



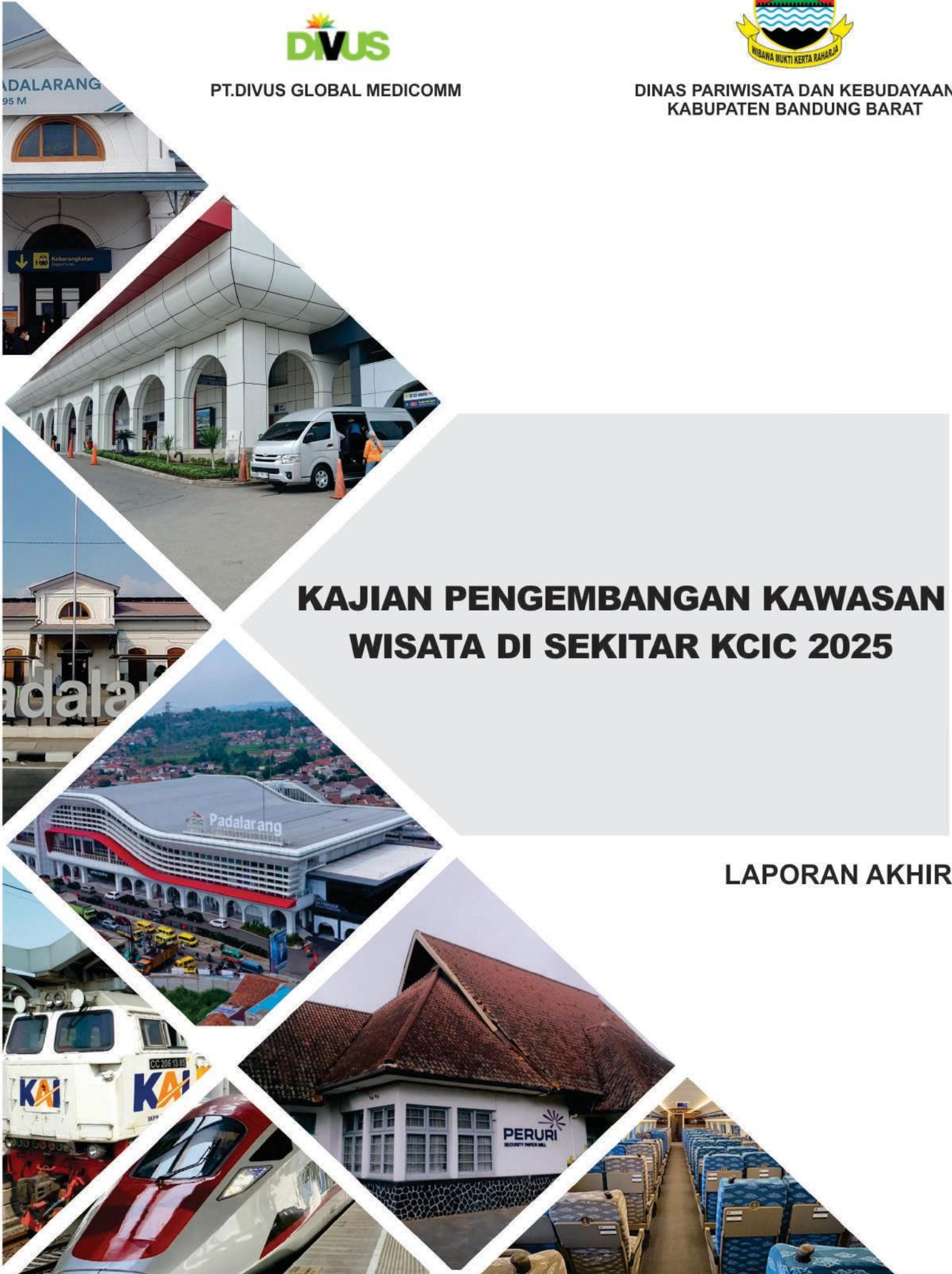
PT.DIVUS GLOBAL MEDICOMM



DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN BANDUNG BARAT

KAJIAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA DI SEKITAR KCIC 2025

LAPORAN AKHIR



TIM PENYUSUN

-Dewi Kurniasih
-Selfa Septiani Aulia
-Iwan Setiawan
-Muhammad Iffan
-Ajeng Ramaditha Larasati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan Akhir “**KAJIAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA DI SEKITAR KCIC**” tepat pada waktunya.

Laporan ini dibuat dalam rangka meningkatkan Pengembangan Kawasan Wisata sekitar KCIC, sebagai kajian dalam pengambilan keputusan dan penyusunan kawasan wisata di lingkungan Pemerintahan Kabupaten Bandung Barat.

Laporan akhir ini merupakan bagian awal dari laporan kajian, yang berisi tentang latar belakang, tujuan, dan ruang lingkup dari Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC Kabupaten Bandung Barat. Di dalam laporan akhir ini juga dijelaskan mengenai fakta dan analisis serta pengembangan konsep dan rencana pengembangan pariwisata di sekitar KCIC. Bagian akhir pada laporan ini adalah rekomendasi untuk dapat dikembangkannya konsep dan rencana pengembangan pariwisata di sekitar KCIC.

Laporan akhir ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang Kawasan Wisata sekitar KCIC Kabupaten Bandung Barat, sehingga dapat memudahkan pemahaman dan implementasi program kerja yang telah ditetapkan.

Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan dalam proses penyusunan laporan Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC.

Bandung Barat, Juni 2025
Tim Penyusun

DAFTAR ISI

1.1	LATAR BELAKANG.....	1
1.2	MAKSUD DAN TUJUAN.....	3
1.2.1	Maksud	3
1.2.2	Tujuan	4
1.3	RUANG LINGKUP.....	4
1.4	KELUARAN.....	7
1.5	SISTEMATIKA PELAPORAN.....	7
2.1	PARIWISATA.....	8
2.1.1	Konsep Pariwisata	8
2.1.2	Jenis-Jenis Pariwisata.....	9
2.1.3	Komponen Pariwisata	12
2.2	KEGIATAN EKONOMI PARIWISATA.....	13
2.2.1	Dampak Ekonomi	13
2.2.2	Dampak Positif Pariwisata Terhadap Perekonomian	17
2.2.3	Dampak Negatif Pariwisata Terhadap Perekonomian.....	20
2.2.4	Dampak Sosial.....	21
2.2.5	Dampak Positif Pariwisata Terhadap Sosial	29
2.2.6	Dampak negatif Pariwisata Terhadap Sosial.....	32
2.3	MULTIPLIER EFFECT PARIWISATA	49
2.4	KEBIJAKAN PEMERINTAH TERKAIT PARIWISATA.....	51
2.5	KERETA CEPAT INDONESIA-CHINA	52
2.6	KONSEP TRANSIT ORIENTED DEVELOPMENT	53
2.7	STUDI KASUS PENGEMBANGAN KONSEP TOD TERINTEGRASI PARIWISATA 54	
2.8	RENCANA PEMBANGUNAN DAERAH KBB 2024-2026	61
2.9	RENCANA TATA RUANG WILAYAH KABUPATEN BANDUNG BARAT 2024- 2044 62	
3.1	ASPEK FISIK PENGGUNAAN LAHAN SEKITAR KCIC.....	64
3.2	ASPEK AKSESIBILITAS SEKITAR KCIC.....	64
3.3	ASPEK POTENSI WISATA EKSISTING.....	65
3.4	ANALISIS SUPPLY PARIWISATA EKSISTING.....	69

3.5	ANALISIS SUPPLY POTENSI PARIWISATA.....	71
3.6	ANALISIS DEMAND PARIWISATA	74
3.7	ANALISIS PERMASALAHAN SEKITAR KCIC	75
3.8	ANALISIS SWOT	80
4.1	KONSEP PENGEMBANGAN PARIWISATA DI SEKITAR KCIC.....	83
4.2	RENCANAPENGEMBANGAN PARIWISATA DI SEKITAR KCIC	87
4.2.1	Rencana Pengembangan Kawasan Wisata Stasiun Lama Padalarang	88
4.2.2	Rencana Pengembangan Kawasan Wisata di PN Kertas.....	92
5.1	REKOMENDASI	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Ilustrasi Perancangan Desain TOD	53
Gambar 2. 2 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD yang terintegrasi dengan Pariwisata di Chongqing Tiongkok	55
Gambar 2. 3 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD Yang Terintegrasi dengan Pariwisata di Stasiun Jepang	59
Gambar 2. 4 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD Yang Terintegrasi dengan Pariwisata di Kota Lama Semarang.....	61
Gambar 2. 5 Peta Rencana Pola Ruang Kabupaten Bandung Barat	63
Gambar 3. 1 Kondisi Penggunaan Lahan di Sekitar KCIC	66
Gambar 3. 2 Kondisi Aksesibilitas di Sekitar KCIC	67
Gambar 3. 3 Kondisi Potensi Wisata di Sekitar KCIC	68
Gambar 3. 4 Hasil Observasi Lapangan Demand Pariwisata Sekitar KCIC.....	74
Gambar 3. 5 Analisis Pemetaan Permasalahan Pasar Tradisional di Sekitar KCIC.....	76
Gambar 3. 6 Analisis Pemetaan Permasalahan Parkir di Sekitar KCIC	77
Gambar 3. 7 Analisis Pemetaan Permasalahan Pedestrian di Sekitar KCIC	78
Gambar 3. 8 Analisis Pemetaan Permasalahan Permukiman di Sekitar KCIC	79
Gambar 4. 1 Pendekatan Konsep Pengembangan Kawasan di Sekitar KCIC	84
Gambar 4. 2 Konsep Usulan Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC	86
Gambar 4. 3 Konsep Pengembangan Pariwisata di Sekitar KCIC.....	87
Gambar 4. 4 Pertimbangan Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC	88
Gambar 4. 5 Kondisi Eksisting pengembangan Kawasan Wisata Rest Area	89
Gambar 4. 6 Konsep dan Rencana Pengembangan Rest-Area yang terintegrasi dengan TOD Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang.....	91
Gambar 4. 7 Referensi Pengembangan Rest-Area yang terintegrasi dengan TOD Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang	92
Gambar 4. 8 Kondisi Eksisting pengembangan Kawasan Wisata PN Kertas.....	93
Gambar 4. 9 Konsep dan Rencana Pengembangan Wisata Edukasi Taman Kertas di Kawasan Wisata PN Kertas.....	94
Gambar 4. 10 Referensi Pengembangan Taman Kertas di Kawasan PN Kertas	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penerapan Konsep TOD dengan Pengembangan Pariwisata di Stasiun Besar Negara Jepang	57
Tabel 3. 1 Analisis Supply Pariwisata Eksisting di Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang Sekitar KCIC.....	69
Tabel 3. 2 Analisis Supply Pariwisata Eksisting di Kawasan Cagar Budaya PN Kertas Sekitar KCIC	70
Tabel 3. 3 Analisis Supply Potensi Pariwisata di Kawasan Stasiun Lama Padalarang	72
Tabel 3. 4 Analisis Supply Potensi Pariwisata di Kawasan PN Kertas	73
Tabel 3. 5 Perumusan Analisis Strength, Weakness, opportunity, dan Threats Pariwisata di Sekitar KCIC	80
Tabel 3. 6 Perumusan Strategi Pariwisata di Sekitar KCIC	80

BAB I

-PENDAHULUAN-

Bab pendahuluan berisi atas 5 (lima) sub bab. Kelima sub bab tersebut diantaranya mengenai jangka waktu pelaksanaan latar belakang, maksud dan tujuan, ruang lingkup, keluaran dan sistematika pelaporan.

1.1 LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata saat ini semakin berperan dalam menunjang pembangunan nasional dan daerah. Sejak tahun 1997, pemerintah berharap sektor pariwisata menjadi sumber andalan devisa negara di luar sektor nonmigas. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah secara berkelanjutan terus memacu peningkatan kegiatan di sektor kepariwisataan. Karena kegiatan kepariwisataan selain menambah devisa negara, juga kegiatan sektor ini dapat memperluas lapangan kerja, di samping dapat pula memperkenalkan aneka ragam kebudayaan serta alam Indonesia yang indah.

Pariwisata merupakan sektor multifungsi yang tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan negara, tetapi juga berdampak langsung pada dinamika sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Dengan potensi kekayaan alam dan budaya yang tersebar luas dari Sabang hingga Merauke, Indonesia memiliki modal dasar yang sangat kuat dalam mengembangkan sektor ini. Keindahan alam seperti pantai, pegunungan, danau, hingga keanekaragaman budaya dari berbagai suku bangsa merupakan daya tarik yang tidak dimiliki oleh banyak negara lain. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila pariwisata dijadikan sebagai sektor unggulan dalam pembangunan nasional.

Kabupaten Bandung Barat sebagai salah satu kabupaten yang terbentuk pada tahun 2007, telah dikaruniai oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan aneka ragam seni budaya dan bentukan alam yang indah. Wilayah ini menyimpan kekayaan alam yang luar biasa, mulai dari pegunungan, air terjun, danau, hingga area pertanian yang subur. Potensi tersebut menjadi daya tarik tersendiri yang dapat dikembangkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal dan kesejahteraan daerah secara keseluruhan.

Keberadaan kondisi alam di Kabupaten Bandung Barat memiliki berbagai potensi strategis yang berkaitan dengan pengembangan kawasan Kereta Cepat Indonesia–China (KCIC) dan sektor lainnya. Dari sisi keragaman hayati, Kabupaten Bandung Barat menjadi rumah bagi hewan-hewan dan tumbuhan endemik Jawa Barat yang memiliki nilai ekologis tinggi. Beberapa di antaranya bahkan menjadi produk pertanian unggulan, seperti sayuran dataran tinggi, buah-buahan tropis, dan tanaman herbal yang bernilai ekonomi. Keunggulan pertanian ini tidak hanya mendukung ketahanan pangan, tetapi juga berpotensi sebagai agrowisata yang menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kemudian dari sisi keragaman budayanya, Kabupaten Bandung Barat sangat kaya dengan tradisi dan peninggalan budaya yang telah mengakar kuat di masyarakat. Tarian tradisional, musik khas daerah seperti angklung dan calung, permainan rakyat, serta situs-situs prasejarah menjadi bagian integral dari identitas budaya yang patut dijaga dan dipromosikan. Tradisi seperti seren taun, ngunjung, atau pesta panen masih dijalankan di beberapa wilayah sebagai bentuk penghormatan terhadap leluhur sekaligus daya tarik wisata budaya. Peninggalan sejarah seperti goa purba, batu bertulis, dan situs megalitik juga menjadi aset penting yang menunjukkan bahwa wilayah ini telah lama menjadi pusat peradaban.

Beragam potensi pariwisata tersebut perlu dilestarikan dan dikembangkan secara berkelanjutan agar dapat dinikmati serta dimanfaatkan oleh generasi yang akan datang. Pelestarian ini tidak hanya berkaitan dengan perlindungan lingkungan, tetapi juga dengan pelestarian nilai-nilai budaya, kearifan lokal, dan sistem sosial masyarakat yang hidup berdampingan secara harmonis dengan alam. Terkait dengan hal tersebut di atas, maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dalam Tahun Anggaran 2025 telah merencanakan dan menetapkan program strategis berupa *Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata melalui Belanja Jasa Konsultansi Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC*.

Program Belanja Jasa Konsultansi Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC ini bertujuan untuk menghasilkan kajian ilmiah dan strategis mengenai optimalisasi potensi wisata di sekitar jalur kereta cepat. Kajian ini akan mencakup aspek tata ruang, aksesibilitas, potensi ekonomi, kelestarian lingkungan, serta kesiapan masyarakat lokal dalam mendukung aktivitas kepariwisataan. Diharapkan dari hasil kajian ini akan muncul rekomendasi pembangunan destinasi wisata yang berkelanjutan

dan inklusif, yang tidak hanya berorientasi pada ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai sosial dan lingkungan.

Belanja jasa ini juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap eksistensi kawasan wisata yang ada, sekaligus membuka peluang investasi baru yang berbasis potensi lokal. Maksimalisasi potensi tersebut penting dilakukan melalui perencanaan matang, promosi yang tepat sasaran, dan keterlibatan berbagai pihak, mulai dari pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas lokal, hingga akademisi. Sinergi ini menjadi kunci dalam menciptakan iklim pariwisata yang kondusif, kompetitif, dan berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun internasional.

Kegiatan kepariwisataan sendiri memiliki kontribusi besar dalam pembangunan daerah. Selain mampu menambah devisa negara, sektor ini juga membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat, terutama bagi kalangan muda yang kreatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Lebih jauh, sektor pariwisata juga memiliki peran penting dalam memperkenalkan ragam budaya dan keindahan alam Indonesia ke mata dunia. Oleh karena itu, pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC diharapkan menjadi salah satu langkah strategis untuk mempercepat pemulihan ekonomi pasca pandemi, memperkuat identitas daerah, serta menciptakan keseimbangan antara pembangunan dan pelestarian.

Dengan demikian, program ini menjadi bagian penting dari visi Kabupaten Bandung Barat sebagai wilayah yang maju, berdaya saing, dan berbasis potensi lokal. Komitmen pemerintah daerah untuk mengembangkan pariwisata tidak hanya menjadi instrumen pembangunan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, melestarikan warisan budaya, dan menjaga keberlangsungan lingkungan. Maka dari itu, seluruh komponen masyarakat diharapkan turut berpartisipasi aktif dalam mendukung keberhasilan program ini demi mewujudkan Kabupaten Bandung Barat sebagai destinasi wisata unggulan Jawa Barat.

1.2 MAKSUD DAN TUJUAN

1.2.1 Maksud

Maksud dari pekerjaan ini adalah menyusun dokumen Pengembangan Kawasan Wisata KCIC yang menginventarisir aset-aset Cagar Budaya di sekitar kawasan KCIC yang akan dikerjasamakan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dengan KCIC, serta pengembangan sarana dan prasarana yang berkelanjutan. Penyusunan dokumen ini

bertujuan untuk mendukung perencanaan terpadu dalam pengembangan kawasan wisata berbasis pelestarian budaya, peningkatan aksesibilitas, dan optimalisasi potensi ekonomi lokal yang selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan pelibatan aktif masyarakat sekitar.

1.2.2 Tujuan

Sedangkan tujuan dari pekerjaan *Belanja Jasa Konsultansi* Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC di Kabupaten Bandung Barat adalah sebagai berikut:

1. **Meningkatkan kunjungan wisatawan** ke kawasan sekitar KCIC melalui pengembangan potensi wisata yang terintegrasi dan menarik.
2. **Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal** melalui pengembangan sektor pariwisata yang dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar.
3. **Mengidentifikasi potensi dan daya tarik wisata** di sekitar KCIC untuk dikembangkan secara berkelanjutan dan berbasis keunggulan lokal.
4. **Menyusun strategi pengembangan kawasan wisata** yang sejalan dengan rencana tata ruang dan kebijakan pembangunan daerah.
5. **Memberikan rekomendasi kebijakan dan program** bagi pemerintah daerah dalam mengelola dan memfasilitasi pengembangan kawasan wisata.
6. **Meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas** kawasan wisata dengan memanfaatkan infrastruktur KCIC sebagai pintu gerbang utama.
7. **Mendorong partisipasi masyarakat dan pelaku usaha lokal** dalam proses pengembangan wisata secara inklusif dan kolaboratif.
8. **Mewujudkan kawasan wisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan**, sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.

1.3 RUANG LINGKUP

Ruang lingkup Kegiatan Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC dibagi menjadi 2 (dua). Lingkup pertama adalah lingkup wilayah, sedangkan lingkup kedua adalah lingkup substansi/ kegiatan. Lingkup wilayah merupakan lokasi kegiatan kajian Pengembangan Kawasan Wisata di sekitar KCIC ini adalah aset KCIC dan Cagar Budaya yang terletak di Kecamatan Padalarang dan Kecamatan Ngamprah.

Kedua kecamatan tersebut memiliki posisi strategis dalam konteks pengembangan wilayah, terutama karena keberadaan proyek Kereta Cepat Indonesia–China (KCIC) yang menjadi salah satu infrastruktur transportasi nasional unggulan. Kecamatan

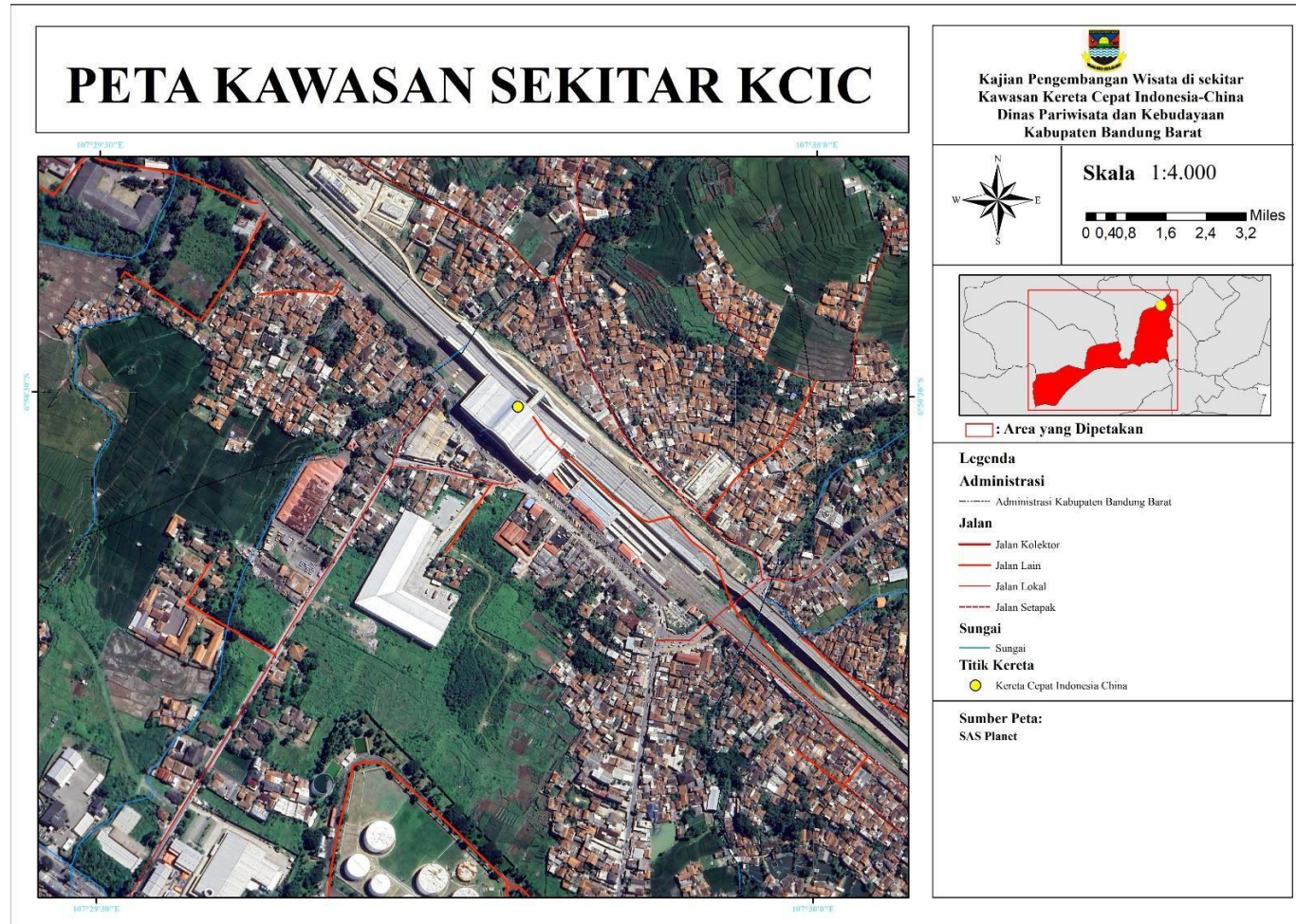
Ngamprah sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata terpadu yang terhubung langsung dengan akses transportasi cepat dan modern. Sementara itu, Kecamatan Padalarang dikenal dengan berbagai destinasi wisata alam, sejarah, dan budaya yang sudah eksis dan menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Lingkup substansi pada kegiatan ini mencakup seluruh proses perencanaan, pengumpulan data, analisis potensi wilayah, serta penyusunan rekomendasi strategis untuk mendukung pengembangan kawasan wisata secara terpadu dan berkelanjutan di sekitar wilayah proyek Kereta Cepat Indonesia-China (KCIC).

Lingkup substansi pada kegiatan ini dibatasi dengan melakukan pengumpulan data sekunder dan primer yang berkaitan dengan aspek pariwisata di sekitar KCIC. Aspek pariwisata yang dikaji antara lain merupakan aspek 4 (empat) A, yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansiliari atau kelembagaan. Inventaris terkait dengan kepemilikan lahan untuk pengembangan pariwisata di sekitar KCIC juga dilakukan saat pengumpulan data primer.

Selain mengkaji aspek 4 (empat) A pariwisata, pengumpulan data primer juga dilakukan dengan mengkaji keterkaitan antara pariwisata dengan pengembangan TOD di sekitar KCIC, dengan mengidentifikasi karakteristik penumpang KCIC dan kondisi aksesibilitas dari stasiun menuju ke lokasi wisata yang akan dikembangkan di sekitar KCIC. Oleh karena itu, ruang lingkup wilayah pada kajian ini dibatasi sekitar radius 400-800 m penumpang KCIC dapat berjalan kaki ke lokasi destinasi wisata sesuai dengan pengembangan konsep TOD. Jarak ini dianggap sebagai jangkauan yang nyaman bagi sebagian besar pejalan kaki dalam waktu yang wajar, sekitar 5-10 menit untuk menuju transportasi umum maupun destinasi wisata yang ada di sekitarnya.

Gambar 1. 1 Peta Lokasi Kajian



1.4 KELUARAN

Keluaran dari Kegiatan Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC, meliputi:

- a. Laporan Pendahuluan 6 (enam) buku;
- b. Laporan Antara 6 (enam) buku;
- c. Laporan Akhir 6 (enam) buku;
- d. Buku foto dokumentasi; dan
- e. External hardisk 1 berisi softcopy laporan sebanyak 1 buah.

1.5 SISTEMATIKA PELAPORAN

Sistematika pelaporan pada Kegiatan Kajian Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC dibagi menjadi 4 (empat) bagian atau bab. Bab pertama merupakan pendahuluan. Bab kedua adalah tinjauan literatur dan kebijakan, bab ketiga pendekatan dan metodologi, serta bab 4 adalah rencana kerja. Untuk lebih jelas mengenai isi dari bab-bab tersebut, berikut merupakan penjelasannya.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, maksud, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, keluaran dan sistematika pelaporan. Ruang lingkup terbagi menjadi 2 (dua), yaitu lingkup wilayah dan lingkup substansi/ kegiatan.

BAB 2 TINJAUAN LITERATUR DAN KEBIJAKAN

Bab ini berisi mengenai literatur yang terkait dalam pengembangan Kawasan wisata, konsep pengembangan TOD yang terintegrasi dengan pariwisata, serta arah kebijakan dalam pengembangan Kawasan KCIC. Kebijakan terkait tersebut dapat berupa arahan kebijakan dalam Dokumen Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Bandung Barat dan Rencana Pembangunan.

BAB 3 PENDEKATAN DAN METODOLOGI

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan kegiatan, metodologi pelaksanaan kegiatan, serta teknik dan model analisis.

BAB 4 RENCANA KERJA

Pada bab ini akan dibagi menjadi 4 (empat) bagian. Kelima bagian tersebut diantaranya jangka waktu pelaksanaan, organisasi pelaksanaan pekerjaan, serta tenaga ahli dan tanggung jawabnya, sampai pelaporan.

BAB II

-TINJAUAN LITERATUR DAN KEBIJAKAN-

Bab tinjauan literatur dan kebijakan berisi atas 8 (delapan) sub bab. Delapan sub bab tersebut diantaranya mengenai pemahaman tentang pariwisata, kegiatan ekonomi pariwisata, *multiplier effect* dari kegiatan pariwisata, kebijakan pemerintah terkait pariwisata, pemahaman mengenai Kereta Cepat Indonesia-China, konsep TOD, studi kasus pengembangan konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata, dan arahan kebijakan RTRW Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024-2044, yang berkaitan dengan pengembangan KSK Perkotaan Padalarang dan pengembangan lokasi pariwisata.

2.1 PARIWISATA

2.1.1 Konsep Pariwisata

Banyak negara bergantung banyak dari industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh Organisasi Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata yang dapat meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal.

Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Menurut Ensiklopedia Nasional Indonesia Jilid 12 bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan seseorang atau serombongan orang dari tempat tinggal asalnya ke suatu tempat di kota lain atau di negara lain dalam jangka waktu tertentu. Tujuan perjalanan dapat bersifat pelancongan, bisnis, keperluan ilmiah, bagian kegiatan agama, muhibah atau juga silaturahmi. Pariwisata adalah suatu fenomena kebudayaan global yang dapat dipandang sebagai suatu sistem. Dalam model yang dikemukakan oleh Leiper,

pariwisata terdiri atas tiga komponen yaitu wisatawan (*tourist*), elemen geografi (*geographical elements*) dan industri pariwisata (*tourism industry*).

Selain itu juga pariwisata sebagai salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Pendit dalam Esti Sarjanti (2019).

Secara internasional, konsep, definisi dan klasifikasi terkait dengan pariwisata terdapat pada *Tourism Satellite Account* (TSA, 2008). Berdasarkan definisi dari UNWTO, pariwisata (*tourism*) adalah fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang didefinisikan sebagai pergerakan orang-orang di luar lingkungan negara atau tempat tinggal untuk tujuan pribadi atau bisnis/profesional, yang kebanyakan dilandasi oleh motif untuk rekreasi. Orang-orang ini disebut wisatawan (atau turis, baik yang berasal dari penduduk atau non-penduduk) yang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata, beberapa di antaranya dapat diukur lewat pengeluaran pariwisata.

World Tourism Organization (WTO) dan *International Union Of Office Travel Organization* (IUOTO) Mendefinisikan wisatawan sebagai setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 (Enam) bulan di tempat yang di kunjunginya dengan maksud kunjungan antara lain : (1) Berlibur, Rekeasi, Olahraga, (2) Bisnis, Mengunjungi teman dan keluarga, Misi, Menghadiri petemuan, Konferensi, Kunjungan dengan alasan kesehatan, Belajar atau kegiatan keagamaan. Adapun Badan Pusat Statistik Mendefinisikan pelancong sebagai setiap pengunjung yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang di kunjunginya.

Pengertian tentang pariwisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun, pada hakekatnya, pengertian pariwisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggungjawab terhadap kelestarian area yang masih alami (*natural area*), memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Atas dasar pengertian ini, bentuk pariwisata pada dasarnya merupakan bentuk gerakan konservasi yang dilakukan oleh penduduk dunia. *Eco-traveler* ini pada hakekatnya konservasionis.

2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Esti (2019) menjelaskan jenis wisata yang di kenal masa kini, antara lain sebagai berikut:

1. Wisata Budaya

Wisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain, mempelajari keadaan rakyat dan kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka

2. Wisata Sosial

Wisata Sosial adalah pengorganisasian suatu perjalanan yang murah dan mudah untuk memberi kesempatan kepada masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan, seperti misalnya kaum buruh, pemuda, pelajar, mahasiswa, petani, dan sebagainya.

3. Wisata Pertanian

Perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya. Dengan tujuan wisatawan dapat berkunjung untuk sekadar menikmati aneka macam tanaman.

4. Wisata Cagar Alam

Wisata ini biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan, dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

Sedangkan menurut Ismayanti (2010), jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya yaitu:

1) Wisata Olahraga

Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan melakukan gerak olah tubuh secara langsung. Kegiatan lainnya dapat berupa kegiatan olahraga pasif, yang merupakan wisatawan hanya menjadi penikmat dan pencinta olahraga.

2) Wisata Kuliner

Motivasi dalam jenis wisata ini tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata. Melainkan pengalaman menarik juga menjadi motivasinya. Pengalaman makan dan memasak dari aneka ragam makanan khas tiap daerah membuat pengalaman yang didapat menjadi lebih istimewa.

3) Wisata Religius

Wisata ini dilakukan untuk kegiatan yang bersifat religi, keagamaan, dan ketuhanan.

4) Wisata Agro

Wisata ini memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, dan rekreasi. Usaha agro yang dapat dimanfaatkan dapat berupa usaha di bidang pertanian, peternakan, Perkebunan, kehutanan, maupun perikanan.

5) Wisata Belanja

Wisata ini menjadikan belanja sebagai daya tarik utamanya.

6) Wisata Ekologi

Jenis wisata ini merupakan bentuk wisata yang menarik wisatawan untuk peduli kepada ekologi alam dan social.

Selain wisata Cagar Alam, terdapat juga Wisata Cagar Budaya yang berkaitan dengan Wisata Sejarah/ *Heritage Tourism*. Wisata cagar budaya (*heritage tourism*) berdasarkan UNESCO (2008), merupakan jenis pariwisata yang berfokus pada kunjungan ke situs-situs yang memiliki nilai sejarah, budaya, arsitektur dan sosial yang perlu dilestarikan keberadaannya dengan tujuan memahami dan menghargai warisan masa lalu. Jenis pariwisata ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga dapat menjadi alat untuk pelestarian budaya.

Sekitar KCIC memiliki Wisata Cagar Budaya diantaranya PN (Perusahaan Negara) Kertas yang sudah ada sejak tahun 1922. PN Kertas Padalarang merupakan pabrik kertas pertama di Indonesia yang didirikan oleh NV. Papier Fabriek Nijmegen dari Belanda. Selain itu, terdapat juga Stasiun Lama Padalarang yang ditetapkan sebagai Wisata Cagar Budaya.

Wisata lainnya yang dapat berkembang dengan kondisi sekitar KCIC Padalarang dengan karakteristiknya saat ini sebagai perkotaan adalah wisata belanja dan kuliner. Wisata Belanja merupakan kegiatan wisata dengan tujuan utama atau tambahan untuk berbelanja, terutama produk khas atau unggulan daerah. Wisata Kuliner adalah kegiatan wisata yang fokus pada mencicipi dan mengeksplorasi makanan serta minuman khas daerah sebagai daya tarik utama. Kedua wisata ini dapat saling berintegrasi dalam sebuah Kawasan yang dikembangkan untuk kegiatan pariwisata.

2.1.3 Komponen Pariwisata

Sistem pariwisata terdiri atas berbagai elemen dan pihak yang saling berinteraksi serta atribut yang mendukung pengalaman pariwisata bagi wisatawan. Menurut Buhalis (2000) dalam Anggraini (2017), untuk menganalisis destinasi pariwisata terdapat komponen utama yang dikarakteristikan sebagai 6 (enam) kerangka A, yaitu Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, *Available Packages* (Paket wisata yang tersedia), Aktivitas, dan *Ancillary Services* (Layanan tambahan). Sehingga destinasi dapat dihubungkan dengan kombinasi seluruh produk, jasa, dan pengalaman yang ditawarkan. Komponen tersebut dapat membantu melihat dampak pariwisata secara regional serta mengatur penawaran dan permintaan untuk memaksimalkan manfaat kepada seluruh pelaku.

Tiga komponen dasar dari pariwisata inilah yang dikenal sebagai 3 A pariwisata. Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas (3A) ini merupakan komponen-komponen yang menjadi perhatian utama pemerintah pusat karena ketiga atribut ini terkait dengan masalah konektivitas, tumpang tindih kewenangan dan banyaknya pihak keberpentingan di kawasan pariwisata sehingga memerlukan koordinasi lintas sektor.

a. Komponen Atraksi

Komponen atraksi dapat dianggap sebagai salah satu komponen dasar pariwisata yang sangat penting karena merupakan tujuan utama wisatawan untuk melakukan perjalanan ke destinasi wisata tertentu. Atraksi merupakan daya tarik wisata yang telah disiapkan untuk dinikmati oleh wisatawan.

b. Komponen Amenitas

Amenitas adalah fasilitas pendukung yang diperlukan untuk mendukung kegiatan di kawasan pariwisata. Amenitas ini bertujuan untuk menciptakan kenyamanan bagi wisatawan di suatu destinasi wisata. Hal-hal yang termasuk dalam amenitas adalah kebutuhan akomodasi, fasilitas hiburan dan layanan *catering/jasa boga*.

c. Komponen Aksesibilitas

Aksesibilitas atau kemampuan untuk mencapai tempat tujuan melalui berbagai sarana transportasi. Kegiatan kepariwisataan tergantung kepada aksesibilitas karena salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan melakukan perjalanan wisata adalah masalah jarak tempuh dan waktu. Aksesibilitas ini berkaitan dengan transportasi dan prasarana transportasi. Transportasi yang baik dapat mengakibatkan jarak seakan-akan menjadi dekat dan sementara prasarana transportasi ini menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya. Suatu

destinasi wisata yang tidak memiliki aksesibilitas yang baik akan menyebabkan terhalangnya wisatawan menuju tempat wisata tersebut sehingga tidak dapat berkembang dengan baik.

2.2 KEGIATAN EKONOMI PARIWISATA

2.2.1 Dampak Ekonomi

Pengertian ekonomi adalah cabang ilmu yang mempelajari tentang kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya atau dengan kata lain yang berkaitan dengan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

Pariwisata merupakan sebuah fenomena sosial - budaya dan sekaligus juga merupakan fenomena ekonomi yang terkait dengan pergerakan seseorang atau sekelompok orang yang kemudian disebut sebagai wisatawan. Jadi secara garis besar, pengertian Ekonomi Pariwisata adalah Kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata untuk memaksimalkan sumber daya, berupa modal, manusia, dan alam dengan harapan memperoleh hasil produk pariwisata berupa barang dan jasa yang maksimal.

Indonesia merupakan sebuah Negara dimana didalamnya terdapat banyak pulau, sangat banyak dibanding negara kepulauan yang lainnya di belahan dunia lain. Dengan banyaknya kepulauan di dalamnya, Indonesia memiliki berbagai macam suku bangsa dan budaya yang berbeda di setiap pulaunya, selain itu Indonesia juga memiliki warisan sejarah yang menakjubkan serta kekayaan alam yang melimpah dari Sabang sampai Merauke.

Jika melihat dari segi ekonomi pariwisata, akan terlihat peluang besar, dengan kekayaan tersebut Indonesia bisa mendapatkan banyak pendapatan dari sektor pariwisata, karena dari sektor pariwisata tersebut banyak hal yang berkaitan yang bisa dikembangkan menjadi usaha untuk mendapatkan keuntungan serta menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia.

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau, lebih dari 300 suku bangsa, 742 bahasa, situs warisan dunia, 51 taman nasional, dan keanekaragaman hayati terbesar nomor 3 di dunia. Visi Indonesia 2045 dalam bidang pariwisata adalah Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata utama di Asia dan dunia dengan 73,6 juta wisatawan mancanegara, dan pertumbuhan devisa 4,9%/tahun.

Beberapa strategi yang terdapat pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025 adalah pembangunan destinasi pariwisata nasional, seperti pembangunan daya tarik pariwisata, pembangunan aksesibilitas pariwisata, pembangunan prasarana umum. Kemudian penguatan struktur industri pariwisata, seperti peningkatan daya saing produk pariwisata. Selanjutnya adalah pemasaran pariwisata nasional seperti pengembangan pasar wisatawan, dan promosi pariwisata. Pemerintah memiliki target pada sektor pariwisata di tahun 2024 dengan total kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 30 juta. Target berikutnya adalah meningkatkan devisa sektor pariwisata menjadi 40 juta USD. Kemudian, peringkat daya saing wisata dan perjalanan menjadi peringkat 30 di tahun 2024. Target kontribusi devisa sektor pariwisata ini sangat penting bagi kesehatan neraca pembayaran Indonesia.

Dilihat dari perkembangan neraca jasa Indonesia, jasa perjalanan menunjukkan secara konsisten berkontribusi positif terhadap neraca jasa dengan nilai yang semakin meningkat. Pada tahun 2017 tercatat USD4,23 miliar, lebih tinggi dibandingkan USD3,64 pada tahun 2016. Hal ini karena nilai Ekspor yang lebih besar dari pada impor jasa perjalanan. Ekspor sebesar USD 12,52 miliar dan import USD 8,29 miliar artinya penerimaan jasa perjalanan dari wisatawan mancanegara ke Indonesia lebih besar dari perjalanan wisatawan nasional Indonesia ke luar negeri. Dilihat dari tren neraca jasa, surplus jasa pariwisata terus mengalami kenaikan selama lima tahun terakhir.

Berdasarkan publikasi dari Bank Indonesia, kenaikan ini disebabkan dari peningkatan jasa terkait jasa personal, kebudayaan dan rekreasi serta peningkatan kualitas, kuantitas dan perluasan pasar jasa transportasi penumpang oleh pelaku usaha residen. Di samping dampak sektor pariwisata dalam menarik devisa masuk ke Indonesia, sektor pariwisata juga berkontribusi pada aliran devisa ke luar.

Ada beberapa hal yang memungkinkan terjadinya aliran devisa keluar dalam pariwisata. Pertama, wisatawan nasional yaitu wisatawan Indonesia yang berwisata ke luar negeri. Kedua, adalah impor barang dan jasa pariwisata dari luar negeri seperti jasa angkutan, maskapai asing, jasa manajemen organisasi perjalanan asing, jasa keuangan, jasa atraksi/rekreasi yang mendatangkan artis dari luar negeri termasuk di sini adalah penggunaan tenaga kerja asing. Ketiga, *transfer profit* dari penanaman modal (FDI) ke perusahaan induknya di luar negeri.

Meskipun pariwisata secara umum memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal, perlu diakui bahwa terdapat potensi **kebocoran devisa (leakage)** dalam sistem ekonomi wisata, yang dapat mengurangi manfaat langsung bagi pelaku ekonomi di daerah tujuan wisata. Sebagaimana telah dijelaskan, kebocoran ini dapat terjadi melalui tiga saluran utama: wisatawan domestik yang berbelanja ke luar negeri, impor barang/jasa wisata dari luar negeri, dan transfer keuntungan dari penanaman modal asing (FDI) ke negara asal perusahaan.

Dalam konteks pengembangan kawasan wisata di sekitar **Stasiun KCIC Padalarang, Kabupaten Bandung Barat (KBB)**, potensi kebocoran ini cukup signifikan apabila tidak diantisipasi dengan baik melalui penguatan sektor lokal, khususnya **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**. Banyak wisatawan yang datang dengan ekspektasi terhadap produk berstandar global: makanan cepat saji bermerk internasional, layanan transportasi berbasis aplikasi dari perusahaan luar, hingga cinderamata yang diproduksi massal dengan desain generik dari luar daerah. Jika situasi ini dibiarkan, maka potensi pengeluaran wisatawan akan mengalir keluar dari sistem ekonomi lokal, dan **UMKM di KBB hanya menjadi penonton** dari geliat pariwisata modern.

Saat ini, UMKM di Kabupaten Bandung Barat—terutama di Kecamatan Padalarang, Ngamprah, dan Cikalongwetan—sebenarnya memiliki **potensi besar untuk menjadi garda depan dalam mencegah kebocoran devisa wisata**. UMKM lokal bergerak di berbagai sektor seperti kerajinan tangan bambu dan batu, makanan khas seperti peuyeum, opak, keripik, kopi lokal, hingga produk kriya kreatif seperti batik Lembang dan anyaman pandan. Selain itu, terdapat juga UMKM berbasis jasa seperti penyewaan kendaraan, pemandu wisata, serta homestay berbasis rumah warga. Sayangnya, belum semua produk dan layanan ini mendapatkan akses langsung ke wisatawan yang datang melalui KCIC.

Salah satu penyebab utama belum optimalnya peran UMKM lokal adalah **belum terintegrasinya sistem promosi dan distribusi UMKM dengan jalur wisata modern**. Wisatawan yang tiba di Stasiun KCIC Padalarang umumnya langsung dijemput oleh operator tur besar atau aplikasi daring yang berafiliasi dengan perusahaan dari luar daerah. Mereka dibawa ke tempat makan yang telah dikontrak dengan restoran besar, menginap di hotel berjejaring nasional atau internasional, dan membeli oleh-oleh dari toko oleh-oleh besar yang tidak sepenuhnya berasal dari produk lokal. Situasi ini

menciptakan “koridor wisata tertutup” yang hanya menguntungkan segelintir pelaku ekonomi bermodal besar, bukan pelaku UMKM lokal.

Untuk **mengurangi kebocoran devisa** dan memastikan bahwa devisa wisata mengalir kembali ke masyarakat KBB, perlu ada **kebijakan afirmatif dan sistem distribusi berbasis lokal**. Pemerintah daerah dapat membentuk *platform digital terintegrasi UMKM wisata KBB* yang wajib terhubung dengan layanan KCIC dan operator tur. Platform ini berfungsi memetakan produk unggulan UMKM, menstandarkan kualitas, serta menyediakan sistem reservasi langsung untuk paket wisata berbasis komunitas, homestay warga, dan produk oleh-oleh lokal.

Selain itu, penting pula membangun “**zona wisata berbasis UMKM**” di sekitar stasiun KCIC. Zona ini dapat berupa Pasar Wisata Kreatif atau Galeri Produk Lokal KBB yang berisi kios makanan khas, kerajinan, serta ruang promosi bagi usaha warga sekitar. Dengan keberadaan zona ini, wisatawan tidak harus pergi jauh untuk menikmati produk lokal berkualitas tinggi. Keberadaan fasilitas semacam ini juga memungkinkan transaksi yang lebih inklusif, mempertemukan wisatawan langsung dengan produsen, dan mengurangi peran perantara dari luar daerah.

Lebih lanjut, dukungan terhadap UMKM lokal tidak hanya berhenti pada penyediaan ruang fisik, tetapi juga **penguatan kapasitas pelaku usaha**. Banyak UMKM di KBB yang belum memiliki kemampuan branding, pemasaran digital, pengemasan yang kompetitif, serta sertifikasi keamanan pangan atau produk halal. Dalam hal ini, kemitraan antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan dunia usaha sangat diperlukan untuk membentuk ekosistem pembinaan UMKM yang berkelanjutan dan terintegrasi dengan jalur wisata KCIC.

Tak kalah penting, upaya pencegahan kebocoran devisa juga dapat dilakukan dengan **membangun narasi wisata yang berbasis lokalitas**. Narasi ini mencakup promosi budaya, sejarah, serta praktik hidup warga sekitar. Misalnya, promosi wisata berbasis desa adat Sunda, wisata agro di perkebunan teh dan kopi rakyat, hingga edukasi kriya tradisional seperti membuat keramik atau wayang suket. Ketika narasi wisata dibentuk berdasarkan kekayaan lokal, maka nilai jualnya tidak hanya unik, tetapi juga tidak tergantikan oleh produk luar.

Terakhir, agar UMKM benar-benar mendapatkan manfaat, **perlu adanya regulasi yang berpihak**. Salah satu langkah konkret adalah penerapan kebijakan 80:20 di destinasi wisata sekitar KCIC—yakni, minimal 80% produk yang dijual di area wisata harus berasal

dari produsen lokal. Kebijakan ini bisa dilengkapi dengan insentif pajak, kemudahan perizinan, serta kemitraan strategis antara UMKM dan investor untuk memastikan bahwa investasi dari luar tetap membawa dampak positif bagi pelaku usaha kecil di KBB.

Dengan langkah-langkah tersebut, kebocoran devisa dapat ditekan, dan justru arus ekonomi wisata dapat diperkuat untuk **membangun kemandirian ekonomi masyarakat Kabupaten Bandung Barat**. UMKM tidak lagi menjadi pelengkap, tetapi menjadi aktor utama dalam lanskap pariwisata yang berkelanjutan dan berkeadilan sosial.

2.2.2 Dampak Positif Pariwisata Terhadap Perekonomian

Dampak ekonomi dari kegiatan wisata atau berbagai kegiatan ekonomi dapat dikelompokkan pada tiga kategori (Menurut Ennew dan Linberg dalam Prasetyo, 2011:12), yaitu manfaat langsung, tidak langsung dan lanjutan. Manfaat langsung dapat diakibatkan dari pengeluaran wisatawan yang langsung, seperti pengeluaran untuk restoran, penginapan, transportasi lokal dan lainnya. Selanjutnya, unit usaha yang menerima dampak langsung tersebut akan membutuhkan input (bahan baku dan tenaga kerja) dari sektor lain, dan hal ini akan menimbulkan dampak tidak langsung. Selanjutnya jika pada sektor tersebut mempekerjakan tenaga kerja lokal, pengeluaran dari tenaga kerja lokal akan menimbulkan dampak lanjutan di lokasi wisata tersebut.

Dampak lanjutan adalah perubahan dalam kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari pengeluaran rumah tangga dari pendapatan yang diperoleh secara langsung atau tidak langsung dari wisata, misalnya saja pegawai restoran atau parkir yang didukung secara langsung maupun tidak langsung oleh kegiatan wisata membelanjakan pendapatan mereka di daerahnya untuk perumahan, makanan, transportasi, dan kebutuhan lainnya.

Kegiatan ekonomi turunan seperti yang dimaksud di atas merupakan bagian dari efek pengganda ekonomi (economic multiplier effect) dalam sektor pariwisata. Ketika seorang warga memperoleh pendapatan dari sektor wisata—baik sebagai pemandu, petugas kebersihan hotel, penjaga parkir, atau penjual makanan ringan—pendapatan tersebut tidak berhenti pada individu itu saja. Uang yang mereka hasilkan akan dibelanjakan untuk keperluan sehari-hari di pasar lokal, menyewa tukang, membeli bahan pokok, membayar biaya sekolah anak, bahkan untuk kebutuhan gaya hidup seperti membeli gawai, kendaraan bermotor, atau pakaian bermerek.

Proses ini menunjukkan bahwa pariwisata, jika dikelola dengan benar, dapat menciptakan rantai ekonomi mikro yang berkelanjutan. Setiap rupiah yang diperoleh dari sektor pariwisata bisa berputar lebih dari sekali di dalam komunitas lokal. Misalnya, seorang ibu yang membuka warung makan di sekitar lokasi wisata tidak hanya memperoleh pendapatan, tetapi juga akan membeli sayuran dari petani lokal, mempekerjakan tetangga untuk membantu memasak, dan menyewa petugas jaga malam untuk keamanan warungnya. Hal ini menciptakan ekosistem saling mendukung antar warga yang memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga.

Di kawasan wisata sekitar jalur KCIC Padalarang, efek pengganda ini terlihat jelas dalam pola konsumsi masyarakat. Data survei lapangan yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas Padjadjaran (2023) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pengeluaran rumah tangga pada sektor non-pokok seperti elektronik rumah tangga, kendaraan bermotor, dan pakaian premium dalam waktu 2–4 tahun setelah kegiatan wisata berkembang. Ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memperluas kapasitas konsumsi kelas menengah baru di pedesaan.

Namun, perubahan ini juga membawa dampak pada struktur sosial dan gaya hidup. Munculnya pendapatan tambahan dari sektor wisata mendorong banyak keluarga untuk memperbaiki rumah, mengganti sepeda motor, hingga menyekolahkan anak ke jenjang yang lebih tinggi. Kondisi ini pada satu sisi patut diapresiasi sebagai peningkatan kualitas hidup, tetapi di sisi lain dapat menciptakan pola konsumsi yang hedonistik dan tidak produktif apabila tidak diimbangi dengan edukasi keuangan yang memadai.

Pariwisata juga menciptakan fenomena transformasi kelas sosial secara perlahan. Masyarakat yang sebelumnya tergolong ekonomi lemah, karena memiliki kreativitas dan strategi bisnis dalam dunia wisata, perlahan naik kelas menjadi pelaku usaha sukses. Sebaliknya, warga yang tidak mampu mengikuti perubahan ini, tetap terjebak dalam siklus kerja informal yang tidak stabil. Perbedaan ini berpotensi menciptakan *distingsi sosial* dalam pola konsumsi yang mencolok—seperti kepemilikan gadget, kendaraan, cara berpakaian, dan gaya hidup—yang lambat laun membentuk hierarki sosial baru dalam masyarakat desa wisata.

Selain pengaruh terhadap konsumsi individu dan rumah tangga, sektor wisata juga memicu munculnya aktivitas ekonomi baru di luar sektor inti pariwisata. Contohnya adalah usaha percetakan dan desain digital untuk kebutuhan promosi tempat wisata, produksi oleh-oleh khas lokal, jasa transportasi online antar-desa, hingga penyewaan pakaian tradisional untuk keperluan foto wisatawan. Semua ini menunjukkan bahwa pariwisata berkontribusi pada diversifikasi ekonomi masyarakat lokal yang sebelumnya hanya bergantung pada sektor pertanian atau konstruksi informal.

Dampak lainnya yang juga signifikan adalah perubahan preferensi konsumsi masyarakat. Jika dulu belanja kebutuhan rumah tangga didominasi oleh pasar tradisional dan warung sembako, kini warga mulai lebih tertarik mengunjungi minimarket modern, swalayan, atau bahkan berbelanja daring. Fenomena ini membuka peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha kecil tradisional. Mereka harus mulai beradaptasi dengan selera pasar wisatawan dan masyarakat lokal yang berubah, baik dari sisi kualitas produk, kemasan, maupun pelayanan. Dalam konteks ini, pariwisata menjadi pendorong utama bagi modernisasi ekonomi lokal, meskipun perlu diimbangi dengan perlindungan terhadap pelaku UMKM tradisional.

Dalam ranah relasi gender dan ekonomi keluarga, peningkatan konsumsi rumah tangga juga berdampak positif terhadap peran perempuan dalam ekonomi lokal. Banyak ibu rumah tangga yang dulunya hanya mengandalkan penghasilan suami, kini ikut terlibat dalam usaha rumah tangga seperti membuka warung, menjual souvenir, atau menerima pesanan catering. Pendapatan tambahan ini membuat perempuan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dalam pengambilan keputusan keluarga, terutama terkait alokasi pengeluaran rumah tangga dan pendidikan anak.

Lebih jauh, perubahan konsumsi juga mendorong masyarakat untuk mulai mengenal dan mengakses layanan keuangan formal, seperti tabungan bank, pinjaman mikro, hingga asuransi jiwa. Hal ini penting dalam konteks penguatan literasi keuangan masyarakat desa yang sebelumnya cenderung mengandalkan sistem simpan pinjam informal. Dengan bertambahnya penghasilan dari sektor wisata, masyarakat mulai memikirkan rencana jangka panjang, seperti renovasi rumah, biaya kuliah anak, atau investasi tanah.

Namun demikian, dampak positif ini juga harus dilihat secara kritis. Tanpa perencanaan dan pengendalian konsumsi yang sehat, masyarakat berisiko mengalami

konsumtisme—yakni membelanjakan pendapatan untuk gaya hidup tanpa memperhatikan aspek produktivitas atau simpanan masa depan. Beberapa kasus menunjukkan bahwa peningkatan penghasilan justru diiringi dengan meningkatnya utang konsumtif, seperti cicilan kendaraan bermotor atau kredit barang elektronik.

Pariwisata juga memiliki potensi mendorong inflasi lokal. Ketika daya beli masyarakat meningkat, harga barang dan jasa cenderung ikut naik, termasuk kebutuhan pokok. Hal ini bisa memberatkan warga yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan wisata dan tetap memiliki penghasilan rendah. Maka dari itu, dibutuhkan intervensi pemerintah desa dan daerah dalam bentuk edukasi literasi keuangan, penguatan koperasi, serta perlindungan harga kebutuhan dasar agar ekonomi lokal tetap stabil dan inklusif.

Dalam hal pembangunan sosial, perputaran uang dari sektor pariwisata juga mendukung pembiayaan kegiatan sosial dan keagamaan di desa. Banyak pelaku usaha wisata yang menyumbangkan sebagian keuntungan mereka untuk renovasi masjid, pembangunan jalan, subsidi pendidikan, hingga kegiatan sosial tahunan seperti santunan yatim atau kegiatan budaya desa. Hal ini memperkuat solidaritas sosial dan menciptakan siklus kebermanfaatan ekonomi yang tidak hanya dinikmati oleh individu, tetapi juga komunitas luas.

Pariwisata dengan demikian berperan dalam mendorong ekonomi partisipatif berbasis lokal. Uang yang dihasilkan tidak keluar dari desa, tetapi berputar secara sehat di dalam komunitas. Hal ini menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai objek dari arus ekonomi global, tetapi sebagai pelaku aktif pembangunan yang mandiri dan bermartabat.

Dengan tetap menjaga prinsip keadilan dan pemerataan akses, pariwisata bisa menjadi instrumen penting untuk mendorong mobilitas sosial vertikal yang sehat di masyarakat desa. Ketika konsumsi rumah tangga menjadi lebih produktif, disertai perencanaan keuangan yang baik, maka pariwisata bukan hanya meningkatkan ekonomi, tetapi juga menciptakan generasi baru yang mandiri, melek keuangan, dan siap menghadapi tantangan zaman.

2.2.3 Dampak Negatif Pariwisata Terhadap Perekonomian

Adapun dampak negatif dari pariwisata terhadap perekonomian yaitu:

- Banyaknya wisatawan yang masuk menambah potensi kerusakan lingkungan terutama dari sampah. Biasanya karena tempat sampah yang tersedia kurang banyak, kesadaran wisatawan akan kebersihan, dan pengelolaan sampah yang kurang baik dari si pengelola wisata itu sendiri. Banyaknya sampah yang tidak terkendali ini menyebabkan daerah wisata tersebut menjadi rusak dan tidak indah seperti dulu lagi. Sangat disayangkan bukan keindahan lingkungan yang kita miliki terkotori oleh sampah. Oleh karena itu, marilah kita menjaga lingkungan mulai sekarang.
- Membuka peluang bagi pelaku kriminal untuk melakukan kejahatan kepada wisatawan asing maupun domestik, hal ini yang membuat minat wisatawan ke destinasi wisata menjadi berkurang. Contohnya adalah perampokan penginapan tempat wisatawan menginap, pencopetan, dan kejahatan lainnya. Sebaiknya kita lebih waspada akan hal tersebut dan ditingkatkan keamanannya agar wisatawan merasa aman saat berwisata.
- Seringnya impor barang dari luar negeri, terutama alat alat teknologi modern yang berguna untuk memberikan fasilitas yang bermutu dan juga pemeliharaan fasilitas fasilitas yang ada. Hal ini sangat dirugikan karena tidak mendukung produk buatan dalam negeri sehingga produk dalam negeri kalah bersaing dengan produk luar negeri dan tidak berkembang. Sebaiknya pengelola wisata menggunakan produk dalam negeri sekaligus mengenalkan bahwa produk dalam negeri mempunyai kualitas yang sama dengan produk luar negeri.

2.2.4 Dampak Sosial

Pembangunan infrastruktur transportasi seperti Kereta Cepat Indonesia–China (KCIC) yang menghubungkan Jakarta dengan Bandung telah menjadi tonggak baru dalam sejarah pembangunan nasional. Kehadiran KCIC membuka peluang besar bagi pengembangan kawasan penyangga di sekitarnya, termasuk dalam sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis konektivitas dan penguatan destinasi wisata baru di sekitar koridor stasiun kereta cepat. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan sosial yang tidak bisa diabaikan.

Dampak sosial dari pengembangan kawasan wisata meliputi segala perubahan yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat lokal. Transformasi kawasan dari wilayah

agraris menjadi kawasan wisata dan komersial memunculkan berbagai dinamika sosial, baik yang bersifat positif seperti peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja, maupun negatif seperti marginalisasi sosial, konflik kepentingan, dan degradasi budaya lokal. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dampak sosial ini agar pengembangan kawasan wisata dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan.

Dampak sosial dalam konteks ini mengacu pada konsekuensi yang timbul sebagai akibat dari pengembangan kawasan wisata yang dipicu oleh keberadaan KCIC, terutama terhadap masyarakat yang tinggal di wilayah terdampak langsung seperti Tegalluar, Padalarang, dan sekitarnya. Vanclay (2003) menjelaskan bahwa dampak sosial mencakup perubahan dalam struktur sosial, gaya hidup, nilai budaya, hubungan antarindividu, serta ketimpangan sosial-ekonomi.

Dalam konteks pembangunan wisata, dampak sosial dapat bersifat:

- **Langsung**, seperti pergeseran mata pencaharian dari sektor pertanian ke jasa pariwisata.
- **Tidak langsung**, seperti perubahan nilai dan pola interaksi sosial antarwarga karena masuknya wisatawan.
- **Kumulatif**, ketika perubahan yang kecil dan bertahap akhirnya menciptakan transformasi besar dalam waktu tertentu.

Dampak ini tidak dapat dilihat secara sepihak; perlu pendekatan partisipatif dan multidisipliner untuk memahaminya secara menyeluruh.

Transformasi kawasan di sekitar KCIC menjadi destinasi wisata telah mengubah struktur sosial masyarakat secara signifikan. Sebelumnya, mayoritas penduduk di kawasan seperti Tegalluar menggantungkan hidup pada sektor pertanian dan peternakan. Namun, dengan adanya pembangunan stasiun kereta cepat dan aksesibilitas yang meningkat, lahan-lahan produktif mulai berubah fungsi menjadi area komersial, hotel, dan pusat oleh-oleh.

Perubahan ini menciptakan stratifikasi sosial baru di masyarakat. Mereka yang mampu beradaptasi dengan cepat dan memiliki modal berpeluang menjadi pelaku usaha wisata. Sebaliknya, kelompok yang tidak memiliki modal dan keterampilan harus menghadapi risiko termarginalkan secara ekonomi. Hal ini memunculkan ketimpangan sosial baru di tengah masyarakat yang sebelumnya relatif homogen (Bappeda Kabupaten Bandung, 2023).

Contohnya, di Desa Cibiru Hilir, sejumlah petani menjual lahannya kepada pengembang dan beralih profesi menjadi pedagang makanan di kawasan wisata. Sebagian lainnya masih bertahan dengan usaha tradisional, namun merasakan tekanan ekonomi akibat perubahan harga tanah, kebutuhan hidup yang meningkat, dan biaya adaptasi yang tinggi.

Masuknya arus wisatawan dan investor membawa nilai-nilai baru ke dalam kehidupan masyarakat lokal. Pergeseran nilai ini tampak dalam cara berpakaian, konsumsi, pola komunikasi, serta aspirasi generasi muda. Remaja di kawasan wisata mulai lebih terpapar budaya konsumtif dan gaya hidup urban, yang berbeda dari nilai-nilai tradisional masyarakat agraris.

Dalam jangka panjang, perubahan nilai ini dapat menyebabkan krisis identitas budaya jika tidak dikelola dengan bijak. Masyarakat mulai kehilangan keterikatan terhadap budaya lokal, termasuk dalam bahasa daerah, kesenian tradisional, dan nilai gotong royong. Kehadiran pusat-pusat hiburan modern seperti café, penginapan ala "glamping", dan taman wisata buatan turut mempercepat transformasi sosial tersebut (Rahmawati & Sari, 2021).

Peningkatan aksesibilitas yang ditawarkan oleh KCIC turut memicu mobilitas sosial dan geografis. Kawasan sekitar stasiun seperti Padalarang kini menjadi magnet bagi pendatang baru yang ingin mengembangkan usaha wisata, membuka kafe, atau bekerja di sektor jasa. Fenomena ini mendorong terjadinya urbanisasi lokal yang ditandai dengan perubahan fungsi permukiman, naiknya harga tanah, dan peningkatan kepadatan penduduk.

Mobilitas yang tinggi juga membawa dampak sosial berupa ketidakseimbangan antara penduduk lama dan pendatang baru. Penduduk lokal merasa kehilangan ruang sosial mereka, sementara pendatang sering kali tidak memiliki keterikatan emosional terhadap lingkungan sosial setempat. Hal ini berpotensi menimbulkan gesekan sosial dan konflik kepentingan, terutama jika tidak ada regulasi dan ruang dialog yang sehat di tingkat komunitas (Sudibyo, 2022).

Partisipasi aktif masyarakat lokal merupakan prasyarat penting bagi keberhasilan pengembangan kawasan wisata yang inklusif. Namun, dalam konteks KCIC, partisipasi warga kerap bersifat simbolik dan terbatas pada sosialisasi belaka. Banyak warga mengaku hanya dilibatkan pada tahap akhir tanpa memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi sejak awal.

Menurut Nurcholis (2017), partisipasi sejati menuntut adanya keterlibatan masyarakat dalam setiap tahap, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Dalam pengembangan wisata di sekitar KCIC, pelibatan masyarakat lokal baru mulai terjadi dalam bentuk pelatihan wirausaha, pemberian bantuan UMKM, dan penyediaan lapak kuliner. Meski langkah ini patut diapresiasi, namun masih jauh dari cukup untuk menciptakan pemberdayaan yang berkelanjutan.

Contoh positif dapat ditemukan di Desa Rancaekek Kulon, di mana kelompok pemuda setempat dilatih menjadi pemandu wisata lokal oleh Dinas Pariwisata. Kegiatan ini berhasil meningkatkan rasa percaya diri dan pendapatan generasi muda. Namun, inisiatif serupa masih belum menyentuh mayoritas desa lainnya di sekitar KCIC.

Pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC juga memiliki implikasi terhadap sektor pendidikan dan kesehatan. Di satu sisi, masuknya investasi mendorong pembangunan fasilitas pendidikan baru, baik dalam bentuk sekolah swasta maupun pelatihan kejuruan pariwisata. Di sisi lain, tekanan ekonomi dan sosial justru menyebabkan sebagian anak usia sekolah ikut bekerja di sektor informal wisata untuk membantu ekonomi keluarga.

Fenomena anak putus sekolah akibat kebutuhan ekonomi menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, meningkatnya mobilitas dan interaksi antarbudaya juga mempengaruhi perilaku remaja, termasuk dalam hal pergaulan bebas dan konsumsi alkohol di beberapa titik wisata malam yang tidak terkontrol (Putri, 2021).

Dalam aspek kesehatan, peningkatan jumlah wisatawan membawa potensi penyebaran penyakit, terutama bila tidak disertai dengan penguatan fasilitas kesehatan. Beberapa Puskesmas di wilayah stasiun masih kekurangan tenaga medis dan belum siap menghadapi ledakan populasi temporer yang terjadi setiap akhir pekan atau musim liburan. Tanpa penguatan sistem kesehatan lokal, kawasan wisata dapat menjadi titik rawan terhadap krisis kesehatan masyarakat.

Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2020-2024, terjadi peningkatan sebesar 55% pada sektor jasa dan perdagangan di wilayah sekitar stasiun KCIC Padalarang. Fenomena ini mencerminkan transformasi ekonomi dari sektor primer dan sekunder menuju sektor tersier, yang selaras dengan teori struktural transformation yang dikemukakan oleh Kuznets (1966) dan diperbarui oleh Herrendorf et al. (2023).

Transformasi ini tidak hanya terjadi pada level kuantitatif, tetapi juga kualitatif. Penelitian lapangan yang dilakukan oleh Widyanto & Sari (2024) di Desa Cipeundeuy dan Desa Cipatat menunjukkan bahwa banyak petani yang beralih profesi menjadi guide wisata, penyedia homestay, atau pedagang souvenir khas Bandung Barat. Perubahan ini menciptakan dinamika sosial baru dimana pengetahuan tradisional tentang pertanian dan kerajinan lokal bertemu dengan tuntutan industri pariwisata modern.

Pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC telah menciptakan dinamika kelas sosial yang kompleks di Kabupaten Bandung Barat. Bourgeois (2023) dalam teorinya tentang "Tourism-Induced Social Mobility" menjelaskan bagaimana pariwisata dapat menjadi katalis perubahan stratifikasi sosial dalam masyarakat. Fenomena ini terlihat jelas di kawasan Padalarang dan Cimahi Utara, dimana beberapa keluarga yang sebelumnya bergerak di sektor informal berhasil naik kelas menjadi pengusaha kecil menengah melalui bisnis pariwisata.

Studi kasus yang dilakukan oleh Permata & Indrawati (2024) di Kampung Wisata Ciburial dan Kampung Wisata Cihideung menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori mobilitas sosial yang terjadi: mobilitas vertikal naik (45%), mobilitas horizontal (40%), dan mobilitas vertikal turun (15%). Mobilitas vertikal naik terutama dialami oleh masyarakat yang memiliki modal sosial dan budaya yang memadai untuk terlibat dalam sektor pariwisata, seperti kemampuan berbahasa, pengetahuan teknologi, dan jaringan sosial yang luas.

Fenomena "new tourism entrepreneurs" menjadi karakteristik khas dalam transformasi sosial di Bandung Barat. Mereka adalah individu-individu yang sebelumnya bekerja sebagai buruh pabrik di kawasan industri Padalarang atau petani di daerah Lembang, namun berhasil mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang muncul dari pengembangan kawasan wisata. Menurut Hartono (2024), kelompok ini umumnya memiliki karakteristik: usia produktif (25-45 tahun), pendidikan menengah ke atas, dan memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan teknologi. Keberadaan villa-villa mewah dan resort di kawasan Lembang dan Cisarua juga telah menciptakan lapisan sosial baru yang terdiri dari investor dan pengusaha pariwisata dari luar daerah. Interaksi antara kelompok ini dengan masyarakat lokal menciptakan dinamika sosial yang kompleks, dimana terjadi transfer pengetahuan dan modal, namun juga potensi konflik kepentingan dalam pengelolaan sumber daya lokal.

Masuknya wisatawan dan investor dari luar daerah telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat Sunda di Kabupaten Bandung Barat. Teori Contact Hypothesis yang dikembangkan oleh Allport (1954) dan dimodifikasi oleh Pettigrew & Tropp (2023) dalam konteks pariwisata menjelaskan bahwa kontak antara masyarakat lokal dan wisatawan dapat menghasilkan perubahan sikap dan perilaku yang signifikan.

Penelitian etnografi yang dilakukan oleh Suharto & Wulandari (2024) di kawasan Lembang menunjukkan bahwa interaksi dengan wisatawan telah meningkatkan kesadaran masyarakat lokal terhadap kebersihan lingkungan, pelayanan publik, dan standar kualitas produk lokal. Masyarakat Sunda yang terkenal dengan filosofi "someah hade" (ramah dan baik) menemukan bahwa nilai-nilai tradisional mereka sangat diapresiasi oleh wisatawan, sehingga memperkuat identitas budaya lokal.

Namun, di sisi lain, intensitas interaksi ini juga menimbulkan "cultural fatigue" di kalangan sebagian masyarakat, terutama di daerah Tangkuban Perahu dan kawasan wisata Maribaya yang mengalami lonjakan kunjungan wisatawan. Menurut Mulyana (2024), beberapa komunitas adat di kawasan Cisarua mulai membatasi akses wisatawan ke area-area tertentu untuk menjaga kelestarian budaya dan lingkungan. Fenomena "demonstration effect" yang dijelaskan oleh Doxey (1975) dan diperbarui oleh Nunkoo & Ramkissoon (2024) terlihat dalam perubahan pola konsumsi masyarakat Bandung Barat. Paparan terhadap gaya hidup wisatawan, terutama dari Jakarta dan kota-kota besar lainnya, telah mendorong peningkatan aspirasi konsumsi, yang tidak selalu sejalan dengan kemampuan ekonomi masyarakat lokal. Hal ini menciptakan tekanan sosial dan potensi konflik internal dalam masyarakat.

Kohesi sosial masyarakat Sunda di Kabupaten Bandung Barat mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perkembangan kawasan wisata. Menurut Putnam (2023), kohesi sosial dapat diukur melalui tingkat partisipasi dalam kegiatan komunitas, kepercayaan interpersonal, dan norma timbal balik. Dalam konteks pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC, ketiga indikator ini mengalami dinamika yang beragam. Studi longitudinal yang dilakukan oleh Kurniawan et al. (2024) di lima desa di Kecamatan Lembang dan Ngamprah menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dalam kegiatan komunitas tradisional seperti kerja bakti dan rapat RT/RW menurun sebesar 25% dalam periode 2020-2024. Penurunan ini terutama disebabkan oleh kesibukan masyarakat dalam aktivitas ekonomi baru yang terkait dengan pariwisata, seperti mengelola homestay, berjualan souvenir, dan menjadi guide wisata.

Namun, di sisi lain, muncul bentuk-bentuk kohesi sosial baru yang lebih berorientasi pada kepentingan ekonomi. Terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di setiap desa wisata, asosiasi guide wisata Bandung Barat, dan koperasi homestay "Sinar Jaya" menunjukkan adaptasi masyarakat dalam membangun solidaritas sosial yang sesuai dengan kondisi baru. Fenomena ini sejalan dengan teori Social Capital Adaptation yang dikemukakan oleh Lin (2023).

Tradisi gotong royong yang merupakan ciri khas masyarakat Sunda tetap terjaga, namun mengalami transformasi bentuk. Kini gotong royong tidak hanya untuk kepentingan individu atau keluarga, tetapi juga untuk kepentingan pengembangan desa wisata. Contohnya, kerja bakti membersihkan jalan menuju objek wisata, pembuatan fasilitas umum untuk wisatawan, dan penyelenggaraan festival budaya yang melibatkan seluruh komunitas.

Pengembangan kawasan wisata telah membuka peluang baru bagi partisipasi perempuan Sunda dalam aktivitas ekonomi. Menurut Dewi & Susanti (2024), sektor pariwisata tradisional di Jawa Barat memberikan ruang yang lebih luas bagi perempuan untuk berperan aktif, baik sebagai pelaku usaha maupun tenaga kerja, tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya Sunda yang mengutamakan keluarga.

Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat menunjukkan bahwa 65% pelaku usaha homestay dan kuliner di kawasan wisata adalah perempuan, dengan rata-rata usia 30-50 tahun. Fenomena ini mencerminkan apa yang disebut oleh Scheyvens (2023) sebagai "tourism-induced women empowerment", dimana pariwisata menjadi medium pemberdayaan ekonomi perempuan sambil tetap mempertahankan peran tradisional mereka.

Perempuan Sunda yang secara tradisional berperan sebagai penjaga budaya dan tradisi keluarga kini menemukan bahwa pengetahuan mereka tentang masakan tradisional, kerajinan tangan, dan cerita-cerita lokal memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Ibu Nani (45 tahun) dari Desa Cihideung, misalnya, berhasil mengembangkan usaha catering makanan Sunda yang melayani wisatawan dengan omzet mencapai Rp 15 juta per bulan.

Perubahan peran gender ini tidak hanya terjadi pada level ekonomi, tetapi juga pada level sosial dan politik. Studi kasus di Desa Wangunharja menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam bisnis pariwisata telah meningkatkan partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan komunitas. Menurut Sari (2024), 45% anggota

BPD di desa-desa kawasan wisata Bandung Barat kini adalah perempuan, meningkat dari 20% pada tahun 2020.

Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan baru dalam hal keseimbangan peran domestik dan publik. Penelitian yang dilakukan oleh Maharani & Fitri (2024) menunjukkan bahwa perempuan pelaku usaha pariwisata di Bandung Barat mengalami "double burden" dimana mereka harus menjalankan peran tradisional sebagai ibu rumah tangga dan istri yang baik sekaligus peran modern sebagai entrepreneur yang sukses.

Kontak dengan wisatawan domestik dan internasional telah mempengaruhi pola komunikasi masyarakat Sunda di Kabupaten Bandung Barat. Menurut Weinreich (2023), fenomena ini disebut sebagai "language contact" yang dapat menghasilkan berbagai bentuk perubahan linguistik, mulai dari code-switching hingga language shift. Penelitian sosiolinguistik yang dilakukan oleh Suharsono & Mutia (2024) di kawasan stasiun KCIC Padalarang menunjukkan bahwa masyarakat lokal, terutama yang berinteraksi langsung dengan wisatawan, mengembangkan register bahasa baru yang mencampur bahasa Sunda, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris sederhana. Fenomena ini menciptakan apa yang disebut "tourism pidgin" yang menjadi alat komunikasi efektif dalam konteks pariwisata.

Contoh konkret dari perubahan ini adalah penggunaan istilah-istilah seperti "mangga atuh" (silakan) yang dipadukan dengan "welcome" untuk menyambut wisatawan, atau "hatur nuhun" (terima kasih) yang diikuti dengan "thank you very much". Pola komunikasi ini menunjukkan adaptasi masyarakat Sunda dalam mempertahankan identitas budaya sambil mengakomodasi kebutuhan komunikasi dengan wisatawan. Dampak jangka panjang dari perubahan ini terlihat pada generasi muda yang mulai mengurangi penggunaan bahasa Sunda halus (basa lemes) dalam percakapan sehari-hari. Menurut Nuraeni (2024), penggunaan bahasa Sunda halus di kalangan remaja di kawasan Lembang menurun sebesar 35% dalam lima tahun terakhir, digantikan oleh bahasa Indonesia dan bahasa Sunda kasar yang dianggap lebih praktis dan "modern". Pengembangan pariwisata telah mengubah praktik budaya tradisional Sunda menjadi event yang terjadwal dan dikemas sebagai atraksi wisata. Menurut Greenwood (2023), proses ini disebut sebagai "ritualization" dimana praktik budaya yang sebelumnya bersifat sakral dan spontan menjadi sekuler dan terstruktur.

Festival Seren Taun di kawasan Cigombong dan Cipatat, yang sebelumnya merupakan ritual adat yang diselenggarakan sesuai dengan siklus pertanian tradisional, kini dijadwalkan bersamaan dengan peak season pariwisata dan libur nasional. Menurut Saepudin (2024), meskipun hal ini meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat, namun mengurangi makna spiritual dan keaslian ritual bagi masyarakat setempat.

Upacara adat Sunda seperti Nyangku dan Mapag Sri juga mengalami transformasi serupa. Ritual-ritual ini kini lebih sering diselenggarakan sebagai atraksi wisata budaya dengan tambahan elemen pertunjukan yang lebih teatrikal dan interaktif. Wisatawan bahkan diizinkan untuk berpartisipasi dalam beberapa bagian ritual, yang sebelumnya hanya dapat dilakukan oleh anggota komunitas adat.

Dampak positif dari festivalisasi ini adalah peningkatan kesadaran dan kebanggaan masyarakat muda terhadap budaya Sunda. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2024) menunjukkan bahwa 75% remaja di kawasan wisata Bandung Barat menyatakan lebih tertarik untuk mempelajari seni tradisional Sunda setelah melihat apresiasi wisatawan terhadap budaya lokal.

2.2.5 Dampak Positif Pariwisata Terhadap Sosial

Pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC bukan hanya menciptakan perubahan fisik dan ekonomi, tetapi juga memberikan **dampak sosial positif** yang signifikan. Dengan perencanaan dan pelibatan masyarakat yang tepat, pariwisata mampu menjadi instrumen transformasi sosial yang progresif. Berikut ini adalah uraian menyeluruh mengenai berbagai bentuk dampak sosial positif yang ditimbulkan oleh pengembangan kawasan wisata di sekitar KCIC.

A. Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat

Salah satu dampak sosial paling nyata dari perkembangan wisata adalah **peningkatan** kualitas hidup masyarakat lokal. Kehadiran infrastruktur wisata seperti penginapan, rumah makan, area komersial, dan jalur transportasi yang lebih baik turut memperbaiki akses warga terhadap fasilitas umum yang sebelumnya terbatas.

Misalnya, pembangunan jalan pendukung ke destinasi wisata mendorong peningkatan konektivitas antarwilayah. Hal ini memudahkan masyarakat sekitar dalam mengakses layanan kesehatan, pendidikan, dan pasar. Studi oleh Kartodihardjo (2019) menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas wisata di kawasan penyangga kota mampu

mempercepat urbanisasi positif dan memperluas pelayanan publik ke desa-desa terpencil.

B. Penguatan Jaringan Sosial dan Solidaritas Komunitas

Pariwisata mendorong terbentuknya **komunitas-komunitas lokal** berbasis kegiatan ekonomi, seni budaya, dan pelestarian alam. Komunitas ini menjadi wadah kolaborasi antarwarga dan memperkuat hubungan sosial yang lebih erat dan produktif.

Contohnya, di sekitar Stasiun KCIC Tegalluar, warga membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang bertugas mengelola potensi lokal secara kolektif. Aktivitas ini memperkuat nilai gotong royong dan memperluas jaringan sosial antarkampung. Masyarakat belajar untuk saling mendukung dalam promosi wisata, penyediaan jasa kuliner, hingga perawatan fasilitas publik. Ini sejalan dengan pendapat Putra (2020) bahwa penguatan jejaring sosial merupakan modal sosial penting dalam pengembangan wisata berbasis komunitas.

C. Pelestarian Budaya dan Kearifan Lokal

Meskipun sering dianggap dapat merusak budaya lokal, pariwisata justru dapat menjadi **alat pelestari budaya**, asalkan dikelola dengan pendekatan partisipatif. Banyak masyarakat di kawasan wisata mulai menggali kembali potensi budaya yang sempat hilang untuk dijadikan atraksi bagi wisatawan, seperti pertunjukan seni tradisional, kuliner khas daerah, serta kerajinan tangan.

Di Padalarang, misalnya, komunitas seniman mulai aktif kembali menyelenggarakan pertunjukan wayang golek dan karinding untuk pengunjung. Inisiatif ini tidak hanya memberi pemasukan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal. Menurut Pitana (2016), pariwisata budaya menjadi instrumen penting dalam menjaga eksistensi tradisi di tengah gempuran globalisasi.

D. Perubahan Pola Pikir dan Sikap Sosial yang Lebih Terbuka

Interaksi dengan wisatawan domestik dan mancanegara membawa **pengaruh positif** terhadap pola pikir masyarakat lokal, terutama generasi muda. Mereka mulai lebih terbuka terhadap perbedaan, menghargai keberagaman, dan memiliki semangat belajar bahasa asing, teknologi digital, serta pelayanan publik yang berkualitas.

Pemuda desa yang sebelumnya tidak memiliki akses kerja kini banyak yang mengikuti pelatihan pemandu wisata, kuliner, hingga kewirausahaan digital. Interaksi sosial yang

terjadi di arena wisata juga memperluas wawasan masyarakat tentang pentingnya toleransi, profesionalisme, dan kesetaraan gender dalam bekerja.

E. Penurunan Angka Pengangguran dan Penguatan Inklusi Sosial

Sektor pariwisata menyerap **beragam jenis tenaga kerja**, baik formal maupun informal, yang tidak selalu mensyaratkan latar belakang pendidikan tinggi. Hal ini sangat penting bagi kelompok masyarakat marjinal seperti perempuan kepala keluarga, remaja putus sekolah, dan lansia produktif.

Kawasan KCIC Padalarang, misalnya, menunjukkan peningkatan usaha kecil seperti pedagang makanan, parkir, penyewaan motor listrik, dan toko oleh-oleh yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat lokal. Peningkatan ini turut menurunkan tingkat pengangguran dan memperkecil jurang eksklusif sosial yang selama ini terjadi akibat keterbatasan akses pekerjaan formal (Nugroho, 2022).

F. Munculnya Kepemimpinan Sosial Baru

Pariwisata lokal sering kali melahirkan **pemimpin-pemimpin komunitas baru**, terutama dari kalangan pemuda dan perempuan. Mereka menjadi agen perubahan yang mengorganisir kegiatan wisata, pelatihan keterampilan, dan pelestarian lingkungan. Kepemimpinan baru ini tidak bersifat hirarkis, melainkan partisipatif dan kolaboratif. Mereka menjadi jembatan antara masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta. Fenomena ini menumbuhkan semangat kolektif dan partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan lokal (Widianingsih, 2021).

G. Penguatan Identitas Lokal dan Rasa Bangga Komunitas

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan promosi potensi desa secara digital, masyarakat lokal mulai merasakan kebanggaan terhadap daerahnya sendiri. Mereka tidak lagi memandang kampung sebagai tempat yang tertinggal, tetapi sebagai destinasi yang memiliki nilai dan keunikan.

Rasa bangga ini mendorong masyarakat untuk menjaga lingkungan, budaya, dan nama baik desanya. Bahkan di beberapa tempat, warga secara sukarela melakukan kebersihan lingkungan, memperbaiki jalan, dan menyambut tamu dengan penuh keramahan sebagai bagian dari identitas kolektif.

H. Pendidikan Informal dan Transfer Pengetahuan

Selain pelatihan formal, pariwisata menciptakan ruang belajar informal yang sangat kaya, baik dari wisatawan, relawan, maupun dari pelaku industri. Masyarakat belajar

mengenai tata kelola wisata, pemasaran digital, pelayanan pelanggan, hingga pemanfaatan media sosial.

Anak muda desa mulai aktif membuat konten kreatif untuk promosi wisata lokal, membuka jasa fotografi, atau bahkan menjadi travel vlogger. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat menjadi arena pendidikan alternatif yang relevan dengan kebutuhan zaman.

I. Mendorong Kesadaran Lingkungan dan Keberlanjutan

Pariwisata juga membawa kesadaran akan pentingnya konservasi alam dan pengelolaan lingkungan. Banyak destinasi wisata alam di sekitar KCIC, seperti hutan pinus atau kawasan konservasi air, kini dikelola oleh masyarakat dengan pendekatan ekowisata.

Kelompok sadar wisata lokal aktif mengampanyekan pelestarian lingkungan, larangan buang sampah sembarangan, dan penghijauan. Kehadiran wisatawan yang peduli terhadap isu lingkungan turut memperkuat perilaku ramah lingkungan di kalangan warga lokal.

J. Meningkatkan Peran Perempuan dalam Perekonomian dan Sosial

Pariwisata memberikan ruang baru bagi perempuan desa untuk berperan aktif dalam aktivitas ekonomi dan sosial, tanpa harus meninggalkan peran domestiknya. Banyak perempuan yang mengelola homestay, kuliner khas, kerajinan tangan, hingga menjadi pemandu wisata budaya.

Hal ini berkontribusi pada kesetaraan gender dan meningkatkan posisi tawar perempuan dalam pengambilan keputusan rumah tangga maupun komunitas. Studi oleh Sulastri (2020) menunjukkan bahwa perempuan pelaku wisata memiliki peningkatan rasa percaya diri, kemandirian ekonomi, dan partisipasi sosial yang lebih besar dibandingkan sebelumnya.

2.2.6 Dampak negatif Pariwisata Terhadap Sosial

Pariwisata yang berkembang pesat di sekitar kawasan KCIC (Kereta Cepat Indonesia–China) menghadirkan transformasi sosial yang kompleks. Di satu sisi, ia menjadi penggerak ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Namun, di sisi lain, pariwisata yang tumbuh tanpa perencanaan sosial yang memadai juga membawa **dampak negatif yang signifikan terhadap struktur, relasi, dan nilai-nilai sosial masyarakat lokal**. Dalam bagian ini, dampak negatif sosial pariwisata diuraikan dalam beberapa aspek kritis berikut:

A. Komersialisasi Budaya dan Hilangnya Keaslian Lokal

Salah satu dampak negatif utama dari pariwisata adalah **komodifikasi budaya**, yakni menjadikan praktik budaya sebagai barang dagangan untuk kepentingan ekonomi wisata. Banyak budaya lokal yang awalnya sakral atau memiliki nilai spiritual tinggi berubah fungsi menjadi pertunjukan semata, mengikuti selera pasar wisatawan.

Contoh konkret dapat ditemukan dalam pertunjukan seni tradisional seperti jaipongan atau wayang golek yang mulai disesuaikan dengan durasi, tempo, dan gaya yang dianggap "instagramable". Proses ini dalam jangka panjang menurunkan nilai intrinsik budaya tersebut. Menurut Picard (2006), pariwisata kerap menciptakan citra palsu dari budaya lokal yang lebih cocok disebut "disneyfikasi" budaya.

Komodifikasi budaya bukan sekadar bentuk adaptasi seni terhadap permintaan pasar, tetapi merupakan proses kompleks yang sering kali **memiskinkan makna budaya** itu sendiri. Nilai-nilai spiritual, filosofi, dan fungsi ritual yang melekat dalam budaya lokal—seperti tari, nyanyian, atau simbol arsitektur tradisional—lambat laun mengalami pengurangan makna menjadi sekadar hiburan visual. Upacara adat yang dulunya hanya dilakukan dalam siklus kehidupan atau musim panen, kini dimodifikasi menjadi atraksi harian yang disesuaikan dengan jadwal tamu hotel atau agen perjalanan. Hal ini menciptakan **ketegangan antara pelestarian budaya dan kepentingan ekonomi jangka pendek**.

Di beberapa desa wisata sekitar KCIC, misalnya, tradisi seren taun atau ngaruwat bumi yang memiliki makna spiritual tentang hubungan manusia dengan alam, kini sering digelar hanya sebagai tontonan budaya tahunan dengan durasi yang disesuaikan dan panggung yang dihias secara artifisial. Dalam praktiknya, warga lokal tidak lagi merasakan nilai sakral dari ritual tersebut, karena perannya lebih sebagai pelaksana teknis daripada pewaris makna budaya. Sebagian bahkan tidak lagi memahami simbol dan doa yang dilantunkan, karena ritual telah dipengaruhi oleh skenario event organizer.

Fenomena ini diperparah oleh pola intervensi eksternal yang terlalu dominan dalam pengelolaan budaya lokal. Banyak kegiatan budaya yang dibiayai oleh sponsor, swasta, atau lembaga pemerintah yang lebih fokus pada jumlah pengunjung dan nilai transaksi, ketimbang menjaga otentisitas dan kontinuitas nilai lokal. Hasilnya adalah pertunjukan yang **terstandarisasi, dipermak, dan kehilangan dimensi spiritual maupun**

kulturalnya. Budaya bukan lagi warisan hidup yang tumbuh bersama masyarakat, melainkan menjadi “produk budaya” yang dikemas demi konsumsi turis.

Menurut Greenwood (1989), ketika budaya dikomodifikasi secara berlebihan, maka akan muncul gejala *staged authenticity*—di mana masyarakat lokal hanya “berpura-pura” mempertunjukkan budaya mereka agar sesuai dengan ekspektasi wisatawan. Dalam konteks ini, seni dan budaya tidak lagi mencerminkan identitas organik suatu masyarakat, tetapi menjadi simulasi identitas yang dikurasi untuk kebutuhan pariwisata. Ini berdampak pada krisis identitas, terutama di kalangan generasi muda yang kehilangan makna budaya lokal karena lebih familiar dengan bentuk “budaya turistik” yang mereka tampilkan secara berulang.

Dampak lainnya adalah **eksploitasi simbol budaya untuk kepentingan ekonomi elit.** Banyak simbol tradisional—seperti motif batik khas daerah, arsitektur rumah adat, bahkan nama tokoh mitologi lokal—diambil alih oleh industri kreatif luar daerah tanpa melibatkan masyarakat pemilik budaya. Hak intelektual kolektif masyarakat lokal atas warisan budaya sering kali tidak diakui secara formal, sementara nilai ekonominya dikapitalisasi oleh pemilik modal atau pihak luar. Ketimpangan ini menciptakan ketidakadilan struktural yang merugikan masyarakat lokal tidak hanya secara finansial, tetapi juga secara kultural.

Dalam jangka panjang, komodifikasi budaya juga dapat memicu **fragmentasi sosial internal.** Sebagian kelompok masyarakat yang menolak perubahan dan ingin mempertahankan nilai-nilai otentik mulai dianggap konservatif atau tidak kooperatif dalam proyek wisata. Sebaliknya, kelompok yang bersedia “menjual” budaya lokal dianggap lebih modern dan adaptif. Polarisasi ini menciptakan ketegangan antarwarga, yang memperlemah kohesi sosial desa. Bahkan, ada kasus di mana keluarga yang dulunya menjadi penanggung jawab upacara adat akhirnya tersisih karena mereka menolak menjadikan ritual budaya sebagai objek tontonan terbuka.

Selain itu, komodifikasi budaya turut mendorong lahirnya bentuk **ketergantungan baru terhadap pariwisata.** Ketika budaya diposisikan sebagai komoditas utama, maka masyarakat akan tergoda untuk terus memproduksi dan merekayasa identitas budaya demi mempertahankan arus wisatawan. Ketergantungan ini bersifat rapuh dan rentan terhadap gejolak pasar. Saat kunjungan menurun, misalnya karena pandemi atau krisis ekonomi, masyarakat yang menggantungkan hidup dari atraksi budaya komersial mengalami kesulitan ekonomi karena tidak memiliki strategi diversifikasi.

Komodifikasi budaya juga mereduksi fungsi pendidikan budaya. Sekolah-sekolah di wilayah wisata sering kali tidak memiliki cukup ruang untuk mengajarkan nilai-nilai lokal, karena pengetahuan budaya telah digeser ke ruang ekonomi. Anak-anak lebih banyak belajar tentang bagaimana tampil di panggung, ketimbang memahami makna dari tari atau nyanyian tersebut. **Budaya tidak lagi diturunkan sebagai warisan nilai, tetapi sebagai keterampilan performatif**, mirip seperti kursus tari modern atau teater. Kritik terhadap komodifikasi budaya bukan berarti menolak pariwisata sepenuhnya, tetapi menekankan pentingnya **pengelolaan budaya berbasis komunitas** (*community-based cultural management*). Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek budaya, bukan objek atraksi. Dalam skema tersebut, masyarakat memiliki otoritas untuk menentukan apa yang layak dipertontonkan dan bagaimana bentuk penyampaian. Mereka juga berhak mendapatkan keuntungan langsung dan dilibatkan dalam pengambilan keputusan strategis. Pendekatan ini tidak hanya melindungi otentisitas budaya, tetapi juga mengembalikan makna budaya sebagai alat penguat identitas dan kohesi sosial.

Beberapa studi menunjukkan bahwa pengelolaan budaya berbasis komunitas mampu mengurangi dampak negatif komodifikasi. Di Desa Nglanggeran, Yogyakarta, misalnya, pertunjukan budaya hanya ditampilkan saat ada hajatan tertentu dan dilakukan oleh warga yang memang memiliki hubungan historis dengan tradisi tersebut. Komersialisasi tetap dilakukan, tetapi dalam batas yang tidak melanggar norma adat. Hasil pendapatan dibagi secara kolektif dan sebagian dialokasikan untuk kegiatan pendidikan budaya bagi anak-anak.

Belajar dari kasus di atas, kawasan wisata di sekitar KCIC perlu mengembangkan **regulasi perlindungan budaya lokal** yang mengikat secara moral dan administratif. Misalnya, dengan menetapkan standar etika pertunjukan budaya, mendaftarkan ekspresi budaya sebagai warisan budaya takbenda, serta memperkuat sistem dokumentasi budaya berbasis desa. Selain itu, pengembangan pelatihan budaya di sekolah atau sanggar juga perlu dikuatkan agar generasi muda tetap memiliki akses terhadap makna dan nilai warisan budayanya sendiri.

B. Kesenjangan Sosial dan Ekonomi

Meningkatnya investasi di sektor wisata tidak selalu dinikmati secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat. Mereka yang memiliki modal, akses informasi, dan koneksi

ke jaringan wisata akan memperoleh keuntungan lebih besar. Sebaliknya, masyarakat kecil hanya menjadi pekerja kasar dengan pendapatan rendah dan minim perlindungan.

Hal ini memperparah kesenjangan sosial antara pemilik homestay dan pemilik warung dengan masyarakat lainnya yang tidak memiliki aset wisata. Di Padalarang, misalnya, muncul keluhan dari warga asli yang merasa tersisih karena harga tanah melonjak dan lapangan kerja di sektor wisata justru banyak diisi pendatang dari luar daerah (Sudibyo, 2022).

Fenomena ketimpangan ini menciptakan **stratifikasi sosial baru** dalam komunitas yang sebelumnya cenderung egaliter. Pariwisata membawa pola pembagian kelas sosial yang ditentukan oleh kepemilikan aset wisata, bukan oleh status adat, usia, atau pengalaman hidup seperti pada masyarakat desa tradisional. Akibatnya, relasi sosial antarwarga mengalami ketegangan: muncul kelompok-kelompok elit wisata yang lebih sering berinteraksi dengan pihak luar dan memiliki akses terhadap pelatihan, promosi digital, maupun jejaring pendanaan, sementara kelompok masyarakat lainnya hanya menjadi pekerja tidak tetap yang bergantung pada belas kasihan pemilik usaha wisata. Selain itu, masuknya investor dari luar daerah juga memperparah ketimpangan. Banyak pihak luar yang membeli tanah dan mendirikan vila, glamping, atau café-café dengan estetika modern yang tidak mempekerjakan warga lokal. Ironisnya, warga sekitar hanya bisa menyaksikan geliat ekonomi dari balik pagar properti yang dulunya adalah lahan milik komunitas. Sejumlah tokoh masyarakat di kawasan Gunung Bohong dan Rajamandala melaporkan bahwa lebih dari 60% tanah di radius 2 km dari stasiun KCIC Padalarang telah berpindah tangan dalam waktu kurang dari lima tahun, sebagian besar kepada investor dari Jakarta dan luar negeri.

Situasi ini menimbulkan **alienasi ruang** bagi masyarakat lokal. Mereka tidak lagi merasa memiliki tempat tinggalnya sendiri karena transformasi fisik dan fungsi ruang tidak mempertimbangkan kebutuhan warga. Alih fungsi lahan yang agresif menjadi vila dan tempat wisata menggeser fungsi sosial ruang publik seperti lapang, sawah, hutan, dan balai warga. Ruang-ruang interaksi komunitas berubah menjadi ruang ekonomi yang bersifat eksklusif. Seperti yang dikemukakan oleh Harvey (2005), dalam kondisi kapitalisme urban, ruang menjadi komoditas, bukan lagi tempat hidup bersama.

Ketimpangan ini juga berdampak pada **penurunan rasa percaya diri masyarakat kecil**. Mereka mulai merasa termarginalkan secara simbolik karena tidak mampu bersaing

dalam ekonomi digital, tidak menguasai bahasa asing, atau tidak memiliki koneksi dengan jaringan pemasaran wisata. Banyak dari mereka yang akhirnya memilih menjadi buruh kasar, juru parkir, atau pedagang asongan tanpa jaminan sosial dan tanpa ruang untuk berkembang.

Kesenjangan ekonomi juga memicu **kecemburuan sosial** antarwarga. Dalam beberapa studi lapangan yang dilakukan oleh tim peneliti dari UIN Bandung (2023), ditemukan bahwa warga yang lebih dulu menjual tanahnya merasa tertipu karena harganya jauh lebih murah dibanding harga sekarang. Sementara warga yang menolak menjual tanah menghadapi tekanan sosial dan intimidasi halus dari pihak perantara atau bahkan tetangga sendiri. Kondisi ini mendorong **disintegrasi sosial** dalam skala mikro, seperti konflik internal keluarga atau antar-rukun warga (RW) dalam satu desa wisata.

Ketimpangan juga tampak dalam **akses terhadap pelatihan dan program pemberdayaan**. Pemerintah daerah maupun pihak swasta kerap menargetkan kelompok tertentu saja, biasanya yang sudah memiliki usaha, untuk diberi pelatihan digital marketing, manajemen homestay, atau sertifikasi kuliner. Kelompok masyarakat miskin yang belum punya usaha, justru tidak masuk dalam radar bantuan, dengan alasan "belum siap secara usaha". Pola ini menciptakan lingkaran setan ketimpangan: yang sudah punya modal makin berkembang, yang belum punya semakin tertinggal (Nugroho, 2022).

Kritik juga diarahkan pada sistem penyerapan tenaga kerja yang kurang inklusif. Lapangan kerja yang tercipta cenderung bersifat sementara, padat karya, dan tidak memberikan ruang peningkatan karier. Banyak anak muda desa hanya diberi pekerjaan sebagai penjaga toilet, cleaning service, atau tukang foto keliling. Sementara posisi manajerial, front office hotel, atau pemandu wisata justru diisi oleh lulusan luar daerah. Hal ini memunculkan **mobilitas sosial yang tersumbat** di tingkat lokal.

Ketimpangan sosial akibat pariwisata juga memiliki **dampak lintas generasi**. Anak-anak dari keluarga miskin seringkali terpaksa membantu orang tuanya berdagang atau bekerja sebagai tenaga informal di kawasan wisata, sehingga mengorbankan waktu belajar atau bahkan putus sekolah. Sementara anak-anak dari keluarga pelaku usaha wisata memiliki akses terhadap pendidikan, gawai, dan pelatihan yang lebih baik. Ketimpangan ini akan memperbesar disparitas sosial dalam jangka panjang.

Selain disparitas antarwarga, muncul pula **ketimpangan antarwilayah**. Desa atau kelurahan yang berada di jalur utama stasiun KCIC lebih cepat berkembang dan

mendapatkan perhatian pembangunan. Sebaliknya, desa yang lebih jauh dari pusat keramaian justru mengalami stagnasi dan tertinggal dari sisi infrastruktur. Kondisi ini memperbesar jurang ketimpangan spasial, padahal seluruh desa berada dalam radius pembangunan KCIC dan semestinya mendapatkan manfaat yang setara.

Situasi ini tidak hanya terjadi di kawasan KCIC, tetapi merupakan fenomena umum dalam pembangunan pariwisata berskala besar. Seperti yang dikemukakan oleh Scheyvens dan Biddulph (2018), pariwisata seringkali gagal menciptakan pemerataan kesejahteraan karena struktur distribusi keuntungannya lebih berpihak pada pemodal besar ketimbang masyarakat lokal. Ketimpangan ini diperburuk ketika negara absen dalam fungsi redistribusi dan pengawasan.

Solusi terhadap kesenjangan ini tidak bisa hanya mengandalkan intervensi teknis seperti pelatihan atau bantuan modal, tetapi memerlukan **reformasi struktur tata kelola pariwisata**. Pemerintah daerah perlu menetapkan porsi minimal keterlibatan warga lokal dalam proyek wisata, baik sebagai pemilik, pekerja, maupun pengambil keputusan. Selain itu, perlu ada skema insentif bagi investor yang melibatkan warga sekitar secara langsung dan memberikan akses kepemilikan bersama (*community shares*).

Penguatan **koperasi wisata berbasis komunitas** juga dapat menjadi langkah alternatif untuk memperkecil ketimpangan. Melalui koperasi, masyarakat bisa menghimpun modal secara kolektif, mengelola unit usaha secara transparan, dan mendistribusikan keuntungan berdasarkan asas keadilan. Selain itu, pendekatan koperasi juga mampu memperkuat solidaritas sosial dan partisipasi warga dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Diperlukan pula kebijakan yang memperkuat hak masyarakat atas ruang. Pengaturan zonasi wisata yang inklusif, perlindungan lahan pertanian rakyat, serta pelibatan warga dalam perencanaan tata ruang menjadi kunci untuk mencegah alih fungsi lahan yang diskriminatif. Pemerintah daerah harus mengedepankan prinsip keadilan spasial agar tidak terjadi pemusatan kekayaan dan penguasaan ruang pada segelintir pihak saja.

Akhirnya, pengembangan wisata yang adil memerlukan **redistribusi akses, informasi, dan kesempatan**, bukan hanya pembangunan infrastruktur fisik. Tanpa keberpihakan pada kelompok masyarakat yang paling rentan, maka pariwisata yang menjanjikan kemakmuran justru akan memperkuat ketimpangan sosial yang lebih dalam.

C. Perubahan Struktur Sosial dan Fragmentasi Komunitas

Pariwisata dapat mengubah pola hubungan sosial antarwarga. Masyarakat yang sebelumnya hidup dalam tatanan kohesif mulai mengalami pergeseran menuju hubungan individualistik dan kompetitif. Perubahan ini dipicu oleh persaingan ekonomi, kepentingan kelompok usaha, hingga ketidakseimbangan partisipasi dalam pengambilan keputusan.

Sebagian warga yang tidak terlibat dalam aktivitas wisata merasa kehilangan suara dalam komunitasnya sendiri. Mereka merasa termarginalkan dan tidak mendapat tempat dalam ruang sosial yang kini dikendalikan oleh pelaku wisata. Hal ini menciptakan fragmentasi komunitas dan melemahkan solidaritas sosial.

Perubahan struktur sosial akibat pariwisata sering kali berlangsung secara perlahan namun fundamental. **Dinamika baru dalam hubungan sosial antarwarga muncul sebagai konsekuensi logis dari transformasi fungsi ruang dan peran ekonomi.** Masyarakat yang sebelumnya memiliki hubungan gotong royong yang kuat, seperti dalam kegiatan tani, ronda malam, atau kerja bakti, mulai mengalami pergeseran prioritas. Warga yang terlibat dalam kegiatan wisata menjadi lebih sibuk dan individualistik, karena aktivitas ekonomi pariwisata menuntut waktu, tenaga, dan perhatian yang lebih besar. Akibatnya, banyak kegiatan sosial yang semula menjadi ruang interaksi rutin warga mulai ditinggalkan.

Fenomena ini memperlemah **kohesi sosial horizontal**, yakni keterhubungan dan kepercayaan antara individu-individu dalam masyarakat. Ketika hubungan antarwarga tidak lagi didasari pada solidaritas kultural dan kebersamaan, melainkan pada kalkulasi ekonomi dan persaingan pasar, maka ruang sosial berubah menjadi arena kompetisi. Masyarakat tidak lagi memandang tetangganya sebagai rekan dalam bertahan hidup, tetapi sebagai pesaing bisnis atau pelaku usaha yang harus dikalahkan.

Dalam kasus-kasus tertentu di desa wisata sekitar kawasan KCIC, terlihat bahwa **kelompok yang terlibat dalam usaha wisata membentuk komunitas eksklusif** yang memiliki akses terhadap promosi digital, jaringan bisnis, dan dukungan pemerintah daerah. Sementara warga lain yang tidak ikut dalam kegiatan ekonomi wisata mulai merasa terpinggirkan, tidak hanya secara ekonomi tetapi juga secara simbolik. Mereka tidak dilibatkan dalam musyawarah kampung, tidak diundang dalam pelatihan wisata, dan merasa kurang dihargai pendapatnya.

Kondisi ini melahirkan apa yang oleh Sennett (2012) disebut sebagai **“korosi karakter sosial”**, yaitu hilangnya empati, kesetiaan komunitas, dan semangat berbagi karena relasi antarindividu lebih didasarkan pada kepentingan jangka pendek. Keadaan menjadi lebih rumit ketika terjadi konflik antar generasi, misalnya antara orang tua yang masih memegang nilai gotong royong dan kesederhanaan, dengan anak-anak muda yang lebih memilih mengejar pasar wisata dan gaya hidup instan.

Dampak lainnya adalah **terjadinya eksklusif sosial**, baik secara langsung maupun tidak langsung. Warga yang tidak memiliki aset, keterampilan, atau jejaring bisnis wisata merasa “bukan bagian” dari transformasi desa mereka sendiri. Mereka mungkin tetap tinggal di desa, tetapi ruang sosial tempat mereka berinteraksi kini telah berubah wajah. Kafe, glamping, atau area parkir wisata yang dulu adalah sawah milik bersama kini dimiliki oleh individu atau korporasi. Tempat ibadah pun terkadang tersisih secara simbolik oleh hiruk pikuk tempat hiburan malam atau musik live yang tidak mengenal batas waktu.

Perubahan relasi sosial juga memicu **disorientasi peran sosial**. Tokoh-tokoh masyarakat yang dulu dihormati karena keilmuan, pengalaman hidup, atau sumbangsihnya terhadap desa, kini sering tersisih oleh “influencer lokal” yang memiliki pengaruh di media sosial dan koneksi bisnis. Otentisitas dan moralitas sebagai dasar kepemimpinan sosial digantikan oleh popularitas dan daya tarik visual. Ini menimbulkan krisis nilai dan kebingungan sosial, khususnya bagi generasi muda yang tidak lagi memiliki teladan komunitas yang kuat.

Ketika solidaritas digantikan oleh persaingan, maka **konflik antarwarga menjadi hal yang tak terhindarkan**. Di beberapa desa sekitar KCIC, muncul pertengkaran antar-RT karena ketidaksepakatan pembagian keuntungan parkir wisata, konflik batas tanah antara keluarga, hingga saling boikot antar warung makan karena tuduhan pencurian pelanggan. Bentuk konflik ini semakin meruncing ketika ditambah dengan perbedaan pandangan politik lokal, atau keterlibatan aparat desa dalam salah satu kelompok usaha wisata.

Selain konflik horizontal, **fragmentasi juga terjadi secara vertikal**, yakni antara masyarakat dan pemerintah desa. Banyak warga yang merasa bahwa pemerintah desa lebih berpihak pada investor atau pelaku usaha besar, sementara aspirasi warga biasa jarang diperhatikan. Proses perencanaan wisata yang tidak partisipatif menimbulkan

kekecewaan dan apatisme politik lokal. Warga enggan terlibat dalam forum musyawarah desa karena merasa bahwa keputusan sudah ditentukan dari atas.

Dalam konteks ini, **kepercayaan publik terhadap institusi lokal menurun**, yang berdampak pada hilangnya rasa memiliki terhadap pembangunan desa. Ini sangat berbahaya dalam jangka panjang karena menghambat proses kolaborasi dan pembangunan berkelanjutan. Masyarakat yang kehilangan rasa memiliki tidak akan merasa bertanggung jawab terhadap kelestarian budaya, lingkungan, atau nilai sosial yang dulunya dijaga bersama.

Lebih jauh lagi, fragmentasi sosial juga berdampak pada **berkurangnya ketahanan komunitas dalam menghadapi bencana atau krisis**. Saat solidaritas melemah, bantuan sosial tidak lagi dilakukan secara kolektif. Dalam situasi darurat seperti pandemi COVID-19 atau bencana alam, komunitas yang sudah terfragmentasi cenderung kesulitan mengorganisasi bantuan, distribusi pangan, atau pendampingan warga rentan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pariwisata yang tidak diimbangi dengan penguatan jaringan sosial akan menciptakan kerentanan struktural yang sangat serius.

Fragmentasi hubungan sosial juga menciptakan **kesenjangan dalam akses informasi dan representasi publik**. Masyarakat yang tidak terlibat dalam kelompok pelaku wisata sering tidak mengetahui program pembangunan, bantuan pemerintah, atau peraturan terbaru terkait kawasan wisata. Ketimpangan informasi ini memperdalam rasa terisolasi, yang secara psikologis bisa memunculkan rasa rendah diri, frustrasi, bahkan potensi radikalisme identitas lokal.

Mengatasi fragmentasi sosial akibat pariwisata bukan perkara mudah, tetapi bisa dimulai dari **rekonstruksi ruang sosial dan kebijakan partisipatif**. Pemerintah desa dan pelaku usaha perlu menciptakan forum bersama yang menjembatani perbedaan kelompok. Program wisata harus berbasis pada nilai inklusivitas, transparansi, dan pemerataan manfaat. Selain itu, kegiatan sosial non-ekonomi seperti festival adat, kerja bakti, pengajian, atau arisan warga harus digiatkan kembali untuk merawat jalinan emosional antarwarga.

Pelibatan kelompok-kelompok rentan seperti lansia, penyandang disabilitas, atau perempuan kepala keluarga juga penting untuk memastikan bahwa setiap individu tetap memiliki ruang dan peran dalam kehidupan sosial desa. Pendekatan seperti *social mapping* atau pemetaan aktor sosial dapat membantu mengidentifikasi siapa saja yang

belum terlibat dalam transformasi wisata, dan bagaimana mereka dapat diikutsertakan secara bermartabat.

Dengan mengembalikan semangat gotong royong, memperkuat komunikasi antarwarga, dan memastikan keadilan dalam pembagian sumber daya wisata, maka fragmentasi sosial dapat ditekan dan masyarakat kembali memiliki rasa kebersamaan yang kuat. Pariwisata seharusnya bukan menjadi alat pemecah komunitas, tetapi menjadi medium kolaboratif untuk membangun masa depan bersama.

D. Perubahan Pola Pikir dan Sikap Sosial yang Lebih Terbuka

Interaksi dengan wisatawan domestik dan mancanegara membawa pengaruh positif terhadap pola pikir masyarakat lokal, terutama generasi muda. Mereka mulai lebih terbuka terhadap perbedaan, menghargai keberagaman, dan memiliki semangat belajar bahasa asing, teknologi digital, serta pelayanan publik yang berkualitas.

Pemuda desa yang sebelumnya tidak memiliki akses kerja kini banyak yang mengikuti pelatihan pemandu wisata, kuliner, hingga kewirausahaan digital. Interaksi sosial yang terjadi di arena wisata juga memperluas wawasan masyarakat tentang pentingnya toleransi, profesionalisme, dan kesetaraan gender dalam bekerja.

Interaksi sosial yang terbentuk antara warga lokal dan wisatawan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga membawa proses transformasi kognitif dan kultural yang mendalam. Masyarakat mulai melihat bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh warisan atau latar belakang keluarga, melainkan oleh kemampuan beradaptasi, keterampilan komunikasi, dan kerja keras. Hal ini mendorong tumbuhnya etos kerja baru di kalangan pemuda desa yang sebelumnya mengandalkan pekerjaan musiman di sektor pertanian atau buruh bangunan.

Di kawasan sekitar KCIC, khususnya desa-desa wisata yang berada di Kecamatan Padalarang, Cikalongwetan, dan Cipatat, terlihat peningkatan jumlah pemuda yang mengikuti pelatihan keterampilan berbasis pariwisata, seperti kursus bahasa Inggris untuk pemandu wisata, pelatihan barista, workshop manajemen homestay, hingga pelatihan konten kreator pariwisata digital. Pelatihan-pelatihan ini, banyak difasilitasi oleh pemerintah daerah maupun inisiatif komunitas lokal, membuka peluang kerja baru dan mendorong terbentuknya semangat *sociopreneurship* di kalangan generasi muda.

Tidak sedikit dari mereka yang kemudian membentuk komunitas pemuda desa kreatif, yang tidak hanya melayani wisatawan tetapi juga memproduksi konten budaya lokal

seperti vlog, dokumenter tradisi, hingga pembuatan merchandise berbasis identitas lokal. Hal ini menandakan bahwa pariwisata dapat menjadi katalisator revitalisasi budaya lokal melalui pendekatan digital, tanpa kehilangan makna aslinya.

Lebih lanjut, keberadaan wisatawan yang berasal dari berbagai daerah dan negara juga memperkenalkan masyarakat pada nilai-nilai multikulturalisme. Warga menjadi lebih toleran terhadap perbedaan agama, gaya berpakaian, pola makan, dan bahasa. Anak-anak mulai terbiasa melihat orang asing berbicara dengan bahasa dan adat yang berbeda, namun tetap menjalin hubungan baik. Interaksi ini menjadi pendidikan sosial yang nyata, jauh lebih efektif dibandingkan pendidikan formal dalam menanamkan nilai toleransi dan hidup berdampingan.

Kondisi ini juga mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap pelayanan publik, seperti kebersihan, kerapian lingkungan, keamanan, dan keramahan. Budaya menyambut tamu yang dulunya hanya bersifat informal, kini berkembang menjadi standar pelayanan profesional yang terukur. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan kesadaran kolektif terhadap kualitas hidup bersama. Masyarakat belajar pentingnya keteraturan, kerja sama, dan menjaga citra desa sebagai destinasi yang menyenangkan dan aman bagi semua kalangan.

Dalam konteks peran gender, pariwisata juga turut memberi ruang yang lebih luas bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam ekonomi lokal. Banyak ibu rumah tangga yang mulai berperan sebagai pengelola homestay, pelaku UMKM kuliner, hingga pemandu budaya. Partisipasi perempuan dalam sektor ini memperkuat posisi sosial dan ekonomi mereka di masyarakat. Bahkan, tidak sedikit kelompok perempuan desa yang membentuk koperasi kuliner dan kriya, yang terinspirasi dari interaksi mereka dengan wisatawan atau pelatihan berbasis gender.

Di sisi lain, tumbuh pula kesadaran ekologis yang meningkat akibat kontak dengan wisatawan yang peduli lingkungan. Beberapa komunitas pemuda bahkan menciptakan program bersih-bersih kampung, pengelolaan sampah organik dan non-organik, serta penanaman pohon di sepanjang jalur wisata. Tindakan ini tidak hanya menjadi bagian dari tanggung jawab sosial, tetapi juga menjadi daya tarik wisata itu sendiri. Masyarakat mulai memahami bahwa menjaga alam adalah bagian penting dari menjaga keberlanjutan ekonomi wisata.

Dalam jangka panjang, perubahan ini membentuk identitas baru masyarakat lokal yang lebih dinamis, terbuka, dan adaptif. Mereka tidak lagi hanya menjadi penonton

pembangunan, tetapi juga aktor aktif yang memiliki visi dan orientasi masa depan. Anak-anak mulai bercita-cita menjadi pelaku wisata kreatif, pembuat film dokumenter, pengelola ekowisata, atau bahkan pendiri platform pariwisata digital.

Perubahan pola pikir ini juga didukung oleh peningkatan literasi digital. Banyak anak muda desa yang sebelumnya gagap teknologi, kini mulai menguasai platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, hingga Google My Business sebagai alat promosi usaha lokal. Bahkan, beberapa desa wisata di sekitar KCIC telah membentuk tim pengelola media sosial yang dikelola oleh pemuda setempat untuk mempromosikan atraksi budaya, jadwal event, dan produk khas lokal.

Dampak positif lainnya adalah tumbuhnya kesadaran identitas lokal yang lebih kuat. Ketika masyarakat melihat bahwa budaya lokal menjadi daya tarik wisatawan, mereka merasa bangga dengan warisan budaya mereka sendiri. Anak-anak mulai belajar kembali menari, menyanyi lagu daerah, atau memainkan alat musik tradisional seperti angklung dan karinding. Tradisi yang sempat dilupakan kini hidup kembali, bukan semata karena ekonomi, tetapi karena ada pengakuan dan rasa bangga terhadap akar budaya sendiri.

Interaksi dengan wisatawan juga menciptakan ruang dialog antarbudaya. Misalnya, melalui kegiatan homestay, keluarga lokal tidak hanya memberi tempat tinggal tetapi juga berbagi cerita, makanan, dan cara hidup kepada tamu dari luar. Proses ini menciptakan mutual understanding dan memperkuat citra masyarakat lokal sebagai tuan rumah yang ramah dan terbuka. Dalam jangka panjang, interaksi ini memperkuat jaringan sosial yang tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga regional dan global.

Berbagai perubahan positif ini pada akhirnya membentuk ekosistem sosial yang lebih resilien dan produktif. Generasi muda memiliki alternatif karier di luar kota besar, perempuan memiliki peran baru dalam ekonomi, dan masyarakat secara keseluruhan memiliki kontrol yang lebih besar terhadap masa depan mereka. Ini adalah bentuk pemberdayaan sosial yang sejati—yakni ketika transformasi ekonomi berjalan seiring dengan perubahan struktur sosial dan pola pikir masyarakat.

Namun, perlu dicatat bahwa manfaat sosial ini tidak terjadi secara otomatis. Diperlukan peran aktif pemerintah daerah, pendamping komunitas, serta regulasi yang menjamin pemerataan akses terhadap manfaat pariwisata. Tanpa hal ini, transformasi sosial yang dihasilkan hanya akan dinikmati oleh segelintir pihak.

Dengan demikian, interaksi masyarakat lokal dengan wisatawan bukan hanya menjadi proses ekonomi, tetapi juga ruang edukasi sosial, kultural, dan moral yang sangat penting dalam membentuk masyarakat yang inklusif, berdaya, dan berorientasi masa depan.

Selain transformasi dalam pola pikir dan keterampilan, dampak positif pariwisata juga tercermin dari meningkatnya kapasitas organisasi sosial di tingkat desa. Kegiatan wisata yang membutuhkan koordinasi dan pengelolaan kolektif telah mendorong lahirnya berbagai lembaga komunitas, seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), koperasi pemuda, kelompok ibu kreatif, dan relawan pemandu lokal. Kehadiran lembaga-lembaga ini memberikan ruang bagi warga untuk belajar memimpin, mengatur keuangan, dan membuat keputusan bersama. Partisipasi dalam struktur kelembagaan ini mendorong tumbuhnya kesadaran demokratis, terutama dalam hal musyawarah, transparansi, dan akuntabilitas.

Pemuda yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman organisasi kini aktif sebagai koordinator event budaya, pengelola tiket masuk wisata, hingga pembicara dalam forum pelatihan pariwisata. Ini menunjukkan bahwa pariwisata bisa menjadi medium pendidikan kepemimpinan yang kontekstual dan relevan. Tidak hanya itu, keterlibatan dalam struktur sosial semacam ini memperkuat rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap desa dan mendorong anak-anak muda untuk tidak lagi merantau, melainkan membangun karier di kampung halamannya sendiri.

Dampak positif lainnya adalah menguatnya kolaborasi lintas sektor dan lintas usia. Proyek-proyek pengembangan desa wisata sering kali melibatkan kerja sama antara pemuda, tokoh adat, guru, karang taruna, hingga pelaku usaha lokal. Proses ini mengajarkan pentingnya saling mendengarkan, menggabungkan pengalaman dan inovasi, serta membangun kepercayaan lintas generasi. Ini menjadi fondasi penting dalam menciptakan masyarakat yang berdaya secara sosial maupun budaya.

Pariwisata juga membawa transformasi nilai kerja di masyarakat pedesaan. Nilai-nilai seperti ketepatan waktu, profesionalitas, pelayanan prima, dan inovasi menjadi lebih dihargai. Budaya kerja yang sebelumnya hanya berorientasi pada ketekunan fisik kini mulai bergeser menuju produktivitas berbasis kreativitas dan pelayanan. Masyarakat mulai melihat bahwa kerja tidak hanya soal tenaga, tetapi juga ide, jaringan, dan citra. Pola pikir ini mendorong tumbuhnya *entrepreneur* lokal yang luwes, inovatif, dan cepat beradaptasi.

Selain aspek ekonomi dan sosial, sektor pendidikan turut mendapatkan imbas positif. Sekolah-sekolah dasar hingga menengah di sekitar kawasan wisata mulai menyisipkan kurikulum lokal berbasis pariwisata dan budaya. Misalnya, mata pelajaran seni budaya tidak lagi hanya mengajarkan teori, tetapi juga praktik pertunjukan budaya untuk wisatawan. Bahasa Inggris yang dulunya diajarkan dalam konteks akademik, kini dikaitkan dengan kegiatan praktik sebagai pemandu wisata atau pelayan homestay. Bahkan, ada beberapa sekolah yang membentuk ekstrakurikuler promosi digital wisata desa sebagai bagian dari penguatan literasi digital.

Peningkatan literasi dan aspirasi pendidikan juga menjadi salah satu efek jangka panjang. Anak-anak desa mulai memiliki mimpi menjadi desainer wisata, pebisnis kuliner, manajer hotel, atau content creator budaya. Mereka tidak lagi melihat pendidikan hanya sebagai jalan ke kota, tetapi juga sebagai bekal untuk membangun desa. Orang tua pun mulai lebih mendukung anak-anaknya untuk melanjutkan sekolah atau mengikuti pelatihan teknis berbasis pariwisata, karena mereka melihat hasil langsung dari transformasi yang terjadi.

Tak kalah penting, perubahan dalam interaksi sosial akibat pariwisata turut menciptakan ruang aman bagi kelompok marginal, seperti remaja yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mengakses pekerjaan atau anak-anak putus sekolah. Beberapa program pelatihan wisata secara khusus menyasar remaja rawan, seperti mantan pengguna narkoba atau anak putus sekolah, untuk dilatih menjadi pemandu ekowisata atau fotografer desa. Proses ini secara bertahap mengurangi stigma dan membangun rasa percaya diri, sekaligus memperkuat struktur sosial yang lebih inklusif. Interaksi dengan wisatawan juga menumbuhkan etos berbagi informasi dan praktik terbaik antar desa wisata, terutama yang saling terkoneksi di kawasan KCIC. Desa yang lebih maju dalam manajemen digital, misalnya, berbagi modul pelatihan kepada desa tetangga. Hal ini menciptakan solidaritas antar komunitas, serta mempercepat pemerataan inovasi dan pembangunan. Dari sinilah kemudian muncul kluster desa wisata yang saling mendukung, saling mengunjungi, dan bersama-sama mempromosikan potensi wilayah mereka secara kolektif.

Lebih jauh, desa-desa yang sukses mengembangkan pariwisata secara sosial juga menjadi rujukan atau tempat studi banding bagi daerah lain. Mereka menjadi “model sosial” yang menginspirasi banyak pihak, termasuk akademisi, birokrat, dan pegiat komunitas. Status ini menumbuhkan kepercayaan diri kolektif warga dan menguatkan

identitas sosial mereka sebagai masyarakat yang kreatif dan terbuka terhadap perubahan.

Lebih jauh lagi, interaksi masyarakat lokal dengan wisatawan secara konsisten menumbuhkan kesadaran global di tingkat lokal, yang oleh para akademisi disebut sebagai “glokalisasi”—penggabungan antara pemikiran global dan praktik lokal. Masyarakat desa mulai menyadari bahwa keterlibatan mereka dalam pariwisata tidak hanya berarti menjual produk atau jasa, tetapi juga membawa citra budaya, lingkungan, dan nilai-nilai sosial kepada dunia luar. Ini mendorong warga untuk semakin peduli terhadap reputasi kolektif desa, memperbaiki etika layanan, hingga memperhatikan narasi yang dibangun tentang desa mereka di media sosial.

Kebanggaan terhadap identitas lokal diperkuat oleh pengakuan eksternal. Ketika wisatawan memuji keramahan warga, keindahan kampung, atau keunikan tradisi lokal, masyarakat merasa dihargai dan mendapatkan validasi atas nilai-nilai yang selama ini mereka miliki. Hal ini berdampak positif pada pemulihan kepercayaan diri komunitas pedesaan, yang sebelumnya merasa tertinggal dari kehidupan kota. Dalam banyak kasus, pujian dan testimoni wisatawan menjadi alat refleksi sosial bahwa warisan budaya, lingkungan, dan relasi sosial mereka ternyata bernilai tinggi dalam kacamata luar.

Dampak ini juga menciptakan efek domino pada generasi muda. Anak-anak yang dahulu tidak mengetahui nilai budaya daerahnya, kini mulai aktif menari, memainkan alat musik tradisional, bahkan menjadi duta budaya. Banyak dari mereka yang mulai mengarsipkan sejarah desa, mewawancarai tokoh adat, atau mendokumentasikan ritual dan makanan khas untuk keperluan promosi. Ini merupakan langkah penting dalam melestarikan budaya melalui pendekatan kreatif yang sesuai dengan zaman digital.

Tak hanya itu, aktivitas ini menciptakan ruang intergenerasi yang produktif, di mana orang tua dan anak muda bekerja bersama untuk mempertahankan nilai budaya sambil membawanya ke panggung pariwisata. Kolaborasi semacam ini memperkuat komunikasi keluarga, membangun rasa saling menghargai antar generasi, dan menciptakan ekosistem sosial yang saling menguatkan.

Aspek penting lain yang menjadi sorotan adalah tumbuhnya jejaring sosial lintas daerah dan bahkan internasional. Beberapa warga lokal yang aktif sebagai pengelola homestay atau pemandu wisata kini menjalin hubungan pertemanan dan bahkan kerja

sama usaha dengan tamu-tamu dari luar negeri. Dalam beberapa kasus, jejaring ini berkembang menjadi relasi bisnis berkelanjutan, seperti kerja sama kerajinan, pertukaran pelajar, atau program relawan internasional. Relasi semacam ini memperkuat modal sosial eksternal komunitas dan membuka akses terhadap berbagai peluang baru yang sebelumnya sulit dijangkau.

Dalam jangka panjang, interaksi dengan wisatawan juga mendorong terbentuknya komunitas desa yang berdaya saing tinggi. Mereka tidak hanya bergantung pada potensi alam, tetapi mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi layanan, pengemasan produk, serta storytelling budaya. Ini menunjukkan bahwa dampak positif pariwisata tidak semata pada ekonomi, tetapi juga pada perubahan struktur sosial, pola pikir, dan kemampuan warga dalam menghadapi tantangan zaman.

Kemampuan beradaptasi dan bersaing ini penting karena desa-desa wisata tidak terlepas dari tekanan pasar global dan dinamika teknologi. Masyarakat yang terbiasa berinteraksi dengan wisatawan akan lebih peka terhadap tren, perubahan selera, serta kebutuhan pelayanan modern. Mereka akan belajar mengatur waktu, menjaga kualitas, dan terus memperbarui pengetahuan. Semua ini berkontribusi pada pembentukan masyarakat pembelajar (*learning society*) yang siap menghadapi berbagai tantangan pembangunan.

Tak kalah penting, pariwisata juga menjadi ruang pemulihan sosial pasca bencana atau trauma komunitas. Di beberapa desa yang sebelumnya mengalami tekanan sosial, seperti konflik horizontal atau tekanan ekonomi akibat krisis, pariwisata menciptakan harapan baru dan mengembalikan semangat kolektif untuk bangkit. Melalui kegiatan bersama seperti festival budaya, pelatihan, dan pembangunan infrastruktur wisata, masyarakat dapat menyatukan kembali tujuan mereka dan memperkuat ikatan sosial yang sempat retak.

Dalam konteks pembangunan jangka panjang, pariwisata berpotensi menjadi strategi pembangunan berbasis masyarakat (*community-based development*) yang lebih manusiawi dan kontekstual. Tidak seperti pembangunan industri besar yang seringkali menyingkirkan warga lokal, pariwisata membuka ruang partisipasi dan menempatkan manusia sebagai pusatnya. Hal ini menjadikannya instrumen yang sangat strategis dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berpihak pada rakyat kecil.

Namun, perlu diingat bahwa manfaat positif ini hanya bisa dimaksimalkan apabila ada pendampingan yang konsisten, kebijakan yang berpihak, dan pelibatan aktif dari

semua pemangku kepentingan. Pemerintah harus hadir untuk memastikan regulasi yang melindungi masyarakat dari eksploitasi, memastikan keadilan distribusi manfaat, serta membangun kapasitas masyarakat secara terstruktur. Tanpa itu semua, manfaat sosial pariwisata yang luar biasa ini bisa menjadi eksklusif dan memperlebar ketimpangan.

Maka dari itu, interaksi masyarakat lokal dengan wisatawan bukan hanya peristiwa sosial biasa, tetapi proses pembelajaran lintas budaya, lintas generasi, dan lintas nilai. Ia membawa dampak positif yang berlapis-lapis: dari individu ke komunitas, dari ekonomi ke budaya, dari lokal ke global. Masyarakat desa yang mampu menangkap peluang ini akan menjadi komunitas tangguh yang tak hanya hidup dari wisata, tetapi juga hidup karena kesadaran akan nilai dirinya sendiri.

2.3 MULTIPLIER EFFECT PARIWISATA

Pembangunan industri pariwisata di tingkat lokal seperti pembangunan restoran atau rumah makan, bisnis usaha kecil dan layanan pariwisata lainnya secara langsung membuka lapangan pekerjaan di kawasan tersebut yang dapat dikelola dan memanfaatkan tenaga kerja masyarakat setempat.

Ismayanti (2010) mengatakan bahwa proses Dampak Berganda (*Multiplier Effect*) adalah proses yang menunjukkan sejauh mana pendapatan nasional akan berubah efek dari perubahan dalam pengeluaran agregat. *Multiplier* bertujuan untuk menerangkan pengaruh dari kenaikan atau kemerosotan dalam pengeluaran agregat ke atas tingkat keseimbangan dan terutama ke atas tingkat pendapatan nasional. Keunikan industri pariwisata terhadap perekonomian berupa dampak ganda (*multiplier effect*) dari pariwisata terhadap ekonomi. Pariwisata memberikan pengaruh tidak hanya terhadap sektor ekonomi yang langsung terkait dengan industri pariwisata, tetapi juga industri yang tidak langsung terkait dengan industri pariwisata. Analisis dampak ekonomi kegiatan wisata terkait dengan elemen-elemen penghasilan, penjualan dan tenaga kerja di daerah kawasan wisata yang terjadi akibat kegiatan pariwisata.

Pengukuran *multiplier* adalah pengaruh pengeluaran tambahan yang diperkenalkan dalam ilmu ekonomi. Hal tersebut mencakup marginal dari perubahan rata-rata. Di dalam kasus kepariwisataan pengeluaran tambahan pada suatu daerah dapat berbentuk apa saja, termasuk (a) pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan yang

sedang berkunjung terhadap barang-barang dan pelayanan, (b) investasi dari luar, (c) pengeluaran pemerintah, contohnya biaya yang dikeluarkan untuk infrastruktur, (d) mengekspor barang-barang karena dorongan dari pariwisata. Belinda (2013) menyatakan bahwa pengeluaran dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Pengeluaran Langsung

Dalam kepariwisataan pengeluaran dilakukan oleh pengunjung pada barang dan pelayanan dalam penginapan, restoran, toko, fasilitas wisata lainnya yang memproduksi barang wisata yang akan diekspor atau investasi dalam pariwisata.

b. Pengeluaran Tidak Langsung

Mencakup transaksi inter bisnis yang mana hasil dari pengeluaran langsung seperti pembelian barang oleh pemilik toko dari *supplier* lokal dan pembelian yang dilakukan oleh *supplier* lokal dari memborong.

c. Pengeluaran Induksi

Pengeluaran induksi merupakan peningkatan pengeluaran konsumen hasil dari pendapatan tambahan pribadi yang dihasilkan dari pengeluaran langsung

Nilai *multiplier* ekonomi merupakan nilai yang menunjukkan sejauh mana pengeluaran wisatawan akan menstimulasi pengeluaran lebih lanjut, sehingga pada akhirnya meningkatkan aktivitas ekonomi di tingkat lokal. Menurut terminologi, terdapat tiga efek *multiplier*, yaitu efek langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*) dan efek lanjutan (*induced effect*). Ketiga efek ini digunakan untuk menghitung nilai ekonomi yang selanjutnya digunakan untuk mengestimasi dampak ekonomi di tingkat lokal. Konsep *multiplier* dapat dilihat dari jenis dampak secara langsung, tidak langsung dan dampak lanjutan yang mempengaruhi akibat dari tambahan pengeluaran pengunjung ke dalam ekonomi lokal atau ekonomi nasional.

Meta dalam Adetiya (2011) menjelaskan bahwa formula untuk menghitung nilai pengganda dari pengeluaran wisatawan dapat dilakukan dengan cara; (1) Lokal pendapatan *Keynesian Multiplier* dimana nilai yang dihasilkan dari pengeluaran lebih atau pengurangan dari pengeluaran yang digandakan untuk mengetahui penambahan dan pengurangan pendapatan lokal. *Keynesian* merupakan metode terbaik untuk merefleksikan keseluruhan dampak dari pengeluaran lebih dari ekowisata bahari. (2) Rasio pendapatan *multiplier* yakni nilai yang diperoleh dari peningkatan dan penurunan

pendapatan langsung dari ekonomi lokal yang digandakan untuk memperoleh hasil peningkatan dan penurunan total pendapatan lokal.

2.4 KEBIJAKAN PEMERINTAH TERKAIT PARIWISATA

Kebijakan pariwisata umumnya dipandang sebagai bagian dari kebijakan ekonomi. Kebijakan ekonomi berhubungan dengan struktur dan pertumbuhan ekonomi yang biasanya diwujudkan dalam perencanaan pariwisata. Beberapa faktor kunci yang menjadi perhatian kebijakan ekonomi misalnya ketenagakerjaan, investasi dan keuangan, industri, dan perdagangan, Gee dalam I Wayan Suardana (2013).

Lebih lanjut Gee (2000:28) menjelaskan bahwa formulasi kebijakan pariwisata merupakan tanggung jawab penting yang harus dilakukan oleh pemerintah yang ingin mengembangkan atau mempertahankan pariwisata sebagai bagian yang integral dalam perekonomian. kebijakan umumnya mengacu pada rencana, keseluruhan tingkat tinggi yang mencakup tujuan dan prosedur. Untuk itu kebijakan publik, memperhitungkan hasil akhir yang diinginkan dari pemerintah dan metode untuk mencapai hasil tersebut. Kebijakan mewujudkan tujuan dan strategi yang telah diadopsi pemerintah sehubungan dengan pariwisata, pembangunan ekonomi, pekerjaan, hubungan politik, atau, kombinasi dari ketiganya. Karenanya keterlibatan sektor public sangat penting dalam penentuan kebijakan pariwisata.

Kebijakan pariwisata merupakan sebuah produk dari proses yang sangat kompleks dan terkait dengan berbagai aspek. Kompleksitas pariwisata disebabkan oleh berbagai perubahan besar pada level lokal, nasional dan internasional. Dalam konteks perubahan besar tersebut lingkungan kebijakan pada pariwisata menjadi media yang strategis bagi pemerintah untuk memasarkan potensi wisatanya. Pada kondisi inilah kebijakan pariwisata menjadi sangat strategis dan penting dalam pengembangan pariwisata.

Intervensi pemerintah terhadap pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa instrumen kebijakan yang dapat digunakan untuk mengontrol dan memberikan insentif dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan, seperti; aturan pemanfaatan lahan, membatasi akses wisatawan terhadap daerah-daerah yang rawan terhadap kerusakan, melindungi budaya lokal, mengarahkan perilaku wisatawan yang berwawasan lingkungan, pembatasan dalam penggunaan energi, menghemat sumber alam yang langka, mengurangi polusi dan memeberikan

insentif terhadap pembangunan infrastruktur yang juga bermanfaat bagi host seperti sistem transportasi, perlindungan terhadap ruang hijau kota dan *national park*.

Menurut Gun and Var dalam I Wayan Suadarna (2013) menyebutkan ruang lingkup kebijakan pariwisata nasional telah menjadi alat promosi untuk menarik kunjungan wisatawan. Kebijakan yang dibuat semua untuk usaha peningkatan citra destinasi wisata. Dalam dekade terakhir kerjasama dan kolaborasi antar lembaga pemerintah dan swasta semakin kuat. Kebijakan pengembangan pariwisata perlu dilaksanakan oleh sektor swasta serta sektor publik. Untuk itu sinergi antara pemerintah, pengusaha dan masyarakat sangat diperlukan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata.

2.5 KERETA CEPAT INDONESIA-CHINA

PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC) adalah perusahaan penyedia jasa transportasi umum yang beroperasi di bawah naungan pemerintah Indonesia. Perusahaan ini merupakan hasil kerja sama langsung antara Indonesia dan Tiongkok, dan secara resmi diresmikan oleh Presiden Joko Widodo.

Sebagai salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN) yang digagas oleh Presiden Joko Widodo, proyek kereta cepat ini telah direncanakan sejak tahun 2015 dan mulai beroperasi pada tahun 2023. KCIC sendiri didirikan pada 16 Oktober 2015 dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Penetapan proyek Kereta Cepat Jakarta-Bandung sebagai PSN diresmikan melalui Peraturan Presiden Nomor 3 Tahun 2016 tentang Percepatan Proyek Strategis Nasional.

Peletakan batu pertama proyek ini dilakukan oleh Presiden Joko Widodo di Kebun Teh Mandala Sari, Maswati, Cikalongwetan, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Selanjutnya, Kementerian Perhubungan menerbitkan izin pembangunan rel Kereta Cepat Jakarta-Bandung sepanjang 142,3 km secara utuh.

Kerja sama antara KCIC dan China Development Bank telah disepakati melalui Facility Agreement Pembiayaan Prasarana dan Sarana Kereta Cepat Jakarta-Bandung di Beijing, Tiongkok. Penandatanganan kesepakatan ini disaksikan langsung oleh Presiden Joko Widodo dan Presiden Xi Jinping. Pada tahun 2018, penandatanganan kontrak kerja sama dengan Cars Dardela Joint Operations (CDJO) dilakukan sebagai pengawas konstruksi proyek. Selain itu, penandatanganan pemanfaatan lahan Halim untuk stasiun dan jalur kereta cepat juga terlaksana.

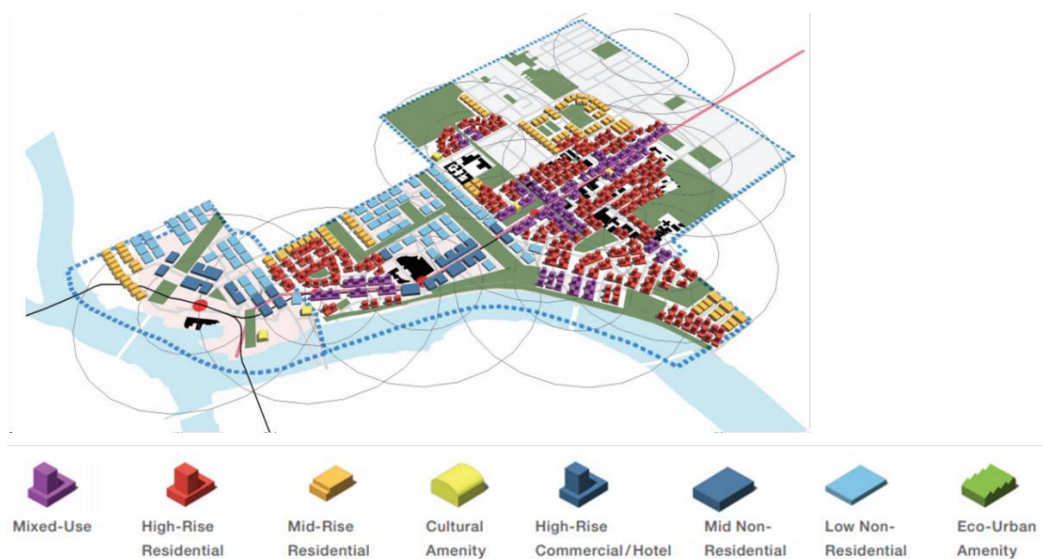
Setelah melalui berbagai proses pembangunan, pada tahun 2023, pemasangan rel Kereta Cepat dari Depo Tegalluar hingga Stasiun Halim selesai. Uji coba kemudian dilakukan untuk memastikan semua sarana dan prasarana berfungsi dengan baik. Pada 15 September 2023, KCIC memulai uji coba publik untuk memperkenalkan Kereta Cepat kepada masyarakat Indonesia. Akhirnya, pada 2 Oktober 2023, Kereta Cepat yang diberi nama Whoosh ini diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia di Stasiun Halim, Jakarta, dan mulai beroperasi hingga saat ini.

2.6 KONSEP TRANSIT ORIENTED DEVELOPMENT

Transit Oriented Development (TOD) merupakan konsep yang memadukan pengembangan kota dengan transportasi umum. Pada tahun 1993, Peter Calthorpe mencetuskan konsep ini sebagai bentuk pengembangan stasiun di Kawasan Sub-Urban. TOD dan pengembangan serupa dimulai dari awal tahun 1900-an di Inggris (Kota Taman/ *Garden City*) dari Ebenezer Howard dan di Jepang (Kota Osaka, di antara Umeda dan Takarazuka, dan Tama *Garden City*), dan sudah digunakan dalam pengembangan kota-kota baru dan renovasi Kawasan stasiun di penjuru dunia.

TOD berfokus pada perencanaan dan strategi desain kota yang mengintegrasikan pengembangan Kawasan dengan sistem transportasi massal, seperti stasiun kereta api. Pembangunan TOD mengintegrasikan penggunaan lahan dan transportasi di sekitar simpul-simpul transportasi dan beragam penggunaan lahan berkepadatan sedang-tinggi, termasuk kawasan perumahan. Gambar 2.1 berikut merupakan ilustrasi desain perancangan TOD di Perkotaan.

Gambar 2. 1 Ilustrasi Perancangan Desain TOD



Sumber: Hasil Pengolahan Data dari Berbagai Literatur, 2025

Pembangunan TOD mendorong terwujudnya kawasan ramah pejalan kaki dan konektivitas antara angkutan umum massal dan moda transportasi lainnya, yang bisa menghasilkan revitalisasi Kawasan perkotaan dan regenerasi Kawasan sub-urban, serta mengurangi penggunaan mobil dan meningkatkan kualitas hidup. Sebagai Solusi berbagai permasalahan metropolitan, TOD memerlukan adanya rencana induk yang mencakup tujuan dan kerangka kebijakan, rencana dan program kerja, aspek kelembagaan, dan penerapan kebijakan. Dalam penyusunannya, peran inisiator seringkali dilakukan oleh Pemerintah Pusat untuk wilayah ibukota negara, dan oleh Pemerintah Daerah untuk wilayah metropolitan lainnya. Kunci sukses keberhasilan pengembangan TOD diantaranya, yaitu:

- 1) Pemanfaatan regulasi dan sistem pendukung;
- 2) Konektivitas antar moda;
- 3) Beragam skema pendanaan;
- 4) Kapabilitas organisasi dan SDM;
- 5) Pengembangan bisnis yang menambah profitabilitas usaha pemerintah; dan
- 6) Pemahaman kondisi Kawasan stasiun dan tapak;

2.7 STUDI KASUS PENGEMBANGAN KONSEP TOD TERINTEGRASI PARIWISATA

Studi kasus pengembangan konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata salah satunya adalah Kota Sichuan Chongqing, Tiongkok. Sichuan dan Chongqing berada di Tiongkok Barat Daya. Kawasan ini kaya akan destinasi pariwisata budaya dan alam, seperti Giant Panda Base, Wulong Karst dan Kota Tua Chonging (Ciqikou Ancient City) yang berusia lebih dari 1.000 tahun.

Pusat TOD sebagai pintu gerbang wisata yang memanfaatkan stasiun-stasiun besar, seperti Chengdu East Railway Station atau Chongqing North Railway Station dirancang menjadi pusat TOD yang menggabungkan stasiun kereta, hotel dan pusat informasi wisata, galeri budaya lokal dan sebagai transportasi lanjutan ke Lokasi wisata.

Pemerintah mengembangkan jalur wisata tematik berbasis kereta api atau metro, seperti “Panda Route” di Chengdu yang menghubungkan kebun binatang panda, taman kota, dan museum. Selain itu, Chongqing Railway Station lokasinya berdekatan dengan Chongqing Natural History Museum, Three Gorges Museum, dan Erhang

Culture and Creative Park sehingga memungkinkan untuk berkembangnya kegiatan wisata heritage dan budaya. Lokasi Chongqing sebagai perkotaan menjadi daya tarik untuk berwisata dalam sehari mengelilingi Kawasan Perkotaan Chongqing. Atraksi wisata tersebut diantaranya adalah wisata kuliner, wisata belanja, wisata heritage, dan wisata budaya. Gambar 2.2 merupakan ilustrasi pengembangan Konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata.

Gambar 2. 2 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD yang terintegrasi dengan Pariwisata di Chongqing Tiongkok



Sumber: Hasil Pengolahan Data dari Berbagai Literatur dan Google Maps, 2025

Integrasi penerapan konsep *Transit-Oriented Development* (TOD) yang terintegrasi dengan pengembangan pariwisata terjadi di beberapa stasiun besar, seperti Stasiun Sendai yang sudah menerapkannya hampir 20 tahun yang lalu. Stasiun Sendai Jepang telah menerapkan konsep TOD yang terintegrasi dengan kegiatan bisnis ritel, aksesibilitas, dan layanan wisata. Sejak tahun 2016 Stasiun Sendai mengembangkan pusat informasi wisata serta fasilitas makan-kuliner khusus di stasiun.

Selain Stasiun Sendai, terdapat beberapa stasiun besar lainnya di Jepang yang juga telah menerapkan konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata, diantaranya: Tokyo, Kyoto, Osaka dan Kanazawa. Masing-masing menunjukkan keunikan dan strategi dalam memadukan transportasi publik dengan pengembangan destinasi wisata di sebuah Kawasan Perkotaan. Tabel 2.1 berikut ini merupakan perbandingan

penerapan konsep TOD yang terintegrasi dengan pengembangan pariwisata di stasiun besar Negara Jepang.

Tabel 2. 1 Perbandingan Penerapan Konsep TOD dengan Pengembangan Pariwisata di Stasiun Besar Negara Jepang

Kota/ Stasiun	Akses dan Transit	Integrasi TOD	Pengembangan Pariwisata	Kekuatan Unik	Fokus Turis
Sendai Station	Regional Hub	Mixed-use: stasiun + mal (S-Pal), hotel, area pejalan kaki	Dekat Zuihoden, Matsushima, Akiu Onsen; event seperti Tanabata Festival	▪ Kombinasi budaya lokal ▪ akses ke alam	Kuliner, hiburan dan budaya
Tokyo Station	Lanjutan Nasional	TOD super kompleks: perkantoran (Marunouchi), hotel, pusat belanja, terhubung subway & shinkansen	Akses mudah ke Imperial Palace, Ginza, Asakusa; pusat city tour	▪ Pusat mobilitas nasional, high-end tourism ▪ Akses bandara + skyline	Bisnis dan budaya
Kyoto Station	Lanjutan Nasional	Mixed-use: Kyoto Tower, Isetan mall, hotel, restoran, plaza publik	Langsung ke kuil (Fushimi Inari, Kiyomizudera), Gion, Arashiyama	▪ Simbol pariwisata budaya Jepang, integrasi modern-tradisional ▪ Pusat multipurpose	Wisata kota klasik
Osaka Station / Umeda	Regional + Lokal	TOD vertikal: Grand Front Osaka, Umeda Sky Building, department store	Akses ke Osaka Castle, Dotonbori, Universal Studios Japan	▪ TOD padat vertikal, wisata urban & hiburan ▪ Mega-kompleks + skydeck	Kuliner dan hiburan
Kanazawa Station	Regional Kecil	TOD skala menengah: Omicho Market, hotel, museum dekat stasiun	Akses mudah ke Kenrokuen Garden, Higashi Chaya District, Museum 21st Century	▪ Wisata sejarah & seni kontemporer, cocok untuk slow tourism ▪ Gerbang budaya bergaya tradisional	Budaya tradisional dan lokal

Perbandingan penerapan konsep TOD dengan pengembangan pariwisata dapat dilihat berdasarkan beberapa aspek. Keterkaitannya adalah setiap stasiun yang memiliki jangkauan pelayanan berbeda memiliki pengembangan pariwisata yang berbeda juga. Misalnya Stasiun Tokyo, merupakan stasiun skala nasional dan internasional, dengan karakteristik sebagai pusat mobilitas nasional di Jepang. Stasiun Tokyo sebagai hub Shinkansen dan keberadaan lokasi yang dapat mengakses bandara Via *Narita Express* serta *Tokyo Monorail*.

Pengembangan TOD berupa Kompleks *Tokyo Station City* yang mencakup pusat belanja *Gransta* dan *KITTE* (museum dan retail) yang menyatu dengan area/ wilayah *Jimbocho*, *Marunochi* (Kawasan perkantoran dengan bangunan historis *Marunouchi red brick*), serta *Hatchobori*. Wisatawan dapat melakukan aktivitas wisata seperti menginap di hotel stasiun, belanja, tur kota dengan akses mudah yaitu dengan berjalan kaki seperti konsep TOD untuk menuju ke Istana Kekaisaran seperti Area *Ginza* dan *Marunouchi*.

Selanjutnya, Stasiun Kyoto, merupakan salah satu Gedung stasiun terbesar kedua setelah Stasiun Tokyo, memiliki 15 lantai yang menggabungkan Shinkansen, Kintetsu, Kyoto Subway, dan terminal bus. Pengembangan TOD di Stasiun Kyoto terdapat Pusat Belanja “*The Cube*”, Departement Store *Isetan*, Hotel *Granvia*, dan fasilitas kota seperti museum kecil dan pusat konferensi. Pengembangan pariwisata dilakukan dengan pengembangan layanan *one-stop transport*, akomodasi, belanja serta akses langsung Kuil Kuno seperti *Kiyomizu-dera* atau *Gion* yang tercatat sebagai situs budaya UNESCO. Stasiun Osaka memiliki area pelayanan lebih kecil jika dibandingkan dengan Stasiun Tokyo dan Kyoto. Stasiun Osaka merupakan stasiun yang melayani regional dan local dengan pengembangan TOD secara vertikal dan terpadu (*mixed-use tower* dan *rooftop garden*). *Osaka Station City* merupakan Kawasan Perkotaan mega-kompleks yang terdapat pusat perbelanjaan *Grand Front Osaka*, *Hep Five*, Gedung perkantoran, dan *Umeda Sky Building*. Penerapan TOD yang terintegrasi dengan pariwisata yaitu sebagai pusat hiburan perkotaan dan wisata belanja. Pengunjung dapat menikmati wisata kuliner seperti *Dotonbori*, *Kuromon*, observatorium, dan belanja transit yang semua terkoneksi dengan mudah.

Terakhir, adalah Stasiun Kanazawa, merupakan stasiun yang relative lebih kecil jika dibandingkan dengan Stasiun Tokyo, Stasiun Kyoto dan Stasiun Osaka. Stasiun ini melayani penumpang dengan jangkauan regional lokal yang dihubungkan dengan

Hokuriku Shinkansesn sejak 2015 (2-2,5 jam dari Tokyo/ Kyoto/ Osaka). Pengembangan TOD mengutamakan integrasi skala kota kecil – menengah. Penekanan pada arsitektur “Motenashi Dome” dan “Tsuzumi-mon Gate” sebagai pintu gerbang budaya menjadi atraksi wisata di stasiun ini. Stasiun memiliki pusat informasi turis, toko souvenir dan kuliner lokal (kotak Bento Ishikawa dan Souvenir Emas). Penerapan konsep TOD yang terintegrasi dengan pengembangan pariwisata di Stasiun Kanazawa berfokus pada *hospitality* tradisional dan budaya, dengan akses mudah ke Kenrokuen Garden, Higashi Chaya District, dan Museum 21st Century. Gambar 2.3 berikut merupakan ilustrasi pengembangan konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata di Stasiun Jepang.

Gambar 2. 3 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD Yang Terintegrasi dengan Pariwisata di Stasiun Jepang



Sumber: Hasil Pengolahan Data dari Berbagai Literatur dan Google Maps, 2025

Contoh pengembangan *Transit-Oriented Development (TOD)* yang terintegrasi dengan pariwisata di Indonesia salah satunya adalah pariwisata Kota Lama Semarang. Stasiun Tawang merupakan stasiun besar di Semarang Utara, sangat dekat dengan Kawasan Kota Lama. Stasiun Tawang dirancang sebagai simpul transportasi regional yang menghubungkan perjalanan kereta antar kota (KA Argo dan KA Tawang Jaya) dengan transportasi lokal (BRT Trans Semarang, taksi, ojek daring, dan becak wisata). Pemerintah Kota Semarang dan PT KAI telah menjadikan area sekitar Stasiun Tawang sebagai bagian dari skema revitalisasi TOD berbasis warisan budaya.

Kawasan Kota Lama berjarak ± 500 m dari Stasiun Tawang telah ditata ulang dengan sistem pedestrian yang rama wisatawan, termasuk jalur pejalan kaki, pencahayaan malam, CCTV, dan papan informasi sejarah. Pusat atraksi seperti Gereja Blenduk, Galeri

Semarang, dan *Creative Hub* menjadi destinasi wisata yang terjangkau dengan berjalan kaki dari simpul TOD. Pemerintah mengintegrasikan Kawasan ini dalam Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) dan Perpres No. 78 Tahun 2021 tentang Percepatan Pengembangan Ekonomi Kawasan Metropolitan.

Selain penataan jalur pejalan kaki/ pedestrian, pengembangan transportasi pendukung ramah pariwisata di Kota Semarang pun dikembangkan. Trans Semarang Koridor 1 dan 5 memiliki rute yang melewati Kawasan Kota Lama dan Stasiun Tawang. Pemerintah Kota Semarang juga menyediakan bus wisata “Si Denok dan Si Kenang” yang melayani rute keliling Kota Lama dan Simpang Lima, mendukung konektivitas wisata dan pengalaman urban. Pengembangan ini sesuai prinsip TOD, yaitu *walkable*, *accessible*, *transit-based*, serta memiliki kepadatan aktivitas yang terarah.

Pengembangan TOD yang terintegrasi dengan pariwisata menumbuhkan kegiatan lain yang merupakan sebagai bentuk dampak/ *multiplier effect* dari adanya kegiatan wisata. Kawasan sekitar Kota Lama berkembang sebagai zona campuran (*mixed-use*), diantaranya:

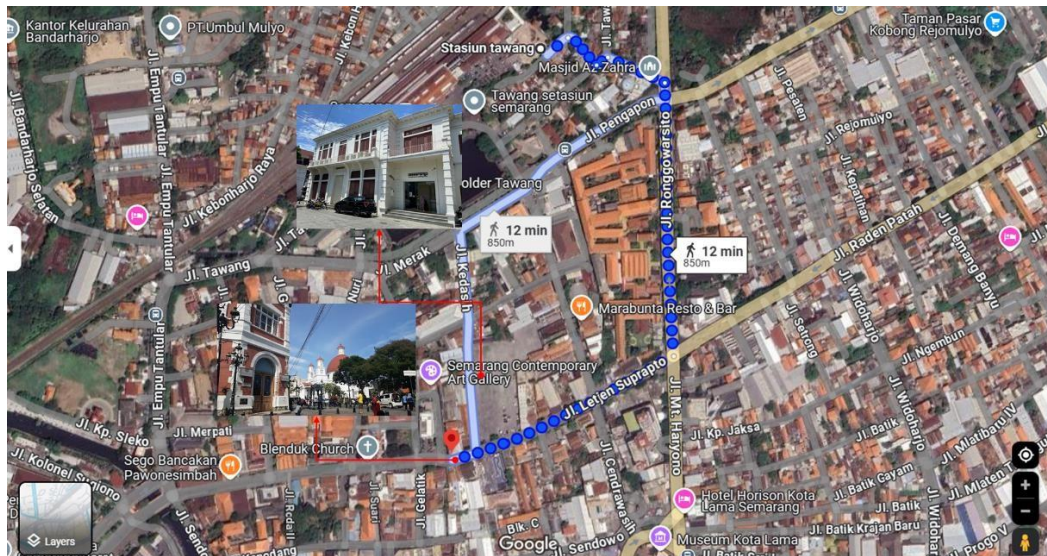
- 1) Hotel dan penginapan tumbuh, seperti *Rooms Inc*, *Noormans Express* dan *boutique* hotel lainnya.
- 2) Kafe tematik dan galeri seni bermunculan, mendorong daya tarik wisatawan domestik dan mancanegara.
- 3) Ruang-ruang UMKM seperti produk batik, kopi, dan kerajinan lokal difasilitasi oleh Balai Kota dan komunitas *heritage*.

Pengembangan aktivitas wisata dan atraksi wisata di Kota Lama Semarang dikerjakan secara multi-aktor. Aktor yang mengembangkan TOD terintegrasi dengan pariwisata diantaranya yaitu:

- 1) PT KAI : Pengelola simpul stasiun;
- 2) BUMN lain : Aktor melalui program CSR *heritage* dan UMKM;
- 3) Pemkot Semarang : Aktor yang membuat kebijakan, regulasi seperti RDTR dan revitalisasi Kawasan
- 4) Komunitas : Aktor yang berperan sebagai pemandu wisata, pembuat event kreatif, dan digitalisasi tur.

Gambar 2.4 berikut merupakan ilustrasi pengembangan konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata di Kota Lama Semarang.

Gambar 2. 4 Ilustrasi Pengembangan Konsep TOD Yang Terintegrasi dengan Pariwisata di Kota Lama Semarang



Sumber: Hasil Pengolahan Data dari Berbagai Literatur dan Google Maps, 2025

2.8 RENCANA PEMBANGUNAN DAERAH KBB 2024-2026

Berdasarkan dokumen RPD 2024-2026, terdapat beberapa arahan strategis penting terkait dengan pariwisata, diantaranya:

1. Pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif berkelas dunia yang berfokus pada inovasi produk wisata unggulan lokal, termasuk wisata alam, budaya, dan produk kreatif.
2. Promosi dan pemasaran lebih luas dengan intensifikasi promosi pariwisata dalam dan luar negeri melalui kemitraan strategis.
3. Peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan, dengan pelatihan untuk tenaga pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar hingga profesional
4. Pengembangan budaya lokal pendukung wisata, dengan revitalisasi budaya sebagai tulang punggung destinasi, misalnya desa budaya dan pusat budaya.

RPD 2024-2026 menekankan penguatan infrastruktur pariwisata melalui RTRW 2024-2044, diantaranya:

- 1) Pengembangan zona strategis pariwisata yang ditetapkan di Kecamatan Cipeundeuy, Cisarua, dan Lembang, mencakup wisata alam, buatan, dan budidaya.

- 2) Peningkatan prasarana jalan akses ke destinasi wisata, seperti jalan kabupaten/ provinsi, serta jaringan internet di lokasi wisata skala nasional/ internasional.
- 3) Dukungan ruang kreatif dan ekonomi kreatif, penyediaan ruang kreatif untuk UMKM, pusat budaya dan ekosistem kreatif.
- 4) Pengelolaan risiko dan keberlanjutan, dengan penerapan manajemen krisis dalam pariwisata termasuk ketahanan dan mitigasi risiko.
- 5) Revitalisasi destinasi, meliputi objek buatan, lam, budaya, desa wisata, pertemuan, pameran serta geowisata/ Geopark.

2.9 RENCANA TATA RUANG WILAYAH KABUPATEN BANDUNG BARAT 2024-2044

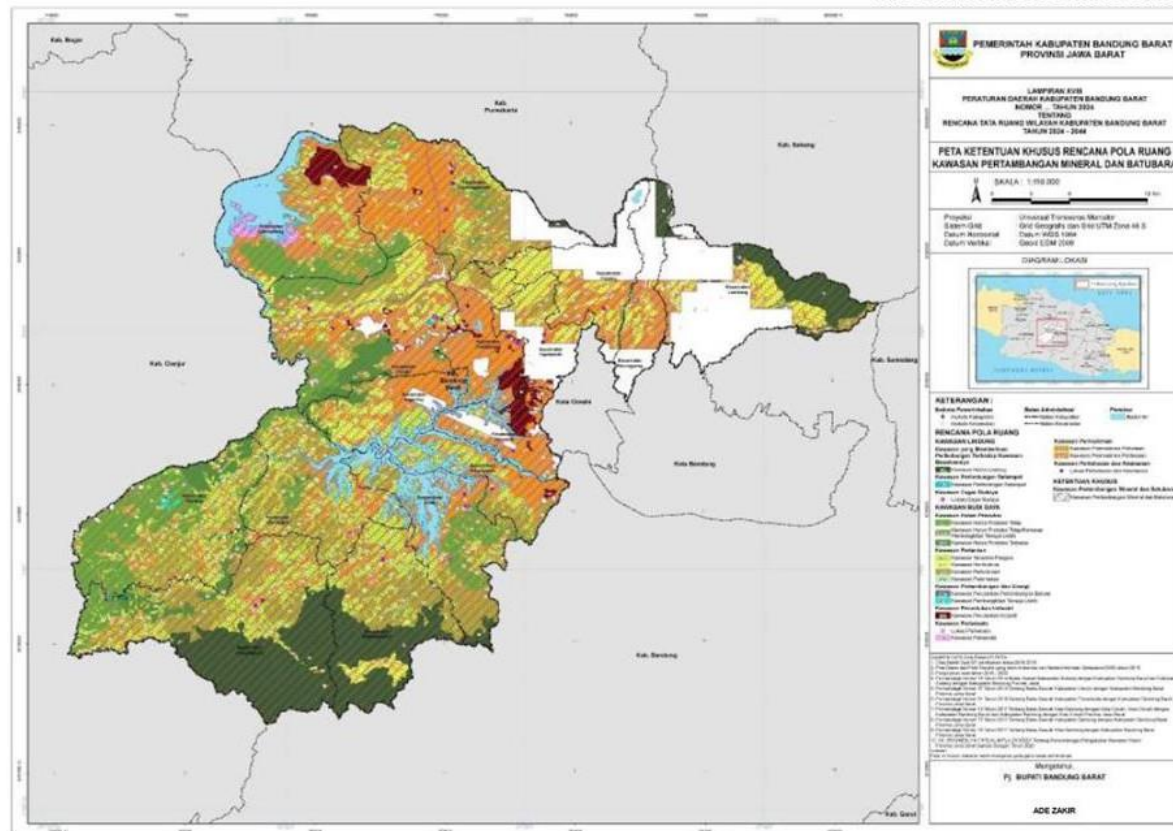
Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Bandung Barat 2024-2044, Kecamatan Padalarang dan Kecamatan Ngamprah diarahkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN). Kecamatan Padalarang dan Kecamatan Ngamprah juga merupakan Kawasan Strategis dari sudut kepentingan pertumbuhan ekonomi yang merupakan KSK Perkotaan. Wilayah Perencanaan (WP) Padalarang dan Ngamprah, Batujajar, Cihampelas, dan Saguling memiliki fungsi utama untuk Kawasan pemerintaha, perumahan dan permukiman, perdagangan jasa, industri, pertanian, pariwisata dan konservasi. Arah pengembangan KSK Perkotaan Padalarang yaitu:

- 1) Pengembangan Pusat Pelayanan Primer, Sekunder, dan Tersier;
- 2) Pusat Pemerintahan yang dilengkapi sarpras serta aksesibilitas untuk pelayanan publik di Kecamatan Ngamprah;
- 3) Pusat perdagangan jasa skala kabupaten/ kota yang berbatasan; dan
- 4) Pengembangan permukiman perkotaan yang dilengkapi dengan fasilitas penunjangnya, sesuai dengan skala pelayanannya.

KSK Perkotaan Padalarang memiliki potensi wisata cagar budaya dan wisata alam. Potensi Cagar budaya diantaranya adalah PN. Kertas Padalarang dan Stasiun Lama Padalarang yang berada di sekitar KCIC.

Gambar 2. 5 Peta Rencana Pola Ruang Kabupaten Bandung Barat

LAMPIRAN XII.G
PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT
NOMOR 2 TAHUN 2024
TENTANG RENCANA TATA RUANG WILAYAH
KABUPATEN BANDUNG BARAT TAHUN 2024-2044



Sumber: Perda RTRW Kabupaten Bandung Barat, 2024

BAB III

-FAKTA DAN ANALISIS WILAYAH KAJIAN-

Pada bab ini berisi mengenai fakta yang merupakan gambaran umum wilayah kajian dan analisis terkait *supply-demand* pariwisata. Bagian fakta berisi mengenai aspek fisik penggunaan lahan, aspek aksesibilitas, dan aspek potensi wisata eksisting. Analisis *supply* pariwisata berdasarkan kondisi eksisting dan potensi pengembangan wisata yang dapat dikembangkan berdasarkan referensi konsep TOD dengan pariwisata. Bagian ini juga terdapat analisis demand pariwisata, analisis pemetaan permasalahan dan analisis SWOT.

3.1 ASPEK FISIK PENGGUNAAN LAHAN SEKITAR KCIC

Secara garis besar, aspek fisik penggunaan lahan yang ada di Kawasan Sekitar KCIC didominasi oleh permukiman dan perdagangan. Penggunaan lahan permukiman yang memiliki kepadatan tinggi berada di belakang Kawasan Stasiun Padalarang. Sedangkan penggunaan lahan perdagangan atau pasar tradisional lokasinya berada di depan Stasiun Lama Padalarang. Penggunaan lahan pertokoan dan Rumah Toko atau Ruko berada di depan Stasiun KCIC Padalarang. Penggunaan lahan Kawasan Wisata Cagar Budaya PN Kertas berada di antara permukiman yang berada di Jalan Cihaliwung. Penggunaan lahan lainnya yang ada di sekitar KCIC adalah lahan parkir yang lokasinya di depan Stasiun Lama. Lokasi lahan parkir ini memiliki karakteristik *off-street* bergabung dengan pasar tradisional dan *on-street* yang berada di bahu jalan bagian dari pasar tradisional depan Stasiun Lama Padalarang.

3.2 ASPEK AKSESIBILITAS SEKITAR KCIC

Aksesibilitas depan Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang memiliki perkerasan yang baik, dengan bahan perkerasan berupa aspal. Jaringan Jalan Cikampek-Padalarang di depan Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang merupakan jalan arteri primer. Lebar jalan efektif adalah 7 m, dengan sistem 2 (dua) lajur dan 2 (dua) arah tak

terbagi. Guna lahan samping jaringan jalan diantaranya adalah: rumah, toko dan pertokoan, pasar, pedagang kaki lima, stasiun, fasilitas umum, pabrik, lapangan, tanah kosong, dan jaringan listrik serta telekomunikasi. Berdasarkan kecepatan arus normal rata-rata semua kendaraan di sekitar KCIC adalah 42 km/ jam.

Aksesibilitas yang menghubungkan kawasan permukiman dengan jalan utama di belakang Stasiun KCIC memiliki kondisi yang rusak. Sedangkan konektivitas antara jaringan jalan arteri primer depan stasiun dengan jaringan jalan lainnya, seperti jalan kolektor sekunder, Jalan Gedong Lima memiliki kualitas yang baik, dengan perkerasan aspal. Jalur pedestrian hanya ada di depan Stasiun Lama Padalarang atau jalan stasiun sampai persimpangan Stasiun KCIC. Jalur pedestrian yang berada di persimpangan depan Stasiun KCIC sebagian digunakan untuk Pangkalan Ojek dan PKL. Sedangkan depan Stasiun KCIC baik arah koridor sebelah kanan maupun kiri Stasiun KCIC tidak terdapat jalur pedestrian, sampai ke PN Kertas.

3.3 ASPEK POTENSI WISATA EKSISTING

Saat ini potensi wisata eksisting yang ada di Sekitar KCIC diantaranya adalah Kawasan PN Kertas dan Stasiun Lama Padalarang. Kedua lokasi ini ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya. Penggunaan lahan yang ada di sekitar Kawasan PN Kertas diantaranya Kantor PN kertas/ Peruri, Pabrik Kertas, dan Wisma. Kantor Resor Jalan Rel dan Jembatan yang berada di sekitar Jalan Gedong Lima juga ditetapkan sebagai cagar budaya. Gambar 3.1, 3.2, dan 3.3 berikut merupakan pengolahan data hasil survey yang berkaitan dengan kondisi penggunaan lahan, kondisi aksesibilitas dan kondisi potensi wisata eksisting di Sekitar KCIC.

Gambar 3. 1 Kondisi Penggunaan Lahan di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil pengolahan Data, 2025

Gambar 3. 2 Kondisi Aksesibilitas di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil pengolahan Data, 2025

Gambar 3. 3 Kondisi Potensi Wisata di Sekitar KCIC



PN. Kertas



Lapangan PN. Kertas



Kantor Resor Jalan Rel dan Jembatan



Wisma Ciremai



Wisma PN. Kertas



Stasiun Lama Padalarang

Sumber: Hasil pengolahan Data, 202

3.4 ANALISIS SUPPLY PARIWISATA EKSISTING

Analisis *supply* pariwisata eksisting berdasarkan atas 4 (empat) A komponen utama pengembangan pariwisata, diantaranya atraksi, aksesibilitas, amenitas dan aktivitas pada saat ini atau eksisting. Kawasan Stasiun Lama Padalarang dan Kawasan PN Kertas yang ditetapkan sebagai cagar budaya kondisinya pada saat ini masih beroperasi menjalankan fungsinya. Stasiun Lama Padalarang masih beroperasi dengan pelayanan untuk KA Lokal Bandung Raya, KA Feeder KCIC, dan KA Antar Kota. PN Kertas masih beroperasi memproduksi kertas sekuriti dengan fitur keamanan tinggi, seperti kertas untuk dokumen negara dan dokumen sekuriti lainnya.

Kegiatan pariwisata *heritage* masih sangat terbatas untuk dilakukan pada 2 (Lokasi) yang ditetapkan sebagai wisata cagar budaya ini, sehingga belum mendatangkan *multiplier effect* dari adanya kegiatan wisata. Akan tetapi, aksesibilitas dan amenitas di kedua Lokasi ini memiliki kondisi yang sudah cukup baik. Tabel 3.1 berikut merupakan penjabaran dari keempat komponen *supply* pariwisata eksisting di 2 (dua) Lokasi yang ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya.

Tabel 3. 1 Analisis Supply Pariwisata Eksisting di Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang Sekitar KCIC

Lokasi	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
Kawasan Stasiun Lama Padalarang (masih beroperasi)	▪ Wisata Sejarah/ <i>heritage</i>, beroperasi tahun 1833/1884 ▪ Wisata Arsitektur (Kolonial)	▪ Jalan menuju ke Stasiun Lama Padalarang memiliki kondisi perkerasan aspal dengan kualitas baik ▪ Terdapat permasalahan hambatan samping seperti <i>parking on street</i> untuk motor depan stasiun lama ▪ Terdapat jalur pedestrian/ trotoar di samping kiri dan kanan jalan yang juga	▪ Terdapat informasi sejarah ▪ Terdapat pertokoan yang menjual makanan-minuman di dalam dan sekitar stasiun ▪ Terdapat layanan taksi <i>offline</i> dan <i>online</i> ▪ Stasiun memiliki fasilitas toilet umum, mushola, ATM, Minimarket	Stasiun Lama Padalarang masih beroperasi dengan pelayanan untuk KA Lokal Bandung Raya, KA Feeder KCIC, dan KA Antar Kota

Lokasi	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
		berfungsi untuk difabel	dan Area Parkir	
		- Permasalahan tidak terdapat jalur pedestrian di depan Stasiun - Dilalui transportasi umum (Angkot)		

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Tabel 3. 2 Analisis Supply Pariwisata Eksisting di Kawasan Cagar Budaya PN Kertas Sekitar KCIC

Lokasi	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
Kawasan PN Kertas (masih beroperasi)	- Wisata Sejarah/ heritage, beroperasi tahun 1833/ 1884 - Wisata Arsitektur (Kolonial)	- Jalan menuju Jalan menuju ke PN Kertas Padalarang memiliki kondisi perkerasan aspal dengan kualitas baik - Tidak terdapat jalur pedestrian/ trotoar di samping kiri dan kanan jalan - Dilalui transportasi umum (Angkot)	- Terdapat warung yang menjual makanan-minuman di sekitar PN Kertas - Terdapat layanan taksi online	PN Kertas masih beroperasi memproduksi kertas sekuriti dengan fitur keamanan tinggi, seperti kertas untuk dokumen negara dan dokumen sekuriti lainnya

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Berdasarkan Tabel 3.1 dan 3.2 di atas, kondisi aksesibilitas, seperti jaringan jalan di kedua Kawasan Cagar Budaya memiliki kualitas yang baik. Tetapi di Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang memiliki permasalahan dalam penggunaan bahu jalan sebagai *parking on street* dan jalur jaringan pejalan kaki atau pedestrian yang belum tersedia di depan Stasiun KCIC. Begitu pun juga dengan jalur jaringan pejalan kaki atau pedestrian yang ada di Kawasan Cagar Budaya PN Kertas belum tersedia.

Jika berdasarkan amenitas, Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang relatif lebih lengkap dibandingkan dengan Kawasan Cagar Budaya PN Kertas. Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang sudah memiliki informasi Sejarah dan memiliki fasilitas toilet umum, mushola, ATM, Minimarket serta Area Parkir yang berfungsi juga untuk fasilitas penumpang Kereta Api. Amenitas seperti terdapat layanan taksi *online* di Kawasan Cagar Budaya sudah ada pada kedua Kawasan Cagar Budaya. Akan tetapi, keduanya sama-sama untuk melayani penumpang yang turun dari KCIC maupun KA di Stasiun Lama Padalarang. Pengemudi Taksi *online* di Kawasan Cagar Budaya Stasiun Lama Padalarang berada di dalam Kawasan Stasiun KCIC. Sedangkan untuk Pengemudi Taksi *online* di Kawasan Cagar Budaya PN Kertas, bukan berada di dalam Kawasan, melainkan di area luar Kawasan, tetapi jaraknya dekat PN Kertas.

3.5 ANALISIS SUPPLY POTENSI PARIWISATA

Analisis *supply* potensi wisata dilakukan berdasarkan atas referensi pengembangan Konsep TOD yang terintegrasi dengan pariwisata di beberapa stasiun yang sudah berhasil, baik di Negara Tiongkok maupun Jepang. Pengembangan potensi wisata juga didasarkan atas potensi eksisting atau yang sudah ada dan memiliki peluang untuk dapat dikembangkan lagi lebih luas. Pengembangan potensi wisata berdasarkan atas komponen 4 (A) pariwisata, diantaranya atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan aktivitas. Pengembangan potensi wisata di Kawasan Stasiun Lama Padalarang adalah selain konsep wisata Sejarah, dapat dikembangkan juga untuk wisata kuliner dan wisata belanja yang terintegrasi dengan pejalan kaki. Penumpang KCIC yang turun dari Stasiun KCIC dapat mengakses wisata kuliner dan wisata belanja dengan berjalan kaki, karena lokasi pengembangan wisata ini dapat dijangkau dengan berjalan kaki sesuai dengan konsep TOD.

Lahan yang paling memungkinkan untuk dikembangkan sebagai wisata kuliner dan wisata budaya adalah lahan milik Privat/ Swasta yang berada di depan Stasiun Lama Padalarang, dengan jarak kurang lebih 130 m dan memiliki jarak tempuh berjalan kaki kurang lebih 2 menit. Lahan milik privat/ Swasta ini kondisi eksistingnya adalah sebagai lahan parkir kendaraan mobil dan motor untuk kegiatan loading serta unloading barang di Pasar depan Stasiun Lama Padalarang. Sebagian pedagang di Pasar depan Stasiun Lama Padalarang juga sudah berhasil dipindahkan ke dalam Kawasan ini. Oleh karena itu, Pemilik lahan di Kawasan ini sudah mendukung Pemerintah Daerah dalam

melakukan penataan lahan parkir dan dapat menjadi mitra strategis Pemerintah Daerah KBB untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di KCIC Padalarang.

Wisata Kuliner dan Wisata Belanja ini berada dalam satu Lokasi ruang yang dapat terintegrasi seperti *Rest-Area*. *Rest-area* memiliki konsep bukan hanya untuk istirahat, tetapi juga bagian dari pengalaman wisata itu sendiri yang dapat mendukung perjalanan wisatawan dan memperkenalkan potensi lokal. Selain itu, kegiatan wisata pun terintegrasi, sehingga diharapkan dapat mendorong ekonomi masyarakat sekitar, mirip seperti pengembangan *Michi-no-Eki* (*Rest-Area* di koridor jalan bukan tol, seperti jalan arteri) di Negara Jepang.

Tabel 3. 3 Analisis Supply Potensi Pariwisata di Kawasan Stasiun Lama Padalarang

Lokasi	Pengembangan Potensi Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
Kawasan Stasiun Lama Padalarang (masih beroperasi)	▪ Wisata Sejarah/ heritage ▪ Wisata Kuliner ▪ Wisata Belanja	▪ Pengembangan Lahan <i>parking off- street</i> ▪ Pengembangan jalur pedestrian dan jalur sepeda	▪ Pengembangan tempat penginapan ▪ Pengembangan café/ rumah makan ▪ Pengembangan sentra UMKM ▪ Pengembangan pusat oleh-oleh/ souvenir ▪ Pengembangan fasilitas toilet dan tempat ibadah yang nyaman	▪ Aktivitas belanja produk khas/ oleh-oleh ▪ Aktivitas makan makanan khas dan pengalaman melihat langsung cara pengolahan masakan khas ▪ Aktivitas peristirahatan sementara (terintegrasi dengan aktivitas belanja dan kuliner) ▪ Aktivitas perjalanan bisnis di meeting point ▪ Aktivitas melihat <i>Tourism information center</i> ▪ Aktivitas melihat display interaktif

Lokasi	Pengembangan Potensi Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
				perdagangan UMKM

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Pengembangan potensi wisata di Kawasan PN Kertas adalah dengan mengembangkan wisata edukasi, kuliner dan belanja selain dari wisata Sejarah. Pengembangan potensi wisata edukasi dapat dilakukan dengan aktivitas melihat galeri/ diorama produksi pembuatan kertas serta aktivitas workshop pembuatan kertas yang berada di salah satu Wisma yang sudah tidak digunakan tanpa mengganggu fungsi utama produksi dari PN Kertas. Selain itu, aktivitas wisata belanja dapat dikembangkan dengan mengembangkan hasil aktivitas workshop menjadi oleh-oleh atau souvenir juga terdapat *stand* pusat oleh-oleh. Souvenir yang dapat dikembangkan antara lain adalah *hand-made paper*, *paper art*, kipas kertas, pena kayu maupun magnet kulkas dari resin/ serpihan kertas.

Tabel 3. 4 Analisis Supply Potensi Pariwisata di Kawasan PN Kertas

Lokasi	Pengembangan Potensi Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Aktivitas
Kawasan PN Kertas (masih beroperasi)	▪ Wisata Sejarah/ heritage ▪ Wisata Edukasi ▪ Wisata Kuliner ▪ Wisata Belanja	▪ Pengembangan jalur pedestrian dan jalur sepeda ▪ Pengembangan lahan parkir	▪ Pengembangan tempat penginapan ▪ Pengembangan café/ rumah makan ▪ Pengembangan pusat oleh-oleh/ souvenir yang berkaitan dengan PN kertas (misal: <i>hand-made paper</i>, <i>paper art</i>, kipas kertas, pena kayu, magnet kulkas dari resin/ serpihan kertas) ▪ Pengembangan fasilitas ruang terbuka hijau (RTH)	▪ Pengembangan tempat penginapan ▪ Pengembangan café/ rumah makan ▪ Pengembangan pusat oleh-oleh/ souvenir yang berkaitan dengan PN kertas (misal: <i>hand-made paper</i>, <i>paper art</i>, kipas kertas, pena kayu, magnet kulkas dari resin/ serpihan kertas) ▪ Pengembangan fasilitas ruang terbuka hijau (RTH)

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

3.6 ANALISIS DEMAND PARIWISATA

Berdasarkan hasil observasi lapangan, analisis *demand* pariwisata berdasarkan atas karakteristik penumpang KCIC terbagi menjadi 5 (lima), diantaranya:

- 1) Penumpang yang memiliki waktu terbatas (kecenderungan untuk naik KCIC karena efektivitas waktu tempuh dibandingkan kendaraan lain) atau pertimbangan kecepatan;
- 2) Penumpang dengan tujuan perjalanan bisnis dan bekerja ke Bandung-Jakarta atau sebaliknya Jakarta-Bandung. Terdapat juga Sebagian rombongan turis/ penumpang yang menjadi wisatawan Domestik dari Jakarta ke Bandung atau wisatawan Luar Negeri, seperti Malaysia untuk ke Bandung yang membawa keluarga;
- 3) Penumpang yang memprioritaskan kenyamanan;
- 4) Penumpang yang memprioritaskan keamanan; dan
- 5) Biasanya merupakan penumpang kelas menengah – atas, menngingat harga tiket KCIC Whoosh relatif sedikit lebih mahal dari tiket KA antar kota, travel maupun bus dari Jakarta menuju Bandung.

Berdasarkan karakteristik penumpang KCIC tersebut, maka didapatkan peluang *demand* penumpang KCIC, diantaranya yaitu:

- 1) Penumpang rombongan pariwisata;
- 2) Penumpang tanpa jemputan (menunggu transportasi online);
- 3) Penumpang dengan keperluan bisnis di sekitar Padalarang-Ngamprah atau Bandung Raya
- 4) Penumpang KA local Bandung Raya dan KA Jarak Jauh yang turun di Stasiun Lama Padalarang.

Gambar 3. 4 Hasil Observasi Lapangan Demand Pariwisata Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

3.7 ANALISIS PERMASALAHAN SEKITAR KCIC

Analisis permasalahan sekitar KCIC dibagi menjadi 4 (empat) berdasarkan hasil survey lapangan melalui observasi dan wawancara. Keempat permasalahan hasil analisis di antaranya yaitu:

1) Permasalahan pasar.

Pasar ini kondisinya berada di depan Stasiun Lama Padalarang. Kondisi pasar yang tampak terlihat kumuh karena kondisi pasar yang memiliki elevasi lebih rendah jika dibandingkan dengan jaringan jalan raya dan jalur pedestrian serta tertutup oleh material seng untuk ruang jalur pembeli. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara, terdapat permasalahan pada jaringan drainase yang terhambat dan pengelolaan persampahan yang kurang maksimal di pasar depan Stasiun Lama Padalarang. Selain itu, permasalahan juga terjadi pada pedagang kecil/ Pedagang Kaki Lima (PKL) di ruas jalan bawah *fly over* samping Stasiun Lama Padalarang. Para pedagang pasar dan PKL yang berada di Kawasan Sekitar Stasiun Lama Padalarang menginginkan untuk dilakukannya penataan berdasarkan hasil wawancara.

2) Permasalahan parkir.

Permasalahan parkir berkaitan dengan *parking on street* moda kendaraan motor penjual dan pembeli di Pasar depan Stasiun Lama Padalarang yang menggunakan bahu jalan arteri primer. *Parking on street* juga terjadi di depan Stasiun KCIC, bus rombongan penumpang KCIC memanfaatkan sebagian bahu jalan untuk parkir menurunkan penumpang. Akibat dari adanya *parking on street* yaitu kemacetan. Terutama saat jam-jam penumpang KCIC naik dan turun dan mobil pribadi yang menjemput masuk ke dalam area parkir untuk *drop in* maupun *drop off*. Kondisi jaringan jalan arteri primer yang kapasitasnya tidak memenuhi karena terdapat 2 titik bahu jalan (depan Stasiun Lama dan Stasiun KCIC Padalarang) digunakan untuk *parking on street* menjadi salah satu penyebab kemacetan selain juga karakteristik jalan depan stasiun yang memiliki 2 (dua) persimpangan.

3) Permasalahan pedestrian

Tidak terdapat jalur pedestrian/ pejalan kaki di depan Stasiun KCIC Padalarang dan menuju ke PN kertas.

4) Permasalahan permukiman.

Permukiman di belakang Stasiun KCIC memiliki permasalahan terkait dengan pengelolaan persampahan dan kemacetan.

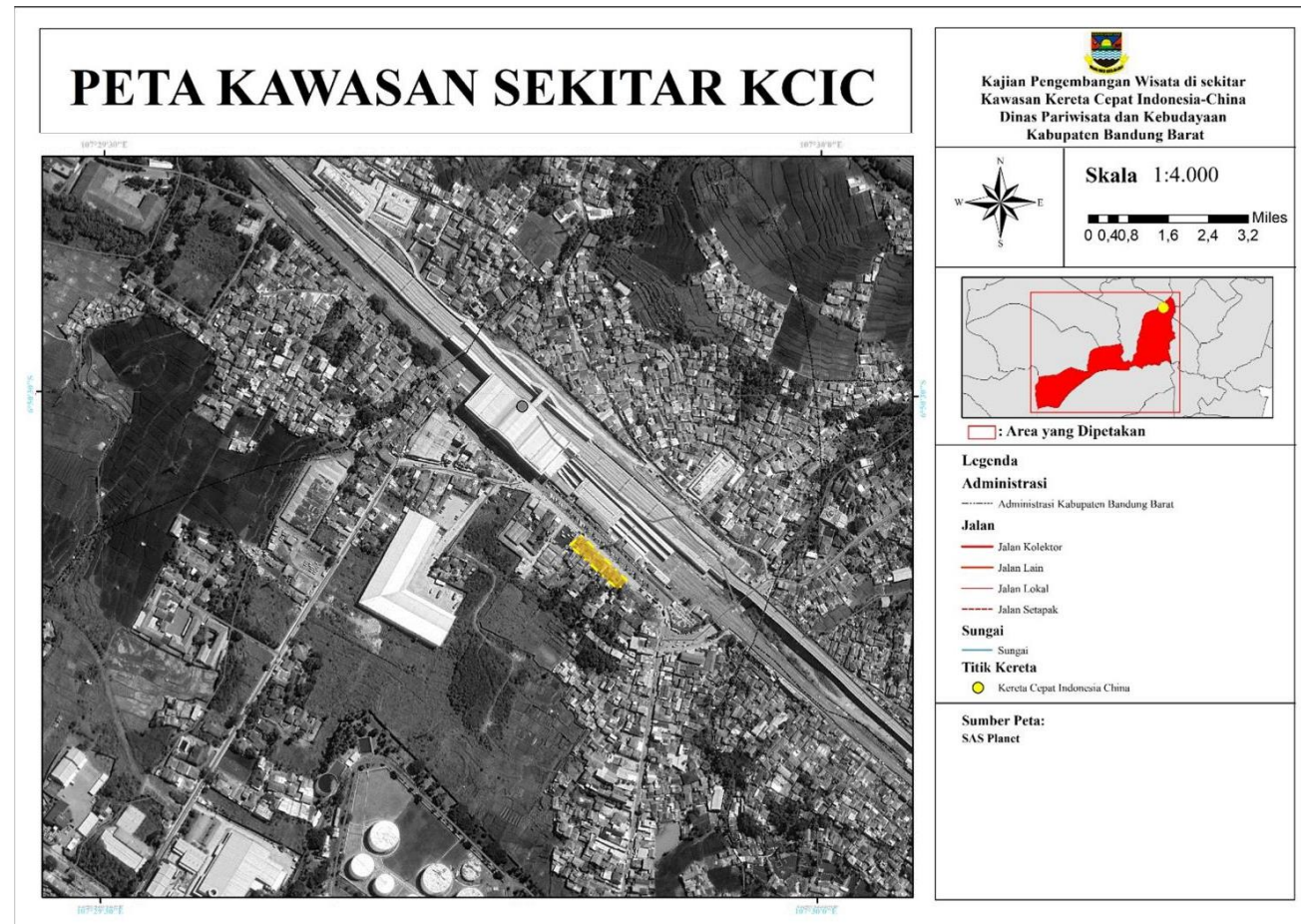
Gambar 3. 5 Analisis Pemetaan Permasalahan Pasar Tradisional di Sekitar KCIC

PERMASALAHAN

PASAR



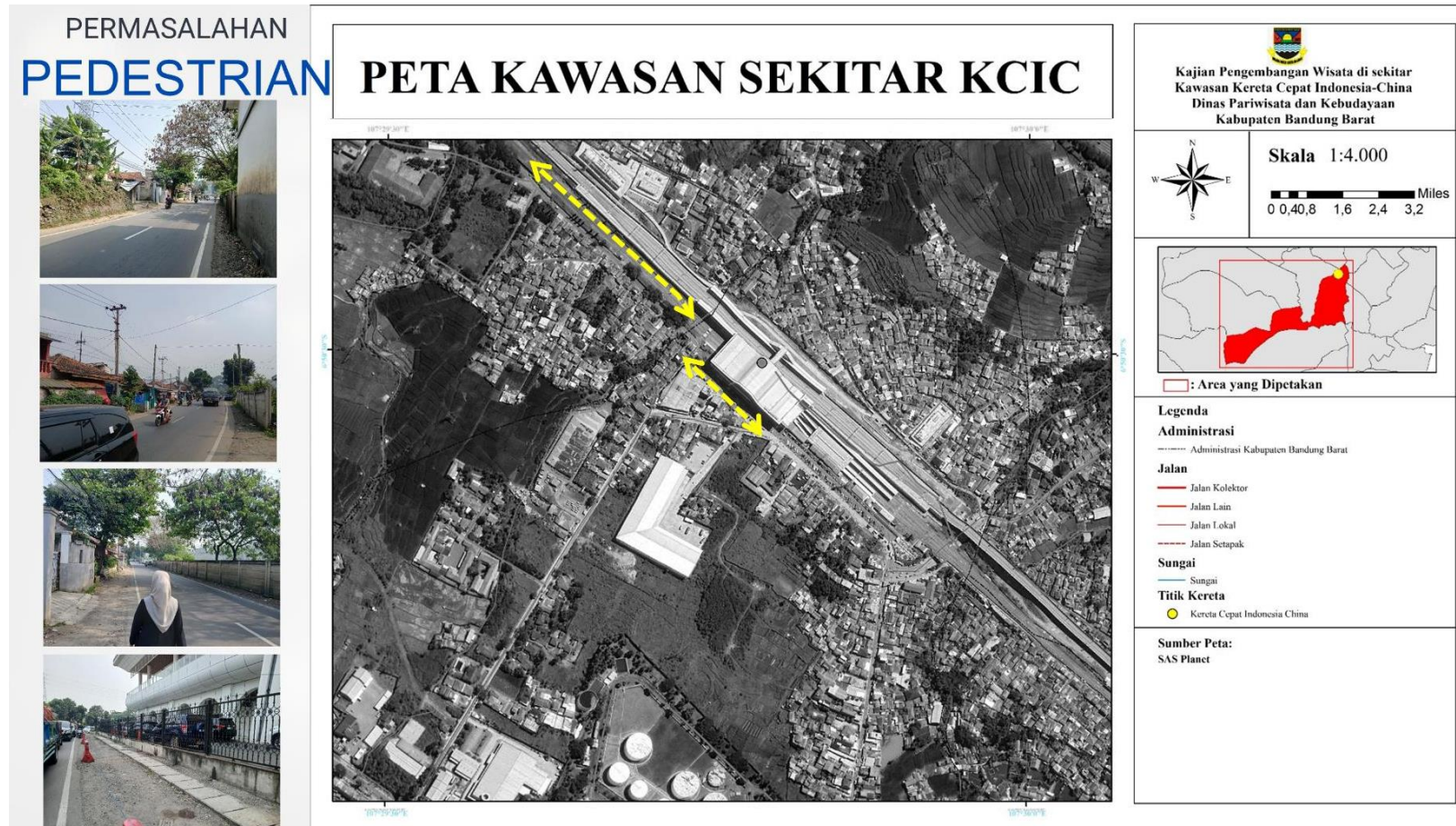
Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025



Gambar 3. 6 Analisis Pemetaan Permasalahan Parkir di Sekitar KCIC

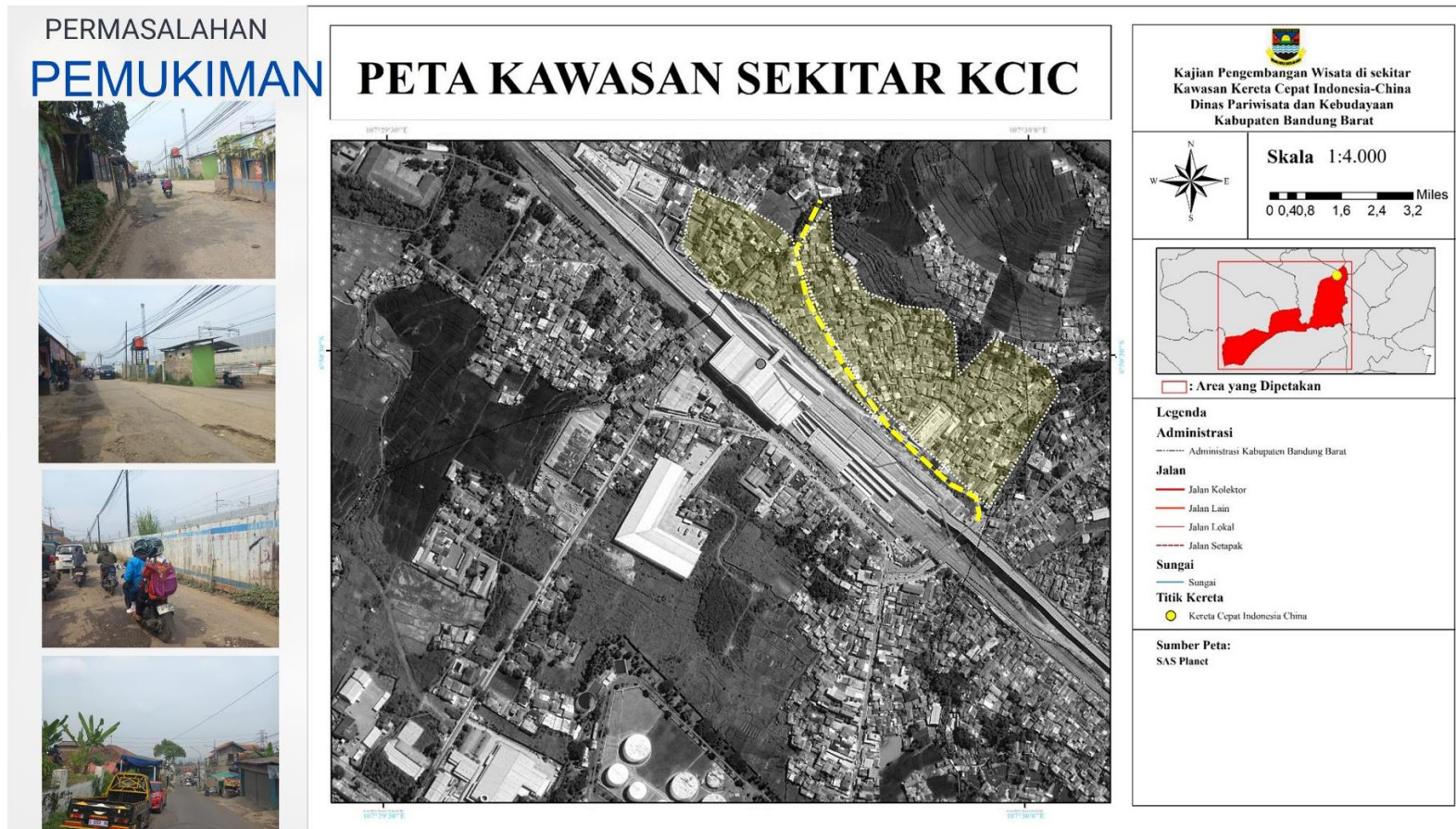


Gambar 3. 7 Analisis Pemetaan Permasalahan Pedestrian di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Gambar 3. 8 Analisis Pemetaan Permasalahan Permukiman di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

3.8 ANALISIS SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, opportunity, dan Threats*) dilakukan oleh Tim untuk menyusun strategi pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC. Terdapat strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T dalam pengembangan pariwisata di sekitar KCIC. Tabel 3.5 dan Tabel 3.6 merupakan hasil analisis SWOT yang sudah dilakukan.

Tabel 3. 5 Perumusan Analisis Strength, Weakness, opportunity, dan Threats Pariwisata di Sekitar KCIC

Strength/ Kekuatan	Weakness/ Kelemahan
- Terdapat cagar budaya sebagai wisata heritage dan arsitektur kolonial - Kondisi aksesibilitas/ jaringan jalan dengan kualitas bagus di sekitar KCIC - Terdapat kajian lintas SKPD yang dapat mendukung integrasi pengembangan pariwisata dengan TOD - Komitmen kerjasama yang kuat antar SKPD dalam pengembangan kesejahteraan ekonomi dan sosial Masyarakat yang ada di Kawasan sekitar KCIC	- Beberapa bangunan cagar budaya, seperti Wisma-Wisma yang ada di PN Kertas ada yang kondisinya terawat dan ada juga yang tidak - Pengembangan wisata cagar budaya masih sangat terbatas - Permasalahan kemacetan dan ketersediaan jalur pedestrian/ trotoar yang minim untuk diterapkan konsep TOD - Permasalahan pengelolaan persampahan dan saluran drainase penyebab banjir, terutama di pasar depan Stasiun Lama Padalarang - Keterbatasan dalam pengembangan UMKM khas lokal di sekitar KCIC yang dapat mendukung wisata belanja
Opportunity/ Peluang	Threat/ Tantangan
- Penumpang KCIC yang dapat menjadi pengunjung pariwisata - Peluang kerjasama pengembangan pariwisata dengan Stakeholders Privat/ Swasta, PN Kertas dan PT. KAI - Peluang menggunakan perencanaan partisipatif yang melibatkan seluruh stakeholders (termasuk Masyarakat) dalam pengembangan pariwisata di sekitar KCIC	- Aspek penataan jalur pedestrian dan penataan lahan parkir berkaitan langsung dengan Masyarakat sekitar KCIC - Penganggapan biaya dan model Kerjasama yang dapat disepakati oleh berbagai stakeholders untuk pengembangan pariwisata di sekitar KCIC - Kemampuan bekerjasama dengan operator Pariwisata untuk promosi atau membuat paket wisata sekitar KCIC Padalarang

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Tabel 3. 6 Perumusan Strategi Pariwisata di Sekitar KCIC

Eksternal	Internal	Strength/ Kekuatan	Weakness/ Kelemahan
Opportunity/ Peluang	Strategi S-O	- Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan kawasan wisata heritage dengan PN Kertas dan PT KAI - Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan kawasan wisata belanja dan kuliner yang terintegrasi melalui konsep rest-area dengan Stakeholders Privat/ Swasta - Pengembangan komitmen melalui Pakta Integritas oleh seluruh Stakeholders untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC yang bertujuan agar meningkatkan perekonomian dan sosial Masyarakat sekitar KCIC	Strategi W-O - Pengembangan Kerjasama antara Pemerintah Daerah dan Pengelola (PN kertas) terkait dalam hal teknis preservasi bangunan cagar budaya yang tidak terawat dapat dimaksimalkan untuk kegiatan pariwisata tanpa mengubah fungsinya - Pengembangan Perencanaan Pembangunan secara partisipatif yang melibatkan seluruh Stakeholders (termasuk Masyarakat) untuk mengatasi permasalahan kemacetan (misal dengan penataan GSB), permasalahan penyumbatan saluran drainase (penggunaan pompa air yang digunakan secara kolektif), permasalahan pengelolaan persampahan terpadu (3R) - Pengembangan Kerjasama antara pemda dengan pelaku Usaha UMKM untuk dilakukannya penataan dan pembekalan pengetahuan serta peningkatan keterampilan mengenai produk local yang dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh
Threat/ Tantangan	Strategi S-T	- Peningkatan pelibatan Masyarakat dalam perencanaan penataan jalur pedestrian dan lahan parkir secara partisipatif oleh Pemerintah Daerah - Pengembangan rencana tindak lanjut dalam Pembangunan pariwisata dan penataan Kawasan yang terintegrasi TOD dan pariwisata dengan berbagai/ lintas SKPD dalam dokumen yang lebih teknis, seperti Dokumen Feasibility Study/ Studi Kelayakan - Pengembangan Kerjasama melalui MoU antara Pemerintah Daerah/ Dinas Pariwisata dengan operator pariwisata untuk promosi atau membuat paket wisata sekitar KCIC Padalarang pada Pengunjung di luar penumpang KCIC, misal rombongan wisatawan dari Jakarta yang akan ke Bandung maupun Kerjasama dengan Travel Agent online/ offline di Stasiun KCIC untuk mengadakan tour singkat sebelum pengantaran ke tujuan	Strategi W-T Kepastian waktu terhadap keterlaksanaan seluruh Kerjasama serta peran antar stakeholders terkait untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC
	Opportunity/ Peluang		Threat/ Tantangan

Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Berdasarkan hasil pemetaan *Strength, Weakness, opportunity, dan Threats* yang sudah dilakukan, maka disusun strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T dalam pengembangan pariwisata di sekitar KCIC, yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan kawasan wisata *heritage* dengan PN Kertas dan PT KAI (S-O).
2. Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan Kawasan wisata belanja dan kuliner yang terintegrasi melalui konsep *rest-area* dengan *Stakeholders* Privat/ Swasta (S-O).
3. Pengembangan komitmen melalui Pakta Integritas oleh seluruh *Stakeholders* untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC yang bertujuan agar meningkatkan perekonomian dan sosial Masyarakat sekitar KCIC (S-O).
4. Peningkatan pelibatan Masyarakat dalam perencanaan penataan jalur pedestrian dan lahan parkir secara partisipatif oleh Pemerintah Daerah (S-T).
5. Pengembangan rencana tindak lanjut dalam Pembangunan pariwisata dan penataan Kawasan yang terintegrasi TOD dan pariwisata dengan berbagai/ lintas SKPD dalam dokumen yang lebih teknis, seperti Dokumen *Feasibility Study/ Studi Kelayakan* (S-T).
6. Pengembangan Kerjasama melalui MoU antara Pemerintah Daerah/ Dinas Pariwisata dengan operator pariwisata untuk promosi atau membuat paket wisata sekitar KCIC Padalarang pada Pengunjung di luar penumpang KCIC, misal rombongan wisatawan dari Jakarta yang akan ke Bandung maupun Kerjasama dengan *Travel Agent online/ offline* di Stasiun KCIC untuk mengadakan tour singkat sebelum pengantaran ke tujuan (S-T).
7. Pengembangan Kerjasama antara Pemerintah Daerah dan Pengelola (PN kertas) terkait dalam hal teknis preservasi bangunan cagar budaya yang tidak terawat dapat dimaksimalkan untuk kegiatan pariwisata tanpa mengubah fungsinya (W-O).
8. Pengembangan Perencanaan Pembangunan secara partisipatif yang melibatkan seluruh *Stakeholders* (termasuk Masyarakat) untuk mengatasi permasalahan kemacetan (misal dengan penataan GSB), permasalahan penyumbatan saluran drainase (penggunaan pompa air yang digunakan secara kolektif), permasalahan pengelolaan persampahan terpadu (3R) (W-O).

9. Pengembangan Kerjasama antara pemda dengan pelaku Usaha UMKM untuk dilakukannya penataan dan pembekalan pengetahuan serta peningkatan keterampilan mengenai produk lokal yang dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh (W-O).
10. Kepastian waktu terhadap keterlaksanaan seluruh Kerjasama serta peran antar *stakeholders* terkait untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC (W-T).

Strategi-strategi ini kemudian dapat diturunkan menjadi rekomendasi yang lebih jelas dan detail mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh berbagai *stakeholders* berdasarkan tupoksi dan kewenangannya. Rekomendasi yang lebih detail tersebut berada di Bab 5 (lima), bagian rekomendasi kajian.

BAB IV

-KONSEP DAN RENCANA PENGEMBANGAN-

Pada bab ini berisi mengenai konsep dan rencana pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC. Bagian ini berisi mengenai konsep usulan pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC serta rencana pengembangan Kawasan pariwisata di sekitar KCIC.

4.1 KONSEP PENGEMBANGAN PARIWISATA DI SEKITAR KCIC

Konsep usulan yang dikembangkan untuk pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC tidak terlepas dari potensi dan permasalahan yang ada di Sekitar KCIC. Saat ini potensi wisata di sekitar KCIC sebatas wisata *heritage* terhadap bangunan yang ditetapkan sebagai cagar budaya, seperti Stasiun Lama Padalarang dan PN Kertas tanpa adanya diversifikasi pengembangan pariwisata lanjutan.

Adapun permasalahan juga terjadi terkait dengan penataan lingkungan, seperti permasalahan kemacetan dan ketersediaan jalur pedestrian/ trotoar yang minim untuk diterapkan konsep TOD. Terdapat juga permasalahan pengelolaan persampahan dan saluran drainase penyebab banjir, terutama di pasar depan Stasiun Lama Padalarang. Permasalahan lainnya yaitu penataan Kawasan parkir, penataan Kawasan permukiman dan pengembangan jalur pedestrian.

Oleh karena itu, konsep usulan yang akan digunakan berdasarkan atas pendekatan potensi dan permasalahan terkait dengan pengembangan pariwisata yang terdapat di Kawasan Sekitar KCIC. Konsep usulan tersebut antara lain:

- 1) Permasalahan Pasar
 - Penataan fasad pasar agar rapi dan menarik, membuat pasar lebih banyak dikunjungi;
 - Meningkatkan citra daya tarik pasar;
 - Fasad pasar dengan nuansa lokal menjadi daya tarik secara visual; dan
 - Perbaiki saluran drainase.
- 2) Permasalahan Parkir

- Menyediakan kantung parkir bagi pengunjung pasar; dan
- Meningkatkan ruang untuk pejalan kaki.

3) Permasalahan Permukiman

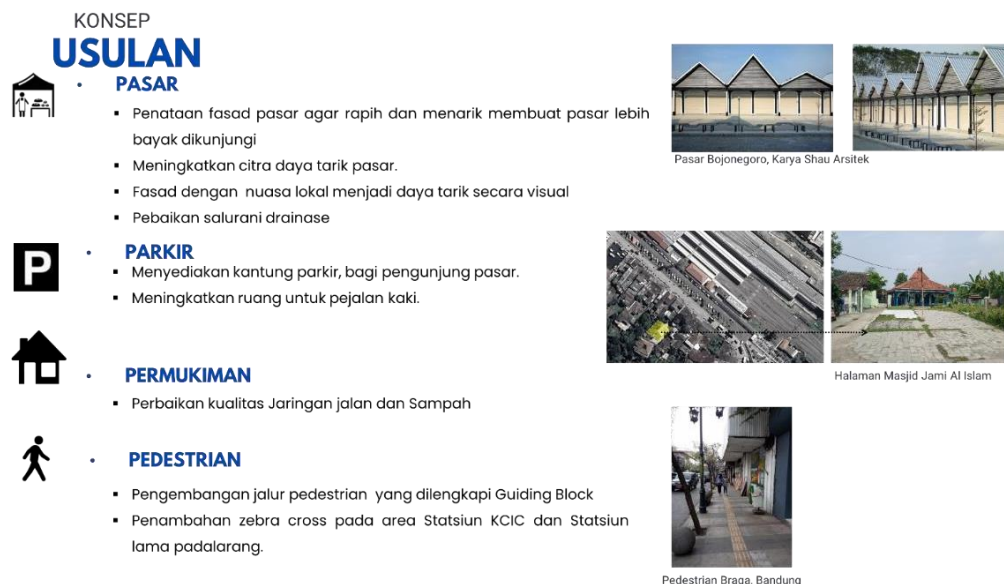
- Perbaikan kualitas jaringan jalan dan sampah

4) Permasalahan Pedestrian

- Pengembangan jalur pedestrian yang dilengkapi dengan *Guiding Block*
- Penambahan *Zebra Cross* pada area Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang

Gambar 4.1 berikut merupakan pendekatan yang dilakukan untuk konsep usulan pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC.

Gambar 4. 1 Pendekatan Konsep Pengembangan Kawasan di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Padalarang merupakan sebuah wilayah yang sudah ada bahkan sebelum tahun 1874. Padalarang sudah menjadi pusat distribusi komoditas Perkebunan di Wilayah Priangan, Jawa Barat. Asal-usul nama Padalarang diperkirakan berkaitan dengan 2 (dua) hal, diantaranya keberadaan harimau di Wilayah tersebut dan cerita mengenai masukan Dipati Ukur. Pada awal abad ke-19, cekungan Bandung masih menjadi habitat harimau. Keberadaan harimau diyakini menjadi alasan penamaan Padalarang, karena daerah tersebut dianggap sebagai sarang harimau. Oleh karena itu, Masyarakat pada saat itu merasa takut melewati daerah tersebut, terutama pada malam hari.

Versi lain menyebutkan bahwa nama Padalarang berasal dari kisah Dipati Ukur, seorang tokoh yang memimpin pemberontakan. Pasukan Dipati Ukur yang dihukum gantung karena memberontak, senjata-senjatanya dikuburkan di daerah yang kini dikenal sebagai Padalarang, tepatnya di Copadangmanah. Penamaan Padang Larang (kemudian menjadi Padalarang) dikaitkan dengan penguburan senjata tersebut. Lokasi penguburan senjata ini, yaitu Kampung Gantungan, tidak jauh dari pusat pemerintahan Padalarang, Desa Jaya Mekar.

Stasiun Padalarang dibangun pada tahun 1884 oleh Staatsspoorwegen (SS), perusahaan kereta api milik Pemerintah Kolonial Hindia Belanda. Pembukaan ini bersamaan dengan pembukaan jalur kereta api segmen Cianjur-Padalarang-Bandung. Awalnya, Stasiun Padalarang hanyalah sebuah halte yang dibuka untuk umum pada tanggal 17 Mei 1884. Keberadaan Stasiun Padalarang menjadi kebutuhan utama para ilmuwan yang hendak mengeksplorasi ekosistem di Kawasan karst, pegunungan, dan hutan di Wilayah Kabupaten Bandung Barat kala itu.

Selain difungsikan sebagai alat transportasi massal zaman dahulu, fungsi lain Stasiun Padalarang yaitu penguatan basis militer Belanda di tanah Pasundan. Selain terdapat Stasiun Padalarang sebagai Kawasan cagar budaya, juga ada pabrik kertas dan rumah dinas peninggalan Belanda yang dibangun pada tahun 1910.

PT Kertas Padalarang dulunya dikenal sebagai NV. Papier Fabriek Padalarang yang merupakan pabrik kertas pertama di Indonesia, didirikan pada tahun 1922 oleh Belanda. Awalnya pabrik ini merupakan cabang dari NV. Papier Fabriek Nijmegen, Belanda. Setelah kemerdekaan, pabrik ini dinasionalisasi dan berganti nama menjadi Perusahaan Negara (PN) Kertas Padalarang pada tahun 1961.

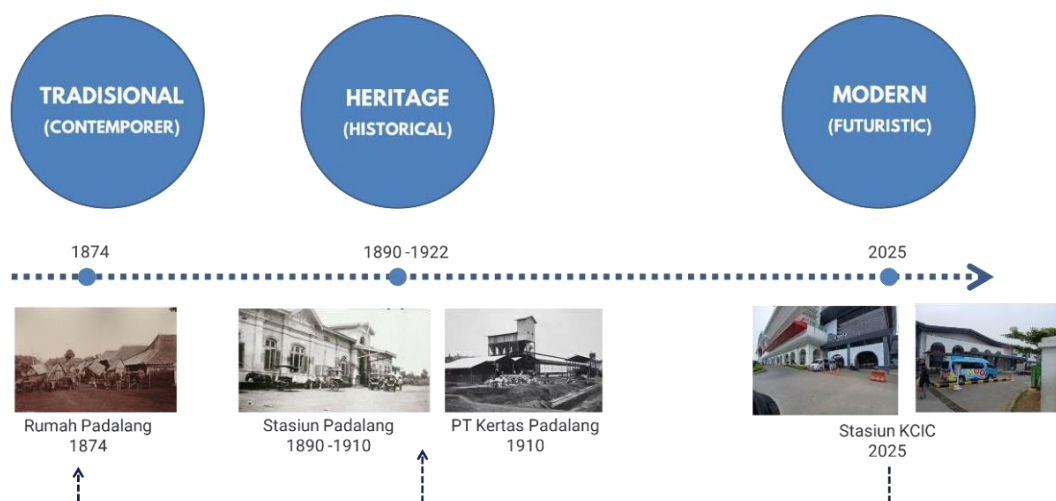
Saat ini Padalarang berkembang menjadi Kawasan Perkotaan yang menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan infrastruktur di kabupaten Bandung Barat. Padalarang memiliki posisi strategis sebagai penyangga menuju Jakarta melalui Kereta Cepat Indonesia China (KCIC) dan juga berdasarkan RTRW Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024-2044, Padalarang akan dikembangkan sistem transportasi umum massal, yaitu dengan pengembangan *Bus Rapid Transit* (BRT). Pengembangan BRT memiliki rute alun-alun Kota Bandung – Padalarang – Lembang – Ledeng. Oleh karena itu, dengan posisi Padalarang yang sudah melewati berbagai tahapan perkembangan zaman, maka, pendekatan konsep pengembangan kawasan wisata berbasis tradisional, *heritage*, dan modern.

Konsep yang diusulkan adalah **“Padalarang as a City Gateway of Heritage and The Future”**. Padalarang sebagai **gerbang menuju Kota Bandung**, yang memiliki karakteristik **Kawasan perkotaan**, terikat dengan **sejarah masa lalu yang kuat** menjadi **daya tarik wisata masa kini dan masa depan yang berkelanjutan**. Konsep yang diusulkan dalam pengembangan kawasan wisata di Sekitar KCIC ini menyelaraskan 3 (tiga) aspek, diantaranya:

- 1) tradisional (*kontemporer*), dengan pendekatan arsitektur dan penggunaan bahan material bangunan lokal, seperti batu kapur merupakan SDA asli Padalarang. Tetapi pendekatan tradisional ini tidak lekang oleh waktu atau kekinian, sehingga dapat menjadi daya tarik/ atraksi wisata.
- 2) *heritage (historical)*, dengan melakukan fungsi preservasi dan pemanfaatan bangunan cagar budaya tanpa mengubah fasad bangunan, tetapi lebih banyak melakukan diversifikasi kegiatan seperti wisata edukasi.
- 3) modern (*futuristic*), pengembangan kegiatan pariwisata yang disesuaikan dengan karakteristik pengunjung yang merupakan penumpang KCIC serta masyarakat kota yang menempuh perjalanan singkat ditangkap peluangnya untuk dapat berlama-lama di Padalarang, sehingga pengembangan wisata berkaitan dengan wisata belanja, wisata kuliner, dan wisata hiburan yang tersedia dalam satu paket perjalanan wisata atau *one day trip*.

Gambar 4. 2 Konsep Usulan Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC

“PADALARANG AS A CITY GATEWAY OF HERITAGE AND THE FUTURE”



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Gambar 4. 3 Konsep Pengembangan Pariwisata di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

4.2 RENCANA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI SEKITAR KCIC

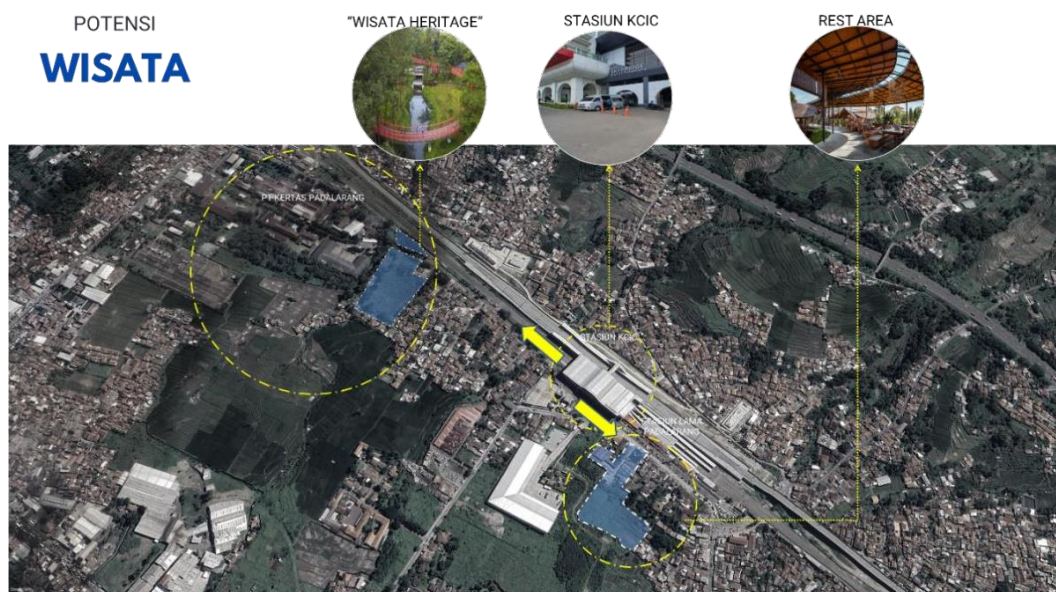
Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan dan konsep yang akan dikembangkan, Rencana pengembangan kawasan wisata di Sekitar KCIC menuju pada 2 (dua) Lokasi Kawasan yang paling memungkinkan dengan berbagai pertimbangan, diantaranya:

- Lokasi depan stasiun Lama Padalarang, kawasan ini merupakan titik strategis baru yang menghubungkan arus wisatawan, bisa menjadi *transit point* wisatawan, keluarga, maupun pelaku bisnis. Lahan yang akan dikembangkan pun merupakan lahan milik Privat/ Swasta yang saat ini sudah berkembang menjadi lahan parkir yang menyediakan fasilitas parkir untuk pengunjung stasiun. Selain itu, berdasarkan informasi dari pemilik lahan ini, rencana untuk pengembangan lahan ke depannya juga berkaitan untuk penyediaan fasilitas pendukung stasiun, seperti Mushola dan Toilet serta untuk wisata seperti pembangunan gedung serbaguna dan *rest-area*. Tentu saja lahan yang akan dikembangkan sebagai Kawasan wisata ini harus sesuai dengan RTRW KBB Tahun 2024-2044. Berdasarkan hasil kajian Dinas Pekerjaan Umum dan Tata Ruang Kabupaten Bandung Barat mengenai Kajian Perubahan Struktur Ruang dan Interkoneksi Kawasan Stasiun Padalarang, lahan di area tersebut dapat dikembangkan sebagai zona pelayanan stasiun Kereta Api. Oleh karena itu, pengembangan Rest-Area merupakan bentuk dukungan dalam

memberikan pelayanan bagi penumpang KCIC dan berpotensi dikembangkan sebagai wisata.

- Lahan PT Kertas Padalarang (PKP) adalah pabrik kertas bersejarah (berdiri sejak 1922) — salah satu simbol industri kertas di Indonesia. Pengembangan wisata dapat dilakukan di lahan/ area terbuka PN kertas tanpa mengganggu area produksi.

Gambar 4. 4 Pertimbangan Pengembangan Kawasan Wisata di Sekitar KCIC



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

4.2.1 Rencana Pengembangan Kawasan Wisata Stasiun Lama Padalarang

Sebelum merencanakan pengembangan Kawasan Wisata Stasiun Lama Padalarang, yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kondisi eksisting penggunaan lahan, sistem aktivitas, dan juga aksesibilitas yang ada di Kawasan Stasiun Lama.

Lahan yang akan dikembangkan untuk kawasan wisata lokasinya berada di depan Stasiun Lama Padalarang. Penggunaan lahan eksisting saat ini adalah sebagai lahan parkir. Lahan parkir juga memiliki kegiatan *loading-unloading* barang dari kendaraan besar yang menyuplai kebutuhan pedagang pasar lama depan stasiun yang sudah direlokasi.

Kondisi aksesibilitas cukup efektif, walaupun di bagian depan pasar samping lahan kawasan ini terdapat *parking on street* kendaraan motor untuk pedagang dan penjual. Lahan parkir yang ada di Kawasan ini dapat membantu dalam mengurangi kemacetan, terutama ketika kendaraan besar yang melakukan proses bongkar-muat barang pasar.

Gambar 4. 5 Kondisi Eksisting pengembangan Kawasan Wisata Rest Area

EKSISTING
REST AREA

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025

Konsep *rest-area* "**Saung Reureuh**" (berasal dari bahasa Sunda: "*sareuneuh*" yang berarti "istirahat/bersantai dengan nyaman") bisa menjadi *rest-area* yang mengangkat kearifan lokal Sunda dengan suasana yang hangat, alami, dan menyatu dengan budaya setempat. *Rest-area* bukan hanya untuk istirahat tetapi juga bagian dari pengalaman wisata itu sendiri. Mendukung perjalanan wisatawan dan memperkenalkan potensi lokal serta mendorong ekonomi masyarakat sekitar.

Pengembangan wisata yang ada di *rest-area* diantaranya adalah wisata belanja, wisata kuliner dan wisata hiburan. Pengembangan kegiatan belanja dan kuliner yang ada di *rest-area* akan dikembangkan untuk zona UKM dan souvenir serta zona kuliner lokal. Konsep *rest-area* yang akan dikembangkan berupa kawasan terbuka yang terintegrasi dengan desain jalur pedestrian yang baik serta taman untuk mendukung wisata berkelanjutan dari sisi lingkungan.

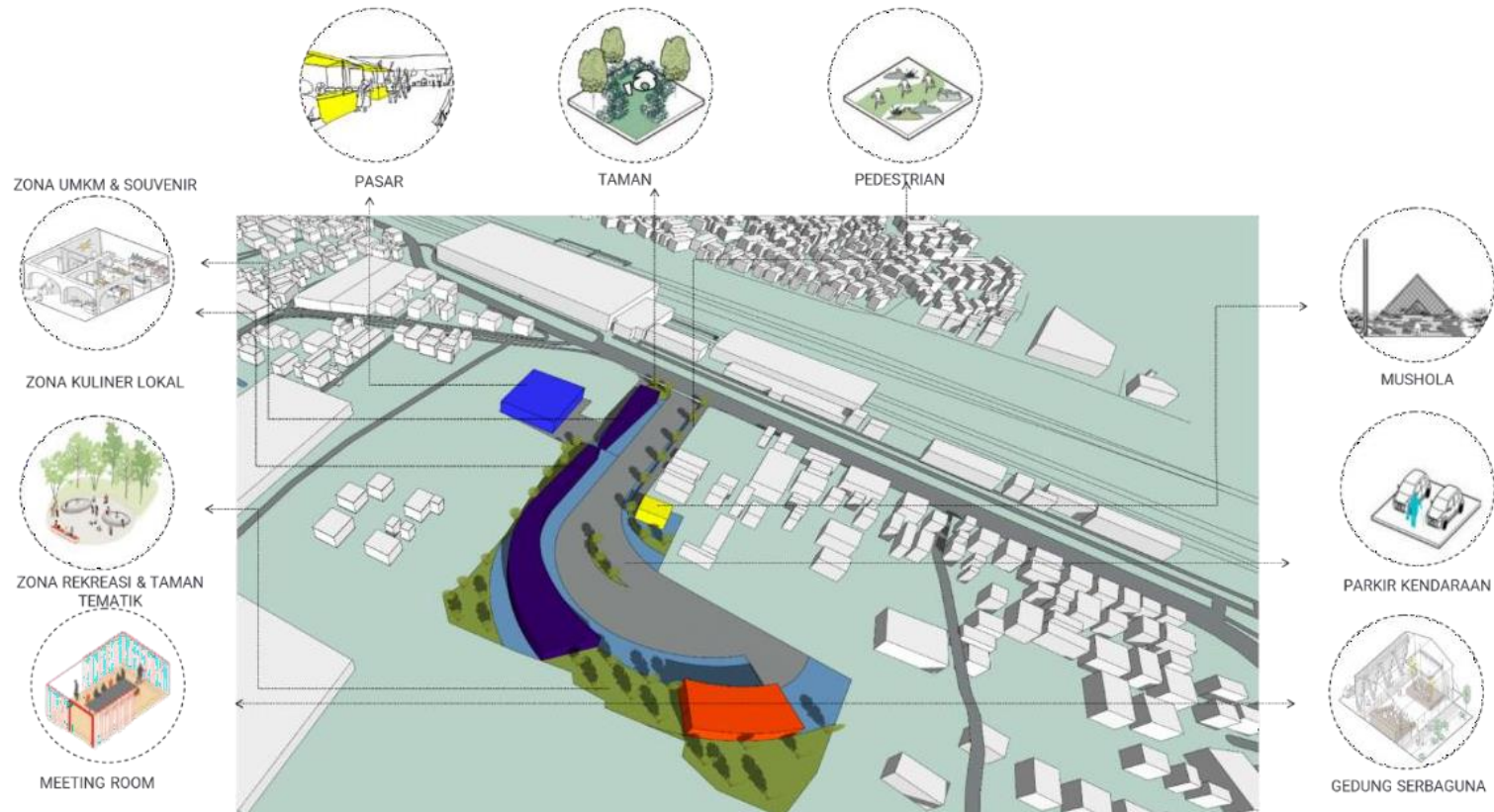
Zona rekreasi dan taman tematik untuk mendukung wisata yang ramah anak pun dikembangkan di Kawasan Wisata ini. Selain itu, di Kawasan ini juga dapat dibangun gedung serbaguna dan ruang *meeting room* yang dapat berfungsi sebagai meeting point dengan kapasitas besar untuk penumpang KCIC. Bagian dari ruangan di bangunan serbaguna dapat dikembangkan fungsinya sebagai *Tourist Information Center*.

Selain itu, untuk pasar yang saat ini sudah ada secara eksisting tidak akan diubah lokasinya, hanya fasadnya dapat dikembangkan sebagai pasar terbuka dengan akses untuk pedagang dan pembeli yang berbeda dengan pengunjung. Akan tetapi pengunjung wisata pun dapat mengunjungi pasar tradisional yang mengusung konsep pasar bersih.

Rest-Area di Kawasan Wisata ini juga akan dikembangkan fasilitas peribadatan seperti Musholla dan toilet umum yang nyaman. Fasilitas ini merupakan bentuk dukungan terhadap penumpang KCIC dan Kereta Api Padalarang untuk mendapatkan fasilitas peribadatan dengan kapasitas yang cukup besar dan nyaman. Infrastruktur dasar seperti pengelolaan persampahan dan pengembangan jaringan drainase yang baik menjadi penting untuk mendukung pengembangan Kawasan Wisata ini. Gambar 4.6 berikut merupakan Konsep dan Rencana Pengembangan *Rest-Area* yang terintegrasi dengan TOD Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang.

Gambar 4. 6 Konsep dan Rencana Pengembangan Rest-Area yang terintegrasi dengan TOD Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang

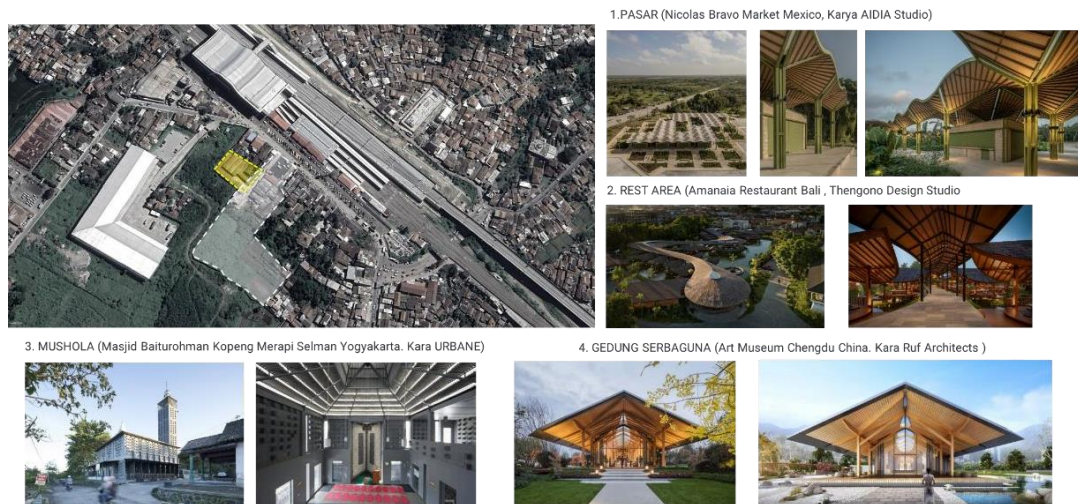
KONSEP REST AREA
“SAUNG REUREUH”



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Pengembangan *rest-area* memiliki pendekatan arsitektur yang mengadaptasi bentukan tradisional dan material lokal. Tujuannya menciptakan bangunan yang berakar pada kearifan lokal namun tetap relevan dan fungsional di masa kini. Memanfaatkan material lokal dan teknik bangunan yang disesuaikan dengan iklim setempat (misalnya atap tinggi di daerah tropis).

Gambar 4. 7 Referensi Pengembangan Rest-Area yang terintegrasi dengan TOD Stasiun KCIC dan Stasiun Lama Padalarang



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

4.2.2 Rencana Pengembangan Kawasan Wisata di PN Kertas

Rencana pengembangan Kawasan Wisata di PN Kertas berlokasi berada di kawasan PT Kertas Padalarang. Saat ini penggunaan lahannya berupa area terbuka hijau yang belum diolah dengan baik. Kondisinya terdapat beberapa bangunan dinas PN kertas yang kurang terawat dan juga ada yang terbengkalai.

Saat ini PN kertas masih aktif beroperasi dan belum ada kegiatan wisata yang berjalan di Kawasan ini. Beberapa area, seperti pabrik produksi dan bangunan cagar budaya seperti rumah dinas ada yang masih ditempati oleh karyawan PN Kertas. Tetapi ada juga rumah dinas/ wisma yang kondisinya terbengkalai. Area kantor juga beraktivitas untuk mendukung kegiatan administrasi dari produksi kertas. Wisma yang saat ini masih digunakan diantaranya adalah Wisma Ciremai yang disewakan untuk kegiatan pernikahan ataupun *meeting room*.

Saat observasi lapangan, area yang boleh diobservasi hanya bagian di area terbuka hijau dan kantor. Oleh karena itu, pertimbangan dalam pengembangan wisata

heritage di Kawasan Wisata PN Kertas yang paling memungkinkan adalah di bagian area terbuka hijau.

Gambar 4. 8 Kondisi Eksisting pengembangan Kawasan Wisata PN Kertas



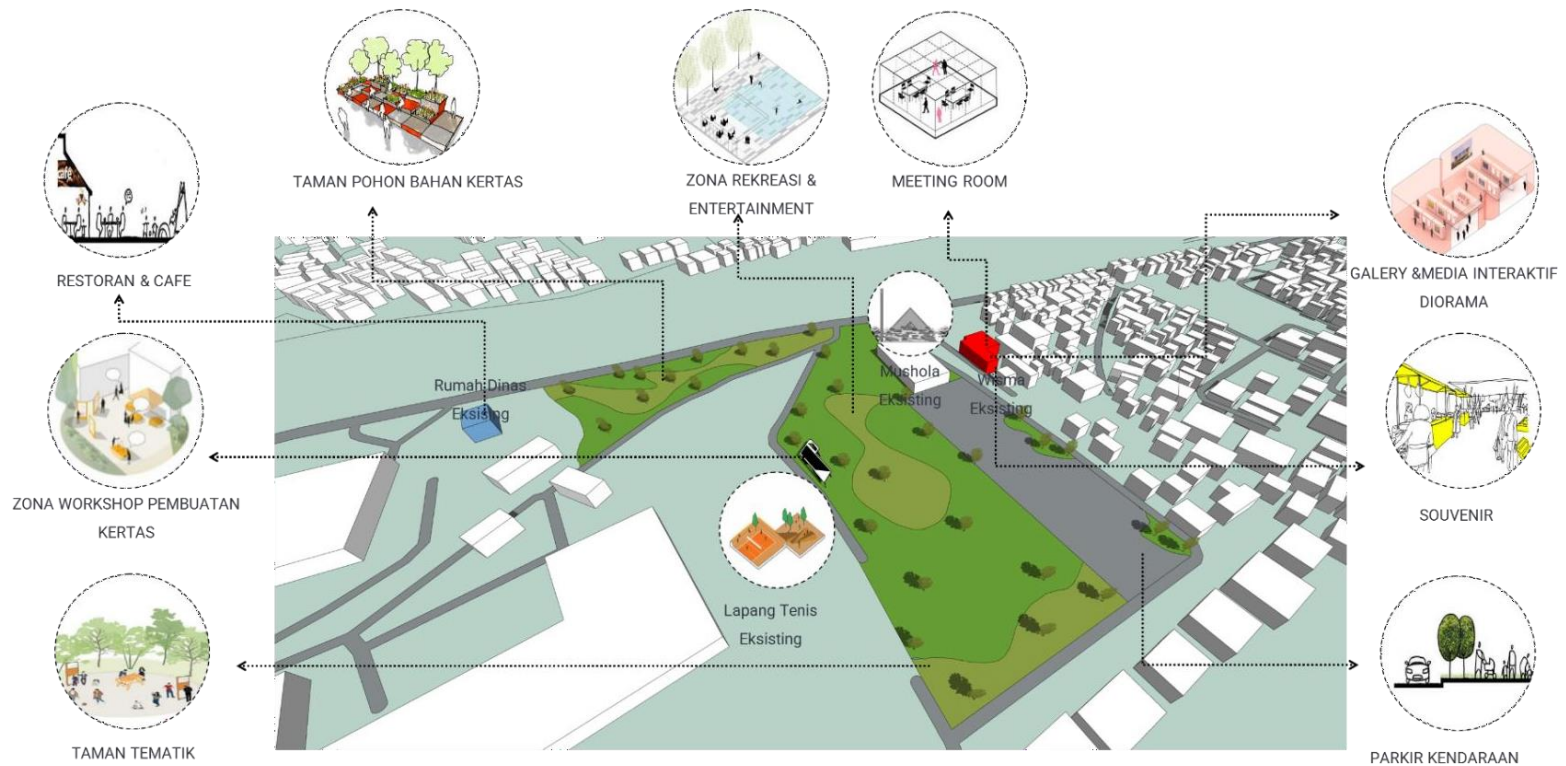
Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025

Konsep Kawasan di PN Kertas adalah menjadikan PT Kertas Padalarang sebagai destinasi wisata edukatif-industrial yang melestarikan warisan sejarah kertas Indonesia sambil menawarkan pengalaman kreatif dan ekologis. Konsep “Taman kertas” bukan hanya elemen lansekap tetapi juga menjadi alat edukasi. Konsep wisata edukasi ini memperkenalkan sejarah pabrik kertas Padalarang sebagai warisan industri Indonesia. Konsep Taman kerta menjadi taman yang mengabungkan alam, edukasi dan industri kreatif.

Zona yang akan dikembangkan di Kawasan PN Kertas ini diantaranya adalah taman pohon bahan kertas, galeri dan media interaktif diorama, dan zona *workshop* pembuatan kertas yang merupakan bentuk aktivitas atau kegiatan wisata edukasi yang memberikan pemahaman pada pengunjung mengenai proses pembuatan kertas dari awal sampai akhir. Selain itu, dikembangkan juga taman tematik dan zona rekreasi dan hiburan sebagai bentuk wisata yang ramah anak. Pengembangan lain di Kawasan Wisata ini berupa penggunaan wisma yang sudah tidak digunakan untuk dapat difungsikan sebagai *café* dan restoran bergaya kolonial, tanpa mengubah bentuk fasad yang ada. Selain itu, dapat dikembangkan juga zona souvenir di bangunan vagar budaya. Kawasan Wisata ini tentunya didukung oleh jalur pedestrian dan lahan parkir.

Gambar 4. 9 Konsep dan Rencana Pengembangan Wisata Edukasi Taman Kertas di Kawasan Wisata PN Kertas

KONSEP WISATA HERITAGE
“TAMAN KERTAS”



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

Pengembangan Kawasan Wisata PN Kertas terkait dengan bangunan kolonial yang direstorasi dengan baik sehingga menjadi magnet visual. Bangunan kolonial yang ditetapkan sebagai cagar budaya dapat dikembangkan menjadi kafe tematik dan galeri serta pusat informasi wisata. Bangunan *heritage* menjadi atraksi wisata yang sangat besar, apalagi di Wilayah seperti Padalarang atau Bandung Barat yang kaya akan sejarah industri, kolonial, dan budaya lokal. Mengubah bangunan tua (*heritage*) menjadi tempat wisata bukan sekadar pelestarian, tapi juga investasi jangka panjang untuk ekonomi, edukasi, dan identitas daerah.

Gambar 4. 10 Referensi Pengembangan Taman Kertas di Kawasan PN Kertas



Sumber: Hasil Analisis Tim Konsultan, 2025

BAB V

-KONSEP DAN RENCANA PENGEMBANGAN-

Pada bab ini berisi mengenai rekomendasi pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC. Rekomendasi pengembangan pariwisata di Sekitar KCIC merupakan penjabaran lebih detail dari strategi yang dapat dilakukan oleh seluruh stakeholders terkait dengan tupoksi dan kewenangannya.

5.1 REKOMENDASI

1. Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan kawasan wisata *heritage* dengan PN Kertas dan PT KAI (S-O). Bentuk Kerjasama yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata *heritage* yang masih aktif, seperti misalnya PN Kertas dengan Pihak Pemerintah Daerah antara lain:

- a) Pelestarian dan Konservasi.

Bentuk kerjasama yang dapat dilakukan berkaitan dengan pelestarian dan konservasi situs cagar budaya, termasuk pemeliharaan fisik dan pengelolaan lingkungan sekitar. Kerjasama ini dapat dilakukan antara PN kertas bersama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bandung Barat.

- b) Pengembangan Edukasi dan Wisata

Pengembangan dapat dilakukan melalui program edukasi dan wisata budaya yang berkelanjutan, sehingga masyarakat dan wisatawan dapat belajar dan mengapresiasi nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Salah satu bentuk kerjasama yang dapat dilakukan antara PN kertas dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung Barat yaitu melalui aktivitas wisata edukasi seperti pengembangan taman pohon kertas. Taman pohon kertas merupakan bentuk wisata edukasi melihat pohon-pohon yang digunakan sebagai bahan baku kertas. Pohon-pohon tersebut harus dirawat dan dilestarikan sebagai bentuk wisata berkelanjutan. Selain itu, dapat juga dikembangkan wisata edukasi untuk memanfaatkan

kertas bekas sebagai bentuk *re-cycle* dengan pendekatan lingkungan yang berkelanjutan.

c) Penelitian dan Dokumentasi

Bentuk kerjasama lainnya dalam pengembangan wisata edukasi di wisata *heritage* Kawasan Pariwisata adalah melakukan penelitian dan dokumentasi tentang cagar budaya, termasuk sejarah, arsitektur, dan nilai-nilai budaya yang terkait. Bentuk kerjasama dapat dilakukan antara PN Kertas dengan Bappelitbangda Kabupaten Bandung Barat.

d) Pengembangan Ekonomi Lokal

Bentuk Kerjasama yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan ekonomi lokal berbasis budaya, seperti kerajinan, kuliner, dan jasa wisata, sehingga Masyarakat lokal dapat memperoleh manfaat ekonomi dari keberadaan cagar budaya. Bentuk Kerjasama ini dapat dilakukan antara PN Kertas dengan Diskop UKM Kabupaten Bandung Barat.

e) Pengelolaan Bersama

Mengelola cagar budaya secara Bersama-sama antara pemerintah, Masyarakat lokal, dan pihak lain yang terkait, sehingga Keputusan yang diambil dapat mempertimbangkan kepentingan semua pihak.

2. Pengembangan Kerjasama/ MoU untuk mewujudkan Pembangunan kawasan wisata belanja dan kuliner yang terintegrasi melalui konsep *rest-area* dengan *Stakeholders* Privat/ Swasta (S-O). Bentuk kerjasama yang dapat dilakukan antara Pihak *Privat* dengan Diskop UKM dan Disperindag KBB untuk mengembangkan aktivitas UKM kuliner makanan tradisional, fashion atau kerajinan. Selain itu, pengembangan atraksi wisata juga dapat dilakukan dengan kerjasama antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat dengan Pihak *Privat* melalui Pembangunan *Tourist Information Center* di Kawasan *Rest-Area*.
3. Pengembangan komitmen melalui Pakta Integritas oleh seluruh *Stakeholders* untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC yang bertujuan agar meningkatkan perekonomian dan sosial Masyarakat sekitar KCIC (S-O).
4. Peningkatan pelibatan Masyarakat dalam perencanaan penataan jalur pedestrian dan lahan parkir secara partisipatif oleh Pemerintah Daerah (S-T). Kegiatan ini

berkaitan dengan tupoksi dan wewenang dari Dinas Perhubungan Kabupaten Bandung Barat.

5. Pengembangan rencana tindak lanjut dalam Pembangunan pariwisata dan penataan Kawasan yang terintegrasi TOD dan pariwisata dengan berbagai/ lintas SKPD dalam dokumen yang lebih teknis, seperti Dokumen *Masterplan* Kawasan Pariwisata dan *Feasibility Study/* Studi Kelayakan (S-T). Tentu saja pengembangan Kawasan Wisata yang direncanakan harus sesuai dengan Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) Padalarang untuk mencapai keselarasan dalam perencanaan taat ruang dan Pembangunan. Dokumen *Masterplan* dapat diturunkan lagi menjadi Dokumen FS untuk melihat dari sisi kelayakan finansial dan ekonomi serta bentuk Kerjasama yang memungkinkan antar seluruh *stakeholders*. Dokumen *Masterplan* mencakup luasan lahan yang sudah pasti beserta titik koordinatnya. Pada dokumen ini juga disampaikan hasil analisis *supply-demand* infrastruktur dasar dan pendukung untuk rencana pengembangan. Dokumen *Masterplan* didetailkan lagi ke dalam rencana yang lebih teknis seperti *Detailed Engineering Design (DED)*. Setelah itu, dokumen kelayakan dari sisi lingkungan seperti AMDAL juga perlu dibuat. Hal ini untuk menghindari ketidaksesuaian antara rencana tata ruang dan pembangunan berkelanjutan juga memudahkan proses perizinan melalui Persetujuan Kesesuaian Kegiatan Penataan Ruang (PKKPR).
6. Pengembangan Kerjasama melalui MoU antara Pemerintah Daerah/ Dinas Pariwisata dengan operator pariwisata untuk promosi atau membuat paket wisata sekitar KCIC Padalarang pada Pengunjung di luar penumpang KCIC, misal rombongan wisatawan dari Jakarta yang akan ke Bandung maupun Kerjasama dengan *Travel Agent online/ offline* di Stasiun KCIC untuk mengadakan tour singkat sebelum pengantaran ke tujuan (S-T).
7. Pengembangan Kerjasama antara Pemerintah Daerah dan Pengelola (PN kertas) terkait dalam hal teknis preservasi bangunan cagar budaya yang tidak terawat dapat dimaksimalkan untuk kegiatan pariwisata tanpa mengubah fungsinya (W-O).
8. Pengembangan Perencanaan Pembangunan secara partisipatif yang melibatkan seluruh *Stakeholders* (termasuk masyarakat) untuk mengatasi permasalahan kemacetan (misal dengan penataan Garis Sempadan Bangunan atau GSB), permasalahan penyumbatan saluran drainase (penggunaan pompa air yang digunakan secara kolektif), permasalahan pengelolaan persampahan terpadu (3R)

- (W-O). Kegiatan ini berkaitan dengan tupoksi dan wewenang dari Dinas Pekerjaan Umum dan Tata Ruang Kabupaten Bandung Barat.
9. Pengembangan Kerjasama antara pemda dengan pelaku Usaha UMKM untuk dilakukannya penataan dan pembekalan pengetahuan serta peningkatan keterampilan mengenai produk local yang dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh (W-O).
 10. Kepastian waktu terhadap keterlaksanaan seluruh Kerjasama serta peran antar *stakeholders* terkait untuk melakukan perencanaan Pembangunan (pariwisata dan penataan) di sekitar KCIC (W-T).

-DAFTAR PUSTAKA-

- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). *The Positive and Negative Impacts of Tourism*. In W.F. Theobald (Ed.), *Global Tourism*.
- Gibson, C., & Connell, J. (2005). *Music and Tourism: On the Road Again*. Clevedon: Channel View Publications.
- Harvey, D. (2005). *Spaces of Neoliberalization: Towards a Theory of Uneven Geographical Development*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Strategi Nasional UMKM Pariwisata Berdaya Saing Global*.
- Kementerian ATR/BPN. (2022). *Model Pengembangan TOD di Kawasan Kota Lama Semarang*.
- Pemerintah Kota Semarang. (2023). *Dinas Perhubungan – Laporan Kinerja*.
- Peraturan Presiden No. 78 Tahun 2021 tentang Percepatan Pengembangan Ekonomi Kawasan Metropolitan.
- Picard, M. (2006). *Cultural Tourism in Bali: Cultural Performances as Tourist Attractions*. Singapore: Archipelago Press.
- Risma, T. & Wibowo, A. (2020). *Stakeholder Collaboration in Revitalization of Semarang Old Town*. *Jurnal Teknik PWK UNDIP*.
- Suharto, E. (2020). *Pemberdayaan dan Transformasi Sosial di Masyarakat Lokal*. Bandung: Refika Aditama.
- Sutrisno, E. (2019). *Sosiologi Pariwisata: Dinamika Sosial dalam Industri Wisata*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Satria, A. (2023). *Pemuda dan Inovasi Desa: Studi Kasus Ekonomi Kreatif di Jawa Barat*. Jakarta: LP3ES.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and Poverty*. London: Routledge.
- Sennett, R. (2012). *Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation*. New Haven: Yale University Press.
- Sudibyo, T. (2022). *Urbanisasi dan Fragmentasi Sosial di Wilayah Pariwisata Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- UN-Habitat Indonesia. (2021). *Urban Revitalization and Creative Economy in Semarang Kota Lama*.

Widianingsih, I., & Rahayu, P. (2020). *Kepemimpinan Komunitas dalam Pembangunan Pariwisata Berbasis Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press.

<https://www.japan.travel/id>

<https://www.tripadvisor.com/Tourism-g294213-Chongqing-Vacations.html>