

DAMPAK PEMANFAATAN BANDROS PADA MINAT BERKUNJUNG WISATA HERITAGE DI KOTA BANDUNG

Febriani Valentina Br Sihombing¹⁾, Nadia Ayu Setiyaningbudi²⁾, Sabrina Rahmadhanty Maghfira³⁾, Tiara Faza Aulia⁴⁾

Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia^{1,2,3,4)}

Corresponding Author:

febriani.valentina113@gmail.com¹⁾, nadiaayusetiyaningbudi@gmail.com²⁾,

sabrinarahma0812@gmail.com³⁾, lalafaza6@gmail.com⁴⁾

Abstrak

Kota Bandung dengan warisan arsitektur kolonialnya, telah menjadi salah satu tujuan wisata yang menonjol di Indonesia. Kota ini memiliki Bandros (Bandung *Tour on Bus*) sebagai sebuah inovasi dalam transportasi pariwisata, yang telah diperkenalkan untuk memfasilitasi aksesibilitas dan meningkatkan pengalaman wisatawan di kota tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak Bandros sebagai fasilitas transportasi pariwisata terhadap minat berkunjung pada wisata cagar budaya (*heritage*) di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan pada bulan Juli 2024 dari wisatawan lokal maupun mancanegara yang telah menggunakan layanan Bandros. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara fasilitas transportasi pariwisata dan minat berkunjung pada wisata heritage, serta memberikan masukan bagi pengembangan pariwisata di Kota Bandung dan mungkin juga kota-kota lain yang memiliki warisan sejarah yang kaya.

Kata Kunci: Wisata Cagar Budaya, Bandros, Kota Bandung, Transportasi, Minat Berkunjung

Abstract

Bandung City, with its colonial architecture heritage, has emerged as a prominent tourist destination in Indonesia. The city boasts Bandros (Bandung *Tour on Bus*) as an innovation in tourism transportation, introduced to facilitate accessibility and enhance tourists' experiences in the city. This research aims to explore the impact of Bandros as a tourism transportation facility on the visiting interest to heritage sites in Bandung. The research methodology employed is a quantitative approach using an accidental sampling technique. Data were collected in July 2024 from both local and international tourists who have utilized Bandros services. The findings of this research are expected to provide a better understanding of the relationship between tourism transportation facilities and visiting interest in heritage sites, as well as to offer insights for tourism development in Bandung and potentially other cities with rich historical heritage.

Keywords: Heritage Tourism, Bandros, Bandung City, Transportation, Visiting Interest

PENDAHULUAN

Kota Bandung lahir di era kolonial dan menyimpan bukti sejarahnya. Bukti sejarah Kota Bandung menyimpan beragam bangunan *heritage* yang berharga (Pratiwi, 2011). Bangunan-bangunan ini tersebar di berbagai kawasan, mencerminkan fungsinya di masa lampau, seperti pusat kota, pecinan, pertahanan, pemukiman, dan industri. Keberadaan kawasan ini kemudian menjadi potensi wisata *heritage* atau wisata cagar budaya (Sudaryanti et al, 2015). Deretan bangunan bersejarah dan kawasan ikonik seperti Braga dan Gedung Sate, Bandung dianugerahi julukan "Paris van Java". Julukan ini berawal dari upaya promosi di pasar malam tahunan *Jaarbeurs* pada tahun 1920 (Haryoto Kunto, 1985). Bandung menjelma menjadi pusat mode dan budaya modern di Jawa, terinspirasi dari tren Paris dan diwarnai antusiasme masyarakat kelas atas terhadap seni arsitektur art deco, yang kemudian menjadi acuan pembangunan gedung pada hampir di seluruh kota Bandung (Hutagalung et al, 2008).

Sejak era Hindia Belanda, Bandung telah menjadi kota tujuan wisata di Indonesia dengan berbagai daya tariknya. Kota Bandung berhasil meraih pengakuan UNESCO

History:

Received : 25 Januari 2024

Revised : 10 Maret 2024

Accepted : 21 Juni 2024

Published : 05 Agustus 2024

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



sebagai salah satu kota tujuan wisata dunia pada tahun 2013. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung mencatat angka kunjungan wisatawan yang datang ke kota ini meningkat 17% pada tahun 2023. Keindahan warisan budaya dan sejarah, bangunan kolonial Belanda, situs bersejarah, kerajinan tradisional, dan berbagai fasilitas wisata yang memadai menjadi daya tarik utama bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.

Di dalam konteks warisan lokal, peranan kota menjadi sentral dalam proses transformasi dengan memantau aspek-aspek budaya kota yang menjadi aset (Najmi et al, 2015) Pemantauan ini tidak hanya terbatas pada pengawasan namun juga melibatkan intervensi aktif melalui sektor pariwisata dengan tujuan untuk menjaga kelestarian dan mengedukasi masyarakat mengenai nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Pemkot Bandung berkomitmen mengembangkan sektor pariwisata (Fauzan, 2016). Kesungguhan dalam membangun pariwisata dibuktikan dengan berbagai inovasi, termasuk peluncuran Bandros (*Bandung Tour on the Bus*), bus wisata bertingkat yang unik dan berwarna-warni. Sebelum masa pandemi, bus ini menyediakan layanan transportasi melalui lima rute wisata yang berbeda di Kota Bandung (Ardani et al, 2016). Namun saat ini Bandros hanya menyediakan satu rute.

Selain tersedianya sarana transportasi bagi wisatawan, Kota Bandung juga menyajikan warisan arsitektur dan rekaman sejarah masa kolonial. Wisata heritage kian populer didorong minat wisatawan pada tempat bersejarah dan unik dari segi arsitektur, latar belakang sejarah, museum, dan bangunan tempat peribadatan (Kurniawan et al, 2023). Berdasarkan penelitian terdahulu, wisata heritage penting bagi pariwisata kota, namun terkendala sarana prasarana. Aksesibilitas, termasuk sarana transportasi, merupakan prasarana penting dalam pengembangan wisata *heritage* (Putri & Pratiwi, 2021). Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini bermaksud untuk melihat dampak pemanfaatan dari Bandung *Tour on The Bus* (Bandros) sebagai fasilitas pendukung wisata terhadap peningkatan minat berkunjung pada wisata *heritage* di Kota Bandung.

A. Bandros sebagai Fasilitas Transportasi Pariwisata

Bandros merupakan singkatan "*Bandung Tour on The Bus*," lahir dari inisiatif Walikota Bandung Ridwan Kamil pada akhir tahun 2013. Bandros, sebuah inovasi dalam transportasi pariwisata Kota Bandung, muncul sebagai jawaban atas kebutuhan akan aksesibilitas dan pengalaman wisata. Dengan latar belakang pentingnya transportasi wisata dalam memfasilitasi wisatawan, minat terhadap keinginan berkunjung menjadi perlu dalam konteks pariwisata.

Menurut Miro (2012), transportasi tidak hanya melibatkan perpindahan fisik, tetapi juga melibatkan aspek alat, lokasi, dan tujuan. Dalam konteks ini, Bandros muncul sebagai representasi yang menggabungkan fungsi transportasi dengan pengalaman pariwisata yang menyeluruh. Terlepas dari beragamnya moda transportasi, Bandros membedakan dirinya dengan menawarkan pengalaman wisata yang terkait erat dengan Kota Bandung. Bandros bukan hanya sebuah kendaraan, tetapi juga merupakan wujud dari upaya Kota Bandung untuk memperluas aksesibilitas dan meningkatkan pengalaman wisata. Dikelola oleh Dinas Perhubungan Kota Bandung dan Masyarakat Peduli Bandung (Mang Dudung, Bandros menawarkan berbagai rute yang mencakup beragam destinasi wisata kota. Dengan kapasitas 24 penumpang, bus ini menjadi pilihan yang populer bagi para wisatawan yang ingin menjelajahi pesona kota Bandung.

B. Wisata Heritage

National Trust for Historic Preservation mendefinisikan wisata heritage sebagai suatu perjalanan untuk mengunjungi suatu tempat, artefak, dan aktivitas yang ada secara otentik mewakili kisah-kisah di masa lalu dan masa kini yang mencakup sumber daya

budaya, sejarah, dan alam. Menurut Indahsari dkk (2022) wisata heritage merupakan salah satu jenis wisata yang menyajikan benda-benda peninggalan masa lalu seperti museum, gedung, maupun benda-benda yang mengandung nilai-nilai historis sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan. Selain berfungsi sebagai sarana pendidikan dan rekreasi, wisata heritage menjadi sarana pelestarian akan kekayaan suatu tempat tersebut (Danudara, 2017). Wisata heritage merupakan fenomena yang kompleks, dalam Purike dkk (2023) beberapa perspektif utama yang dimiliki wisata heritage yaitu: keaslian, komodifikasi, pembuatan tempat, memori dan identitas, serta kekuasaan dan politik. Saat ini, wisata *heritage* sedang mencapai popularitasnya karena sekarang makin banyak orang yang cenderung ingin mengingat kembali kenangan lama, dengan tujuan untuk hiburan dan rekreasi maupun tujuan pendidikan (Pratiwi et al, 2022).

C. Minat Berkunjung

Konsep minat berkunjung dapat diartikan sama dengan konsep minat beli dalam pemasaran. Satria (2017) mengatakan bahwa minat beli diukur melalui empat indikator yaitu tingkat kesadaran konsumen (*awareness*), tingkat pengetahuan terhadap produk, tingkat kesukaan konsumen terhadap produk, preferensi, dan tingkat keyakinan untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, untuk mengukur minat berkunjung dapat menggunakan indikator yang sama dengan indikator minat beli. Menurut Ferdinand (2014), minat berkunjung dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, antara lain: kecenderungan seseorang untuk berkunjung (minat transaksional), kecenderungan untuk mereferensikan kepada orang lain (minat referensial), preferensi terhadap suatu hal atau aktivitas tertentu dibandingkan dengan yang lainnya (minat preferensial), dan perilaku untuk selalu mencari informasi terkait objek wisata yang diminatinya (minat eksploratif).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data berupa angka dan skor. Penelitian dilakukan pada bulan Mei tahun 2024 di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Objek penelitian adalah wisatawan lokal dan mancanegara yang pernah menggunakan layanan wisata Bandros (jumlah tidak diketahui dan dikategorikan tak terhingga). Data dikumpulkan melalui sampel populasi yang menjadi responden penelitian dengan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2009: 85), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu wisatawan domestik yang secara kebetulan bertemu peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu 97 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Data Responden

- a. Data responden dikelompokkan menjadi dua kategori berdasarkan jenis kelamin: laki-laki dan perempuan. Data mengenai jenis kelamin responden ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	31	31.95%
2.	Perempuan	66	68,04%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel, penelitian ini melibatkan 31 responden laki-laki (31.95%) dan 66 responden perempuan (68.04%) dengan cara perhitungan $\text{jumlah responden}/97 \times 100$.

- b. Data responden berdasarkan karakteristik usia dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Data responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-27	75	77.31%
2.	28-38	15	15.46%
3.	39-49	3	3.09%
4.	50-60	3	3.09%
5.	61-71	0	0%
6.	72-82	1	1.03%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data, mayoritas berusia antara 17-27 tahun, dengan jumlah 75 orang atau 77.31%, dengan cara perhitungan $\text{jumlah responden}/97 \times 100$.

- c. Data responden berdasarkan pendapatan perbulan dari responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 1.000.000	13	13.40%
2.	Rp. 1.000.000 -Rp. 2.999.999	11	11.34%
3.	Rp. 3.000.000 -Rp. 4.999.999	18	18.55%
4.	> Rp 5.000.000	40	41.23%
5.	Tidak berpenghasilan	15	15.46%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 41.23% persen responden, atau 40 orang responden memiliki penghasilan di atas Rp 5.000.000. Cara penghitungan tersebut menggunakan rumus $\text{jumlah responden}/97 \times 100$.

- d. Berdasarkan data responden, mayoritas responden berasal dari Jakarta (26 orang) dan Bandung (24 orang). Sisanya tersebar di berbagai kota di Indonesia, dengan satu responden dari Paris, Prancis.

2. Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r)	Sig.	Ket.
Fasilitas Pendukung (X)	X1	0,790	0,000	Valid
	X2	0,781	0,000	Valid
	X3	0,822	0,000	Valid
Minat Berkunjung (Y)	Y1	0,676	0,000	Valid
	Y2	0,648	0,000	Valid
	Y3	0,602	0,000	Valid

Y4	0,598	0,000	Valid
Y5	0,699	0,000	Valid
Y6	0,601	0,000	Valid
Y7	0,700	0,000	Valid
Y8	0,674	0,000	Valid
Y9	0,773	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Uji validitas pada 97 responden menunjukkan bahwa semua item dari variabel fasilitas pendukung (X) dan minat berkunjung (Y) adalah valid karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Fasilitas Pendukung (X)	0,707	Reliable
Minat Berkunjung (Y)	0,836	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Uji reliabilitas pada 97 responden menunjukkan bahwa semua item dari variabel fasilitas pendukung (X) dan minat berkunjung (Y) dikatakan reliabel karena nilai koefisien Alpha Cronbach lebih besar daripada 0,6.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.185	2.060		7.856	.000
	Bandros sebagai fasilitas pendukung	1.654	.176	.694	9.400	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan regresi linier sederhana tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Pendukung (X) memiliki pengaruh sebesar 165,4% dalam mempengaruhi Minat Berkunjung (Y).

5. Uji-t

Tabel 7. Uji-t Coefficients^a

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.185	2.060		7.856	.000

Bandros sebagai fasilitas pendukung	1.654	.176	.694	9.400	.000
-------------------------------------	-------	------	------	-------	------

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel nilai sig. $t(0,000) < \alpha = 0,05$ maka variabel Fasilitas Pendukung (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa indikator variabel fasilitas pendukung memiliki pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi minat berkunjung pada wisata heritage. Meningkatnya kualitas Fasilitas Pendukung akan meningkatkan Minat Berkunjung (Y) secara signifikan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang direkomendasikan mengenai fasilitas pendukung yang dapat mempengaruhi minat berkunjung pada wisata heritage di Kota Bandung, yaitu untuk menambahkan variasi rute perjalanan ke tempat atau ikon sejarah dan budaya Kota Bandung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kami kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah Dampak Pariwisata yaitu Ibu Wiwik Dwi Pratiwi yang senantiasa mendorong, dan membimbing kami untuk melakukan publikasi agar dapat mengembangkan apa yang telah kami pelajari. Semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, K. F., Adiluhung, H., & Pujiraharjo, Y. (2022). Perancangan Bus Bandros (bandung Tour On Bus) Berdasarkan Konsep Art Decoration. *eProceedings of Art & Design*, 9(1).
- Danudara, A. B. (2017). Perencanaan Produk Paket Wisata Heritage di Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(1), 10-24.
- Fauzan, S. F. (2016). City Branding Kota Bandung Melalui Bus Bandros (studi Kasus: Badan Promosi Pariwisata Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 3(1).
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryoto Kunto (pengarang). (1985). *Wajah Bandoeng tempo doeloe*. Bandung: Granesia.
- Hutagalung, R., Taufany Nugraha; Fadly Kurniawan. *Braga : Jantung Parijs Van Java / Ridwan Hutagalung Dan Taufany Nugraha; Penyunting, Fadly Kurniawan*. 2008
- Indahsari, N. D., Subianto, A., & Tamrin, M. H. (2022). Kemitraan Stakeholders dalam Pengelolaan Jalur Wisata Heritage Trainz Loko Tour Cepu di Kabupaten Blora. *Reformasi*, 12(Desember), 303–316.
- Kurniawan, K., Suganda, D., & Khadijah, U. L. S. (2023). Konstruksi Sketsa Wisata Heritage dalam Menarik Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus di Bandung Sketchwalk). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(02), 144-165.
- Miro, F. 2012. Pengantar Sistem Transportasi. Jakarta: Erlangga.
- Najmi, I., Pratiwi, W. D., & Harun, I. B. (2015). Public agencies engagement on heritage building in Bandung shopping street: Intervening the visible. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 184, 372-379.
- Pratiwi, W. D. (2011). Multicultural heritages in a city as productive tourism place. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 10(1), 51-62.

- Pratiwi, W. D., Nagari, B. K., Margono, R. B., & Suryani, S. (2022). Visitor's Intentions to Re-Visit Reconstructed Public Place in Jakarta Tourism Heritage Riverfront. *Alam Cipta*, 15(1), 2-9.
- Purike, E., Azizah, N., Ajibroto, K., Kesumah, P., & Sujana, N. (2023). Wisata Heritage dan kalangan milenial muda di Kota Bandung. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(1), 01-13.
- Putri, V. O., & Pratiwi, W. D. (2021). Heritage Tourism Development Strategy in Sekanak Market Area of Palembang City. *ASEAN J. Hosp. Tour*, 19, 30-43.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume*, 2(1). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Sudaryanti, I. J. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).