

# **Bab I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor Pariwisata merupakan sektor penting dalam upaya penerimaan Pendapatan Asli Daerah yang cukup potensial. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Berbicara tentang pariwisata di dalamnya tercakup berbagai upaya pemberdayaan, usaha pariwisata, objek dan daya tarik wisata serta berbagai kegiatan dan jenis usaha pariwisata. Smith (1989, dalam Wardiyanta, 2006) menyatakan bahwa secara substansi pariwisata merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat, yaitu berkaitan dengan cara penggunaan waktu senggang yang dimiliki seseorang. Pariwisata dapat disoroti dari berbagai sudut pandang karena kekompleksitasannya. Kompleksitas yang terkandung dalam pariwisata misalnya pariwisata sebagai pengalaman manusia, pariwisata sebagai perilaku sosial, pariwisata sebagai fenomena geografik, pariwisata sebagai sumber daya, pariwisata sebagai bisnis, dan pariwisata sebagai industri.

Pariwisata merupakan lahan dan sumber pendapatan yang potensial. Pengelolaan pariwisata harus tepat dan profesional karena rentan terhadap segala perubahan sosial politik yang terjadi di masyarakat baik regional, nasional maupun global. Penelitian pariwisata mempunyai peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dan program pembangunan pemerintah.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut dari jumlah penduduk. Sedangkan wilayah Bandung Raya (Wilayah Metropolitan Bandung) merupakan metropolitan terbesar ketiga di Indonesia. Kota kembang merupakan sebutan lain untuk kota ini, karena pada jaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana. Selain itu Bandung dahulunya disebut juga dengan *Parijs van Java* karena keindahannya. Selain itu kota Bandung juga dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang banyak tersebar di kota ini, dan saat ini berangsur-angsur kota Bandung juga menjadi kota wisata kuliner. Dan pada tahun 2007, British Council menjadikan kota Bandung sebagai *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur. Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata dan pendidikan

Banyak wisatawan yang datang baik dari dalam maupun luar negeri yang datang ke Kota Bandung sebagai tempat untuk berlibur. Tidak salah jika banyak wisatawan yang memilih kota Bandung sebagai tempat tujuan berlibur mereka, Bandung tidak bisa diremehkan sebagai sebuah kota Wisata karena kota Bandung memiliki tempat-tempat wisata yang sangat lengkap. Tempat wisata yang ditawarkan untuk para pelancong sangat beragam, mulai dari wisata alam sampai wisata sejarah. Kota Bandung memang sarat dengan bangunan atau tempat-tempat bersejarah, dengan latar belakang kota Bandung sebagai kota yang memiliki banyak peristiwa sejarah penting yang terjadi disini. Bangunan atau tempat bersejarah ini menjadi objek wisata yang populer dan digemari oleh para wisatawan yang datang. Tidak sedikit dari situs bersejarah yang ada di kota Bandung ditetapkan menjadi salah satu warisan bersejarah dunia dan keberadaannya selalu dilestarikan. sayangnya masalah ini belum digarap secara serius dan optimal.

Seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya kota Bandung secara perlahan tempat-tempat wisata situs bersejarah ini mulai menurun pamornya dan mulai ditinggalkan karena banyaknya objek wisata modern yang terus bermunculan dan lebih menarik dimata para wisatawan khususnya dimata wisatawan generasi muda. Para wisatawan dari generasi muda ini lebih tertarik untuk berwisata belanja atau berwisata kuliner daripada mengunjungi tempat-tempat bersejarah ini.

Kota Bandung menjadi salah satu kota yang paling populer di Indonesia untuk dikunjungi para wisatawan yang berasal dari Malaysia. Demikian dikemukakan Presiden *Malaysia Association of Tour and Travel Agency (MATTA)*, Dato Mohd Khalid Harun. Menurut Dato Mohd, banyak warga Malaysia yang datang ke Bandung karena berbagai kelebihan yang dimiliki kota dengan juluki Paris van Java ini, diantaranya dengan wisata belanja, kulinernya serta udaranya yang masih sejuk dibanding Malaysia. Hal ini didukung juga oleh perusahaan penerbangan *Air Asia* yang mengoperasikan pesawat berbadan besar *Airbus A320* dalam rute penerbangan Malaysia-Bandung yang mendukung pertumbuhan turis Malaysia yang menuju Bandung.

Tetapi sayangnya dengan pertumbuhan turis asal Malaysia yang signifikan para turis asal Malaysia ini sebagian besar datang untuk wisata belanja atau fashion. Padahal Kota Bandung memiliki banyak tempat-tempat wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, seperti wisata ke bangunan cagar budaya atau wisata sejarah. Padahal wisata sejarah ini memiliki banyak nilai positif.

Topik ini dipilih karena masih kurangnya informasi dan pengetahuan dari para wisatawan asal Malaysia, khususnya para generasi muda tentang tempat wisata sejarah yang ada di Kota Bandung. Salah satu cara agar dapat menaikkan pamor dari tempat wisata sejarah ini adalah dengan mengangkat topik ini disertai dengan strategi promosi yang tepat.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

- Bagaimana membuat promosi yang menarik wisatawan Malaysia?
- Bagaimana agar strategi promosi dapat diterima dengan baik oleh wisatawan Malaysia?

## **1.3 Tujuan Penelitian/Perancangan**

- Menarik minat para wisatawan Malaysia
- Membuat promosi yang sesuai dengan target pasar yang dituju

## **1.4 Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data**

- **Observasi**  
Melakukan studi lapangan dan studi kepustakaan melalui media cetak maupun media elektronik.
- **Wawancara**  
Melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait.

## 1.5 Skema perancangan

