

STRATEGI PENINGKATAN WISATAWAN ASING DI KOTA CIMAHI PADA TAHUN 2023

Tholhah¹⁾, Muhammad Fauzan Alamari¹⁾

¹⁾Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jenderal Achmad Yani

Email: tholhah@lecture.unjani.ac.id, m.fuzan@lecture.unjani.ac.id

Abstrak

Pariwisata merupakan sektor penting bagi suatu wilayah, dalam hal ini pariwisata akan memberikan dampak positif dalam pertumbuhan ekonomi terutama bagi mereka yang berhubungan langsung dengan kegiatan pariwisata seperti restoran dan penyedia penginapan. Cimahi menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata melalui ciri khas dan sumber daya yang dimilikinya, ciri khas tersebut adalah Cimahi yang dikenal sebagai Kota Militer (Kota Hijau) dikarenakan terdapat sejarah, bangunan, dan fasilitas kemiliteran yang cukup lengkap. Penelitian ini menggunakan tipe pendekatan deskriptif analisis, data-data yang digunakan berasal dari teknik pengumpulan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pemerintah Kota Cimahi memiliki beberapa strategi untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Kota Cimahi agar dapat memajukan sektor pariwisata, beberapa upaya tersebut adalah dengan mulai membentuk kerja sama dalam konsep *sister city*, meluncurkan program *Cimahi Military Heritage Tourism* dengan Sekoci (Serba Kota Cimahi) sebagai transportasi utama, program *Cimahi City Tour*, serta melakukan koordinasi dengan pengelola daerah-daerah wisata. Kesimpulannya program-program tersebut harus dilaksanakan dengan baik melalui koordinasi dengan berbagai pihak, contohnya dengan kementerian dan dinas-dinas terkait serta lembaga swadaya masyarakat.

Kata Kunci: Pariwisata, Potensi, Strategi, Koordinasi, Pertumbuhan Ekonomi

Abstract

Tourism is an important sector for a region, in this case tourism will have a positive impact on economic growth, especially for those who are directly related to tourism activities such as restaurants and lodging providers. Cimahi is one of the areas that has great potential in the tourism sector through its characteristics and resources, this characteristic is that Cimahi is known as the Military City (Green City) because there is a fairly complete history, buildings, and military facilities. This study uses a descriptive analysis type approach, the data used comes from collection techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The Cimahi City Government has several strategies to utilize Cimahi City's resources in order to advance the tourism sector, some of these efforts are by starting to form cooperation in the sister city concept, launching the Cimahi Military Heritage Tourism program with Lifeboats (Cimahi City All-in-One) as the main transportation, the Cimahi City Tour program, as well as coordinating with the managers of tourist areas. In conclusion, these programs must be implemented properly through coordination with various parties, for example with relevant ministries and agencies as well as non-governmental organizations.

Keywords: Tourism, Potential, Strategy, Coordination, Economic Growth

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting dan perlu diperhatikan, dalam hal ini pariwisata berkaitan langsung dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau daerah. Pertumbuhan ekonomi terjadi karena terdapat wisatawan yang mengunjungi daerah pariwisata tersebut untuk melakukan rekreasi dengan segala kebutuhannya, sehingga daerah pariwisata memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan tersebut yang secara langsung menjadi kesempatan bagi mereka dalam mengupayakan pertumbuhan ekonomi. Wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah wisata tidak hanya terbatas dari mereka yang berasal dari dalam negeri, namun terdapat wisatawan yang berasal dari luar negeri (mancanegara) yang juga tertarik pada potensi wisata di Indonesia.

Sektor pariwisata merupakan aspek yang memiliki keterkaitan langsung dengan dunia internasional. Selain keterkaitannya dengan keberadaan wisatawan mancanegara yang berkunjung pada daerah-daerah wisata, namun hal itu juga dikarenakan pariwisata memiliki hubungan erat dengan upaya peningkatan devisa negara, pembukaan lapangan kerja, melakukan perkembangan terhadap kegiatan atau usaha di dalam negeri, serta menjadi sebuah ajang promosi terhadap dunia internasional mengenai sumber daya dan kekayaan yang dimiliki oleh negara tersebut. Melalui pariwisata, suatu negara dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas segala sesuatu yang mendukung atau berkaitan dengan aspek tersebut untuk menunjukkan kekuatan mereka dalam sisi yang lain (*soft power*).

Pariwisata internasional memiliki potensi yang besar dalam perkembangan pembangunan suatu negara baik itu negara maju maupun berkembang, dalam hal ini berkaitan dengan derasny arus globalisasi yang selaras dengan interaksi masyarakat dalam kegiatan pariwisata internasional. Pariwisata sendiri merupakan salah satu komponen globalisasi yang menjadi faktor penting dalam perkembangan jaringan ekonomi internasional, dalam hal ini sektor pariwisata dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi (Nizar, 2013). Peranan aktor yang terdapat dalam sektor pariwisata juga

memiliki peranan yang sangat penting, dalam hal ini terdapat aktor yang memiliki keterlibatan secara langsung dan tidak langsung. Aktor langsung dalam pariwisata contohnya adalah agen perjalanan, restoran, penginapan, operator wisata, dan lain sebagainya, sedangkan aktor tidak langsung contohnya adalah bidang transportasi, perbankan, dan pemberi layanan lainnya yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran pariwisata dan perjalanannya.

Pariwisata menjadi sesuatu yang sangat kompleks mengingat di dalamnya terdapat pola hubungan yang melibatkan banyak aktor di dalamnya, beberapa aktor tersebut di antaranya adalah negara (pemerintah pusat atau daerah), aktor pribadi sebagai wisatawan, komunitas-komunitas sosial (lembaga sosial masyarakat), hingga para pengelola daerah wisata tersebut apabila bukan milik pemerintah. Kompleksitas tersebut terbukti pada saat kita mengaitkan pariwisata dengan aspek politik, yang mana pemerintah dan pihak pengelola terkait memiliki kewajiban untuk membentuk sebuah regulasi yang berkaitan dengan konsep *decision making*. Peran pemerintah menjadi sesuatu yang sangat penting dalam hubungan ini, mengingat sektor pariwisata merupakan salah satu bidang yang memberikan sejumlah keuntungan besar bagi negara.

Pemerintah memiliki peran besar dalam membentuk regulasi yang berkaitan dengan pariwisata, peranan tersebut dimiliki oleh pemerintah dalam berbagai tingkatan seperti pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Pemerintah daerah juga memiliki tanggung jawab yang besar untuk membentuk suatu perencanaan atau strategi yang dapat memajukan aspek pariwisata, mengingat pariwisata memiliki dampak yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Peranan pemerintah daerah tersebut berkaitan dengan bagian menimbang pada Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menjelaskan bahwa, efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan perlu memperhatikan hubungan antar pemerintah, potensi dan keanekaragaman daerah, serta peluang ataupun hambatan dalam persaingan global (JDIH BPK RI, 2017). Pada akhirnya sektor-sektor dan potensi pariwisata yang

berada di tingkat daerah perlu mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah setempat, hal tersebut dikarenakan pemerintah daerah tersebutlah yang mengetahui betul potensi yang dimiliki wilayahnya. Pemerintah dituntut untuk membentuk sebuah strategi yang dapat mengembangkan potensi daerahnya secara maksimal dan efektif, dalam hal ini kebijakan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan berwisata.

Kota Cimahi merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa Barat, Cimahi berada di sekitar Kabupaten Bandung, Bandung Barat, dan Kota Bandung (termasuk pada wilayah Bandung Raya). Kota Cimahi diharapkan memiliki kemajuan yang relatif sama dengan beberapa kabupaten/kota yang ada di sekitarnya, dalam hal ini berkaitan dengan kualitas pariwisata yang ada. Peneliti merasa bahwa Kota Cimahi memiliki kesenjangan dalam aspek pariwisata di banding dengan wilayah-wilayah di sekitarnya, hal tersebut dapat dibuktikan dengan perbandingan jumlah wisatawan yang berkunjung pada wilayah-wilayah tersebut.

Tabel Jumlah Wisatawan Bandung Raya pada Tahun 2020

No.	Kabupaten/Kota	Wisatawan Lokal	Wisatawan Asing	Total
1	Kota Cimahi	48.148	29	48.177
2	Kota Bandung	2.431.290	0	2.431.290
3	Kab. Bandung	1.270.937	3.089	1.274.026
4	Kab. Bandung Barat	3.440.529	23.431	3.463.960

Sumber: Open Data Provinsi Jawa Barat

Jumlah wisatawan lokal dan asing pada tabel di atas sangat menunjukkan kesenjangan sektor pariwisata dari kabupaten/kota yang berada di Bandung Raya, dalam hal ini Kota Cimahi memiliki jumlah wisatawan lokal maupun asing yang terpaut sangat jauh dengan jumlah wisatawan di kabupaten/kota lain di sekitarnya. Menjadi sebuah tanda

tanya bagi peneliti mengapa jumlah wisatawan di Kota Cimahi dan wilayah lain di sekitarnya memiliki jumlah yang terpaut sangat jauh, sehingga peneliti akan mencari permasalahan yang terjadi di Kota Cimahi dan membantu untuk menemukan solusi terkait bagaimana strategi terbaik yang dapat dilaksanakan untuk menarik wisatawan ke Kota Cimahi. Wisatawan asing seharusnya menjadi prioritas lebih dalam strategi yang dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas pariwisata, hal tersebut mengingat dampak positif yang dihasilkan dari keberadaan wisatawan asing yang mengunjungi daerah pariwisata dalam negeri. Keberadaan wisatawan asing juga menjadi indikator keberhasilan bagi suatu daerah dalam mengatur potensi wisatanya agar menjadi lebih baik, dalam hal ini peningkatan kualitas wisata yang berkaitan dengan aspek-aspek pendukung pariwisata hingga menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun asing. Kota Cimahi diharapkan dapat memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki untuk memajukan sektor pariwisata yang ada, hal tersebut berkaitan dengan sektor pariwisata yang menjadi salah pendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Cimahi menjadi salah satu kota yang digadang-gadang memiliki potensi serta ciri khas tersendiri yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, hal tersebut mengingat Cimahi dijuluki sebagai Kota Hijau atau Kota Tentara dikarenakan sebagian besar wilayahnya digunakan sebagai pusat pendidikan militer dan fasilitas kemiliteran lainnya oleh TNI. Cimahi sendiri mulai dikenal pada tahun 1811 ketika Gubernur Jenderal Willem Daendels membuat jalan Anyer – Panarukan, hingga pada tahun 1886 di Cimahi mulai dibangun pusat pendidikan militer dan fasilitas lainnya seperti Rumah Sakit Dustira dan rumah tahanan militer. Pada tahun 1935 Cimahi dijadikan kecamatan (lampiran *staat blad* tahun 1935), selanjutnya pada tahun 1962 dibentuk setingkat kewedanaan meliputi empat kecamatan yaitu Padalarang, Batujajar, Cimahi, dan Cipatat. Pada akhirnya Cimahi ditingkatkan menjadi kota administratif pada tahun 1975 melalui Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1975, dan pada akhirnya Kota Cimahi

ditingkatkan statusnya menjadi salah satu kota otonom pada tahun 2001 (Pemerintah Kota Cimahi, 2020).

Potensi pariwisata yang dimiliki Kota Cimahi menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh pemerintah setempat, dalam hal ini mengembangkan potensi tersebut hingga dapat menjadi salah satu kekuatan yang menonjol dari Kota Cimahi. Pengelolaan sumber daya alam maupun manusia menjadi hal yang sangat penting dalam pengembangan potensi pariwisata, hal tersebut menjadi salah satu tantangan Pemerintah Kota Cimahi untuk membentuk sektor pariwisata yang dapat berkembang dengan baik. Sebuah potensi hanya akan tetap menjadi “potensi” apabila tidak dapat dikelola dengan maksimal, mengingat ada beberapa ciri khas yang dimiliki oleh Cimahi untuk menjadi salah satu kota wisata. Selain Cimahi yang dikenal sebagai Kota Hijau dikarenakan aktivitas militer yang aktif di kota ini, Cimahi juga tentu saja memiliki kebudayaan dan kenampakan alam yang indah khas Bumi Pasundan. Pada akhirnya Pemerintah Kota Cimahi dituntut untuk dapat menemukan cara agar potensi yang dimiliki daerah dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan, sektor pariwisata Kota Cimahi diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan lokal dan mancanegara.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu: Suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sedang terjadi atau ada. Dengan kata lain, penelitian deskriptif analisis bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini, dan melihat hubungan antar variabel-variabel yang ada (Mardalis, 1995).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dokumentasi, Observasi serta Wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data secara kualitatif, yakni melalui Reduksi data, Penyajian data dan Verifikasi Data. Uji keabsahan data dilakukan

dengan menggunakan uji kredibilitas dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara menggunakan bahan referensi, yakni menguji keabsahan data dengan mengkomparasikan dan mengcrosscheck dengan sumber referensi yang telah diperoleh.

PEMBAHASAN

Dalam sudut pandang Liberalis yakni Robert Jackson dan Georg Sorensen dalam bukunya memberikan penjelasan mengenai asumsi-asumsi dasar dalam paham liberal yaitu. Pertama, terdapat pandangan positif terhadap sifat dasar manusia yang baik. Kedua, memiliki keyakinan bahwa hubungan internasional merupakan hubungan yang kooperatif (terdapat kerja sama). Ketiga, percaya terhadap adanya kemajuan di masa yang akan datang (Jackson & Sorensen, 1999). Kerja sama yang direncanakan oleh pemerintah Kota Cimahi menjadi salah satu bentuk implementasi dari pendekatan liberalisme, di mana terdapat dua pihak yang bekerja sama untuk mencapai sebuah tujuan. Sifat manusia dalam diri para turis juga menjadi salah satu perhatian melalui pendekatan liberalisme, dalam hal ini para turis dianggap memiliki sifat yang baik, rasional, dan mampu bekerja sama untuk memajukan potensi-potensi pariwisata di daerah yang telah mereka kunjungi dengan beberapa metode yang dapat dilakukan.

Hubungan kerja sama yang terjadi antara pemerintah kota maupun kesadaran para turis terkait sektor pariwisata menjadi modal yang penting dalam penelitian ini, hal tersebut berkaitan dengan aspek kemajuan yang terdapat dalam pendekatan liberalisme. Perkembangan teknologi yang terus terjadi pada era globalisasi ini diharapkan dapat menjadi peluang bagi pariwisata yang terdapat di Kota Cimahi.

a. Strategi Program Cimahi Military Heritage Tourism

Pemerintah Kota Cimahi melalui Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga memiliki tujuan besar untuk dapat menarik perhatian wisatawan asing mengunjungi Kota Cimahi, dalam hal ini Pemerintah Kota Cimahi mengeluarkan program "*Cimahi Military Heritage Tourism*". Tujuan dari program tersebut adalah memperkenalkan Cimahi

sebagai kota yang penuh akan aspek historis atau sejarah, terutama sejarah mengenai kemiliteran seperti pusat pendidikan militer, peninggalan perang (senjata), dan Rumah Sakit Dustira. Program yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Cimahi sesuai dengan julukan yang disematkan yakni Kota Hijau, dalam hal ini berusaha untuk menonjolkan sisi sejarah dalam dunia militer agar menjadi salah satu daya tarik wisatawan yang cukup potensial.

Alasan dikeluarkannya program *Cimahi Military Heritage Tourism* ini adalah dikarenakan pada dahulu kala Cimahi berada di bawah pemerintahan Hindia Belanda, sehingga terdapat bangunan-bangunan bersejarah yang dapat menjadi sarana edukasi bagi masyarakat lokal maupun mancanegara. Program tersebut diharapkan menjadi salah satu sarana bagi masyarakat asing (terutama Belanda) untuk mengenang sejarah nenek moyangnya, dalam hal keadaan pada saat Era Kolonialisme Belanda yang ada di Kota Cimahi dahulu.

Edmund Gullion menjelaskan bahwa diplomasi publik adalah “Diplomasi yang dilancarkan oleh tokoh atau kelompok masyarakat untuk memengaruhi opini publik dalam rangka menimbulkan kesadaran (*awareness*) atau membentuk citra positif tentang diri atau lembaga yang menaunginya dengan menggunakan cara-cara yang menyenangkan dan dapat diterima” (Shoelhi, 2011), sedangkan menurut Sukawarsini Djelantik juga memiliki pendapat terkait diplomasi publik yaitu “Diplomasi publik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan diplomasi jalur pertama yang dilakukan oleh wakil-wakil pemerintah” (Djelantik, 2008).

Pengertian tersebut berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan, dalam hal ini terdapat aktor-aktor masyarakat (non-negara) yang menjadi pelaku penting keberhasilan program-program pemerintah. Pariwisata menjadi salah satu aktor yang sangat membutuhkan partisipasi masyarakat, dalam hal ini turis menjadi aktor non-negara yang berkunjung pada suatu tempat wisata yang membentuk citra positif bagi daerah dan negara yang dikunjungi. Turis asing menjadi aktor penting dalam hubungan yang terjadi dalam sektor pariwisata

mancanegara, dalam hal ini kedekatan antara turis dengan masyarakat lokal yang berada pada suatu daerah wisata dapat menjadi modal penting dalam hubungan antar negara. Konsep tersebut terbukti pada hubungan yang terjadi antara komunitas sosial dan yayasan yang berinteraksi saat berwisata di *Military Heritage* Kota Cimahi, pada akhirnya pemerintah Kota Cimahi mendapatkan koneksi dengan salah satu pemerintah kota di Belanda yang berujung pada obrolan yang merencanakan kerja sama melalui konsep *sister city*. Diplomasi publik ini juga digunakan untuk membangun komunikasi aktif antara aktor-aktor non-negara untuk mempengaruhi suatu kebijakan, dalam hal ini wisatawan mancanegara yang dengan kehadiran dan aspirasinya akan berpengaruh pada kebijakan pengelola atau pemerintah dan dinas-dinas terkait.

b. Strategi Program Cimahi City Tour

Upaya Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Cimahi menjadikan upaya untuk menarik wisatawan asing sebagai salah satu prioritas dalam program kerjanya, program tersebut akan mulai dilaksanakan pada tahun 2023 yang dimulai dengan rancangan *Memorandum of Understanding* di antara pemerintah Kota Cimahi dengan salah satu kota di Belanda. Beberapa waktu yang lalu terdapat sebuah yayasan (OGS) dari pemakaman Ereveld Kerkhof yang melaksanakan *Cimahi City Tour* menggunakan Bis Sekoci (Serba Kota Cimahi) bersama Disbudparpora Kota Cimahi untuk mengetahui *Military Heritage* yang ada di Cimahi, pada akhirnya Disbudparpora mempertemukan yayasan tersebut dengan Walikota Kota Cimahi untuk membahas MoU demi terbentuknya program kerja sama *Sister City*. Upaya menarik wisatawan melalui peluncuran program wisata *Cimahi Military Heritage Tourism* terus dilaksanakan oleh dinas terkait, hal tersebut mengingat sejarah Kota Cimahi yang sangat dekat dengan dunia militer.

Pariwisata yang dirancang melalui *Cimahi Military Heritage Tourism* berfokus pada wisata edukasi secara historis, dalam hal ini mengingat keberadaan bangunan-bangunan bersejarah (cagar budaya) yang memiliki keunikan tersendiri. Pariwisata ini juga sebenarnya cukup terbatas, hal tersebut mengingat hanya akses-akses tertentu yang

didapatkan oleh wisatawan dikarenakan alasan-alasan yang berkaitan dengan keamanan dan kerahasiaan. Program CMHT ini menjadi salah satu bentuk keseriusan Pemerintah Kota Cimahi untuk mulai menarik wisatawan asing untuk berkunjung dan berwisata, dalam hal ini pariwisata yang berkaitan dengan sejarah dunia militer yang tumbuh dan berkembang di Kota Cimahi. Program CMHT ini pada akhirnya menjadi salah satu rencana strategis Pemerintah Kota Cimahi, dalam hal ini untuk membangun kembali potensi-potensi pariwisata yang ada.

Terkait *Sister City* yang sempat disinggung, telah terdapat salah satu kota tujuan yang akan dijadikan partner oleh Kota Cimahi. Usaha mendapatkan dukungan yang besar dikarenakan ketua yayasan OGS tadi memiliki koneksi langsung pada walikota dari kota yang ada di Belanda tersebut, sehingga Pemerintah Kota Cimahi akan melaksanakan koordinasi dengan lebih baik dibuktikan dengan walikota masing-masing yang sudah sempat membuka obrolan terkait rencana kerja sama mereka dalam konsep *Sister City* atau kota kembar..

Sister City yang dikenal juga dengan konsep kota kembar (town twinning) merupakan istilah bagi interaksi yang terjadi antara dua kota yang memiliki kesamaan dalam aspek politik dan geografis, kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan hubungan antar kota dalam berbagai aspek seperti pariwisata dan kebudayaan. Interaksi dalam konsep *sister city* ini terjadi melalui persetujuan formal di antara dua pemerintah lokal (kota) dari dua negara yang berbeda, pada umumnya interaksi tersebut ditandai dengan adanya Memorandum of Understanding (MoU) yang menjadi acuan dalam kerja sama yang sedang dilaksanakan. *Sister city* merupakan program persahabatan yang dibentuk oleh dua kota yang berbeda negara, hubungan tersebut dijalin melalui proses pendidikan, pemberdayaan masyarakat, pertukaran budaya, serta melakukan hubungan-hubungan yang bertujuan untuk menjaga perdamaian.

Rencana program *sister city* antara Kota Cimahi dengan salah satu kota di Belanda diharapkan menjadi awal dari perkembangan daerah wisata yang terdapat di kedua kota. Dalam hal ini hubungan yang terfokus pada ciri-ciri yang serupa antara kedua kota tersebut, yaitu

pendekatan mengenai sejarah kemiliteran yang ada. Sejarah militer akan menjadi aspek yang ditonjolkan dalam hubungan kedua kota tersebut, hubungan yang terjadi di antara kedua kota tersebut diharapkan dapat memberikan kemajuan bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.

c. Strategi Koordinasi Dengan Lembaga Masyarakat Pengelola Daerah Wisata

Kedatangan wisatawan asing yang berkunjung ke Kota Cimahi memiliki manfaat yang cukup besar, dalam hal ini wisatawan asing akan menjadi salah satu objek branding bagi tempat wisata yang ada di Kota Cimahi agar lebih dikenal oleh masyarakat lokal maupun internasional. Kunjungan ini juga akan berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi yang terdapat di Kota Cimahi, hal ini berkaitan dengan adanya perputaran uang yang terjadi di antara wisatawan dan aspek-aspek pendukung wisata yakni biaya akomodasi mereka. Pada akhirnya terjadi koordinasi antara pemerintah dengan masyarakat lokal dalam aspek pertumbuhan ekonomi ini. Salah satu contohnya adalah pada saat ada wisatawan asing yang berkililing menggunakan Sekoci, mereka diarahkan untuk istirahat dan mencoba kuliner-kuliner lokal seperti Rasi (makanan khas Cirendeui) dan karedok. Perekonomian masyarakat di Kota Cimahi pada akhirnya akan meningkat dengan adanya wisatawan ini, hal tersebut akan berdampak pada Rencana Anggaran Daerah Kota Cimahi. Di samping manfaat utama dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar, kunjungan ini juga akan memunculkan ikatan batin yang lebih kuat mengingat tujuan utama CMHT ini adalah wisata edukasi dan historis.

Manfaat dari pertumbuhan ekonomi ini juga berkaitan dengan usaha untuk pemulihan ekonomi masyarakat pasca Pandemi Covid-19, dalam hal ini Kota Cimahi ikut berkontribusi dalam PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional). Kota Cimahi mendapatkan bantuan dana dari Pemerintah Pusat yang sebagian dana tersebut dimanfaatkan dan dialokasikan untuk pembangunan daerah Ekowisata di Cimenteng, upaya pembangunan

tersebut berkaitan dengan wisata edukasi non konvensional dengan konsep pembelajaran di luar ruangan (*outdoor*).

Tabel Jumlah Wisatawan Kota Cimahi Tahun 2021

No.	Daerah Wisata	Wisatawan Lokal	Wisatawan Asing
1	Pandiga Educreation Sport	10.666	0
2	Kampung Adat Cirendeui	3.150	0
3	Perkemahan Puncak Salam	1.295	0
4	Evereld Kerkhof (Pemakaman)	517	0
5	Alam Wisata Cimahi	9.370	0
6	Kabuci dan Kopi 372	4.295	0
7	Pasar Wisata Legokawi	240	0
Total:		29.533	

Sumber: Open Data Kota Cimahi

Beberapa tempat wisata yang terdapat pada tabel di atas dikelola oleh pihak swasta atau lembaga masyarakat, sehingga Pemerintah Kota Cimahi memiliki peran untuk melakukan koordinasi berupa pembinaan terhadap para pengelola agar dapat memberikan layanan yang terbaik pada wisatawan-wisatawan yang berkunjung. Pandiga Education Sport memiliki potensi kunjungan yang tinggi dikarenakan tempatnya dapat digunakan untuk rapat, perkawinan, serta terdapat kolam renang yang dapat digunakan oleh masyarakat. Kampung Adat Cirendeui (termasuk Perkemahan Puncak Salam) menjadi wisata yang cukup potensial mengingat aspek budaya lokal yang masih melekat di desa tersebut, tentu saja wisata di sana berkaitan dengan edukasi kebudayaan seperti pelestarian “*Kaulinan Barudak*” sekaligus memperkenalkan Rasi sebagai makanan lokal (Sunda Buhun). Ereveld Kerkhof juga cukup berpotensi untuk dikembangkan dalam menarik wisatawan asing terutama Belanda, dalam hal ini Ereveld Kerkhof termasuk dalam rencana strategis yang terdapat pada program pariwisata *Cimahi Military Heritage Tourism*.

Alam Wisata Cimahi (AWC) juga merupakan wisata yang cukup potensial mengingat pengelolaan yang sudah cukup baik di sana, beberapa pariwisata yang dapat dinikmati pengunjung adalah kolam renang, outbond, dan Glamping (Glamour Camping). Kabuci dan 372 Kopi menjadi tempat wisata yang potensial dikarenakan suasananya yang sangat asri dan menyejukkan para pengunjung, wisata ini berbentuk café

dan restoran yang berada di alam dengan pemandangan yang sangat indah. Untuk Pasar Wisata Legokawi sendiri terdapat Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), dan biasanya kegiatan di sana hanya dilaksanakan pada hari minggu seperti memperkenalkan dan menjual makanan-makanan lokal yang masih termasuk daerah Ekowisata Cimenteng.

Agar bisa terlaksana program-program tersebut maka Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Cimahi memiliki channel Youtube bernama "BUDPARPORA CHANNEL", channel tersebut berisi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Disbudparpora dalam usaha untuk meningkatkan potensi wisata Kota Cimahi. Selain itu pada peluncuran selanjutnya dari *Cimahi Military Heritage Tourism* (akhir tahun 2022) akan dicantumkan juga program *Cimahi City Tour* menggunakan Sekoci. Disbudparpora Kota Cimahi juga terus menggiatkan koordinasi dengan komunitas dan lembaga-lembaga masyarakat terkait pengembangan daerah wisata yang ada di Kota Cimahi.

Strategi lain yang digunakan oleh Disbudparpora Kota Cimahi dalam usaha untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan asing terhadap potensi wisata Cimahi menggunakan pendekatan ABCGM (Pentahelix), ABCGM di sini adalah koordinasi secara menyeluruh yang terjadi di seluruh elemen masyarakat yaitu *Academician, Business, Community, Government, and Media*. Pendekatan tersebut digunakan agar tercipta sinergitas yang nyata antara setiap elemen dalam mewujudkan suatu tujuan, koordinasi menjadi kunci dalam pendekatan tersebut. Pendekatan melalui koordinasi antar elemen tersebut digunakan dalam memajukan salah satu potensi Kota Cimahi yaitu aspek *Military Heritage*, hal tersebut menjadi dasar pemerintah Kota Cimahi untuk mengeluarkan program yaitu *Cimahi Military Heritage Tourism*.

KESIMPULAN

Setrategi kota Cimahi dalam menarik wisatawan asing sudah cukup baik tapi harus lebih ditingkatkan lagi, sebagai contoh tentang *sister city*

yang harus segera terlaksana dan terkonsep dengan baik. Agar tercapainya sebuah program Cimahi Military Haritage Tourism maka perlu media promosi yang besar atau melalui diplomasi publik bisa juga kerja sama dengan kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, hal ini guna untuk memberikan masukan atau bantuan dalam menarik wisatawan asing dikota Cimahi.

DAFTAR PUSTAKA

- Denim, M. (1995). *Model Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. (2021). Jumlah Pengunjung ke Objek Wisata Berdasarkan Jenis Wisatawan di Jawa Barat. Diakses dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-pengunjung-ke-objek-wisata-berdasarkan-jenis-wisatawan-di-jawa-barat>.
- Djelantik, S. (2008). *Diplomasi antara Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dougherty, J. E. & Robert L. Pfltzgraff. (1997). *Contending Theories of Internasional Relations: A Comprehensive Survey 4th Ed*. New York. Longman.
- Dunn, W.N. (2000). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- G. Katosapoetro. (1985) *Manajemen Penanaman Modal Asing*. Jakarta: Bina Aksara.
- Hamid, E.S. (2006). *Ekonomi Indonesia: dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*. Yogyakarta: UII Press.
- Im, S. D. (1995). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jackson, R. dan Georg Sorensen. (1999). *Introduction to International Relations (terj.)*. New York: Oxford University.
- Jatmika, S. (2001). *Otonomi Daerah Perspektif Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Bigraf.
- Moelong, L. J. (2006). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Bandung.

- Muwarni, S. (2007). *Analisa Kebijakan Moneter Kaitannnnnya Dengan Penanaman Modal Asing*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nastiti, N. N., & Agussalim, D. (2012). *Dampak Kebijakan Anti-Terrorisme John Howard terhadap Kebijakan Multikultural di Australia (2002-2007)*. Yogyakarta: UGM.
- Nizar, M.A. (2013). *Pengaruh Pariwisata terhadap Perdagangan Internasional di Indonesia*. Peneliti pada Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Luar Negeri.
- Osborne, D. dan Peter Plastrik. (2000). *Memangkas Birokrasi*. Jakarta: PPM.
- Parekh, Bikhu. (2008). *“Rethinking Multiculturalism: Keberagaman Budaya dan Teori Politik”*. Yogyakarta: Kanisius.
- Pemerintah Kota Cimahi. (2020, Desember 11). Sejarah Cimahi. Diakses dari <https://www.cimahikota.go.id/halaman/sejarah#>.
- Pemerintah Kota Cimahi. (2021). Data Kunjungan Daya Tarik Wisata ke Kota Cimahi Tahun 2021. Diakses dari <https://data.cimahikota.go.id/data-detail/1373>.
- Shoelhi, M. (2011). *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Sinaga, O. (2010). *Otonomi Daerah dan Kebijakan Publik: Implementasi Kerja Sama Internasional*. Bandung: Lepsindo.
- Suhardi, G. (2004). *Beberapa Elemen Penting dalam Hukum Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Sukirna, S. (2000). *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Undang-undang Nomor 34 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
- Wolf, S. (2009). *Paradiplomacy: Scope, Opportunities, and Challenges*. Nottingham: University of Nottingham.