

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata Nusantara saat ini terus berkembang, ditambah lagi bahwa saat ini pemerintah mencanangkan 10 destinasi unggulan di Indonesia. 10 destinasi unggulan di Indonesia saat ini adalah :



Gambar 1.1 Lokasi 10 Destinasi Pariwisata Prioritas

Sumber: Kementerian Pariwisata (2019)

Dari gambar di atas, telah terbukti bahwa Indonesia kaya akan pariwisata yang bervariasi mulai dari wisata alam maupun wisata buatan. Wisata di Indonesia dari destinasi wisata buatan seperti Dufan dan Kota Tua hingga destinasi wisata alam seperti Tanah Lot, Taman Laut Bunaken, dan Gunung Jayawijaya.

Sebagai ibu kota republik Indonesia, Jakarta memiliki peran strategis dalam pengembangan pariwisata. Mengingat Jakarta sebagai salah satu akses bagi wisatawan mancanegara untuk masuk ke Indonesia. Sebagai pintu masuk para wisatawan, Jakarta harus berbenah dulu dalam penataan kawasan wisata, sehingga wisatawan dapat mampir dan mengunjungi berbagai macam destinasi wisata yang tersedia di Jakarta.

Tabel 1.1 Tingkat Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wisata Unggulan DKI Jakarta

Lokasi	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
1 Taman Impian Jaya Ancol	18 450 016	15 848 956	15 948 829	16 085 604	16 661 517
2 TMII	5 186 445	7 888 787	4 483 847	4 587 735	5 575 905
3 Ragunan	4 090 567	4 283 895	3 681 968	4 100 570	5 157 035
4 Monumen Nasional	1 516 153	1 418 469	1 380 868	1 156 208	1 539 195
5 Museum Nasional	193 864	148 118	169 527	245 848	266 359
6 Museum Satria Mandala	74 742	50 818	46 002	38 756	49 964
7 Museum Sejarah Jakarta	437 040	396 253	371 467	196 433	535 144
8 Pelabuhan Sunda Kelapa	34 179	32 067	40 210	50 779	63 220
<b>Jumlah</b>	<b>29 983 006</b>	<b>30 067 363</b>	<b>26 122 718</b>	<b>26 461 933</b>	<b>29 848 339</b>

Sumber : BPS Obyek wisata unggulan di Jakarta beserta jumlah kunjungan dari tahun 2011-2015

Berdasarkan data dari table tersebut, jumlah kunjungan wisatawan memiliki penurunan di tahun 2012 dan 2013 tetapi mengalami kenaikan yang konsisten sejak tahun 2013 sampai 2015

Kota Tua adalah salah satu destinasi wisata bersejarah yang berlokasi di Jakarta Barat. Kawasan Kota Tua ini dahulu dikenal dengan sebutan Oud Batavia. Oud Batavia memiliki peran dalam sejarah perkembangan dan berdirinya Kota Jakarta. Kota Tua merupakan pusat kegiatan ekonomi pemerintahan dari kekuasaan Pangeran Jayakarta, Portugis, Belanda hingga Cina. Pada masa Kolonialisme Belanda, Batavia dahulu dikenal dengan pelabuhan yang sangat ramai dan banyak didatangi pelaut dan pedagang asing untuk mendapatkan rempah-rempah. Karena

adanya banyak transaksi yang melibatkan pedagang asing dari berbagai daerah, Batavia pun mendapat julukan sebagai *The Queen of The East*. Kawasan Kota Tua mencerminkan perkembangan Jakarta sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi salah satu destinasi wisata sejarah di Jakarta. Kota Tua memiliki berbagai peninggalan dan dijadikan sebagai objek wisata seperti Toko Merah, Museum Fatahilah, Museum Bank Indonesia, Taman Fatahilah, Museum Wayang, Museum Seni Rupa dan Keramik, dan Tugu Jam Kota Tua.

Kota Tua selalu ramai dengan pengunjung terutama pada sore dan malam hari. Aktivitas yang sering dilakukan adalah bersantai, berkumpul, dan berfoto. Pemandangan bersejarah Kota Tua mendorong minat pengunjung untuk berfoto di daerah Kota Tua. Wisatawan yang berkunjung juga bermacam-macam dari usia anak-anak hingga dewasa, keluarga, group, wisatawan mancanegara, dan pelajar.

Setelah peneliti melakukan observasi secara langsung di Kawasan Kota Tua, objek wisata yang paling banyak pengunjung adalah Taman Fatahilah. Dengan luas lapangan terbuka yang dapat menampung banyak wisatawan dan memiliki beberapa cafe dengan suasana yang nyaman untuk bersantai membuat objek wisata sukses menjadi objek wisata paling digemari wisatawan lokal maupun mancanegara. Pusat kuliner yang terkenal juga terletak di kawasan Taman Fatahilah yaitu Kedai Seni Djakarta dan Cafe Batavia.

Akan tetapi dalam berbagai macam aktivitas wisata di Kawasan Kota Tua masih terdapat berbagai macam kendala atau hambatan diantaranya adalah ; masih kurangnya fasilitas yang mendukung aktivitas para wisatawan diantaranya pusat informasi, toko souvenir, tempat berkumpul. Merchandise yang melambungkan Kota Tua juga tidak ditemukan sehingga tidak ada oleh-oleh yang khas dari destinasi wisata tersebut, sehingga kenangan yang berwujud fisik lebih susah untuk didapatkan oleh para wisatawan. Kurangnya perhatian pada objek wisata selain Taman Fatahilah juga menjadi masalah. Hal tersebut yang melatarbelakangi penelitian tentang Strategi pengembangan Kawasan Kota Tua Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Di Jakarta.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terdapat pada lokasi pengamatan:

1. Belum banyak toko souvenir yang tersebar merata
2. Merchandise yang melambangkan Kota Tua masih belum terlihat
3. Pusat informasi yang susah dijangkau
4. Tempat untuk berkumpul di luar Taman Fatahilah yang masih minim

## **1.3 Rumusan Masalah Penelitian**

Rumusan masalah yang telah didapat dari hasil indentifikasi dan latar belakang yaitu:

1. Apa potensi wisata sejarah di Kawasan Kota Tua?
2. Bagaimana strategi pengembangan kawasan Kota Tua sebagai destinasi wisata sejarah di kota tua?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Potensi Wisata Sejarah di Kawasan Kota Tua
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan kawasan Kota Tua sebagai destinasi wisata sejarah di kota tua

## **1.5. Batasan Penelitian**

Penulis memberi batasan penelitian dalam penelitian ini untuk mengantisipasi pelebaran masalah diluar masalah pokok penelitian. Batasan penelitiannya adalah :

1. Aksesibilitas, amenitas serta atraksi di dalam kawasan Kota Tua
2. Lokasi penelitian di kawasan Kota Tua, Jakarta Barat

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Semoga penelitian ini memiliki manfaat di bidang akademis maupun industri.

1. Manfaat akademis: diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk teman-teman mahasiswa, dosen, universitas, dan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti yang ingin melanjutkan penelitian yang lebih rinci.
2. Manfaat industri: Mampu memberikan gambaran kepada Industri mengenai strategi pengembangan destinasi wisata kawasan Kota Tua.

