

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampung Wisata Kreatif Cigadung merupakan kawasan wisata kreatif dan seni budaya dengan memiliki konsep pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*). Kampung Wisata Kreatif Cigadung menggali potensi dan pengembangan daerahnya dilakukan secara mandiri dengan mengedepankan peran masyarakat sekitarnya. Menurut Pak Wawan selaku ketua kelompok sadar wisata menyebutkan bahwa Cigadung ini awalnya dikenal dengan Kampung Batik, tetapi seiring berjalannya waktu para pelaku usaha di bidang pariwisata bersama kelompok sadar wisata mengusulkan untuk lebih dikembangkan bukan hanya fokus pada batik.

Pelaku usaha dan kelompok sadar wisata bukan hanya memanfaatkan kondisi eksisting dengan adanya Kampung Batik tetapi mengeksplor potensi lainnya. Pada akhirnya menemukan beberapa potensi wisata untuk dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti adanya wisata alam yaitu Rancakalong. Rancakalong sendiri terdapat beberapa sumber daya alam seperti adanya sungai, sawah hingga curug yang dapat menjadi suatu pembeda dengan Kampung Wisata Kreatif lainnya.

Kampung Wisata Kreatif Cigadung diresmikan langsung oleh Walikota Bandung Bapak Oded M. Danial pada hari selasa, 24 November 2020 bertempat di Kantor Kecamatan Cibenyung Kaler. (Redaksi, 2020). Kampung Wisata Kreatif Cigadung menjadi Kampung wisata kedua yang telah diresmikan. Pembentukan

Kampung Wisata Kreatif di Cigadung dilakukan oleh kerjasama antar pihak yaitu pemerintah, kelompok sadar wisata dan masyarakat sekitarnya. Untuk saat ini Pak Wawan menyebutkan yang berhasil diangkat menjadi daya tarik wisata yang ada di Cigadung yaitu Batik Komar, Batik Hasan, KBCGN (Komunitas kampung Batik Cigadung), Studio Rosid, Saung Kasep, RCK. Khusus untuk RCK yaitu eko wisata yang terdiri dari sawah, sungai dan curug. Jika keseluruhan itu sangat banyak yang terdiri dari kuliner, akomodasi penginapan dan fashion.

Pada tahun 2023 Kampung Wisata Kreatif Cigadung berhasil mendapatkan penghargaan 300 Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 merupakan salah satu wisata yang menerapkan konsep *Community Based Tourism*. *Community Based Tourism* adalah suatu konsep pengembangan destinasi wisata lokal dengan masyarakat dilibatkan dalam perencanaan, pengelolaan dan memiliki hak suara berupa keputusan dalam pembangunan. (Arifin, 2017). Dengan demikian masyarakat lokal diberikan kesempatan untuk terjun langsung dalam pengembangan pariwisata di suatu desa wisata.

Kampung Wisata Kreatif Cigadung merupakan salah satu dari delapan wilayah yang ada di Kota Bandung yang disiapkan untuk dijadikan sebagai kampung wisata kreatif. Sampai saat ini delapan wilayah tersebut telah berhasil di launching yaitu :

Tabel 1.1 Data Kampung Wisata Kreatif

No.	Kampung Wisata Kota Bandung	Tahun Launching
1.	KWK Braga	2019
2.	KWK Cigadung	2020
3.	KWK Rajut Binong Jati	2021
4.	KWK Literasi Cinambo	2021
5.	KWK kain Cigondewah	2022
6.	KWK Pasir Kunci	2022
7.	KWK Sepatu Cibaduyut	2023
8.	KWK Gedebage	2023

Sumber : Disbudpar Kota Bandung

Pembentukan Kampung Wisata Kreatif yaitu proses pemanfaatan potensi pariwisata yang ada di Kota Bandung oleh Pemerintah Kota Bandung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yaitu sebagai eksekutor dalam menindaklanjuti potensi yang ada. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung merupakan salah satu lembaga yang keberadaannya sangat dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata di Kota Bandung melalui kontribusinya, mulai dari pembangunan wisata daerah, pengembangan dan pembinaan masyarakat dan juga pengelolaan aset-aset wisata. Pengembangan suatu daerah dapat disesuaikan oleh pemerintah dengan melihat potensi dan kekhasan daerah. Keberadaan pemerintah dapat menentukan hasil dari pengembangan suatu daerah. (Ratu, 2014).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung membuat suatu program yaitu pembentukan Kampung Wisata Kreatif (KWK) sebagai salah satu program prioritas Walikota Bandung. Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik

wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensi. (Wirdayanti, 2021).

Pembentukan Kampung Wisata Kreatif tercantum dalam Peraturan Wali Kota Bandung No. 1454 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pengembangan Kampung Wisata yang merupakan tindak lanjut dari Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2012-2025. Didalam Peraturan Daerah Kota Bandung No. 01 Tahun 2013 terdapat visi misi yaitu:

- Visi

Pembangunan kepariwisataan daerah adalah Kota Bandung sebagai destinasi pariwisata perkotaan yang kreatif, berbudaya dan berakhlak mulia.

- Misi

1. Mewujudkan Integrasi Pembangunan Kepariwisata dengan pembangunan wilayah yang kreatif dan berlandaskan norma agama,
2. Mewujudkan lingkungan daerah yang bersih, hijau, dan tertata rapi melalui penerapan pembangunan kepariwisataan berwawasan lingkungan,
3. Mewujudkan destinasi pariwisata perkotaan yang mampu memenuhi kebutuhan rekreasi dan pengembangan potensi masyarakat daerah,
4. Mewujudkan struktur industri pariwisata yang mampu berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian lokal dan menciptakan lingkungan kota yang bersih dan hijau,

5. mengembangkan pemasaran pariwisata yang terpadu dan bertanggung jawab dalam upaya menjadikan potensi kreatif masyarakat sebagai identitas pariwisata daerah,
6. mewujudkan sistem kelembagaan yang kuat dan sumber daya manusia yang kompeten dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian pembangunan kepariwisataan yang efektif, dan
7. membangun iklim investasi yang kondusif bagi pengembangan pariwisata kreatif yang berwawasan lingkungan.

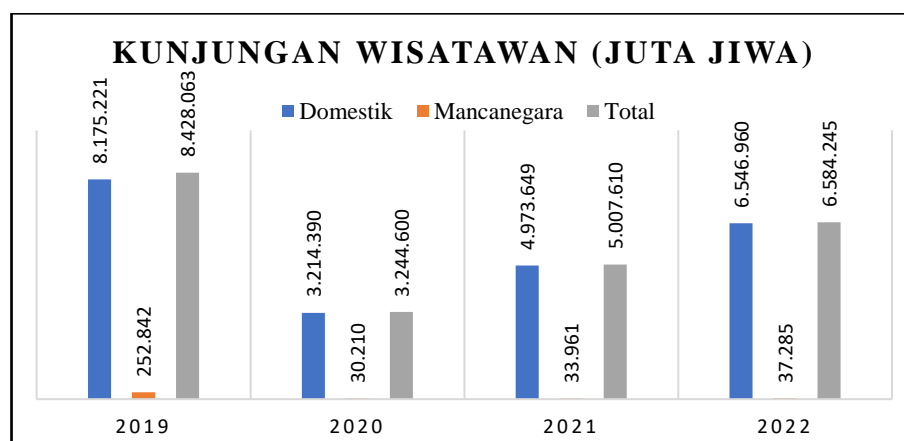
Pembentukan kampung wisata membutuhkan pondasi dan strategi yang kuat yaitu mencakup integrasi tiga komponen diantaranya integrasi potensi lokal, kearifan lokal, dan ekonomi kreatif. (Wesnawa, 2022). Setiap kampung wisata harus sesuai dengan kriteria yang telah tercantum didalam buku pedoman desa wisata yaitu sebagai berikut:

1. Batasan geografis ataupun administratif yang jelas,
2. Memiliki potensi daya tarik wisata alam, budaya, maupun karya kreatif sebagai unsur penarik kunjungan wisatawan,
3. Masyarakat yang antusias dan memiliki komitmen mendukung pengembangan kampung wisata,
4. Memiliki fasilitas pariwisata yang dikelola oleh masyarakat,
5. Memiliki prasarana lingkungan yang mengutamakan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kesehatan masyarakat dan wisatawan,
6. Memiliki organisasi pengelolaan kampung wisata, dan

7. Didukung sumber daya manusia yang menjadi motor penggerak pengelolaan kegiatan wisata di kampung wisata.

Setiap wilayah di Kota Bandung sangat potensial untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata. Banyaknya bangunan dan monumen hasil dari peninggalan sejarah dan kuliner yang khas juga menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Selain itu terdapat bangunan yang mengusung tema budaya, ada banyaknya tempat berbelanja yang dapat dijadikan sebagai wisata belanja dan juga wisata alam. Banyaknya jenis wisata yang ada di Kota Bandung dapat menjadi suatu pilihan bagi para wisatawan. Wisatawan dapat mengunjungi setiap daya tarik wisata sesuai dengan kebutuhannya. Hal tersebut membuat banyak wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Kota Bandung. Bisa dilihat dari grafik jumlah kunjungan wisatawan Kota Bandung sebagai berikut:

Grafik 1.1 Kunjungan Wisatawan Kota Bandung



Sumber: Data kunjungan wisatawan Kota Bandung, Disbudpar, 2023

Pada grafik 1.1 kunjungan ada fluktuasi dikarenakan adanya pengaruh dari covid-19 tetapi pada tahun 2022 kembali mengalami peningkatan. Kunjungan wisatawan dapat berdampak langsung pada perekonomian masyarakat sekitar

maupun untuk pemerintahan setempat. Kunjungan wisatawan dapat peningkatan retribusi obyek wisata sehingga pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap bertambahnya pendapatan asli daerah. Pendapatan retribusi wisata menjadi salah satu sektor yang dapat berpengaruh paling besar terhadap pendapatan asli daerah. (Irhamna, 2017). Maka dari itu potensi pariwisata yang sangat besar di Kota Bandung dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan asli daerah (PAD). Jika dilihat dari PAD Kota Bandung yang dihasilkan dari segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata pada tahun 2021 itu sangat besar bisa dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 1.2 Pendapatan Asli daerah Kota Bandung Tahun 2021

No.	Jenis Usaha	Jumlah (Milyar Rupiah)
1.	Hotel	162.718.874.448
2.	Restoran	206.523.571.376
3.	Hiburan	10.755.528.059
Total		379.997.973.883

Sumber : Badan Pendapatan daerah Kota Bandung, 2022

Pada tabel 1.2 bahwa hasil dari kunjungan wisatawan ke suatu daerah sangat berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah. Sektor pariwisata juga memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Pariwisata dengan pertumbuhan ekonomi sama-sama memiliki hubungan yang positif. Pariwisata sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi maupun sebaliknya pertumbuhan ekonomi sangat berpengaruh terhadap pariwisata.

(Yakup & Haryanto, 2019). Itu sebabnya banyak daerah yang mengembangkan setiap potensi daerahnya untuk dijadikan daya tarik wisata.

Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari bagaimana kesejahteraan masyarakat di daerah sekitarnya. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai proses yang berkesinambungan menuju perubahan kondisi yang lebih baik dalam perekonomian suatu wilayah. Suatu pertumbuhan ekonomi berkaitan erat dengan kesejahteraan masyarakat yang menjadi tolak ukur kondisi perekonomian suatu wilayah. (Rosyda, 2021). Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor yang dapat dikembangkan menjadi suatu pendapatan masyarakat sekitar pada khususnya.

Pariwisata dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat. (Sutiarso, 2018). Maka dari itu pengaruh pariwisata sangatlah besar terutama bagi masyarakat sekitarnya. Masyarakat sekitar akan mendapatkan lapangan kerja baru yang dihasilkan dari berkembangnya sektor pariwisata.

Setiap potensi pariwisata harus dapat dikembangkan dan dikelola dengan baik oleh pihak yang bersangkutan baik itu pemerintah setempat maupun masyarakat sekitar. Kerjasama antar pihak sangat dibutuhkan untuk dapat mengembangkan dan mengelola suatu kawasan wisata di setiap daerahnya. Pemerintah dapat mengambil tindakan dalam mengatur koordinasi, kerjasama antar pihak dan juga peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM). (Melinda, 2019). Pengembangan dan pengelolaan suatu wisata sangat berpengaruh terhadap jalannya suatu wisata sehingga menjadikan tempat wisata tersebut dapat berjalan jangka panjang.

Pengembangan potensi pariwisata yang telah dibentuk menjadi Kampung Wisata Kreatif dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan mengidentifikasi apa saja yang menjadi daya tarik wisata, karakteristik wisatawan. Selain itu juga dapat dengan apa saja yang menjadi potensi wisata di daerah tersebut. Dengan melihat keadaan daerah tersebut maka dapat dianalisis untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata khususnya dengan tujuan untuk menarik minat kunjungan wisatawan.

Pada akhirnya setiap kampung wisata tentunya memiliki daya tarik wisata yang harus memenuhi beberapa komponen seperti, objek wisata harus memiliki atraksi yang menarik, kondisi akses menuju objek wisata yang memadai, harus terdapat komponen penunjang bagi wisatawan. Dari sisi karakteristik wisatawan, karakteristik wisatawan yang berkunjung ke objek wisata harus dilihat dari berbagai karakteristik seperti geografis, demografis dan psikografis.

Selain itu potensi wisata harus memiliki kekuatan dan peluang yang dilihat dari faktor internal dan eksternal. Selanjutnya mengenai strategi pengembangan desa wisata harus meliputi faktor internal seperti meningkatkan kualitas sumber daya manusia, menggali potensi, mempertahankan warisan budaya, meningkatkan infrastruktur kepariwisataan dan faktor eksternal seperti menjalin kerjasama dengan *stakeholder* pariwisata.

Menentukan strategi pengembangan daya tarik wisatawan dapat dihasilkan melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Analisis SWOT diyakini bahwa strategi efektif akan mampu mengoptimalkan kekuatan (*strength*) dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) serta mampu meminimalisir

kelemahan (*weakness*) dan siap menghadapi berbagai ancaman (*threat*). (Soeswoyo, 2021). Dengan menggunakan analisis ini akan dihasilkan strategi yang mengutamakan kekuatan dan peluang, strategi kelemahan dan ancaman.

Penyusunan strategi pengembangan Kampung Wisata Kreatif di Cigadung pada prinsipnya mengacu pada potensi sumber daya setempat yang dapat dikembangkan menjadi kawasan yang mempunyai ciri khas atau keunikan tersendiri. Ciri khas dan keunikan tersebut diharapkan menjadi faktor pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung. Banyaknya kunjungan wisata akan menjadi tujuan utama dalam pengembangan pariwisata di Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

Aspek sumber daya alam yang tetap dijaga kelestariannya, nilai-nilai budaya yang tetap diutamakan dan sumber daya manusia yang terus ditingkatkan itu akan menjadi modal terbentuknya kampung wisata yang memiliki keunikan yang khas. Cigadung memiliki cukup modal untuk menjadi kampung wisata yang jangka panjang tetapi hal tersebut harus dibarengi dengan strategi pengembangan yang baik dan berkala untuk meminimalisir dampak negatif dari pengembangan kawasan kampung wisata itu sendiri. Oleh sebab itu penulis mengambil judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATAWAN DI KAMPUNG WISATA KREATIF CIGADUNG KOTA BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka identifikasi masalah yang dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Daya tarik bagi wisatawan: Setiap daerah yang telah dibentuk menjadi kampung wisata kreatif memiliki keunggulan dan keunikannya masing-masing. Setiap daerah terus mengembangkan wisatanya dengan mencari kekhasan daerahnya. Ciri khas dan keunikan tersebut diharapkan menjadi faktor pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung.
2. Tujuan kunjungan wisatawan: wisatawan menjadi faktor penting bagi sektor pariwisata termasuk pada kampung wisata kreatif. Adanya kunjungan wisatawan akan membuat perkembangan pariwisata semakin meningkat. Setiap wisatawan memiliki tujuan kunjungan yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik setiap wisatawannya.
3. Kondisi potensi objek wisata: Potensi objek wisata yang berbeda-beda akan menjadi suatu keunikan tersendiri bagi daerah tersebut. Pengelola khususnya harus mampu melihat lebih detail mengenai kondisi daerah Cigadung sehingga dapat menemukan potensi untuk dijadikan sebuah objek wisata.
4. Pengembangan wisata : Dalam pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan strategi untuk meningkatkan kualitas wisata. Menentukan strategi pengembangan harus terdiri dari faktor internal dan eksternal.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan latar belakang sebelumnya terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan, maka hal yang paling mendasar dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Objek wisata apa saja yang menjadi daya tarik wisata di kampung wisata kreatif Cigadung?
2. Bagaimana karakteristik wisatawan di kampung wisata kreatif Cigadung?
3. Apa saja potensi yang dapat dikembangkan di kampung wisata kreatif Cigadung?
4. Bagaimana strategi yang dapat dikembangkan untuk mengoptimalkan potensi tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan diantaranya yaitu:

1. Mengetahui apa saja yang menjadi daya tarik wisata di kampung wisata kreatif Cigadung.
2. Mendeskripsikan karakteristik wisatawan yang ada di kampung wisata kreatif cigadung.
3. Menganalisis potensi objek wisata yang dapat dikembangkan di kampung wisata kreatif Cigadung.
4. Merumuskan Strategi pengembangan untuk mengoptimalkan setiap potensi yang ada di kampung wisata kreatif Cigadung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti maupun pembaca untuk jangka waktu yang panjang. Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari hasil penelitian ini sebagai ilmu pengetahuan baru. Kemudian penelitian ini juga dapat menjadi manfaat sebagai referensi dan sumber informasi bagi para pembaca khususnya yang memiliki minat terhadap sektor pariwisata.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini dapat menjadi pengalaman baru dan tantangan baru yang harus diselesaikan sehingga dapat menjadi sumber pengetahuan mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata.

2. Bagi Mahasiswa

Dapat berguna sebagai bahan bacaan dan juga sebagai referensi atau sumber informasi untuk peneliti berikutnya yang membahas mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata dan penelitian lain yang berhubungan dengan pariwisata.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Memberikan manfaat bagi perkembangan lembaga pendidikan sebagai acuan dalam proses pembelajaran serta menambah informasi mengenai strategi pengembangan pariwisata.

1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Penelitian ini didasari oleh perkembangan pariwisata di Kota Bandung dan adanya program pemerintah mengenai pembentukan kampung wisata kreatif yang ada di Kota Bandung terkhusus di kampung wisata kreatif Cigadung. Maka dari itu perlu adanya beberapa informasi mengenai sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata yang ada di kampung wisata kreatif yang dapat dikunjungi oleh wisatawan,
2. Karakteristik wisatawan dengan berdasarkan aspek demografi, geografis dan psikografis,
3. Potensi yang dapat dikembangkan menjadi objek wisata dengan berdasarkan faktor internal dan eksternal, dan
4. Strategi pengembangan yang ditentukan melalui lingkungan internal (kekuatan dan kekurangan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman).