

**Wisata Budaya: Identifikasi Potensi Wisata Budaya Berbasis Masyarakat di Kota Bandung**Desmala Sari<sup>1</sup>, Evi Novianti<sup>2</sup>, Aulia Iskandarsyah<sup>3</sup> Rifqi Asyari<sup>4</sup><sup>1-4</sup>Sekolah Pascasarjana Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, Email: sdesmala@gmail.com**Informasi artikel****Sejarah artikel**

Diterima : 10 November 2021  
 Revisi : 14 November 2021  
 Dipublikasikan : 15 Januari 2022

**Kata kunci:**

Warisan Budaya  
 CBT  
 Pengembangan  
 Pariwisata  
 Bandung

**ABSTRAK**

Sebagai kota dengan banyak julukan sebagai Kota Warisan, Bandung memiliki aset wisata budaya seperti monumen atau bangunan bersejarah yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap orang yang berkunjung. Dibutuhkan tenaga ahli untuk mengelola aset pariwisata tersebut, salah satu konsep pengelolaan aset pariwisata dapat diterapkan bersama masyarakat sekitar yang dikenal dengan *Community Based Tourism* (CBT). Pembahasan ini mencoba mengidentifikasi potensi atraksi wisata heritage berbasis masyarakat yang ada untuk mendukung pengembangan Kota Bandung sebagai Kota Wisata Budaya. Metode yang digunakan dalam pembahasan ini adalah deskriptif kualitatif. Lokasi pembahasan berada di Kota Bandung yang merupakan salah satu kota yang memiliki beberapa situs peninggalan sejarah berupa bangunan dan monumen, serta berdasarkan RIPARDA 2012-2025 sebagai kawasan strategi pariwisata. Hasil dari pembahasan ini banyak tempat wisata yang dapat dikembangkan menjadi wisata budaya berbasis masyarakat salah satunya kawasan Braga Square, namun masih perlu adanya pengelolaan yang lebih baik seperti pengemasan atau paket wisata dan pasar untuk mengunjungi wisata yang ada. .

**Keywords:**

Heritage  
 CBT  
 Tourism Development  
 Bandung

**ABSTRACT*****Cultural Tourism: Identification of Community-Based Cultural Tourism Potential In Bandung***

*As a city with many nicknames as City of Heritage, Bandung has cultural tourism assets such as monuments or historical buildings that can be a special attraction for everyone who visits. Experts needed to manage these tourism assets, one of the concepts of tourism asset management can be applied with the local community who are known as Community Based Tourism (CBT). This study tries to identify the potential of existing community-based heritage tourism attractions to support the development of Bandung City as a City of Cultural Tourism. The method used in this research is descriptive qualitative. The research location is in the city of Bandung which is one of the cities that has several historical heritage sites in the form of buildings and monuments, and based on RIPARDA 2012-2025 as a tourism strategy area. The results of this study are many tourist attractions that can be developed into community-based cultural tourism, one of which is the Braga Square area, but there is still a need for better management such as packaging or tour packages and markets to visit existing tours.*



**Pendahuluan**

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Bandung merupakan daerah yang kaya akan budaya. Keragaman budaya yang dimiliki melalui peristiwa sejarah yang cukup Panjang sudah seharusnya di apresiasi masyarakat sebagai suatu peluang dalam meningkatkan taraf hidup melalui sektor pariwisata. Kota Bandung terletak di provinsi Jawa Barat, 107° BT dan 6° 55' LS, yang memiliki Luas: 171 km<sup>2</sup>, dan Populasinya yang mencapai 2.440.717 jiwa (Kementerian Parwisata Republik Indonesia, 2018).

Bandung adalah kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Kini Bandung menduduki urutan ke-4 sebagai kota terbesar di Indonesia. Sejumlah prestasi diraih, diantaranya pada tahun 2017 mendapat Asean Environment Award kategori kota metropolitan dengan kualitas udara terbersih dan terjaga. Pada 2016 UNESCO juga menobatkan sebagai kota percontohan dunia, yang bisa menyeimbangkan pembangunan di tiga sisi, yakni infrastruktur, budaya, dan kemanusiaan. Selain itu, Bandung juga memiliki beberapa julukan diantaranya Parijs van Java, City of Heritage, Kota Kembang.

Bandung adalah Parijs van Java atau Parisnya Pulau Jawa. Dulu Parijs van Java menjadi label pemasaran yang terinspirasi dari koleksi bangunan art deco dan butik busana trendi di kota ini. Parijs van Java tidak terlepas dari sejarah masa lalunya. Sejak jaman kekuasaan Kolonial Belanda yaitu ketika MHW Daendels mempertautkan Jalan Raya Pos (Grite Postweg, sekarang Jalan Asia Afrika) dengan Jalan Raya Anyer-Panarukan pada Tahun 1811, Bandung sudah mulai dikenal. Apalagi setelah pembangunan Jalan Kereta Api Jakarta-Bandung tahun 1884, perkembangan Kota Bandung semakin pesat.

Adapun bangunan lain yang cukup dikenal sebagai warisan budaya dan menjadi ciri Kota Bandung antara lain Gedung Sate, aula-aula Institut Teknologi Bandung (ITB). Pasteur Institut, dan lain-lain. Berdasarkan data jumlahnya tidak kurang dari 40 bangunan yang dilindungi sebagai bangunan warisan budaya (Kementerian Parwisata Republik Indonesia, 2018).

Banyaknya monumen atau bangunan bersejarah di Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap orang yang berkunjung. Penyelenggaraan Konferensi Asia Afrika (KAA) di Kota Bandung diperkirakan tidak terlepas dari alasan warisan Bandung yang bersejarah di kota ini. Sampai sekarang, warisan budaya tersebut masih terpelihara dengan baik, bangunan bersejarah telah dilindungi dengan peraturan daerah, bahkan telah dicanangkan sebagai salah satu tujuan wisata (destinasi) warisan budaya (culture heritage) secara nasional.

Secara bertahap, pencaangan itu telah menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Angka kunjungan ke Kota Bandung setiap tahun terus meningkat. Walaupun tidak sepenuhnya bermaksud untuk menikmati wisata heritage, tetapi para pengunjung ketika menelusuri jalan-jalan di Kota Bandung mereka akan menikmati keindahan bangunan bersejarahnya dan akan mengengangnya ketika mereka kembali ke daerahnya masing-masing.

Besarnya potensi wisata budaya di Kota Bandung tidak serta merta menjadi komoditas yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Permasalahan yang kini dihadapi oleh Pemerintah Kota Bandung dalam mengembangkan Potensi Wisata Heritage adalah belum adanya sistem pengelolaan yang baik. Padahal tren pasar pariwisata untuk mengunjungi daya tarik wisata heritage setiap tahun terus meningkat. Artinya Kota Bandung yang memiliki predikat World's Great Cities of Art Deco yang menduduki peringkat 9 dari 10 di negara-negara Eropa pada tahun 2001 belum dimanfaatkan secara optimal. Daya Tarik wisata alam di sekitar Kota Bandung menjadi pemikat dan pelengkap wisata budaya Bandung. Artinya antara daya tarik wisata alam dengan daya tarik budaya dapat dipadukan menjadi satu pola perjalanan wisata ke kawasan Kota Bandung. Kota Bandung pun mempunyai daya tarik lainnya seperti wisata pendidikan, wisata konvensi, wisata olahraga, dan wisata kuliner.

Berdasarkan Kawasan strategis pariwisata RIPARDA tahun 2012-2025. Jalur wisata yang dibentuk dengan mengintegrasikan kawasan strategis pariwisata daerah yang sudah ada, Kawasan Pariwisata Warisan Budaya Alun-alun–Braga yang bisa menjadi pola wisata di Kota Bandung yang

menjadi fokus pembahasan meliputi : (a) Daya tarik wisata primer adalah bangunan cagar budaya di sepanjang Jalan Braga, Gedung Merdeka, Situs Sumur Bandung di kantor Perseroan Terbatas Perusahaan Listrik Negara Jalan Asia Afrika, Kantor Pos Besar Bandung, Mesjid Raya, Alun-alun Bandung, Kompleks Pertokoan Palaguna, Gedung Indonesia Menggugat, Gedung Bank Indonesia, Penjara Banceuy, Hotel Savoy Homan, dan Hotel Grand Preanger, (b) Daya tarik wisata pendukung/sekunder adalah Museum Kota Bandung, Titik 0 Kota Bandung, Gedung Pikiran Rakyat, NV. Chemicalienhandel Rathkamp & Co, Bandung Planning Gallery, Gedung De Majestic, Gedung Warenhuis De Vries, Gedung Nedhandel NV, Gedung N.I Escompto M.I.J, Gedung Swara, Kantor Pos Besar Bandung, Menara Penjara Banceuy, Mesjid Vihara, NV. De Eerste Nederlandsch-Indische, Jembatan Viaduct Bandung, Gedung Landmark, Gardu PJJ Kereta Api, Gereja Katedral St. Petrus, dan Gereja (GPIP) Bethel.

Untuk menjadikan sektor ini berhasil, maka diperlukan kepandaian dalam mengelola aset pariwisata yang ada, baik aset berbentuk kekayaan alam maupun budaya. Keberhasilan kepariwisataan tidak hanya menjadikan target utama menarik wisatawan asing untuk datang, tetapi lebih untuk mengembangkan peluang usaha-usaha masyarakat didalamnya agar berkembang dan maju. Sementara, usaha-usaha pengembangan pariwisata yang berorientasikan pada masyarakat lokal dinilai masih kurang. Secara sederhana, partisipasi merupakan sebuah proses dimana masyarakat sebagai stakeholders terlibat mempengaruhi dan mengendalikan pembangunan di tempat mereka masing-masing. Masyarakat ikut serta secara aktif dalam memprakarsai kehidupan mereka, melalui proses pembuatan keputusan dan perolehan sumberdaya dan penggunaannya. Selama ini pengembangan pariwisata berbasis masyarakat belum begitu dipandang dapat mendatangkan berbagai manfaat, dimana masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang pembangunan pariwisata.

Dengan demikian keterlibatan pemerintah dan swasta hanya sebatas memfasilitasi dan memotivasi masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan pariwisata untuk dapat lebih memahami tentang fenomena alam dan budayanya, sekaligus menentukan kualitas produk wisata yang ada di daerahnya. Salah satu konsep wisata yang dapat diterapkan untuk memanfaatkan masyarakat lokal yang berada didaerah adalah dengan mengenalkan konsep wisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism). Dengan menggunakan konsep wisata berbasis masyarakat (CBT) tersebut, diharapkan masyarakat mampu untuk mewujudkan komunitas lokal yang terorganisasi dengan baik serta kohesif dengan segala mekanisme dan sistem pengelolaan ketika wisata tersebut berjalan. Pada pelaksanaannya, pengembangan konsep tersebut haruslah dapat difasilitasi dengan baik oleh pemerintah setempat (daerah) serta stakeholder terkait lainnya yang sekiranya memiliki kompetensi terhadap bidang tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, pembahasan ini secara khusus mencoba mengidentifikasi potensi daya tarik wisata heritage yang ada untuk menunjang pengembangan Kota Bandung sebagai Kota Wisata Warisan Budaya (culture heritage) berbasis masyarakat (CBT).

## **Metode**

Artikel ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk kontribusi pemikiran berdasarkan hasil penelitian yang telah diselesaikan sebelumnya. Ruang lingkup materi yang akan dibahas dalam pembahasan ini mencakup beberapa hal, meliputi kondisi eksisting dan potensi pariwisata. Potensi daya tarik perkotaan secara fisik (bangunan, landmark serta kawasan sejarah) maupun non-fisik yang berupa narasi dan fakta-fakta sejarah yang dapat dikembangkan sebagai bagian interpretasi pariwisata perkotaan.

Metode dan teknik pengumpulan data hanya melalui pengumpulan data-data sekunder untuk menunjang pembahasan. Hal ini dikarenakan saat pengerjaan proses penelitian sedang terjadi pandemi COVID-19 yang menyebabkan terbatasnya daya gerak dan eksplorasi untuk pengambilan data seperti biasanya. Analisis data disesuaikan dengan jenis data yaitu data sekunder yang berupa perangkat peraturan, kebijakan pengembangan dan pengolahan diolah berdasarkan metode deskriptif analitis dan

data primer yang berupa analisis sebaran dan kemenarikan daya tarik wisata warisan budaya (culture heritage) berdasarkan RIPARDA dan kajian literatur terkait heritage tourism.

Sedangkan untuk proses analisis atraksi wisata heritage di Kota Bandung, pembahasan ini menggunakan metode skoring yang diadopsi dari teori Avenzora (2008). Dalam metode ini terdapat 6 faktor yang dijadikan fokus penilaian untuk analisis yaitu keunikan, kelangkaan, faktor musim yang terbagi dalam waktu dan kelas, faktor kepekaan dan fasilitas. Faktor keunikan dinilai dari kondisi fisik objek wisata, sedangkan faktor kelangkaan dilihat dari ketersediaan objek wisata yang serupa atau tidak. Faktor kemusiman dibagi menjadi dua faktor yaitu waktu dan kelas. Faktor kelompok dinilai berdasarkan waktu yang dibutuhkan oleh pengunjung atraksi untuk mengamati atau menghabiskan waktu di sana. Sedangkan faktor kelompok merupakan penilaian berdasarkan setiap generasi yang dapat masuk atau menikmati objek wisata yang dimaksud. Selain itu, faktor kepekaan yang menilai objek wisata ditinjau dari fungsi dan nilai budaya yang tidak dipengaruhi oleh jumlah atau jumlah pengunjung. Kemudian faktor terakhir adalah fasilitas, daya tarik dinilai berdasarkan ketersediaan fasilitas umum bagi pengunjung.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Potensi Wisata Budaya di Kota Bandung**

Setelah melalui hasil analisa, Kota Bandung merupakan kota yang diberikan anugerah berupa segudang bangunan peninggalan peninggalan peninggalan penjajahan Belanda sebagai bukti perkembangan Kota Bandung hingga saat ini. Meski sebagian besar kawasan cagar budaya merupakan objek kenangan yang menunjukkan sisi gelap perjuangan masyarakat asli Bandung yang terjajah dan menderita, namun pada akhirnya berpotensi menjadi objek wisata untuk dikunjungi. Potensi kawasan cagar budaya Kota Bandung sangat besar untuk dikembangkan, oleh karena itu pengembangan dan pengawasan kawasan cagar budaya Kota Bandung diatur dalam Peraturan Pemerintah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pariwisata Daerah ( RIPPARDA) tahun 2012 - 2025. Menurut RIPPARDA Kota Bandung pasal 14 butir C kawasan cagar budaya Kota Bandung dikembangkan menjadi jalur wisata tematik yang menghubungkan kawasan wisata daerah dengan kawasan wisata diantaranya cagar budaya, kuliner, belanja, spiritual, kesehatan, industri, seni budaya dan geowisata di cekungan Bandung.

Dari 8 kawasan pariwisata tersebut, suasana cagar budaya cukup kental terlihat di Kota Bandung. Kawasan cagar budaya Bandung terbagi menjadi dua, yaitu objek wisata primer dan objek wisata sekunder yang diatur dalam RIPARDA Kota Bandung Pasal 24 ayat 1. Objek wisata utama cagar budaya kota Bandung pada umumnya berupa bangunan cagar budaya. yang memiliki daya tarik dapat berupa arsitektur yang khas serta bangunan ikonik yang menjadi ciri khas dari identitas Kota Bandung (Landmark).

Proses analisis daya tarik wisata cagar budaya di Bandung yaitu dengan menganalisis 28 kawasan dengan menggunakan teori Avenzora (2008), terdapat banyak daya tarik wisata yang memiliki skor tinggi diatas 25 poin. Namun selain itu, tidak semua atraksi yang memiliki skor tinggi bisa dinikmati dengan leluasa. Oleh karena itu, dalam Pengembangan Kota Wisata Warisan Budaya (culture heritage) ini perlu dibuatkan 5 titik pemberhentian dimana pengunjung atau wisatawan dapat menikmati peninggalan sejarah tersebut dengan leluasa. Tempat wisata yang dijadikan sebagai tempat pemberhentian antara lain (1) Museum Sejarah Kota Bandung (titik awal), (2) Museum Konferensi Asia Afrika / Gedung Merdeka, (3) Museum Penjara Banceuy, (4) Museum Indonesia Menggugat, (5) Galeri Perencanaan Bandung (titik akhir). Ciri sejarah lainnya masih bisa dilihat selama perjalanan. Karena hampir semua atraksi lain hanya bisa dilihat dari luar gedung.

Fasilitas wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan penting untuk pengembangan kawasan wisata karena dapat menjadi salah satu alasan dan motivasi pengunjung datang ke destinasi tersebut (Sharfina, 2019). Komponen sarana pariwisata yang termasuk untuk memenuhi kebutuhan wisatawan adalah akomodasi, restoran, kafe, gerai ritel (toko souvenir, agen perjalanan, pertokoan), transportasi di tempat wisata, pusat informasi dan fasilitas umum (toilet dan tempat ibadah). (Yoeti, 2003). Pada pola jalur, fasilitas yang ada pada pola tersebut cukup

memadai seperti tempat ibadah, ATM dan rumah sakit, karena jalur pembangunan berada di pusat kota.

Aksesibilitas menjadi komponen yang cukup penting dalam pola pariwisata, karena merupakan keunggulan tersendiri bagi pengembangan Kota Bandung sebagai Kota Wisata Warisan Budaya yang diperoleh dalam kondisi nyata dalam pola spasial, yaitu 15 obyek wisata diantaranya 8 daya tarik wisata yang berstatus jalan nasional dan 7 daya tarik wisata berstatus jalan nasional dan 7 daya tarik wisata berstatus jalan nasional. Status jalan kota dengan tipe jalan kolektor sekunder, dimana lebar jalan  $\pm 7$  meter dan kendaraan pengangkut barang berat tidak diperkenankan melalui fungsi jalan ini pada kawasan pemukiman. Status jalan nasional dengan jenis jalan arteri sekunder sendiri merupakan jalan yang melayani angkutan utama dengan karakteristik perjalanan jarak jauh dengan kecepatan rata-rata yang tinggi, dan jumlah jalan akses yang dibatasi secara efisien, dengan peranan pelayanan distribusi. bagi masyarakat di kota, di perkotaan disebut juga sebagai jalur protokol. Dilihat dari status dan jenis jalan berdasarkan analisis aksesibilitas jalur yang dilalui sangat potensial dalam pembangunan, Kota Bandung sebagai Kota Wisata Warisan Budaya yang dapat di kunjungi oleh wisatawan.

### **Community Based Tourism (CBT)**

Anstrand dalam Janianton Damanik (2006:84) mendefinisikan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya, diatur dan dimiliki oleh komunitas, untuk komunitas. Anstrand mencoba melihat *Community Based Tourism* (CBT) bukan dari aspek ekonomi terlebih dahulu melainkan aspek pengembangan kapasitas komunitas dan lingkungan, sementara aspek ekonomi menjadi „induced impact“ dari aspek sosial, budaya dan lingkungan. Suansri (2003:14) menguatkan definisi *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya dalam komunitas.

*Community Based Tourism* (CBT) merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Pantin dan Francis (2005:2) menyusun definisi *Community Based Tourism* (CBT) sebagai integrasi dan kolaborasi antara pendekatan dan alat (tool) untuk pemberdayaan ekonomi komunitas melalui *assessment*, pengembangan dan pemasaran sumber daya alam dan sumber daya budaya komunitas. Demartoto dan Sugiarti (2009:19) mendefinisikan CBT sebagai pembangunan pariwisata “dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat”. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep pengembangan CBT adalah pengembangan pariwisata yang mensyaratkan adanya akses, partisipasi, control dan manfaat bagi komunitas dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, politik dan lingkungan.

Menurut Garrod (2001:4), terdapat dua pendekatan berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks pariwisata. Pendekatan pertama yang cenderung dikaitkan dengan sistem perencanaan formal sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata. Pendekatan ke dua, cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan yang partisipatif yang lebih concern dengan ketentuan dan pengaturan yang lebih seimbang antara pembangunan dan perencanaan terkendali.

Pendekatan ini lebih menekankan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dalam dampak pembangunan ekowisata. Salah satu bentuk perencanaan yang partisipatif dalam pembangunan pariwisata adalah dengan menerapkan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendekatan pembangunan. Oleh karena itu, CBT dapat didefinisikan kepada beberapa pengertian, yaitu: 1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata, 2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, 3. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada community yang kurang beruntung di pedesaan.

Dengan demikian dalam pandangan Hausler, CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan akses dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. Hauler pun menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan

pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan.

Dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam definisi yang disampaikan Suansri, gagasan untuk memunculkan tools berpadigma baru dalam pembangunan pariwisata adalah semata-mata untuk menjaga keberlangsungan pariwisata itu sendiri.

### **Prinsip Dasar Community Based Tourism(CBT)**

Terdapat beberapa prinsip dasar CBT yang disampaikan WTO (2005) dan Suansri (2003:12) dalam gagasannya yaitu: (1) Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata; (2) Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek; (3) Mengembangkan kebanggaan komunitas; (4) Mengembangkan kualitas hidup komunitas; (5) Menjamin keberlanjutan lingkungan; (6) Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area local; (6) Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas; (7) Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia; (8) Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas; (9) Berperan dalam menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan ) dalam proyek yang ada di komunitas.

Prinsip-prinsip CBT dari UNEP dan WTO dapat dikategorikan dalam prinsip sosial (poin 2, 3, dan 4) yang berkaitan dengan kualitas internal komunitas. Prinsip ekonomi (pada poin 1 dan 9) yang berkaitan dengan kepemilikan usaha pariwisata dan pendistribusian keuntungan/ pendapatan kepada anggota komunitas. Sedangkan prinsip budaya (terdapat pada poin 6, 7, dan 8) yang berkaitan dengan upaya mempertahankan dan toleransi budaya melalui kegiatan pariwisata. Prinsip lingkungan (pada poin 5) berkaitan dengan terjaganya kualitas lingkungan dan kegiatan pariwisata. Sementara untuk prinsip politik (pada poin 10) yang berkaitan dengan kekuasaan untuk ikut menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan).

Menurut Hatton (1999: 2) prinsip CBT dapat dikategorikan menjadi empat yaitu; sosial, ekonomi, budaya dan politik. Prinsip sosial menurut Hatton berkaitan otorisasi kepada komunitas untuk memberi ijin, mendukung, membangun dan mengoperasikan kegiatan wisata yang ada di wilayahnya. Prinsip ekonomi berkaitan dengan sistem pembagian keuntungan yang timbul dari pengembangan industry pariwisata. Berkaitan dengan prinsip ekonomi Hatton menterjemahkan dalam 3 bentuk yaitu: (1) joint venture dalam usaha pariwisata dimana dari keuntungan yang diperoleh wajib menyisihkan keuntungan bagi komunitas (berupa CSR atau dana bagi hasil); (2) asosiasi yang dibentuk komunitas untuk mengelola kegiatan wisata dimana keuntungannya juga dibagikan kepada komunitas; (3) usaha kecil/ menengah yang merekrut tenaga kerja dari komunitas. Hatton tidak merekomendasikan usaha individu dalam *Community Based Tourism* (CBT) karena dikhawatirkan keuntungan kegiatan pariwisata hanya dirasakan oleh anggota komunitas yang terlibat sedangkan yang tidak terlibat dalam usaha/ kegiatan pariwisata tidak mendapat keuntungan.

Prinsip budaya mensyaratkan adanya upaya menghargai budaya lokal, heritage dan tradisi dalam kegiatan pariwisata. *Community Based Tourism* (CBT) harus dapat memperkuat dan melestarikan budaya lokal, heritage dan tradisi komunitas. Sedangkan prinsip politik berkaitan dengan peran pemerintah lokal dan regional diantaranya dalam membuat kebijakan sehingga prinsip sosial ekonomi, budaya dan dapat terlaksana. Nederland Development Organisation (SNV) mengemukakan empat prinsip *Community Based Tourism* (CBT) yaitu; 1. Ekonomi yang berkelanjutan, 2. Keberlanjutan ekologi, 3. Kelembagaan yang bersatu, 4. Keadilan pada distribusi biaya dan keuntungan pada seluruh komunitas.

Dengan mengadopsi definisi tersebut SNV menetapkan empat prinsip dasar *Community Based Tourism* (CBT) yaitu berkaitan dengan keberlanjutan ekonomi, ekologi, penguatan kelembagaan dan pembagian keuntungan yang adil bagi semua anggota komunitas. Prinsip keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan adanya jaminan bahwa *Community Based Tourism* (CBT) mampu menciptakan mekanisme yang dapat menjaga perekonomian tetap sehat dan berkesinambungan sehingga pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan/kesejahteraan komunitas. Prinsip keberlanjutan

ekologi berkaitan dengan upaya untuk menjaga agar kualitas lingkungan dapat dipertahankan. Penguatan kelembagaan salah satu prinsip penting karena kelembagaan adalah tool bagi seluruh anggota komunitas untuk mendapatkan akses untuk menjadi pemegang keputusan.

### **Model Pengembangan *Community Based Tourism* (CBT)**

Pertama kali yang mempopulerkan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah Murphy (1985:16). Dia berpendapat, bahwa produk pariwisata secara lokal diartikulasikan dan dikonsumsi, produk wisata dan konsumennya harus visible bagi penduduk lokal yang seringkali sangat sadar terhadap dampak turisme. Untuk itu, pariwisata harus melibatkan masyarakat lokal, sebagai bagian dari produk turisme, lalu kalangan industri juga harus melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan. Karena, masyarakat lokal juga nantinya yang harus menanggung dampak kumulatif dari perkembangan wisata dan mereka butuh untuk memiliki input yang lebih besar, bagaimana masyarakat dikemas dan dijual sebagai produk pariwisata.

Getz dan Jamal (1994) mengkritik model Murphy, sebab tidak menawarkan blueprint untuk mengimplementasikannya dalam bentuk konkrit. Konsep Murphy dalam implementasinya masih terdapat berbagai masalah. Partisipasi publik dilihat sebagai alat untuk memelihara integritas dan otentisitas dan juga kemampuan kompetitif produk pariwisata (Gunn, 1994). Tetapi, ketika partisipasi publik muncul, perencanaan tujuan pariwisata tetap terpusat pada inters-inters komersial dan pelibatan masyarakat sangat kecil. Dan tujuan dari perencanaan pariwisata model ini lebih terfokus pada upaya melestarikan keunikan dan daya tarik wisata, dan pada faktanya lebih top-down, bersifat bisnis, dan dengan pendekatan yang berorientasi ekonomi (bahaire and Elliott-White, 1999: 248).

Model pendekatan masyarakat (community approach) menjadi standar baku bagi proses pengembangan pariwisata di daerah pinggiran, dimana melibatkan masyarakat didalamnya adalah faktor yang sangat penting bagi kesuksesan produk wisata. D'amore memberikan guidelines model bagi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, yakni; 1. Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk lokal (resident) 2. Mempromosikan dan mendorong penduduk lokal 3. Pelibatan penduduk lokal dalam industry 4. Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan 5. Partisipasi penduduk dalam event-event dan kegiatan yang luas 6. Produk wisata untuk menggambarkan identitas lokal 7. Mengatasi problem-problem yang muncul sebelum pengembangan yang lebih jauh

Poin-poin diatas merupakan ringkasan dari community approach. Masyarakat lokal harus "dilibatkan", sehingga mereka tidak hanya dapat menikmati keuntungan pariwisata dan selanjutnya mendukung pengembangan pariwisata yang mana masyarakat dapat memberikan pelajaran dan menjelaskan secara lebih rinci mengenai sejarah dan keunikan yang dimiliki. Kemudian pada 1990-an, seiring dengan pengembangan interest dalam mengembangkan produk pariwisata yang berkesinambungan, kebutuhan untuk menggunakan bentuk partisipasi masyarakat menjadi sesuatu yang sangat urgen.

Bentuk partisipasi masyarakat menjadi esensial bagi pencapaian pariwisata yang berkelanjutan dan bagi realisasi pariwisata yang berkualitas. Getz dan Jamal (1994) mengembangkan pondasi teoritis pelibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata dan menganalisis watak dan tujuan dari model kolaborasi (collaboration) yang berbeda dari model kerjasama (cooperation). Mereka berdua mendefinisikan kolaborasi sebagai "sebuah proses pembuatan keputusan bersama diantara stakeholders otonom dari domain interorganisasi untuk memecahkan problem-problem atau me-manage isu yang berkaitan dengan pariwisata (Getz dan Jamal, 1994: 155).

Proses kolaborasi meliputi; Problem Setting dengan mengidentifikasi stakeholders kunci dan isu-isu; Direction Setting dengan berbagi interpretasi kolaboratif, mengapresiasi tujuan umum; Strukturisasi dan implementasi; Institusionalisasi.

Supaya pelaksanaan CBT dapat berhasil dengan baik, ada elemen-elemen CBT yang musti diperhatikan, yakni sumberdaya alam dan budaya, organisasi-organisasi masyarakat, manajemen, pembelajaran.

Pembelajaran disini bertujuan untuk membantu proses belajar antara tuan rumah (*host Community*) dan tamu (*Guest*), mendidik dan membangun pengertian antara cara hidup dan budaya yang beragam, meningkatkan kesadaran terhadap konservasi budaya dan sumberdaya diantara turis dan masyarakat luas (REST,1997)

Sementara itu Yaman & Mohd (2004) mengemukakan beberapa kunci pengaturan pembangunan pariwisata dengan pendekatan CBT yaitu: Pertama, adanya dukungan pemerintah. CBT membutuhkan dukungan struktur yang multi institusional agar sukses dan berkelanjutan. Pendekatan CBT berorientasi pada manusia yang mendukung pembagian keuntungan dan manfaat yang adil serta mendukung pengentasan kemiskinan dengan mendorong pemerintah dan masyarakat untuk tetap menjaga SDA dan budaya. Pemerintah akan berfungsi sebagai fasilitator, koordinator atau badan penasehat SDM dan penguatan kelembagaan.

Kedua, partisipasi dari stakeholder. CBT dideskripsikan sebagai variasi aktivitas yang meningkatkan dukungan yang lebih luas terhadap pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Konservasi sumber daya juga dimaksudkan sebagai upaya melindungi dalam hal memperbaiki mata pencaharian/ penghidupan masyarakat. CBT secara umum bertujuan untuk penganekaragaman industri, peningkatan scope partisipasi yang lebih luas termasuk partisipasi dalam sektor informal, hak dan hubungan langsung/ tidak langsung dari sektor lainnya. Pariwisata berperan dalam pembangunan internal dan mendorong pembangunan aktivitas ekonomi yang lain seperti industri, jasa dan sebagainya. Anggota masyarakat dengan kemampuan kewirausahaan dapat menentukan/ membuat kontak bisnis dengan tour operator, travel agent untuk memulai bisnis baru misalnya.

Ketiga, pembagian keuntungan yang adil. Tidak hanya berkaitan dengan keuntungan langsung yang diterima masyarakat yang memiliki usaha di sektor pariwisata tetapi juga keuntungan secara tidak langsung yang dapat dinikmati masyarakat yang tidak memiliki usaha. Keuntungan tidak langsung yang diterima masyarakat dari kegiatan pariwisata ini jauh lebih luas antara lain berupa proyek pembangunan yang bisa dibiayai dari hasil penerimaan pariwisata.

Keempat, penggunaan sumber daya lokal secara berkesinambungan. Salah satu kekuatan pariwisata ini adalah ketergantungan yang besar pada sumber daya alam dan budaya setempat. Di mana aset tersebut dimiliki dan dikelola oleh seluruh anggota masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, termasuk yang tidak memiliki sumber daya keuangan. Hal itu bisa menumbuhkan kepedulian, penghargaan diri sendiri dan kebanggaan pada seluruh anggota masyarakat. Dengan demikian sumber daya yang ada menjadi lebih meningkat nilai, harga dan menjadi alasan mengapa pengunjung ingin datang ke desa andalan CBT.

Kelima, penguatan institusi lokal. Pada awalnya peluang usaha pariwisata di daerah pedesaan sulit diatur oleh lembaga yang ada. Penting untuk melibatkan komite dengan anggota berasal dari masyarakat. Tujuan utamanya adalah mengatur hubungan antara penduduk, sumber daya dan pengunjung. Hal ini jelas membutuhkan perkembangan kelembagaan yang ada di sana. Akan lebih baik lagi jika terbentuk lembaga dengan pimpinan yang dapat diterima semua anggota masyarakat.

Penguatan kelembagaan bisa dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan individu dengan keterampilan kerja yang diperlukan (teknik, managerial, komunikasi, pengalaman kewirausahaan, dan pengalaman organisasi. Penguatan kelembagaan dapat berbentuk forum, perwakilan, dan manajemen komite. Keenam, keterkaitan antara level regional dan nasional. Komunitas lokal seringkali kurang mendapat link langsung dengan pasar nasional atau internasional, hal ini menjadi penyebab utama mengapa manfaat CBT tidak sampai dinikmati di level masyarakat. Hal ini sering terjadi manakala seorang perantara yaitu pihak yang menghubungkan antara aktifitas pariwisata dengan masyarakat dan turis justru memetik keuntungan lebih banyak dibandingkan masyarakat lokal.

Pengembangan kepariwisataan harus memperhatikan berbagai asas dan tujuan kepariwisataan. Menurut UU No. 10 Tahun 2009, kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas: manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Tujuan kepariwisataan adalah: meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa,



memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta mempererat persahabatan antar bangsa.

Dengan demikian pengembangan kepariwisataan mesti mengacu pada asas dan tujuan tersebut. Model pendekatan masyarakat (*community approach*) menjadi standar baku bagi proses pengembangan pariwisata di daerah pinggiran, dimana melibatkan masyarakat didalamnya adalah faktor yang sangat penting bagi kesuksesan produk wisata. D'amore memberikan guidelines model bagaimana cara pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, yakni; (1). Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk local; (2) Mempromosikan dan mendorong penduduk local; (3) Pelibatan penduduk lokal dalam industry; (4) Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan; (5) Partisipasi penduduk dalam event-event dan kegiatan yang luas; (6) Produk wisata untuk menggambarkan identitas local; (7) Mengatasi problem-problem yang muncul sebelum pengembangan yang lebih jauh.

Pada intinya, masyarakat lokal harus "dilibatkan", sehingga mereka tidak hanya dapat menikmati keuntungan pariwisata dan selanjutnya mendukung pengembangan pariwisata yang mana masyarakat dapat memberikan pelajaran dan menjelaskan secara lebih rinci mengenai sejarah dan keunikan yang dimiliki.

Suansri (2003:21-22) menyampaikan point-point yang merupakan aspek utama dalam pengembangan CBT melalui dimensi-dimensi. Dimensi ekonomi, dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata; Dimensi sosial dengan indikator meningkatnya kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki dan perempuan, generasi muda dan tua, membangun penguatan organisasi komunitas; Dimensi budaya dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal; Dimensi lingkungan, dengan indikator mempelajari carrying capacity area, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi; Dimensi politik, dengan indikator: meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan sumber daya alam.

## Simpulan

Secara konseptual prinsip dasar *Community Based Tourism* adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga manfaat kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Sasaran utama pengembangan kepariwisataan haruslah meningkatkan kesejahteraan masyarakat (setempat).

Konsep ini lazimnya digunakan oleh para perancang pembangunan pariwisata strategi untuk memobilisasi komunitas untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan sebagai partner industri pariwisata. Tujuan yang ingin diraih adalah pemberdayaan sosial ekonomi komunitas itu sendiri dan meletakkan nilai lebih dalam pariwisata, khususnya kepada para wisatawan.

Selain itu, *community based tourism* akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Sehingga dengan demikian *Community Based Tourism* akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata.

Jadi sesungguhnya, *Community Based Tourism* adalah konsep ekonomi kerakyatan yang riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan hasilnya pun langsung dinikmati oleh masyarakat. Pengembangan Kota Bandung sebagai Kota Wisata Warisan Budaya (*culture heritage*) berbasis masyarakat sangat cocok di terapkan berdasarkan kawasan strategis pariwisata RIPARDA tahun 2012-2025. Jalur wisata yang dibentuk dengan mengintegrasikan kawasan strategis pariwisata daerah yang sudah ada, Kawasan Pariwisata Warisan Budaya Alun-alun–Braga yang bisa menjadi satu pola wisata

di Kota Bandung. Dari hasil yang ada terdapat banyak daya tarik wisata yang memiliki skor tinggi diatas 25 poin. Namun selain itu, tidak semua atraksi yang memiliki skor tinggi bisa dinikmati dengan leluasa. perlu dibuatkan 5 titik pemberhentian dimana pengunjung atau wisatawan dapat menikmati peninggalan sejarah tersebut dengan leluasa. Aksesibilitas dan fasilitas yang ada sudah sangat mendukung dalam pengembangan kawasan tersebut karena terletak di tengah kota. Pengembangan Kota Wisata Warisan Budaya (*culture heritage*) dalam pembahasan ini masih perlu di perdalam dengan pengemasan paket wisata dan penentuan pasar untuk mengunjungi atau mengikuti destinasi wisata ini sehingga peran masyarakat dalam mengelola aktivitas yang ada objek wisata sangat diperlukan.

## Referensi

- Adams, W. M., (1990). *Green Development Environment and Sustainability in the Third World* (London: Routledge).
- Agus Afandi, dkk. (2013). *Modul Participatory Action research (PAR)*. (Surabaya. LPPM.).
- Al-hagla, KS (2010). "Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach: A case study of the Cultural Heritage and Urban Development (CHUD) project in Saida, Lebanon. *Cities*", 27(4), 234–248. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2010.02.001>
- Avenzora. (2008). *Ecotourism Theory and Practice*. Banda Aceh: BRR NAD - NIAS
- Becker, Egon, & T. Jahn (eds.), *Sustain-ability and The Social Sciences* (New York: UNESCO dan ESOL, 1999).
- Boyd, SW (2017). "Editorial: heritage trails and tourism. *Journal of Heritage Tourism*," 12(5), 417–422. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1265972>
- Cantillon, Z. (2020). "Urban heritage walks in a rapidly changing city: tensions between preservation and development on the Gold Coast, Australia". *Journal of Heritage Tourism*, 15(2), 149–163. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1618315>
- Garrod, Brian, *Local Partisipation in the Planning and Management of Eco -tourism: A Revised Model Approach* (Bristol: University of the West of Eng -land, 2001).
- Hayes, D., & MacLeod, N. (2007). "Packaging places: Designing heritage trails using an experience economy perspective to maximize visitor engagement". *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 45–58. <https://doi.org/10.1177/1356766706071205>
- Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia. (2018). *Development of Culinary and Shopping Tourism. Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia*.
- Mowforth, Martin, & I. Munt, *Tourism and Sustainability New Tourism in the World* (1998).
- Murphy, P.E., *Tourism: A Community Approach* (London: Methuen, 1985).
- Regional Regulation of the City of Bandung Number 01 of 2013.
- Regional Tourism Development Master Plan for 2012 - 2025.
- Richard Sharpley, "Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Dvice," *Journal Of Sustainable Tourism*, VIII (1), 2000: 1-19. Suansri, Potjana, *Community Based Tourism Handbook* (Thailand: REST Project, 2003).
- Sharfina, Hazrati. (2019). "HERITAGE TRAIL AS A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF JANTAN RIVER TOURISM IN SIAK SRI INDRAPURA CITY." *Bandung Institute of Technology: SAPPK*.
- Suhanadji & T.S. Waspodo, *Modernisasai dan Globalisasi* (Surabaya: Insan Cendekia, 2004)
- Swensen, G., & Nomeikaite, L. (2019). "Museums as narrators: heritage trails in a digital era. *Journal of Heritage Tourism*," 14(5–6), 525-543. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1574803>

Timothy, D.J., "Participatory Planning a View of Tourism in Indonesia" dalam Annuals Review of Tourism Research, XXVI (2) 1999.

Yaman, Amat Ramsa & A. Mohd, "Community -based Ecotourism: New Proposition for Sustainable Development and Environment Conservation in Malaysia," dalam Journal of Applied Sciences IV (4), 2004:583-589.