

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bandung adalah ibukota Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Bandung merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduknya. Terletak di pulau Jawa pada ketinggian 768 meter dari permukaan laut. Kota Bandung terletak pada 107°BT dan 6°55'LS.

Kota Bandung dahulu terkenal dengan berbagai julukan, seperti 'Kota Kembang' dan "Paris Van Java". Julukan tersebut berdasarkan pada keindahan yang dimiliki Bandung. Saat ini, Bandung terkenal sebagai pusat pariwisata. Dengan berbagai macam potensi wisata yang dimiliki, seperti: wisata kuliner, wisata belanja, industri kreatif, memiliki berbagai keindahan alam, dan lain sebagainya. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak wisatawan yang memilih kota Bandung sebagai tempat tujuan berwisata. Berikut daftar jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung melalui pintu gerbang kedatangan (Pasir Koja, Kopo, M.Toha, Buah Batu, Bandara, Stasiun, Terminal) dari tahun 2008-2013.



Grafik 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung Tahun 2008 s/d 2013 (Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung)

Berdasarkan Grafik 1.1, dari tahun 2008 sampai tahun 2011, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Bandung mengalami kenaikan. Tetapi, di tahun 2012 mengalami sedikit penurunan. Dan mengalami kenaikan kembali di tahun 2013. Namun, secara umum, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Bandung berkisar 5juta-an orang per tahun. Ini terbilang cukup besar, dan ini merupakan suatu kebanggaan bagi Kota Bandung.

Namun, jumlah wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke kota Bandung selama tahun 2008 hingga 2010 mengalami kenaikan. Tetapi tahun 2011 sampai dengan 2012 mengalami penurunan. Berbeda dengan jumlah wisatawan nusantara dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2011 mengalami kenaikan, dan mengalami penurunan di tahun 2012.

Kota Bandung saat ini terkenal dengan citra: 'Kota Belanja' dan 'Kota Kuliner'. Citra tersebut tidak datang dengan sendirinya. Citra tersebut muncul karena Bandung memiliki banyak usaha-usaha kepariwisataan yang bergerak dalam bidang tersebut. Yaitu: terdapat 181 Factory Outlet, 101 Departement Store,

121 tempat belanja makanan khas Bandung dan Restoran, 440 Rumah makan, dan lain sebagainya. (Direktori Pariwisata Kota Bandung 2011-2012).

Namun sebenarnya, selain wisata belanja dan wisata kuliner, kota Bandung memiliki jenis wisata lain yang juga berpotensi. Salah satunya adalah wisata *heritage*. The National Trust for Historic Preservation in the United States mengartikan *heritage tourism* sebagai “*travelling to experience the places and activities that authentically represent the stories and people of the past,*” (berpergian untuk mendapatkan pengalaman tentang tempat dan aktifitas yang menggambarkan secara otentik cerita dan orang-orang di masa lalu). Kota Bandung memiliki potensi wisata *heritage*, yaitu berupa bangunan-bangunan cagar budaya. Kota Bandung memiliki 100 bangunan cagar budaya yang terbagi menjadi 6(enam) kawasan. Yaitu: kawasan pusat kota, kawasan pesinan/perdagangan, kawasan pertahanan dan keamanan/militer, kawasan etnik sunda, kawasan perumahan villa dan non villa, kawasan industri. Bangunan cagar budaya tersebut merupakan bangunan-bangunan peninggalan masa pemerintahan Belanda. Dengan arsitektur bangunan tersebut yang masih otentik, bangunan-bangunan tersebut sangat potensial untuk dijadikan tujuan wisata. Berikut daftar jumlah bangunan cagar budaya berdasarkan wilayah yang ada di kota Bandung:

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung berdasarkan wilayah.

Kawasan	Wilayah	Total Bangunan Cagar Budaya
I	Pusat Kota	49
II	Pecinan/Perdagangan	5
III	Pertahanan & Keamanan Militer	16
IV	Etnik Sunda	2
V	Perumahan Villa & Non Villa	26
VI	Industri	2
Total		100

Irma Juni Sudaryanti, 2015

Pelaksanaan pembinaan mental anak tunalaras di Lembaga Pemasyarakatan Kelas III Anak Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari sekian banyak bangunan cagar budaya yang ada di kota Bandung, terdapat satu kawasan yang menarik, yaitu: kawasan Jalan Braga. Braga pernah tercatat sebagai kawasan bergengsi pada masa Belanda. Panjang jalannya tidak lebih dari satu kilometer, tetapi jalan ini cukup melegenda dengan arsitektur bangunannya yang bergaya klasik *romantic*, *art deco*, *indo-europeen*, neo klasik dan modern. (Direktori Pariwisata Kota Bandung 2011-2012). Jalan Braga ini merupakan tempat yang sangat terkenal di masa lampau. Jalan Braga ini terkenal sebagai kompleks pertokoan modern yang paling bergaya ‘Eropa’ di seantero Hindia. (Hutagalung dan Nugraha, 2008:28). Toko-toko yang berada di jalan Braga ini menjual berbagai macam produk berkualitas. Dari mulai jam tangan merek terkenal, hingga penjahit jas yang sangat berkualitas baik.

Bangunan-bangunan peninggalan masa pemerintahan Belanda masih kokoh berdiri di sepanjang jalan Braga ini. Sebagian menjadi tempat usaha (dengan tetap mempertahankan bentuk aslinya), sebagian terawat (milik pribadi) dan sebagian terabaikan. Saat ini, Braga memang masih ramai, tetapi suasananya sudah tampak berbeda dengan Braga terdahulu. Pemerintah Kota Bandung sedang berusaha untuk merevitalisasi kawasan Braga agar dapat hidup kembali seperti di masa lampau. Pemerintah Kota Bandung mencanangkan program revitalisasi kawasan Braga dengan cara menyelenggarakan event di kawasan tersebut. Event tersebut diantaranya: Braga Festival yang diselenggarakan pada bulan Oktober dan Braga Culinary Festival. Sejauh ini, penyelenggaraan kedua event tersebut dapat mendatangkan pengunjung yang cukup banyak. Tetapi masih belum dapat mengembalikan ‘pamor’ Braga seperti dahulu.

Wisatawan yang telah mengunjungi Braga, memiliki kesan yang berbeda. Sebagian merasa Braga adalah kawasan wisata yang baik, sebagian lagi menganggap kawasan Braga sebagai kawasan wisata yang biasa saja. Berdasarkan *tripadvisor.com* Kawasan Braga menempati peringkat 13 (tiga belas) dari 33 (tiga puluh tiga) atraksi yang ada di Kota Bandung. Peringkat tersebut merupakan hasil dari 262 *reviews* wisatawan yang telah mengunjungi kawasan Braga. Hasil dari *reviews* tersebut adalah:

Irma Juni Sudaryanti, 2015

Pelaksanaan pembinaan mental anak tunalaras di Lembaga Pemasyarakatan Kelas III Anak Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.2 *Reviews* wisatawan yang datang ke Braga (*tripadvisor.com*)

<i>Review</i>	<i>Value</i>
<i>Excellent</i>	33
<i>Very Good</i>	109
<i>Average</i>	90
<i>Poor</i>	23
<i>Terrible</i>	7
<i>Total</i>	262

Dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa, “wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.” Seseorang melakukan perjalanan ke suatu tempat didasari akan motif/motivasi (*motive*) yang timbul akibat dorongan (*drive*) dalam upaya pemenuhan kebutuhan (*need*). Seperti pendapat Stanton (1998) dalam Mangkunegara (2009:11) bahwa: “*A motive is stimulated need which a goal-oriented individual seeks to satisfy.*” (Suatu motif adalah kebutuhan yang distimulasi yang dicari oleh individu yang berorientasi pada tujuan untuk mencapai rasa puas).

Motivasi wisatawan dipengaruhi oleh faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*). Faktor pendorong adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri wisatawan itu sendiri. Sedangkan, faktor penarik adalah faktor-faktor yang berasal dari luar diri wisatawan, biasanya berupa keadaan dari destinasi yang akan dikunjungi. Kedua faktor ini erat kaitannya dengan motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Sudah dapat dipastikan bahwa setiap individu yang melakukan perjalanan wisata memiliki alasan atau motivasi mengapa dirinya ingin melakukan suatu perjalanan. Dan sudah jelas bahwa motivasi setiap individu itu berbeda. Karena faktor pendorong dan faktor penarik yang mempengaruhi setiap individu berbeda pula, sesuai dengan keadaannya masing-masing.

Faktor pendorong dan faktor penarik bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata adalah faktor yang memiliki sub-variabel yang cukup banyak. Misalnya saja, Ryan(1991) dalam buku karangan Pitana dan Gayatri(2005) menyatakan bahwa faktor pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dibagi menjadi 10 (sepuluh) sub-variabel. Sedangkan John(1989) mengidentifikasi ada 8 (delapan) faktor pendorong dan 11 (sebelas) faktor penarik seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Kedua faktor tersebut adalah faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan secara umum. Dan kedua faktor tersebut memiliki terlalu banyak sub-variabel. Sub-variabel yang ada mewakili kedua faktor tersebut. Tetapi belum dapat dipastikan bahwa sub-variabel tersebut mewakili faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata heritage di Kawasan Braga. Juga belum dapat dipastikan sub-variabel tersebut akan membentuk 2 faktor sama seperti faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan secara umum.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, peneliti bermaksud melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata heritage di kawasan Braga. Penelitian ini berjudul: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN WISATA *HERITAGE* DI KAWASAN BRAGA KOTA BANDUNG.**

B. Rumusan Masalah

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

Irma Juni Sudaryanti, 2015

Pelaksanaan pembinaan mental anak tunalaras di Lembaga Pemasyarakatan Kelas III Anak Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kawasan Braga Kota Bandung?
2. Faktor motivasi apa saja yang paling dominan dalam mewakili seluruh faktor tersebut?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kota Bandung.
2. Mengidentifikasi faktor motivasi apa saja yang paling dominan dalam mewakili seluruh faktor tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pihak Pemerintah Kota Bandung dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kawasan Braga Kota Bandung.
2. Bagi penulis, sebagai sarana dalam memahami suatu masalah dan mengambil keputusan untuk pemecahannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan data penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kawasan Braga Kota Bandung.

Irma Juni Sudaryanti, 2015
Pelaksanaan pembinaan me
Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bandung memiliki potensi wisata
heritage dengan memiliki 100 BCB
(Bangunan Cagar Budaya)

tan Kelas III Anak

Salah satu kawasan di kota Bandung
yang memliki BCB adalah Kawasan
Jalan Braga.