

Studi Kategorisasi Pengunjung Kawasan Bersejarah Berdasarkan Preferensi, Persepsi, Keinginan Berkunjung Kembali, Kegiatan dan Mitra

Nyoman Laksmitasari W¹ Hanson E. Kusuma² Annisa Safira Riska²

¹Program Studi Magister Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

²Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

Email: mita.wulansani6@gmail.com

ABSTRAK

Kawasan bersejarah merupakan salah satu destinasi wisata turis di dunia. Indonesia memiliki banyak kawasan bersejarah yang telah diakui dunia sebagai *world cultural heritage sites*. Pengembangan kawasan bersejarah dapat dilakukan dengan mengeksplorasi kebutuhan pengunjung. Penelitian ini bertujuan mengetahui kebutuhan dan pengelompokan pengunjung pada kawasan bersejarah. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 tahapan yaitu analisis *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Dari hasil analisis korespondensi antara preferensi, persepsi, keinginan berkunjung kembali, kegiatan, dan mitra, terungkap tiga kategori pengunjung: *akan berkunjung kembali*, *ragu berkunjung kembali*, dan *tidak berkunjung kembali*. Kelompok yang akan berkunjung kembali tidak hanya peduli terhadap warisan budaya namun juga atribut lainnya. Kelompok ini melakukan kegiatan yang beragam dan berkunjung secara berkelompok atau individu. Kelompok yang ragu berkunjung kembali mengutamakan kualitas visual dan fasilitas. Kelompok ini melakukan kegiatan edukasi, olahraga, atau rekreasi, serta cenderung berkunjung dengan teman. Terakhir kelompok tidak berkunjung kembali karena merasa kurang cocok dengan suasana di kawasan bersejarah, tidak memiliki keinginan untuk berkunjung kembali, bekerja di kawasan ini, dan datang bersama pasangan.

Kata Kunci: Kawasan bersejarah, kegiatan, keinginan kembali, persepsi

ABSTRACT

The heritage area is one of many tourism destinations in the world. Indonesia has many heritage areas that had been known as world cultural heritage sites. The development of heritage areas could be done by the exploration of visitor needs. The main goal of this research is to know about visitor needs and grouping in the heritage areas. The data was collected by distributing questionnaires online. The data analysis method used in this study consisted of three steps, open coding, axial coding, and selective coding. From the results of the correspondence analysis between preferences, perceptions, desire to revisit, activities, and partner there are three groups were found, namely will revisit, hesitate to revisit, and will not revisit. The "will revisit" group who not only care about cultural heritage but also other attributes, have various activities, and visit groups or individuals. The "hesitate" group prioritize visual quality and facilities, engage in educational, sporting, or recreational activities, and are more likely to visit with friends. Last one, the "will not revisit" group who felt that they did not fit the atmosphere in the historical area, work in this area, and come with a partner.

Keywords: activities, desire to revisit, heritage, perception

1. Pendahuluan

Kawasan bersejarah merupakan salah satu jenis destinasi wisata. Wisata bersejarah dapat didefinisikan sebagai fenomena yang terbentuk dari persepsi pengunjung suatu kawasan bersejarah. Prinsip fundamental ini berkaitan dengan persepsi, harapan, dan motivasi kognitif. Motivasi dalam wisata bersejarah meliputi nostalgia, perbedaan sosial, dan keinginan akan sebuah pengalaman autentik (Poria, 2001; Chhabra, 2010).

Kemendikbud Indonesia dalam Rencana Strategis 2020-2024 menetapkan fokus pengembangan produk wisata Indonesia, salah satunya adalah wisata budaya. Wisata budaya cenderung berfokus pada pengalaman baru dari tempat dan kegiatan yang mewakili cerita masa lalu (sejarah) dan kekinian. Elemen wisata warisan budaya meliputi festival, ritual, museum, teater, dan situs-situs bersejarah. Wisata budaya dan sejarah di Indonesia memiliki unsur pariwisata dan pelestarian budaya. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung menyatakan bahwa bangunan gedung dan lingkungan yang ditetapkan sebagai cagar budaya harus dilestarikan. Dalam pandangan antropologi (Sujana, 2017), bangunan cagar budaya jumlahnya tetap bahkan cenderung berkurang akibat perkembangan kota.

Perubahan dalam kawasan bersejarah dapat dipengaruhi oleh persepsi dan kegiatan. Widyawati (2017) menyebutkan pergeseran yang terjadi di kawasan hunian peninggalan masa kolonial diakibatkan oleh perubahan fungsi kegiatan. Menurut Nurhijah & Fisru (2019), masyarakat lebih mengingat informasi bangunan bersejarah yang memiliki fungsi publik karena lebih dekat dengan kegiatan sehari-harinya. Pengaruh kegiatan dalam perubahan kawasan bersejarah didukung oleh penelitian dari Wan Ismail (2016). Wan Ismail menyatakan akomodasi kegiatan generasi muda dapat berpengaruh terhadap keberhasilan mempertahankan bangunan di kawasan bersejarah. Jika generasi muda tidak menemukan sesuatu yang menarik di bangunan bersejarah maka mereka tidak akan merasa perlu untuk menyelamatkan bangunan tersebut.

Penelitian Afriesta D.K.K (2020) menyatakan ada 3 kelompok wisatawan kawasan bersejarah berdasarkan faktor pendorong dan penarik yaitu wisatawan edukasi, sosial, dan restorasi. Wisatawan edukasi merupakan kelompok yang paling dominan. Penelitian lainnya terkait kawasan cagar budaya Braga menjelaskan bahwa terdapat 2 kelompok pengunjung berdasarkan daya tarik dan harapan. Pertama adalah kelompok apresiatif yang menganggap kawasan cagar budaya sebagai kawasan bersejarah dan memiliki harapan terhadap kawasan menjadi kawasan konservasi. Kelompok kedua adalah kelompok rekreatif yang menganggap kawasan tersebut sebagai tempat hiburan dengan keunikannya dan mengharapkan adanya komodifikasi di kawasan tersebut (Salsabila, 2019).

Ramires (2018) melakukan penelitian di Porto yang dikenal dengan kota cosmopolitan dan budaya di Portugal. Ramires mengelompokkan pengunjung kawasan wisata warisan budaya dunia menjadi tiga yaitu *absortive cultural tourists*, *spontaneus cultural tourists*, dan *conventional cultural tourists*. Kelompok *absortive cultural tourists* memiliki karakter yang mandiri, eklektik, dan petualang. Mereka mengunjungi tempat wisata yang biasa dikunjungi oleh semua orang namun seringkali keluar dari *tourist bubble*. Didominasi oleh pengunjung berulang. Mereka tidak hanya menghargai budaya dan warisan, namun juga kesesuaian terhadap harga dan gastronomi lokal. Elemen yang mempengaruhi kepuasannya yaitu daya tarik wisata, warisan budaya dan alam, mobilitas, aksesibilitas, kebersihan, dan keamanan suatu kawasan. Kelompok

spontaneous cultural tourist merupakan kelompok yang kurang perhatian dengan budaya dan *leisure* sebagai atribut warisan budaya dan alam. Daya tarik warisan lokal tidak dinilai sebagai faktor penarik oleh kelompok ini. Umumnya dari kalangan anak muda. Terakhir, kelompok *conventional cultural tourists* merupakan kelompok yang menghargai dimensi budaya dan *leisure*. Kelompok ini lebih suka berkunjung dalam grup yang terorganisir. Menitikberatkan pada infrastruktur dan lebih suka melakukan aktivitas standar. Umumnya dari kalangan orang tua.

Tujuan utama dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengelompokan pengunjung pada kawasan bersejarah. Pengelompokan ini berdasarkan pada preferensi, persepsi, keinginan untuk berkunjung kembali, kegiatan, dan mitra. Manfaat dari hasil penelitian ini dapat membantu pengembangan kawasan bersejarah baik dari segi fisik maupun non fisik. Sehingga kawasan bersejarah dapat menjadi tujuan wisata yang berkelanjutan (*sustainable*).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan *grounded theory* untuk mengeksplorasi dan memahami pernyataan yang diungkapkan responden (Cresswell, 2014; Corbin & Strauss, 2007; Charmaz, 2006). Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusi kuesioner secara daring terbatas pada orang-orang yang pernah berkunjung ke kawasan bersejarah. Kuesioner daring dibagikan dengan metode *snowball non-random sampling* melalui sosial media dan kenalan pribadi (Kumar, 2005). Kuesioner daring dibagikan selama dua minggu dari tanggal 7-21 September 2020. Pertanyaan pada kuesioner bersifat terbuka (*open-ended*), contohnya dapat dilihat pada kutipan dibawah.

“Kegiatan apa saja yang biasanya anda lakukan di kawasan bersejarah tersebut?”

Tujuannya untuk menggali persepsi, alasan, dan kegiatan pengunjung di kawasan bersejarah. Hasil yang didapatkan berjumlah 108 responden, namun data yang digunakan sebanyak 105 responden. Data 3 responden yang tidak digunakan merupakan data yang terisi dua kali dari satu responden yang sama.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 tahapan yaitu analisis *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Cresswell, 2014). *Open coding* merupakan proses memberi kode pada data (Glaser, 1978 dalam Urquhart, 2013). Tahap *open coding* diawali dengan identifikasi makna dari pernyataan responden. Setelah identifikasi, dilakukan pemberian kode dan pengelompokan kode dalam kategori. Pada penelitian ini tahap *open coding* dilakukan pada bagian alasan dan kegiatan. Kemudian tahap *axial coding* yang dilakukan untuk mengungkapkan hubungan antara kategori. Dalam penelitian ini dilakukan antara kategori persepsi, alasan, keinginan berkunjung kembali, kegiatan, dan mitra. Terakhir, tahap *selective coding* yaitu dengan pembuatan model hipotesis berdasarkan hasil korespondensi antar kategori yang didapatkan dalam tahapan *axial coding*.

3. Hasil Analisis

3.1. Karakteristik Responden

Total responden pada penelitian ini adalah 105 orang dengan jumlah responden perempuan 52 orang dan laki-laki 53 orang. Kelompok usia 17-25 mendominasi dengan

persentase 68% sedangkan yang terkecil adalah kelompok usia 56-65 dengan persentase 0,9% (diagram 1). Responden rata-rata berdomisili di kawasan perkotaan seperti Denpasar, Bandung, Jogjakarta, Palembang, Semarang, dan Jakarta dengan persentase 71%.

Data menunjukkan bahwa 46 responden sangat jarang mengunjungi kawasan bersejarah karena hanya pernah mengunjungi suatu kawasan 1-2 kali. Responden yang kunjungannya melebihi 10 kali (14 orang) dikategorikan sebagai responden yang sangat sering mengunjungi kawasan bersejarah.

Responden yang menyatakan menyukai kawasan bersejarah memiliki persentase 85%. Persentase responden yang ingin berkunjung kembali (diagram 2) sebanyak 73. Ada yang menyatakan mungkin akan berkunjung kembali atau mungkin tidak dengan persentase 26% mungkin. Hanya 1% yang menyatakan tidak ingin berkunjung kembali.

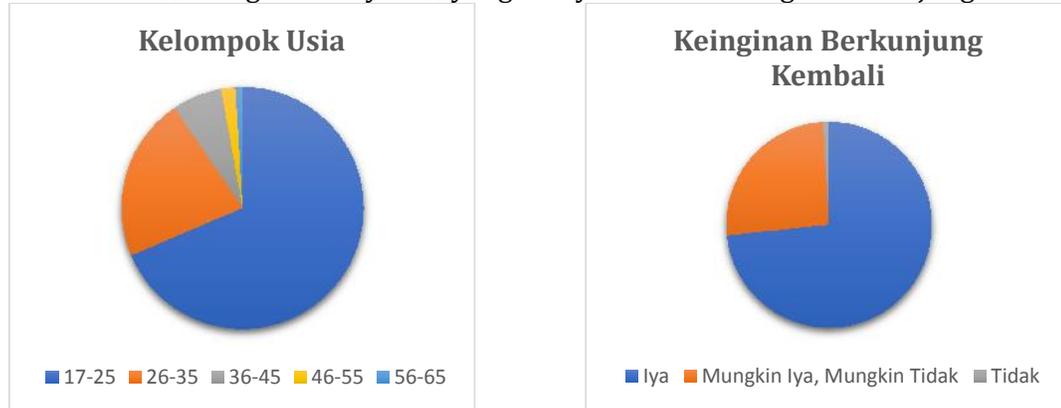


Diagram 1 Frekuensi kelompok usia Diagram 2 Frekuensi Keinginan Berkunjung Kembali

(Sumber: hasil analisis, 2020)

(Sumber: hasil analisis, 2020)

3.2. Persepsi terhadap Kawasan Bersejarah

Pertama, dilakukan identifikasi makna dari pernyataan responden pada kuesioner daring. Tujuannya untuk mendapatkan kode. Contoh dari identifikasi makna yang dilakukan terhadap pernyataan reponden dapat dilihat pada kutipan berikut.

“Karena tempatnya bersih dan rapi. Selain itu, bangunan bangunan nya bergaya kolonial” (Responden 36)

“Penataan objeknya rapih dan bersih” (Responden 53)

Dalam kalimat yang dinyatakan oleh kedua responden tersebut didapatkan kata kunci “bersih”, “rapi” dan “gaya bangunan”.

Karena kategori yang ditemukan cukup banyak, maka kategori awal dikelompokkan lagi ke dalam kategori besar. Sehingga didapatkan sepuluh faktor persepsi pengunjung terhadap kawasan bersejarah yaitu suasana, daya tarik kawasan, memberi edukasi, aksesibilitas, alasan pribadi, fasilitas dalam kawasan, variasi kegiatan, kualitas visual kurang, kurang nyaman dan sepi, dan fasilitas kurang. Hasil *open coding* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Kategori Hasil *Open Coding* Persepsi Pengunjung Kawasan Bersejarah

| Kode | Kategori | Kategori Induk |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Aksesibilitas pejalan kaki | Pedestrian | Aksesibilitas |
| Kemudahan menuju lokasi | Kemudahan | |
| Lokasi ibadah | Alasan pribadi | Alasan pribadi |
| Keharusan | | |
| Kawasan asri | Lansekap | Daya tarik kawasan |
| Kebudayaan asli | Keaslian | |
| Tampilan menarik | Kualitas visual bangunan | |
| Masyarakat ramah | Perilaku masyarakat | |
| Fasilitas informatif | Fasilitas penunjang | Fasilitas dalam kawasan |
| Akomodasi kebutuhan | Pemanfaatan fungsi | |
| Tidak informatif | Fasilitas penunjang kurang | Fasilitas penunjang kurang |
| Tidak ada pemandu | | |
| Tampilan monoton | Kualitas visual buruk | Kualitas visual buruk |
| Kurang terawat | | |
| Kondisi sepi | Kesepian | Kurang nyaman dan sepi |
| Suasana kurang nyaman | Kenyamanan kurang | |
| Menambah pengetahuan | Memberi edukasi | Memberi edukasi |
| Peninggalan sejarah | | |
| Suasana menyenangkan | Kebaruan suasana | Suasana |
| Ramai | Keramaian | |
| Nyaman | Kenyamanan | |
| Suasana menenangkan | Ketenangan | |
| Variasi kegiatan banyak | Variasi kegiatan | Variasi kegiatan |
| Bersantai | | |
| Rekreasi | | |

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

3.3. Kegiatan di Kawasan Bersejarah

Analisis *open coding* juga dilakukan pada data teks kegiatan yang dilakukan pada kawasan bersejarah. Namun untuk yang bagian kegiatan tidak terdapat kategori induk karena hasilnya tidak sebanyak kategori alasan/persepsi. Didapatkan sembilan kategori kegiatan yang dilakukan oleh responden di kawasan bersejarah. Sembilan kategori kegiatan tersebut yaitu bekerja, belanja, edukasi, ibadah, interaksi sosial, kuliner, olahraga, refreshing, dan rekreasi. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil *Open Coding* Kegiatan

| Kode | Kategori | Kode | Kategori |
|------------------------|------------------|----------------------|------------------|
| Bekerja | Bekerja | Mengobrol | Interaksi sosial |
| Mencari barang antik | Edukasi | Makan | Kuliner |
| Belanja | | Minum | |
| Belajar | | Kuliner | |
| Kuliah | | Olahraga | Olahraga |
| Memperhatikan ornament | | Bersepeda | |
| Berkhayal | | Jogging | Refreshing |
| Mencari data | | Menikmati suasana | |
| Membaca | | Refreshing | |
| Mengamati | | Berendam | |
| Melihat peninggalan | | Menikmati arsitektur | Rekreasi |
| Penelitian | Berfoto | | |
| Berlomba | Jalan-jalan | | |
| Ibadah | Berwisata | | |
| Kegiatan keagamaan | Menghadiri Event | | |
| Mengobrol | Interaksi sosial | Rekreasi | |
| | | Bermain | |
| | | Melihat-lihat | |

(Sumber : Hasil analisis, 2020)

3.4. Korespondensi antara Preferensi dan Persepsi

Analisis korespondensi antara preferensi dan persepsi sangat signifikan. Dari hasil analisis, didapatkan 2 kelompok pengunjung yaitu yang suka dan biasa aja (Gambar 1). Responden yang menyukai kawasan bersejarah menyatakan alasannya karena suasana, daya tarik kawasan, memberi edukasi, aksesibilitas, alasan pribadi, fasilitas dalam kawasan, dan variasi kegiatan. Responden yang menyatakan biasa saja alasannya karena kualitas visual kurang, fasilitas kurang, kurang nyaman dan sepi.

Alasan yang paling mendominasi adalah daya tarik kawasan (f:45), suasana (f:34), dan memberi edukasi (f:21). Daya tarik kawasan yang dimaksud disini mencakup kualitas visual bangunan (f:51), keaslian (f:7), lansekap kawasan (f:3), pemandangan alami (f:2), dan perilaku masyarakatnya (f:2). Faktor lain yang sangat mempengaruhi persepsi responden adalah suasana. Ketika mengunjungi kawasan bersejarah responden dapat merasakan kebaruan suasana (f:33), ketenangan(f:6), keramaian (f:3), dan kenyamanan (f:2). Responden juga merasa bahwa kunjungan ke kawasan bersejarah dapat menambah pengetahuan mereka. Kelompok yang menyatakan biasa saja dipengaruhi oleh fasilitas yang kurang, kualitas visual kurang, dan kawasan yang kurang nyaman dan sepi. Tidak ada responden yang menyatakan tidak suka.



Gambar 1 Dendrogram Korespondensi Preferensi dan Persepsi (*Significant value P* <,0001)

(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

3.5. Korespondensi antara Persepsi dan Keinginan Berkunjung Kembali

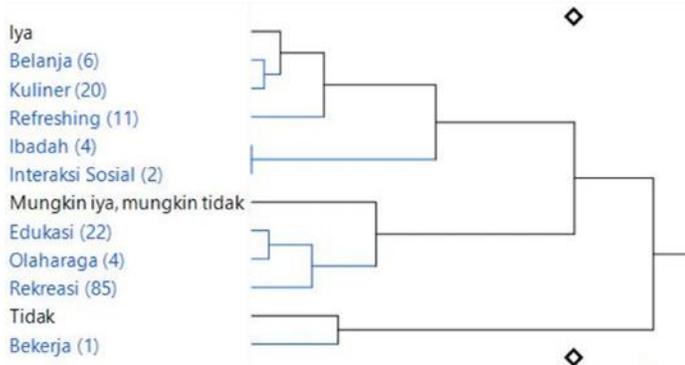
Analisis korespondensi antara persepsi dan keinginan berkunjung kembali mendapatkan 3 kelompok pengunjung seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2. Kelompok yang ingin berkunjung kembali memiliki alasan yang sama dengan kelompok yang menyukai kawasan bersejarah pada Gambar 1. Sedangkan kelompok selanjutnya yang mungkin akan berkunjung kembali jika kualitas visual dan fasilitas kawasan ditingkatkan. Terakhir, kelompok yang tidak ingin berkunjung kembali karena merasa kawasan bersejarah kurang nyaman dan sepi.



Gambar 2 Dendrogram Korespondensi Persepsi dan Keinginan Berkunjung Kembali (*Significant value* $P < 0,0001$)
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

3.6. Korespondensi antara Kegiatan dan Keinginan Berkunjung Kembali

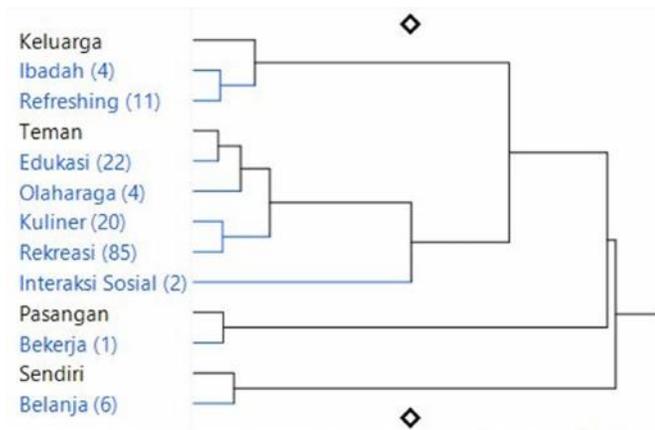
Analisis korespondensi antara kegiatan dengan keinginan untuk berkunjung kembali menghasilkan 3 kelompok. Kelompok yang ingin berkunjung kembali cenderung melakukan kegiatan konsumtif seperti berbelanja (f:6) dan kulineran (f:20). Beberapa responden juga melakukan kegiatan yang dapat melepaskan penat dengan *refreshing* (f:11), beribadah (f:4), dan berinteraksi sosial (f:2) di kawasan bersejarah. Kelompok yang mungkin akan berkunjung kembali atau tidak melakukan kegiatan edukasi (f:22), olahraga (f:4), dan rekreasi (f:85). Responden yang bekerja (f:1) di kawasan bersejarah tidak memiliki keinginan berkunjung kembali. Hasil analisis dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Dendrogram Kegiatan dan Keinginan Berkunjung Kembali (*Significant value* $P < 0,0001$)
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

3.7. Korespondensi antara Kegiatan dan Mitra

Analisis *axial coding* selanjutnya dilakukan untuk melihat korespondensi antara kegiatan dengan mitra sehingga didapatkan 5 kelompok yang dapat dilihat pada Gambar 3. Kelompok yang datang dengan keluarga cenderung melakukan kegiatan ibadah dan *refreshing*. Kemudian kelompok yang datang dengan teman melakukan kegiatan edukasi, olahraga, kuliner, dan rekreasi. Responden yang datang dengan pasangan dan datang untuk bekerja memiliki keterkaitan. Selanjutnya responden yang datang sendiri lebih suka datang untuk berbelanja. Responden yang melakukan interaksi sosial di kawasan bersejarah tidak berpengaruh kepada mitra yang diajak.



Gambar 4. Dendrogram Korespondensi Kegiatan dan Mitra (*Significant value P: 0,0003*)
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

4. Pembahasan

4.1. Model Hipotesis

Berdasarkan pada hasil analisis korespondensi seperti yang terlihat pada gambar 1, 2, 3, dan 4, dianalisis keterkaitan antara preferensi, persepsi, keinginan berkunjung kembali, kegiatan, dan mitra kunjungan. Hasil analisis diperlihatkan pada tabel 3. Dari tabel tersebut dapat dilihat 3 pola korespondensi, yang selanjutnya diberi nama kelompok akan berkunjung kembali, ragu berkunjung kembali, dan tidak berkunjung kembali.

Tabel 3 Model Hipotesis antara Preferensi, Alasan, Keinginan Berkunjung Kembali, Kegiatan, dan Mitra

| Preferensi | Alasan | Keinginan Berkunjung Kembali | Kegiatan | Mitra | Nama Kelompok | |
|-------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|-------------|
| Suka | Suasana (34) | Iya | Ibadah (4) | Keluarga | Akan berkunjung kembali | |
| | Daya tarik kawasan (45) | | Refreshing (11) | Teman | | |
| | Memberi edukasi (21) | | Kuliner (20) | | | |
| | Aksesibilitas (5) | Mungkin iya, mungkin tidak | Tidak | Interaksi Sosial (2) | | Sendiri |
| | Alasan pribadi (5) | | | Belanja (6) | | |
| | Fasilitas dalam kawasan (8) | | | Edukasi (22) | | Teman |
| | Variasi kegiatan (6) | | | | | |
| Biasa saja | Fasilitas kurang (3) | Mungkin iya, mungkin tidak | Rekreasi (85) | Pasangan | Tidak berkunjung kembali | |
| | Kualitas visual kurang (9) | | | | | Bekerja (1) |
| | Kurang nyaman dan sepi (2) | Tidak | | | | |

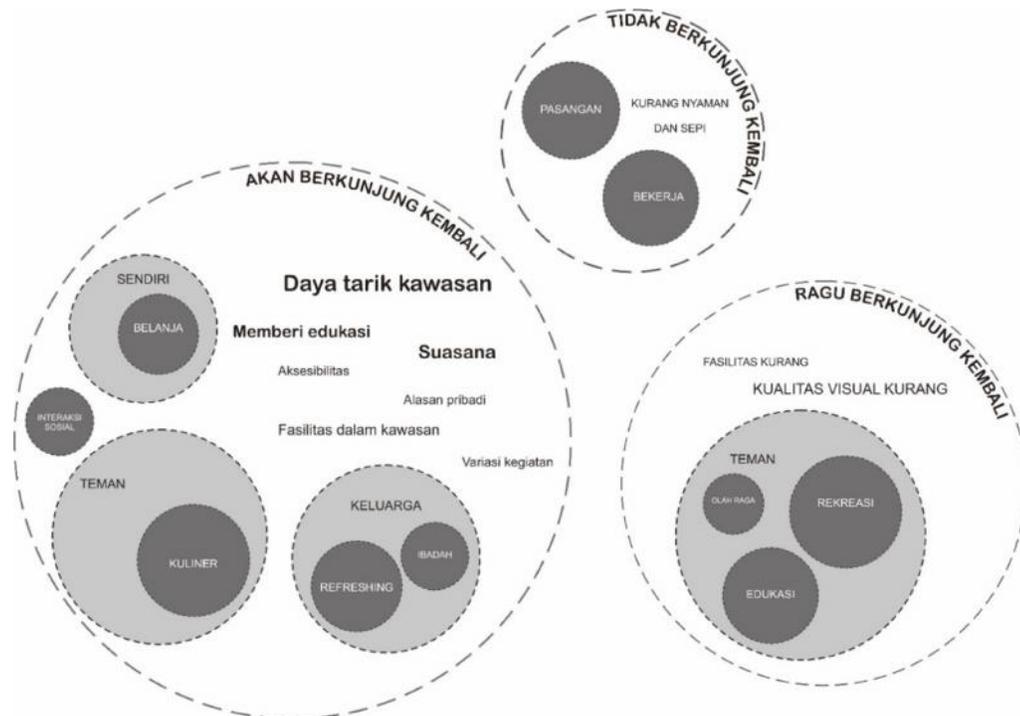
(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Kelompok *akan berkunjung kembali* memperhatikan suasana, daya tarik kawasan, aksesibilitas, fasilitas dalam kawasan, dan variasi kegiatan yang dapat dilakukan dalam kawasan bersejarah. Kelompok ini juga merasakan kawasan bersejarah mampu memberikan edukasi terhadap mereka dan beberapa dari mereka mengunjungi kawasan bersejarah karena alasan pribadi. Alasan ini memiliki kemiripan dengan elemen yang mempengaruhi kepuasan kelompok yang dinyatakan oleh Ramires (2018)

yaitu daya tarik wisata, warisan budaya dan alam, mobilitas, aksesibilitas, kebersihan. Kemiripan lainnya yaitu responden dalam kelompok menyatakan ingin berkunjung kembali dan sebagian besar kelompok *absorptive cultural tourists* merupakan pengunjung yang berulang. Namun dalam penelitian Ramires (2018) tidak disebutkan kriteria kegiatan yang dilakukan.

Kelompok *ragu berkunjung kembali* merupakan kelompok yang mungkin akan melakukan kunjungan kembali atau tidak. Menurut mereka, kualitas visual yang ditampilkan oleh kawasan bersejarah kurang menarik dan membosankan. Selain itu, fasilitas dalam kawasan bersejarah juga dianggap kurang karena tidak informatif, tidak ada pemandu, dan banyak lahan yang belum dimanfaatkan dengan baik. Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok ini juga membutuhkan sarana fisik yang baik. Contohnya kegiatan rekreasi yaitu berfoto, melihat-lihat, menikmati arsitektur, dan lainnya tentu memerlukan kualitas visual yang menarik. Begitu juga dengan kegiatan edukasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan seperti melakukan penelitian, kuliah, studi banding, atau sekedar ingin mengetahui peninggalan sejarah. Kualitas fisik yang baik dan fasilitas penunjang yang lengkap dapat mempermudah pengunjung untuk mendapatkan pengetahuan yang diinginkan.

Terakhir adalah kelompok *tidak berkunjung kembali* yang tidak ingin melakukan kunjungan kembali ke kawasan bersejarah. Kelompok yang bekerja kemungkinan sudah melakukan kunjungan berulang karena keharusan pekerjaannya. Hal tersebut menyebabkan mereka merasa suasana kurang nyaman. Sama halnya dengan kelompok yang pergi dengan pasangannya. Kawasan bersejarah dirasa kurang nyaman dan sepi sebagai lokasi untuk bepergian dengan pasangan.



Gambar 3 Pengelompokan Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Mitra, Kegiatan, Keinginan, dan Alasan
(Sumber : Hasil Analisis, 2020)

4.2. Diskusi

Mengidentifikasi daya tarik kawasan menjadi langkah yang penting dalam pengembangan dan keberlanjutan kawasan bersejarah. Terlihat pada hasil analisis alasan utama pengunjung kawasan bersejarah ingin berkunjung kembali adalah daya tarik kawasan. Daya tarik kawasan meliputi lanskap, keaslian, kualitas visual bangunan, dan perilaku masyarakat. Langkah ini dapat mendukung pendekatan *Historic Urban Landscape* (HUL) yang diusulkan oleh UNESCO (2013). Pendekatan HUL diterapkan dengan kegiatan apresiasi terhadap lanskap (sumber daya alam), keaslian dan kualitas visual bangunan (budaya), dan perilaku masyarakat perkotaan (manusia). Berkaitan dengan daya tarik, menjaga keaslian dan kualitas visual bangunan dapat menjadi poin penting dalam pengembangan kawasan bersejarah. Kegiatan ini didukung dengan prinsip pengembangan Cagar Budaya dalam UU No. 11 Tahun 2010 yaitu dengan memperhatikan keterawatan dan keaslian yang melekat pada bangunan Cagar Budaya.

Langkah lainnya yang dapat mendukung pengembangan dan keberlanjutan kawasan bersejarah dengan melakukan analisis terhadap kegiatan pengunjung kawasan bersejarah. Langkah ini didukung dengan UU No. 11 Tahun 2010 yang menjelaskan pemerintah, pemerintah daerah, dan setiap orang dapat memanfaatkan Cagar Budaya untuk kepentingan agama, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, kebudayaan, dan pariwisata. Hasil analisis kegiatan dapat membantu dalam merencanakan fasilitas dalam pengembangan kawasan bersejarah. Analisis ini juga dapat mendukung pendekatan *Historic Urban Landscape* (HUL) terutama pada kegiatan perencanaan partisipatif dan konsultasi pemangku kepentingan untuk memutuskan tujuan dan tindakan konservasi (UNESCO, 2013).

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan yaitu pengunjung yang menyukai kawasan bersejarah memiliki keinginan untuk berkunjung kembali karena faktor suasana dan fisik yang baik. Suasana menjadi faktor penting yang mempengaruhi keinginan berkunjung kembali. Pengunjung yang datang cenderung menikmati warisan budaya yang tersedia di lokasi dibandingkan datang karena atribut lain. Pengunjung menikmatinya dengan melakukan kegiatan berfoto, berwisata, melihat-lihat, bermain, menikmati kawasan, dan menghadiri *event* yang diadakan dikawasan bersejarah.

Terungkap tiga kategori pengunjung kawasan bersejarah dari hasil analisis korespondensi antara persepsi, preferensi, keinginan berkunjung kembali, kegiatan, dan mitra kunjungan, yaitu:

1. Kelompok Akan Berkunjung Kembali

Kelompok yang menyukai dan menghargai kawasan bersejarah serta memiliki keinginan untuk berkunjung kembali. Faktor yang menjadi perhatiannya warisan budaya, suasana, daya tarik kawasan, aksesibilitas, fasilitas dalam kawasan, dan variasi kegiatan dalam kawasan bersejarah. Mereka juga merasakan kawasan bersejarah mampu memberikan edukasi dan cenderung mengunjungi kawasan bersejarah karena alasan pribadi.

2. Kelompok Ragu Berkunjung Kembali

Kelompok yang menghargai kawasan bersejarah namun lebih mengutamakan faktor fisik pada kawasan. Karena, kegiatan yang dilakukan memerlukan kualitas fisik yang baik seperti kegiatan edukasi, rekreasi, dan olahraga. Kualitas visual yang kurang menarik dan membosankan membuat mereka ragu. Fasilitas dalam kawasan bersejarah juga membuat ragu jika kurang informatif, tidak ada pemandu,

dan lahan belum dimanfaatkan dengan baik. Mereka mungkin akan berkunjung kembali jika kualitas fisik kawasan bersejarah ditingkatkan.

3. Kelompok *Tidak Berkunjung Kembali*

Kelompok yang bekerja merasa suasananya kurang nyaman karena tekanan pekerjaan yang mengharuskan mereka datang. Sama halnya dengan kelompok yang pergi dengan pasangannya. Kawasan bersejarah dirasa kurang nyaman dan sepi sebagai lokasi untuk bepergian dengan pasangan.

Penelitian ini memiliki kekurangan karena masih dilakukan secara *non-random sampling* sehingga tidak dapat mewakili persepsi pengunjung kawasan bersejarah di Indonesia. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan menentukan batasan responden yang jelas dalam pengambilan sampel *random sampling* untuk meningkatkan reabilitas. Durasi dan intensitas kunjungan juga perlu ditambahkan karena dapat menjadi pertimbangan dalam mengeksplorasi kebutuhan pengunjung.

Daftar Pustaka

- Afriesta, C. L., Kurniawan, H. E., & Ekasiwi, S. N. (2020). Korelasi Antara Pushdan PullFactorWisataKawasan dan Bangunan Bersejarah. *Jurnal Pariwisata Terapan Vol. 4*.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory (2nd Ed.)*. SAGE Publications.
- Chhabra, D. (2010). *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*. Routledge.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basic of Qualitative Research (4th Ed.)*. SAGE Publications.
- Cresswell, J. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publication.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Rencana Strategis 2020-2024*. Jakarta.
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology : A Step by Step Guide for Beginners (3rd Ed.)*. SAGE Publications.
- Nurhijrah, & Fisu, A. A. (2019). Place Memory Masyarakat pada Bangunan Cagar Budaya di Kota Palopo. *Jurnal RUAS Volume 17 No. 2*.
- Poria, Y. (2001). *Clarifying Heritage Tourism*. University of Surrey.
- Ramires, A., Brandão, F., & Sousa, A. C. (2018). Motivation-based cluster analysis of international tourists visiting a World Heritage City: The case of Porto, Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 49-60 Vol 8.
- Salsabila, L., & Kusuma, H. E. (2019). Perspektif Apresiatif dan Rekreatif pada Kawasan Cagar Budaya, Kasus Studi: Kawasan Braga di Bandung. *Jurnal RUAS Volume 17*.
- Sujana, A. (2017). Adaptasi Bangunan Cagar Budaya Perspektif Indonesia. *Seminar Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI) 1*, A 083-090.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2010.

UNESCO (2013). *New Life for Historic Cities: The Historic Urban Landscape Approach Explained*. Paris.

Urquhart, C. (2013). *Grounded Theory for Qualitative Research: A Practical Guide*. SAGE Publication.

Wan Ismail, W., Raj, J., & Nadarajah. (2016). Young Visitors in the City: Their Perceptions of Heritage Building. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 234, 470-477.

Widyawati, K. (2017). Citra Kawasan Taman Kencana dalam Persepsi Masyarakat terhadap Ruang Kota Kolonial. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 147-155.