

Kode/ Nama Rumpun Ilmu*: 699/ Kepariwisataan

PENELITIAN BERBASIS KOMPETENSI



PENYUSUNAN JALUR *CITY TOUR* KOTA BANDUNG

Diajukan oleh :

Ketua :	DWIESTY DYAH UTAMI, MM.Par., M.Sc	NIDN : 3807108601
Anggota :	1. FAISAL, MM.Par., CHE	NIDN : 3806077301
	2. ADI HENDRANINGRUM S.Sos.,MM	NIDN : 3807086901
	3. Dr. ANANTA BUDHI DANURDARA BA., M.Sc	NIDN : 3811067501
	4. Dr. HARYADI DARMAWAN, MM	NIDN :

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
AGUSTUS 2020

HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN BERBASIS KOMPETENSI

Judul Penelitian : Penyusunan Jalur *City tour* Kota Bandung
 Kode Nama Rumpun Ilmu : 699/ Kepariwisataaan
 Ketua Penelitian :
 a. Nama Lengkap : DWIESTY DYAH UTAMI, MM.Par., M.Sc
 b. NIDN : 3807108601
 c. Jabatan Fungsional : Lektor
 d. Program Studi : SIP
 e. Nomor HP : 08122199329
 f. Alamat Surel (e-mail) : dwiesty.dyah@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : FAISAL, MM.Par., CHE
 b. NIDN/NIDK : 3806077301
 c. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : ADI HENDRANINGRUM S.Sos.,MM
 b. NIDN/NIDK : 3807086901
 c. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Anggota Peneliti (3)

a. Nama Lengkap : Dr. ANANTA BUDHI. D BA., M.Sc
 b. NIDN/NIDK : 3811067501
 c. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Anggota Peneliti (4)

a. Nama Lengkap : Dr. HARYADI DARMAWAN, MM
 b. NIDN/NIDK :
 c. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Lama Penelitian Keseluruhan : 7 bulan
 Total Biaya Disetujui RCSC : Rp.

Menyetujui
 Kepala Puslitabmas

Bandung,
 Ketua Peneliti

Dr. Brantas M.Pd
 NIP. 196107161984031007

Dwiesty Dyah Utami, MM.Par., M.Sc
 NIP. 19861007 201101 2 015

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Penyusunan Jalur *City tour* Kota Bandung

2. Tim Peneliti

N O	NAMA	JABATAN	BIDANG	INSTANSI ASAL	Alokasi Waktu
1	Dwiesty Dyah Utami.,MM.Par.,M.Sc	Lektor	Perjalanan	STPB	144 jam
2	Faisal, MM.Par., CHE	Lektor Kepala	Perjalanan	STPB	144 jam
3	Adi Hendraningrum S.Sos.,MM	Lektor Kepala	Bahasa	STPB	144 jam
4	Dr. Ananta Budhi Danurdara BA., M.Sc	Lektor Kepala	Perhotelan	STPB	144 jam
5	Dr. Haryadi Darmawan, mm	Lektor Kepala	Pariwisata	STPB	144 jam

3. Tema Penelitian : √. Pariwisata

..... Innovation and Smart Tourism

..... Isu – isu terkini sesuai kebijakan kemenpar

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : bulan Februari

Berakhir : bulan Agustus

5. Biaya Yang Disetujui RCSC

6. Lokasi Penelitian : Kota Bandung

7. Temuan yang ditargetkan (penjelasan gejala atau kaidah, metode, teori atau antisipasi yang dikontribusikan pada bidang ilmu):

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemerintah dan penyelenggara perjalanan wisata dalam menjalankan program wisata sesuai dengan jalur *city tour* yang terdapat dalam penelitian ini, sehingga dapat mengoptimalkan penyebaran wisatawan ke berbagai kawasan di Kota Bandung berdasarkan kawasan pengembangan pariwisata sesuai Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025.

8. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu kepariwisataan (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada gagasan orisinal yang akan mendukung pengembangan pariwisata):
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dibidang perjalanan wisata khususnya mengenai penyusunan jalur *city tour*. Serta dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai perjalanan wisata.
9. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran Jurnal Nasional terakreditasi

ABSTRAK

Kota Bandung memiliki banyak kawasan wisata yang potensial, namun beberapa kawasan wisata di kota Bandung kurang mendapat kunjungan wisatawan. Menurut Meyer (2004) agar kunjungan wisatawan dapat tersebar ke berbagai wilayah, diperlukan rute wisata yang bisa menghubungkan antara satu kawasan wisata dengan kawasan wisata lainnya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyusun jalur *city tour* Kota Bandung untuk menarik wisatawan ke berbagai kawasan yang memiliki potensi wisata, sehingga wisatawan dapat tersebar ke berbagai wilayah di Kota Bandung. Adapun dalam penelitian ini menggunakan metode mixed method untuk dapat menggali kondisi atraksi, amenities, aksesibilitas, profil wisatawan, dan persepsi wisatawan di 15 kawasan wisata Kota Bandung. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data yang komprehensif, dilakukan observasi lapangan dan penyebaran kuesioner kepada 301 wisatawan yang telah mengunjungi kawasan wisata Kota Bandung. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menggambarkan atraksi wisata utama yang diminati di Kota Bandung adalah wisata belanja dan heritage, dimana aktivitas wisata yang paling diminati adalah kuliner. Selain itu, kondisi amenities dan aksesibilitas di Kota Bandung sudah memadai, namun ada 2 kawasan yaitu cibaduyut dan cigondewah yang aksesibilitasnya masih harus dikembangkan. Berdasarkan data temuan dan analisis dalam penelitian ini, dihasilkan jalur *city tour* unggulan dan jalur *city tour* potensial.

Kata kunci: jalur *city tour*, wisata kota, kawasan wisata

DAFTAR ISI

BAB I Pendahuluan.....	6
A. Latar Belakang.....	6
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II Tinjauan Pustaka.....	10
A. Wisata Kota.....	10
B. Produk.....	10
C. Atraksi	10
D. Amenitas	12
E. Aksesibilitas.....	14
F. Pasar	16
G. Penelitian Terdahulu.....	20
H. Kerangka Pemikiran	21
BAB III Metodologi Penelitian	22
A. Metode Penelitian	22
B. Obyek Penelitian	22
C. Populasi dan Sample	22
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Teknik Analisis	25
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	30
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	99
Daftar Pustaka	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wisata kota merupakan salah satu fenomena pariwisata yang secara konsisten berkembang (Arikan & Unsever, 2020; UNWTO, 2012). Perkembangan pariwisata disuatu kota menjadi salah satu sektor yang cukup berpengaruh dalam membangun perekonomian disuatu kota (UNWTO, 2012; Utami *et al.*, 2018). Adapun ketika berwisata, wisatawan akan menghabiskan uang untuk akomodasi dan fasilitas yang dibutuhkan selama berada dikota tersebut. Selain itu, wisatawan tidak hanya membutuhkan akomodasi, namun juga mereka membutuhkan makan dan minum, hiburan dan kebutuhan lainnya. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan dikota tersebut (Arikan & Unsever, 2020).

Adapun perkembangan wisata kota disertai terjadinya urbanisasi di seluruh dunia sehingga terjadi peningkatan penduduk yang tinggal di kota dan merasa lebih terhubung dengan gaya hidup perkotaan. Hal ini merangsang orang untuk berwisata mengunjungi kota-kota lain (Cave & Jollife, 2012; Postma, *et al.*, 2017). Hal ini senada dengan pernyataan Arikan & Unsever (2020) bahwa wisata kota dapat menarik kunjungan, baik wisatawan dengan tujuan bisnis maupun wisatawan dengan tujuan rekreasi.

Selain itu, ketika berkunjung ke kota lain, wisatawan setidaknya melakukan wisata kota dengan berbagai hal menarik yang ditawarkan (Cave & Jollife, 2012). Lebih dari itu, suatu kota dikatakan menarik biasanya karena merupakan pusat berbagai kegiatan, misalnya pusat pemerintahan, pusat pendidikan, kegiatan industri, olahraga, memiliki sarana dan prasarana yang memadai, serta mempunyai sejarah kota (Konakoglu & Kurdoglu, 2019).

Di Indonesia produk wisata kota tampaknya belum menjadi hal yang umum untuk ditemui. Kegiatan wisata kota biasanya masih berdasarkan permintaan (*upon request*), dan belum terdapat sebuah program regular wisata kota termasuk di kota Bandung. Padahal Kota Bandung sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat, pusat pendidikan, pusat mode dan masih banyak lagi potensi lainnya, tentu dapat menyediakan berbagai hal dan tempat yang menarik untuk dinikmati dan dikunjungi. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025 terdapat kawasan pengembangan pariwisata Kota Bandung yang terdiri dari: kawasan wisata Gegerkalong – Setiabudi; kawasan wisata Sukajadi – Sarijadi – Setrasari – Pasteur; kawasan wisata Cihampelas – Cipaganti; kawasan wisata Alun-alun – Sudirman – Otista – Gardujadi – Pasirkaliki; kawasan wisata Dago Utara – Punclut; kawasan wisata Gedung sate – Gasibu – Sabuga; kawasan wisata Padasuka – Suci, kawasan wisata ir.H Juanda – Merdeka – Riau; kawasan wisata Braga – Asia Afrika – Cikapundung; kawasan wisata Gatsu – Binong jati; kawasan wisata Tegalega; kawasan wisata Cibaduyut; kawasan wisata Cigondewah; kawasan wisata Ujung Berung; kawasan wisata Gede Bage (RIPKD, 2012).

Namun, walaupun memiliki banyak kawasan wisata yang potensial, namun ada juga beberapa kawasan wisata di kota Bandung yang kurang mendapat kunjungan wisatawan. Menurut Meyer (2004) agar kunjungan wisatawan dapat tersebar ke berbagai wilayah, diperlukan rute wisata yang bisa menghubungkan antara satu kawasan wisata dengan kawasan wisata lainnya. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan penyusunan jalur *city tour* untuk menarik wisatawan ke berbagai kawasan yang memiliki potensi wisata, sehingga wisatawan dapat tersebar ke berbagai wilayah di Kota Bandung. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian mengenai Penyusunan Jalur *City tour* Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana atraksi wisata di 15 kawasan wisata Kota Bandung?
2. Bagaimana amenities di 15 kawasan wisata Kota Bandung?
3. Bagaimana aksesibilitas di 15 kawasan wisata Kota Bandung?
4. Bagaimana profil wisatawan yang berkunjung ke 15 kawasan wisata Kota Bandung?
5. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap 15 kawasan wisata Kota Bandung?
6. Bagaimana penyusunan jalur *city tour* untuk mengoptimalkan penyebaran wisatawan di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Menghasilkan jalur *city tour* kota Bandung berdasarkan profil wisatawan Kota Bandung sesuai dengan kawasan pengembangan pariwisata berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025.

D. Manfaat Penelitian

a. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemerintah dan penyelenggara perjalanan wisata dalam menjalankan program wisata sesuai dengan jalur *city tour* yang terdapat dalam penelitian ini, sehingga dapat mengoptimalkan penyebaran wisatawan ke berbagai kawasan di Kota Bandung berdasarkan kawasan pengembangan pariwisata sesuai Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025.

b. Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dibidang perjalanan wisata khususnya mengenai penyusunan jalur *city tour*. Serta

dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai perjalanan wisata.

Ruang Lingkup Penelitian:

1. Kawasan wisata dalam penelitian adalah kawasan pengembangan pariwisata berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025.
2. Produk yang diteliti adalah jalur *city tour* Kota Bandung.
3. Aksesibilitas dalam penelitian adalah jalur antar kawasan.
4. Wisatawan dalam penelitian hanya dibatasi pada wisatawan domestik di kota Bandung.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian, obyek penelitian, populasi dan sample, partisipan, metode pengumpulan data, teknik analisis dan uji validitas dan reliabilitas.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan dari hasil pengolahan data mengenai penyusunan jalur *city tour* Kota Bandung.

5. BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI

Pada bab ini berisikan kesimpulan, saran dan implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A Wisata Kota

Seiring perkembangan pariwisata dunia saat ini, wisata kota sudahlah menjadi hal yang umum bagi kota-kota besar di dunia (UNWTO, 2012). Alasan umum wisatawan memilih kota sebagai tempat tujuan wisata adalah karena kota mempunyai fitur-fitur yang dapat menjadi daya tarik (Ashworth & Page, 2011). Karena sebuah kota juga biasanya menjadi pusat dari berbagai aktifitas seperti pemerintahan, kebudayaan, pendidikan, dll. Sehingga dari hal-hal tersebut maka sebuah kota dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan maupun penduduk kota itu sendiri (Konakoglu & Kurdoglu, 2019).

Dengan melihat pada kebutuhan akan adanya wisata kota terhadap kota-kota di Indonesia, khususnya dengan memperhatikan pada aspek jalur wisata kota maka sudah seharusnya disusun suatu jalur wisata kota yang baik, yang disusun berdasarkan potensi yang ada pada suatu kota, dan berdasarkan pendekatan literatur yang baik pula. Pada penyusunan jalur wisata kota ini, jalur diasumsikan sebagai produk yang ditawarkan kepada konsumen.

B Produk

Produk secara umum dapat terbagi menjadi produk nyata dan produk tidak nyata. Produk dalam bidang jasa khususnya wisata kota terbagi menjadi beberapa komponen yaitu atraksi, amenities/fasilitas, aksesibilitas, dan pasar (Ashworth & Page, 2011; Yuan et al., 2018)

C Atraksi

Atraksi merupakan salah satu aspek yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Atraksi di dalam konteks wisata kota adalah fitur wisata kota yang terintergrasi, yang menawarkan wisatawan aktifitas pasif dan juga aktif untuk mengisi waktunya selama melakukan kunjungan.

Adapun atraksi wisata kota menurut Ashworth & Page (2011) terbagi menjadi wisata sejarah, kebudayaan, nightlife, belanja. Atraksi sejarah adalah atraksi perkotaan yang mempunyai nilai-nilai sejarah. Contoh dari atraksi ini misalnya bangunan bersejarah dan museum. Sedangkan atraksi kebudayaan adalah atraksi perkotaan yang mempunyai nilai-nilai kebudayaan. Contoh dari atraksi misalnya museum dan galeri. Selanjutnya *Nightlife* adalah atraksi perkotaan yang bercirikan hiburan malam. Contoh dari atraksi ini misalnya klub malam dan kafe. Berikutnya adalah wisata belanja yang merupakan atraksi perkotaan yang terdiri dari pusat perbelanjaan. Contoh dari atraksi misalnya pertokoan, mall, *factory outlet* dan distro. Jenis-jenis atraksi tersebut akan baik nilainya jika dinilai dari aspek daya tarik yang dimiliki masing-masing atraksi dan aktivitas yang dapat dilakukan di masing-masing atraksi.

D Amenitas

Amenitas atau fasilitas secara umum merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi. Dalam konteks pariwisata khususnya wisata kota tentu harus didukung dengan fasilitas yang baik. Sehingga dalam memenuhi kebutuhan wisatawan akan melakukan perjalanan wisata, wisatawan dapat menikmati perjalanannya. Menurut Hacıa (2019), jenis amenities atau fasilitas wisata harus sesuai dengan karakteristik wisata kota. Amenitas atau fasilitas yang sesuai dengan karakteristik wisata kota terbagi menjadi dua, fasilitas utama dan fasilitas penunjang.

Adapun akomodasi merupakan fasilitas yang harus dimiliki oleh atraksi wisata, karena wisatawan yang melakukan perjalanan wisata memerlukan penginapan. Mengingat kebutuhan akan istirahat merupakan kebutuhan dasar manusia. Bentuk akomodasi tentunya harus sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Untuk menilai akomodasi yang baik dapat dinilai dari aspek klasifikasi akomodasi tersebut dan kondisi fisiknya (Hacıa, 2019).

Menurut Inskeep (1991) pengertian akomodasi saat ini sangat luas, sehingga pengertian akomodasi sendiri didasarkan atas pembagian jenis-jenis akomodasi itu sendiri. Tipe-tipe akomodasi menurut Inskeep diantaranya :

- Hotel yang berada di kota yang biasanya berfungsi bagi seseorang yang mempunyai keperluan bisnis ataupun liburan.
- Hotel konvensi merupakan hotel yang biasanya juga dipakai bagi seseorang yang melakukan bisnis ataupun liburan.
- Hotel bandara merupakan hotel yang terletak dekat dari bandar udara yang dirancang bagi penumpang penerbangan yang transit di kota tertentu, namun saat ini hotel bandara juga menyediakan fasilitas ruang rapat yang disediakan bagi pebisnis.
- Hotel yang terletak didekat stasiun kereta api atau terminal bis bagi seseorang yang melakukan perjalanan.
- Hotel resort merupakan hotel yang memang disediakan bagi seseorang yang ingin liburan dimana dalam hotel tersebut tersedia berbagai fasilitas dan fitur-fitur rekreasi juga lingkungan yang mendukung untuk melakukan rekreasi.

Selanjutnya rumah makan merupakan fasilitas yang harus dimiliki oleh atraksi wisata, karena makan dan minum merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai kebutuhan dasar manusia. Selain itu pada saat makan wisatawan dapat istirahat sejenak untuk melanjutkan kegiatan selanjutnya. Untuk menilai rumah makan yang baik dapat dinilai dari aspek klasifikasi rumah makan tersebut, kondisi fisik dan jumlah rumah makan dalam suatu kawasan (Hacıa, 2019). Adapun Inskeep (1991) menjelaskan bahwa *eating & drinking establishments* atau yang biasa disebut dengan restoran harus mempertimbangkan beberapa aspek seperti variasi jenis makanan yang disediakan, kualitas makanan, harga, tingkat higienitas, daya tarik dan kenyamanan, dan lokasi yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan dalam berwisata.

Berikutnya transportasi menurut Zheng et al., (2020) merupakan fasilitas yang harus dimiliki oleh atraksi wisata, karena dalam melakukan kegiatan wisata wisatawan berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Maka itu transportasi sangat dibutuhkan dalam kegiatan wisata. Transportasi yang memiliki kualitas yang baik akan sesuai dalam melakukan perjalanan wisata. Untuk wisata kota di kota Bandung, transportasi umum yang biasa digunakan adalah angkutan kota dan bis Damri. Jenis transportasi umum tersebut mempunyai rute yang cukup variatif walaupun belum mempunyai jadwal yang tetap. Dalam hal transportasi, juga harus diperhatikan mengenai area parkir terpadu. Karena dengan adanya area parkir terpadu maka akan banyak dampak positif yang diperoleh baik untuk kota wisata itu sendiri maupun bagi wisatawan. Dalam hal transportasi, Inskeep (1991) menjelaskan bahwa transportasi harus mempertimbangkan transportasi sebagai akses dalam memasuki suatu wilayah, sistem transportasi yang disediakan dalam suatu wilayah tersebut dan pertimbangan moda transportasi darat, laut dan udara dalam suatu wilayah.

Selain itu, masalah kesehatan dapat selalu muncul ketika wisatawan sedang berwisata. Maka itu menurut Inskeep (1991) diperlukan fasilitas kesehatan dalam suatu wilayah yang menjadi tempat berwisata. Fasilitas kesehatan tersebut harus memiliki kemampuan yang memadai seperti dengan adanya dokter, perlengkapan kesehatan dan klinik yang merupakan hal yang harus sangat dipertimbangkan. Selain untuk wisatawan, fasilitas kesehatan juga dibutuhkan bagi para pekerja yang bekerja di wilayah wisata.

Lebih dari itu, keamanan suatu wilayah wisata sangat penting diperlukan. Inskeep (1991) menjelaskan bahwa keamanan harus menjadi hal yang sangat dipertimbangkan dalam suatu wilayah wisata, seperti kepolisian dalam wilayah wisata, pelatihan keamanan di hotel dan jenis akomodasi lainnya, persiapan terhadap kebakaran dan termasuk pula kemampuan dalam menjaga stabilitas politik dan menghadapi aksi teroris. Wisatawan juga harus diberitahu mengenai tindakan kriminal yang biasa terjadi dan bagaimana cara

menghadapinya, yang mana bagi petugas keamanan di wilayah wisata hal ini harus menjadi prosedur rutin untuk diinformasikan kepada wisatawan seperti halnya *tourist information*.

E. Konsep Aksesibilitas

Dalam melakukan wisata kota diperlukan aksesibilitas yang baik dari satu tempat ke tempat lain. Aksesibilitas tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dalam menjalankan perjalanan wisata di suatu kota. Menurut Beeton, (1998:89), menyatakan bahwa :

”Kemudahan pencapaian objek, yang ditandai dengan akses yang baik, kesediaan infrastruktur dapat memberikan pengaruh terhadap motivasi pasar dalam melakukan perjalanan wisata”.

1. Jenis aksesibilitas

Aksesibilitas dapat dilihat dari aspek jalan. Karena jalan merupakan aspek utama dari aksesibilitas dari segi infrastruktur yang memberikan kemudahan kepada wisatawan dalam melakukan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya. Jalan di Indonesia terbagi atas beberapa jenis. Menurut data dari Dinas Perhubungan jalan di Indonesia jalan terbagi menjadi :

a. Jalan Arteri Primer

Jalan arteri primer adalah jalur yang menghubungkan secara berdaya guna antarpusat kegiatan nasional atau antara pusat kegiatan nasional dengan pusat kegiatan wilayah. Sistem jaringan jalan primer disusun berdasarkan rencana tata ruang dan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk pengembangan semua wilayah di tingkat nasional, dengan menghubungkan semua simpul jasa distribusi yang berwujud pusat-pusat kegiatan sebagai berikut:

- 1) Menghubungkan secara menerus pusat kegiatan nasional, pusat kegiatan wilayah, pusat kegiatan lokal sampai ke pusat kegiatan lingkungan; dan
- 2) Menghubungkan antarpusat kegiatan nasional, sebagai contoh Jalur Pantura yang menghubungkan antara Sumatera dengan Jawa di Merak, Jakarta, Semarang, Surabaya sampai dengan Banyuwangi merupakan arteri primer.

b. Jalan Arteri Sekunder

Jalan arteri sekunder adalah jalan yang melayani angkutan utama dengan ciri-ciri perjalanan jarak jauh kecepatan rata-rata tinggi, dan jumlah jalan masuk dibatasi seefisien, dengan peranan pelayanan jasa distribusi untuk masyarakat dalam kota. Di daerah perkotaan juga disebut sebagai jalan protokol.

c. Jalan Kolektor Primer

Jalan kolektor primer adalah jalan yang dikembangkan untuk melayani dan menghubungkan kota-kota antar pusat kegiatan wilayah dan pusat kegiatan lokal dan atau kawasan-kawasan berskala kecil dan atau pelabuhan pengumpan regional dan pelabuhan pengumpan lokal.

d. Jalan Kolektor Sekunder

Jalan kolektor sekunder adalah jalan yang melayani angkutan pengumpulan atau pembagian dengan ciri-ciri perjalanan jarak sedang, kecepatan rata-rata sedang, dan jumlah jalan masuk dibatasi, dengan peranan pelayanan jasa distribusi untuk masyarakat di dalam kota.

e. Jalan Lokal Primer

Jalan lokal primer adalah jalan yang menghubungkan secara berdaya guna pusat kegiatan nasional dengan pusat kegiatan lingkungan, pusat kegiatan wilayah dengan pusat kegiatan lingkungan, antarpusat kegiatan lokal, atau pusat kegiatan lokal dengan pusat kegiatan lingkungan, serta antarpusat kegiatan lingkungan.

f. Jalan Lokal Sekunder

Jalan lokal sekunder adalah menghubungkan kawasan sekunder kesatu dengan perumahan, kawasan sekunder kedua dengan perumahan, kawasan sekunder ketiga dan seterusnya sampai ke perumahan.

Secara umum jalan terbagi atas tiga jenis, yaitu jalan arteri, jalan kolektor dan jalan lokal. Di Indonesia jenis-jenis jalan tersebut sangat menentukan dalam perpindahan wisatawan dalam melakukan wisata, karena jenis jalan dapat menentukan banyaknya arus kendaraan yang melewatinya, lebar jalan, dll.

Sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan. Dalam menyusun jalur wisata kota yang baik tentunya harus ditentukan jalan yang baik kondisinya dan sesuai dengan kebutuhan.

F. Konsep Pasar

Dalam menyusun jalur wisata yang dapat memenuhi keinginan wisatawan maka diperlukan pula pendekatan dengan wisatawan terhadap persepsi dan ekspektasi mereka terhadap jalur wisata kota. Karena dengan demikian jalur yang disusun akan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pendekatan yang dapat dilakukan yaitu dengan mengadakan penelitian terhadap pasar.

Pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu dengan satu atau beberapa produk yang dapat memenuhi harapan dari pembeli, dan juga memiliki kemampuan dalam membeli produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan yang mereka inginkan (Venter, Wright, & Dibb, 2015). Untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan pasar, maka diperlukan sebuah pendekatan untuk melihat pasar secara lebih mendalam (Venter et al., 2015).

Secara umum, pengelompokan pasar berdasarkan karakteristik kebutuhan dan keinginan yang sama sangat diperlukan dalam pemasaran suatu produk wisata. Maksudnya bahwa dengan melakukan segmentasi, pemasar tidak lagi terkonsentrasi pada istilah “wisatawan” tetapi dengan segmentasi akan diperoleh banyak informasi mengenai tingkah laku dan pilihan wisatawan, sehingga dengan mengetahui keinginan, kebutuhan dan harapan besar, pemasar dapat menyesuaikan bauran produk untuk masing-masing segmentasi (Prayag, Disegna, Cohen, & Yan, 2014).

1 Segmen Pasar

Pasar dapat dibagi menjadi beberapa segmen. Kotler & Armstrong (2011) membagi pasar dalam tiga segmen berdasarkan karakter masing-masing pasar, yaitu:

a. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran. Alasan penggunaan segmentasi demografis adalah karena keinginan, preferensi dan tingkat pemakaian sangat berhubungan dengan variabel demografi.

- Umur, jenis kelamin, maupun jumlah anggota keluarga yang bepergian bersama-sama adalah hal yang penting diketahui untuk tujuan pemasaran dan fasilitas yang disediakan bagi wisatawan.
- Lama tinggal yang ditentukan berdasarkan jumlah berapa malam wisatawan menginap dalam suatu wilayah wisata merupakan hal penting yang berhubungan dengan fasilitas yang digunakan dan total pengeluaran selama berwisata oleh para wisatawan.
- Jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Jenis pekerjaan dapat dikategorikan seperti tingkatan manajer, profesional, pekerja, ibu rumah tangga, pelajar dan pensiunan. Tingkat pendapatan juga dapat dibagi menjadi beberapa kategori walaupun kebanyakan orang tidak menjelaskan pendapatan yang sebenarnya. Kedua hal tersebut merupakan aspek yang penting untuk tujuan pemasaran dan fasilitas yang disediakan bagi wisatawan.
- Tempat wisata yang biasanya dikunjungi oleh wisatawan dan jenis penginapan yang digunakan bagi wisatawan merupakan hal yang penting dalam perencanaan perjalanan wisata.
- Jumlah kunjungan baik itu kunjungan yang pertama maupun kunjungan untuk kesekian kalinya merupakan hal yang diperlukan untuk diketahui karena kunjungan yang sering dilakukan oleh

wisatawan merupakan indikasi bahwa destinasi tertentu mempunyai daya tarik yang baik.

- Perjalanan sendiri atau grup adalah hal yang penting untuk diketahui untuk tujuan pemasaran dan juga berhubungan erat dengan fasilitas yang digunakan dan bentuk pengeluaran yang dilakukan.

b. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit- unit geografis yang berbeda, seperti asal wisatawan.

- Dari negara atau kota mana wisatawan berasal merupakan data yang penting yang digunakan untuk tujuan pemasaran.

Kota asal wisatawan penting untuk diketahui karena banyak orang-orang yang berdomisili di suatu negara tertentu namun memiliki passport yang berbeda dari negara yang ditinggalinya.

Contoh dari hal ini misalnya seseorang yang bekerja dan tinggal diluar negeri dan mempunyai tingkatan sosial ekonomi yang baik lalu melakukan perjalanan masih dalam negara atau wilayah tersebut.

c. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai yang di nilai melalui ekspektasi dan persepsi.

- Tujuan kunjungan termasuk diantaranya liburan, bisnis, belajar, hubungan diplomatis, mengunjungi teman dan kerabat atau kadang-kadang kategori lainnya ditentukan oleh situasi tertentu.

Karakteristik dari tujuan kunjungan nyatanya sangat penting dalam hal pemasaran dan perencanaan untuk fasilitas yang disediakan.

- Bentuk pengeluaran. Jumlah dan pengalokasian dana yang dikeluarkan oleh wisatawan dibagi menjadi beberapa kategori yaitu akomodasi, makan dan minum, berbelanja, transportasi lokal dan *tour* merupakan hal yang penting untuk diketahui karena dapat menentukan efek

ekonomi yang ditimbulkan oleh pariwisata dan menentukan rekomendasi bagaimana cara untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan. Bentuk pengeluaran dapat ditentukan dengan cara melakukan survey dengan memperkirakan bentuk pengeluaran dari hotel, restoran, biro perjalanan, toko eceran dan untuk wisatawan asing dimungkinkan untuk diketahui bentuk pengeluarannya dari jumlah penukaran mata uang yang mana dapat diperoleh pengeluaran kotornya.

- Perilaku wisatawan dan tingkat kepuasannya menggambarkan keadaan suatu wilayah wisata tertentu baik itu dilihat dari aspek atraksi wisatanya, fasilitas dan jenis pelayanannya yang mana dapat dijadikan informasi yang berharga untuk meningkatkan pelayanan wisata atau bahkan tidak ada manfaatnya sekali bagi perkembangan wisata dilihat dari hasil survey yang ada. Informasi ini sangat baik jika didapatkan dari hasil survey yang biasanya juga memasukan bentuk pengeluaran wisatawan dan karakteristiknya yang mana faktor-faktor ini saling berhubungan ketika dilakukan analisis. Survey ini juga dapat dilakukan penambahan dengan pertanyaan yang berhubungan untuk pengembangan wisata misalnya dengan pertanyaan apakah mereka akan kembali lagi untuk kunjungan berikutnya.

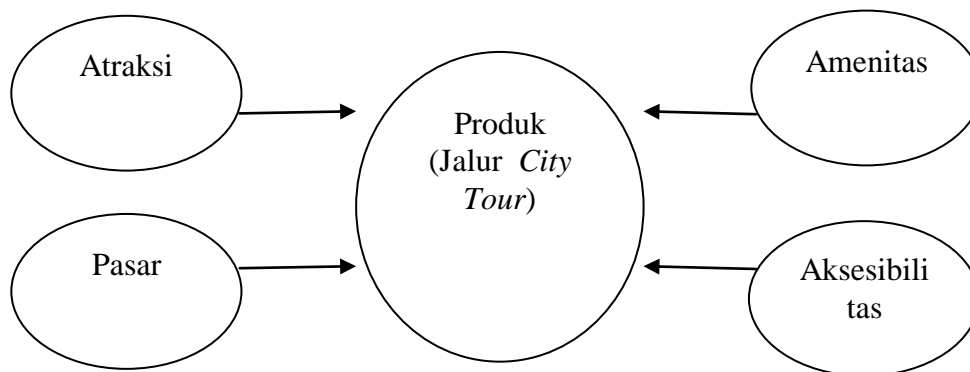
Penjelasan tersebut mempunyai implikasi langsung dalam penyusunan jalur wisata kota Bandung. Selain itu diperlukan kajian ulang terhadap potensi wisata yang ditinjau melalui atraksi, amenities dan aksesibilitas yang sudah ada sehingga dapat melakukan penyusunan yang tepat mengenai penyusunan jalur wisata kota Bandung untuk memenuhi kebutuhan pasar.

G. Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Penulis	Tujuan Penelitian	Methodology	Hasil
Heuristic for the time dependent team orienteering problem: Application to tourist route planning	(Gavalas <i>et al.</i> , 2015)	To select POIs that match tourist preferences	TDTOPTW heuristics	TTDP alogarithms handle arbitrary rather than fixed start/ end locations for derived tourist itineraries.
Using a four-step heuristic alogarithm design personalized day tour route within a tourist attraction	(Zheng, Liao, & Qin, 2017)	To constructs a tourist recommendation system with consideration for aesthetic fatigue and variable sightseeing value.	A four-step heuristic alogarith	The proposed system was able to design more realistic and better personalized routes for tourists than previous system.
Using a heuristic approach to design personalized tour routes for heterogeneous tourist groups	(Zheng & Liao, 2019)	To design a nondominated sorting heuristic approach that involves ant colony optimatization	Spatial-temporal structure of a route and two objectives	Provide tourist groups with more diversified, realistic, and personalized routes compared with previous methods.

Penelitian terdahulu dari table diatas mengenai *tour routes / tourist routes* menggunakan metode atau pendekatan heuristic, TDTOPTW dan Spatial-temporal structure, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode mixed method.

H. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis, 2020

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan metode mixed method dengan desain concurrent triangulation. Menurut Creswell (2009) pada metode mixed method dengan desain cocurrent triangulation, peneliti mengumpulkan data baik data kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan kemudian data tersebut dibandingkan untuk dianalisis. Hal ini digunakan untuk menguatkan data yang ditemukan satu sama lainnya.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan mixed method dengan desain concurrent triangulation untuk mendapatkan data quantitative mengenai profil wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung serta data qualitative berupa potensi atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di 15 kawasan pengembangan wisata Kota Bandung. Sehingga didapatkan 4 data yang penting untuk menyusun jalur *city tour* Kota Bandung yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan profil wisatawan (pasar).

B. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah 15 kawasan pengembangan pariwisata sesuai Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2012-2025.

C. Populasi dan Sample

Untuk pengambilan data kuantitatif diperlukan populasi dan sample yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke salah satu dari 15 kawasan wisata Kota Bandung.

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Cohen *et al.*, 2007). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah

pengunjung yang pernah berkunjung ke salah satu dari 15 kawasan kota Bandung yang telah ditetapkan oleh peneliti, dimana untuk jenis populasi dalam penelitian ini adalah *infinite population* karena belum adanya data mengenai jumlah wisatawan yang mengunjungi 15 Kawasan Kota Bandung.

2. Sample

Sampel dapat didefinisikan sebagai objek yang menjadi parameter atau karakteristik yang mewakili populasi (Singh, 2007). Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Dimana Teknik *non-probability sampling* ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak melibatkan pemilihan secara acak, sedangkan untuk *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Hermawan, 2018).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke salah satu dari 15 kawasan wisata Kota Bandung dengan dihitung menggunakan formula Lemeshow dikarenakan jumlah populasi wisatawan tidak diketahui jumlahnya. Berikut adalah perhitungan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan formula Lemeshow :

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan formula Lemeshow diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai n atau jumlah sampel yang diambil adalah 96 sample, namun dalam penelitian ini didapatkan 301 sample, dikarenakan menurut Cohen *et al.*, 2007) semakin besar sampel yang diambil dalam sebuah populasi maka akan semakin baik.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yakni:

a. Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif

1) Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner merupakan teknik pengumpulan data oleh peneliti yang dilakukan melalui penyebaran seperangkat pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawabnya (Hermawan, 2018).

Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *google form* yang disebarkan pada bulan Mei sampai bulan Juli 2020. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 350 wisatawan yang pernah berkunjung ke salah satu dari 15 kawasan wisata Kota Bandung yang dilakukan secara daring, dari 350 kuesioner yang disebarkan terdapat 49 kuesioner yang tidak valid dikarenakan wisatawan tersebut tidak memenuhi kriteria yang sudah ditentukan dalam penelitian, sehingga jumlah data kuesioner yang valid dan diolah adalah sebanyak 301 kuesioner. Dari jumlah responden yang ada, mereka diberikan pertanyaan yang mengacu pada profil wisatawan dan persepsi terhadap kawasan wisata Kota Bandung dengan pilihan jawaban dari baik – cukup - kurang. Cara mencari responden dalam penelitian ini adalah dengan membuat

unggahannya di *Instagram* dan *Twitter* untuk meminta orang-orang yang pernah mengunjungi kawasan wisata Kota Bandung untuk mengisi kuesioner melalui *google form*.

b. Teknik Pengumpulan Data Kualitatif

1) Observasi

Observasi menurut Hermawan (2018) adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan dan penginderaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terstruktur yang mana observasi telah dirancang sistematis apa, dimana, dan kapan pelaksanaannya. Adapun peneliti melakukan observasi terhadap potensi atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Kota Bandung.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Alat Pengumpulan Data Kuantitatif

Kuesioner ditujukan untuk wisatawan yang akan dijawab secara online menggunakan *google form* dengan cara disebarakan kepada wisatawan yang pernah berwisata ke kawasan wisata Kota Bandung melalui media *Instagram* dan *Twitter*. Kuesioner ini meliputi profil wisatawan dan persepsi wisatawan terhadap kawasan wisata Kota Bandung.

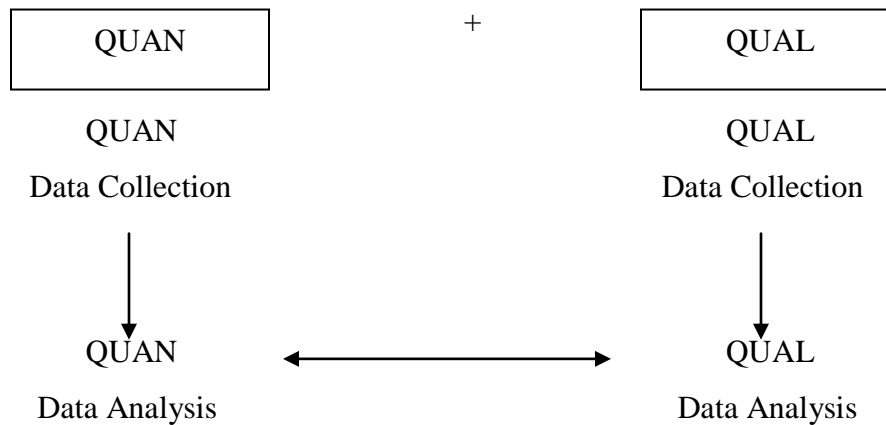
b. Alat Pengumpulan Data Kualitatif

Checklist observasi dibuat secara terstruktur untuk dapat mengetahui potensi atraksi, aksesibilitas dan amenitas di kawasan wisata Kota Bandung.

E. Teknik Analisis

Untuk menganalisis jenis data yang berbeda yaitu kuantitatif dan kualitatif maka peneliti menggunakan analisis sesuai dengan metode peneliian yang digunakan yaitu *mix method* dengan rancangan penelitian *concurrent triangulation* dimana data kuantitatif dan kualitatif di analisis dalam waktu bersamaan kemudian dikomparasikan.

Alur analisis data dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Creswell (2009)

1. Teknik Analisis Data Kuantitatif

Data Kuantitatif yang tersaji dalam penelitian ini dianalisis melalui teknik analisis data statistika deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan Hasan (2001:7). Statistika deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan. Penarikan kesimpulan pada statistika deskriptif (jika ada) hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada. Data yang disajikan dalam statistik deskriptif biasanya dalam bentuk ukuran pemusatan data (Kuswanto, 2012). Selain dalam bentuk ukuran pemusatan data juga dapat disajikan dalam bentuk salah satunya adalah diagram dan tabel. Kuesioner mengenai persepsi wisatawan terhadap kawasan wisata Kota Bandung terdiri dari 3 pilihan yaitu baik, cukup, kurang. Kemudian hasil dari data yang ditemukan dijumlahkan sehingga menghasilkan persentase sesuai dengan pilihan wisatawan.

2. Teknik Analisis Data Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman (2007). Model analisis data kualitatif ini memiliki langkah-langkah dalam kegiatan menganalisis data yaitu pengumpulan data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclutions). Miles dan Huberman menjabarkan langkah-langkah tersebut menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data (Data Collection)

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi terkait kondisi atraksi, aksesibilitas dan amenitas di Kota Bandung.

b. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2007: 16).

c. Penyajian Data (Data Display)

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan (Miles dan Huberman, 2007: 84).

d. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (Conclutions)

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh (Miles dan Huberman, 2007: 18). Penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan pada penarikan kesimpulan awal pada reduksi data. Apabila kesimpulan awal dan akhir memiliki makna yang sama, maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.

Q3	0,727832	0,279	Valid
Q4	0,57508	0,279	Valid

Sumber: Hasil olahan data peneliti, 2020

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil dari seluruh item instrumen memiliki R Hitung $> 0,279$. Dengan demikian instrumen untuk persepsi wisatawan terhadap 15 kawasan wisata Kota Bandung dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dalam suatu penelitian guna mengukur sejauh mana hasil atau pengukuran dari alat kumpul data bersifat tetap dari waktu ke waktu, dapat dipercaya serta terbebas dari measurement error.

UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP 15 KAWASAN WISATA KOTA BANDUNG

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	R Tabel	Jumlah Item
0.893	0.279	4
Keterangan		Reliabel

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan Cronbach Alpha $> 0,279$, yakni 0,893, dengan demikian instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan kualitatif, hasil penelitian dan pembahasan kuantitatif, serta interpretasi dari pembahasan kualitatif dan kuantitatif.

Dalam hasil penelitian dan pembahasan kualitatif akan menjabarkan mengenai potensi atraksi, amenitas dan aksesibilitas di 15 kawasan wisata Kota Bandung. Sedangkan hasil penelitian dan pembahasan kuantitatif akan menjabarkan mengenai profil wisatawan (pasar) dan yang berkunjung ke Kota Bandung.

1. Hasil Penelitian dan Pembahasan Kualitatif

TABEL 4.1. Atraksi Kawasan 1: Gegerkalong-Setiabudi

ATRAKSI				AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/ HIBURAN	LAINNYA	
Villa Isola	Rumah Mode dan sekitarnya Factory Outlet, Pertokoan Jl. Setiabudi	Millenium	Pondok Pesantren (Daarut Tauhid) – Institusi/lembaga pendidikan (STPB, UPI, UNPAS)	Wisata Religi – Wisata Pendidikan – Wisata Belanja

Berdasarkan table 4.1. Kawasan 1 Gegerkalong – Setiabudi terdapat atraksi wisata heritage, belanja, hiburan, pendidikan dan religi. Keragaman produk yang ditawarkan di kawasan setiabudi dan gegerkalong adalah suatu alasan yang tepat untuk dijadikan sebagai salah satu jalur wisata di kota bandung.

TABEL 4.2 Amenitas Kawasan 1 : Gegerkalong-Setiabudi

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	26	Baik	Ledeng » Abd. Muis	Tersedia 1.Lapangan Parkir KPAD
	Bintang 4						Ledeng »	
	Bintang 3	1	Baik				Cicaheum	

Bintang 2	3	Baik				Ledeng » Margahayu	2. Lahan Parkir Rumah Mode
Bintang 1							
Melati 3	9	Cukup				Ciroyom » Sarijadi	
Melati 2	4	Cukup				Leuwi Panjang »	
Melati 1						Ledeng (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	6	Baik	2	Baik	-	-	1	Baik

Kawasan satu sudah mempunyai amenities yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 4 hotel berbintang dan 13 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Jumlah restoran yang mencapai 26 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 6 rute angkutan umum dan 1 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan satu terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 6 lokasi dan pompa bensin yang terdapat di 2 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata di kawasan satu. Namun demikian di kawasan satu ini belum terdapatnya pos kesehatan yang mana hal ini dapat mengurangi kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.3. Aksesibilitas Kawasan 1 : Gegerkalong-Setiabudi*Jalan kolektor*

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Setiabudi	450	12	Baik
2	Jl. Setiabudi	2410	12	Baik
3	Jl. Setiabudi	3300	7	Baik

Jalan Lokal

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Gegerkalong Hilir	1250	6	Baik

Aksesibilitas pada kawasan satu sudah cukup baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan kolektor yang merupakan jenis jalan yang cukup baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan cukup lancar.

Namun untuk jalan lokal sebaiknya tidak dilewati oleh jalur wisata kota, karena keadaan jalannya kurang mendukung, dimana lebar jalan hanya berkisar diantara 5-6 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat terhambat dengan sempitnya jalan yang tersedia. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan satu ini akan berjalan dengan cukup baik.

TABEL 4.4. Atraksi Kawasan 2: Sukajadi-Sarijadi- Setrasari-Pasteur

ATRAKSI				AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/HIBURAN	LAINNYA	
Perumahan-Perumahan Peninggalan Belanda	Ciwalk Mall, Pusat Konveksi dan Jins Cihampelas, Toko Oleh-Oleh Khas Bandung. Aktivitas Pinggir Jalan (Distro, Pedagang Kaki lima) Factory Outlet	Studio East (Discotik), Embassy.	Restaurant & Café, Fast Food, Bakery	Wisata Belanja & Kuliner – Wisata Heritage

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bagaimana kawasan 2. yaitu daerah Sukajadi – Sarijadi – Setrasari - Pasteur lebih menunjukkan kecenderungan terhadap atraksi wisata belanja. Namun terdapat juga atraksi wisata lainnya seperti heritage dan night life. Keragaman atraksi wisata yang ditawarkan di kawasan ini dapat memberi peluang yang besar bagi industri pariwisata mengolah aktivitas wisata dikawasan ini terutama dalam pembuatan jalur *city tour* kota bandung.

TABEL 4.5. Amenitas Kawasan 2 : Sukajadi-Sarijadi- Setrasari-Pasteur

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5	1	Baik	Restoran	26	Baik	Ledeng » Margahayu	Tersedia 1. Paris Van Java Mall 2. Bandung Trade Center 3. Giant.
	Bintang 4						Ciroyom » Sarijadi	
	Bintang 3	2	Baik				Sederhana » Buah Batu	
	Bintang 2						Sederhana » Cijerah	
	Bintang 1						Cimindi » Sederhana	
	Melati 3	3	Cukup				Cibaduyut » Karangsetra	
	Melati 2						Karangsetra » Cibaduyut	
	Melati 1	1	Cukup				Leuwi Panjang » Ledeng (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	6	Baik	2	Baik	1	Baik	2	Baik

Kawasan dua sudah mempunyai amenitas yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 3 hotel berbintang dan 4 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Jumlah restoran yang mencapai 26 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 8 rute angkutan umum dan 1 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan dua terdapat 3 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 6 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 2 lokasi, pos kesehatan yang terdapat di 1 lokasi dan pos keamanan yang terdapat di 2 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.6 Kawasan 2 : Sukajadi-Sarijadi- Setrasari-Pasteur

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Pasteur	400	12	Baik

Jalan Kolektor

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Sukajadi	2840	11	Baik

Jalan Lokal

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Prof. DR. Surya Sumantri	220	9	Baik
	Jl. Sarijadi	290	7	Baik

Aksesibilitas pada kawasan dua sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia terbagi menjadi jalan arteri, jalan kolektor dan jalan lokal yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena jalan kolektor memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter sedangkan jalan arteri memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar.

Namun untuk jalan lokal sebaiknya tidak dilewati oleh jalur wisata kota, karena keadaan jalannya kurang mendukung, dimana lebar jalan hanya berkisar diantara 5-6 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat terhambat dengan sempitnya jalan yang tersedia. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan dua ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.7. Atraksi Kawasan 3 : Cihampelas-Cipaganti

ATRAKSI			AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/HIBURAN	
Museum Barli	Paris Van Java Mall, Pasar Sukajadi, Setrasari Mall, Bandung Trade Center, Swalayan (Giant & Griya).	Transit café, Artden.	Wisata Belanja & Kuliner – Wisata Seni & Budaya

Berdasarkan tabel 4.7, dapat terlihat bahwa kawasan 3. yaitu daerah Cihampelas dan Cipaganti mempunyai banyak atraksi wisata mulai dari atraksi wisata Heritage, belanja, hingga hiburan. Dengan melihat data dari tabel diatas maka kombinasi untuk penyusunan jalur *city tour* bisa dibentuk dikawasan ini, karena dengan kombinasi dari berbagai atraksi wisata dalam satu kawasan dapat memberikan

pilihan dan variasi bagi wisatawan untuk melakukan aktivitas wisata yang mereka inginkan.

TABEL 4.8. Amenitas Kawasan 3 : Cihampelas- - Cipaganti

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	24	Baik	Cicaheum » Ciroyom (PP)	Tersedia 1.Pelataran parkir Ciwalk
	Bintang 4	1	Baik				Ciumbuleuit » St. Hall (PP)	2.Pelataran parkir Promenade
	Bintang 3	1	Baik				Ledeng » Margahayu (PP)	
	Bintang 2							
	Bintang 1							
	Melati 3	7	Cukup				Sederhana » Buah Batu (PP)	
	Melati 2							
	Melati 1						Tegal Lega » Cisitu (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	3	Baik	2	Baik	1	Baik	-	-

Kawasan tiga sudah mempunyai amenitas yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 2 hotel berbintang dan 7 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Jumlah restoran yang mencapai 24 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 5 rute angkutan umum yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan tiga terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 3 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 2 lokasi dan pos kesehatan yang terdapat di 1 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata di kawasan tiga. Namun demikian di kawasan tiga ini belum terdapatnya pos keamanan yang mana hal ini dapat mengurangi kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.9. Aksesibilitas Kawasan 3 : Cihampelas- - Cipaganti

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Cihampelas	970	10	Baik
	Jl. Cihampelas	1060	12	Baik
	Jl. Cihampelas	1900	7	Baik
	Jl. Cipaganti	2030	8	Baik

Aksesibilitas pada kawasan tiga sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan arteri yang merupakan jenis jalan yang sangat baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan tiga ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.10. Atraksi Kawasan 4 : Alun-Alun – Sudirman – Otista – Gardujati-Pasirkaliki

ATRAKSI			AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/ HIBURAN	
Kawasan Pecinan, Mesjid Agung, Alun-Alun, Klenteng di Pecinan	Pusat perbelanjaan & Pedagang Kaki Lima kawasan Alun-Alun, Pasar Baru Trade Center, Pertokoan Pasar Baru, Pertokoan Barang Elektronik Jl. ABC, Toko oleh-oleh khas Bandung, Pascal Hypermart, Istana Plaza, Restaurant & Café, Bakery Shop, Pujasera pinggir jalan	Taman Kota Alun-Alun, Pub, Karoke, Discotik, tempat hiburan khusus Kawasan Sudirman, Pub, Karoke, Discotik Kawasan Gardujati-Pasir Kaliki,	Wisata Belanja & Kuliner – Wisata Hiburan & Rekreasi – Wisata Heritage – Wisata Religi

Berdasarkan tabel 4.10, kawasan 4 yaitu daerah Alun-Alun – Sudirman – Otista – Gardujati-Pasirkaliki memiliki berbagai atraksi wisata mulai dari atraksi wisata Heritage, belanja, hingga rekreasi. Dengan melihat data dari tabel 4.10 dan daerah – daerah yang tergabung dalam kawasan ini, dapat diketahui bahwa kawasan ini sangatlah padat untuk melakukan aktivitas wisata karena kawasan ini terdapat di tengah perkotaan. Untuk penyusunan jalur *city tour*, kawasan ini dapat dijadikan wisata minat khusus.

Tabel 4.11. Amenitas Kawasan 4 : Alun-Alun – Sudirman – Otista – Gardujati-Pasirkaliki

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir

Bintang 5			Restoran	22	Baik	St. Hall » Gede Bage	Tersedia 1. Pelataran parkir mesjid Agung
Bintang 4	1	Baik				Ciroyom » Sarijadi	
Bintang 3	3	Baik				Ciroyom » Cikudapateuh (PP)	2. Pelataran Parkir Paskal Hypersquar
Bintang 2	2	Baik				Cijerah » Sederhana	
Bintang 1	1	Cukup				Cisitu » Tegal Lega	3. Pelataran Parkir Pasar Baru Trade Center
Melati 3	4	Cukup				Cicadas » Elang	
Melati 2						Cibaduyut » Karangsetra	
Melati 1						Leuwi Panjang » Ledeng (PP) Leuwi Panjang » Cicaheum (PP)	
						Kebun Kelapa » Cibiru (PP)	
						Cicaheum » Cibeureum (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	13	Baik	3	Baik	2	Baik	1	Baik

Kawasan empat sudah mempunyai amenities yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 7 hotel berbintang dan 4 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Jumlah restoran yang mencapai 22 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 11 rute angkutan umum dan 3 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan empat terdapat 3 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 13 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 3 lokasi, pos kesehatan yang terdapat di 2 lokasi dan pos keamanan yang terdapat di 1 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.12. Aksesibilitas Kawasan 4 : Alun-Alun – Sudirman – Otista – Gardujati-Pasirkaliki

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Jend. Sudirman	1955	14	Baik
	Jl. Jend. Sudirman	410	14	Baik
	Jl. Kebon Jati	1480	12	Baik
	Jl. Otista	1660	15	Baik

Jalan Kolektor

Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
Jl. Gardu Jati	790	15	Baik
Jl. Pasir Kaliki	1720	13	Baik

Aksesibilitas pada kawasan empat sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia adalah jalan arteri dan jalan kolektor yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena jalan kolektor memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter sedangkan jalan arteri memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan empat ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.13. Atraksi Kawasan 5 : Dago Utara – Punclut

ATRAKSI		AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	REKREASI/ HIBURAN	
Gedung pertunjukan Bumi Siliwangi	Pemandangan Alam Dago Atas, Dago Pakar. Taman Wisata Alam & Budaya (THR. Ir. H Juanda, Taman Budaya Jawa Barat), Kawasan Lindung (Punclut – Dago Atas), Kawasan Rekreasi Alam dan Budaya (Dago Golf, Dago Pakar, Galeria - Galeria Seni dan Budaya)	Wisata Rekreasi Alam – Wisata Seni & Budaya

Berdasarkan tabel 4.13, untuk kawasan dago utara dan punclut hanya wisata heritage dan rekreasi alam dan seni budaya yang berkembang seperti Taman Wisata Alam & Budaya Jawa Barat (Dago Golf, Dago Pakar, Galeria - Galeria Seni dan Budaya), kawasan lindung (Punclut – Dago Atas), sedangkan wisata belanja kurang terlihat potensinya.

TABEL 4.14 Amenitas Kawasan 5 : Dago Utara – Punclut

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	3	Baik	Abd. Muis »	Tersedia
	Bintang 4	1	Baik				Dago	1. Pelataran Parkir Bumi Siliwangi
	Bintang 3	1	Baik				Dago »	
	Bintang 2	1	Baik				Abd. Muis	2. Pelataran Parkir THR
	Bintang 1						St. Hall »	3. Pelataran parkir Dago
	Melati 3	3	Cukup				Dago »	Golf, Dago
	Melati 2						St. Hall	Pakar, Café- Café dago
	Melati 1	1	Cukup					atas

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	-	-	1	Baik	2	Baik	-	-

Kawasan lima sudah mempunyai amenities yang cukup baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 3 hotel berbintang dan 4 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 4 rute angkutan umum yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Namun di kawasan ini hanya terdapat 1 restoran yang mana membatasi aktivitas wisatawan khususnya dalam mencari tempat untuk beristirahat. Di kawasan lima terdapat 3

lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Namun kawasan ini belum mempunyai fasilitas pendukung yang baik diantaranya tidak tersedianya mesin ATM dan pos keamanan, hanya terdapat 1 lokasi pompa bensin dan 2 lokasi pos keamanan yang mana hal ini dapat mengganggu dan mengurangi kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.15. Aksesibilitas Kawasan 5 : Dago Utara – Punclut

Jalan Kolektor

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Ciumbeluit	2870	5.5	Baik

Aksesibilitas pada kawasan lima sudah cukup baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia adalah jalan kolektor yang merupakan jenis jalan yang cukup baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan cukup lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan empat ini akan berjalan dengan cukup baik.

TABEL 4.16. Atraksi Kawasan 6 : Gedung Sate – Gasibu - Sabuga

ATRAKSI			AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/ HIBURAN	
Gedung Sate, ITB, Villa Merah Universitas Padjajaran, Museum Geologi, Lapangan Gazibu, Monumen Perjuangan, Masjid Salman, Istiqomah, PUSDAI	Lapangan Gasibu	Café Halaman, Taman Wisata Alam dan Rekreasi Kebon Binatang, TWA Babakan Siliwangi, Wisata Buatan Sabuga Convention Hall	Wisata Heritage – Wisata Pendidikan – Wisata Rekreasi Alam & Buatan – Wisata Konvensi (MICE) - Wisata Religi

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bagaimana kawasan 6. yaitu daerah Gedung Sate – Gasibu - Sabuga memberikan gambaran bahwa atraksi wisata yang lebih banyak didapat dikawasan ini adalah cenderung atraksi wisata Heritage. Meskipun atraksi wisata belanja serta rekreasi juga terdapat di kawasan 6, namun tidak sebanyak wisata heritage.

TABEL 4.17. Amenitas Kawasan 6 : Gedung Sate -Gasibu-Sabuga

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	6	Baik	Dago » Pasar Caringin	Tersedia
	Bintang 4							1. Pelataran Parkir Sabuga
	Bintang 3	1	Baik					2. Pelataran Parkir Kampus
	Bintang 2	1	Baik					Cicaheum » Ledeng
	Bintang 1							Cicaheum » Ciroyom
	Melati 3	2	Cukup					3. Pelataran Parkir Kebon Binatang
	Melati 2	1	Cukup					4. Pelataran Parkir Museum POS
	Melati 1							Dipatiukur » Jatinangor (PP)
No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	9	Baik	1	Baik	1	Baik	-	-

Kawasan enam sudah mempunyai amenities yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 2 hotel berbintang dan 3 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Dengan jumlah restoran yang tidak sebanyak dengan kawasan-kawasan sebelumnya yaitu sebanyak 6

buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 5 rute angkutan umum dan 1 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan satu terdapat 4 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 9 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 1 lokasi dan pos kesehatan yang terdapat di 1 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini. Namun demikian di kawasan satu ini belum terdapatnya pos keamanan sehingga mengurangi kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.18 Kawasan 6 : Gedung Sate -Gasibu-Sabuga

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Ir. H. Juanda	4600	14	Baik
	Jl. Surapati	2400	10	Baik

Jalan Kolektor

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Banda Cilandiri	550	9	Baik
	Jl. Dipati Ukur	1750	8	Baik
	Jl. Diponegoro	1470	12	Baik

Jalan Lokal

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Banda	500	9	Baik

Aksesibilitas pada kawasan enam sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia adalah jalan arteri, jalan kolektor dan jalan lokal yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena jalan kolektor memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter sedangkan jalan arteri memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar.

Namun untuk jalan lokal sebaiknya tidak dilewati oleh jalur wisata kota, karena keadaan jalannya kurang mendukung, dimana lebar jalan hanya berkisar diantara 5-6 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat terhambat dengan sempitnya jalan yang tersedia. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan enam ini akan berjalan dengan baik. Untuk kondisi jalan di kawasan enam sudah baik.

TABEL 4.19. Atraksi Kawasan 7 : Padasuka-Suci

ATRAKSI		AKTIVITAS WISATA
BELANJA	LAINNYA	
Pasar Tradisional Cihaurgeulis, Kawasan Centra Kaos Jl. PHH Mustofa	Sentra Kesenian (Saung Angklung Udjo)	Wisata Seni & Budaya – Wisata Belanja

Berdasarkan tabel 4.19, wisata belanja adalah atraksi wisata yang paling banyak terdapat di kawasan ini sedangkan atraksi wisata heritage dan rekreasi kurang berkembang. Selain Atraksi wisata belanja yang turut berkembang di kawasan ini adalah Sentra Kesenian (Saung Angklung Udjo), sesuai dengan aktivitas di kawasan ini yaitu kegiatan Wisata Seni & Budaya serta Wisata Belanja.

TABEL 4.20. Amenitas Kawasan 7 : Padasuka-Suci

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5	2	Baik	Restoran	6	Baik	Abdul Muis » Cichaeum	Tersedia 1. Pelataran Parkir Mesjid PUSDAI
	Bintang 4							
	Bintang 3	1	Baik				Abd. Muis » Cicaheum	2. Pelataran Parkir Saung Angklung Udjo
	Bintang 2							
	Bintang 1	2	Baik				Cicaheum » Ledeng	
	Melati 3							
	Melati 2							
	Melati 1						Ciroyom » Cicaheum	
							Ciwastra » Cicaheum	
							Cibaduyut » Cicaheum	
							Gede Bage » Sadang Serang	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	6	Baik	1	Baik	-	-	1	Baik

Kawasan tujuh sudah mempunyai amenities yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 3 hotel berbintang dan 2 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Dengan jumlah restoran yang tidak sebanyak dengan kawasan-kawasan sebelumnya yaitu sebanyak 6 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 7 rute angkutan umum yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan satu terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 6 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 1 lokasi dan pos keamanan yang terdapat di 1 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini. Namun demikian di kawasan satu ini belum terdapatnya pos kesehatan sehingga mengurangi kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini

TABEL 4.21. Aksesibilitas Kawasan 7 : Padasuka-Suci

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. PHH Mustofa	2370	10	Baik

Jalan Kolektor

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
	Jl. Pahlawan	550	20	Baik
	Jl. Pahlawan	450	7	Baik

Aksesibilitas pada kawasan tujuh sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia terbagi menjadi jalan arteri dan jalan kolektor yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena jalan kolektor memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter sedangkan jalan arteri memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada

kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan tujuh ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.22. Atraksi Kawasan 8 : Ir.H.Juanda-Merdeka-Riau

HERITAGE	ATRAKSI			AKTIVITAS WISATA
	BELANJA	REKREASI/HIBURAN	LAINNYA	
Perumahan-perumahan peninggalan Belanda. Balai Kota, Bank Indonesia. Gereja Katedral	Factory Outlet sepanjang Jl. Ir. H. Juanda, BIP,MM Dago, Factory Outlet Sepanjang Jl. LLRE. Martadinata	Planet Dago, Biliard, Dago Plaza.	Restaurant dan Cafe sepanjang Jl. Ir Juanda dan Jl. LLRE. Martadinata, Bangunan,	Wisata Kuliner-Wisata Heritage-Wisata Belanja

Dari tabel 4.22, kawasan Ir.H.Juanda-Merdeka-Riau sangatlah lengkap, semuanya dapat dijumpai di kawasan ini, namun yang lebih cenderung berpotensi yaitu atraksi wisata belanja. Dan adapun atraksi wisata lainnya yang turut mendukung keragaman potensi wisata di kawasan ini antara lain atraksi wisata kuliner dan heritage.

TABEL 4.23 Amenitas Kawasan 8 : Ir.H.Juanda-Merdeka-Riau

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5	1	Baik	Restoran	34	Baik	Abd. Muis » Dago	Tersedia 1.
	Bintang 4	2	Baik				Abd. Muis » Ledeng	Pelataran Parkir Lap. Saparua
	Bintang 3	3	Baik				Ledeng »	
	Bintang 2	3	Baik					

Bintang 1						Margahayu	2.
Melati 3	7	Cukup				Panghegar » Dipati Ukur	Pelataran Parkir FO Sepanjang Jalan Riau dan Dago
Melati 2	2	Cukup				Sadang Serang » Gede Bage	
Melati 1						Leuwi Panjang » Dipatiukur (PP)	3. Pelataran Parkir Balai Kota
						Kiaracandong » Ciroyom (PP)	
						Kiaracandong » Sarijadi (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	4	Baik	2	Baik	3	Baik	1	Baik

Kawasan delapan sudah mempunyai amenities yang baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Dengan keberadaan 9 hotel berbintang dan 9 hotel kelas melati di kawasan ini dapat memudahkan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Jumlah restoran yang mencapai 34 buah pada kawasan ini juga berpengaruh terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 8 rute angkutan umum dan 1 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan ini terdapat 3 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang cukup baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang terdapat di 4 lokasi, pompa bensin yang terdapat di 2 lokasi, pos kesehatan yang terdapat di 3 lokasi dan pos keamanan yang terdapat di 1 lokasi, hal ini memudahkan dalam aktivitas wisatawan selama berwisata dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini

TABEL 4.24 Aksesibilitas Kawasan 8 : Ir.H.Juanda-Merdeka-Riau

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Ir. H. Juanda	4600	14	Baik
2	Jl. Merdeka	1170	10	Baik
3	Jl. R.E. Martadinata	300	12	Baik
4	Jl. R.E. Martadinata	450	14	Baik
5	Jl. R.E. Martadinata	200	10	Baik
6	Jl. R.E. Martadinata	2060	16	Baik

Aksesibilitas pada kawasan delapan sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan arteri yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan delapan ini akan berjalan dengan baik. Untuk kondisi jalan di kawasan delapan sudah baik.

TABEL 4.25 Atraksi Kawasan 9 : Braga-Asia Afrika-Cikapundung

ATRAKSI				AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/HIBURAN	LAINNYA	
Peninggalan Bangunan Sejarah Belanda. Kws Asia Afrika (Gedung Merdeka, Kantor – kantor) Monumen Mandala Wangsit. Hotel peninggalan sejarah (Savoy Homan, Preanger),	Kawasan Pertokoan Sepanjang Jl. Braga, Braga City Walk, Restoran & Café, Bakery Shop, Pertokoan Asesoris Kendaraan Jl. Cikapundung	Pub, Karoke, Diskotik di Kawasan Braga, Sungai Cikapundung dan sekitarnya	Pertokoan Asesoris Kendaraan Jl. Cikapundung,),	Wisata Heritage – Wisata Belanja – Wisata Konvensi

Berdasarkan tabel 4.25, kawasan 9 yaitu daerah Braga - Asia Afrika-Cikapundung tidak kalah populer bila dibandingkan dengan kawasan lain, karena kawasan Braga-Asia Afrika-Cikapundung mempunyai potensi atraksi wisata yang cukup menarik dan lengkap. Atraksi wisata belanja, wisata heritage dan rekreasi pun berkembang di daerah ini ditambah lagi dengan aktivitas lainnya berupa wisata konvensi juga dapat dijumpai di kawasan ini.

TABEL 4.26 Amenitas Kawasan 9 : Braga-Asia Afrika-Cikapundung

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	11	Baik	Leuwi Panjang » Cicaheum (PP)	Tersedia 1. Pelataran Parkir Banceuy
	Bintang 4	1	Baik				Kebun	2. Pelataran
	Bintang 3	1	Baik					

Bintang 2	1	Baik				Kelapa » Cibiru (PP)	Parkir Braga City Walk
Bintang 1							
Melati 3						Cicaheum » Cibeureum (PP)	
Melati 2							
Melati 1						Alun-Alun » Ciburuy (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	7	Baik	-	-	-	-	-	-

Kawasan sembilan sudah mempunyai amenitas yang cukup baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Namun jumlah hotel yang tersedia hanya sedikit di kawasan ini yaitu 3 hotel berbintang dan dianggap masih kurang dalam kemudahan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Namun jumlah restoran yang berjumlah 11 buah pada kawasan ini cukup membantu terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat, walaupun jumlahnya tidak sebanyak dengan kawasan-kawasan sebelumnya.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum berupa bis yang mana terdapat 4 rute bis yang melewati kawasan ini, walaupun tidak sebanyak dengan kawasan-kawasan sebelumnya namun cukup memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan sepuluh terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang hanya terdapat terdapat di 1 lokasi, selain itu

belum terdapatnya pompa bensin, pos kesehatan dan pos keamanan di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini

TABEL 4.27 Kawasan 9 : Braga-Asia Afrika-Cikapundung

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Asia Afrika	1390	12	Baik
2	Jl. Banceuy	550	8	Baik
3	Jl. Braga	840	11	Baik
4	Jl. Lembong	480	12	Baik
5	Jl. Lengkong Kecil	1030	15	Baik

Aksesibilitas pada kawasan sembilan sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan arteri yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan sembilan ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.28. Atraksi Kawasan 10 : Gatot Subroto – Binong Jati

ATRAKSI		AKTIVITAS WISATA
BELANJA	LAINNYA	
Bandung Super Mall, Fast Food Mc Donald, Restaurant Bakery Shop, Pusat Kerajinan Rajutan Binong Jati.	Kompleks pertahanan militer (Kompleks Kavaleri/Kodam Gatot Subroto), Pusat Kerajinan Rajutan Binong Jati	Wisata Belanja & Kuliner

Berdasarkan tabel 4.28 atraksi wisata belanja cukup berpotensi, ada beberapa atraksi wisata yang bisa dikatakan turut mendukung potensi kawasan ini, yaitu atraksi wisata kompleks pertahanan militer (Kompleks Kavaleri/Kodam Gatot Subroto) dan Pusat Kerajinan Rajutan Binong Jati.

TABEL 4.29 Amenitas Kawasan 10 : Gatot Subroto – Binong Jati

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5	1	Baik	Restoran	10	Baik	Abdul Muis »	Tersedia 1. Pelataran Parkir BSM 2. Pelataran Parkir Mc.D Gatot Subroto
	Bintang 4						Cichaeum via Binong	
	Bintang 3						Cicahaeum »	
	Bintang 2						Ciwastra	
	Bintang 1						Cicahaeum »	
	Melati 3	1	Cukup				Ledeng »	
	Melati 2						Margahayu	
	Melati 1						Dago » Riung Bandung	
							Ciwastra »	
							Cijerah	
							Elang »	
							Cicadas	
							Cibiru »	
							Cicadas	
							Kiaracandong »Sarijadi (PP)	

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	-	-	3	Baik	-	-	1	Baik

Kawasan sepuluh sudah mempunyai amenities yang cukup baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Namun jumlah hotel yang tersedia hanya sedikit di kawasan ini yaitu 1 hotel berbintang dan 1 hotel melati yang mana dianggap masih kurang dalam kemudahan wisatawan dalam mencari penginapan yang sesuai. Namun jumlah restoran yang berjumlah 10 buah pada kawasan ini cukup membantu terhadap kemudahan aktivitas wisatawan dalam mencari tempat beristirahat, walaupun jumlahnya tidak sebanyak dengan kawasan-kawasan sebelumnya.

Untuk moda transportasi tersedia angkutan umum yang mana terdapat 9 rute angkutan umum yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Selain itu di kawasan sepuluh terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah pompa bensin yang hanya terdapat terdapat di 3 lokasi dan pos keamanan terdapat di 1 lokasi selain itu belum terdapatnya mesin ATM dan pos kesehatan di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.30 Aksesibilitas Kawasan 10 : Gatot Subroto – Binong Jati

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Gatot Subroto	2750	8	Baik
2	Jl. Kiara Condong	1520	12	Baik

3	Jl. Kiara Condong	520	14	Baik
4	Jl. Kiara Condong	940	14	Baik

Aksesibilitas pada kawasan sepuluh sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan arteri yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan sepuluh ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.31. Atraksi Kawasan 11 : Tegallega

ATRAKSI			AKTIVITAS WISATA
HERITAGE	BELANJA	REKREASI/ HIBURAN	
Museum Sri Baduga, Tugu Bandung Lautan Api	Tegallega Mall	Taman Wisata Kota & Rekreasi (Kolam Renang Tirtalega), tempat hiburan khusus	Wisata Rekreasi Buatan – Wisata Pendidikan

Melihat tabel 4.31, dapat dilihat bagaimana kawasan Tegallega mempunyai atraksi wisata heritage dan belanja. Atraksi yang juga turut berkembang di kawasan Tegallega merupakan atraksi Taman Wisata Kota dan Rekreasi (Kolam Renang Tirtalega), terdapat juga di kawasan ini. Adapun aktivitas yang terlihat yaitu kegiatan wisata rekreasi buatan dan wisata pendidikan.

TABEL 4.32 Amenitas Kawasan 11 : Tegallega

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran	-	-	Abdul Muis » Cichaeum	Tersedia 1. Pelataran Parkir
	Bintang 4						Ciroyom »	Museum Sri
	Bintang 3						Cikudapateuh	Baduga

Namun untuk moda transportasi masih baik yang mana terdapat 8 rute angkutan umum dan 4 rute bis yang melewati kawasan ini, sehingga memudahkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Di kawasan sebelas terdapat 2 lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang hanya terdapat terdapat di 1 lokasi, pompa bensin terdapat di 1 lokasi dan pos keamanan di 2 lokasi, sedangkan pos kesehatan belum terdapat di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.33 Aksesibilitas Kawasan 11 : Tegallega

Jalan Arteri

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. BKR	2920	15	Baik
2	Jl. Moh. Toha	3600	10	Baik

Aksesibilitas pada kawasan sebelas sudah baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan arteri yang merupakan jenis jalan yang baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 11 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan sebelas ini akan berjalan dengan baik.

TABEL 4.34. Atraksi Kawasan 12 : Cibaduyut

ATRAKSI	AKTIVITAS WISATA
BELANJA	
Sentra sepatu Cibaduyut, Pertokoan Tas & Jaket, Pedagang Kaki Lima, Toko Oleh-oleh khas Bandung	Wisata Belanja

Dengan melihat data dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa hanya wisata belanja yang terdapat di kawasan ini. Wisata belanja di daerah cibaduyut telah berkembang sejak lama dan sempat menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan wisata belanja di kota bandung namun belakangan ini tingkat kunjungan ke daerah cibaduyut sedikit menurun, hal tersebut penulis nilai wajar karena melihat daya dukung amenities di kawasan ini kurang di tingkatkan.

TABEL 4.35 Amenitas Kawasan 12 : Cibaduyut

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran			Cicaheum » Cibaduyut	Tidak Tersedia
	Bintang 4							
	Bintang 3						Cibaduyut » Cicaheum	
	Bintang 2						Cibaduyut » Karangsetra	
	Bintang 1							
	Melati 3						Karangsetra » Cibaduyut	
	Melati 2							
	Melati 1							

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	1	Baik	-	-	-	-	-	-

Kawasan duabelas mempunyai amenities yang belum baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Karena di kawasan ini tidak terdapat hotel dan restoran sama sekali, hal ini sangat tidak sesuai bagi wisatawan yang berwisata karena sangat kurang dalam kemudahan dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

Dan untuk moda transportasi pun rute yang tersedia sangat terbatas yaitu hanya terdapat 4 rute angkutan umum kawasan ini, sehingga menyulitkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Di kawasan duabelas tidak terdapat lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang hanya terdapat terdapat di 1 lokasi, selain itu belum terdapatnya pompa bensin, pos kesehatan dan pos keamanan di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.36 Kawasan 12 : Cibaduyut

Jalan Lokal

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Cibaduyut	4400	5.5	Sedang

Aksesibilitas pada kawasan duabelas kurang baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia adalah jalan lokal yang merupakan jenis jalan kurang baik untuk jalur wisata kota, karena keadaan jalannya kurang mendukung, dimana lebar jalan hanya berkisar diantara 5-6 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat terhambat dengan sempitnya jalan yang tersedia. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan duabelas ini akan berjalan kurang baik.

TABEL 4.37. Atraksi Kawasan 13 : Cigondewah

ATRAKSI		AKTIVITAS WISATA
BELANJA	LAINNYA	
Sentra konveksi & Pakaian Cigondewah, Pabrik Tengteng SHB, NLH, LSH.	Sentra Industri Makanan Usaha Menengah-Kecil	Wisata Belanja & Kuliner

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa kawasan cigondewah hanya terdapat atraksi wisata belanja saja, dimana di daerah ini merupakan sentra industri makanan usaha menengah kecil sehingga aktivitas yang ada di kawasan ini adalah wisata belanja dan kuliner.

TABEL 4.38 Amenitas Kawasan 13 : Cigondewah

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran			Ciwastra » Cijerah	Tidak Tersedia
	Bintang 4							
	Bintang 3						Cijerah » Ciwastra	
	Bintang 2							
	Bintang 1							
	Melati 3							
	Melati 2							
	Melati 1							

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	2	Baik	-	-	-	-	-	-

Kawasan tigabelas mempunyai amenities yang tidak baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Karena di kawasan ini tidak terdapat hotel dan restoran sama sekali, hal ini sangat tidak sesuai bagi wisatawan yang berwisata karena sangat kurang dalam kemudahan dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

Dan untuk moda transportasi pun rute yang tersedia sangat terbatas yaitu hanya terdapat 2 rute angkutan umum kawasan ini, sehingga menyulitkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Di kawasan tigabelas tidak terdapat lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah mesin ATM yang hanya terdapat terdapat di 2 lokasi, selain itu belum terdapatnya pompa bensin, pos kesehatan dan pos keamanan di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.39 Aksesibilitas Kawasan 13 : Cigondewah

Jalan Lokal

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Cigondewah	1010	5	Rusak

Aksesibilitas pada kawasan tigabelas tidak baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia adalah jalan lokal yang merupakan jenis jalan kurang baik untuk jalur wisata kota, karena keadaan jalannya kurang mendukung, dimana lebar jalan hanya berkisar diantara 5-6 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat terhambat dengan sempitnya jalan yang tersedia. Dengan

melihat pada kondisi tersebut ditambah pula dengan kondisi jalan yang rusak maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan tigabelas ini cenderung tidak nyaman.

TABEL 4.40. Atraksi Kawasan 14 : Ujung Berung

ATRAKSI		AKTIVITAS WISATA
BELANJA	LAINNYA	
Pasar Ujungberung	Rencana Pengembangan Pusat Kebudayaan Jawa Barat	Wisata Belanja. Wisata Budaya

Berdasarkan data dari tabel, kawasan ujung berung yang merupakan kawasan yang ke 14 dari 15 kawasan rencana induk pengembangan pariwisata daerah bandung merupakan kawasan yang menawarkan atraksi wisata belanja. Di kawasan ini juga akan dikembangkan rencana pengembangan pusat kebudayaan jawa barat, secara tidak langsung aktivitas wisata di kawasan ini mencakup wisata belanja dan wisata budaya.

TABEL 4.41 Amenitas Kawasan 14 : Ujung Berung

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran			Sadang Serang » Gede Bage	Tidak Tersedia
	Bintang 4							
	Bintang 3						Gede Bage » Sadang Serang	
	Bintang 2							
	Bintang 1						Kebun Kelapa » Tanjung Sari (PP)	
	Melati 3							
	Melati 2						Dipatiukur » Jatinangor (PP)	
	Melati 1							

TABEL 4.42. Atraksi Kawasan 15 : Gede Bage

ATRAKSI BELANJA	AKTIVITAS WISATA
Kawasan Pusat Primer Gede Bage	Wisata Konvensi (MICE) Wisata Belanja

Berdasarkan tabel 4.42, wisata belanja adalah atraksi wisata yang hanya dapat di jumpai didaerah Gede Bage di tambah dengan rencana pengembanga wisata konvensi yang baru akan di realisasikan. Kawasan ini kurang bisa memberikan progres untuk penyusunan jalur *city tour* namun tetap perlu di gali kembali potensi yang terdapat dikawasan ini seperti atraksi wisata belanjanya harus lebih di kembangkan agar kawasan ini mempunyai citra tersendiri sebagai kawasan wisata.

TABEL 4.43 Kawasan 15 : Gede Bage

No.	Fasilitas Utama							
	Akomodasi			Rumah Makan			Transportasi	
	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Klasifikasi	Jumlah	Kondisi	Rute	Parkir
	Bintang 5			Restoran			St. Hall » Gede Bage	Tersedia 1.Pelataran Parkir Gede Bage
	Bintang 4							
	Bintang 3						Sadang Serang » Gede Bage	
	Bintang 2							
	Bintang 1							
	Melati 3							
	Melati 2							
	Melati 1							

No.	Fasilitas Pendukung							
	ATM		Pompa Bensin		Pos Kesehatan		Pos Keamanan	
	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi	Jumlah	Kondisi
	-	-	-	-	2	Baik	2	Baik

Kawasan limabelas mempunyai amenities yang belum baik sebagai salah satu kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung. Karena di kawasan ini tidak terdapat hotel dan restoran sama sekali, hal ini sangat tidak sesuai bagi wisatawan yang berwisata karena sangat kurang dalam kemudahan dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

Dan untuk moda transportasi pun rute yang tersedia sangat terbatas yaitu hanya terdapat 2 rute angkutan umum kawasan ini, sehingga menyulitkan akses bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam dan antar kawasan. Di kawasan limabelas tidak terdapat lahan parkir yang cukup luas yang dapat dijadikan tempat parkir terpadu untuk keperluan *bus touring*.

Kawasan ini juga mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang baik dilihat dari jumlah pos kesehatan yang terdapat terdapat di 2 lokasi dan pos keamanan yang terdapat di 2 lokasi, selain itu belum terdapat mesin ATM dan pompa bensin di kawasan ini, hal ini sangat mengurangi kemudahan dalam aktivitas dan kenyamanan wisatawan selama berwisata di kawasan ini.

TABEL 4.44 Aksesibilitas Kawasan 15 : Gede Bage

Jalan Kolektor

No.	Nama	Panjang	Lebar	Kualitas
1	Jl. Gede Bage	2060	6	Baik
2	Jl. Rumah Sakit	1230	5	Baik

Aksesibilitas pada kawasan limabelas sudah cukup baik untuk dijadikan jalur wisata kota. Jalan yang tersedia sebagian besar adalah jalan kolektor yang merupakan jenis jalan yang cukup baik untuk menampung arus dan jenis kendaraan yang melewatinya, karena memiliki lebar jalan rata-rata minimal 7 meter. Sehingga arus kendaraan yang masuk atau pun melewatinya dapat berjalan dengan cukup lancar. Dengan melihat pada kondisi tersebut maka arus wisatawan yang akan melewati kawasan limabelas ini akan berjalan dengan cukup baik.

Ketersediaan amenities (fasilitas wisata dan pelayanan) yang mendukung kegiatan pariwisata di Kota Bandung cukup signifikan. Berbagai sarana akomodasi dengan klasifikasi non bintang – berbintang masih mampu mempertahankan okupansi (tingkat hunian) pada tingkat yang menguntungkan. Sedangkan sarana makan dan minum semakin meningkat dengan berkembangnya trend wisata kuliner di Kota Bandung yang menawarkan berbagai jenis makanan (asing dan tradisional) dengan menjual tempat bernuansa budaya dan alam. Timbulnya warung tenda, café, kedai rumah makan, kampung wisata dengan pelayanan yang rata-rata sudah baik.

Selain berfungsi sebagai sarana pendukung aktifitas wisata, kondisi amenities dapat menjadi daya tarik wisata perkotaan secara tidak langsung. Pengalaman berwisata dalam aktifitas wisata perkotaan sangat tergantung kepada ketersediaan amenities. Selain itu amenities dapat mempengaruhi posisi produk wisata dalam mempengaruhi nilai daya saing produk. Karena ekspektasi dan persepsi wisatawan mengunjungi destinasi wisata perkotaan dan melakukan aktivitas wisata perkotaan dipengaruhi oleh citra wisata perkotaan yang syarat akan ketersediaan dan kelengkapan amenities yang mudah diakses. Ketersediaan sarana pengelola usaha perjalanan wisata seperti BPW (Biro Perjalanan Wisata) dan APW (Agen Perjalanan Wisata) juga telah menawarkan kemudahan – kemudahan berwisata skala domestik dan internasional.

Kekurangan yang terdapat pada produk yang ditawarkan BPW (Biro Perjalanan Wisata) di Kota Bandung adalah jarang nya paket wisata lokal (misalnya paket wisata Kota Bandung). Untuk sarana umum lain yang mendukung kegiatan berwisata di Kota Bandung sudah sangat memadai baik dari fasilitas telekomunikasi, jalan dan transportasi, kesehatan dan perbankan, serta money changer. Untuk beberapa fasilitas wisata dan pelayanan yang perlu ditingkatkan adalah fasilitas

Dengan melihat pada keseluruhan kondisi amenities yang ada pada 15 kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung yang dijadikan sebagai jalur wisata kota maka secara umum amenities di kota Bandung

sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan untuk penyediaan jalur wisata kota. Dari 15 kawasan tersebut hanya beberapa kawasan yang dianggap masih belum memiliki kondisi yang baik diantaranya kawasan 11 yaitu Tegalega, kawasan 12 yaitu Cibaduyut, kawasan 13 yaitu Cigondewah, kawasan 14 Ujung Berung dan kawasan 15 Gedebage.

Sarana transportasi di Kota Bandung juga sudah memadai, kelemahan hanya terdapat pada kualitas pelayanan yang belum memperhatikan keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan sarana transportasi. Untuk kondisi aksesibilitas internal di dalam Kota Bandung sudah mampu memfasilitasi trayek ke kawasan-kawasan wisata perkotaan meskipun kualitas moda transportasi umum (angkot) dan fasilitas terminal angkutan kota yang masih sangat kurang memadai termasuk halte dan jadwal rute pelayanan.

Pengoperasian beberapa jembatan layang di kota Bandung juga memberikan dampak positif terhadap kelancaran transportasi di dalam kota, meskipun belum mampu memecahkan permasalahan kemacetan. Mobilisasi aktivitas perkotaan syarat dengan penggunaan sarana transportasi dengan frekuensi yang tinggi sehingga sarana transportasi umum dalam kota seperti angkutan kota, taxi, ojeg, bis dan jenis lainnya perlu segera mendapat perhatian dalam perencanaan pengembangannya.

Konektivitas antara transportasi dalam kota dengan transportasi lintas kota/kabupaten/provinsi perlu memiliki *schedule* dan rute yang pas sehingga kenyamanan dalam melakukan aktivitas perkotaan dapat diciptakan. Beberapa contoh wisata perkotaan yang sudah baik rata-rata dapat dirasakan di kota-kota luar negeri seperti Singapura, Inggris, Jepang dan USA dimana konektivitas *schedule* dan rute antar transportasi dalam kota dengan lintas wilayah sudah terpadu. Sehingga sangat memudahkan wisatawan mengatur itinerary perjalanan kedatangan dan kepulangan serta selama berada dalam destinasi wisata.

Dengan melihat pada keseluruhan kondisi jalan yang ada pada 15 kawasan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah kota Bandung yang dijadikan

sebagai jalur wisata kota maka dapat disimpulkan bahwa secara umum jalan di kota Bandung sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan untuk penyediaan jalur wisata kota. Dari 15 kawasan tersebut hanya beberapa kawasan yang dianggap masih belum memiliki kondisi yang baik diantaranya kawasan 12 yaitu Cibaduyut dan kawasan 13 yaitu Cigondewah. Sedangkan untuk kawasan lainnya kondisi jalan yang ada sudah cukup baik untuk penyediaan jalur wisata kota. Kecuali untuk kawasan 14 yaitu Ujung Berung dimana kondisi jalan belum baik.

Dengan demikian, aksesibilitas antara satu kawasan dengan kawasan wisata lainnya di kota Bandung sudah berada dalam keadaan baik kecuali untuk dua kawasan yaitu kawasan 12 (Cibaduyut), kawasan 13 (Cigondewah), dan kawasan 14 (Ujung Berung) yang mana pada kedua kawasan tersebut aksesibilitas untuk masuk ataupun melewatinya masih berada dalam keadaan yang tidak baik.

2. Hasil Penelitian dan Pembahasan Kuantitatif

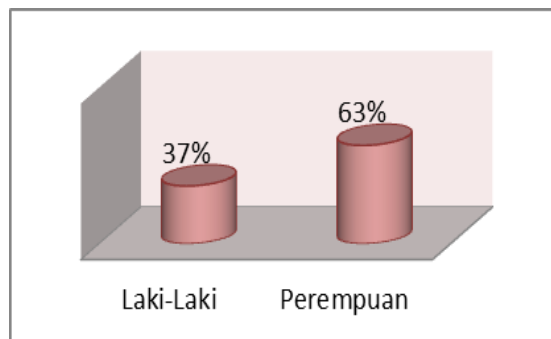
Profil Wisatawan

Profil wisatawan yang ada berusaha digambarkan melalui 3 aspek penilaian yaitu aspek demografi, geografis dan psikografi. Aspek demografi dibagi menjadi 5 aspek, yaitu aspek jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Aspek geografis menggambarkan asal daerah wisatawan yang datang ke 15 kawasan wisata kota Bandung. Sementara aspek tingkah laku dibagi menjadi 4 aspek penilaian, yaitu bentuk kunjungan, motivasi wisatawan, moda transportasi yang digunakan, dan lama kunjungan wisatawan di 15 kawasan wisata kota Bandung.

a. Aspek Demografi

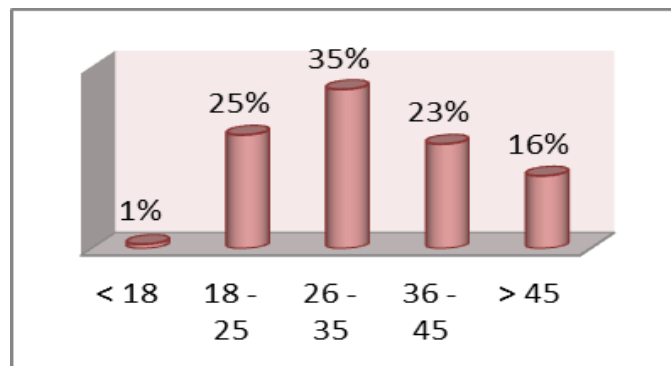
Aspek demografi dibagi menjadi 5 aspek, yaitu aspek jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan perbulan, sehingga kita dapat mengetahui seperti apa persepsi yang di harapkan oleh para wisatawan domestik berdasarkan aspek demografi.

DIAGRAM 4.1
JENIS KELAMIN RESPONDEN YANG MENGUNJUNGI 15 KAWASAN
KOTA BANDUNG
n = 301



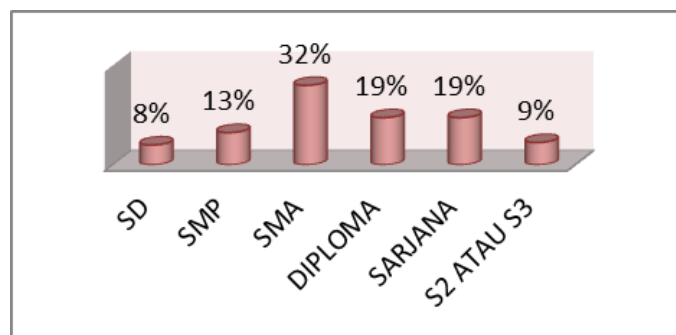
Berdasarkan kuesioner dari 301 responden, 63% responden adalah perempuan dan 37% responden adalah laki-laki. Dari data di atas dapat kita ketahui bahwa Kota Bandung yang terkenal sebagai kota belanja tidak hanya memiliki daya tarik untuk para kaum perempuan saja tetapi juga kaum laki – laki.

DIAGRAM 4.2
USIA RESPONDEN YANG MENGUNJUNGI 15 KAWASAN KOTA
BANDUNG
n = 301



Berdasarkan data dari 301 responden, 1% berusia < 18 tahun, 25% berusia 18-25 tahun, 35% berusia 26-35 tahun, 23% berusia 36-45 tahun dan 16% berusia > 45 tahun. Dari diagram 4.2 diketahui mayoritas usia responden yang datang ke 15 kawasan Kota Bandung berusia 26 – 35 tahun. Hal ini membuktikan daya tarik kota Bandung sangat besar sebagai salah satu kota tujuan untuk berlibur setelah melakukan rutinitas pekerjaan karena usia 26 – 35 tahun merupakan usia produktif

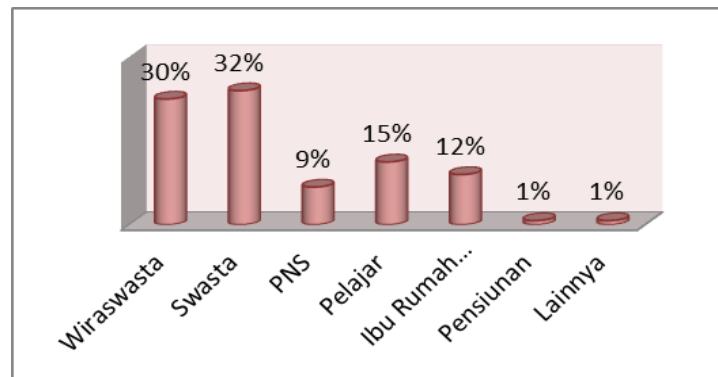
DIAGRAM 4.3
LATAR BELAKANG PENDIDIKAN RESPONDEN
YANG MENGUNJUNGI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301



Berdasarkan data dari 301 responden, 8% memiliki latar belakang pendidikan SD, 13% memiliki latar belakang pendidikan SMP, 32% memiliki latar belakang pendidikan SMA, 19% memiliki latar belakang pendidikan Diploma, 19% memiliki latar belakang pendidikan Sarjana, dan 9% memiliki latar belakang Pasca Sarjana.

Diagram 4.3 memperlihatkan bahwa Kota Bandung sangat menarik sebagai salah satu daerah tujuan wisata bagi para wisatawan dengan tingkat latar belakang pendidikan SMA / sederajat, Diploma dan Sarjana namun kurang menarik bagi para wisatawan yang berlatar pendidikan Pasca Sarjana sehingga mempengaruhi pemilihan penggunaan fasilitas serta aktivitas yang ditawarkan oleh kota Bandung sebagai kota wisata.

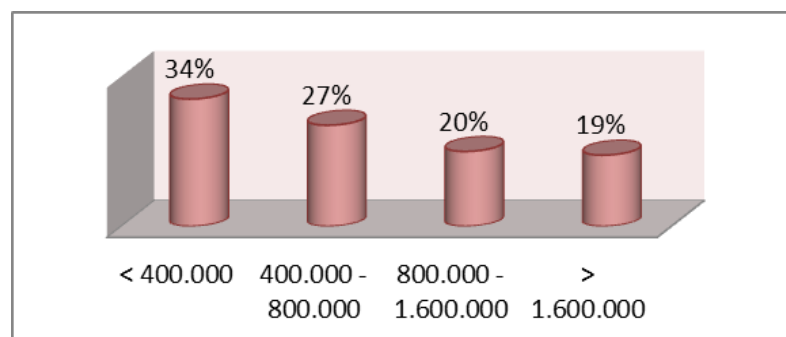
DIAGRAM 4.4
PEKERJAAN RESPONDEN YANG MENGUNJUNGI 15 KAWASAN
KOTA BANDUNG
n = 301



Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 301 responden, diketahui bahwa 30% responden memiliki pekerjaan wiraswasta, 32% bekerja sebagai pegawai swasta, 9% adalah Pegawai Pemerintah, 15% merupakan pelajar / mahasiswa, 12% merupakan ibu rumah tangga, 1% orang sebagai pensiunan, dan 1% memiliki pekerjaan lainnya.

Pada tabel 4.4 terlihat bahwa pegawai swasta merupakan profesi responden yang paling banyak datang berkunjung ke kota Bandung, hal ini tentu berpengaruh bagi waktu kunjungan serta lama tinggal wisatawan karena umumnya mereka hanya dapat berkunjung pada saat akhir pekan dan hanya dalam waktu 2 – 3 hari karena mereka harus kembali untuk bekerja.

DIAGRAM 4.5
JUMLAH PENGELUARAN PER KUNJUNGAN RESPONDEN
DI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301



Berdasarkan data dari 301 responden, 34% menghabiskan kurang dari Rp 400.000 di Kota Bandung, 27% menghabiskan diantara Rp 400.001-Rp 800.000, 20% menghabiskan Rp 800.001-Rp 1.600.000, dan 19% menghabiskan lebih dari Rp 1.600.001.

Dari data di atas dapat kita ketahui umumnya tiap kunjungan wisatawan hanya menghabiskan uang kurang dari Rp 400.000 sehingga dapat kita asumsikan bahwa mayoritas wisatawan belum memanfaatkan fasilitas – fasilitas akomodasi yang ada di kota Bandung secara optimal, mereka yang umumnya menghabiskan waktu selama 2 – 3 hari lebih memilih menginap di rumah sanak saudara yang ada di kota Bandung.

b. Aspek Geografis

Aspek geografis merupakan salah satu aspek yang penting karena untuk mengetahui latar belakang wisatawan domestik yang datang berkunjung ke kota Bandung kita harus tahu dari daerah mana sajakah mereka berasal agar kita dapat mengetahui dengan jelas gambaran tingkah laku mereka yang mana akan mempengaruhi persepsi yang mereka miliki termasuk daerah seperti apakah yang mereka ingin kunjungi.

Berikut ini adalah table yang berisi data mengenai daerah asal wisatawan yang berkunjung ke 15 kawasan RIPPDA kota Bandung.

DIAGRAM 4.45 DAERAH ASAL WISATAWAN

ASAL	JUMLAH	PERSENTASE
BALI	3	1%
BANJARMASIN	3	1%
BEKASI	21	7%
BENGKULU	3	1%
BOGOR	21	7%
BOJONG SOANG	3	1%
CIANJUR	15	5%
CIBIRU	3	1%
CILACAP	3	1%

CILEGON	3	1%
CIMAHI	9	3%
CIREBON	6	2%
DEPOK	3	1%
GARUT	9	3%
INDRAMAYU	3	1%
JAKARTA	90	30%
JAKARTA PUSAT	3	1%
JATINANGOR	3	1%
JAWA TENGAH	6	2%
KAB. BANDUNG	3	1%
KALIMANTAN BARAT	3	1%
KEBUMEN	3	1%
KOPO	3	1%
KUNINGAN	3	1%
LEMBANG	6	2%
MADIUN	3	1%
MAJALENGKA	3	1%
MAKASSAR	3	1%
MEDAN	3	1%
PALEMBANG	3	1%
PANGANDARAN	3	1%
PONTIANAK	3	1%
SEMARANG	3	1%
SOREANG	3	1%
SUBANG	3	1%
SUKABUMI	6	2%
SUMATERA	3	1%
SUMEDANG	6	2%
TANGGERANG	6	2%
TASIKMALAYA	12	4%
UJUNG BERUNG	3	1%
WONOGIRI	3	1%
JUMLAH	301	100%

Dari table 4.45 dapat diketahui mayoritas wisatawan domestik yang datang berkunjung ke kota Bandung ialah penduduk yang tinggal di Jakarta yang di wakili oleh 90 responden yaitu sebesar 30 %, yang menempati urutan kedua adalah

Bogor yang diwakili 21 responden yaitu sebesar 7 %, dan sisanya berasal dari kota – kota di sekitar kota Bandung.

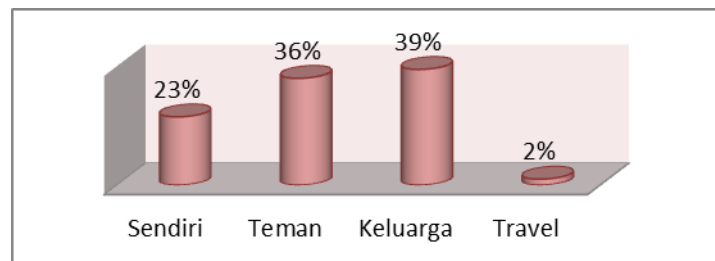
Tingginya tingkat kunjungan yang dilakukan wisatawan domestik yang berasal dari kota Jakarta membuktikan bahwa kota Bandung memiliki daya tarik yang besar bagi warga ibukota yang membutuhkan hiburan, rekreasi dan udara segar.

Hal ini pun di dukung adanya faktor finansial yang cukup dari para wisatawan yang berasal dari ibukota sehingga mereka mempunyai daya (*spending power*) untuk dapat melakukan berbagai aktivitas selama berada di kota Bandung seperti : belanja, makan di restoran – restoran , serta aktivitas wisata lainnya yang menghabiskan dana jauh lebih besar jika dibandingkan wisatawan domestik lainnya yang bukan berasal dari Jakarta

c. Aspek Psikografis

Berikut dibawah ini adalah data mengenai aspek psikografis wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata kota Bandung.

DIAGRAM 4.6
BERSAMA SIAPA WISATAWAN DATANG KE BANDUNG
n = 301

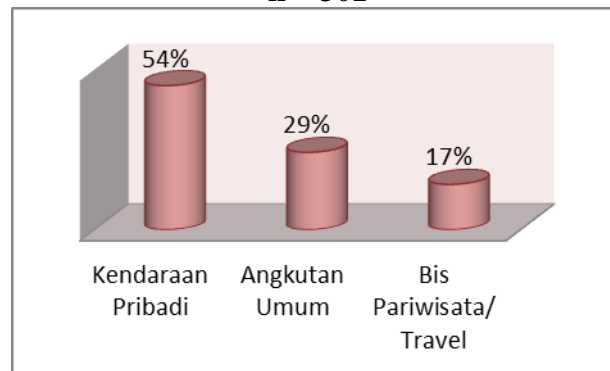


Berdasarkan data yang didapatkan dari 301 responden, 23% orang datang sendiri, 36% orang datang bersama teman, 39% orang datang bersama keluarga dan 2 orang menggunakan jasa travel / biro perjalanan. Dari diagram 4.6 diketahui umumnya wisatawan datang ke kota Bandung bersama keluarga atau

teman, sedangkan sedikit wisatawan yang menggunakan jasa travel untuk melakukan perjalanan wisata ke Bandung, padahal jumlah travel yang ada di kota Bandung cukup banyak. Hal ini membuktikan bahwa para wisatawan domestik masih belum terbiasa menggunakan jasa travel.

Berikut dibawah ini adalah data mengenai alat transportasi yang di gunakan oleh wisatawan ke 15 kawasan kota Bandung

DIAGRAM 4. 7
ALAT TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN WISATAWAN
KE 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301

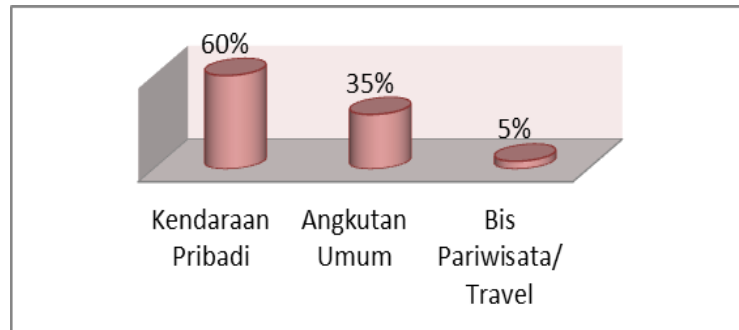


Berdasarkan data yang didapatkan dari 301 responden, 54% responden datang dengan menggunakan kendaraan pribadi, 29% responden datang dengan angkutan umum, dan 17% responden menggunakan bis pariwisata / jasa travel.

Dari diagram 4.7 diketahui mayoritas wisatawan yang datang ke kota Bandung menggunakan kendaraan pribadi, hal inilah yang membuat kota Bandung macet di akhir pekan karena adanya penambahan jumlah kendaraan pribadi yang cukup besar dari para wisatawan domestik.

Berikut dibawah ini adalah data mengenai alat transportasi yang digunakan oleh wisatawan selama berada di 15 kawasan wisata kota Bandung :

DIAGRAM 4.8
ALAT TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN WISATAWAN
SELAMA DI KAWASAN WISATA KOTA BANDUNG
n = 301

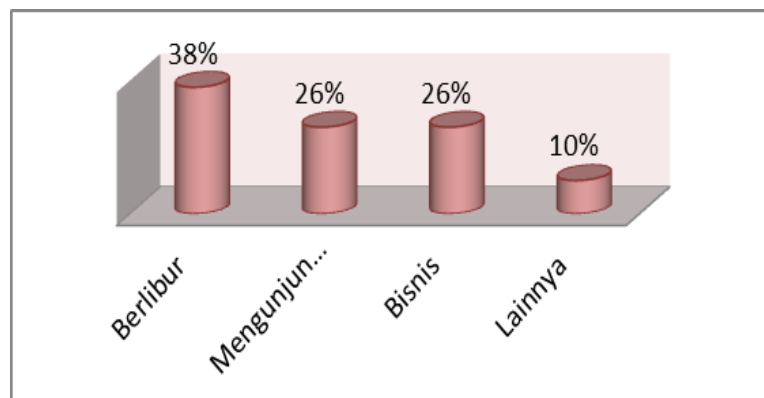


Berdasarkan data yang didapatkan dari 301 responden, 60% responden menggunakan kendaraan pribadi selama berada di 15 kawasan kota Bandung, 35% responden menggunakan angkutan umum dan 5% responden menggunakan bis pariwisata / jasa travel.

Dari diagram 4.8 diketahui bahwa responden yang melakukan kunjungan ke kota Bandung mayoritas tetap menggunakan kendaraan pribadi yang mereka bawa dari kota asal untuk menekan biaya transportasi serta kenyamanan selama melakukan perjalanan karena umumnya mereka berwisata bersama keluarga.

Diagram 4.9 memperlihatkan data mengenai tujuan utama kunjungan responden di 15 kawasan kota Bandung

DIAGRAM 4.9
TUJUAN UTAMA WISATAWAN MENGUNJUNGI
15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301

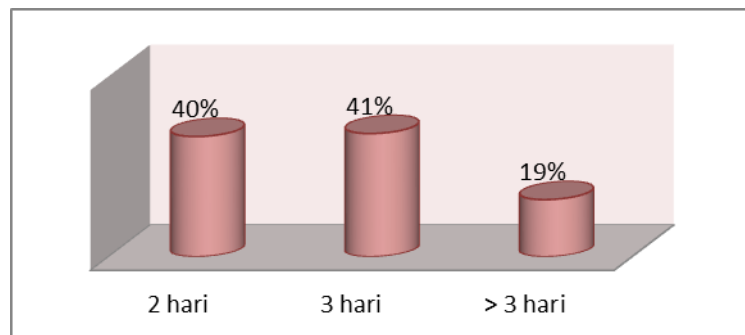


Berdasarkan data awal yang didapatkan dari 301 responden, 38% responden datang dengan tujuan berlibur, 26% responden datang dengan tujuan mengunjungi sanak saudara, 26% responden datang dengan tujuan bisnis maupun pekerjaan dan 10% responden datang dengan tujuan lainnya.

Dari diagram 4.9, diketahui alasan utama para wisatawan domestik datang ke kota Bandung ialah untuk berlibur sehingga pemerintah selaku fasilitator hendaknya melakukan pengembangan di sektor pariwisata dengan mencari solusi, misalnya mengatasi kemacetan sehingga membuat kesan yang baik bagi para wisatawan yang ingin berlibur di kota Bandung untuk nantinya kembali memilih kota Bandung sebagai tempat tujuan untuk berlibur. Disamping itu, para pelaku penyedia jasa dapat menciptakan atraksi serta aktivitas wisata sehingga wisatawan dapat memperpanjang lama kunjungan mereka di kota Bandung.

Berikut dibawah ini diagram 4.10 menunjukkan data mengenai lama kunjungan responden di 15 kawasan kota Bandung

DIAGRAM 4. 10
LAMA KUNJUNGAN RESPONDEN
DI KAWASAN WISATA KOTA BANDUNG
n = 301

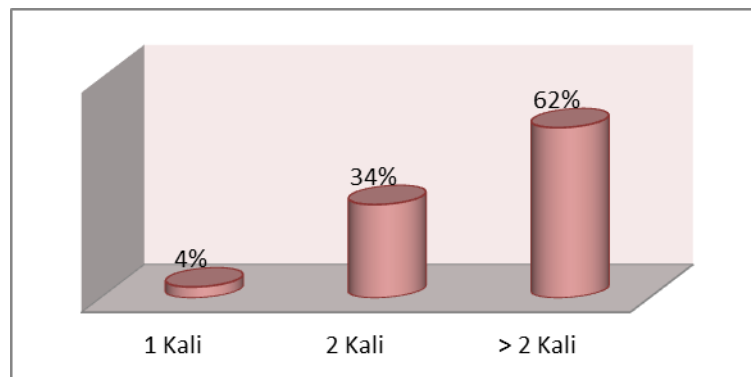


Berdasarkan kuesioner yang didapatkan dari 301 responden, 40% responden datang ke Bandung dengan lama kunjungan 2 hari, 41% responden dengan lama kunjungan 3 hari, dan 19% responden dengan lama kunjungan lebih dari 3 hari.

Dari data di atas dapat kita ketahui mayoritas wisatawan yang datang menghabiskan waktu akhir pekan mereka selama 2 – 3 hari untuk berlibur di kota Bandung, hal ini tentu sangat berpengaruh pada seberapa besar uang yang mereka keluarkan selama melakukan kunjungan yang tentunya dipengaruhi pula oleh fasilitas seperti apa yang mereka gunakan, aktivitas seperti apa saja yang mereka lakukan selama mereka berada di kota Bandung.

Diagram 4.11 memperlihatkan frekuensi kunjungan wisatawan di 15 kawasan kota Bandung

DIAGRAM 4. 11
FREKUENSI KUNJUNGAN WISATAWAN
DI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301



Berdasarkan kuesioner yang didapatkan dari 301 responden, 4% responden menyatakan baru pertama kali mengunjungi kota Bandung, 34% responden menyatakan pernah mengunjungi sebanyak 2 kali, 62% responden menyatakan telah mengunjungi kota Bandung sebanyak lebih dari 2 kali.

Dari data di atas dapat kita ketahui bahwa wisatawan domestik yang datang ke kota Bandung mayoritas merupakan repeater karena mereka mengaku telah mengunjungi kota Bandung lebih dari dua kali dalam setahun, sehingga para penyedia jasa hendaknya lebih memperhatikan peningkatan kualitas karena

repeater merupakan aset yang berharga bagi perusahaan serta memperhatikan variasi produk – produk yang ditawarkan untuk menghindari kejenuhan wisatawan.

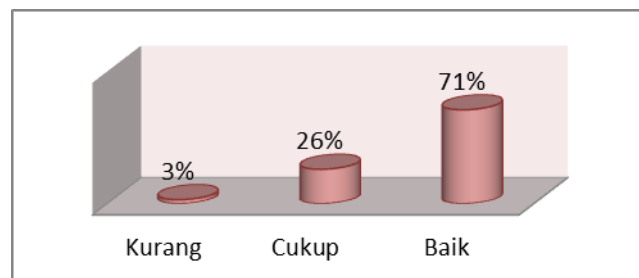
Preferensi Pasar

a. Penilaian Wisatawan Terhadap kawasan wisata Kota Bandung

Berdasarkan kuesioner yang didapatkan dari 301 responden, persepsi wisatawan terhadap kawasan wisata Kota Bandung dilihat melalui 4 aspek yaitu : daya tarik, kondisi fisik fasilitas yang tersedia, aktivitas yang dapat dilakukan serta pengalaman serta pengetahuan yang didapat para wisatawan setelah melakukan kunjungan ke kota Bandung.

Pada diagram 4.12 terdapat data pendapat wisatawan mengenai daya tarik di kawasan wisata Kota Bandung.

DIAGRAM 4.12
DAYA TARIK DI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301

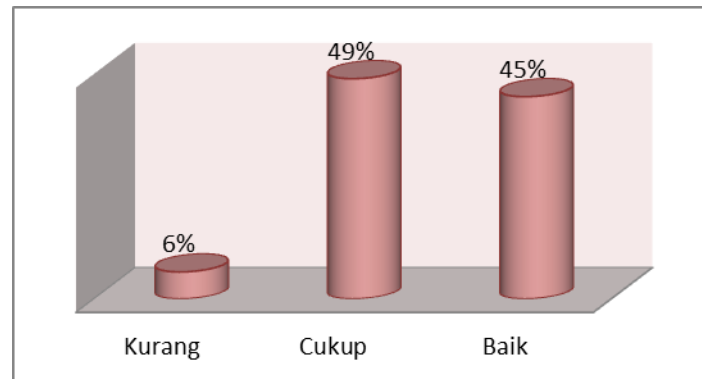


Berdasarkan diagram 4.12 didapatkan data dari 301 responden, diketahui bahwa 3% responden menyatakan daya tarik di 15 kawasan Kota Bandung kurang baik, 26% responden menyatakan cukup baik, dan 71% responden menyatakan baik.

Dari data di atas, mayoritas responden mengatakan bahwa daya tarik di kota Bandung baik, hal ini menandakan potensi – potensi pariwisata yang ada di kota Bandung cukup besar dan telah berkembang dengan baik sehingga para wisatawan yang datang berkunjung ke kota Bandung merasa puas dan kembali datang di waktu lainnya sebagai *repeater*

Berikut ini pada diagram 4.13 adalah data mengenai pendapat wisatawan mengenai kondisi fasilitas di kawasan wisata Kota Bandung.

DIAGRAM 4. 13
KONDISI FASILITAS DI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301

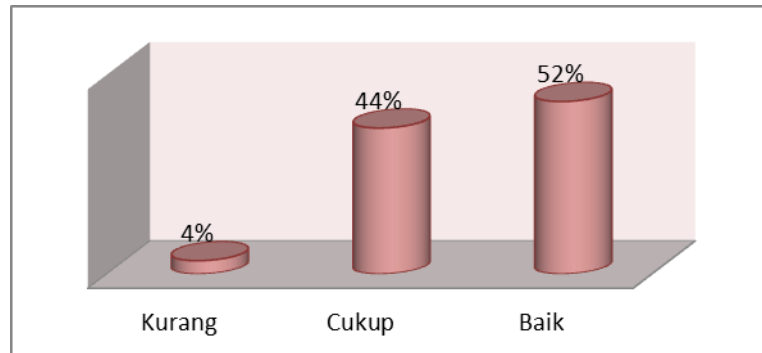


Berdasarkan kuesioner yang didapatkan dari 301 responden, diketahui bahwa 6% responden menyatakan fasilitas di kawasan wisata Kota Bandung kurang baik, 49% responden menyatakan cukup baik, dan 45% responden menyatakan baik.

Dari table 4.13 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan fasilitas – fasilitas di kota Bandung merasa kurang puas dengan fasilitas yang tersedia, hal ini terbukti dengan lebih banyaknya responden yang mengatakan cukup, oleh sebab itu diperlukan peninjauan ulang terhadap kualitas – kualitas yang di tawarkan sehingga diharapkan nantinya para wisatawan dapat mencapai kepuasan dan memperpanjang lama kunjungan serta terus menggunakan fasilitas – fasilitas yang ditawarkan kepada mereka.

Berikut ini diagram 4.14 adalah data pendapat wisatawan mengenai aktivitas yang dapat dilakukan di 15 kawasan Kota Bandung

DIAGRAM 4.14
KONDISI AKTIVITAS DI 15 KAWASAN RIPPDA 2013 KOTA
BANDUNG
n = 301

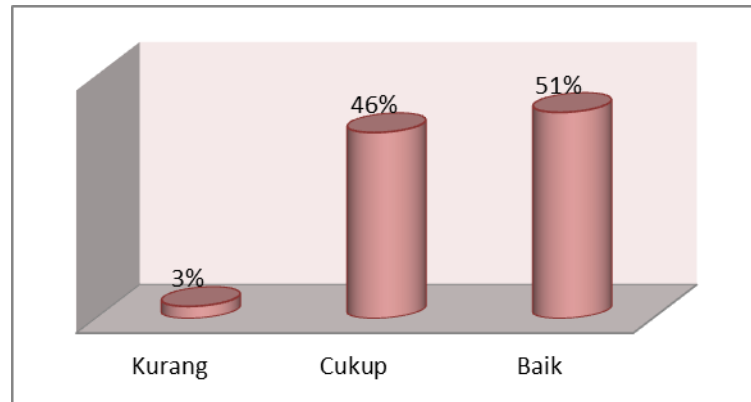


Berdasarkan data yang didapatkan dari 301 responden diketahui bahwa 4% responden menyatakan aktivitas di 15 kawasan Kota Bandung kurang baik, 44% responden menyatakan cukup baik, dan 52% responden menyatakan baik.

Dari diagram 4.14, dapat diketahui bahwa aktivitas pariwisata yang dapat dilakukan di kota Bandung sudah baik bagi para wisatawan domestik, karena secara umum aktivitas pariwisata yang dapat dilakukan di kota Bandung sangat beragam misalnya : Berbelanja di pusat – pusat perbelanjaan, mencoba berbagai makanan serta jajanan khas kota Bandung, melihat kebun teh, menunggang kuda, mengunjungi kebun strawberry sebagai salah satu bentuk wisata argo dan lainnya. Hal inilah yang membuat para wisatawan mampu menghabiskan minimal 2 hari untuk berlibur di Bandung.

Berikut ini adalah pendapat wisatawan mengenai pengalaman yang dapat diperoleh di kawasan wisata Kota Bandung.

DIAGRAM 4. 15
PENGALAMAN DAN PENGETAHUAN
DI 15 KAWASAN KOTA BANDUNG
n = 301



Berdasarkan data yang didapatkan dari 301 responden diketahui bahwa 3% responden menyatakan pengalaman dan pengetahuan yang didapat pada saat berkunjung di 15 kawasan Kota Bandung kurang baik, 46% responden menyatakan cukup baik, dan 51% responden menyatakan baik.

Dari diagram 4.15 diketahui bahwa setelah melakukan kunjungan ke kota Bandung para wisatawan mendapat tambahan ilmu pengetahuan serta pengalaman lebih dari kunjungan yang mereka lakukan ke kota Bandung hali ini menjadi bukti bahwa pemerintah selaku fasilitator terus berupaya melakukan pengembangan terutama pada sektor pariwisata yang tentunya mendapat dukungan pula dari pihak – pihak terkait lainnya sebagai bentuk suatu kesatuan dalam menciptakan suatu pengalaman yang unik dan berkesan sehingga dapat membuat para wisatawan menjadi puas dan ingin datang kembali lagi ke kota Bandung untuk kunjungan – kunjungan lainnya di waktu mendatang.

b. Cross Table Aspek Psikografi dengan Aspek Demografi

Tabel 4.46 data mengenai transportasi yang digunakan dari daerah asal ke kawasan wisata Kota Bandung ditinjau dari aspek – aspek demografi :

**TABEL 4.46 TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN RESPONDEN
DARI DAERAH ASAL BERDASARKAN USIA**

Usia wisatawan	Transportasi yang digunakan dari daerah asal wisatawan	Persentase
< 18 tahun	Kendaraan pribadi	1%
	Angkutan umum	0%
18 - 25 tahun	Kendaraan pribadi	13%
	Bis pariwisata/ travel	6%
26 - 35 tahun	Kendaraan pribadi	17%
	Angkutan umum	12%
36 - 45 tahun	Kendaraan pribadi	13%
	Angkutan umum	10%
> 45 tahun	Kendaraan pribadi	10%
	Bis pariwisata/ travel	5%

**TABEL 4.47 TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN RESPONDEN
DARI DAERAH ASAL BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Jenis kelamin wisatawan	Transportasi yang digunakan dari daerah asal wisatawan	Persentase (%)
Laki - laki	Kendaraan pribadi	33
	Angkutan umum	19
Perempuan	Kendaraan pribadi	21
	Angkutan umum	10

**TABEL 4.48 TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN WISATAWAN
DARI DAERAH ASAL BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN**

Pendidikan terakhir Wisatawan	Transportasi dari daerah asal wisatawan	Persentase (%)
Sd	Angkutan umum	4
	Kendaraan pribadi	3
Smp/ sederajat	Angkutan umum	11
	Kendaraan pribadi	2
Smu/ sederajat	Kendaraan pribadi	16
	Angkutan umum	12
Diploma	Kendaraan pribadi	11
	Bis pariwisata/ travel	8
Sarjana	Kendaraan pribadi	14
	Bis pariwisata/ travel	4
S2/ s3	Kendaraan pribadi	8
	Angkutan umum	1

**TABEL 4.49 TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN WISATAWAN
DARI DAERAH ASAL BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN**

Pekerjaan	Transportasi dari	Persentase (%)
Wiraswasta	Kendaraan pribadi	16
	Angkutan umum	12
Pegawai swasta	Kendaraan pribadi	20
	Bis pariwisata/ travel	9
Pegawai pemerintah	Kendaraan pribadi	5
	Angkutan umum	3
Pelajar/ mahasiswa	Kendaraan pribadi	9
	Angkutan umum	4
Ibu rumah tangga	Angkutan umum	7
	Kendaraan pribadi	4
Pensiunan	Bis pariwisata/ travel	1
	Angkutan umum	0
Lainnya	Bis pariwisata/ travel	1
	Angkutan umum	0

**TABEL 4.50 TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN WISATAWAN
DARI DAERAH ASAL BERDASARKAN JUMLAH PENGELUARAN**

Pengeluaran	Transportasi dari	Persentase (%)
< Rp.400.000	Angkutan umum	18
	Kendaraan pribadi	14
Rp. 400.000 - Rp.800.000	Kendaraan pribadi	15
	Angkutan umum	6
Rp.800.000 - Rp.1.600.000	Kendaraan pribadi	11
	Bis pariwisata/ travel	6
> Rp.1.600.000	Kendaraan pribadi	14
	Bis pariwisata/ travel	3

Dari data tabel 4.46 – tabel 4.50 diketahui wisatawan domestik yang datang ke kota Bandung menggunakan kendaraan pribadi dari daerah asal mereka tinggal karena para wisatawan ini umumnya datang bersama keluarga dan mereka datang dengan tujuan untuk berlibur sehingga tidak mengherankan jika banyak kendaraan pribadi dengan berbagai plat luar kota yang memenuhi jalan – jalan di kota Bandung pada saat akhir pekan.

Banyaknya kendaraan pribadi di kota Bandung ini menandakan bahwa para wisatawan yang datang berwisata ke kota Bandung berasal dari golongan ekonomi yang cukup atau dapat dikatakan mampu, hal ini dapat dilihat pula dari latar belakang pekerjaan sebagian besar para wisatawan domestik yang berprofesi sebagai pegawai swasta ataupun wiraswasta dengan latar belakang pendidikan smu / sederajat.

Berikut ini adalah pendapat wisatawan mengenai transportasi yang mereka gunakan selama berada di 15 kawasan Kota Bandung ditinjau dari aspek – aspek demografi :

**TABEL 4.51 DESKRIPSI TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN
WISATAWAN DI DAERAH TUJUAN BERDASARKAN USIA**

USIA WISATAWAN	TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN DI DAERAH TUJUAN WISATA	PERSENTASE
< 18 TAHUN	KENDARAAN PRIBADI	1%
	ANGKUTAN UMUM	0%
18 - 25 TAHUN	KENDARAAN PRIBADI	14%
	ANGKUTAN UMUM	10%
26 - 35 TAHUN	KENDARAAN PRIBADI	21%
	ANGKUTAN UMUM	13%
36 - 45 TAHUN	KENDARAAN PRIBADI	13%
	ANGKUTAN UMUM	10%
> 45 TAHUN	KENDARAAN PRIBADI	11%
	BIS PARIWISATA/ TRAVEL	3%

TABEL 4.52 DESKRIPSI TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN WISATAWAN DI DAERAH TUJUAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN WISATAWAN	TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN DARI DAERAH ASAL WISATAWAN	PERSENTASE (%)
LAKI - LAKI	KENDARAAN PRIBADI	36
	ANGKUTAN UMUM	23
PEREMPUAN	KENDARAAN PRIBADI	24
	ANGKUTAN UMUM	12

TABEL 4.53 DESKRIPSI TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN WISATAWAN DI DAERAH TUJUAN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

PENDIDIKAN	TRANSPORTASI DI	PERSENTASE (%)
SD	ANGKUTAN UMUM	4
	KENDARAAN PRIBADI	3
SMP/ Sederajat	ANGKUTAN UMUM	10
	KENDARAAN PRIBADI	3
SMU/ Sederajat	KENDARAAN PRIBADI	18
	ANGKUTAN UMUM	12
Diploma	KENDARAAN PRIBADI	12
	ANGKUTAN UMUM	6
Sarjana	KENDARAAN PRIBADI	16
	ANGKUTAN UMUM	2
S2/ S3	KENDARAAN PRIBADI	8
	ANGKUTAN UMUM	1

TABEL 4.54 DESKRIPSI TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN WISATAWAN DI DAERAH TUJUAN BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN

PEKERJAAN	TRANSPORTASI DI	PERSENTASE (%)
WIRASWASTA	KENDARAAN PRIBADI	16
	ANGKUTAN UMUM	13
PEGAWAI SWASTA	KENDARAAN PRIBADI	23
	ANGKUTAN UMUM	7
PEGAWAI PEMERINTAH	KENDARAAN PRIBADI	5
	ANGKUTAN UMUM	4

PELAJAR/ MAHASISWA	KENDARAAN PRIBADI	10
	ANGKUTAN UMUM	4
IBU RUMAH TANGGA	ANGKUTAN UMUM	7
	KENDARAAN PRIBADI	5
PENSIUNAN	BIS PARIWISATA/ TRAVEL	1
	ANGKUTAN UMUM	0
LAINNYA	KENDARAAN PRIBADI	1
	ANGKUTAN UMUM	0

**TABEL 4.55 DESKRIPSI TRANSPORTASI YANG DI GUNAKAN
WISATAWAN DI DAERAH TUJUAN BERDASARKAN JUMLAH
PENGELUARAN**

PENGELUARAN	TRANSPORTASI DI	PERSENTASE (%)
< Rp.400.000	ANGKUTAN UMUM	17
	KENDARAAN PRIBADI	16
Rp. 400.000 - Rp.800.000	KENDARAAN PRIBADI	16
	ANGKUTAN UMUM	10
Rp.800.000 - Rp.1.600.000	KENDARAAN PRIBADI	12
	ANGKUTAN UMUM	6
> Rp.1.600.000	KENDARAAN PRIBADI	16
	ANGKUTAN UMUM	2

Dari tabel 4.51 – tabel 4.55 diketahui wisatawan domestik datang ke kota Bandung menggunakan kendaraan pribadi selama mereka melakukan kunjungan wisata antar kawasan di kota Bandung, sehingga tidak heran kemacetan sering kali timbul pada saat akhir pekan di beberapa kawasan wisata serta penuhnya fasilitas pelataran parkir oleh kendaraan pribadi dengan berbagai plat luar daerah Kota Bandung.

Pemakaian kendaraan pribadi sebagai alat transportasi ke kawasan – kawasan wisata selama berada di Kota Bandung menandakan fasilitas – fasilitas yang ada di Kota Bandung seperti kondisi jalan dan ketersediaan pompa bensin sudah cukup baik

sehingga para wisatawan tidak merasa khawatir untuk melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan pribadi yang mereka gunakan dari daerah asal.

Berikut ini adalah pendapat wisatawan mengenai lama kunjungan yang mereka lakukan ke kawasan wisata Kota Bandung ditinjau dari aspek – aspek demografi :

TABEL 4.56 DESKRIPSI LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN USIA

USIA WISATAWAN	LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN	PERSENTASE (%)
< 18 TAHUN	3 HARI	1
	> 3 HARI	0
18 - 25 TAHUN	3 HARI	9
	> 3 HARI	8
26 - 35 TAHUN	3 HARI	18
	2 HARI	11
36 - 45 TAHUN	2 HARI	9
	3 HARI	6
> 45 TAHUN	3 HARI	7
	2 HARI	5

TABEL 4.57 DESKRIPSI LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN WISATAWAN	LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN	PERSENTASE (%)
LAKI - LAKI	2 HARI	17
	3 HARI	27
PEREMPUAN	3 HARI	14
	2 HARI	12

TABEL 4.58 DESKRIPSI LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

PENDIDIKAN	LAMA KUNJUNGAN	PERSENTASE (%)
SD	2 HARI	5
SMP/ Sederajat	2 HARI	7
	3 HARI	6
SMU/ Sederajat	2 HARI	10
	> 3 HARI	10
Diploma	3 HARI	10
	2 HARI	4

Sarjana	3 HARI	10
	2 HARI	4
S2/ S3	3 HARI	5
	2 HARI	1

**TABEL 4.59 DESKRIPSI LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN
BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN**

PEKERJAAN	LAMA KUNJUNGAN	PERSENTASE (%)
WIRASWASTA	2 HARI	14
	3 HARI	11
PEGAWAI SWASTA	3 HARI	14
	> 3 HARI	12
PEGAWAI PEMERINTAH	3 HARI	5
	2 HARI	2
PELAJAR/ MAHASISWA	3 HARI	5
	> 3 HARI	5
IBU RUMAH TANGGA	2 HARI	7
	3 HARI	4
PENSIUNAN	3 HARI	1
	2 HARI	0
LAINNYA	3 HARI	1
	> 3 HARI	0

**TABEL 4.60 DESKRIPSI LAMA KUNJUNGAN WISATAWAN
BERDASARKAN JUMLAH PENGELUARAN**

PENGELUARAN	LAMA KUNJUNGAN	PERSENTASE (%)
< Rp.400.000	2 HARI	12
	3 HARI	11
Rp. 400.000 - Rp.800.000	3 HARI	11
	2 HARI	9
Rp.800.000 - Rp.1.600.000	3 HARI	12
	> 3 HARI	4
> Rp.1.600.000	3 HARI	7
	> 3 HARI	5

Dari tabel 4.56 – tabel 4.60 diketahui wisatawan domestik umumnya menghabiskan waktu selama 3 hari dalam setiap kunjungan yang mereka lakukan ke kota Bandung, hal ini tentunya di karenakan banyaknya aktivitas wisata yang dapat di lakukan di kota bandung sehingga membuat lama tinggal di kota bandung relatif lebih lama.

Hal ini patut di ketahui oleh para pihak penyedia layanan jasa dalam bidang pariwisata seperti penyedia akomodasi, pengelola tempat – tempat rekreasi dan pihak-pihak terkait lainnya agar mereka tetap melakukan pengembangan baik dalam segi fasilitas – fasilitas yang telah ada maupun variasi dalam aktivitas wisata serta penciptaan inovasi – inovasi baru yang dapat menarik minat wisatawan domestik yang umumnya adalah *repeater* agar tidak merasa jenuh dengan pengalaman – pengalaman yang sama seperti yang telah mereka dapat pada kunjungan sebelumnya.

Hal ini pun sanagat baik untuk menaikkan frekuensi kedatangan para wisatawan domestik serta memperpanjang lama tinggal di kota Bandung yang nantinya akan berdampak pada besarnya pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran para wisatawan yang umumnya menghabiskan uang antara Rp 800.000 – Rp 1.600.000 per kunjungan ke kota Bandung.

Berikut ini adalah pendapat wisatawan mengenai tujuan kunjungan ke 15 kawasan Kota Bandung ditinjau dari aspek – aspek demografi :

TABEL 4.61
DESKRIPSI TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN USIA

USIA WISATAWAN	TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN	PERSENTASE
< 18 TAHUN	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	1%
	BISNIS	0%
18 - 25 TAHUN	BERLIBUR	14%
	LAINNYA	5%
26 - 35 TAHUN	BERLIBUR	13%
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	10%
36 - 45 TAHUN	BISNIS	10%
	BERLIBUR	6%
> 45 TAHUN	BERLIBUR	5%
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	5%

TABEL 4.62 DESKRIPSI TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN WISATAWAN	TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN	PERSENTASE (%)
LAKI - LAKI	BERLIBUR	24
	BISNIS	18
PEREMPUAN	BERLIBUR	14
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	11

TABEL 4.63 DESKRIPSI TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN JENIS TINGKAT PENDIDIKAN

PENDIDIKAN	TUJUAN	PERSENTASE (%)
SD	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	2
	BISNIS	5
SMP/ Sederajat	BISNIS	7
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	4
SMU/ Sederajat	BERLIBUR	15
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	10

	SAUDARA	
Diploma	BERLIBUR	11
	BISNIS	4
Sarjana	BERLIBUR	7
	BISNIS	6
S2/ S3	BERLIBUR	4
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	3

TABEL 4.64 DESKRIPSI TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN

PEKERJAAN	TUJUAN	PERSENTASE (%)
WIRASWASTA	BISNIS	16
	BERLIBUR	7
PEGAWAI SWASTA	BERLIBUR	17
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	7
PEGAWAI PEMERINTAH	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	3
	BERLIBUR	2
PELAJAR/ MAHASISWA	BERLIBUR	8
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	4
IBU RUMAH TANGGA	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	7
	BERLIBUR	3
PENSIUNAN	BERLIBUR	1
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	0
LAINNYA	BISNIS	1
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	0

TABEL 4.65 DESKRIPSI TUJUAN KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN JUMLAH PENGELUARAN

PENGELUARAN	TUJUAN	PERSENTASE (%)
< Rp.400.000	BERLIBUR	11

	BISNIS	10
Rp. 400.000 - Rp.800.000	BERLIBUR	9
	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	7
Rp.800.000 - Rp.1.600.000	MENGUNJUNGI SANAK SAUDARA	8
	BERLIBUR	7
> Rp.1.600.000	BERLIBUR	11
	BISNIS	4

Dari data tabel 4.61 – tabel 4.65 memperlihatkan bahwa wisatawan domestik yang datang ke kota Bandung memiliki tujuan utama untuk berlibur namun tidak menutup kemungkinan ada pula yang datang ke kota Bandung dengan tujuan untuk berbisnis dan mengunjungi sanak saudara maupun keluarga yang berada di kota Bandung.

Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa pengeluaran para wisatawan domestik selama melakukan kunjungan pun dapat berkurang hingga hanya berkisar di bawah Rp 400.000 hal ini disebabkan masih banyaknya wisatawan domestik yang tidak memanfaatkan jasa akomodasi seperti hotel untuk menginap ataupun fasilitas makan dan minum seperti restoran melainkan menggunakan fasilitas dari keluarga sehingga tentu saja walaupun lama tinggal cukup tinggi namun jumlah pengeluaran per kunjungan sangatlah rendah.

Sehingga walaupun tingkat kunjungan wisatawan domestik sangat tinggi di akhir pekan namun tetap ada beberapa fasilitas akomodasi yang *room occupancy* nya sangat rendah dan hal ini tentu saja tidak mendatangkan keuntungan bagi para pelaku bisnis oleh karena para pelaku bisnis penyedia jasa dalam bidang pariwisata hendaknya lebih jeli dalam melihat keinginan serta kebutuhan pasar akan produk – produk seperti apa sajakah yang wisatawan inginkan saat ini tidak hanya melihat pada potensi – potensi yang telah dimiliki.

TABEL 4.66 DESKRIPSI DAERAH YANG INGIN DIKUNJUNGI OLEH WISATAWAN BERDASARKAN USIA

USIA	DAERAH	PERSENTASE (%)
< 18 TAHUN	DAGO	1
18 - 25 TAHUN	DAGO	9
	BRAGA	2
26 - 35 TAHUN	DAGO	10
	LEMBANG	7
36 - 45 TAHUN	DAGO	8
	LEMBANG	6
> 45 TAHUN	DAGO	5
	CIHAMPELAS	4

TABEL 4.67 DESKRIPSI DAERAH YANG INGIN DIKUNJUNGI OLEH WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN	DAERAH	PERSENTASE (%)
LAKI - LAKI	DAGO	27
	LEMBANG	12
PEREMPUAN	DAGO	7
	PVJ	4

TABEL 4.68 DESKRIPSI DAERAH YANG INGIN DIKUNJUNGI OLEH WISATAWAN BERDASARKAN LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

PENDIDIKAN	DAERAH	PERSENTASE (%)
SD	DAGO	3
	PVJ	1
SMP/ Sederajat	DAGO	3
	PASAR BARU	3
SMU/ Sederajat	DAGO	10
	SAUNG ANGKLUNG	3
Diploma	DAGO	8
	SETIABUDI	3
Sarjana	CIHAMPELAS	4
	DAGO	4
S2/ S3	DAGO	5
	RIAU	2

**TABEL 4.69 DESKRIPSI DAERAH YANG INGIN DIKUNJUNGI OLEH
WISATAWAN BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN**

PEKERJAAN	DAERAH	PERSENTASE (%)
WIRASWASTA	DAGO	10
	PASAR BARU	3
PEGAWAI SWASTA	DAGO	14
	SETIABUDI	3
PEGAWAI PEMERINTAH	DAGO ATAS	2
	DAGO	1
PELAJAR/ MAHASISWA	DAGO	6
	BRAGA	2
IBU RUMAH TANGGA	CIHAMPELAS	1
	SUKAJADI	2
PENSIUNAN	RIAU	1
	DAGO	1
LAINNYA	BUAH BATU	1
	CIHAMPELAS	1

**TABEL 4.70 DESKRIPSI DAERAH YANG INGIN DIKUNJUNGI OLEH
WISATAWAN BERDASARKAN JUMLAH PENGELUARAN**

PENGELUARAN	DAERAH	PERSENTASE (%)
< Rp.400.000	DAGO	10
	PASAR BARU	3
Rp. 400.000 - Rp.800.000	DAGO	6
	CIHAMPELAS	3
Rp.800.000 - Rp.1.600.000	DAGO	11
	DAGO ATAS	2
> Rp.1.600.000	DAGO	10
	RIAU	4

Berdasarkan data table 4.66 – tabel 4.70 diketahui daerah yang ingin dikunjungi oleh wisatawan berdasarkan aspek psikografis yaitu faktor latar belakang jenis pekerjaan para wisatawan yang bekerja sebagai wiraswasta, pegawai swasta dan pelajar memilih kawasan Dago sebagai kawasan yang paling ingin mereka kunjungi, para wisatawan yang berprofesi sebagai pegawai pemerintah memilih kawasan Dago

atas dan lembang sebagai kawasan yang paling ingin mereka kunjungi, para wisatawan yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memilih kawasan Sukajadi dan Lembang sebagai kawasan yang paling ingin mereka kunjungi sementara para wisatawan yang merupakan pensiunan memilih beberapa kawasan diantaranya adalah Kawasan Riau, Dago, Pasar baru, Cihampelas dan Sukajadi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profil wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Kota Bandung yaitu :

- a. Berdasarkan aspek demografis, wisatawan yang datang ke 15 kawasan Kota Bandung tidak terdapat adanya batasan bagi para pengunjung baik itu pria maupun wanita dengan sebagian besar berprofesi sebagai mahasiswa dan pelajar. Mayoritas para pengunjung memiliki penghasilan per bulan antara Rp.500.000,- s/d Rp.1.500.000,-.
- b. Berdasarkan aspek geografis, wisatawan yang berkunjung ke 15 kawasan Kota Bandung yaitu :
berasal dari Jakarta. Mereka biasanya menggunakan kendaraan pribadi untuk mengunjungi kawasan tersebut.
- c. Dilihat dari aspek tingkah laku para pengunjung dapat disimpulkan bahwa mayoritas mereka menghabiskan waktu melakukan aktivitas di kawasan Cihampelas dan Setiabudhi sekitar 2 – 3 jam lamanya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A Kesimpulan

Karakteristik utama daya tarik wisata perkotaan di 15 kawasan wisata Kota Bandung adalah wisata heritage dan belanja. Kedua wisata ini masih memiliki kekuatan dalam menarik kunjungan wisatawan ke Kota Bandung. Namun apabila dilihat dari aktivitas wisata yang diminati di Kota Bandung yaitu wisata belanja dan kuliner, jenis wisata ini mendominasi aktivitas wisata perkotaan di Kota Bandung. Perkembangan fasilitas wisata pendukung aktivitas wisata belanja semakin padat dan berdampak secara langsung terhadap perubahan pola dan fungsi tata ruang Kota Bandung serta menimbulkan kemacetan, polusi udara, dan kelestarian taman lingkungan kota.. Untuk jenis tipologi perkotaan lainnya seperti wisata pendidikan, wisata rekreasi dan hiburan, wisata MICE, wisata rohani adalah merupakan daya tarik wisata sekunder yang mendukung diversifikasi atraksi dan aktifitas wisata perkotaan di Kota Bandung.

Selain itu, Kota Bandung sebagai destinasi wisata perkotaan memiliki kondisi amenities yang sudah sangat memadai secara kuantitas di 15 kawasan pengembangan. Kelengkapan sarana umum dan sarana wisata sudah mampu memenuhi kebutuhan para pengguna baik masyarakat lokal dan wisatawan.

Perkembangan kondisi amenities di Kota Bandung sudah mengalami percepatan pertumbuhan dengan berdirinya fasilitas akomodasi, tempat makan, fasilitas belanja, fasilitas bisnis and teknologi informasi, fasilitas distro-distro, dan lain-lain. Namun pembangunan fasilitas-fasilitas tersebut bersifat spontan yang pada akhirnya dapat mengganggu fungsi tata ruang wilayah kota yang telah ditetapkan.

Adapun aksesibilitas antara satu kawasan dengan kawasan wisata lainnya di kota Bandung sudah berada dalam keadaan baik kecuali untuk dua kawasan yaitu kawasan 12 (Cibaduyut) dan kawasan 13 (Cigondewah) yang mana pada kedua kawasan tersebut, aksesibilitas menuju dan masuk kawasan masih berada dalam keadaan yang tidak baik.

Berdasarkan pendapat wisatawan, Dago sebagai salah satu kawasan wisata memiliki daya tarik yang sangat besar serta di dukung oleh adanya berbagai fasilitas – fasilitas yang sangat menunjang bagi para wisatawan domestic, oleh karena itu kawasan Dago dapat menarik minat dari segala golongan umur serta lapisan masyarakat.

B. Saran

Dalam penelitian ini, peneliti membuat rekomendasi berupa jalur *city tour* unggulan dan jalur *city tour* potensial.

1. Jalur *city tour* unggulan

Jalur *city tour* yang dibuat berdasarkan keinginan pasar melalui kuesioner yang didapatkan dari 301 orang wisatawan domestik yang pernah datang ke kota Bandung. Jalur *city tour* unggulan dibagi berdasarkan 2 aspek yaitu lama tinggal dan pengeluaran wisatawan (*spending power*), sehingga dihasilkan jalur sebagai berikut :

Jalur *city tour* per kawasan untuk wisatawan menengah kebawah dengan lama tinggal 2 hari berdasarkan data kuisisioner

Rute 1

Jl. DR. Junjunan - Jl. Pasteur – Jl. Cipaganti – Jl. Cihampelas – Jl. Layang Pasupati – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Merdeka – Jl. Lembong – Jl. Asia Afrika – Jl. Kepatihan – Jl. OTISTA – Jl. A.B.C. – Jl. Braga – Jl. Kebon Kawung – Jl. DR. Junjunan

Rute 2

Jl. BKR – Jl. Soekarno Hatta – Jl. Raya Cipadung – Jl. Ujung Berung – Jl. Jend. Ahmad Nasution – Jl. P.H.H. Mustofa – Jl. Surapati – Jl. Diponegoro – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. RE. Martadinata – Jl. Laswi – Jl. Pelajar Pejuang – Jl. BKR.

Jalur *city tour* per kawasan untuk wisatawan menengah dengan lama tinggal 3 hari berdasarkan data kuisisioner

Rute 1

Jl. Setiabudi - Jl. Sukajadi. – Jl. Cipaganti - Jl. Cihampelas –Jl. Pasteur – Jl. Dr. Djujungan.

Rute 2

Jl. Setiabudi - Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. RE. Martadinata -
Jl. Merdeka.

Rute 3

Jl. AsiaAfrika – Jl. Banceuy – Jl. Braga – Jl. Otista (Pasar Baru) – Cibaduyut.

Jalur rekomendasi *city tour* untuk wisatawan menengah kebawah dengan lama tinggal 3 hari berdasarkan data kuesioner.

Rute 1

Hari 1.

Jl. DR. Junjuran - Jl. Pasteur – Jl. Cipaganti – Jl. Cihampelas – Jl. Layang Pasupati – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Merdeka – Jl. Lembong – Jl. Asia Afrika – Jl. Kepatihan – Jl. OTISTA – Jl. A.B.C. – Jl. Braga – Jl. Kebon Kawung – Akomodasi

Hari 2

Jl. BKR – Jl. Soekarno Hatta – Jl. Raya Cipadung – Jl. Ujung Berung – Jl. Jend. Ahmad Nasution – Jl. P.H.H. Mustofa – Jl. Surapati – Jl. Dipenogoro – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. RE. Martadinata – Jl. Laswi – Jl. Pelajar Pejuang – Jl. BKR.

Hari 3

Jl. Dipenogoro – Jl. Cimandiri – Jl. Banda – Jl. RE Martadinata – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Babakan Siliwangi.

Jalur *city tour* per kawasan untuk wisatawan menengah dengan lama tinggal antara dari 3 hari berdasarkan data kuisisioner

Rute 1

Hari 1

Jl. Setiabudi – Jl. Cihampelas –Jl. Pasteur(Dr. Junjuran) – Jl. Sukajadi. - Akomodasi

Hari 2

Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. RE. Martadinata - Akomodasi

Hari 3

Jl. AsiaAfrika – Jl. Banceuy – Jl. Braga – Jl. Otista (Pasar Baru) – Cibaduyut

Jalur *city tour* wisata per kawasan untuk wisatawan menengah atas dengan lama tinggal antara 3 hari berdasarkan data kuisisioner

Hari 1

Jl. Setiabudi – Jl. Cihampelas – Jl. Sukajadi

Hari 2

Jl. Setiabudi – Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Ir. H Djuanda – Jl. Sultan Agung Thirtayasa – Jl. Ir. H juanda – Jl. RE. Martadinata – Jl. Banda – Jl. Diponegoro - Jl. Dipati Ukur –Jl.Ir. H. Djuanda(Dago Utara)

Hari 3 (Heritage route)

Jl. Setiabudi – Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Dipati Ukur – Jl. Dipenogoro – Jl. Cilaki –Jl. Cimandiri – Jl. Maluku – Jl. Merdeka – Jl. Lembong – Jl. Asia Afrika – Jl. Banceuy – Jl. Braga – Jl. Kebuon Kawung – Jl.Wastu Kencana – Jl. Padjajaran – Jl. Cipaganti.

Jalur Wisata per kawasan untuk wisatawan kelas atas dengan lama tinggal 3 hari berdasarkan data kuisisioner

Hari 1

Jl. Setiabudi – Jl. Cihampelas – Jl. Sukajadi

Hari 2

Jl. Setiabudi – Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Ir. H Djuanda – Jl. Sultan Agung Thirtayasa – Jl. Ir. H juanda – Jl. RE. Martadinata – Jl. Banda – Jl. Dipenogoro - Jl. Dipati Ukur –Jl.Ir. H. Djuanda(Dago Utara)

Hari 3

Jl. Setiabudi – Jl. Babakan Siliwangi –Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Merdeka – Jl. Lembong – Jl. Asia Afrika – Jl. Banceuy – Jl. Braga – Jl. Otista

2. Jalur *city tour* potensial

Rute Bandung Heritage

Jl. Setiabudi – Jl. Babakan Siliwangi – Jl. Dipati Ukur – Jl. Dipenogoro – Jl. Cilaki –Jl. Cimandiri – Jl. Maluku – Jl. Merdeka – Jl. Lembong – Jl. Asia Afrika – Jl. Banceuy – Jl. Braga – Jl. Kebuon Kawung – Jl.Wastu Kencana – Jl. Padjajaran – Jl. Cipaganti.

Rute Museum & galeri

Gallery Nu Art (Sukajadi) – Dago Tea House – Saung Angklung Udjo - Museum POS, Museim Geologi (KPKW Gedung Sate – Museum Mandala Wangsit (KPKW Braga) – Museum Asia Afrika (Gedung Merdeka) – Museum Sri Baduga (KPKW Tegalega).

Daftar Pustaka

- Arikan, I., & Unsever, I. (2020). Importance of tourism equinox for sustainable *city tourism*. In V. Katsoni & T. Spyriadis (Eds.), *Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-36342-0>
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Cave, J., & Jolliffe, L. (2012). Tourism: The key concepts. In P. Robinson (Ed.), *Urban Tourism* (pp. 268–270). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003005520-25>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education. Routledge* (6th ed.). Oxon: Routledge. <https://doi.org/10.1080/19415257.2011.643130>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (V. Knight & S. Connelly, Eds.), *Sage* (3rd ed.). United States of America. <https://doi.org/10.2307/1523157>
- Gavalas, D., Konstantopoulos, C., Mastakas, K., Pantziou, G., & Vathis, N. (2015). Heuristics for the time dependent team orienteering problem: Application to tourist route planning. *Computers and Operations Research*, 62, 36–50. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2015.03.016>
- Hacıa, E. (2019). The role of tourism in the development of the city. *Transportation Research Procedia*, 39(2018), 104–111. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2019.06.012>
- Hasan, Iqbal, 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferentif)*. Edisi kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hermawan, H. (2018). *Metode kuantitatif untuk riset bidang kepariwisataan. Open Science Framework*. Yogyakarta: Open Science Framework. <https://doi.org/DOI:10.17605/OSF.IO/YBSW9>
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning an Intergreted and Suistainable Development Approach*. New York.
- Konakoglu, S. S. K., & Kurdoglu, B. C. (2019). *Tourism and tourist types in urban tourism*. (R. Efe, I. Koleva, M. Ozturk, & R. Arabaci, Eds.), *Recent Advances in Social Sciences* (1st ed.). United Kingdom: Cambridge Scholar Publishing. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/330401188_Tourism_and_Tourist_Types_in_Urban_Tourism
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). Marketing in a Changing World. *Principles Of Marketing*, 1–126. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)92103-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(95)92103-6)
- Kuswanto, Dedy. 2012. *Statistik Untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta: Laskar.
- Meyer, D. (2004). *Tourism routes and gateways : key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism*. Retrieved from <http://www.odi.org.uk/resources/details.asp?id=3100&title=routes-gateways->

tourism

- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2007. *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Postma, A., Buda, D. M., & Gugerell, K. (2017). The future of *city tourism*. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 95–101. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2017-067>
- Prayag, G., Disegna, M., Cohen, S. A., & Yan, H. (2014). Segmenting Markets by Bagged Clustering: Young Chinese Travelers to Western Europe. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079. <https://doi.org/10.1016/j.bbapap.2013.06.007>
- RIPKD. Peraturan Daerah Kota Bandung No.01 Tahun 2013 tentang Renana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2012-2025 (2012).
- Singh, K. (2007). *Quantitative social research methods* (1st ed.). New Delhi: SAGE Publications. <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>
- UNWTO. (2012). *Global report on city tourism reports : volume six*. Retrieved from http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf
- Utami, D. D., Octaviany, V., & Anggraini, D. (2018). Perencanaan paket wisata dengan skydiving sebagai main attraction di Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(1), 21–40. <https://doi.org/10.30647/jip.v23i1.1177>
- Venter, P., Wright, A., & Dibb, S. (2015). Performing market segmentation: a performative perspective. *Journal of Marketing Management*, 31, 62–83. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.980437>
- Yuan, J., Deng, J., Pierskalla, C., & King, B. (2018). Urban tourism attributes and overall satisfaction: An asymmetric impact-performance analysis. *Urban Forestry and Urban Greening*, 30(February), 169–181. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.02.006>
- Zheng, W., & Liao, Z. (2019). Using a heuristic approach to design personalized tour routes for heterogeneous tourist groups. *Tourism Management*, 72(555), 313–325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.013>
- Zheng, W., Liao, Z., & Lin, Z. (2020). Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for *city tourism* recommendation. *Tourism Management*, 81(May), 104162. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104162>
- Zheng, W., Liao, Z., & Qin, J. (2017). Using a four-step heuristic algorithm to design personalized day tour route within a tourist attraction. *Tourism Management*, 62, 335–349. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.006>