

## IMPLEMENTASI KEBIJAKAN EKONOMI TERHADAP DESTINASI WISATA KOTA DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PERKOTAAN

**Lilis Yuaningsih**

*Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bandung  
Email: lilisyuaningsih@stiabandung.ac.id*

### ABSTRAK

Destinasi wisata kota merupakan potensi ekonomi yang cukup besar berkontribusi dalam pembangunan daerah. Dengan kebijakan kepariwisataan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah, sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat. Destinasi wisata melalui program pemberdayaan masyarakat tiada lain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor riil dan usaha kecil menengah serta pembangunan daerah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, pengumpulan data dengan teknik wawancara dan kajian dokumen kemudian dianalisis. Hasil penelitian, bahwa kebijakan destinasi wisata kota telah memberikan nilai signifikan terhadap ekonomi masyarakat, pemberdayaan, usaha kecil menengah dan terwujudnya *smartcity branding* serta berkontribusi pada pendapatan asli daerah Kota Bandung.

**Kata Kunci:** Kebijakan, Destinasi Wisata, Pemberdayaan Masyarakat

### ABSTRACT

*The city's tourist destination is a considerable economic potential contributing to the development of the area. Tourism policy is expected to improve the local opinion, while providing economic impact to the welfare of the community. Tourist destination through Community Empowerment Program is no other to improve the economic growth of the real sector and small business as well as regional development. The methods used in the study are qualitative descriptive, data collection with interview techniques and study of documents then analyzed. The results of the study, that the city's tourist destination policy has given significant value to the community economy, empowerment, small business and the realization of smartcity branding and contributing to the original revenue of the city of Bandung.*

**Keywords:** Policies, Travel Destinations, Community Empowerment

### A. PENDAHULUAN

Paris Van Java demikian favorit julukan Kota Bandung sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan di Jawa Barat. Percepatan destinasi wisata yang didukung oleh kebijakan pemerintah daerah menjadikan Kota Bandung sebagai pusat jasa, studi dan seni budaya serta lahirnya produk pariwisata *Meeting, Incentive, Conference, Exhibition* (MICE) berbasis edukasi (*knowledge-based tourism*). Produk tersebut mampu mendongkrak ekonomi masyarakat lokal dan berkontribusi signifikan terhadap pendapatan asli daerah (PAD). Melalui MICE edukasi sejak tahun 2011 Kota

ARTIKEL

Bandung menjadi icon Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) di Provinsi Jawa Barat.

Destinasi wisata kota merupakan bagian penting dari sumber ekonomi daerah dan masyarakat. Kawasan tujuan wisata kota yang terintegrasi dengan objek wisata lainnya diseperti Kota Bandung, telah memberikan opini positif terhadap wisatawan domestik maupun mancanegara, maka dengan potensi tersebut dapat dijadikan modal destinasi kota guna meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). Destinasi wisata kota telah menjadi industri bagi pemerintah daerah Kota Bandung dan memberikan *multiplier effect* terhadap ekonomi yang berdampak langsung terhadap peningkatan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Destinasi wisata kota terbukti menjadi roda penggerak aktivitas ekonomi masyarakat lokal dalam suatu kawasan dan memberikan nilai ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat. Seperti halnya kesuksesan Provinsi Bali dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Terdorong hal itu, Kota Bandung oleh *British Council* dijuluki sebuah kota kreatif di Asia Pasifik dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Dengan modal destinasi ini, maka rekonstruksi destinasi wisata kota di Kota Bandung sangat mungkin dikembangkan oleh pemerintah daerah dikemudian hari. Namun dalam beberapa tahun terakhir ini wisatawan mancanegara mengalami fluktuatif sehingga perlu dicari solusi dan kebijakan destinasi wisata kota agar ekonomi di sektor ini kembali menggeliat.

Bila dilihat destinasi wisata kota, pemerintah daerah menyuguhkan pesona natural seni dan budaya masyarakat Bandung yang unik dengan daya tarik yang luar biasa agar wisatawan mancanegara terpesona sehingga betah tinggal di Kota Bandung. Wisata *heritage* salah satu destinasi unggulan dan peluang daya tarik yang dikemas secara edukatif sehingga para wisman memahami, mengetahui, mengalami dan menghargai katakter *heritage*. Tujuannya agar setiap wisman paham arti dari suatu budaya bangsa, tidak hanya sekedar mendeskripsikan dari realitas yang ada.

**Tabel 1**  
**Kunjungan Wisman ke Kota Bandung**

Tahun	Wisata		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: Disbudpar Kota Bandung

Pada sisi kuliner adalah satu aktivitas makanan masyarakat lokal khas Sunda, dengan berbagai olahan yang penyajiannya tradisional, unik dan menyantapnya merupakan bagian menarik bagi setiap wisman. Wisata edukatif identik dengan pendidikan tematik, budaya dan lingkungan bagi pelajar dan mahasiswa sebagai bahan materi pendidikan luar kelas. Karyawisata ini sangat bermanfaat dan terintegrasi dengan kebudayaan lokal serta lingkungan alam sebagai sumber belajar. Artinya mampu merangsang kreativitas siswa, informasi lebih luas, aktual, konstuktif dan komprehensif, agar siswa dapat mencari serta dapat mengolah sendiri informasinya.

Sebab itu, Kota Bandung sebagai objek daya tarik wisata modern banyak yang dapat ditawarkan disaat kondisi kunjungan wisman ke Kota Bandung mengalami fluktuatif.

Berdasarkan data Disbudpar Kota Bandung, destinasi wisata kota memiliki banyak objek yang dapat dikunjungi lengkap dengan semua fasilitasnya. Hal ini guna memberikan banyak alternatif kepada wisman. Karena daya tarik wisata Kota Bandung sangat variatif dan menarik, selain letak geografis dan lingkungan natural juga didukung oleh infrastruktur representatif dari kebijakan pemerintah daerah agar terbangun iklim kondusif, mudah aksesibilitas, transportasi, komunikasi, hotel dan penginapan serta restoran dengan kenyamanan suasana sosiokultural Tatar Sundanis.

Dalam kebijakan dan regulasi kepariwisataan pemerintah daerah Kota Bandung dengan mengedepankan asas norma-norma religius dan budaya masyarakat lokal, maka pengembangan destinasi wisata kota yang kreatif, someah dan berwawasan lingkungan, diharapkan dapat menarik investasi guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat perkotaan sehingga memberdayakan masyarakat secara finansial dapat bergerak pesat.

Melalui implementasi kebijakan ekonomi destinasi wisata kota di Kota Bandung, maka kualitas layanan publik semakin baik dan kondusif. Dengan demikian, seiring masuknya investasi ke Kota Bandung, maka arah dan tujuan pembangunan daerah yang berorientasi destinasi wisata kota dapat berjalan dinamis dan kondusif serta perekonomian masyarakat perkotaan semakin tumbuh.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

Dalam mewujudkan kebijakan ekonomi destinasi wisata kota di Kota Bandung, berdasar kepada Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, PP Nomor 50 Tahun 2011 tentang Ripparnas, Perda Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata Kota Bandung, Perda Nomor 10 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan Usaha Kepariwisata dan Perda Nomor 11 Tahun 2004 tentang Retribusi Pembinaan dan Promosi Penyelenggaraan Usaha Kepariwisata yang mengatur kegiatan wisata, fasilitas dan pelayanan yang disediakan masyarakat, *stakeholder*, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Artinya, pengembangan destinasi wisata kota tidak dapat berjalan sendiri-sendiri, namun membutuhkan kolaborasi antara pemerintah daerah dan masyarakat lokal.

Kebijakan dapat dipahami seperti pernyataan Grindle (2018), bahwa pelaksanaan kebijakan merupakan proses tindakan administratif yang dapat diteliti pada level program tertentu. Artinya, proses pelaksanaan dapat dimulai ketika tujuan dan sasaran telah ditetapkan, program kegiatan telah tersusun yang didukung oleh anggaran yang siap digunakan untuk mencapai sasaran atau tujuan.

Menurut Tahir (2016), implementasi kebijakan salah satu aktivitas dalam proses kebijakan publik. Namun sering bertentangan dengan apa yang diharapkan, bahkan produk kebijakan menjadi hambatan bagi si pembuat kebijakan itu sendiri. Menurut Dunn (2016), kebijakan publik adalah pola ketergantungan yang kompleks dari pilihan-pilihan kolektif yang berkorelasi, dan termasuk keputusan tidak bertindak yang dibuat lembaga pemerintah. Edgell mengatakan kebijakan destinasi wisata kota merupakan kerangka etis yang terfokus pada isu-sisu destinasi yang akan dihadapi dan mempertemukan secara efektif antara keinginan dan kebutuhan masyarakat dan pemerintah dengan rencana, pembangunan, produk, pelayanan, *marketing*, dan tujuan serta sasaran. Kebijakan destinasi wisata kota mencakup keterkaitan antara kehendak, kebijakan, dan hasil. Pada kehendak, kebijakan destinasi harus terefleksikan sikap pemerintah.

Pada tindakan, kebijakan yang terefleksikan itu harus menjadi perilaku pemerintah daerah dan pada level hasil yang akan dilakukan oleh pemerintah.

Sesuai dengan RIPP Kota Bandung bahwa kegiatan wisata kota yang dikembangkan berdasar pada wisata belanja (*shopping*), hiburan, dan MICE.

**Tabel 2**  
**Kegiatan Wisata Kota Bandung**

<b>Kegiatan Utama</b>	<b>Kegiatan Penunjang</b>
a. <i>Sighseeing</i> berupa <i>city sight</i> '	a. Hiburan
b. Daya tarik wisata khusus: arsitektur gedung / bangunan dan monumen	b. Kehidupan malam dan bioskop
c. MICE	c. Belanja ( <i>shopping</i> )

Sumber: Disbudpar Kota Bandung

Kebijakan ekonomi destinasi wisata adalah landasan awal dalam setiap pariwisata program pemerintah daerah yang berkaitan dengan kepariwisataan. Dalam konteks ini, kebijakan ekonomi destinasi wisata kota tentunya sangat dinamis karena beriringan dengan kondisi sebuah kawasan yang dijadikan objek wisata.

Goeldner dan Ritchie (2019) mendefinisikan kebijakan pariwisata sebagai regulasi, pedoman, arah, sasaran pembangunan, promosi dan strategi destinasi yang dapat memberikan kerangka kerja dalam pengambilan keputusan individu maupun kolektif sehingga dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata dalam jangka panjang. Sebab itu, kebijakan destinasi wisata kota harus dijamin oleh negara dan pemerintah daerah agar memberikan manfaat yang sebesar-besarnya dari kontribusi sosial dan ekonomi yang diberikan oleh dampak pariwisata bagi kesejahteraan masyarakat perkotaan.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, menurut Bachrach dan Botwinick (2016), dibutuhkan peran aktif masyarakat secara luas. Artinya dalam setiap destinasi wisata kota maka pemberdayaan masyarakat sangat penting untuk dilibatkan, dan diberdayakan yang dirumuskan secara tersendiri dalam sebuah rencana pembangunan destinasi wisata kota baik secara individu maupun kelompok. Sedangkan Pendit (2018) mengatakan, bahwa dalam pemberdayaan masyarakat pariwisata dalam konteks pembangunan destinasi yang multidimensional baik langsung maupun tidak langsung, harus berorientasi pada pemberdayaan masyarakat sebagai anggotanya.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif guna menjelaskan secara detail hasil analisis guna memperoleh gambaran mengenai perkembangan destinasi wisata kota dengan dukungan pemberdayaan masyarakat lokal. Fakta empiris menjadi perhatian penelitian dan dianalisis secara mendalam. Data diperoleh dari dua sumber, yakni: data primer, diambil langsung dari sumbernya di lapangan, seperti data-data parsial dari Disbudpar Kota Bandung, wawancara dan informasi pendukung dari lapangan meliputi masyarakat pelaku pariwisata, stakeholder dan para usaha kecil dan menengah yang terdampak destinasi wisata kota di Kota Bandung. Data sekunder, diperoleh tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan, artikel, media masa, jurnal penelitian pariwisata dan data-data yang relevan untuk mendukung penelitian ini. Data sekunder juga diperoleh dari dokumen Disbudpar dan BPS Kota Bandung.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Kebijakan Ekonomi Destinasi Wisata Kota di Kota Bandung**

Kebijakan ekonomi terhadap destinasi wisata kota pemerintah daerah Kota Bandung merupakan gambaran dinamisasi berfungsinya sistem ekonomi masyarakat perkotaan yang didalamnya melibatkan berbagai unsur seperti masyarakat pelaku wisata kota, investor sektor objek dan jasa wisata, wisatawan domestik dan mancanegara sebagai konsumen dan pengguna jasa wisata, dan pemerintah daerah sebagai penentu kebijakan dan penyedia sarana dan prasarana pendukung pasar destinasi wisata kota yang berkelanjutan. Daya tarik "Kota Kembang" sangat didominasi atau dipengaruhi oleh kondusivitas lingkungan dan didukung oleh faktor alam agraris natural. Objek destinasi wisata kota sebenarnya telah disediakan oleh masyarakat wisata dan para investor dengan kapasitas besar.

Hasil penelitian diperoleh bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Bandung adalah berasal dari seluruh Indonesia dan mancanegara. Disbudpar salah satu dinas yang berperan aktif terhadap destinasi memiliki peran strategis dalam mengembangkan wisata dan budaya lokal, serta berupaya mewujudkan sebagai kota wisata yang bertumpu pada jasa, studi dan seni budaya dengan optimalisasi keunggulan seni budaya lokal. Masyarakat memiliki peran sentral dalam memberikan pelayanan jasa secara maksimal demi mewujudkan pariwisata lokal berbasis masyarakat (*community based tourism*).

Beberapa tahun terakhir ini, pemerintah daerah Kota Bandung telah melakukan berbagai perubahan infrastruktur kota dan promosi pariwisata guna menunjang destinasi wisata kota, sehingga mengingatkan masyarakat dunia bahwa Kota Bandung layak dikunjungi sebagai kota historikal dunia. Arah kebijakan ekonomi destinasi wisata kota pemerintah daerah Kota Bandung, selain mencanangkan visi, "Bandung sebagai Kota Tujuan Wisata dan Kota Idaman", yang dikemas menjadi dua belas tujuan, dengan model kolaboratif (*top down* dan *bottom up*) yang mengedepankan partisipasi publik secara utuh yang melibatkan berbagai *stakeholder* wisata. Sedangkan program-program pengembangan destinasi wisata kota mencakup produk wisata, lingkungan hidup, kualitas SDM, *marketing*, pelestarian seni dan budaya dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penunjang program masyarakat lokal.

Pada sisi lain, pemerintah daerah dengan kebijakannya senantiasa melibatkan banyak pihak, khususnya *stakeholder*. Terutama pada sektor informal dan kuliner UKM. Pemerintah daerah melihat sektor kuliner paling disukai para wisatawan domestik dan mancanegara. Sektor inilah yang menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) Kota Bandung.

##### **Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal**

Ekonomi kreatif berbasis budaya lokal membuka ruang bagi masyarakat Kota Bandung untuk berinovasi khususnya yang bergelut di bidang kreatif dan mendapatkan kemanfaatan ekonomi secara langsung dari aktivitas yang dilakukan atau digeluti. Negara, wilayah atau daerah mampu menciptakan produk baru yang unik sehingga mampu memberikan nilai tambah secara ekonomis untuk PAD.

Hasil penelitian, industri kreatif di Kota Bandung didominasi oleh kelompok busana (*fashion*), periklanan, kerajinan dan desain. Sektor ini, bila dikelola maksimal, kontribusinya terhadap pendapatan produk domestik bruto (PDB) cukup signifikan. Inilah yang perlu diperhatikan dan diseriuskan oleh pemerintah daerah sehingga industri kreatif di Bandung perlu terus dikembangkan. Ada 14 subsektor industri kreatif, yakni peranti lunak (*software*), periklanan, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, permainan interaktif, televisi dan radio, film, video dan

fotografi, busana (fashion), desain, musik, kerajinan, arsitektur, pasar dan barang seni, penerbitan dan percetakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri ekonomi kreatif tidak dapat lepas dari budaya lokal (*local genius*), yang telah memberikan ruh dan nilai-nilai bermakna dalam lingkungan kehidupan masyarakat. Artinya, ekonomi kreatif tidak hanya dipandang dari aspek ekonomi saja, tetapi juga dalam dimensi seni dan kebudayaan. Sebab ide-ide kreativitas telah lahir dari produk budaya yang sangat menentukan arah dan tujuan perkembangan ekonomi kreatif. Bila hal ini dikelola secara profesional, tak hanya PDB yang meningkat tetapi dapat membuka lapangan kerja dan angka kemiskinan dapat teratasi secara bertahap. Kebijakan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal ini dapat memberikan dampak terhadap ekonomi masyarakat lokal dengan mendayagunakan potensi-potensi yang terdapat pada budaya lokal dan digunakan sebagai modal untuk meraih keuntungan secara ekonomis.

### **Kebijakan Ekonomi Wisata Berkesinambungan**

Substantif kebijakan ekonomi wisata kota yang berkesinambungan tiada lain untuk mewujudkan sebuah kota yang berbasis wisata dan budaya dengan kearifan lokal (*local wisdom*). Kebijakan ekonomi wisata Kota Bandung mengintegrasikan kekuatan potensi lokal dengan sumberdaya masyarakat lokal, hal ini tiada lain bertujuan guna membangun kekuatan baru di sektor pariwisata perkotaan antara kekuatan investor besar dan potensi yang dimiliki masyarakat Kota Bandung sehingga mampu membangun kreativitas dan inovasi yang berkelas internasional. Harapannya adalah membangun kota mandiri bertaraf internasional dengan destinasi wisata kota yang lebih modern dan terukur untuk kemajuan perekonomian masyarakat Kota Bandung.

Guna menyukseskan kebijakan destinasi wisata kota maka diperlukan berbagai potensi daerah termasuk sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi, professional dan bertaraf lokal, nasional maupun global. Kebijakan yang digulirkan tersebut, dari hasil penelitian lapangan telah membawa semangat baru bagi masyarakat yang tergabung dalam komunitas pembangunan kepariwisataan Kota Bandung. Pergerakan perekonomian pada sektor ini terus meningkat meski dibutuhkan kerja keras akibat masih fluktuasinya kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Bandung.

### **Pemberdayaan Local Wisdom**

Perkembangan destinasi wisata kota di Kota Bandung, dalam beberapa tahun terakhir ini cenderung naik meski belum signifikan. Hal ini tentunya setelah dilakukan berbagai terobosan program wisata oleh pemerintah daerah, dalam hal ini Disbudpar Kota Bandung, telah menimbulkan berbagai dampak yang cukup luas bagi masyarakat lokal, baik dari sisi sosial, budaya dan ekonomi. Dengan berbagai terobosan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisman ke Kota Bandung.

Kesuksesan destinasi wisata kota di Kota Bandung, dibutuhkan perwujudannya secara bersama-sama, maka melalui peran serta masyarakat kota yang lebih merata dan kesadaran masyarakat akan pentingnya destinasi maka pemerintah daerah telah membuat berbagai program destinasi dengan kebijakan-kebijakan berkesinambungan yang selaras dengan visi dan misi Kota Bandung.

Kebijakan yang relatif populer dalam masyarakat adalah program pemberdayaan ekonomi pariwisata yang lebih dikenal, yakni:

- a. Pengembangan destinasi wisata kota sebagai industri pariwisata yang berbudaya dan religius untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan PAD.
- b. Pengembangan ekonomi kreatif masyarakat lokal melalui seni budaya lokal sebagai daya tarik Kota Bandung.

- c. Pengembangan potensi UMKM masyarakat lokal, sebagai potensi ekonomi masyarakat Kota Bandung dan potensi kuliner yang sangat digemari wisatawan mancanegara.
- d. Pembangunan ekonomi wisata kota berkesinambungan, tiada lain untuk mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal, mengembangkan produk yang mampu bersaing di tataran global sehingga masyarakat mandiri dari sisi *financial*.
- e. Peningkatan kesadaran wisata melalui peran dan fungsi berbagai komunitas dan kelompok masyarakat yang peduli wisata kota Bandung, merupakan elemen penting yang turut berkontribusi suksesnya destinasi wisata kota di Kota Bandung.

### **Dampak Ekonomi Pengembangan Destinasi Wisata Kota**

Pengembangan destinasi wisata kota di Kota Bandung, sangat signifikan berkontribusi terhadap PAD Kota Bandung. Sektor ini, adalah satu sumber pajak daerah sehingga dibutuhkan penanganan serius agar sektor ini terus berkembang dan memajukan perekonomian masyarakat yang terkena dampak. Artinya, bagi pemerintah daerah dalam pengembangan destinasi tidak setengah hati dan perlu melibatkan masyarakat secara intens.

Hasil penelitian diketahui bahwa adanya kebijakan destinasi wisata kota, masyarakat lokal yang terdampak telah memberikan pengaruh signifikan terhadap kehidupan masyarakat perkotaan yang lebih baik. Selain ekonomi meningkat juga memberikan peluang bagi tenaga kerja di sektor pariwisata Kota Bandung. Pada sisi investor, adanya kebijakan ini telah membuka akses kemudahan berinvestasi karena adanya kemudahan membuka usaha baru pada sektor pariwisata. Berbagai inovasi dan stimulus pun telah dibuka oleh pemerintah daerah dengan tujuan untuk membangkitkan dunia pariwisata yang sempat menurun.

Bagi pemerintah daerah Kota Bandung, implementasi kebijakan destinasi wisata kota tiada lain untuk mewujudkan pelaksanaan program yang tertuang dalam visi misi sehingga mempercepat pencapaian prestasi daerah. Selain itu, peningkatan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata terus ditingkatkan dan terbangunnya investasi dalam pembangunan Kota Bandung.

Melalui implementasi kebijakan kolaboratif yang diharapkan dapat membuka peluang usaha baru bagi masyarakat lokal dan terbukanya lapangan kerja baru di sektor pariwisata dan sektor lainnya. Bagi masyarakat lokal, dengan penerapan kebijakan kolaboratif dapat membuka peluang ekonomi yang lebih besar sehingga percepatan kesejahteraan masyarakat segera terwujud. Inilah maknanya mengapa masyarakat harus terlibat di dalamnya, agar peran serta mereka dapat dirasakan langsung.

Dengan berkembangnya kepariwisataan Kota Bandung secara berkesinambungan, telah berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat di sektor wisata. Selain itu, pemenuhan kebutuhan fasilitas umum sebagai pendukung pariwisata dan menjadi konsekuensi pemerintah daerah untuk melengkapinya sehingga wisatawan domestik maupun mancanegara merasa nyaman dan betah tinggal lebih lama di kota Bandung.

Dampak yang ditimbulkan dari sarana dan prasarana ini, dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar masyarakat pelaku pariwisata dalam mendukung pendapatan ekonomi masyarakat. Artinya, dengan penerapan kebijakan destinasi wisata kota oleh pemerintah yang berkelanjutan, maka semakin menguatkan peran lembaga dan organisasi masyarakat untuk sama-sama membangun kepariwisataan daerah dan semua kepentingan yang ada di dalamnya dapat terakomodir. Termasuk investor, maka dengan kebijakan tersebut, kemudahan berinvestasi semakin terbuka dan mudah serta adanya jaminan kepastian hukum dari pemerintah daerah Kota Bandung terhadap semua investor.

## E. SIMPULAN

Kota Bandung, secara ekonomi tergolong cukup baik dari seluruh Kabupaten dan Kota, yang ada di Provinsi Jawa Barat. Sektor destinasi wisata Kota, telah melewati batas potensi ekonomi lokal, nasional dan telah mampu menembus pasar mancanegara. Ekonomi Kota Bandung, berbasis kerakyatan, lokal, seni dan budaya, pendidikan dan religi telah berlangsung dengan baik. Kebijakan destinasi wisata kota telah selaras dengan tujuan ekonomi kerakyatan dan nasional. Wujud dalam pemberdayaan masyarakat kota dalam aktivitas destinasi wisata kota telah mampu meningkatkan ekonomi masyarakat. Peran serta masyarakat lokal kini lebih terbuka namun tetap mempertahankan budaya lokalnya sehingga terjaga kelestarian dan keasliannya. Masyarakat lokal di sektor destinasi wisata kota tetap memerlukan pembinaan pemerintah daerah Kota Bandung agar muncul produk-produk baru masyarakat dalam perspektif kepariwisataan yang terakomodir secara baik dan merata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Lokman Mohd. Tahir, School Operational Funding to Support School Activities. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, Vol.3 , No.1 , March 2016, 66-78.
- Andrew, Heywood (2017). *Political Theory: An Introduction*. New York: Palgrave.
- Bachrach, Peter & Aryeh, Botwinick. (2016). *Power and Empowerment: A Radical Theory of Participatory Democracy*. Philadelphia: Temple University Press.
- Bukart, A. J. & Medlik, S. (2018). *Tourism: Past, Present and Future*. Universitas Michigan: Heinemann.
- Dunn, William N. (2016). *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada.
- Edgell, Sr., et.al. (2016). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. Amsterdam: Elsevier.
- Goeldner, Charles R. & J. R. Brent, Ritchie. (2019). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed.
- Grindle, Merilee S. (2018). *Politics and Policy Implementation in The Third World*. New Jersey: Princeton University Press.
- Gronroos, Michael (2019). *Perceived Service Quality Model*. Ohio: University Press.
- Ismayanti (2017). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pitana, I. Gde & Gayatri, G. Putu (2016). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Pendit, Nyoman S. (2018). *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Subhani, Armin. 2018. *Potensi Objek Wisata Pantai di Kabupaten Lombok Timur*. *Tesis Program Studi Kependudukan dan Lingkungan Hidup*, minat Utama: Pendidikan Geografi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- <http://portal.bandung.go.id>, diposting 4 Juni 2020, pkl 14.35.
- <https://money.kompas.com/read/2008/05/27/20160710/-Regional1-Jawa>, diposting 5 Juni 2020.
- Data BPS Kota Bandung, 2016.