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, identifikasi dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan, dan metode analisis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum lokasi penelitian, analisis potensi Pasar Cimol Gedebage dan analisis pengembangan wisata belanja Pasar Cimol Gedebage sebagai daya tarik wisata di Kota Bandung.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.