

## Perencanaan Produk Paket Wisata Heritage di Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung

Ananta Budhi Danudara\*

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia

Email: ananta\_budhi@hotmail.com

### Abstract

Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung (Bandung Heritage) is a non profit organization moving to execute activity of conservation for physical heritage plant in Bandung. The activities of Bandung Heritage are inventorying historic landmark and cultural landscapes, acting as an advisory body to public and private sector organizations requiring specialist- conservation advice, held the exhibitions, performances and other artistic and cultural events; publishing books of heritage building in Bandung. There must be the other alternative way to support the conservation of heritage building in Bandung besides the above things that Bandung Heritage did. The alternative way is to plan the heritage tour package in Bandung. The compilation of heritage tour package is based on the tour components such as attraction, facility and accessibility. The components were analyzed in order to become a competent supplementary factor for the activity of heritage tour in Bandung

**Keywords:** Mass Tourism, Alternative Tourism, Heritage, Heritage Society, Heritage Tourism, Tourism Product, Tourism Package, Building Attraction.

### Abstrak

Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung (Bandung Heritage) adalah organisasi nirlaba yang bergerak untuk melakukan kegiatan konservasi untuk tanaman warisan fisik di Bandung. Kegiatan Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung adalah menginventarisasi tempat bersejarah dan lanskap budaya, bertindak sebagai badan penasehat untuk organisasi sektor publik dan swasta yang membutuhkan saran spesialis-konservasi, mengadakan pameran, pertunjukan dan acara seni dan budaya lainnya; menerbitkan buku-buku bangunan cagar budaya di Bandung. Harus ada cara alternatif lain untuk mendukung konservasi bangunan cagar budaya di Bandung selain itu. di atas hal-hal yang dilakukan Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung. Cara alternatif lain adalah dengan merencanakan paket wisata pusaka di Bandung. Kompilasi paket wisata warisan didasarkan pada komponen wisata seperti atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas. Komponen-komponen tersebut dianalisis untuk menjadi faktor pelengkap yang kompeten untuk kegiatan wisata cagar budaya di Bandung.

**Kata kunci:** Wisata Massal, Wisata Alternatif, Warisan, Warisan Masyarakat, Warisan Pariwisata, Produk Pariwisata, Paket Wisata, Daya Tarik Bangunan

### A. PENDAHULUAN

Jawa Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia yang kaya potensi pariwisata. Keindahan alam serta tradisi masyarakatnya dapat menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung. Bandung sebagai Ibukota propinsi Jawa Barat pun memiliki potensi yang besar didukung dengan objek dan daya tarik wisata (ODTW) yang sangat beragam. Beberapa jenis kegiatan wisata yang umum dilakukan di Kota Bandung adalah *mass tourism* dan *alternative tourism*.

Kegiatan wisata yang umum dilakukan di Bandung adalah wisata alam, wisata budaya, wisata belanja serta wisata kuliner. Tanpa disadari, Bandung juga memiliki potensi wisata lainnya yang jika diperhatikan dapat berkembang dengan baik, yaitu wisata *heritage*. Wisata *heritage* termasuk ke dalam bagian *special interest* dimanamengacu kepada aktivitas wisatawan yang berorientasi kepada aspek-aspek khusus dari suatu daya tarik berdasarkan minat khusus yang dilakukan oleh wisatawan dari segmen pasar tertentu.

\* Corresponding author

Received: January 01, 2017; Revised: March 01, 2017; Accepted: July 01, 2017

Bandung memiliki lingkungan binaan *heritage* yang merupakan warisan peninggalan yang harus dilestarikan sebagai jati diri kota Bandung. Sebagai kota dengan sejarah yang cukup panjang, Bandung memiliki koleksi bangunan-bangunan kolonial dalam jumlah yang relatif besar.

*Wisataheritage* merupakan sebuah konsep pariwisata yang akhir-akhir ini banyak dikembangkan di kota-kota besar di seluruh penjuru dunia. Sebuah konsep pariwisata yang sebenarnya sederhana dengan memanfaatkan lingkungan binaan maupun alam yang dimiliki oleh sebuah kota, yang memiliki nilai historis tersendiri. Selain berfungsi sebagai sarana pendidikan dan rekreasi masyarakat, aktivitas ini sekaligus pula sebagai sarana pelestari dari kekayaan kota itu sendiri. Umumnya, benda-benda seperti situs, monumen, serta bangunan-bangunan bersejarah memiliki posisi yang penting dalam kegiatan wisata *heritage*.

Bangunan dengan nilai historis yang kental merupakan modal yang sangat besar bagi konsep *wisata heritage* di kota Bandung. Hingga saat ini penanganan bangunan-bangunan tersebut belum dilakukan secara serius dan optimal. Saat ini bangunan-bangunan bersejarah di Bandung lenyap satu demi satu. Pada tahun 1970 terdapat sekitar 2.500 bangunan berarsitektur kolonial berusia di atas 50 tahun menghiasi kota Bandung, tahun 1990-an jumlah itu sudah menyusut menjadi hanya 495 bangunan lama, dengan menyisakan 206 di antaranya berarsitektur kolonial. Untuk data terkini, *Bandung Heritage Society* (Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung) diperkirakan jumlahnya sudah semakin menyusut. Akhimya sejak tahun 1992 bangunan-bangunan bersejarah tersebut relatif lebih terlindungi dengan adanya UU. Nomor 5/1992 tentang Benda-Benda Cagar Budaya.

Bandung *Heritage Society* atau Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung adalah organisasi sosial yang bergerak untuk turut membantu melaksanakan kegiatan konservasi bagi gedung-gedung tua di kawasan Bandung, termasuk lingkungan serta budayanya. Hal-hal tersebut merupakan warisan bagi kota Bandung yang dapat menjadi aset sebagai keunikan suatu kota. Sesuai dengan salah satu visi Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung yaitu untuk mengembangkan dan menaikkan citra identitas Kota Bandung yang unik.

Pada saat ini Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung melakukan kegiatan-kegiatan *non-profit* dalam upaya membantu melestarikan peninggalan-peninggalan bersejarah di kota Bandung seperti merancang pameran, diskusi yang berkaitan dengan pelestarian warisan budaya, menginventarisasi peninggalan-peninggalan bersejarah, sebagai penasehat bagi organisasi-organisasi yang membutuhkan saran mengenai konservasi, pelatihan dan pendidikan bagi para peminat di bidang warisan budaya, dan lain-lain. Dalam hal ini terdapat suatu cara lain untuk turut membantu pelestarian bangunan-bangunan bersejarah di Kota Bandung yaitu dengan suatu produk paket wisata *heritage* yang dikenalkan kepada masyarakat. Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Atmodjo (2004), dimana salah satu program pelestarian kawasan wisata adalah dengan dengan menyusun kegiatan yang dapat menarik masyarakat dimana paket wisata menjadi salah satu pilihannya. Sehingga dengan

paket wisata *heritage* ini masyarakat khususnya masyarakat Bandung sendiri sadar akan keberadaan warisan-warisan bersejarah dan turut melestarikannya.

Dalam hal ini 'penulis berpendapat bahwa terdapat suatu cara lain untuk turut membantu pelestarian bangunan-bangunan bersejarah di Kota Bandung yaitu dengan suatu produk paket wisata *heritage* yang dikenalkan kepada masyarakat.

Inskeep (2001), mendefinisikan produk wisata sebagai bentukan . yang nyata atau tidak nyata, yang dapat dinikmati apabila rangkaian kegiatan tersebut dapat memberikan kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk wisata sangat mendukung dan mempengaruhi keberadaan dari suatu objek dan daya tarik wisata. Berdasarkan definisi tersebut maka keberadaan bangunan-bangunan *heritage* di Kota Bandung yang dalam hal ini berperan sebagai objek wisata dapat lebih diperhatikan lagi dalam salah satu upayanya yaitu dengan dijadikannya produk wisata *heritage*.

Suyitno (2001) berpendapat bahwa untuk dapat membuat produk paket wisata, maka pihak pengelola harus mampu menyusun suatu rangkaian program perjalanan dengan baik, mengetahui pelaksanaan atau pengoperasian perjalanan wisata, mampu menyediakan fasilitas yang dibutuhkan selama perjalanan dan mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan wisatawan.

Dalam mengembangkan suatu produk atau paket wisata dibutuhkan suatu tahapan atau proses mengidentifikasi segmen pasar sehingga pengembangan produk yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan karakteristik dan preferensi pasar.

Hal mendasar dalam mengetahui arakteristik pasar adalah *segmenting*. Valker *et al.*, (2003:169) mengatakan *Market segmentation is the process by thich a market is divided into distinct ustomer subsets of people with similar needs and characteristics that lead them to respond in similar ways to a particular product offering and strategic marketing program*". Berdasarkan hal di atas, peneliti mengelompokkan konsumen berdasarkan pendekatan kesamaan karakteristik sehingga penawaran produk dapat dilakukan dengan melakukan strategi yang tepat dalam memasarkannya.

Penelitian ini menghasilkan penyusunan paket wisata *heritage* sebagai output yang berdasarkan pada komponen-komponen dasar pembentuk produk wisata yang juga bertujuan untuk turut berpartisipasi dalam upaya konservasi terhadap bangunan-bangunan *heritage* yang berada di Kota Bandung.

Pertanyaan yang timbul adalah bagaimana mengemas paket wisata *heritage* yang tepat untuk dapat menarik wisatawan sekaligus dapat ikut melestarikan bangunan bersejarah tersebut? Secaralebih operasional dapat dijabarkan kedalam penelitian yang terfokus pada:

- 1. Bagaimana komponen pembentukan paket wisata *heritage* di Kota Bandung?**
- 2. Bagaimana potensi profil pasar paket wisata *heritage* di Kota Bandung?**

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian terapan. Menurut Gay dalam Sugiyono (2007:5) bahwa "Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan untuk menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam pemecahan masalah - masalah yang praktis".

Bila ditinjau berdasarkan tingkat eksplanasinya (tingkat penjelasannya), maka penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif analisis. Winarno (2004: 33) berpendapat bahwa deskriptif analisis yaitu, mengumpulkan, menyusun, dan menyajikan data dengan disertai analisis yang dapat memperjelas gambar mengenai objek yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi lapangan, penyebaran kuesioner (ditujukan kepada masyarakat umum dan mahasiswa Perguruan Tinggi di Bandung), wawancara dan studi kepustakaan.

Pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisa dan memanfaatkan data- ata yang ada baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder adalah dengan kuesioner, pedoman wawancara yaitu pihak Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung) dan Observasi lapangan.

Teknik analisis yang digunakan adalah dengan skala Likert berdasarkan hasil observasi dan pendapat responden dalam kuesioner.

Untuk keperluan pengambilan data dalam penelitian, diperlukan populasi target dan merupakan sumber informasi yang potensial yang diinginkan yaitu masyarakat umum dan para mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Bandung. Peneliti menggunakan teknik *probability sampling*, *probability sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data." Yang digunakan sebagai sampel oleh peneliti adalah perwakilan dari masyarakat umum dan beberapa mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Bandung.

## C. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Konsep Heritage

Wisata heritage menurut National Trust for Historic Preservation, AS adalah: "Cultural Heritage tourism as traveling to experiences the places, artifacts, and activities that authentically represent the stories and people of the past and the presents. It includes cultural, historic and natural resources". Sedangkan menurut UU No. 5 tahun 1992, heritage di Indonesia terbagi atas bangunan, kesenian dan budaya yang disebut juga sebagai Benda Cagar Budaya (BCB).

Moscardo (2005:4) berpendapat bahwa: "Heritage tourism is a form of tourism in which participants seek to learn about and experience the past and present cultures of themselves and of others".

Menurut Badan Pelestarian Pusaka Indonesia (2003), *Heritage Pusaka* dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu:

1. Pusaka alam (*natural heritage*).
2. Pusaka budaya (*cultural heritage*).

1. Pusaka saujana/sejauh mata memandang (gabungan pusaka alam dan budaya dalam kesatuan ruang dan waktu). Ditinjau dari wujudnya, pusaka dibagi menjadi dua, yaitu: Berwujud: "Pusaka berwujud adalah hasil aktifitas masa lalu berupa artefak, situs, dan struktur yang meliputi bangunan, situs, dan kawasan *cultural eco-region*". (Dradjat, 2005), dan Tidak berwujud: meliputi tradisi dan ekspresi oral, seni pertunjukan, praktik-praktik sosial, ritual dan festival, pengetahuan dan praktik-praktik menyangkut alam dan jagad raya, serta hasil karya tradisional. (UNESCO).

Beberapa ahli mendefinisikan heritage seperti yang tertera di bawah ini (Moscardo, 2005:4):

Tabel 2.1

	Arsitektur tua
Ashworth (2002)	Tempat bersejarah Kesenian Kebudayaan
	Situs arkeologi dan' museum
	Arsitektur
RICHARD	Seni Musik dan tari Drama
	Bahasa Festival keagamaan
Prentice (2001)	Istana, candi, catedral, Arkeologi, literatur
Richter (2003)	Museum Kota sejarah Patung, monumen

Kriteria *Heritage Building* menurut Dibyo (2004) adalah **Nilai Sejarah**, berkaitan dengan peristiwa atau sejarah politik (perjuangan), sejarah ilmu pengetahuan, sejarah bangunan maupun lingkungan (kawasan), tokoh penting baik pada tingkat lokal (Bandung atau Jawa Barat) maupun nasional (Indonesia). Dan **Nilai Estetika**, berkaitan dengan wajah bangunan (komposisielemen-elemen dalam tatanan lingkungan) serta gaya tertentu (wakil dari periode gaya tertentu). Termasuk di dalam nilai estetika adalah fasad, *layout* dan bentuk bangunan, warna serta ornamen yang dimiliki oleh objek konservasi.

Bandung merupakan Kota yang kaya akan daya tarik wisata *heritage* yang berupa bangunan kuno sisa peninggalan penjajah. Kondisi ini menempatkan Bandung pada urutan 9 dari 10 Kota dengan arsitektur *Art Deco* terbanyak di dunia, satu tingkat di atas Paris (Globe Trotter, 2013). Sehingga bila dilihat dengan ukuran/kriteria diatas maka salah satu komponen dalam penyusunan paket wisata *heritage*, yaitu produk sudah memenuhi.

## 2. Konsep Perencanaan

Menurut Jan Van Harssel (2004:208), "Tourism planning is a decision making process aimed to guide future tourism development actions and solve future problems".

Perencanaan pariwisata juga merupakan suatu proses dalam memilih tujuan dan memutuskan apa yang harus dilakukan untuk meraih tujuan tersebut. Konsep dari perencanaan menurut Cooper (2003:134), adalah memberikan perhatian terhadap pencapaian pra-spesifik dari tujuan perencanaan. Menurut Cooper (2003:134) dalam buku yang sama, terdapat beberapa proses perencanaan yaitu:

- 1) *Study preparation*
- 2) *Determination of objectives*
- 3) *Surveys*
- 4) *Analysis*
- 5) *Policy and plan formulation*
- 6) *Recommendations*
- 7) *Implementation*
- 8) *Monitoring and*
- 9) *Reformulation*

Dalam mempersiapkan sebuah produk paket wisata *heritage* memerlukan perencanaan yang baik dimana perencanaan merupakan langkah utama yang mengawali seluruh rangkaian kegiatan kerja, dalam hal ini perjalanan wisata. Perencanaan perjalanan wisata *heritagesangat* penting karena perencanaan dapat menentukan kualitas dari produk paket wisata yang dibeli oleh wisatawan.

## 3. Konsep Produk

Produk Wisata Sebagai Penyusun Paket Wisata menurut Middleton (2002:86), "The tourism product may be seen as a bundle or package of tangible and intangible components, including destination attraction and facilities, accessibility, image, and price, which combined to form the overall experience".

Menurut pengertian tersebut, maka ada lima komponen utama yang merupakan produk industry pariwisata, yaitu:

- 1) *Destination attractions*, yang dikelompokan lagi menjadi:
  - a) *Natural Attraction* : Pegunungan, Laut, Danau.
  - b) *Building Attraction*: Bangunan Bersejarah, Taman.
  - c) *Cultural Attraction*: Kesenian, sejarah.
  - d) *Social Attraction* : Bahasa, *Way of life*.

## 2) Destination Facilities and Services

- 3) Accessibilities of the Destination
- 4) Images and Perception of Destination.
- 5) Price of the Consumer.

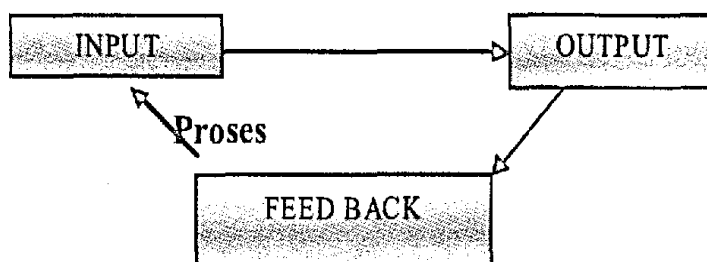
Inskeep (2001), mendefinisikan produk wisata sebagai bentukan yang nyata atau tidak nyata, yang dapat dinikmati apabila rangkaian kegiatan tersebut dapat memberikan kepuasan, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk wisata sangat mendukung dan mempengaruhi keberadaan dari suatu objek dan daya tarik wisata.

Menurut Nuriata (2004), terdapat tiga pendekatan dari produk, yaitu :

- 1) Pendekatan proses input menjadi output.

Produk adalah sesuatu (barang jadi) yang dihasilkan melalui sebuah proses masukan (input) menjadi pengeluaran (output).

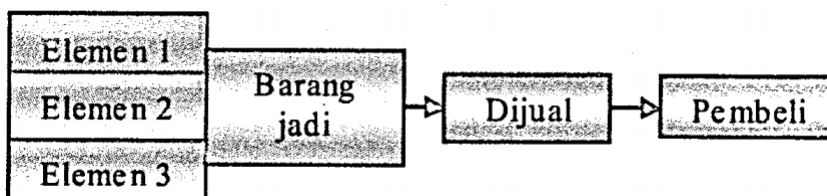
**Gambar 1**  
**Proses Input menjadi Output**



Sumber : Nuriata (2001)

- 2) Pendekatan barang yang siap dijual.

**Gambar 2**  
**Proses Barang yang Siap Dijual**



Sumber : Nuriata (2001)

Pendekatan pertimbangan konsumen.

Produk dapat dibedakan kedalam dua bentuk, yakni:

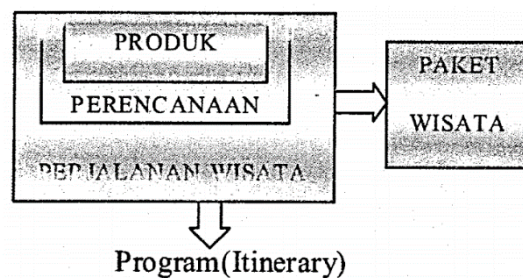
- a) Benda berwujud (benda fisik)
- b) Benda tidak berwujud (non fisik) seperti halnya paket wisata.

Dalam membuat paket wisata *heritage* di Kota Bandung, diambil pendekatan dengan mempertimbangan keinginan dari konsumen. Diantaranya aksesibilitas produk dan interaksi antara konsumen dengan sistem dari produk, dan konsumen sebagai pemakai produk itu sendiri. Dengan pertimbangan konsumen, maka diperoleh informasi yang lengkap tentang kebutuhan atau keinginan dari wisatawan sehinggadiharapkan dapat dibuat paket wisata *heritage* yang tepat.

#### a. Konsep Paket Wisata

Secara bisnis, paket wisata dapat dipandang sebagai sebuah produk karena merupakan barang komoditi yang diperjualbelikan. Produk perencanaan perjalanan ini direfleksikan dalam bentuk sebuah program (itinerary).

**Gambar 3**



Sumber : Nuriata (2001)

Program(Itinerary)

Semacam garis besar terdapat dua jenis paket wisata, yaitu :

- 1) Paket wisata yang telah disiapkan atau yang lebbt dikenal dengan sebutan *ready made tour*;
- 2) Paket wisata yang disiapkan atas permintaan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *tailor made tour*



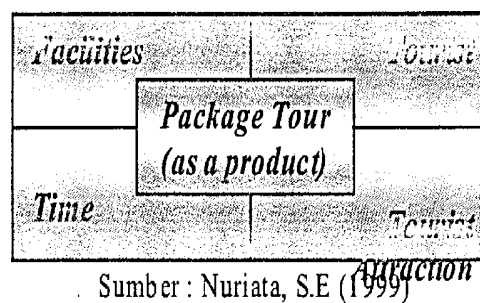
Seperti halnya diatas, dimana penyusunan paket wisata *heritage* ini berdasarkan atas permintaan dari konsumen. Hal ini dapat di maklumi bahwa tidak banyak wisatawan yang tertarik dengan *heritage*, sehingga pendekatan atas permintaan inilah yang paling tepat dan sesuai.

Dalam program penyusunan paket *wisataheritage*, selain mempertimbangkan fasilitas-fasilitas dan komponen-komponen wisata, terdapat faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan selera wisatawan dan merupakan suatu produk yang baik, yakni :Rute perjalanan dalam suatu paket wisata heritagesebaiknya dibuat *circle trip*, urutan dan variasi dari program perjalanan, pemilihan tempat untuk melihat dan menikmati pemandangan yang menyangkut lokasi dan lama waktu serta jadwal yang cocok, warna dan berat/ringan suatu program perjalanan yang disusun dan apakah program perjalanan tersebut dapat dipasarkan, dijual serta menguntungkan.

Selain sebagai suatu produk, suatu paket wisata juga merupakan suatu sistem yang perencanaannya tidak terlepas dari sub-sistemnya yaitu wisatawan, fasilitas, waktu dan atraksi wisata.

**Gambar 4**

**Sistem Perencanaan Paket Wisata**



Sumber : Nuriata, S.E (1999)

Bila dilihat, Kota Bandung sudah mempunyai semua yang dibutuhkan, dimana *Tourist Attraction* tersebut berupa bangunan *Heritage* yang mempunyai nilai sejarah yang sangat tinggi. Sedangkan untuk *Tourist* yang menjadi target adalah yang memiliki karakteristik yang sama yaitu tertarik terhadap bangunan bersejarah. *Facilities* (keamanan, alat transportasi dan lainnya) dan waktu, walaupun tidak sempurna tetapi dapat mendukung dalam membuat paket wisata yang ada.

Merujuk pada Perda Kota Bandung tahun 2004, kawasan cagar budaya Kota Bandung terbagi atas 6 kawasan, yaitu:

- a. Kawasan Pusat Kota Bersejarah, terdiri dari subkawasan eks pemerintahan Kabupaten Bandung, Alun-alun, Asia- Afrika, Cikapundung dan Braga;
- b. Kawasan Pecinan, terdiri dari subkawasan Jl. Kelenteng, Jl. Pasar Baru, Oto Iskandardinata, ABC, dan Pecinan;
- c. Kawasan Pertahanan dan Keamanan, terdiri dari subkawasan perkantoran Pertahanan dan Keamanan Jl. Sumatera, Jl. Jawa, Jl. Aceh, Jl. Bali, dan gudang militer (Jl. Gudang Utara dan sekitarnya)

- d. Kawasan Etnik Sunda, terdiri dari subkawasan Lengkong, Jl. Sasakgantung, Jl. Karapitan, Jl. Dewi Sartika, Jl. Melong;
- e. Kawasan Perumahan Villa, terdiri dari subkawasan Dipati Ukur, Ir. H. Djuanda, Ganesha, Pager Gunung, Tamansari, Diponogoro, RE Martadinata, Cipaganti, Pasteur, Setiabudi, Gatot Subroto, dan Malabar;
- f. Kawasan Industri, terdiri dari subkawasan Arjuna, Jatayu, dan Kebon Jati.

Selanjutnya dibahas analisis dan pembahasan terhadap kuesioner yang disebar mengenai persepsi mengenai daya tarik wisata *heritage*.

#### **D. HASIL DAN ANALISIS**

Penyebaran kuesioner terhadap responden berasal dari masyarakat umum dan perwakilan beberapa Perguruan Tinggi yang secara tidak langsung memiliki keterkaitan kepada *heritage*, yaitu Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Jurusan Manajemen Perjalanan, Institut Teknologi Bandung Jurusan Arsitek, Universitas Pajajaran Jurusan Sejarah dan Pariwisata, dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata (STIEPAR) Jurusan Manajemen Pariwisata dan Perjalanan.

Analisis permasalahan yang diteliti meliputi analisis komponen pembentuk paket wisata yaitu aspek daya tarik, aspek fasilitas dan aspek aksesibilitas dapat dilihat di bawah ini.

##### *1. Analisis Komponen Pembentuk Paket Wisata Heritage*

#### **Daya Tarik Wisata *Heritage* di Kota Bandung**

*Heritage* merupakan kekayaan budaya bangsa yang memiliki arti yang sangat penting bagi perkembangan sejarah dan ilmu pengetahuan sehingga harus dilindungi dan dilestarikan bagi kepentingan bangsa. Berbagai cara dapat ditempuh dalam rangka melestarikan bangunan *heritage* seperti konservasi, renovasi, revitalisasi maupun restorasi serta perencanaan kegiatan wisata *heritage*.

Sebesar 60% responden masyarakat umum tertarik dari segi sejarah dan sisanya gaya arsitektur. Dari mahasiswa 56,5% responden tertarik nilai sejarah dari bangunan-bangunan *heritage*, 53,5% tertarik gaya arsitektur bangunannya. Sedangkan mayoritas responden dari masyarakat umum dan mahasiswa (72 %) memilih daerah Bandung Tengah sebagai daerah yang kental akan keberadaan bangunan-bangunan *heritagenya*. Mereka merasa familiar dengan bangunan-bangunan *heritage* yang berada di kawasan Asia-Afrika, Braga dan sekitarnya. Dikarenakan para responden adalah mahasiswa/i dari PT yang erat kaitannya dengan konteks *heritage*, umumnya mereka telah mempelajari nilai sejarah yang terkandung pada bangunan-bangunan *heritage* dan tiap responden memiliki ketertarikan yang berbeda sesuai dengan subjek yang mereka pelajari. Maka dalam penyusunan wisata *heritage* dapat dipilah-pilah bangunan mana saja yang akan diambil sesuai dengan keadaan pasarnya.

Disamping itu *heritage* diperkenalkan sejak dini agar masyarakat mengerti akan keberadaannya dan turut membantu pelestariannya dengan tidak merubah atau merusaknya. Misalnya mendatangkan para ahli *heritage* untuk berbicara dan beberapa penting aspek *heritage* bagi bangsa kita, alasan dan cara melestarikan benda cagar budaya khususnya

bangunan-bangunan *heritage* dan menjelaskan hal-hal positif apa yang akan terjadi jika lingkungan binaan *heritage* dapat terus dilestarikan. Selain itu dapat berupa wisata *heritage* atau dilibatkannya subjek mengenai *heritage* ke dalam bab mata pelajaran misalnya sejarah.

a. Fasilitas bangunan-bangunan *heritage* di Kota Bandung

Fasilitas adalah salah satu faktor pendukung utama dalam suatu kegiatan wisata. Sebagian besar bangunan *heritage* yang berada di Bandung memiliki fasilitas yang sangat minim, baik itu fasilitas fisik bangunan maupun fasilitas pendukung lainnya. Mayoritas responden masyarakat umum menerima fasilitas pemanduan dari beberapa bangunan *heritage* yang dikunjungi. Sedangkan dari kalangan mahasiswa menyatakan tidak menemukan adanya fasilitas yang berarti dari beberapa bangunan *heritage* yang mereka kunjungi.

Bangunan-bangunan *heritage* yang pada saat ini telah terbuka untuk masyarakat umum seharusnya dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang dapat membantu pengunjung. Beberapa jenis fasilitas yang layak disediakan adalah : Pemandu, Ruang penjelas, *Heritage* map/Guide book, Tourist Information Centre.

b. Fasilitas kebersihan

Sebagian besar responden dari masyarakat umum dan mahasiswa menyatakan jumlah fasilitas belum mewakili kapasitas bangunan terhadap pengunjung yang datang. Misalnya pemandu yang membawa pengunjung dalam rombongan yang terlalu besar sehingga apa yang disampaikan pemandu tidak diterima begitu baik oleh beberapa pengunjungnya, dan pihak informasi yang seharusnya selalu siap ditempat.

c. Kualitas dari fasilitas

hams lebih diperhatikan, misalnya pemandu harus benar-benar menguasai seluk beluk bangunan *heritage* yang dipandunya. Responden masyarakat umum, menyatakan kondisi fasilitas yang belum layak tapi sebaliknya kalangan mahasiswa menyatakan kondisi fasilitas sudah layak. Hal ini terjadi karena mahasiswa mengunjungi dengan mengikuti sebuah tour.

d. Aksesibilitas menuju bangunan *heritage* di Kota Bandung

Dalam menyusun suatu kegiatan paket wisata *heritage*, aspek aksesibilitas adalah salah satu bagian terpenting karena merupakan alur yang menghubungkan beberapa titik poin. Pack dasarnya kondisi keamanan kota adalah hal utama yang harus diperhatikan. Semua responden menyatakan bahwa tingkat keamanan di kota Bandung berada dalam level yang cukup tinggi.

Akses masuk pengunjung ke dalam bangunan *heritage* akan turut membantu kelancaran kegiatan wisata *heritage*. Harus dilakukan kerjasama antara pengelola tur dengan pihak-pihak terkait (pengelola tiap-tiap situs *heritage*) akan peraturan aksesibilitas yang harus dipenuhi, agar kelancaran kegiatan wisata *heritage* tetap terkendali dan menghindari terjadinya *missing point*. Kegiatan wisata *heritage* sebaiknya dilakukan dengan menggunakan kendaraan tradisional Kota Bandung seperti becak, andong dan sepeda kumbang. Hal ini sesuai dengan pendapat responden yang memilih menggunakan kendaraan tradisional dalam wisata *heritage* dan sebagian besar responden lainnya memilih dengan berjalan kaki. Moda transportasi yang dipilih adalah moda yang dapat menekan polusi sekecil mungkin. Selain menggunakan kendaraan tradisional, berjalan kaki merupakan pilihan yang tepat dan efektif karena wisata *heritage* mayoritas berupa per kawasan. Selanjutnya dapat dilihat analisis potensi profil paket wisata *heritage* di kota Bandung.

## 2. Analisis Potensi Profil Pasar Paket Wisata Heritage di Kota Bandung

### Aspek Geografis

Mayoritas responden masyarakat umum sebesar 78% berasal dari Bandung maupun Jawa Barat, 15% berasal dari Jakarta. Responden mahasiswa sebesar 80% berasal dari Bandung maupun Jawa Barat dan sisanya dari Jakarta.

### Aspek Demografis

#### 1) Jenis Kelamin

Usia Responden dari masyarakat umum sebesar 53% didominasi oleh pria. Responden dari kalangan mahasiswa 52% adalah wanita.

#### 2) Usia

Berdasarkan usia, pada umumnya masyarakat dengan usia diantara 21-25 tahun lebih memahami *heritage*. Sedangkan mahasiswa yang lebih memahami dan *concern* terhadap *heritage* adalah mereka yang berumur diantara 21-25 tahun. Hal ini terjadi karena dalam usia diantara itu, baik secara materi perkuliahan maupun tingkat *curiosity* yang mereka alami lebih meluas lagi terutama akan hal-hal baru.

Kegiatan wisata *heritage* ini lebih ditekankan pada usia 18-25 tahun karena dianggap lebih produktif dan diharapkan agar para generasi muda dapat terus melanjutkan kegiatan wisata *heritage* ini dengan lebih mengenalkan *heritage* kepada generasi-generasi selanjutnya.

#### 3) Pekerjaan

Responden dari masyarakat umum adalah pelajar dan karyawan, masing-masing 38%, sisanya adalah wiraswasta sebanyak 24%. Responden yang berasal dari masyarakat umum ini sebanyak 78% tidak mengetahui arti *heritage*. Kalangan lainnya seperti karyawan maupun wiraswasta tidak paham arti *heritage*. Mereka pada dasarnya mengetahui dan mengenali bangunan-

bangunan yang termasuk *heritage* seperti gedung sate, museum geologi, gedung merdeka dan lain-lain tetapi mereka pada umumnya tidak mengetahui bahwa bangunan-bangunan tersebut adalah situs *heritage*. Responden dari masyarakat umum sebesar 87% tidak mengetahui adanya paket wisata *heritage*, sisanya pernah mengikuti wisata *heritage* Kota Bandung. Tetapi mayoritas (78%) tertarik untuk mengikuti wisata *heritage* setelah mereka paham arti *heritage*.

#### 4) Pendidikan

Responden dari masyarakat umum, sebesar 67% dan berpendidikan Perguruan Tinggi, yang memahami arti *heritage*. Sedangkan mayoritas mahasiswa mengerti tentang arti *heritage* sesungguhnya. Hal ini terjadi karena subjek yang mereka ambil mempunyai hubungan dengan *heritage*. Sebesar 61% dari responden mengetahui kegiatan *heritage*. 41% pernah mengikuti wisata *heritage* dan sisanya tidak pernah mengikuti wisata *heritage*. Sebanyak 85% tertarik tentang wisata *heritage*.

#### Aspek Psikografis

##### 1) Tujuan kunjungan

Tujuan kunjungan ke bangunan *heritage* dari masyarakat umum sebesar 44% adalah untuk pembelajaran yang biasanya berasal dari keperluan pengetahuan umum, 38% karena kepentingan pribadi dan sisanya atas dasar keingintahuan akan *heritage*.

Sebagian besar mahasiswa sebesar 46% tujuannya untuk pembelajaran, sebanyak 32% karena keingintahuan akan *heritage* dan sebanyak 22% atas dasar kepentingan.

##### 2) Frekuensi kunjungan

Responden dari masyarakat umum 69% mengunjungi bangunan *heritage* 1-2 kali dalam periode 1 tahun, sisanya sebanyak 3-5 kali. Sedangkan dari kalangan mahasiswa, 83% responden mengunjungi bangunan *heritage* sebanyak 1-2 kali dalam 1 tahun, sisanya 17% sebanyak 3-5 kali.

Dilihat kunjungan masyarakat kepada bangunan-bangunan *heritage* di Kota Bandung masih dalam frekuensi yang minim. Hal ini disebabkan karena kondisi maupun aktivitas yang berlangsung kurang mencuri perhatian pengunjung. Faktanya seringkali pengunjung yang memasuki bangunan *heritage* hanya didiamkan begitu saja menikmati dan menelusuri bangunan *heritage* tersebut tanpa adanya panduan yang jelas dan aktivitas lainnya yang dapat menarik perhatian pengunjung.

#### 3. Aspek Preferensi dan Ekspektasi

1) Daya Tarik yang diminati Responden dari masyarakat umum: Berdasarkan dari gender responden, wanita lebih tertarik pada nilai sejarah dari bangunan-bangunan *heritage* di kota Bandung sedangkan pria lebih mengarah pada arsitektur bangunan *heritage*. Sedangkan responden yang merupakan mahasiswa, wanita juga lebih tertarik dari segi sejarah bangunan-

bangunan *heritage* di Kota Bandung sedangkan pria lebih kepada gaya arsitektur bangunannya. Dilihat dari faktor usia berdasarkan responden yang berasal dari masyarakat umum disimpulkan bahwa usia 21-25 tahun lebih tertarik akan gaya arsitektur bangunan *heritage*, sedangkan diatas 25 tahun lebih tertarik akan nilai sejarah. Sedangkan dari kalangan mahasiswa dapat disimpulkan juga bahwa usia diantara 18-20 tahun lebih tertarik pada nilai sejarah sedangkan usia 21-25 tahun lebih tertarik akan sisi arsitektumnya.

#### 2) Aktivitas yang diharapkan

Dari masyarakat umum, 58% dari responden mengharapkan pemutaran dokumen Bandung tempo dulu menjadi salah satu aktivitas yang disuguhkan, 31% responden memilih fotografi, dan sisanya memilih talkshow. Sedangkan dari kalangan mahasiswa 59% memilih pemutaran dokumentasi Bandung tempo dulu sebagai salah satu aktivitas yang juga disuguhkan, 32% responden memilih fotografi dan 9% responden memilih diadakannya talkshow.

Aktivitas-aktivitas tersebut diatas adalah diferensiasi yang dapat menguntungkan juga meningkatkan lagi wisata *heritage*. Maka dari itu perlu disuguhkan lagi berbagai aktivitas-aktivitas lainnya dalam pelaksanaan wisata *heritage*.

#### 3) Fasilitas yang diharapkan

Sebagian besar responden yang telah mengikuti kegiatan wisata *heritage* maupun yang telah mengunjungi bangunan-bangunan *heritage* di Kota

Bandung mengharapkan disediakannya *tourist information centre* pada tiap-tiap bangunan *heritagedan heritage map/guide book* disamping fasilitas transportasi yang nyaman dan fasilitas fisik bangunan yang lebih diperhatikan lagi seperti fasilitas kebersihan. Setelah hasil dari analisis dan pembahasan maka peneliti membuat beberapa kesimpulan dan rekomendasi seperti di bawah ini.

### 3. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai bahwa ditemukan fakta Responden pada umumnya belum memahami arti aspek *heritage*. Mereka menyadari keberadaan bangunan-bangunan *heritage* yang berada di Kota Bandung berdasarkan fungsi saat ini walaupun 80% responden sangat tertarik tentang kegiatan wisata *heritage* Kota Bandung. Hal ini disebabkan kurangnya penyampaian kepada masyarakat tentang arti *heritage* dari pihak-pihak terkait terutama pemerintah. Tetapi kalangan mahasiswa jauh lebih memahami arti *heritage* dibanding responden yang berasal masyarakat umum kota Bandung dan keduanya menyatakan nilai sejarah adalah daya tarik dari bangunan-bangunan *heritage* yang berada di kota Bandung.

Fasilitas-fasilitas bangunan *heritage* kota Bandung yang disediakan saat ini khususnya bangunan *heritage* yang terbuka untuk umum dapat dikatakan masih sangat minim dan fasilitas yang ditemui hanyalah fasilitas fisik dan pemanduan dan belum pada kondisi yang begitu baik.

Aksesibilitas menuju bangunan *heritage* kota Bandung dinyatakan cukup mudah oleh para responden dan mayoritas responden lebih memilih kendaraan tradisional sebagai alat transportasi yang digunakan dalam kegiatan wisata *heritage* di Kota Bandung.

Potensi profil pasar paket wisata *heritage* di kota Bandung berdasarkan observasi dan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa profil aktual saat ini adalah mahasiswa dengan tujuan utamanya adalah proses pembelajaran. Sedangkan pangsa pasar potensial adalah para mahasiswa perguruan tinggi

dengan usia diantara 18-25 tahun yang secara tidak langsung memiliki keterkaitan dengan heritage seperti pariwisata, arsitek dan sejarah. Tujuannya adalah dengan semakin diperkenalkannya para mahasiswa akan heritage Kota Bandung, diharapkan dengan usia produktif seperti itu mereka dapat meneruskan kegiatan wisata ini kepada generasi-generasi berikutnya dan bahkan kepada masyarakat-masyarakat umum Kota Bandung dengan tujuan untuk turut melestarikan bangunan-bangunan heritage sebagai warisan budaya yang merupakan aset bangsa Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adishakti. 2005. A Study on The Conservation Planning Of Yogyakarta Historic-Tourist City Based On Urban Space Heritage Conception. Jakarta.
- Anderson, Benedict. 2002. *Imagined Communities*. Yogyakarta: Insist
- Atmodjo, Yunus. 2004. *Lokakarya Pelestarian Pusaka Indonesia*. Jakarta, Jaringan Pelestarian Pusaka Indonesia.
- Ashworth G.J. & Tunbridge J.E, 1990. *The Tourist-Historic City*. New York : John Wiley & Sons.
- Bagus Gusti Gurah I (ed). 2003. *Universal Tourism Enriching or Degrading Culture*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Bodlender, Jonathan, (ed) 2004. *Developing Tourism Destinations: Policies and Perspectives*. UK: Longman Group.
- Boniface Priscilla & Peter J Fowler, 2005. *Tourism and -Heretage in the global village*. London: Routledge.
- Bowen, Kotler, dan Makens. 2003. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 3<sup>d</sup> Edition. New Jersey, Prentice Hall.
- Bums, P.M. & A. Holden. 1995. *Tourism a New Perspective*. London: Prentice Hall.
- Cooper et al., 2003. *Tourism Principles and Practice*. 3<sup>d</sup> Edition. New York, Longman.
- David J. Helbert, 2005. *Heritage, Tourism and Society*. England: Cassel Imprint.
- David Uzzell, 2004. *Heritage Interpretation the Natural & Built Environment*. London and New York: Belhaven Press.
- Faulkner, Moscardo dan Laws. 2003. *Tourism in The 21s<sup>t</sup> Century*. London.
- Gartner W C. 2006. *Tourism Development*. New York, Van Nostrand Reinhold.
- Hall, C. Michael, 2000, *Tourism Planning Policies and Relationship*, Prentice Hall, Singapore.
- Harssell, Jan Van. 2004. *Tourism an Exploration*. 3<sup>d</sup> Edition New Jersey, Prentice Hall.
- Inskeep, Edward. 2001. *TourismPlanning*. 2<sup>n</sup> Edition. New York, Van Nostrand Reinhold.
- Kotler dan Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta, PT Indeks.
- Middleton, V dan Clarke, J. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford, Butterworth Heinemann.
- Morison, Alstair. 2002. *Hospitality and Travel Marketing*. New York, Delmar Thomson Learning.
- Murphy, P. 1985. *Tourism: A Community Approach*. London, Routledge.
- Nuriata. 2002. *Operasionalisasi Perjalanan Wisata & Penyusunan Harga*. Bandung, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Perencanaan Produk Bandung, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung.