

DINAMIKA PERKEMBANGAN PARIWISATA PUSAKA: TINJAUAN DARI SISI PENAWARAN DAN PERMINTAAN DI KOTA BANDUNG

Teguh Amor Patria

Hotel Management Department, Faculty of Economic and Communication, BINUS University
Jln. K. H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
tpatria@binus.edu

ABSTRACT

Tourism is one of the largest industries in the world today, and heritage tourism is one tourism segment that has shown a rapid growth. Heritage tourism in Indonesia only began to grow in the beginning of this millennium, marked by emergence of heritage tourism organizations in a number of major cities. In the city of Bandung, heritage tourism activities were initially organized in 2003 following the birth of Bandung Trails. The organization has been active in organizing heritage tours annually. Identification of heritage tourism development, both from demand and supply side, is the goal of a research that became the basis for this paper. The type of the research is qualitative and the population taken was the participants of tours organized by the Bandung Trails between 2003 and 2007. Samples were chosen randomly involving around 750 respondents who were given questionnaires from which primary data of profiles and demand patterns were generated. Aside from that, secondary data from literatures were used to identify the conditions of heritage tourism products at the supply side. Heritage tourism is a new phenomenon in Bandung that began to develop in the early millennium and pioneered by grassroots communities in heritage conservation. Findings of this research include, from the supply side, some challenges in the development of heritage tourism in Bandung, such as weak law enforcement, limited economic condition of local communities, and lack of attachment between the communities and heritage objects. From the demand side, heritage tourists in Bandung was dominated by young people aged 19-30 (78%) and it is assumed that there is a connection between level of education and interest in heritage tourism.

Keywords: heritage tourism, demand side, supply side, Bandung

ABSTRAK

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia saat ini, dan pariwisata pusaka adalah satu segmen pariwisata yang menunjukkan perkembangan pesat. Pariwisata pusaka di Indonesia mulai berkembang pada awal milenium dengan kemunculan organisasi wisata pusaka di beberapa kota besar. Di Kota Bandung, wisata pusaka mulai terlihat sejak 2003 dengan kemunculan Bandung Trails yang aktif menjalankan kegiatan ini setiap tahun hingga saat ini. Identifikasi perkembangan pariwisata pusaka di Bandung, baik dari sisi penawaran dan sisi permintaan, adalah tujuan dari penelitian yang menjadi basis bagi makalah ini. Jenis penelitian adalah kualitatif, dengan populasi peserta kegiatan yang dilakukan Bandung Trails antara tahun 2003 hingga 2007. Sampel dipilih secara acak dengan melibatkan sekitar 750 responden yang diberikan kuesioner untuk menghasilkan data primer tentang profil dan pola permintaan. Selain itu, data sekunder digunakan untuk mengidentifikasi kondisi produk pariwisata pusaka dari sisi penawaran melalui berbagai literatur. Pariwisata pusaka merupakan fenomena baru di Kota Bandung, yang mulai berkembang di awal milenium dan dipelopori oleh organisasi-organisasi akar rumput di bidang pelestarian pusaka. Simpulan penelitian mencakup, dari sisi penawaran, masih terdapat beberapa tantangan pengembangan pariwisata di Kota Bandung, seperti masih lemahnya law enforcement, masih terbatasnya ekonomi masyarakat lokal, dan kurangnya attachment antara warga dengan objek pusaka. Dari sisi permintaan, pelaku pariwisata di Bandung masih didominasi oleh kaum muda berusia antara 19-30 tahun (78%) dan diasumsikan terdapat hubungan antara tingkat pendidikan seseorang dengan minat terhadap pariwisata pusaka.

Kata kunci: pariwisata pusaka, sisi permintaan, sisi penawaran, Bandung

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia. Walau kegiatan pariwisata sudah berkembang sejak ribuan tahun yang lalu di Mesopotamia, pariwisata baru berkembang secara pesat dalam skala global sejak paruh kedua abad ke-20. Jumlah pelaku perjalanan global telah berkembang secara eksponen sejak tahun 1945, dan dewasa ini pariwisata membentuk migrasi terbesar di dunia. Peneliti pariwisata memperkirakan satu miliar perjalanan internasional yang akan dilakukan dalam beberapa dekade mendatang (Timothy dan Boyd, 2003) dan World Travel and Tourism Council (WTTC) mengestimasi pariwisata telah menghasilkan sekitar 12% GNP dunia. Beberapa faktor yang diasosiasikan dengan meningkatnya permintaan terhadap pariwisata adalah perkembangan ekonomi, sosial, demografi, teknologi, dan politik.

Dari beragam jenis pariwisata yang berkembang dewasa ini, pariwisata pusaka (*heritage tourism*) merupakan jenis yang semakin populer dan semakin banyak diminati. Segmen pariwisata pusaka semakin besar secara global. World Tourism Organization (WTO) mencatat bahwa pusaka (*heritage*) dan budaya (*culture*) telah menjadi komponen dalam 40 % perjalanan internasional yang dilakukan. Artikel ini akan meninjau sisi penawaran dan permintaan pariwisata pusaka di Kota Bandung secara umum. Pariwisata pusaka di Bandung adalah fenomena baru, yang berkembang secara sporadik lebih dari satu dekade terakhir. Makalah dibuka dengan pendahuluan, disusul dengan perkembangan pariwisata pusaka di dunia, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, dan diakhiri dengan simpulan.

Perkembangan Pariwisata Pusaka Di Dunia

Definisi Pusaka

Sebelum Badan Pelestarian Pusaka Indonesia (BPPI) menetapkan istilah ‘pusaka’ sebagai padanan bagi ‘*heritage*’ di tahun 2004, terdapat beberapa istilah yang berkembang di masyarakat untuk menyatakan maksud yang sama; ‘benda cagar budaya’ pada tataran formal dan ‘warisan’ pada tataran awam. Di Inggris, pendefinisian yang sederhana untuk ‘*heritage*’ adalah ‘apa yang, atau mungkin, diwariskan’ – dapat mencakup tradisi, nilai, event sejarah, mesin industri dari masa lalu, bangunan bersejarah, koleksi seni, kegiatan kultural, dan kekayaan alam seperti pantai, pegunungan, flora dan fauna (Drummond, 2001). Sementara itu, Yale dalam Garrod dan Fyall (2000), meninjau pariwisata pusaka sebagai “*tourism centered on what we have inherited, which can mean anything from historic buildings, to art works, to beautiful scenery*”.

Di Indonesia sendiri, pada tataran yang lebih formal, terdapat undang-undang tentang pusaka yang diistilahkan sebagai benda cagar budaya, dan dijabarkan sebagai berikut:

“(1) Benda buatan manusia, bergerak atau tidak bergerak yang berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya atau sisa-sisanya, yang berumur sekurang-kurangnya 50 tahun, atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 tahun, serta dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan; (2) Benda alam yang dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan” (UU RI No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya).

Hardy dalam Timothy dan Boyd (2003) menyebutkan bahwa kebanyakan peneliti telah menerima bahwa pusaka kerap dihubungkan dengan masa lalu, dan bahwa pusaka mewakili sejenis pewarisan yang diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, baik dalam konteks tradisi budaya dan artefak yang bersifat fisik. Sedangkan banyak penulis memahami pusaka sebagai elemen-elemen dari masa lalu yang ingin dilestarikan oleh suatu masyarakat (Hall dan McArthur 1996;

Ashworth dan Tunbridge, 1996). Hal ini mengindikasikan bahwa pusaka bersifat selektif. Hal ini bisa bersifat disengaja atau tidak disengaja, akan tetapi masyarakat menyaring pusaka melalui suatu sistem nilai yang berubah dari masa ke masa dan dari tempat ke tempat, serta antar masyarakat.

Ashworth dan Tunbridge (1996) menegaskan kembali pemahaman di atas melalui pernyataannya sebagai berikut:

“The contemporary uses of the past... The interpretation of the past in history, the surviving relict buildings and artefacts and collective and individual memories are all harnessed in response to current needs which include the identification of individuals with social, ethnic and territorial entities and the provision of economic resources for commodification within heritage industries.”

Hall dan MacArthur (1996) menyimpulkan pemahaman pusaka sebagai *“things of value which are inherited”*. Pusaka dapat diklasifikasikan menjadi berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*). Pusaka berwujud terbagi lagi menjadi tidak dapat dipindahkan (*immovable*) dan dapat dipindahkan (*movable*). Contoh pusaka berwujud yang tidak dapat dipindahkan adalah bangunan, sungai, kawasan alami (*natural areas*); pusaka berwujud yang dapat dipindahkan adalah objek museum, dokumen dalam arsip; dan pusaka tidak berwujud adalah nilai, *event* seni dan budaya. Sedangkan menurut jenis daya tariknya, pusaka dapat diklasifikasikan menjadi pusaka alam (*natural heritage*), yang biasanya diasosiasikan dengan tempat-tempat seperti taman-taman nasional; pusaka budaya sehari-hari (*living cultural heritage*), contohnya pakaian, makanan, kebiasaan; pusaka binaan (*built heritage*), contohnya kota-kota historis, katedral, monument, kastil; pusaka industri (*industrial heritage*), atau elemen-elemen suatu tempat di masa lalu yang memiliki pengaruh dalam perkembangan dan pembangunannya, contohnya bekas pertambangan batu bara, bekas daerah perikanan, tekstil; pusaka pribadi (*personal heritage*), atau tempat-tempat yang memiliki nilai dan arti bagi perseorangan atau sekelompok orang, contohnya tempat pendaratan tentara Inggris di Normandy, pemakaman, situs-situs keagamaan; dan pusaka kegelapan (*dark heritage*), contohnya tempat-tempat yang berhubungan dengan peristiwa kejam, simbol-simbol kematian dan rasa sakit, dan elemen-elemen masa lalu yang ingin dilupakan orang pada umumnya.

Pusaka sering diasosiasikan dengan sejarah, padahal ada batasan yang jelas antara keduanya. Boyd membatasi pusaka sebagai:

“Part of our past too, but it includes a range of aspects such as language, culture, identity and locality, to name those that have assumed some degree of importance’. Sedangkan ‘sejarah’ adalah ‘*recording of the past as accurately as possible in so far as it can be accurate given present-day limitations of knowledge*”.

Lebih jauh, Cassia (1999) menjelaskan bahwa *“history as a scholarly activity is a means of producing knowledge about the past, and heritage is a means of consumption of that knowledge”*. Oleh karena itu, *“history is what a historian regards as worth recording and heritage is what contemporary society chooses to inherit and to pass on”* (Tunbridge and Ashworth 1996). Oleh karena itu, pusaka bukan hanya tentang masa lalu, tapi juga penggunaan elemen-elemen masa lalu di masa kini.

Statistics Working Group dalam Hall (2003) secara implisit menyatakan bahwa pusaka adalah bagian dari budaya. Dalam kerangka statistiknya, kelompok ini memasukkan unsur pusaka sebagai bagian dari budaya, di samping unsur-unsur lainnya (museum, kebun binatang dan taman botani, literatur, perpustakaan dan arsip, musik, seni pertunjukan, seni visual, film dan video, radio, dan televisi). Pusaka memiliki berbagai nilai (*significance*) yang membuatnya bernilai untuk dilestarikan. Beberapa nilai pusaka mencakup: (1) Ekonomi, karena memiliki kemampuan untuk menghasilkan secara ekonomis terutama melalui kunjungan ke situs-situs (Zeppel dan Hall, 1992). (2) Sosial, yang mengacu pada identitas personal dan kolektif yang menghubungkan orang dan masyarakat dengan

pusakanya. (3) Politis, yaitu dalam hal mendorong apa yang dikonservasi, bagaimana pusaka disampaikan (*how heritage is told*), dan menempatkan keinginan pemilik terhadap konflik, juga terhadap kepentingan pemerintah dan publik. (4) Ilmu pengetahuan, contohnya taman-taman nasional dan kawasan-kawasan dilindungi yang mungkin mengandung ekosistem yang bermanfaat bagi manusia, seperti kesehatan dan pendidikan.

Hal yang sama dikemukakan oleh Hall dan MacArthur, yang menyebutkan secara lebih spesifik berbagai kepentingan sebagai berikut: (1) Ekonomi (Melalui pariwisata dan rekreasi, pengeluaran pengunjung, efek alir (*flow-on effects*), *sponsorship*, pembayaran oleh pengguna. (2) Sosial (nilai-nilai komunitas, kepentingan kultural – estetika, historis, ilmu pengetahuan, sosial, *sense of place*, situs-situs religi. (3) Politik (simbol-simbol nasional, kepemilikan pusaka, kepentingan masyarakat asli, institusi). (4) Ilmu pengetahuan (*gene pools*, spesis langka dan dalam bahaya, bukti historis, dan studi antropologi dan budaya).

Selain dari nilainya, pusaka juga dilihat dari sisi skala/besaran. Ada empat skala pusaka dari tingkatan berbeda, yaitu: (1) Dunia, bahwa pusaka memiliki nilai-nilai universal yang berlaku untuk masyarakat global. (2) Nasional, bahwa pusaka memiliki nilai atau kepentingan pada tingkat nasional. (3) Lokal, pada tingkat lingkungan. (4) Personal, pada tataran pribadi. Hall dan MacArthur mendukung pembagian skala di atas, dengan mengatakan bahwa “*If the value is personal we speak of family or personal heritage; if the value is communal or national we speak of ‘our’ heritage*”.

Definisi Pariwisata Pusaka

Istilah *heritage* (pusaka) mulai masuk ke dalam industri pariwisata internasional sejak dekade 1970-an, walau sudah dikenal sejak masa *pre-modern tourism* di Babylonia dan Mesir Kuno. Pada masa-masa itu, festival-festival keagamaan telah menarik banyak orang untuk datang sambil menyaksikan bangunan-bangunan terkenal dan karya seni di perkotaan (Drummond, 2001). WTO dalam Timothy dan Boyd (2003) mendefinisikan pariwisata pusaka (*Heritage tourism*) sebagai “*An immersion in the natural history, human heritage, arts, philosophy and institutions of another region or country*”.

Definisi lainnya dikemukakan oleh Hargrove (2002), yang mendefinisikan pariwisata pusaka sebagai “*Perjalanan yang dirancang untuk mengalami tempat-tempat dan kegiatan-kegiatan yang asli mewakili cerita dan orang-orang di masa lalu dan masa kini*”. Sedangkan Poria, Butler, dan Airey (2003) mendefinisikan pariwisata pusaka sebagai “*A subgroup, in which the main motivation for visiting is based on the characteristics of the place according to the tourists’ perception of their own heritage*”.

Pariwisata pusaka berbeda dengan pariwisata budaya. Tahana dan Opperman (1998) dalam Timothy dan Boyd (2003) mendefinisikan daya tarik budaya sebagai “*Range from historical monuments to handicrafts or artefacts, from festivals to music and dance presentations, and from the bustling street life of a different culture to the distinct lifestyle of indigeneous people*”. Lebih lanjut, Hall dan Zeppel (1992) menegaskan pembatasan antara pariwisata budaya dan pariwisata pusaka sebagai berikut:

“Cultural tourism is experiential tourism based on being involved in and stimulated by the performing arts, visual arts and festivals. Heritage tourism, whether in the form of visiting preferred landscapes, historic sites, buildings or monuments, is also experiential tourism in the sense of seeking an encounter with nature or feeling part of history of a place”.

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa pariwisata pusaka memiliki lingkup lebih kecil dibanding pariwisata budaya. Pariwisata pusaka berfokus pada elemen-elemen alam yang unik serta

tinggalan sejarah dan budaya dari masa lalu, sedangkan pariwisata budaya, selain tinggalan budaya dari masa lalu, juga mencakup pengalaman dengan budaya kontemporer yang berkembang di masa kini. Dengan kata lain, pariwisata pusaka dapat dianggap sebagai bagian dari pariwisata budaya.

Perkembangan Pariwisata Pusaka di Dunia

Perkembangan daya tarik wisata berbasis pusaka (*Heritage-base attractions*) telah menjadi fenomena selama tahun 1980an dan 1990an. Di banyak negara, pariwisata pusaka mendapat perhatian khusus untuk dikembangkan karena bermanfaat secara ekonomis. Pariwisata pusaka merupakan bentuk pariwisata tertua di dunia (Prentice 1994). Orang telah memanfaatkan sisa-sisa tinggalan masa lalu sebagai sumber daya rekreasi, baik dalam konteks perkotaan dan perdesaan. Dengan kata lain, pariwisata pusaka di masa kuno telah ada. Catatan masa lalu menunjukkan bahwa para pedagang, pelaut, dan petualang bepergian untuk melihat Piramida dan Sungai Nil di Mesir.

Di Abad Pertengahan, *Grand Tour* muncul di Eropa sebagai kegiatan mengunjungi bangunan-bangunan megah, katedral, dan hasil-hasil karya seni. *Grand Tour*, yang populer di kalangan elit di Eropa sepanjang abad ke-16 dan 17 sebagai pengalaman edukatif dan pemolesan budaya seseorang, mencakup kunjungan ke kota-kota historis seperti Paris, Turin, Milan, Venice, Florence, Roma, dan Naples (Towner 1985, 1996). Weaver dan Lawton (2005) menggambarkan *Grand Tour* sebagai penghubung besar antara Abad Pertengahan di Eropa dengan pariwisata modern. Mereka, terutama para pemuda dari kalangan aristokrat Inggris, mengikuti rute yang membawa mereka ke Paris melalui lembah Sungai Rhein ke Italia utara, lalu ke Roma dan Naples dan kembali ke Inggris melalui daerah Rhein di Jerman dan negara-negara Benelux. Durasinya bervariasi antara 40 bulan di pertengahan abad ke-16 hingga hanya 4 bulan di pertengahan abad ke-19. Pelakunya pun bervariasi, dari orang-orang Inggris pada awalnya, biasanya dari golongan aristokrat, hingga pengacara, dokter, bankir, dan pedagang di akhir abad ke-18. Pada pertengahan abad ke-19, *Grand Tour* populer di kalangan wisatawan Amerika periode awal. Dewasa ini, banyak kota di sepanjang rute *Grand Tour* yang tetap populer dan dikunjungi wisatawan.

Perkembangan pariwisata pusaka telah berlangsung dengan sangat pesat dalam kurun waktu dua dekade terakhir sebagai hasil dari tingkat pendidikan yang lebih tinggi, pendapatan yang lebih besar, tingkat kesadaran yang lebih tinggi akan dunia, proses globalisasi yang membuat dunia semakin kecil, teknologi, efek media dan telekomunikasi (contohnya film), dan jenis-jenis daya tarik pusaka yang baru. Perkembangan pariwisata pusaka di jaman modern ini banyak berlangsung di negara-negara perekonomian maju, seperti Eropa barat dan Amerika utara, terutama didukung oleh upaya konservasi yang maju dan infrastruktur yang menunjang.

Yang membuat pariwisata pusaka berkembang dengan sangat pesat adalah volume dan pendapatan yang dihasilkan. Di Amerika Serikat, “Daerah tujuan serta daya tarik budaya dan historis merupakan suatu trend, dan... studi pemasaran oleh TIA baru-baru ini mengungkap bahwa lebih dari 65 juta orang dewasa Amerika membuat 86 juta kunjungan ke situs-situs dan event-event seni/historis (Ashworth dan Tunbridge, 1996)”. Contoh lain yang menunjukkan daya magnet pasar pariwisata pusaka adalah hasil studi British Tourist Authority tahun 1995, yang menyatakan bahwa 20% dari semua kunjungan ke daya tarik wisata di Inggris adalah kunjungan ke properti historis, atau sekitar 67 juta kunjungan per tahun. Light dan Prentice (1994) mencatat bahwa pariwisata pusaka telah menjadi industri yang berkembang di Inggris di dekade 1980an. Di bagian lain di dunia, pariwisata pusaka adalah bentuk pariwisata andalan. Contohnya, sebuah studi di Pennsylvania (AS) menemukan bahwa sekitar 20% pariwisata negara bagian itu berbasis pusaka. Wisatawan pusaka menyumbang hampir US \$5,5 miliar terhadap ekonomi negara bagian pada tahun 1997, mencakup US \$1,34 miliar gaji, sekitar 70.000 pekerjaan, dan pajak sebesar US \$617 juta (Travel Weekly, 1997). Sekedar catatan, Pennsylvania merupakan salah satu negara bagian terkaya dalam hal situs-situs pusaka nasional di AS, seperti Liberty Bell dan Independence Hall.

Masih di Amerika Serikat, berkunjung ke situs-situs sejarah dan budaya merupakan kegiatan yang (semakin) banyak diminati dewasa ini. Wisata pusaka menduduki peringkat kedua setelah wisata belanja. Pada tahun 2002, 81% wisatawan domestik berusia dewasa di negeri Paman Sam (atau 118 juta orang) tergolong pelaku wisata pusaka. Dari jumlah itu, 30% menyatakan pilihannya dipengaruhi oleh *event* atau kegiatan sejarah atau budaya. Sementara, 1 dari 3 wisatawan mancanegara di sana melakukan kunjungan ke tempat-tempat historis dan budaya (The Historic/Cultural Traveler, 2003).

Pelaku wisata pusaka di AS biasanya tinggal lebih lama dan berbelanja lebih banyak dari pelaku wisata jenis lainnya, yaitu rata-rata menginap 4,7 malam dibanding 3,4 malam untuk wisatawan umumnya, dan mengeluarkan US \$ 631 dalam setiap perjalanannya dibandingkan US \$ 457 untuk wisatawan lainnya. Sekedar tambahan, AS merupakan negara tujuan wisatawan mancanegara ketiga di dunia dengan 46,1 juta wisatawan dan penerimaan sebesar US \$ 74,547 juta tahun 2004.

Di Inggris, perkembangan daya tarik pariwisata pusaka telah bersifat fenomenal selama dekade 1980an dan 1990an. Pariwisata pusaka telah meningkatkan volume pariwisata sebesar 5% dan nilai keuntungan sebesar 10% setiap tahunnya. Angka-angka itu menunjukkan peningkatan 50% jumlah pengunjung sejak 1980 dan menghasilkan keuntungan 3 juta Poundsterling. Sejak tahun 1960an, minat publik terhadap pusaka telah didorong oleh beberapa faktor, seperti: (1) Minat terhadap masa lalu ketika dunia masih merupakan tempat yang berbeda untuk tinggal. (2) Lebih banyak sisa pendapatan dan waktu luang untuk melakukan kegiatan bersenang-senang. (3) Tingkat kesadaran masyarakat yang bertambah seiring banyaknya pengorbanan pusaka lama dengan pembangunan baru. (4) Pemerintah dan organisasi swasta semakin menyadari manfaat dan nilai pusaka. (5) Teknologi yang membaik dan mampu menyediakan akses mudah terhadap informasi dan lokasi *heritage visitor attraction* (HVA) (Drummond dan Yeoman, 2001).

Yang menarik dari pariwisata pusaka adalah hubungan antara minat wisatawan terhadap pusaka dan budaya dengan ekonomi di tahun 1990-an. Silberberg (1995) menyatakan bahwa perekonomian tahun 1990an memicu perubahan persepsi orang dari *escapism* (keinginan untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin) ke *cultural enrichment* (pengayaan akan budaya). Dalam studinya, Silberberg menemukan bahwa orang-orang di tahun 1990-an menghargai daya tarik kultural, historis, dan arkeologis, lebih dari sekedar *a good nightlife or fine food when planning a trip*. Nuryanti (1997) mengatakan:

“It is characterized by two seemingly contradictory phenomena: the unique and the universal. Each heritage site is planned for tourism development has to maintain its unique attributes in order to be attractive and sustainable as a tourism destination. However, at the same time, although its meaning and significance may be contested, reinterpreted, recreated, and even reconstructed, the heritage site must have enough universal meaning to be shared by all the different visitors”.

Pariwisata pusaka diprediksi akan terus berkembang apabila melihat tren seperti yang diungkapkan oleh UNESCO World Heritage Center (2002), mencakup: (1) Wisatawan semakin tertarik pada perlindungan lingkungan. (2) Minat terhadap pariwisata budaya meluas, walau tingkat pertumbuhannya belum jelas. (3) Wisatawan semakin menginginkan pengalaman nyata dengan budaya dan gaya hidup masyarakat lainnya. (4) Konsumen mencari liburan yang lebih bersifat aktif dan educative. (5) Kunjungan ke daerah-daerah yang dilindungi semakin populer. (6) Industri pariwisata diharapkan bertanggungjawab lebih terhadap pembangunan berkelanjutan.

Sisi Penawaran Pariwisata Pusaka

Gunn dan Var (2002) menjabarkan sisi penawaran (*Supply side*) sebagai semua objek dan pelayanan yang disediakan untuk memenuhi permintaan. Jafari (1982) mendefinisikan ‘penawaran’ sebagai *“market basket of goods and services, including accommodations, food service,*

transportation, travel agencies, recreation and entertainment, and other travel trade services". Sedangkan Mill dan Morrison (1989) menggabungkan elemen daya tarik dan pelayanan sebagai bagian dari suatu destinasi.

Landasan bagi pariwisata pusaka adalah daya tarik pusaka. Prentice (1994) menawarkan tipologi daya tarik pusaka berdasarkan isu-isu pusaka yang muncul dan tema-tema yang telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir dan muncul di literatur, yaitu:

National history attractions – nature preserves, nature trails, aquatic displays, wildlife parks, zoos, caves, gorges, cliffs, waterfalls

Scientific attractions – science museums, technology centers, 'hands-on' science centers

Primary production attractions – farms, dairies, agricultural museums, vineyards, fishing, mining

Craft centers and workshops – water and windmills, sculptors, potters, woodcarvers, metal shops, glass makers, silk working, lace making, craft villages

Manufacturing centers – pottery and porcelain factories, breweries, cider factories, distilleries, industrial history museums

Transportation attractions – transport museums, railways, canals, shipping and docks, civil aviation, motor vehicles

Sociocultural attractions – prehistoric and historic sites and displays, domestic houses, history museums, costume museums, furniture museums, museums of childhood, toy museums, ancient ruins

Attractions associated with historic people – sites, areas, and buildings associated with famous writers, painters and politicians

Performing arts attractions – theatres, performing arts, circuses

Pleasure gardens – ornamental gardens, period gardens, arboreta, model villages

Theme parks – nostalgia parks, historic adventure parks, fairytale parks

Galleries – art and sculpture

Festivals and pageants – historic fairs, festivals, recreating past ages, countryside festivals

Stately and ancestral homes – palaces, castles, country houses, manor houses

Religious attractions – cathedrals, churches, abbeys, mosques, shrines, temples, springs, wells

Military attractions – battlefields, military airfields, naval dockyards, prisoner of war camps, military museums

Genocide monuments – sites associated with the extermination of other races or other mass killings of populations

Towns and townscapes – historic urban centers, groups of buildings, shops, urban settings

Villages and hamlets – rural settlements, architecture, pastures

Countryside and treasured landscapes – national parks, rural landscaped

Seaside resorts and seascapes – seaside towns, marine landscapes, coastal areas

Regions – counties and other historic regions identified as distinctive by residents and visitors

Sumber: Prentice (1994)

Dari sisi penawaran, pariwisata pusaka berkembang karena kesadaran akan potensi dalam menjual dan menceritakan kembali masa lalu. Hal ini merupakan konsekuensi dari jumlah perjalanan yang meningkat dari tahun ke tahun dan durasi perjalanan yang semakin bervariasi. Akibatnya, daerah-daerah tujuan wisata harus mengakomodir beragam minat, dan secara konstan membuat ulang paket-paket pengalaman atau produk untuk ditawarkan.

Latar/konteks penawaran pusaka mencakup: (1) Wilayah perkotaan (utamanya terdiri dari daya tarik pusaka seperti museum, monumen, rumah, bangunan historis, teater, pabrik, usaha, taman, makam, dan pasar. Pariwisata pusaka di wilayah perkotaan biasanya tidak menyentuh semua cakupan masyarakat yang ada, namun berlokasi di suatu pusat yang padat, yang biasanya merupakan pusat perkotaan yang orisinal, dari mana kota itu berkembang dan meluas menjadi wilayah yang modern dan melebar ke kawasan pinggiran). (2) Wilayah perdesaan (biasanya terdiri dari kastil, desa kecil, gaya hidup perdesaan, pertanian dan peternakan, jembatan, pertambangan dan produsen bahan-bahan untuk membangun bangunan, situs arkeologi orang-orang asli, dan taman nasional). (3) Wilayah-wilayah yang dilindungi (bentukan alam yang unik beserta ekosistemnya, biasanya berupa taman-taman nasional).

Sebagai elemen primer dari produk pariwisata, daya tarik pusaka juga dilengkapi dengan elemen-elemen sekunder, seperti toko-toko dan pelayanan makan dan minum, serta transportasi dan akomodasi. Selain skala pusaka dari sisi pasar (internasional, nasional, kota, dan personal) seperti yang disebutkan sebelumnya, pusaka juga dapat dilihat dari jenis skala lain. Skala yang dimaksud adalah skala yang digunakan untuk menegaskan perbedaan terhadap jenis daya tarik yang sama. Skala ini terdiri dari dua kelompok, yaitu *heritage trails* dan *spatial variations*. *Heritage trail* adalah suatu komposisi dari daya tarik-daya tarik individual dan spesifik yang dihubungkan oleh jalur jalan kaki, sepeda, dan/atau kendaraan. Skala *heritage trail* mencakup *mega* (internasional), contohnya Jalur Sutra di Asia Tengah dan Timur Tengah, *larg'* (nasional), contohnya Civil War Trails di AS, dan *small* (lokal), seperti Boston Trail di AS. Sedangkan *spatial variation* bersifat subjektif, yang berarti fitur-fitur pusaka yang sama dapat memiliki arti berbeda bagi kelompok-kelompok orang yang berbeda antar tempat dan waktu, dan bahwa pusaka dapat memiliki nilai yang lebih besar di wilayah geografis dibanding tertentu wilayah lainnya.

Berbagai misi dijalankan para pemilik atau pengelola daya tarik pusaka dalam mengelola properti mereka. Dalam jurnalnya, Garrod dan Fyall mengungkap tingkat prioritas elemen dalam misi pengelolaan daya tarik pusaka, yaitu (berdasarkan peringkat) konservasi, aksesibilitas, edukasi, keuangan, kualitas, relevansi, rekreasi, dan komunitas lokal (2000). Dengan pelestarian di tingkat pertama, hal ini menunjukkan prioritas pemilik atau pengelola dalam menjaga keberlanjutan benda pusaka di masa mendatang – suatu hal yang menjadi trend dewasa ini, yaitu keberlanjutan (*sustainability*).

Sisi Permintaan Pariwisata Pusaka

Permintaan (*Demand*) terdiri dari motivasi, persepsi, pengalaman sebelumnya, dan harapan wisatawan. Istilah permintaan pada umumnya digunakan untuk mengartikan pasar (wisatawan/pengunjung) di situs-situs dan daya tarik wisata. Hasil kajian Gunn dan Var (2002) menghasilkan empat faktor utama dalam sisi permintaan pariwisata, yaitu: (1) Motivasi untuk melakukan perjalanan. (2) Kemampuan finansial untuk membayar pelayanan dan fasilitas. (3) Kemampuan waktu. (4) Kemampuan fisik.

Ada dua jenis pengunjung pusaka, yaitu: (1) Pengunjung pasif (mereka yang berkunjung hanya untuk melalui waktu atau melihat properti historis sebagai daya tarik sekunder, dan biasanya untuk memenuhi kebutuhan melihat objek yang pernah mereka dengar sebelumnya). (2) Pengunjung serius (Mereka yang tujuannya menjalani pengalaman pusaka secara spesifik, dan biasanya bersifat edukatif dan nostalgia).

Dalam istilah ekonomi tradisional, permintaan mengacu pada kuantitas produk dan pelayanan yang dikonsumsi pada harga-harga yang berbeda. Secara umum diasumsikan bahwa ketika harga tinggi, konsumsi rendah, dan ketika harga rendah, konsumsi tinggi. Menurut Johnson dan Thomas (1995), dalam pariwisata pusaka, terdapat empat perspektif dalam melihat jenis-jenis permintaan wisatawan, yaitu: (1) *Current or use demand* (jumlah orang yang mengunjungi situs-situs historis, dapat juga mencakup permintaan untuk menggunakan suatu bangunan historis untuk fasilitas seperti kantor atau pelayanan lainnya). (2) *Option demand* (pengunjung potensial masih bermaksud untuk mengunjungi sebuah situs di masa mendatang). (3) *Existence demand* (hanya untuk mengetahui bahwa sesuatu ada). (4) *Bequest demand* (keinginan untuk dapat meneruskan pusaka dari generasi sebelumnya ke generasi berikut). Jenis permintaan lain yang tidak disebutkan oleh Johnson dan Thomas adalah *latent*, atau *non-use demand*, yang mengacu pada jumlah orang yang dapat mengunjungi daya tarik pusaka namun tidak melakukannya.

Karakteristik pengunjung pusaka dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (1) Demografik (tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan jenis mata pencaharian). (2) Geografik (tempat tinggal wisatawan dan tempat tujuan wisatawan). (3) Psikografik (gaya hidup, kelas sosial, kepribadian).

Dari studi yang dilakukan oleh Richards (1996), yang melibatkan 6.400 responden, didapat informasi secara garis besar sebagai berikut: (1) Demografik (pelaku wisata pusaka pada umumnya memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibanding masyarakat pada umumnya, memiliki tingkat kesejahteraan dan pendapatan yang lebih tinggi dibanding warga lainnya, lebih banyak berjenis kelamin wanita daripada pria, berusia lebih muda). (2) Geografik (kebanyakan pelaku wisata pusaka di Eropa adalah wisatawan mancanegara, disusul oleh wisatawan domestik). (3) Psikografik (ada tingkat minat yang sama antara pelaku wisata *psychocentric* – menunjukkan kecenderungan pada kedekatan, kenyamanan rumah, dan rasa familiar dengan sekelilingnya – dan *allocentric* – mencari tempat-tempat yang jauh dan tidak biasa serta pengalaman yang menantang).

Melalui studinya, Chen (1998) dalam Timothy dan Boyd (2003) menemukan bahwa pelaku wisata pusaka didorong oleh dua motivasi, yaitu: (1) Mencari pengetahuan. (2) Manfaat lainnya (seperti kesehatan, relaksasi, spiritual, rekreasi, dan menikmati pemandangan). Yang menarik, Park (2010) secara implisit menyatakan bahwa ketertarikan terhadap wisata pusaka didasarkan atas hubungan emosional yang erat dari pelaku wisata pusaka dengan objeknya yang jauh melampaui manifestasi eksternal. Hal ini juga diperkuat oleh Poria, Butler, dan Airey (2003) bahwa fenomena pariwisata pusaka didasarkan pada orang-orang yang melihat situs sebagai bagian dari pusaka pribadinya.

METODE

Makalah ini didasarkan pada penelitian kualitatif, dengan tujuan meninjau perkembangan sisi penawaran dan sisi permintaan pariwisata pusaka di Kota Bandung. Jenis penelitian kualitatif yang secara lebih spesifik digunakan adalah studi kasus, yang tujuannya dijabarkan oleh Satori dan Komariah (2013) untuk meneliti suatu kasus yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu tentang *setting* kasus tersebut. Populasi yang diambil adalah peserta kegiatan wisata pusaka yang dilakukan oleh Bandung Trails, sebuah organisasi di Bandung yang telah menjalankan kegiatan tersebut sejak 2003. Sampel dipilih secara acak sebanyak lebih kurang 750 responden antara tahun 2003 hingga 2007, yang menghasilkan data primer berupa profil dan permintaan pelaku wisata pusaka di Bandung melalui pembagian kuesioner. Selain data primer, data sekunder tentang jumlah dan kondisi produk pariwisata pusaka di Bandung juga digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Kepariwisata Kota Bandung

Kota Bandung terletak di ketinggian 768 m di atas permukaan laut (dpl), di Dataran Tinggi Parahyangan yang merupakan jantung Jawa bagian Barat. Kota ini menempati suatu cekungan yang dikelilingi oleh perbukitan dan pegunungan, dengan suhu rata-rata antara 19-29° C. Secara administratif, kota berpenduduk 2,5 juta jiwa ini adalah pusat pemerintahan, ekonomi, sosial, dan budaya Propinsi Jawa Barat. Dewasa ini beberapa sektor secara menonjol menopang perekonomian Kota Bandung, mencakup industri (terutama tekstil), perdagangan, pendidikan, dan jasa secara umum. Dari sisi pariwisata, Bandung merupakan destinasi wisata bagi warga Jakarta dan wisatawan mancanegara asal Malaysia, yang datang untuk berbelanja produk-produk khas Bandung (tekstil dan garmen) dan kuliner.

Predikat kota wisata sudah disandang Bandung sejak jaman kolonial dulu. Sejak dibangunnya kota tahun 1810 hingga 1880-an, Bandung menjadi semacam tempat bertemunya para *preanger planters* di akhir pekan sambil berekreasi. Tahun 1884, jalur kereta api dari Batavia tiba di Bandung, mendorong para wisatawan asal Batavia untuk berlibur di kota ini hingga awal 1900-an. Kondisinya semakin meningkat ketika Bandung mengalami masa keemasan pada dekade 1920an hingga awal 1940an, yang memberi kota ini julukan Parijs van Java. Walau kepariwisataan di Bandung sempat mengalami penurunan dan stagnasi setelah kemerdekaan hingga akhir 1980an, kondisinya menjelang akhir milenium hingga sekarang kembali berkembang, terutama dengan menjamurnya *factory outlet* dan *distribution outlet*. Perkembangan Bandung sebagai destinasi wisata semakin dipicu oleh kehadiran jalan tol Cipularang yang resmi dibuka pada tahun 2005. Perjalanan antara Jakarta dan Bandung – yang sebelumnya ditempuh dalam waktu 4-5 jam melalui jalan raya dan 3-3,5 jam melalui rel kereta api – dapat ditempuh selama 2-3 jam saja.

Perkembangan Pariwisata Pusaka di Kota Bandung

Perkembangan pariwisata pusaka di Kota Bandung merupakan fenomena yang baru berkembang di awal milenium ini. Walau Bandung mewarisi banyak benda cagar budaya, terutama dari masa keemasan, pariwisata pusaka baru dikenal secara massal dengan dipicu oleh kehadiran kegiatan-kegiatan semacam *heritage walk* serta peran media massa selama lebih kurang satu dekade terakhir. Masa keemasan Bandung telah mewarisi kota ini bangunan unik dan historis dalam jumlah besar. Masa keemasan berlangsung mulai dekade 1920an hingga awal 1940an, ketika Bandung melakukan pembangunan prasarana dan sarana kota secara intensif untuk mengantisipasi fungsinya sebagai ibukota Hindia Belanda yang baru. Pusaka Kota Bandung mencakup arsitektur bergaya lokal, kolonial (Belanda), dan Tionghoa, serta lansekap kota bergaya kolonial. Sebagian memiliki nilai dalam skala nasional dan internasional, seperti bangunan historis Gedung Sate dan Gedung Merdeka. Karakter pusaka arsitektur Bandung juga ditandai secara signifikan oleh gaya Art Deco. Bahkan pada tahun 2001, the Globetrotter menempatkan Bandung di urutan ke-9 dari 10 World's Great Art Deco Cities (hal ini sebetulnya bisa menjadi keunikan dan *marketing brand* untuk Kota Bandung). Pada tahun 2007, Bandung Heritage mencatat sekitar 630 bangunan pusaka yang terdapat di Kota Bandung.

Kekayaan dan keunikan sejumlah bangunan pusaka Bandung serta tata kotanya sebetulnya sudah dipublikasikan melalui buku-buku panduan wisata internasional sejak tahun 1980-an. Wisatawan mancanegara yang datang ke Bandung setelah jaman kemerdekaan RI hingga tahun 1990-an biasanya hanya menikmati pusaka Bandung melalui paket tur yang menjelaskan objek-objek secara umum. Sebagian lagi melakukan tur sendiri (terutama untuk tujuan nostalgia) dengan buku panduan yang menjelaskan daya tarik wisata di Bandung secara umum. Itu pun masih terbatas pada wisatawan asal Belanda saja. Hingga tahun 1980an, Jalan Braga masih merupakan primadona di mana masih terlihat wisatawan mancanegara menapaki jalan itu.

Memasuki tahun 1990an, jumlah wisatawan mancanegara di Kota Bandung mengalami penurunan. Hal itu semakin nyata setelah krisis moneter dan berbagai permasalahan domestik lainnya yang terjadi di tanah air mulai tahun 1997. Namun begitu, kondisi itu justru memberi berkah dari sisi wisatawan nusantara. Dengan turunnya nilai tukar Rupiah dibanding Dollar Amerika, Bandung menjadi destinasi wisata alternatif bagi wisatawan yang sebelum krisis mampu bepergian ke tempat-tempat yang lebih jauh (termasuk ke luar negeri). Mereka umumnya datang untuk berbelanja produk khas Bandung, seperti garmen dan kuliner. Cikal bakal pariwisata pusaka di Kota Bandung secara tidak langsung dapat ditelusuri melalui dua hal, yaitu diterbitkannya buku-buku tentang sejarah Bandung oleh Almarhum Haryoto Kunto serta pembentukan Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung, atau Bandung Heritage, pada tahun 1987. Buku-buku Haryoto Kunto menjadi inspirasi bagi beberapa pihak untuk mengembangkan kegiatan *heritage walk* di awal 2000-an. Sementara Bandung Heritage sebetulnya sudah melakukan tur dalam skala yang sangat kecil dan terbatas untuk para anggotanya. Selain itu, organisasi non-pemerintah ini juga menyediakan jasa nirlaba berupa tur khusus bagi tamu-tamunya di Bandung. Dengan kegiatan yang sangat terbatas itu, gaung kegiatan semacam tur pusaka pada di Bandung saat itu masih sangat lemah.

Pada tahun 2003, muncul sebuah komunitas kecil yang memfokuskan kegiatannya pada eksplorasi bangunan pusaka di Kota Bandung melalui jalan kaki (*walking tour*). Komunitas bernama Bandung Trails ini menyelenggarakan *heritage walk* pertama di bulan Oktober 2003 dengan melibatkan 16 peserta yang berasal dari berbagai latar belakang masyarakat. Pada bulan Desember di tahun yang sama, komunitas ini kembali menyelenggarakan *heritage walk* – kali ini dengan publikasi yang lebih gencar dan luas sehingga berhasil menjaring jumlah peserta yang lebih besar, yaitu 150 orang. Peserta bukan hanya terdiri dari warga Bandung namun juga pengunjung kota ini, seperti dari daerah Jabodetabek dan lain-lain.

Sifat kegiatan yang edukatif namun rekreatif, promosi informal dari mulut ke mulut, serta semakin populernya pusaka sebagai hasil publisitas media massa akhirnya menjaring banyak peminat baru dan kesadaran bagi sejumlah kalangan masyarakat. Hal itu juga menciptakan permintaan akan event-event serupa. Dalam beberapa tahun berikutnya, Bandung Trails menyelenggarakan tur-tur pusaka secara periodik, 3-5 kali per tahun. Kemunculan organisasi seperti Bandung Trails akhirnya memicu kelahiran kegiatan-kegiatan serupa yang dimotori komunitas-komunitas baru lainnya. Terlepas dari sifatnya, baik nirlaba atau bisnis, kehadiran komunitas-komunitas ini sedikit banyak semakin mempopulerkan pusaka di kalangan masyarakat. Hal ini juga sempat menarik perhatian pemerintah daerah, melalui Dinas Pariwisata Kota Bandung.

Walau begitu, ketenaran event-event semacam *heritage walk* belum menyentuh sebagian besar warga Bandung. Dan secara esensi, pusaka belum menyentuh benak dan minat sebagian besar warga. Sejumlah kecil masyarakat masih menggemari pusaka dalam kaitannya dengan kegiatan yang bersifat edukatif maupun rekreatif. Oleh karenanya, penghancuran dan pengalihfungsian bangunan-bangunan cagar budaya di Kota Bandung masih terus berlangsung. Akan tetapi, paralel dengan menurunnya kuantitas dan kualitas sebagian pusaka di Kota Bandung akibat konsekuensi pembangunan, ketenaran pusaka relatif menyebar ke sebagian kalangan masyarakat serta wisatawan mancanegara. Dewasa ini, kegiatan semacam *heritage tour* secara perlahan semakin dikenal di kalangan warga Bandung serta pengunjung, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Perkembangan Penawaran Pariwisata Pusaka di Kota Bandung

Kendala klasik tetap menjadi tantangan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata pusaka. Keterbatasan finansial dan sumber daya manusia yang kompeten di bidang pariwisata pusaka masih dihadapi. Agaknya pemerintah masih mengambil sikap hati-hati dalam bertindak, serta mengatur skala prioritas terhadap perencanaan dan pengembangan sumber daya pariwisata yang dianggap dan terbukti telah lebih menjanjikan dalam hal menghasilkan pendapatan bagi daerah, contohnya *shopping* dan kuliner untuk Kota Bandung.

Patria (2006), mengajukan tiga asumsi tantangan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata pusaka di Kota Bandung, yaitu: (1) Lemahnya *law enforcement*: Walau undang-undang tentang Benda Cagar Budaya sudah ada, ditambah peraturan-peraturan sejenis lainnya dalam skala yang lebih mikro, hal ini belum menjamin penerapannya, terutama oleh pihak pemerintah. Masih banyak dijumpai kendala di lapangan, seperti longgarnya penerapan peraturan dan penentuan skala prioritas pembangunan secara umum yang masih terkesan berpihak pada bisnis, yang sering pada akhirnya harus mengesampingkan aspek-aspek pelestarian ketika sumber daya lain dianggap memiliki prospek yang lebih menjanjikan (baca: secara ekonomi). (2) Masih terbatasnya ekonomi sebagian besar warga: Sebagai bagian dari negara berkembang serta jumlah penduduk yang sangat besar dan distribusi ekonomi yang tidak merata, mengakibatkan munculnya keberagaman prioritas kebutuhan bagi warga Kota Bandung pada umumnya. Bagi sebagian warga, isunya adalah bagaimana memenuhi kebutuhan yang bersifat dasar (fisik). Hubungannya dengan perencanaan kepariwisataan adalah penentuan skala prioritas, baik bagi pemerintah, warga, dan dunia usaha, dalam menentukan skala prioritas pembangunan dan pengembangan jenis pariwisata. Seperti halnya asumsi pertama di atas, banyak bangunan dan lansekap pusaka yang dikorbankan untuk mendongkrak perekonomian.

Satu asumsi tambahan yang bisa disampaikan di sini adalah dari sisi *attachment*, atau keterkaitan emosi antara pemilik pusaka dengan objek pusakanya. Untuk kasus Indonesia, sebagian besar masyarakat merasa tidak memiliki *attachment* dengan pusakanya, terutama (karena sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam) yang berhubungan dengan pusaka Budha dan Hindu serta kolonial. Hal ini dapat berpengaruh terhadap *sense of belonging* masyarakat terhadap pusaka mereka. Lain halnya dengan negara-negara maju di Barat, yang telah melalui dan menikmati masa keemasan pada era Renaissance dan industri, yang dibangun langsung oleh generasi sebelumnya.

Perkembangan Permintaan Pariwisata Pusaka di Kota Bandung

Walaupun pariwisata pusaka mulai berkembang di awal milenium ini, belum ada angka pasti tentang jumlah pelaku wisata pusaka di Bandung. Oleh karena itu, data yang dihasilkan oleh Bandung Trails bisa memberikan gambaran tentang beberapa hal dari aspek permintaan. Sebelum memulai kegiatannya di tahun 2003, pendiri Bandung Trails sudah melakukan penelitian mandiri yang melibatkan responden sebanyak 129 orang (2002). Melalui kuesioner yang dibagikan, diperoleh hasil sebagai berikut: Minat wisatawan nusantara terhadap wisata sejarah dan arsitektur dalam 3 tahun terakhir (2000-2002) sangat rendah, hanya 1 dari 129 responden yang mengaku tertarik akan wisata jenis ini (atau 0,8%). Mayoritas mengaku lebih tertarik akan wisata belanja (42,6%).

Masih melalui penelitian yang dilakukan Bandung Trails melalui penyebaran kuesioner (yang dibagikan setelah tur) selama tahun 2003-2009 adalah: sekitar 78% peserta adalah mahasiswa dan hampir 100% memiliki latar belakang pendidikan minimum setara SLTA. Tujuan utama adalah meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan.



Gambar 1 Mahasiswa Belanda dalam salah satu *heritage walking tour* di Kota Bandung (foto: dokumen pribadi, 2010)

Walau belum dapat dibuktikan secara benar, terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan minat terhadap wisata yang bersifat edukatif. Sebagai catatan, di AS, pariwisata pusaka mulai berkembang di era 90an, ketika generasi *baby boomers* yang dikenal dengan tingkat pendidikannya yang lebih baik dan cenderung sukses secara ekonomi mulai memasuki usia mapan. Hal ini mengasumsikan bahwa terdapat korelasi antara tingkat pendidikan dan ekonomi seseorang dengan kebutuhan akan wisata yang bersifat edukatif, seperti wisata pusaka. Semakin tinggi tingkat pendidikan atau wawasan seseorang serta tingkat ekonominya, semakin tinggi kebutuhan akan wisata yang bersifat edukatif. Akhirnya, ini juga akan berpengaruh terhadap penawaran (*demand*) dalam konsep pemasaran.

Dalam perkembangannya, wisata pusaka di Bandung tidak saja menarik warga lokal, akan tetapi juga mancanegara. Sejak 2009, Bandung Trails bekerjasama dengan beberapa *tour operator* di Belanda yang secara aktif mengirim tamu-tamu ke Bandung untuk mengikuti wisata pusaka. Untuk kategori wisatawan mancanegara, 90% berasal dari Belanda. Hal ini dapat dijelaskan dari banyaknya bangunan cagar budaya di Kota Bandung yang berasal dari era kolonial Belanda, terutama yang dibangun pada paruh pertama abad ke-20 ketika Bandung sedang mengalami pembangunan pesat setelah rencana pemindahan ibukota dari Batavia (Jakarta). Hal ini merefleksikan teori yang dikemukakan oleh Park, Poria, Butler, dan Airey, bahwa hubungan personal dengan objek pusaka lebih merupakan motivasi utama bagi wisatawan dalam mengunjungi situs pusaka.

SIMPULAN

Pariwisata pusaka memiliki lingkup lebih kecil dibanding pariwisata budaya. Pariwisata pusaka berfokus pada elemen-elemen alam yang unik sertainggalan sejarah dan budaya dari masa lalu, sedangkan pariwisata budaya, selaininggalan budaya dari masa lalu, juga mencakup pengalaman dengan budaya kontemporer yang berkembang di masa kini. Dengan kata lain, pariwisata pusaka dapat dianggap sebagai bagian dari pariwisata budaya. Pariwisata pusaka merupakan fenomena baru di Kota Bandung, yang mulai berkembang di awal milenium dan dipelopori oleh organisasi-organisasi akar rumput di bidang pelestarian pusaka.

Beberapa tantangan pengembangan pariwisata di Kota Bandung dari sisi penawaran adalah masih lemahnya *law enforcement*, masih lemahnya ekonomi masyarakat lokal, dan kurangnya *attachment* antara warga dengan objek pusaka. Dari sisi permintaan, pelaku pariwisata di Bandung dalam satu dekade terakhir masih didominasi oleh kaum muda berusia antara 19-30 tahun (78%). Diasumsikan juga terdapat hubungan antara tingkat pendidikan seseorang dengan minat terhadap pariwisata pusaka. Selain itu, 90% wisatawan asal Belanda dari kategori wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bandung merefleksikan dengan kuat teori hubungan personal (*personal attachment*) pelaku wisata pusaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashworth, G. J., Tunbridge, J. E. (1996). *The Tourist-Historic City*. UK: Elsevier Science Ltd.
- Cassia, P. S. (1999). Tradition, Tourism and Memory in Malta. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 5(2): 247-263
- Drummond, S., Yeoman, I. (2001). *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*. UK: Butterworth-Heinemann.
- Garrod, B., Fyall, A. (2000). Managing Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3): 682-708. Great Britain: Elsevier Science Ltd.
- Gunn, C. A., Var, T. (2002). *Tourism Planning – Fourth Edition*. UK: Routledge.
- Hall, C. M., McArthur, S. (1996). *Heritage Management in Australia and New Zealand*. Australia: Oxford University Press Australia.
- Hall, C. M. (2003). *Introduction to Tourism*. Australia: Pearson Education Australia.
- Hargrove, C. (2002). *Article: Heritage Tourism*. USA: The National Trust for Historic Preservation.
- Jafari J. (1982). Tourism and the host community. *Journal of Travel Research*, 20(3): 26-27.
- Johnson, P., Thomas, B. (1995) Heritage as Business. *Heritage Tourism and Society*, 170-190. London Mansell.
- Light, D., Prentice, R. C. (1994) *Who consumes the heritage product? Implications for European heritage tourism*. In: Ashworth and Larkham (eds): 90-116.
- Mill, R. C., Morrison, A. A. (1985). *The Tourism System*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Nuryanti, W. (1997). *Interpreting Heritage for Tourism: Complexities and Contradictions*. Yogyakarta: Tourism and Heritage Management UGM
- Park, H. (2010). Heritage Tourism – Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*, 37(1): 116-135, Great Britain: Elsevier Science Ltd.
- Patria, T. A. (2006). *Kembangkan Heritage Tourism*. Bandung: Pikiran Rakyat.
- Prentice, R. (1994). *Heritage Tourism*. New Jersey.
- Poria, Y., Butler, R., Airey, D. The Core of Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 238-254, Great Britain: Elsevier Science Ltd.
- Republik Indonesia. (1992). *Undang-Undang RI No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 No. 27. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Richards, G. (1996) Production and consumption of cultural tourism in Europe. *Annals of Tourism Research*.
- Satori, D., Komariah, A. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Silberberg, T (1995) Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites, *Tourism Management*, 16(5): 361–365
- Timothy, Dallen J., Boyd, Stephen W. (2003). *Heritage Tourism*. England: Pearson Education Limited.
- Travel Industry Association of America TravelScope survey. (2003). The Historic/Cultural Traveler. *TIA and Smithsonian Magazine*. 2003 Edition.
- Weaver, D. Lawton, L. (2005). *Tourism Management – Third Edition*. Australia: Wiley Australia Tourism Series.
- World Heritage Center. (2002). *World Heritage 2002: Shared Legacy, Common Responsibility*. Venice: UNESCO.
- Zeppel H, Hall C. (1992). Arts and heritage tourism. In: Weiler B, Hall C (eds) *Special interest tourism*, 47–68. London: Belhaven.