

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 5, Juni 2023

E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.8060059)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8060059>

## Pengaruh Tipologi Arsitektur Kawasan Pariwisata Kota Bandung terhadap Ketidakmerataan Tingkat Minat Pengunjung

Ahmad Bayhaqi<sup>1</sup>, Andhika Ahmad Argiansyah<sup>2</sup>, Aliyuddin Muhammad<sup>3</sup>,  
Daffa Hilman Anshory<sup>4</sup>, Rama Wijaya Abdul Rozak<sup>5</sup>

<sup>1234</sup>Program Studi Arsitektur, Departemen Pendidikan Teknik Arsitektur, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia

Email: [bayhaqi201@upi.edu](mailto:bayhaqi201@upi.edu)<sup>1</sup>, [dhikaargiansyah07@upi.edu](mailto:dhikaargiansyah07@upi.edu)<sup>2</sup>, [aliyuddinmuhammad17@upi.edu](mailto:aliyuddinmuhammad17@upi.edu)<sup>3</sup>,  
[daffa.hilman31@upi.edu](mailto:daffa.hilman31@upi.edu)<sup>4</sup>, [rahmajamilahpak22@upi.edu](mailto:rahmajamilahpak22@upi.edu)<sup>5</sup>

### Abstract

*Bandung is one of the most popular tourist destinations in Indonesia and offers a wide variety of architectural styles and types. Although Bandung offers many different architectural styles that attract tourists, unfortunately not all tourist attractions in Bandung offer the same experience in discovering the beauty of the existing architecture. The purpose of this research is to improve the quality tourism attraction and experience of tourist attractions in Bandung by focusing on aspects such as comfort, safety, and accessibility. With the aim to create unique and memorable buildings in the long term, such as building facades, to maintain tourists' interest and encourage more tourists to visit the area regularly. In addition, to investigate how architectural features affect tourism in Bandung City by using qualitative descriptive method to increase tourists' interest. Data was collected through a qualitative open-ended questionnaire from aged respondents who live in Indonesia and have visited Bandung city. The results showed that most respondents were very satisfied with their tourism experience in Bandung City, with the majority visiting tourist attractions to seek new experiences or for healing purposes. The majority of respondents also found it easy to find information about tourist attractions in Bandung and recommended Bandung as a tourism destination to others. However, there were still some respondents who were dissatisfied with public facilities at tourist attractions, such as cleanliness and comfort, as well as the management of rundown tourist spaces.*

**Keywords :** *building typology, tourism, interest level, sustainable architecture*

### Abstrak

Bandung merupakan salah satu tujuan wisata paling populer di Indonesia dan menawarkan berbagai macam gaya dan jenis arsitektur. Meskipun Bandung menawarkan banyak gaya arsitektur yang berbeda yang menarik wisatawan, sayangnya tidak semua tempat wisata di Bandung menawarkan pengalaman yang sama dalam menemukan keindahan arsitektur yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik pariwisata yang berkualitas dan pengalaman tempat wisata di Bandung dengan berfokus pada aspek-aspek seperti kenyamanan, keamanan, dan aksesibilitas. Dengan tujuan untuk menciptakan bangunan yang unik dan mengesankan dalam jangka yang lama, seperti fasad bangunan, untuk mempertahankan minat wisatawan dan mendorong lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut secara teratur. Selain itu, untuk menginvestigasi bagaimana fitur arsitektur mempengaruhi pariwisata di Kota Bandung dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk meningkatkan minat wisatawan. Data dikumpulkan melalui kuesioner terbuka kualitatif dari responden berusia yang tinggal di Indonesia dan pernah mengunjungi kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat puas dengan pengalaman wisata mereka di Kota Bandung, dengan mayoritas mengunjungi tempat wisata untuk mencari pengalaman baru atau untuk tujuan healing. Mayoritas responden juga merasa mudah menemukan informasi tentang tempat wisata di Bandung dan merekomendasikan Kota Bandung sebagai destinasi pariwisata kepada orang lain. Namun, masih ada beberapa responden yang tidak

puas dengan fasilitas umum di tempat wisata, seperti kebersihan dan kenyamanan, serta pengelolaan ruang tempat wisata yang kumuh.

**Kata Kunci :** *tipologi bangunan, pariwisata, tingkat minat, arsitektur sustainable*

## PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan kota dari destinasi wisata yang populer di Indonesia, terdapat banyak tempat yang menjadi sebagai tempat destinasi wisata. Tipologi arsitektur mengacu pada kategorisasi dan klasifikasi bangunan berdasarkan gaya arsitektur, desain, fungsi, dan bahan yang digunakan dalam pembangunannya. Kota Bandung, yang terletak di Indonesia, memiliki beragam gaya dan tipologi arsitektur dapat mencerminkan sejarah dan pengaruh budayanya (Anjas & Ardhya, 2021).

Perkembangan terhadap suatu sektor pariwisata yang mendorong masyarakat sebagai pelaku wisata sadar akan eksistensi dan peranan pentingnya ekosistem pada permukiman sebagai bagian dari kegiatan wisata (Pahleva & Sari, 2021). Berkembangnya sebuah wisata pada permukiman salah satunya melalui sektor wisata yang berada pada pusat Kota Bandung. Dengan adanya sebuah objek wisata juga berdampak pada pengembangan infrastruktur dan penyediaan akomodasi (Sarbitinil & I Wayan, 2018).

Sektor pariwisata di Kota Bandung memiliki daya tarik tersendiri oleh pemerintah setempatnya maupun warga lokal yang tinggal. Karena merupakan sebuah tempat yang strategis dan menarik untuk dikunjungi sebagai destinasi wisata. Oleh karena itu tidak hanya orang-orang sekitar Jawa Barat yang dapat mengunjungi Kota Bandung tetapi berbagai wisatawan, mulai dari wisatawan luar pulau Jawa tetapi juga wisatawan mancanegara yang sering berdatang beriringan dengan berkembangnya tempat-tempat wisata di Kota Bandung yang sangat pesat. Selain itu, lokasi strategis menjadikan sebuah alasan ramai pengunjung tempat di Kota Bandung oleh wisatawan karena terdapat banyak sekali destinasi atau lokasi wisata yang memiliki keindahan panorama dan desain yang unik (Sari, S. R., Andadari, T. S., & Hilmy, M. F., 2022).

Hal ini membuat kawasan tersebut memiliki sebuah citra kawasan pada bangunan berdiri pada kawasan Kota Bandung memiliki nilai komersil tinggi dan bangunan bernuansa modern, simetris, Art Deco, dan tradisional (Suzanna & Tri, 2021). Dalam studi kasus kali ini desain yang berdasarkan sebuah penelitian yang telah sesuai dari kontekstual arsitektur mendengarkan sebuah kebutuhan dapat membentuk suatu konsep dan program. Kasus ini bertujuan menganalisis kondisi tipologi pariwisata Kota Bandung dan esensi ketertarikan terhadap suatu aspek minat masyarakat berdasarkan tipologi. Selanjutnya membuat sebuah usulan berdasarkan dari pengembangan kawasan wisata pada masa mendatang dan membuat rekomendasi wisatawan (Jinghong Li, 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi pariwisata menggunakan metode analisis deskriptif yang ada di Kota Bandung dengan melakukan pendekatan terhadap kawasan wisata berdasarkan klasifikasi atau jenis wisata. Melingkupi ketersediaan fasilitas sarana yang membuat wisatawan melakukan kunjungan terhadap pariwisata dan mengetahui aspek yang mendukung serta menghambat pertumbuhan kunjungan yang tidak merata wisata di Kota Bandung (Dimitri & Herlan, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengeksplorasi terhadap pengaruh tipologi arsitektur pada pariwisata Kota Bandung dalam meningkatkan minat pengunjung. Responden yang dimintai data adalah wisatawan yang pernah berkunjung di Kota Bandung, berusia 18 tahun ke atas, dan berdomisili di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan media *Google Form* berisikan

jawaban kualitatif terbuka. Terdapat data 142 responden yang mana 43 laki-laki, 93 perempuan, 115 usia 18-25 tahun, 27 25 tahun ke atas, 57 luar Bandung, 85 Bandung mengisi kuesioner tersebut. Pertama, data format jawaban responden diperiksa. melalui kuesioner disajikan dalam bentuk pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden mengisi untuk mengekspresikan pemikiran mereka secara bebas. Ide-ide tersebut diklasifikasikan berdasarkan kesamaan isi atau maksud dari ide-ide tersebut. Untuk menginterpretasikan dan mengklarifikasi tanggapan dari responden yang dikategorikan,. Setiap kategori respons kemudian dijelaskan dan dianalisis. Deskripsi adalah deskripsi untuk setiap kategori respons. Tahap terakhir adalah menganalisis dan mendeskripsikan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Pada tahap ini semua pertanyaan dibahas secara mendalam dan terperinci tanpa mengacu pada bagian sebelumnya. Dalam tahap ini, semua pertanyaan dibahas secara mendalam dan terperinci tanpa mengacu pada bab-bab sebelumnya. Pembahasan dilakukan secara menyeluruh dan komprehensif. Dengan kata lain, diskusi harus Dengan kata lain, diskusi harus mendalami jawaban-jawaban dari narasumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2** Tingkat Kunjungan dan Ketertarikan Tempat Wisata di Kota Bandung

No	Pertanyaan	Kategori	f	Persentase
1.	Apakah Anda pernah berkunjung ke salah satu tempat pariwisata di kota Bandung dalam satu bulan terakhir?	Ya	128	90,8%
		Tidak	13	9,2%
2.	Jika <b>IYA</b> , sebutkan tempat wisata mana saja yang telah Anda kunjungi?	BragaFarm House	45	31,7%
		Lainnya	8	5,6%
			89	62,7%
3.	Seberapa sering Anda mengunjungi sebagai destinasi pariwisata di Kota Bandung dalam sebulan terakhir?	1 kali	82	57,7%
		2 kali	43	30,3 %
		Lainnya	17	12%
4.	Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengunjungi tempat pariwisata di Kota Bandung?	Estetik, karena Instagramable	81	56,6%
		Harga terjangkau	23	16,1%
		Lainnya	38	27,3%
5.	Menurut Anda, Bagaimana bangunan yang ada pada tempat wisata kota Bandung?	Indah, karena tata letak yang strategisdan layak untuk dikunjungi	115	81,6%
		Kumuh, karena padat penduduk	6	4,3%
		Lainnya	21	14,1%
6.	Menurut Anda, tempat yang cocok untuk pariwisata jika ingin berkunjung ke Kota Bandung? (boleh isi lebih dari 1 untuk lainnya)	BragaFarm House	51	35,9%
		Lembang		
		Lainnya	45	31,7%
			46	32,4%

7.	Menurut Anda, jenis wisata apa yang paling menarik di Kota Bandung?	Pariwisata kota	29	20,4%
		Pariwisata alam	113	79,6%

Data survei menunjukkan bahwa mayoritas responden mengunjungi destinasi di Bandung dalam satu bulan terakhir. Destinasi yang paling sering dikunjungi oleh responden adalah Braga sebagai tujuan wisata. Mayoritas responden mengunjungi destinasi di Bandung sebanyak satu kali dalam satu bulan terakhir.

Alasan utama responden mengunjungi destinasi di Bandung adalah karena estetika dan keindahan tempat yang disajikan *Instagramable*. Sekitar 81,6 persen responden mengatakan bahwa destinasi wisata Bandung indah karena lokasinya yang strategis dan arsitekturnya.

Mayoritas responden mengatakan bahwa Braga dan Perkebunan Lembang adalah tempat terbaik untuk dikunjungi. Mayoritas responden menyatakan bahwa wisata alam adalah jenis wisata yang paling menarik di Bandung.

**Tabel 3** Faktor Kunjungan Tempat Wisata di Kota Bandung

No	Pertanyaan	Kategori	f	Persentase
1.	Menurut Anda, apakah letak geografis pariwisata kota Bandung sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung? (Ya/Tidak), sertakan alasan Anda	Ya	138	97%
		Tidak	4	3%
2.	Apa alasan utama Anda memilih Kota Bandung sebagai destinasi pariwisata?(misal : Healing, rekreasi, mencari pengalaman baru,dll)	Healing	59	41,5%
		Rekreasi	30	21,1%
		Lainnya	52	37,4%
3.	Mengapa Anda memilih tempat tersebut selain dari harganya?	Bagus	21	14,8%
		Estetik	15	10,6%
		Lainnya	106	74,6%
4.	Jika <b>IYA</b> kenapa Anda memilih tempat itu untuk dikunjungi?	Bagus	13	9,2%
		Sejuk	6	4,2%
		Lainnya	90	63,3%
5.	Menurut Anda, jika Anda berkunjung ke tempat pariwisata tetapi tempat tersebut tidak ramai, apakah akan tetap berkunjung ke tempat tersebut?	Ya	102	71,8%
		Tidak	7	
		Lainnya	33	4,9 %
6.	Jika <b>IYA</b> kenapa Anda memilih tempat itu untuk dikunjungi?(jika pilih <b>LAINNYA</b> boleh dikosongkan)	Tenang	8	5,7%
		Nyaman	8	5,7%
		Lainnya	86	60,6%

Dari data yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa letak geografis Bandung memiliki pengaruh yang besar terhadap minat wisatawan. Alasan sebagian besar responden memilih Bandung sebagai tujuan wisata adalah karena mereka mencari pengalaman baru, diikuti dengan kegiatan terapi dan rekreasi. Selain harga, banyak responden yang memilih Bandung karena lokasi dan estetika. Banyak responden mengatakan bahwa mereka mengunjungi destinasi yang terpencil karena santai, tenang, dan memberikan rasa aman. Sementara ketika mengunjungi destinasi yang ramai, sebagian besar responden memilih daerah tersebut karena alasan lain Perkembangan terhadap suatu sektor pariwisata yang mendorong masyarakat sebagai pelaku wisata sadar akan eksistensi dan peranan pentingnya ekosistem pada permukiman sebagai bagian dari kegiatan wisata (Utomo & Hamdani, 2021).

**Tabel 4** Kepuasan dan Pendapat Pengunjung Terhadap Tempat Wisata di Kota Bandung

No.	Pertanyaan	Kategori	f	Persentase
1.	Apakah Anda puas dengan fasilitas yang ada di tempat pariwisata tersebut?	Ya	128	89,4%
		Tidak	15	10,6 %
2.	Jika tidak, kenapa Anda tidak puas dengan fasilitas tersebut?	Keamanan	3	10,2%
		Kenyamanan	4	13,6%
		Kebersihan	4	13,6%
3.	Apakah Anda merasa puas dengan harga tiket masuk di tempat wisata di Bandung?	Ya	125	87,4%
		Tidak	18	12,6%
4.	Menurut Anda, Apakah puas dengan fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, dan rest area di tempat wisata di Bandung?	Ya	100	70,6%
		Tidak	42	29,4%
5.	Bagaimana pendapat Anda tentang aksesibilitas transportasi menuju tempat wisata di Bandung?	Ya	97	68,8%
		Tidak	44	31,2%
6.	Apakah lingkungan berpengaruh pada keputusan Anda untuk mengunjungi sebuah tempat wisata di Bandung?	Ya	128	92,8%
		Tidak	10	7,2%
7.	Seberapa mudah Anda menemukan informasi tentang tempat wisata di Bandung?	Mudah	139	97,9%
		Tidak	3	2,1%
8.	Bagaimana pendapat Anda tentang pengelolaan ruang tempat wisata di Bandung?	Tertata	103	73,1%
		dengan Rapi Kumuh	39	26,9%
9.	Apakah Anda akan merekomendasikan Bandung sebagai destinasi pariwisata kepada orang lain?	Ya	140	98,6%
		Tidak	2	1,4%
10	Menurut Anda, Bagaimana lingkungan di sekitar tempat pariwisata apakah mendukung daya tarik pengunjung atau tidak?	Ya	130	91,5%
		Relatif	12	8,5%
11	Menurut Anda, tempat seperti apa yang dapat menjadi daya tarik pengunjung?	Bersih	32	22,4%
		Aman	25	17,5%
		Estetik	13	9,1%
		lainnya	72	51%

12.	Menurut Anda, tempat pariwisata mana yang paling bagus di Kota Bandung yang pernah Anda kunjungi?	Lembang	34	23,8%
		Jalan Braga	16	11,2%
		Lainnya	82	57,4%
13.	Menurut Anda, Apakah Anda setuju apabila dilakukan pemerataan infrastruktur agar tempat wisata di kota Bandung mengalami pemerataan jumlah pengunjung?	Setuju	115	80,5%
		Tidak	17	8,4%
14.	Menurut Anda, apa yang akan Anda tambahkan terhadap tempat wisata yang dipilih/pernah dikunjungi agar menjadi daya tarik tersebut menjadi lebih ramai?	Aksesibilitas	16	11,2%
		Fasilitas	14	9,8%
		Lainnya	112	78,4%

Sebagian besar pengunjung Bandung merasa puas dengan layanan dan tiket, tetapi beberapa tidak puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan. Sebagian besar pengunjung merasa bahwa tidak sulit untuk mendapatkan informasi tentang tempat wisata di Bandung dan akan merekomendasikan kota ini sebagai tujuan wisata. Lembang dan tempat-tempat lain yang tidak disebutkan namanya dinilai sebagai tempat wisata terbaik di Bandung. Sebagian besar pengunjung setuju bahwa tempat-tempat wisata di Bandung perlu meningkatkan infrastruktur dengan fokus pada aksesibilitas dan layanan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan membuatnya lebih menarik.

## PEMBAHASAN

Hasil studi tentang minat wisatawan terhadap tipologi arsitektur menunjukkan perbedaan yang signifikan antara destinasi wisata perkotaan dan alam (Sarbaithinil et al., 2018). Temuan ini menunjukkan bahwa studi ini didasarkan pada peran dan pengalaman orang-orang yang memiliki peran dan pengalaman berwisata dalam satu bulan terakhir. Beberapa orang tertarik untuk berwisata di Bandung karena keindahan fasad bangunan yang ada di sana. Selain itu, faktor pendukung lainnya seperti udara yang sangat bersih dan menyenangkan, menyebabkan peningkatan minat pengunjung yang signifikan (Nuraeni, 2014a). Dengan harga yang terjangkau, banyak orang yang lebih memilih untuk mengunjungi destinasi wisata ini, sehingga keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas tetap berada di tingkat yang lebih rendah (Studi et al., 2023). Pemandangan hijau adalah alasan utama mengapa penduduk Bandung lebih memilih tujuan wisata ini.

Ada beberapa tempat wisata di dekat pusat kota yang tidak diketahui oleh penduduk lokal Bandung. Oleh karena itu, bangunan-bangunan yang strategis dan fasad yang unik telah diperkenalkan sebagai cara untuk mempromosikan berbagai tempat wisata di Kota Bandung, terutama karena mereka akan sangat berguna bagi penduduk setempat yang tidak tahu apa-apa tentang mereka (Nuraldian, 2022). Fasad bangunan yang strategis dan unik menjadi alasan bagi masyarakat untuk berkunjung, sementara beberapa tempat wisata kurang menarik karena kebersihan dan fasilitasnya kurang terjaga. Kepadatan penduduk yang tinggi telah menyebabkan terciptanya daerah kumuh, yang sering kali kurang dihargai dalam kaitannya dengan tempat wisata (Rahmat Fajrin et al., 2021). Oleh karena itu, pengelolaan tempat wisata juga memerlukan pengelolaan lokal. Faktor-faktor lain seperti dampak lokasi geografis Bandung terhadap pariwisata juga memainkan peran yang sangat penting. Pariwisata perkotaan di Bandung telah menjadi tujuan yang sangat simbolis. Penyebaran dan

distribusinya di berbagai lokasi menjadi salah satu faktor yang menarik wisatawan lokal dan non-lokal, setidaknya dalam satu bulan terakhir. Akses yang mudah ke tempat-tempat wisata juga penting, membutuhkan pemandu dan layanan informasi wisata untuk menarik mereka yang tidak terbiasa.

Selain itu, Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki preferensi yang berbeda ketika memilih destinasi wisata. Generasi milenial tertarik dengan wisata alam karena mereka ingin menikmati alam yang indah dan mencari pengalaman yang otentik. Mereka juga menyadari pentingnya perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan dan memilih wisata alam sebagai pilihan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka. Hal ini mungkin karena mereka memiliki gaya hidup yang lebih urban dan mengikuti tren dan gaya hidup modern. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya menjaga fasilitas objek wisata agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung (Rahmat Fajrin et al., 2021). Namun, beberapa Generasi Z juga tertarik dengan alam dan aktivitas luar ruangan, terutama mereka yang menyukai tantangan dan ingin mencoba hal-hal baru. Meningkatkan pilihan yang sesuai dengan preferensi wisatawan akan meningkatkan kepuasan dan kenyamanan. Hal ini dapat memberi ketertarikan dalam mempengaruhi keinginan mereka untuk kembali (Syarifuddin & Priyanto, 2020).

Di tempat-tempat yang kurang wisatawan, orang tidak tahu banyak tentang tujuan wisata karena ada tempat-tempat yang merupakan tempat wisata tetapi banyak orang yang tidak mengetahuinya. Oleh karena itu, beberapa orang mencari tahu tentang mereka melalui iklan. Untuk mengembangkan destinasi wisata yang kurang diminati, kegiatan promosi dapat dilakukan agar kegiatan wisata menjadi efektif tidak hanya di beberapa tempat saja (Suwarjo, 2020). Dalam tahap penelitian promosi ini dapat dilakukan dengan melalui perbaikan kualitas, kuantitas dan jangkauan dari promosi wisata tersebut (Nuraeni, 2014b).

Lingkungan tempat tujuan wisata berada juga berkontribusi pada fungsi yang tepat. Faktor-faktor seperti kebersihan, keamanan, dan estetika lingkungan melekat pada tujuan wisata tersebut (Pahleva & Sari, 2021). Meskipun pendapat mengenai ketidakpuasan terhadap tempat wisata di Bandung bervariasi, seperti tindak kriminalitas, tindak kriminalitas tersebut antara lain perselihan pelaku usaha sekitar objek wisata yang berujung perkelahian dengan kekerasan, terdapat penyebaran narkoba dan minuman keras ilegal, dan pencuri (Chandra & Ria Haryatiningsih, 2023). Karena hampir semua responden merekomendasikan Bandung sebagai tujuan wisata yang wajib dikunjungi, dan semua tempat wisata di Bandung mendapatkan penilaian yang sama tingginya.

Hal ini karena kualitas layanan menjadi persyaratan bisnis yang paling penting untuk menarik lebih banyak wisatawan dan mendorong kunjungan berulang. Seiring dengan situasi lokal di mana wisatawan merasa puas dengan kualitas layanan dalam kualitas layanan yang diberikan oleh pelayanan (Noviana Putra et al., 2016). Berdasarkan klasifikasi tempat yang cocok untuk pariwisata jikpada ingin berkunjung ke Kota Bandung hasil dari responden sebagai berikut.

**Tabel 5** Rekomendasi Tempat Pariwisata Berdasarkan Jenis Klasifikasinya

Wisata alam	Wisata kuliner	Wisata budaya	Wisata taman hiburan dan hiburan	Wisata sejarah	Tempat wisata lainnya

Tahura, Dago Pakar, Kawah Putih Ciwidey, Ranca Upas, Hutan Kota, Taman Hutan Raya, Tebing Keraton, dan Kebun Binatang Lembang.	Lengkong, Dipatiukur, Cibadak-Gardujati, dan Puncut.	Babakan Siliwangi, Masjid Al-Jabbar, Masjid Pusdai, Kampung Adat Cireundeu, dan Museum Geologi.	Trans Studio Bandung, Floating Market, Wahoo Water World, dan Kiara Artha Park.	Museum Asia Afrika, Gasibu, Balaikota Bandung, dan Gedung Sate.	Farm House, Bosscha, Mixue, Orchid Forest, dan Event Anime.
--	--	---	---	---	---

Berdasarkan tabel bahwa tidak semua tempat wisata yang dikunjungi berupa wisata kota. Banyak dari responden memiliki pengalaman dengan berpariwisata pada beberapa tempat yang lainnya.

Tempat wisata yang telah dikunjungi oleh responden berdasarkan dari hasil kuesioner sebagai berikut.

**Tabel 6** Klasifikasi Tempat Wisata Berdasarkan Kunjungan

Wisata Alam	Wisata Kota
Ranca Upas	Bosca Lembang
Dago Pakar	Gedung Sate
Kebun Binatang Bandung	Alun-alun Bandung
Pangalengan	Braga
Kawah Putih	Asia Afrika
Ciwidey	Museum Pendidikan Nasional
Situ Patenggang	Museum Konferensi Asia Afrika
Glamping Rancabali Ciwidey	Museum Gedung Sate
Goa Belanda	Taman Balai Kota Hutan Kota
Kampung Adat Cireunde Gunung Patuha	Museum Geologi
Gunung Puteri Lembang	Jalan Asia Afrika
Gunung Puntang	Floating Tangkuban Perahu Lembang
Tepi Danau Kabupaten Bandung Barat	Paskal 23
Jatinangor National Park	Lembah Dewata
Tepi Kota Healing	Batu Kuda
Situ Patenggang	Lugs Gravity
Kampung Tersenyum Grey Art Gallery	Mall PVJ
Nuart Sculpture Park	Masjid Raya Bandung
Orchid	Masjid Al-Imtijaz
Pohon Pinus	Taman Cikapundung
Jembatan Rengganis	Pasar Antik
	Street Food Lengkong Kecil
MiniMania	Curug CIC Lembang
Cibodas Lembang	Museum KAA
Curug Luhur	Museum Pos
Dusun Bambu	Padma
Sari Ater Hot Spring Water Selasar Sunaryo	Nara Park
	Pangalengan
	BIP
	Pasar Baru
	Taman Cibeunying
	Taman Lansia
	Taman Metrologi
	Wayang Windu



Pada tabel tersebut memiliki beberapa klasifikasi tempat wisata Bandung dengan hasil dari peneliatian yang diisi oleh responden. Wisata alam memiliki persentase tertinggi daripada wisata kota bahwa ada faktor penunjang lain terhadap minat dari pengunjung.

## KESIMPULAN

Survei ini menunjukkan bahwa Bandung merupakan tujuan wisata populer yang dikunjungi oleh banyak orang dalam satu bulan terakhir. Destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi adalah Braga dan Perkebunan Lembang dengan mayoritas responden mengidentifikasi wisata alam sebagai bentuk wisata yang paling menarik di Bandung. Alasan utama mengapa responden mengunjungi Bandung adalah estetika dan keindahannya, dan *Istagramable*. Lokasi dan arsitekturnya yang strategis juga merupakan faktor penting yang menarik wisatawan. Sebagian besar responden mencari untuk *healing*, rekreasi, pengalaman baru, kegiatan yang bersifat terapi, dan relaksasi ketika mereka mengunjungi Bandung. Sebagian besar wisatawan puas dengan layanan dan tiket, tetapi beberapa tidak puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan fasilitas wisata. Infrastruktur Bandung perlu ditingkatkan dalam hal aksesibilitas dan layanan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan membuat kota ini lebih menarik. Secara keseluruhan, sebagian besar responden percaya bahwa Bandung adalah tujuan wisata yang menarik dan dapat direkomendasikan sebagai tujuan wisata. Namun, perhatian lebih harus diberikan pada keamanan, kenyamanan, kebersihan, aksesibilitas, dan infrastruktur fasilitas wisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Penelitian ini diharapkan dengan pemerataan infrastruktur kawasan wisata oleh Pemerintah Daerah (Pemda) merupakan salah satu upaya penting dalam memajukan industri pariwisata dan tetap menjaga ikonik dari tipologi bangunan tersebut. Dengan memastikan bahwa semua kawasan wisata memiliki aksesibilitas yang baik dan fasilitas yang memadai, maka pengunjung dapat merasa lebih nyaman dan puas saat berkunjung. Selain itu, engagement tempat wisata juga perlu ditingkatkan, agar pengunjung dapat merasakan pengalaman yang menyenangkan dan unik. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung.

## Referensi

- Sarbaitinil, I Wayan (2018). Pengaruh tipologi wisatawan terhadap pengembangan Pariwisata Kota Padang. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/download/38494/23370/>.
- Anjas, Ardhya (2021). Pengaruh Wisata terhadap Perubahan Spasial Permukaan di Desa Wisata Adiluhur, Kebumen, 81-82. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/modul/article/download/38621/19873>
- Suzanna, Tri (2021). Pengaruh Desain Arsitektur Las Vegas Boulevard terhadap Ketertarikan Wisatawan. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psa/article/view/20625/6849>
- Jinghong Li (2020). Chair of Heritage & Architecture, “Shared Heritage Semarang” Thesis “Build livable Pecinan by Heritage Design”. <https://repository.tudelft.nl/islandora/object/uuid:fe2c4cb3-6773-4579-b5a84e491e67f3c2/datastream/OBJ5/download>
- Sari, S. R., Andadari, T. S., & Hilmy, M. F. (2022). TIPOLOGI DESAIN ARSITEKTUR DI LAS VEGAS BOULEVARD. *Jurnal Planologi*, 89-90. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psa/article/view/20625/6849>
- Sharfina, Suzanna (2021). DAMPAK PARIWISATA TERHADAP TATA RUANG PERMUKIMAN. <https://doc-pak.undip.ac.id/7740/5/TURNITIN.pdf>
- Dimitri, Herlan (2021). Evaluasi Manajemen Tata Ruang Wisata Dan Ruang Terbuka Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Dan Pad Kota Palembang. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/TG/article/view/1906>

- Chandra, M. C. G., & Ria Haryatiningsih. (2023). Eksternalitas Objek Wisata Farmhouse dan The Great Asia Afrika di Desa Gudangkahuripan Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(1), 88–96. <https://doi.org/10.29313/bceses.v3i1.6172>
- KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN Suwarjo, P. (2020). Analisis Swot Dalam Pengembangan Desa Wisata. 8(2), 19–27.
- Noviana Putra, I. G., Sudiarta, I. N., & Sasrawan Mananda, I. G. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh. *Jurnal IPTA*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p01>
- Nuraeni, B. S. (2014a). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/viewFile/14113/10711>
- Nuraeni, B. S. (2014b). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20.
- Nuraldian, M. (2022). PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN DAN PROMOSI JAYANEGARA KABUPATEN SUKABUMI ( THE EFFECT OF TOURIST MOTIVATION AND PROMOTION ON VISITING DECISIONS IN CURUG SENTRAL JAYANEGARA SUKABUMI REGENCY ). 1(April), 96–112.
- Pahleva, S. B., & Sari, S. R. (2021). PERMUKIMAN.
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Sarbaitinil, Thariqy, I. W., & Kawakibi Pristiwasa. (2018). Pengaruh tipologi wisatawan terhadap pengembangan pariwisata kota padang. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 2(1), 183– 193.
- Studi, P., Sipil, T., & Mahasaraswati, U. (2023). Analisis keandalan bangunan gedung. November 2022, 8–14.
- Syarifuddin, D., & Priyanto, R. (2020). Membangun Fasilitas, Membangun Minat Kunjungan Ulang. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 50–62.
- Utomo, S., & Hamdani, M. A. (2021). Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Kota Bandung menggunakan Google Maps API dan PHP. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, XI(1), 1–9.