

# Pengembangan Pariwisata melalui Klasifikasi Tipologi Objek dan Variasi Spasial Wisatawan di Kabupaten Bandung Barat

An Nisaa Citra Hasanah<sup>1</sup>, M.H. Dewi Susilowati<sup>2</sup>, dan Djamang Ludiro<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Departemen Geografi, Fakultas MIPA, Universitas Indonesia, Kampus UI Depok, 16424  
E-mail : an.nisaa@sci.ui.ac.id

<sup>2</sup>Departemen Geografi, Fakultas MIPA, Universitas Indonesia, Kampus UI Depok, 16424  
E-mail : maria.hedwig@ui.ac.id

<sup>3</sup>Departemen Geografi, Fakultas MIPA, Universitas Indonesia, Kampus UI Depok, 16424

## ABSTRAK

Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten yang memiliki potensi serta daya tarik yang tinggi terhadap bidang pariwisata. Salah satu cara untuk mengetahui potensi serta daya tarik tersebut, yaitu berupa pengembangan pariwisata dengan cara mengklasifikasi tipologi objek wisata, variasi spasial wisatawan, dan korelasi antara kedua variabel tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah memperoleh gambaran mengenai fungsi objek wisata sebagai destinasi serta memperoleh tingkat daya tarik objek wisata. Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan dari penelitian ini adalah analisis spasial dan analisis statistik dengan uji *chi-square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa objek wisata di Kabupaten Bandung Barat sebagian besar memiliki jenis fasilitas wisata dengan kualitas tinggi (tipologi ideal) yang memusat di Kecamatan Lembang. Variasi spasial wisatawan didominasi oleh nilai unsur variasi yang dominan, yaitu jumlah wisatawan yang sedang, *physical or physiological motivation*, dan *individual mass tourists* yang memusat di Kecamatan Lembang. Terdapat hubungan antara kedua variabel, yaitu nilai unsur variasi yang dominan melekat pada tipologi objek wisata cukup ideal.

## Kata Kunci

*Klasifikasi tipologi, variasi spasial, fungsi objek wisata,*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata di Jawa Barat dapat dibilang cukup baik dan memiliki potensi yang besar karena jumlah wisatawan di objek wisata Jawa Barat terus meningkat setiap tahunnya [1]. Pembangunan infrastruktur yang relatif cepat membuat Jawa Barat dapat menjadi andalan baru bagi pariwisata di Indonesia. Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat yang terkenal akan berbagai objek wisatanya. Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten baru di Jawa Barat yang resmi berdiri menjadi daerah otonom di provinsi Jawa Barat [2].

Kabupaten Bandung Barat, merupakan daerah yang dilintasi jalan raya penghubung Bandung Raya (Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, dan Kabupaten Sumedang) dengan kota-kota di sebelah Utara Provinsi Jawa Barat. Hal tersebut menjadikannya sebagai pusat kegiatan ekonomi lokal dan regional, terutama di Kecamatan Lembang. Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah yang dilalui jalur jalan raya yang menghubungkan Kabupaten Subang dengan Kota Bandung [3].

Keragaman dan keunikan sumberdaya alam yang menjanjikan pemandangan indah, udara segar dan arena petualangan serta didukung kekayaan kultural yang sangat beragam merupakan potensi bagi Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan pariwisata sebagai sektor unggulan. Objek wisata di Kabupaten Bandung Barat tersebut sebagian besar dikelola oleh pihak swasta atau masyarakat dan hanya ada kurang dari lima objek wisata yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Sama halnya dengan di Jawa Barat, potensi wisata di Kabupaten Bandung Barat cukup lengkap, dari wisata alam, budaya, sejarah, dan lain-lain. Potensi pertanian, termasuk didalamnya tanaman pangan, perkebunan, peternakan, dan perikanan, dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata agro yang sangat besar untuk daerah Jawa Barat khususnya. Berdasarkan potensi yang dimilikinya, wisata agro dapat menjadi tujuan wisata utama pada masa yang akan datang serta banyak potensi pariwisata lainnya yang bisa dikembangkan berdasarkan data dari BAPPENAS Provinsi Jawa Barat th 2015.

Terdapat banyak potensi yang bisa menjadi penggerak perekonomian Kabupaten Bandung Barat karena memiliki empat modal dasar yaitu : (1) kedudukan geografis yang

strategis pada jalur perlintasan Jawa Barat dan DKI Jakarta, (2) sumberdaya alam dan energi potensial yang memberikan nilai tambah, (3) sumberdaya pariwisata yang memadai, dan (4) karakteristik masyarakat yang religius, harmonis, terbuka dan mudah mengakses informasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai fungsi objek wisata sebagai destinasi berdasarkan tipologi objek wisata dan variasi spasial wisatawan. Memperoleh tingkat daya tarik objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat dengan menganalisis korelasi antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat.

## 2. LANDASAN TEORI

Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Potensi wisata merupakan keadaan yang dapat mendukung perkembangan objek wisata. Menurut [4], wisatawan merupakan orang yang melakukan wisata. Dimana wisata merupakan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek daya tarik wisata.

### 2.1 Faktor Penentu Potensi Objek Wisata

Fasilitas pariwisata di suatu lokasi dibagi menjadi dua bagian [5], yaitu fasilitas primer dan penunjang. Fasilitas primer adalah objek wisata dengan fungsi sebagai daya tarik utama wisata. Fasilitas penunjang adalah bangunan di luar fasilitas primer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di lokasi wisata.

Fasilitas penunjang dibagi lagi menjadi dua bagian yaitu fasilitas sekunder berupa bangunan yang bukan merupakan daya tarik utama wisata akan tetapi digunakan untuk memenuhi kebutuhan utama wisatawan seperti menginap, makan, membeli souvenir. Fasilitas kondisional berupa bangunan yang digunakan oleh wisatawan maupun warga setempat seperti masjid, toilet umum dan warung.

### 2.2 Karakteristik Wisatawan

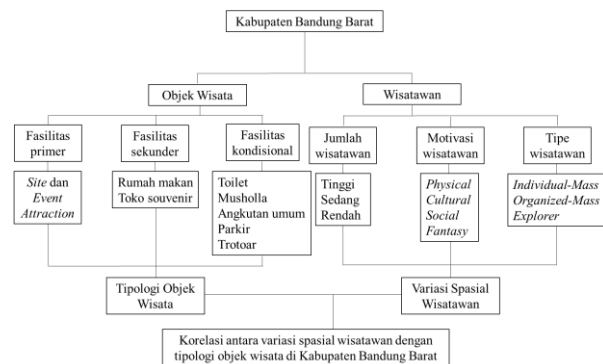
Motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok [6]. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya dan bangunan bersejarah. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa

lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*.

Menurut [7], wisatawan diklasifikasikan berdasarkan daerah yang akan dikunjungi serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas lengkap seperti yang dapat ditemui di tempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

## 3. METODOLOGI

Pada penelitian ini diidentifikasi tipologi objek wisata berdasarkan fasilitas primer, fasilitas sekunder dan fasilitas kondisional. Kemudian, diidentifikasi variasi spasial wisatawan yang berkunjung pada objek wisata berdasarkan jumlah, motivasi, dan tipe wisatawan. Untuk memudahkan pembahasan, satuan analisis yang digunakan adalah masing-masing titik objek wisata yang tersebar berdasarkan satuan kecamatan seperti yang tergambar pada peta. Berdasarkan analisis spasial dengan interpretasi peta, maka akan terlihat persebaran keruangan mengenai variasi spasial wisatawan dan tipologi objek wisata serta analisis statistik *chi-square* untuk mengetahui korelasi antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat. Untuk lebih jelas, sketsa alur pikir dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Pikir Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan responden yang berada di masing-masing objek wisata. Responden ditentukan dengan teknik *accidental*

*sampling*. (*convenience sampling*) adalah prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Jumlah responden ditentukan dengan metode *quota sampling* yaitu sebanyak sepuluh responden di duapuluh objek wisata. Keduapuluh sampel objek wisata tersebut ditentukan mengikuti jaringan jalan utama. Data sekunder diperoleh dari pihak pengelola objek wisata, Disbudpar, dan BPS. Proses pengumpulan data sekunder melalui catatan yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Masing-masing data sekunder dibuat matriks klasifikasi berdasarkan distribusi data yang didapatkan di lapangan. Fasilitas primer berupa *site attraction* dan *event attraction*. Keduanya diklasifikasikan menjadi beragam (jumlah keduanya lebih dari sepuluh) dan tidak beragam (jumlah keduanya lebih kecil dari sepuluh). Fasilitas sekunder yaitu rumah makan dan toko souvenir yang dilihat berdasarkan jumlah, sebaran, keragaman, dan daya tampung. Kemudian dari empat indikator tersebut, dibuat menjadi klasifikasi lengkap dan tidak lengkap, untuk matriks pengklasifikasian tersebut tersedia di lampiran. Untuk indikator rumah makan dan toko souvenir, yaitu dilihat dari jumlah lokasi, bagaimana persebarannya. Dilihat pula daya tampung, serta keberagaman menu yang disediakan atau souvenir yang dijual.

Fasilitas kondisional dilihat dari ketersediaan tempat parkir, trotoar, toilet/kamar mandi, tempat ibadah, dan ketersediaan angkutan umum. Untuk toilet dibagi menjadi jumlah dan sebaran. Dilihat pula ketersediaan tempat ibadah atau mushala yang diklasifikasikan menjadi luas jika daya tampung lebih dari 20 orang dan sempit jika kurang dari 20 orang. Ketersediaan angkutan umum, lahan parkir juga kondisi trotoar bagi kenyamanan pejalan kaki juga termasuk dalam fasilitas kondisional. Khusus untuk klasifikasi fasilitas kondisional, maka dilakukan dengan menggunakan nilai, jika total nilai dari semua indikator adalah  $>5$  maka klasifikasi termasuk tinggi, sedangkan jika total nilai  $\leq 5$  maka klasifikasi termasuk rendah. Tipologi objek wisata didapat dari pengklasifikasian dengan menggunakan matriks dari komponen fasilitas primer, sekunder dan kondisional. Tipologi objek wisata ini dikelompokkan menjadi tiga, yaitu ideal, cukup ideal, dan kurang ideal.

Jumlah wisatawan dibagi menjadi tiga klasifikasi, yaitu jumlah wisatawan tinggi dengan keterangan warna merah adalah yang memiliki jumlah wisatawan  $>100.000$  jiwa pertahun, jumlah wisatawan sedang dengan warna kuning atau  $100.000 - 50.000$  jiwa pertahun, dan jumlah wisatawan rendah dengan warna biru atau  $<50.000$  jiwa pertahun. Data jumlah wisatawan tersebut merupakan data jumlah wisatawan pertahunnya yang diambil antara kunjungan wisatawan tahun 2013 sampai 2016. Motivasi wisatawan dibagi menjadi empat kelompok, yaitu *physical or physiological motivation*, *cultural motivation*, *social motivation or interpersonal motivation*, dan *fantasy motivation*. Tipe wisatawan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu *individual mass tourist* dan

*organized-mass tourist*, dan *explorer*. Berdasarkan pengkategorian jumlah wisatawan, motivasi wisatawan, dan tipe wisatawan maka didapatkan hasil lima kategori variasi spasial wisatawan seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kategori Variasi Spasial Wisatawan

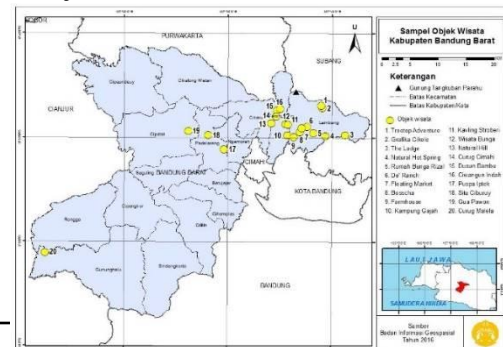
Jumlah	Motivasi	Tipe Wisatawan	Kategori
Tinggi	Physical	Organized-Mass	Kategori 1
Tinggi	Social	Organized-Mass	Kategori 2
Sedang	Physical	Individual Mass	Kategori 3
Rendah	Physical	Individual Mass	Kategori 4
Rendah	Physical	Explorer	Kategori 5

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis spasial dan statistik (tabulasi silang dan *chi-square*). Analisis spasial yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggambarkan persebaran tipologi objek wisata dan wisatawan dengan bantuan peta yang akan dilihat persebarannya. Kemudian penelitian ini juga menggunakan analisis statistik sederhana yaitu tabulasi silang dan *chi-square*. Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan. Hasil dari tabulasi silang dan *chi-square* kemudian dideskripsikan secara singkat dan ditarik kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian.

Variable yang akan diuji hubungannya antara lain variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata. Dengan  $H_0$  : Tidak ada korelasi yang signifikan antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat dan tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) 5%. Dengan demikian, maka akan terbentuk persebaran tipologi objek wisata dan wisatawan serta hubungan antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat.

#### 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Kabupaten Bandung Barat adalah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, sebagai hasil pemekaran Kabupaten Bandung yang disahkan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 2 Januari 2007. Kabupaten Bandung Barat terletak pada  $06^{\circ} 41' - 07^{\circ} 19'$  Lintang Selatan dan  $107^{\circ} 22' - 108^{\circ} 05'$  Bujur Timur.



Gambar 2. Peta Sampel Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat

Keseluruhan wilayah Kabupaten Bandung Barat memiliki luas sebesar 130.577,40 Ha yang terbagi menjadi 16 wilayah administrasi kecamatan, yaitu Lembang, Parongpong, Cisarua, Cikalongwetan, Cipeundeuy, Ngamprah, Cipatat, Padalarang, Batujajar, Cihampelas, Cililin, Cipongkor, Rongga, Sindangkerta, Gununghalu dan Saguling. Batas wilayah administrasi sebelah Utara dengan Kecamatan Cikalong Kulon Kabupaten Cianjur; Kabupaten Purwakarta; Kabupaten Subang. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bandung, Kota Bandung dan Kota Cimahi. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Cianjur. Sebelah Selatan berbatasan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Cianjur.

Objek wisata yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat dalam penelitian ini meliputi Dusun Bambu, Natural Hot Spring, Curug Cimahi, Agrowisata Bunga Cihideung, Kavling Strawberry, Kampung Gajah, Farmhouse Susu Lembang, Grafika Cikole, Observatorium Bosscha, The Lodge Maribaya, Floating Market, D Ranch, Situ Ciburuy, Curug Malela, Puspa Iptek, Goa Pawon, Ciwangun Indah Camp, Rumah Bunga Rizal, Natural Hill, dan Cikole Jayagiri Tree Top. Jenis objek wisata terbagi menjadi jenis objek wisata minat khusus, alam, agrowisata, dan pendidikan. Titik sebaran objek wisata terdapat pada Kecamatan Lembang, Parongpong, Cisarua, Padalarang, Cipatat, dan Gununghalu, seperti pada gambar 2.

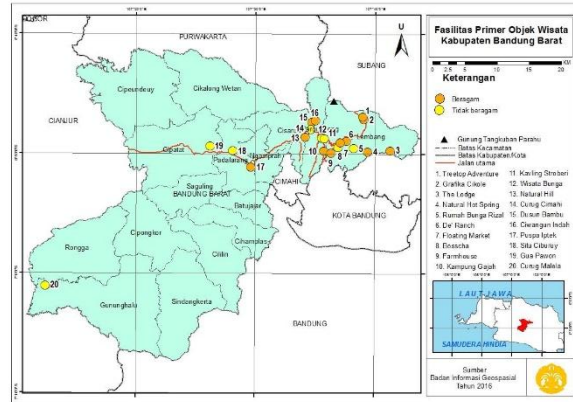
Objek wisata di Kabupaten Bandung Barat didominasi oleh wisatawan luar Kabupaten Bandung Barat. Wisatawan luar Kabupaten Bandung Barat didominasi dari Bogor, Tasikmalaya, Subang, Sumedang, dan Kota Bandung. Wisatawan luar Jawa Barat didominasi dari Jakarta dan wisatawan luar Jawa didominasi dari Lampung dan Sumatera.

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Fungsi Objek Wisata sebagai Destinasi berdasarkan Tipologi Objek Wisata

Fasilitas primer dalam pariwisata merupakan atraksi wisata yang menjadi daya tarik utama yang ditawarkan agar menarik wisatawan untuk datang ke suatu objek wisata. Dalam penelitian ini atraksi terbagi menjadi dua yaitu *site attraction* dan *event attraction*.

Fasilitas primer beragam di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan Kecamatan lain di Kabupaten Bandung Barat maupun jika dibandingkan dengan kategori lainnya di Kecamatan Lembang.

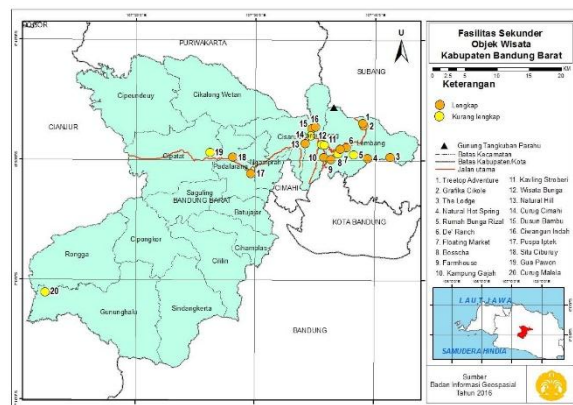


Gambar 3. Peta Fasilitas Primer Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat

Kategori fasilitas primer beragam terdapat di De Ranch, Treetop Adventure, The Lodge, Floating Market, Grafika Cikole, Farmhouse dan Natural Hot Spring. Objek wisata tersebut memiliki *site attraction* dan *event attraction*, dimulai dari kegiatan yang melibatkan fisik maupun hanya menikmati pemandangan alam saja.

Kategori fasilitas primer tidak beragam tersebar di beberapa kecamatan dengan didominasi oleh jenis objek wisata alam, seperti Curug Cimahi, Situ Ciburuy, Gua Pawon, dan Curug Malela.

Fasilitas sekunder objek wisata di Kabupaten Bandung Barat, secara keseluruhan sudah memiliki fasilitas yang lengkap. Kategori fasilitas sekunder lengkap ditandai titik oranye dan kurang lengkap ditandai titik kuning seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Peta Fasilitas Sekunder Kabupaten Bandung Barat

Kategori fasilitas sekunder lengkap di Kecamatan Lembang ini merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan Kecamatan lain di Kabupaten Bandung Barat maupun jika dibandingkan dengan kategori lainnya di Kecamatan Lembang. Kecamatan Lembang memiliki kategori fasilitas sekunder lengkap di tujuh objek wisata diantaranya De Ranch, Treetop Adventure, The Lodge, Floating Market,



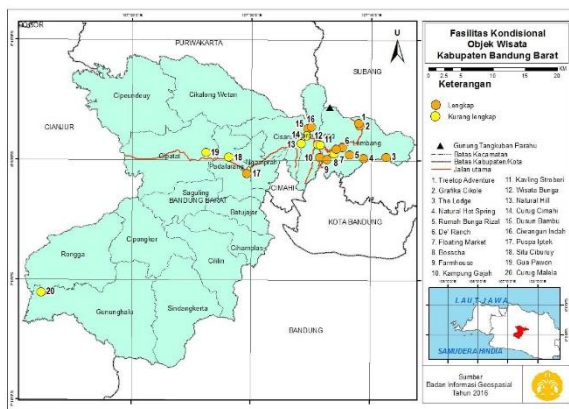
Grafika Cikole, Farmhouse dan Natural Hot Spring. Objek wisata tersebut sebagian besar sudah komersial dan sedang naik daun dalam beberapa tahun kebelakang sehingga ditunjang oleh berbagai fasilitas wisata demi kenyamanan wisatawan.

Sama seperti pada kategori fasilitas objek wisata primer, objek wisata dengan kategori fasilitas sekunder kurang lengkap sebagian besar terdapat di objek wisata alam dengan dominasi wisatawan pencinta alam dengan tujuan tracking dan menikmati berbagai macam air terjun dan olahraga air.

Fasilitas kondisional yaitu infrastruktur pariwisata yang mengkondisikan kegiatan wisata, fasilitas seperti ini diantaranya kamar mandi/toilet, trotoar, tempat parkir dan tempat ibadah. Fasilitas kondisional objek wisata Kabupaten Bandung Barat sebagian besar sudah lengkap. Seperti yang terlihat pada gambar 5, kategori fasilitas sekunder lengkap ditandai titik oranye dan kurang lengkap ditandai titik kuning.

Kategori fasilitas kondisional lengkap di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan Kecamatan lain di Kabupaten Bandung Barat maupun jika dibandingkan dengan kategori lainnya di Kecamatan Lembang. Objek wisata ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat, sedang naik daun, dan jumlah wisatawan pertahunnya sangat tinggi terutama pada saat musim liburan sehingga fasilitas kondisional sangat mendukung wisatawan. Objek wisata tersebut sebagian besar merupakan objek wisata yang memiliki jumlah wisatawan yang tinggi pertahunnya. Objek wisata dengan jumlah wisatawan yang tinggi terus meningkat setiap tahunnya sehingga fasilitas kondisional terus mengalami peningkatan untuk mendukung jumlah wisatawan.

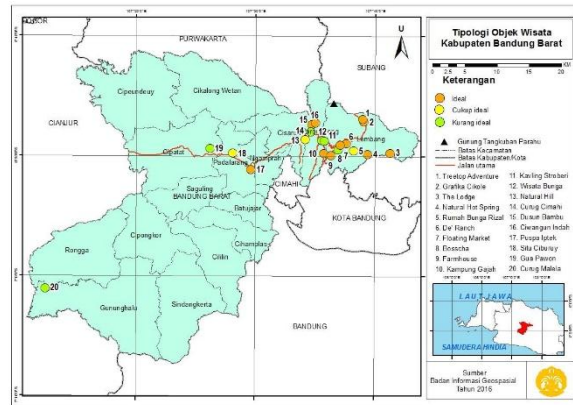
Objek wisata dengan kategori fasilitas kondisional kurang lengkap terdapat di objek wisata yang memiliki jumlah wisatawan yang rendah pertahunnya, belum banyak dikenal, serta masih belum komersial. Objek wisata tersebut memiliki fasilitas kondisional yang kurang mendukung bagi wisatawan atau masih sulit ditemui.



Gambar 5. Peta Fasilitas Kondisional Kabupaten Bandung Barat

Dari hasil pengolahan data, sebanyak sebelas objek wisata memiliki tipologi ideal, tiga objek wisata memiliki tipologi cukup ideal, dan enam objek wisata dengan tipologi kurang ideal.

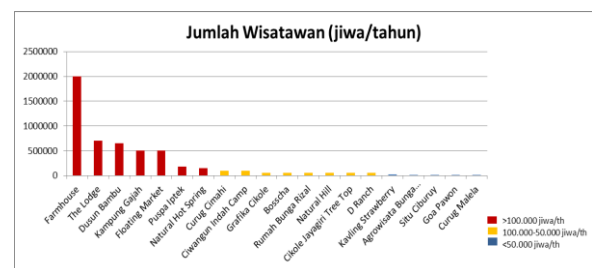
Tipologi objek wisata ideal di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan Kecamatan lain di Kabupaten Bandung Barat. Sama halnya pula jika dibandingkan dengan kategori lainnya di Kecamatan Lembang, seperti terlihat pada gambar 6. Objek wisata tersebut sebagian besar memiliki jumlah wisatawan pertahun yang tinggi sehingga ditunjang oleh berbagai fasilitas wisata ideal. Objek wisata ini sangat diminati oleh para wisatawan karena masing-masing memiliki kelebihan dan daya tarik yang berbeda-beda. Objek wisata di kecamatan dengan tipologi objek wisata kurang ideal terdapat di objek wisata alam dengan jenis fasilitas objek wisata yang memiliki kategori rendah.



Gambar 6. Peta Tipologi Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat

### 5.2. Variasi Spasial Wisatawan

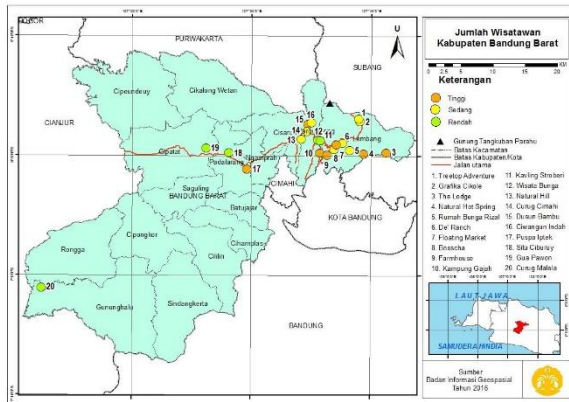
Berdasarkan grafik pada gambar 7 tersebut terlihat jumlah wisatawan yang terbagi menjadi kategori tinggi, sedang, dan rendah. perbedaan jumlah wisatawan signifikan antara Farmhouse dengan objek wisata lainnya yang berada di Kabupaten Bandung Barat.



Gambar 7. Grafik Jumlah Wisatawan Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat  
Sumber: Pengolahan Data, 2017

Jumlah wisatawan objek wisata dengan kategori tinggi di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi dibandingkan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat. Objek wisata tersebut terbilang baru sehingga hal ini sangat menarik para wisatawan. Objek wisata tersebut rata-rata berdiri diatas tahun 2015 dan terus mengalami perkembangan jumlah wisatawan dan peningkatan daya tarik oleh pihak manajemen. Objek wisata tersebut memiliki ciri khas yang tidak dijumpai di daerah asal wisatawan. Wisatawan menyukai hal-hal etnik, baru, dan bebas mengekspresikan keinginannya.

Jumlah wisatawan objek wisata dengan kategori sedang di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat serta jika dibandingkan dengan kategori jumlah wisatawan lainnya di Kecamatan Lembang. Hal ini karena objek wisata tersebut merupakan objek wisata yang rata-rata hanya bisa dinikmati oleh wisatawan usia tertentu saja. Jumlah wisatawan objek wisata dengan kategori rendah di Kecamatan Parongpong merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat dan jika di bandingkan dengan kategori jumlah wisatawan lainnya.

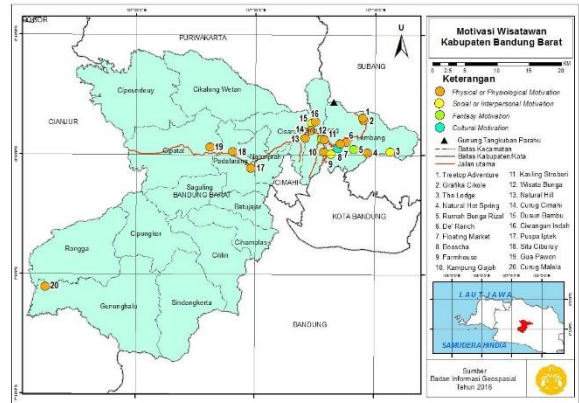


Gambar 8. Peta Jumlah Wisatawan Kabupaten Bandung Barat

Motivasi wisatawan *Physical or physiological motivation* di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat serta jika dibandingkan dengan kategori motivasi wisatawan lainnya di Kecamatan Lembang. Hal tersebut sesuai dengan tujuan rekreasi, relaksasi, meningkatkan kesehatan, kenyamanan, berolahraga, dan bersantai setelah jenuh dari urusan di kota.

Motivasi wisatawan *social or interpersonal motivation* di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat. Wisatawan di objek wisata tersebut selain memiliki tujuan utama selain ingin bertemu teman, keluarga, dan mitra kerja, tetapi juga karena gengsi

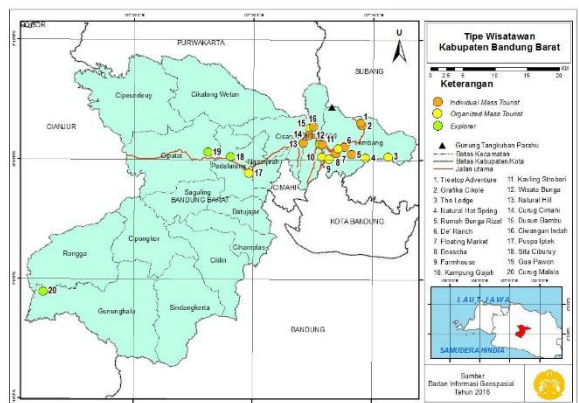
sosial. Objek wisata ini terbilang baru dan sedang naik daun di masyarakat, rata-rata wisatawan memiliki tujuan untuk mencari spot foto yang bagus untuk memenuhi hal yang dianggap mendatangkan gengsi atau nilai prestise masyarakat.



Gambar 9. Peta Motivasi Wisatawan Kabupaten Bandung Barat

Objek wisata di Kecamatan Lembang dengan motivasi wisatawan *fantasy motivation* dan *cultural motivation* masing-masing hanya terdapat di satu objek wisata, yaitu di Rumah Bunga Rizal dan Bosscha.

Tipe wisatawan didapat dengan mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan objek wisata yang dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Pada hasil wawancara didapat bahwa hampir semua wisatawan mengatur perjalanan mereka sendiri dan tidak dengan agen travel. Hal ini dikarenakan mudahnya akses, sumber informasi, dan sebagian besar daerah asal wisatawan yang tidak terlalu jauh, yaitu Jakarta dan Jawa Barat.



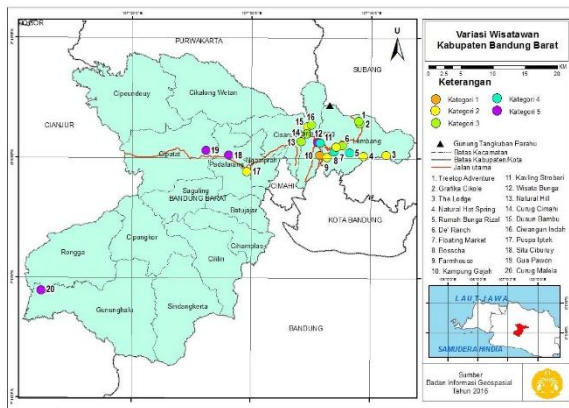
Gambar 10. Peta Tipe Wisatawan Kabupaten Bandung Barat

Tipe wisatawan *Individual Mass Tourist* di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat serta jika dibandingkan dengan kategori motivasi wisatawan lainnya di Kecamatan Lembang. Objek wisata tersebut termasuk daerah tujuan wisata yang sudah

terkenal dan wisatawan yang datang terutama bersama teman atau keluarga dalam jumlah 3-10 orang.

Tipe wisatawan *Organized-Mass Tourist* di Kecamatan Lembang merupakan yang paling mendominasi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Bandung Barat. Objek wisata tersebut sesuai dengan *Organized-Mass Tourist* yang menginginkan wisata dengan fasilitas lengkap seperti di rumah, yaitu ketersediaan penginapan.

Variasi wisatawan dengan kategori dua ini yang merupakan paling mendominasi jika dibandingkan dengan Kecamatan Cisarua dan Padalarang yang hanya memiliki satu objek wisata. Selain itu kategori dua di Kecamatan Lembang ini juga paling mendominasi kategori lainnya di Kecamatan ini. Variasi wisatawan kategori dua terdiri dari jumlah wisatawan tinggi, motivasi wisatawan *social motivation*, dan tipe wisatawan *organized Mass Tourist*.



Gambar 11. Peta Variasi Wisatawan Kabupaten Bandung Barat

Di Kecamatan Lembang variasi wisatawan kategori tiga merupakan yang paling mendominasi, yaitu tiga objek wisata diantaranya *Treetop Adventure*, *Gravika Cikole*, dan *De Ranch*, sedangkan kecamatan *Parongpong* dan *Cisarua* yang hanya memiliki kurang dari tiga objek wisata. Di Kecamatan Lembang variasi wisatawan kategori empat merupakan yang paling sedikit di Kecamatan Lembang yaitu hanya dua objek wisata yaitu *Rumah Bunga Rizal* dan *Boscha*.

### 5.3. Korelasi Variasi Spasial dengan Objek Wisata

Variasi wisatawan di Kabupaten Bandung Barat diklasifikasi menjadi lima kategori berdasarkan jumlah wisatawan, motivasi wisatawan, dan tipe wisatawan. Tipologi objek wisata diklasifikasi menjadi ideal, cukup ideal, dan kurang ideal berdasarkan fasilitas primer, sekunder, dan kondisional. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tipologi objek wisata dan variasi wisatawan, maka dilakukan uji chi square.

Berdasarkan data saat survey lapangan, wisatawan yang datang ke objek wisata dengan tipologi objek wisata ideal

didominasi oleh variasi wisatawan kategori dua, yaitu sebanyak lima puluh enam orang. Wisatawan yang datang ke objek wisata dengan tipologi cukup ideal di dominasi variasi wisatawan kategori yaitu sebanyak tiga belas orang. Wisatawan yang datang ke objek wisata dengan tipologi kurang ideal didominasi variasi wisatawan kategori lima yaitu tiga puluh tiga orang.

Pada hasil Uji Statistik Chi Square (Tabel 2), kolom *Asymp. Sig. (2-Sided)* menunjukkan nilai probabilitas. Dengan hasil nilai *Asymp. Sig* yang mencapai 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata. Besarnya koefisien kontingensi sebesar 0,66 menunjukkan keterkaitan diantara tipologi objek wisata dengan variasi wisatawan yang tidak terlalu kuat karena nilai tersebut berada diantara 0 dan 1.

Terdapat hubungan antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat. Tipologi objek wisata yang ideal tidak selalu ditandai oleh nilai masing-masing unsur variasi yang dominan. Sebaliknya, nilai masing-masing unsur variasi yang dominan melekat pada tipologi objek wisata cukup ideal.

Tabel 2. Analisis Statistik Chi Square

Tipologi objek wisata	Variasi spasial wisatawan					Total
	Kategori 1	Kategori 2	Kategori 3	Kategori 4	Kategori 5	
Ideal	11	59	40	0	0	110
Cukup ideal	0	0	13	11	6	30
Kurang ideal	0	0	13	14	33	60
Total	11	59	66	25	39	200

Chi-Square Tests			Symmetric Measures				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	Value	Approx. Sig.
Pearson Chi-Square	154,587 <sup>a</sup>	8	,000			,660	,000
Likelihood Ratio	197,498	8	,000				
N of Valid Cases	200						

a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,65.

## 6. KESIMPULAN

Objek wisata di Kabupaten Bandung Barat sebagian besar memiliki jenis fasilitas wisata dengan kualitas tinggi (tipologi ideal) yang memusat di Kecamatan Lembang. Objek wisata alam memiliki jenis fasilitas wisata dengan kualitas yang kurang baik (tipologi kurang ideal) secara spasial tersebar di beberapa tempat.

Variasi spasial wisatawan di Kabupaten Bandung Barat didominasi oleh nilai masing-masing unsur variasi yang dominan, yaitu jumlah wisatawan yang sedang, motivasi wisatawan *physical or physiological motivation*, dan tipe wisatawan *individual mass touris* yang memusat di Kecamatan Lembang.

Terdapat hubungan antara variasi spasial wisatawan dengan tipologi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat. Tipologi objek wisata yang ideal tidak selalu ditandai oleh nilai

masing-masing unsur variasi yang dominan. Sebaliknya, nilai masing-masing unsur variasi yang dominan melekat pada tipologi objek wisata cukup ideal.

## SARAN

Pengembangan pariwisata perlu terus dikembangkan terutama oleh Pemerintahan Kabupaten Bandung Barat dalam meningkatkan infrastruktur, sarana dan prasarana untuk menunjang wisatawan. Setiap pengelola objek wisata perlu meningkatkan daya tarik dan fasilitas objek wisata agar dapat menarik minat wisatawan. Memperluas jaringan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi sehingga wisatawan domestik maupun mancanegara mengetahui potensi wisata yang ada.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T atas rahmat dan karunia-Nya tulisan ini dapat selesai. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orangtua, pembimbing, Pemda Kabupaten Bandung Barat, pengelola objek wisata, dan pihak lain yang telah membantu.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]BPS, 2014. Provinsi Jawa Barat dalam Angka Tahun 2014, Badan Pusat Statistik Jawa Barat.
- [2]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2007 Tentang Pembentukan Kabupaten Bandung Barat Di Provinsi Jawa Barat.
- [3]Lembang.CO. (2016). *Lembang.CO — Lihat Sisi Lain Kawasan Wisata Lembang Bandung*. [online] Tersedia di: <http://www.lembang.co/> [diakses 9 Okt. 2016].
- [4]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Jakarta: Departemen Pariwisata, Seni Dan Budaya Republik Indonesia.
- [5] Jansen-Verbeke, M. (1995) 'Urban tourism and city trips', *Annals of Tourism Research*.
- [6] McIntosh, R., & Goldner, C. (1995). *Tourism Principles and Practice, Philosophies* (5Th ed.). New York: John Wilky & Sons, Inc.
- [7] Cohen, E. 1972. "Who is a Tourist? A Conceptual Clarification". *Socio-logical Review*, 22, 527-555.