

**PERANAN DINAS PARIWISATA KOTA BANDUNG DALAM
MENINGKATKAN OBJEK PARIWISATA DI BANDUNG**

LAPORAN PRAKTIK KERJA

Tugas Akhir

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan
Pada Program Studi Bahasa Jepang
Diploma III Fakultas Bahasa
Universitas Widyatama*

oleh

M RANGGA RHAMDANY

08.02.002



**PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS BAHASA
JURUSAN BAHASA JEPANG
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2006**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peranan Dinas Pariwisata Kota Bandung Dalam
Meningkatkan Objek Pariwisata di Bandung.
Penyusun : Mochamad Rangga Rhamdany.
NRP : 08.02.002

Telah disetujui dan disahkan di Bandung, Maret 2006

DISETUJUI OLEH
Pembimbing

Ninieck Syafrudin, Dra.MA.

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Bahasa
Universitas Widyatama**

**Ketua Program Bahasa Jepang
Universitas Widyatama**

Ninieck Syafrudin, Dra.MA.

Uning Kuraesin, Dra

**PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA
DI BANDUNG DAN SEKITARNYA**

LAPORAN PRAKTIK KERJA

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan
Pada Program Studi Bahasa Jepang
Diploma III Fakultas Bahasa
Universitas Widyatama*

Oleh

**HAFITA GUSTAMAN
08.01.016**



**PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS BAHASA
JURUSAN BAHASA JEPANG
UNIVERSITAS WIDYATAMA**

BANDUNG

2005



ABSTRAKSI

Pelaksanaan praktik kerja ini dilakukan sebagai syarat kelulusan bagi mahasiswa program Diploma III Jurusan Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama Bandung.

Praktik kerja dilaksanakan oleh penulis ini bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan berlangsung, untuk diterapkan pada dunia kerja secara nyata, serta untuk menambah wawasan, dan pengalaman baru bagi penulis.

Praktik kerja yang dilaksanakan oleh penulis berlangsung pada tanggal 1 Maret sampai dengan tanggal 20 April 2005 di Dinas Pariwisata Kota Bandung yang berlokasi di jalan Achmad Yani no.277 Bandung.

Pada saat melakukan praktik kerja ini penulis mendapat sebuah gambaran atas dunia kerja yang suatu hari nanti akan penulis jalani. Penulis juga melakukan berbagai kegiatan seperti mengumpulkan data kemudian mengolah data tersebut serta mengamati informasi mengenai Peranan Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Objek Pariwisata di Bandung.

Pada kenyataannya Kota Bandung memiliki banyak potensi wisata dan keindahan alamnya. Namun hal ini sangat disayangkan karena pemerintah daerah setempat dirasa belum maksimal dalam mengelola seluruh objek pariwisata yang merupakan bagian penting dari aset negara.

Melalui tugas akhir ini penulis ingin memaparkan mengenai peranan-peranan yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam upaya untuk meningkatkan mutu dari pelayanan objek-objek pariwisata yang juga memberikan kesejahteraan bagi masyarakat setempat dan juga sektor ekonomi daerah Kota Bandung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT raja dari segala raja atas segala rachmat dan karunia-Nya, dan Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini meski dengan segala keterbatasan dan kemampuan.

Laporan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Diploma III Fakultas Bahasa Jurusan Bahasa Jepang Universitas Widyatama Bandung, dengan judul “PERANAN DINAS PARIWISATA KOTA BANDUNG DALAM MENINGKATAN OBJEK PARIWISATA DI BANDUNG.”

Dalam penyusunan laporan praktek kerja penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, doa serta bantuan baik secara moril maupun materil, Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya serta rasa hormat yang sedalam-dalamnya dan semoga Allah memberikan balasannya

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr.Hj.Koesbandijah AK, M.S., selaku ketua Yayasan Universitas Widyatama;
2. Bapak Dr.H.Mame S. Sutoko,Ir., DEA., selaku Rektor Universitas Widyatama;
3. Ibu Niniek Syafrudin Dra.,MA, Selaku Dekan Fakultas Bahasa dan dosen pembimbing yang telah membantu, membimbing, dan memberikan saran kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Ini dengan baik;
4. Ibu Uning Kuraesin, Dra, selaku dosen wali sekaligus ketua jurusan Bahasa Jepang yang telah banyak membantu, memberikan nasehat, dan dorongan kepada penulis agar tetap semangat selama perkuliahan, Terima kasih atas saran dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini ;

5. Ibu Etty kustiati Drs.,M Hum, selaku Dosen pengajar., yang selalu memberi dorongan dan semangat kepada penulis pada masa perkuliahan;
6. Ibu Dinda Gayatri. S.S, selaku Dosen pengajar, terima kasih atas kesabaran dalam membimbing dan mengajar penulis;
7. Ibu Devi H. S.S, selaku Dosen pengajar, Yang selalu memberi nasihat serta semangat kepada penulis.;
8. Bapak Asep Jolly, selaku Dosen pengajar, “(nuhun pisan pak belajar kanji sareng bapa mah resep pisan)”;
9. Mama serta papa tercinta terima kasih atas doa, cinta, dan kasih sayangnya yang tulus dan tidak pernah berhenti memberikan dorongan dan semangat kepada penulis, segala kebaikan kalian tidak dapat penulis balas selain dengan menjadi manusia yang dapat kalian banggakan;
10. Kedua adik kembarku, semoga kalian jadi Rockstar;
11. Bapak Aman, selaku Kepala Dinas Pariwisata terima kasih atas bantuan dan bimbingan serta data-data sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan ini;
12. Mutia Rahmayanti, orang terdekat yang selama ini mendampingi penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir,”(Makasih Yah Hon)”;
13. Teman seperjuangan Uwie kecil, Kanti, Paulina, Dyanti, Ekotak, Hapita”(sing gancang meunang gawe ok)”, Gun2 kentung”(geus tong dipikiran wae gun)”, Obeth ‘sang sahabat sejati’ “(tetep semangat kuliah ok, makasih buat semuanya bos)”;
14. Basecamp Crew, (Aray, Abadi, Ambar, Beny, Gatot, Gunung, Ipey, Ivan, Bembiez, Yudis);
15. All Languager’s 2001-2005 tetep semangat dan kreatif ok.

Bandung Maret 06

Penulis

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Diparda Tingkat II Kotamadya Bandung

Dinas Pariwisata Daerah Tingkat II Bandung (Diparda) adalah suatu dinas yang mengatur dan melayani persinggahan wisatawan. Dalam mengatur kepariwisataan di Indonesia, pemerintah mengeluarkan Keputusan Presiden No.30 tahun 1969 tentang pembentukan dewan pertimbangan kepariwisataan nasional. Tugas utamanya adalah membantu Presiden dalam menetapkan kebijaksanaan umum di bidang kepariwisataan nasional. Dalam Keputusan Presiden ini dibentuk pula Direktorat Jendral Pariwisata dalam struktur organisasi Departemen Perhubungan.

Untuk menjamin pembinaan dan pembangunan yang efektif dan kontinu dalam pelaksanaan yang diusahakan Pemerintah dan Swasta dikeluarkan Intruksi Presiden No.9 tahun 1969 tentang pembentukan Badan Pariwisata Nasional (BAPARNAS). BAPARNAS ini bertugas membantu Menteri Pehubungan dan Dirjen Pariwisata. Di tingkat daerah di bentuk Dinas Pariwisata Daerah (Diparda) yang diatur dalam surat Keputusan Menteri Perhubungan No.SK.71/11/1969. Berdasarkan Tap MPR No.II tahun 1998 butir 6 sektor pariwisata dan landasan kebijaksanaan strategi pembangunan kepariwisataan, Pemerintah Daerah Tingkat I Jawa Barat dalam PELITA V menuntut Pemerintah untuk menjabarkan di dalam pelaksanaannya, sehingga kunjungan wisatawan ke Indonesia khususnya ke daertah Jawa Barat dapat lebih meningkat. Berdasarkan hal tersebut Gubernur Daerah Tingkat I Jawa Barat secara bertahap telah menempuh kebijaksanaan, diantaranya :

1. Surat Keputusan Gubernur Tingkat I Jawa Barat Nomor 556/S.K/252/Pemda/85 tanggal 26 Februari tentang penyerahan sebagian urusan bidang kepariwisataan kepada Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung.

2. Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung No. 11/Perda/1985, tentang pembentukan Dinas Pariwisata Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung.
3. Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung No. 12/Perda/1985, tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pariwisata Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung.
4. Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung no. 07 tahun 1986, tentang izin usaha kepariwisataan di Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung.

2.2 Susunan Organisasi

Organisasi pada suatu instansi tempat kerja adalah wadah kerja sama manusia dengan menggunakan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan instansi yang telah ditetapkan. Struktur organisasi merupakan kerangka menyeluruh yang menggambarkan fungsi dan tugas serta wewenang dalam organisasi secara jelas agar tidak terjadi kesimpangsiuran terhadap perintah yang diberikan antara tugas yang satu dengan tugas yang lainnya di dalam suatu organisasi.

Pemerintah Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung membentuk Dinas Pariwisata dengan Peraturan Daerah No.11 tahun 1985. berdasarkan hal tersebut, maka susunan organisasi dan tata kerja Diparda sesuai dengan pasal 49 ayat (2) Undang-Undang No.5 tahun 1974 tentang pokok-pokok pembentukan di daerah perlu ditetapkan perda-nya.

Mengingat Keputusan Gubernur Tingkat I Jawa Barat No. 556/SK/252/Pemda/85 tanggal 26 Februari tentang penyerahan sebagian urusan bidang kepariwisataan kepada Pemerintah Daerah Kotamadya Tingkat II Bandung. Dengan persetujuan DPRD Kotamadya Tingkat II Bandung, diputuskan dan ditetapkan peraturan daerah Kotamadya Tingkat II Bandung No.12 tahun 1985 tentang susunan organisasi dan tata kerja Diparda Tingkat II Kotamadya Bandung.

Diparda Kotamadya Tingkat II Bandung memiliki 3 unsur organisasi yang terdiri dari :

1. Pimpinan adalah Kepala Dinas.
2. Pembantu Pimpinan adalah sub bagian Tata Usaha.
3. Pelaksana adalah seksi-seksi.

Susunan Diparda Tingkat II Kotamadya Bandung adalah :

1. Kepala Dinas
2. Sub bagian tata usaha terdiri dari :
 - a. Urusan umum.
 - b. Urusan keuangan.
 - c. Urusan kepegawaian.
 - d. Urusan perlengkapan.
3. Seksi Bina Program terdiri dari :
 - a. Sub seksi pendataan dan statistik.
 - b. Sub seksi perumusan dan evaluasi.
 - c. Sub seksi pengawasan.
4. Seksi Bina sarana wisata terdiri dari :
 - a. Sub seksi akomodasi.
 - b. Sub seksi rumah makan.
5. Seksi bina objek dan atraksi wisata :
 - a. Sub seksi rekreasi dan hiburan umum.
 - b. Sub seksi aneka wisata.
 - c. Sub seksi objek wisata.
6. Seksi bina promosi terdiri dari :
 - a. Sub seksi analisa pemasaran.
 - b. Sub seksi sarana promosi.
 - c. Sub seksi bimbingan masyarakat

Visi:

Dinas Pariwisata sebagai penggerak Utama terwujudnya Kota Bandung sebagai Kota Tujuan Wisata Idaman Tahun 2007
Dinas Pariwisata sebagai penggerak Utama terwujudnya Kota Bandung sebagai Kota Tujuan Wisata Idaman Tahun 2007

Misi:

1. Meningkatkan daya tarik wisata Kota Bandung;
2. Meningkatkan citra pariwisata Kota Bandung;
3. Menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif bagi terselenggaranya kegiatan kepariwisataan;
4. Menjadikan Bandung sebagai Kota Simpul Pelayanan Pariwisata Jawa Barat.

Tujuan :

1. Meningkatkan daya tarik wisata Kota Bandung;
2. Meningkatkan citra pariwisata Kota Bandung;
3. Menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif bagi terselenggaranya kegiatan kepariwisataan;
4. Menjadikan Bandung sebagai Kota Simpul Pelayanan Pariwisata Jawa Barat.

Sasaran :

- Terselenggaranya kegiatan kepariwisataan;
- Meningkatnya kegiatan seni budaya daerah;

- Terpeliharanya obyek wisata sejarah;
- Tertatanya obyek wisata belanja;
- Tertatanya obyek wisata alam;
- Tertatanya obyek wisata konvensi;
- Terdatanya potensi wisata konvensi;
- Meningkatnya kualitas pementasan;
- Meningkatnya keragaman media promosi pariwisata;
- Meningkatnya keikutsertaan kota Bandung dalam event-event promosi;
- Menurunnya tingkat pelanggaran terhadap kegiatan usaha kepariwisataan;
- Meningkatnya peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pentas seni/ budaya;
- Meningkatnya keterampilan SDM pelaku usaha kepariwisataan;
- Terwujudnya standarisasi pelayanan pelaku usaha pariwisata;
- Meningkatnya ketersediaan sarana informasi pariwisata;
- Meningkatnya ketersediaan sarana dan prasarana obyek-obyek wisata;
- Terwujudnya koordinasi dengan pihak-pihak terkait;
- Meningkatnya kualitas SDM aparat Dinas Pariwisata;
- Terwujudnya pelayanan perijinan yang sesuai dengan aturan;
- Terwujudnya sistem informasi pariwisata;
- Terwujudnya standar kerja pada Dinas pariwisata;
- Terwujudnya kerjasama promosi pariwisata dengan daerah lain di Jawa Barat;
- Terwujudnya pusat informasi Jawa Barat;

Tugas Pokok :

Melaksanakan sebagian kewenangan daerah di bidang pariwisata.

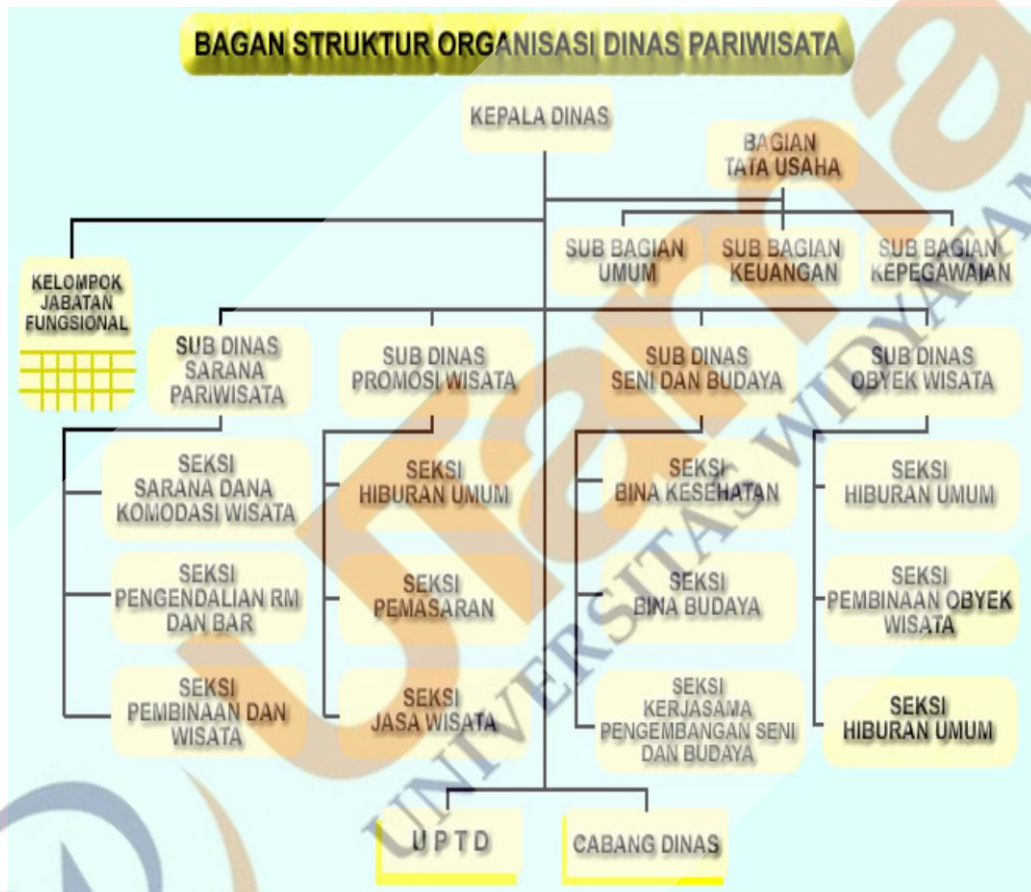
Fungsi :

Merumuskan kebijakan teknis bidang kepariwisataan, melaksanakan tugas teknis operasional bidang pariwisata yang meliputi saran apariwisata, promosi wisata, seni dan budaya serta aobyek wisata, melaksanakan pelayanan teknis administratif meliputi administrasi umum dan keuangan serta administrasi kepegawaian dinas.



Utam
UNIVERSITAS WIDYATAMA

STRUKTUR ORGANISASI :



2.3 Lokasi Perusahaan

Dinas Pariwisata Daerah Tingkat II Kotamaya Bandung terletak di Jl. Achmad Yani No. 277 Bandung-JawaBarat.



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pengertian Pariwisata

Pada hakekatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan-kepentingan yang lainnya. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin tahu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan keagamaan dan keperluan usaha lainnya.

3.2 Pengertian Wisatawan

Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata, Jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong. IUOTO (The International Union of Official Travel Organization) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum:

Pengunjung, yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Jadi ada dua kategori mengenai sebutan pengunjung, yakni:

- a. Wisatawan.
- b. Pelancong.

Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi:

1. **Pesiar**, Untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olah raga.
2. **Hubungan** dagang, sanak saudara, konferensi, misi, dan sebagainya.

Pelancong adalah pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

3.3 Macam-macam bentuk wisata.

Ada berbagai macam perjalanan wisata bila ditinjau dari berbagai segi.

1. **Dari segi jumlahnya, wisata dibedakan atas:**

- a. *Individual Tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami istri.
- b. *Family Group Tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- c. *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggota anggotanya. Biasanya paling sedikit 10 orang, dengan dilengkapi diskon dari perusahaan prinsipal bagi orang yang kesebelas. Potongan ini besarnya berkisar antara 25 hingga 50% dari ongkos penerbangan atau penginapan.

2. **Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas:**

- a. *Pre-arranged Tour* (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya, baik transportasi akomodasi maupun objek-objek yang akan dikunjungi. Biasanya wisata jenis ini diatur oleh suatu lembaga yang khusus mengurus, mengatur maupun menyelenggarakan perjalanan wisata dengan bekerja sama dengan semua instansi atau lembaga yang terkait dengan kepentingan tersebut.

- b. *Package Tour* (wisata paket atau paket wisata), yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transport yang bekerja sama dengannya di mana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya. Dengan kata lain paket wisata ini adalah suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.
- c. *Coach Tour* (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan ekskursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin, dalam jangka yang telah ditetapkan dan dengan rute perjalanan yang telah ditentukan pula.
- d. *Special Arranged Tour* (wisata Khusus). Yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang pelanggan atau lebih sesuai dengan kepentingannya.
- e. *Optional Tour* (wisata tambahan), yaitu suatu perjalanan wisata tambahan di luar pengaturan yang telah disusun dan dijanjikan pelaksanaannya, yang dilakukan atas permintaan pelanggan.

3. **Dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan atas:**

- a. *Holiday Tour* (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya dengan tujuan untuk bersenang-senang dan menghibur diri.
- b. *Familiarization Tour* (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan anjagsana yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya, Misalnya, sebuah biro perjalanan luar negeri yang menyelenggarakan perjalanan wisata bagi karyawan-karyawannya ke Indonesia guna mengenal lebih lanjut objek-objek wisata yang ada di Indonesia agar nantinya mereka dapat memberikan informasi yang lebih baik mengenai Indonesia.

- c. *Educational Tour* (wisata Pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi. Wisata jenis ini disebut juga sebagai *study tour* atau perjalanan kunjungan pengetahuan.
- d. *Scientific Tour* (wisata Pengetahuan), yaitu suatu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan. Misalnya, kunjungan wisata melihat bunga bangkai yang berbunga (*Rafflesia Arnoldi*), Melihat gerhana matahari total seperti yang terjadi di Jawa Tengah tanggal 11 Juni 1983, menyelidiki kehidupan Komodo, Orang Utan di hutan Kalimantan, dan lain-lain.
- e. *Pileimage Tour* (wisata Keagamaan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan, misalnya Umroh oleh sebuah Konsorsium Biro Perjalanan PATANU (Pantravel Tunas Indonesia dan Natrabu), tour ke Lourdes di Perancis Selatan, tour mengikuti Waicak di Candi Borobudur-Pawon-Mendut, dan lain-lain.
- f. *Special Mission Tour* (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi untuk berdagang, misi kesenian dan lain-lain.
- g. *Special Programe Tour* (wisata program khusus), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus, misalnya *Laddies Programme*, suatu kunjungan ke suatu objek wisata oleh para istri atau pasangan yang karena suaminya mengikuti rapat konvensi ataupun pertemuan khusus.
- h. *Hunting Tour* (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diizinkan oleh pemerintah setempat sebagai hiburan semata-mata. Contohnya, berburu babi di Pulau Sumatera, berburu Kangguru di Australia, dan lain-lain.

4. **Dari segi penyelenggaraannya, wisata dibedakan atas:**

- a. *Ekskursi*, yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata.
- b. *Safari Tour*, yaitu perjalanan wisata diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan maupun peralatan khusus pula yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya. Misalnya, perjalanan wisata safari ke Blauran di Jawa Timur, safari tour ke Ujung Kulon, safari tour ke Pulau Komodo di Nusa Tenggara Timur dan lain-lain.
- c. *Cruise Tour*, yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek-objek wisata bahari dan objek-objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.
- d. *Youth Tour*, yaitu kunjungan wisata yang penyelenggaranya khusus diperuntukan bagi para remaja menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum negara masing-masing. Di Indonesia umumnya yang dianggap remaja adalah mereka yang masih dalam pendidikan Sekolah Menengah Atas, atau mereka yang usianya masih dibawah 21 tahun, dan belum menikah.
- e. *Marine Tour* (wisata bahari), yaitu suatu kunjungan ke objek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi yang mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

1. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi,
2. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian,
3. Dorongan kebutuhan keagamaan,
4. Dorongan kebutuhan kesehatan,
5. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian,
6. Dorongan kepentingan keagamaan,
7. Dorongan kepentingan hubungan keluarga,
8. Dorongan kepentingan politik.



BAB IV

PEMBAHASAN

Bidang pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat berpotensi dalam menghasilkan devisa bagi Pemerintah Daerah Kota Bandung. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi Dinas Pariwisata Kota Bandung untuk lebih meningkatkan pemberdayaan dari seluruh tempat objek-objek wisata yang tersebar di sekitar Kota Bandung.

Bandung merupakan salah satu kota tujuan objek wisata yang cukup banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan dalam negeri. Banyaknya bangunan-bangunan kuno yang merupakan peninggalan-peninggalan bangsa Belanda menjadikan Bandung terkenal dengan sebutan “Parijs Van Java”, selain itu Kota Bandung juga terkenal dengan sebutan “Kota Kembang”.

Selain itu sarana-sarana wisata yang ada seperti biro perjalanan, transportasi, restoran, hotel dll saling mendukung dalam mewujudkan tujuan dinas pariwisata Kota Bandung dalam peranannya untuk meningkatkan potensi objek pariwisata yang ada. Keadaan ini juga memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat yang berada di sekitar tempat objek wisata tersebut.

Namun apabila kita tinjau lebih lanjut masih terdapat kekurangan-kekurangan dari objek-objek wisata yang ada, hal ini merupakan tugas bagi Dinas Pariwisata maupun seluruh masyarakat Kota Bandung untuk bekerja sama dalam meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan kepada wisatawan yang datang. Pengelolaan yang didukung oleh sarana dan prasarana yang baik, dapat menciptakan kondisi pariwisata Kota Bandung yang dapat dibanggakan. Maka hal ini dapat mewujudkan Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata idaman pada tahun 2007.

4.1 Kondisi Pariwisata di Kota Bandung

Kondisi pariwisata Kota Bandung saat ini dapat dikatakan telah mengalami peningkatan yang cukup baik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang memadati sejumlah pusat objek wisata belanja yang banyak terdapat di sepanjang jalan Ir. Hji. Juanda dan jalan Riau yang sebagian besar merupakan pengunjung yang berasal dari luar daerah kota Bandung seperti Jakarta, Bogor, Jogjakarta dan lain sebagainya. Hal itu menunjukkan bahwa potensi Kota Bandung sebagai daerah tujuan wisata sangat besar hanya bagaimana kita dapat menggali dan mengelola potensi tersebut.

Kurangnya perhatian dari masyarakat dan pemerintah daerah, juga dapat dilihat dari sarana prasarana yang menunjang kegiatan terlihat kurang memadai. Sebagai contoh, layanan informasi tentang tujuan wisata di Bandung belum terkoordinasi dengan baik, selain itu kondisi fisik bangunan-bangunan bergaya art deco peninggalan zaman kolonial yang kurang terawat yang bisa saja menjadikan salah satu daya tarik wisatawan, serta kondisi yang kotor sehingga kurang sedap dipandang mata, juga ditambah dengan menggunungnya sampah di sejumlah ruas jalan di Bandung yang menjadi permasalahan yang cukup serius. Maka dengan segala macam permasalahan yang ada di atas, hal itu dapat mempengaruhi tingkat menurunnya jumlah wisatawan yang datang.

Namun selain terdapat sisi negatif tentang kondisi industri pariwisata di kota Bandung kita juga dapat melihat beberapa sisi positif seperti adanya biro-biro perjalanan yang memberikan paket perjalanan wisata dengan harga bersaing pada waktu-waktu tertentu seperti liburan sekolah, tahun baru, maupun hari-hari besar lainnya. Selain itu banyak terdapat hotel-hotel yang memasang tarif hemat tanpa mengesampingkan mutu pelayanannya, hal itu membuktikan bahwa masih banyak kalangan industri pariwisata yang memperhatikan dan peduli dengan kondisi pariwisata di kota Bandung.

4.2 Peranan Dinas Pariwisata Kota Bandung

Salah satu bagian penting dalam pariwisata adalah sarana dan prasarana yang memadai sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para wisatawan. Pariwisata sebagai suatu industri mutlak memerlukan sarana dan prasarana yang mendukung bila tidak pencapaian sebagai salah satu penghasil devisa terbesar bagi negara sulit untuk tercapai. Dalam hal ini dinas pariwisata telah melakukan beberapa perbaikan yang menyangkut dalam aspek tersebut. Dalam pengertian ini yang termasuk dalam prasarana tersebut adalah:

a. Sarana pokok kepariwisataan (Main Tourism Superstructure).

Yang dimaksudkan dengan sarana pokok perusahaan adalah perusahaan-perusahaan yang kehidupannya sangat tergantung kepada lalu-lintas wisatawan. Fungsinya adalah menyediakan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi wisatawan. Sarana semacam ini harus diadakan, pembangunannya harus diarahkan, dalam rangka menarik lebih banyak wisatawan. Adapun perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sarana pokok kepariwisataan adalah:

1. Perusahaan-perusahaan yang usaha kegiatannya mempersiapkan dan merencanakan perjalanan wisatawan seperti travel agent, tour operator, turis transportaion dan sebagainya.
2. Perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan di daerah tujuan ke mana wisatawan pergi. Dalam istilah kepariwisataan perusahaan ini biasa disebut dengan *Residential Tourist Plant*. Yang dimaksudkan dengan *resindential tourist plant* adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan untuk menginap, menyediakan makanan, dan minuman di daerah tujuan wisata, seperti misalnya: Hotel, Motel, Cottages, dan sebagainya dan cathering establishments, seperti: Bar, dan Restaurant, Coffe shop, dan dapat pula disini ditambahkan kantor-kantor pemerintah seperti: Tourist Information Center dan Government Tourist Office karena dapat

memberikan pelayanan kepada wisatawan yang datang walaupun tidak langsung.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Harry G. Clement dalam bukunya *The Future of Tourism in Pacific and Far East*, pemencaran pengeluaran wisatawan digunakan untuk keperluan hal-hal sebagai berikut:

1. Accomodation	25,4%
2. Foods&Beverages	38,8%
3. Purchases	26,3%
4. Local Transportation	4,5%
5. Others	5,0%
	100%

Jadi hampir 70% dari pengeluaran wisatawan disedot oleh perusahaan-perusahaan yang termasuk sarana pokok kepariwisataan. Disinilah letak arti pentingnya sarana prasarana pokok sesuai dengan istilah dan fungsinya sendiri.

b. Sarana pelengkap kepariwisataan

Yang dimaksudkan dengan sarana pelengkap kepariwisataan ialah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa, sehingga fungsinya dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di tempat atau daerah yang dikunjungi. Dalam literatur kepariwisataan dikenal dengan istilah *Recreative and sportive plant* dan yang termasuk ke dalam kelompok ini ialah: fasilitas untuk berolah raga seperti: golf, tennis, swimming pool dengan segala kelengkapannya. Jadi harus ada sesuatu yang dapat dilakukan di tempat yang dikunjungi, sehingga ada kegiatan yang membuat wisatawan tidak bosan di tempat tersebut.

c. Sarana penunjang kepariwisataan

Yaitu sarana penunjang kepariwisataan yang diperlukan oleh wisatawan yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di

tempat yang dikunjungi tersebut, seperti contohnya Souvenir shop karena selain para wisatawan senang dengan mendapatkan cinderamata yang khas sesuai dengan daerah yang ditujunya maka secara tidak langsung perekonomian masyarakat setempat pun akan terangkat.

4.2.1 Kiat Untuk Meningkatkan Objek Pariwisata Di Bandung

Seperti diketahui, kebijaksanaan produk mencakup usaha-usaha yang dilakukan secara sadar dan direncanakan untuk memperbaiki produk yang lama atau sedang berjalan dan menambah macam dan jenis produk yang dihasilkan. Karena itu dari potensi-potensi yang ada harus digali dan ditingkatkan menjadi produk baru yang dapat dijual. Dalam kepariwisataan caranya ialah dengan menciptakan objek-objek dan atraksi-atraksi yang baru, jangan hendaknya setiap orang datang ke tempat yang itu-itu saja seperti contohnya Tangkuban Perahu, Ciater, atau atraksi yang selalu disajikan hanya Sawung Angklung Mang Udjo saja dari tahun ke tahun.

Untuk itu perlu dilakukan berbagai peningkatan di sektor pariwisata kita, dan berbagai peningkatan itu ialah dengan:

1. Menawarkan Produk Sebanyak Mungkin.

Objek dan atraksi dalam kepariwisataan, tidak hanya semacam dua macam saja, seperti diketahui dalam industri kepariwisataan tidak dikenal *single product* tetapi bermacam-macam produk yang dikonsumsi secara bersama. Dengan produk suatu Tour Operator akan lebih mudah menyusun Tour Intinerary bagi Tour yang direncanakan.

2. Pelihara dan Pugar Produk-produk yang telah tua.

Objek pariwisata yang mempunyai nilai sejarah, harus dipelihara dan bila ada kerusakan hendaknya diadakan pemugaran. Hal ini penting untuk mempertahankan daya tarik agar wisatawan lebih banyak berkunjung ke suatu daerah yang mempunyai banyak bangunan bersejarah, dan Bandung merupakan salah satu diantaranya.

3. Bangun dan Perbaiki Prasarana Kepariwisata.

Adalah tidak mungkin kita berbicara soal bagaimana prasarana kepariwisataan tidak dipersiapkan sebagaimana mestinya. Airport, terminal, jalan, dan jembatan yang menuju ke suatu objek pariwisata, agar membuat wisatawan nyaman dalam menuju tempat tujuan wisatanya.

4. Menciptakan Hubungan Yang Berkesinambungan Dengan Tour Operator.

Baik suatu organisasi kepariwisataan nasional, regional, lokal atau hotel-hotel, perlu dipelihara hubungan yang berkesinambungan dengan travel agent dan tour operator, apalagi dengan tour operator yang besar yang biasanya sering membawa rombongan wisatawan. Caranya ialah selain harus di supply dengan macam-macam informasi *promotion material* bila perlu dalam suatu periode tertentu mereka diundang untuk mengunjungi suatu daerah untuk melihat dan menyaksikan apa yang mungkin dapat mereka jual.

5. Sumber Daya Manusia Yang Profesional.

Dalam meningkatkan industri pariwisata yang sangat kompleks ini tidak mungkin pelayanan diberikan oleh tenaga amatir, dimana haruslah direncanakan dan ditangani oleh tenaga-tenaga yang sudah profesionil. Karena itu dalam rangka penerimaan wisatawan perlu diadakan pendidikan khusus seperti perhotelan, travel agency, bar and restaurant, pramuwisata dan lain-lainnya. Tanpa adanya tenaga terlatih dapat dibayangkan hasil yang hendak dicapai bukannya kemajuan tetapi menjadi suatu kemunduran.

6. Promosi.

Adanya promosi akan sangat membantu Travel agent dan tour operation untuk melakukan penjualan tour yang direncanakannya. Selain itu bagi calon wisatawan sendiri *promotion material* tersebut dapat mempercepat proses dalam pengambilan keputusan, apakah ia akan jadi pergi atau tidak. Untuk tujuan itu perlu diciptakan bahan-bahan promosi yang menarik dan up to date dan dikirimkan secara periodik kepada travel agent, tour operation, perwakilan kedutaan di luar negeri serta kepada Overseas Tourist Information Centre yang ada di luar negeri.

Meningkatkan Citra Pariwisata Kota Bandung

Proses untuk meningkatkan objek pariwisata di kota Bandung harus berjalan seiring dengan peningkatan sadar wisata masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan peran serta masyarakat, menggalang sikap dan perilaku yang baik untuk menjadi tuan rumah serta meningkatkan citra kota Bandung sebagai kota yang masyarakatnya ramah tamah kepada pengunjung

Dari penelitian yang dilakukan berulang kali selama beberapa tahun, citra pariwisata kota Bandung menurut pandangan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang pernah mengunjungi kota Bandung diperoleh kesan-kesan atau faktor-faktor yang positif dan negatif.

Faktor positif, antara lain:

1. Penduduk yang ramah
2. Iklim yang sejuk.
3. Pemandangan alam yang indah.
4. Sejarah dan adat istiadat penduduk yang menarik.

Faktor Negatif, antara lain:

1. Kotor.
2. Kemiskinan.
3. Kondisi yang tidak sehat.
4. Masalah bahasa.

Dari berbagai komentar dan kesan yang banyak disampaikan wisatawan dapat kiranya ditarik kesimpulan bahwa unsur pokok produk wisata kita yang berupa objek atau atraksi wisata yang kita miliki, ternyata keramah tamahan penduduk yang paling mengesankan. Namun masih banyak segi yang merisaukan wisatawan yang membuat citra pariwisata kita kurang baik.

Selain faktor-faktor negatif yang dikemukakan sebelumnya masih sering pula disampaikan beberapa keluhan seperti:

1. Penampilan lalu-lintas angkutan jalan raya yang dinilai kurang memperhatikan keselamatan baik penumpang maupun pejalan kaki.

2. Kurang tertib dan kurang disiplin.
3. Kelemahan pelayanan dalam bidang informasi.
4. Kurangnya keterampilan mengakibatkan rendahnya mutu pelayanan.

Dan dibawah ini akan diuraikan 7 unsur yang dianggap paling penting sebagai langkah strategis dalam upaya meningkatkan daya tarik objek-objek pariwisata di kota Bandung:

Aman:

Aman dalam arti penggunaan sarana dan prasarana serta fasilitas, yaitu baik dari gangguan teknis maupun lainnya, karena sarana prasarana dan fasilitas tersebut terpelihara dengan baik.

Tertib:

Tertib dari segi peraturan dimana wisatawan akan mendapatkan suasana pelaksanaan peraturan yang konsisten dan seragam dimana saja. Selain dari segi peraturan tertib juga dapat diterapkan dari segi waktu, segi mutu pelayanan, dan segi informasi.

Bersih:

Keadaan bersih harus selalu tercermin pada lingkungan dan sarana prasarana yang bersih dan rapih, penggunaan alat perlengkapan pelayanan yang selalu terawat baik, bersih dan bebas dari bakteri atau penyakit. Makanan dan minuman yang sehat, serta penampilan petugas pelayanan yang bersih baik fisik maupun pakaiannya. Bersih dari segi lingkungan dimana wisatawan menemukan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah, limbah, pencemaran limbah. Bersih dari segi bahan dimana wisatawan mendapatkan bahan yang bersih baik pada makanan , minuman maupun bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyajian.

Sejuk:

Kondisi lingkungan yang memberikan suasana nyaman, segar akan menciptakan suasana penataan lingkungan, pertamanan, penghijauan pada jalur pariwisata. Memperindah wajah kota Bandung dengan pembangunan taman-taman di

tempat-tempat terbuka. Penghijauan sepanjang jalan di lingkungan perkantoran dan pusat perbelanjaan serta lingkungan pemukiman penduduk dan objek wisata.

Indah:

Indah dilihat dari sudut penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik interior maupun eksterior serta menunjukkan sifat dan ciri kepribadian daerah setempat sebagai contoh:

- Rumah makan khas sunda dengan interior seperti saung-saung.

Keindahan terutama dituntut dari penampilan semua unsur yang berhubungan langsung dengan pariwisata seperti penampilan wajah kota, halaman depan hotel dan bangunan bersejarah, jalur-jalur wisata, dan lingkungan objek wisata serta produk wisata lainnya.

Indah dari segi alam dimana wisatawan akan mendapatkan lingkungan yang indah yang dikarenakan pemeliharaan dan pelestarian yang teratur dan terus-menerus.

Ramah-tamah:

Ramah tamah, adalah sifat dan perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan. Hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka menyapa, suka memberikan pelayanan, dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih, baik yang diberikan oleh petugas/aparat unsur pemerintah maupun usaha pariwisata yang secara langsung melayaninya.

Kenangan:

-Kenangan dari segi akomodasi yang nyaman dimana selama wisatawan menginap akan mendapatkan kenyamanan baik dari segi lingkungan, pelayanan kamar, pelayanan makanan dan minuman, maupun pelayanan lainnya.

-Kenangan dari segi atraksi budaya yang mempesona dimana wisatawan akan mendapatkan suatu kenangan yang mempesona baik dari segi variasi, mutu, dan ketinuyitas maupun waktu yang tepat.

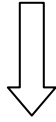
-Kenangan dari segi makanan khas daerah yang lezat dimana wisatawan akan mendapatkan suatu kenangan dari makanan khas daerah yang lezat rasanya , higienis, bervariasi dan menarik dalam penyajiannya.

-Kenangan dari segi cinderamata yang bermutu, menawan dan harga yang wajar.



Langkah-langkah Menjadikan Kota Bandung Menjadi Daerah Tujuan Wisata

Permudah prosedur masuk dan keluarnya wisatawan



Adakan riset pemasaran wisata



Tingkatkan fasilitas sarana dan prasarana kepariwisataan pada setiap tempat objek tujuan wisata



Ciptakan kegairahan berusaha di kalangan industri pariwisata



Tingkatkan kegiatan promosi ke negara-negara asal wisatawan



Dengan cara itu diharapkan:

- Lebih banyak wisatawan datang.
- Lebih lama tinggal di daerah tuju

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Bandung adalah kota yang mempunyai potensi daya tarik wisata yang sangat besar, karena letak geografisnya yang dikelilingi oleh pegunungan, sehingga udara di kota Bandung pun sangat sejuk, juga ditambah dengan panorama alam nya yang sangat indah, di kota Bandung sendiri banyak terdapat objek objek pariwisata yang mempunyai potensi besar untuk digali dan dikembangkan.

Bandung adalah ibukota Provinsi Jawa Barat dan merupakan kota terbesar keempat di Indonesia. Terletak pada ketinggian sekitar 750m di atas permukaan laut, Bandung memiliki daya tarik kuat bagi para wisatawan baik itu wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara. Tidak sedikit orang Jakarta yang berkunjung ke Bandung pada saat liburan akhir pekan hanya untuk sekedar membeli baju atau mencari jajanan di berbagai tempat yang terdapat di Bandung, atau para wisatawan mancanegara yang sering kita lihat sedang berjalan jalan mengitari jalanan di kota Bandung.

Selain ‘Kota Kembang’, Bandung juga pernah dijuluki sebagai ‘Paris Van Java’ karena berbagai taman dan kebun yang terdapat di kota ini. Di Bandung juga sampai saat ini masih terdapat bangunan bangunan kuno sisa-sisa peninggalan pemerintahan kolonial Belanda. Namun kemegahan dari julukan itu lebih banyak berlaku untuk Bandung ‘Tempo Doeloe’. Karena Bandung masa kini sudah sangat berbeda dengan Bandung di masa yang lalu, Kini banyak terdapat taman-taman yang kurang terawat kebersihannya juga nasib bangunan-bangunan bersejarah yang sudah

terlupakan keberadaannya yang digantikan oleh mall-mall yang tumbuh subur di Bandung. Bandung masa kini sama saja dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia dengan masalah yang sama yaitu kemacetan dimana-mana, tingkat polusi yang tinggi, serta kepadatan penduduk.

Dan untuk meningkatkan objek pariwisata di kota Bandung serta mengembalikan citra kota Bandung sebagai daerah tujuan wisata sudah seharusnya kita melakukan berbagai peningkatan. Dinas Pariwisata kota Bandung sebagai instansi yang berhubungan dengan kegiatan pariwisata sudah seharusnya melakukan berbagai peningkatan, salah satunya dengan meningkatkan sarana dan prasarana kepariwisataan seperti layanan informasi, karena layanan informasi sangat penting bagi para wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung dengan lengkapnya informasi tentang objek-objek pariwisata yang ada di kota Bandung maka para wisatawan tidak akan bingung ketika akan mengunjungi kota Bandung, dengan begitu mereka akan tahu dimana saja terdapat objek-objek pariwisata yang bisa mereka kunjungi dan apa saja keunggulan dari objek-objek pariwisata tersebut, karena dengan kurangnya informasi mengenai objek pariwisata para wisatawan menjadi bingung dan enggan untuk berkunjung.

Selain itu kegiatan promosi juga harus lebih gencar lagi dilaksanakan, dengan seringnya dilaksanakan kegiatan promosi maka pengetahuan para wisatawan mengenai objek-objek pariwisata di kota Bandung akan semakin luas dan dengan sendirinya para wisatawan pun akan berkunjung ke kota Bandung, misalnya dengan mengadakan promosi langsung ke negara negara asal wisatawan yang biasa berkunjung ke kota Bandung, dan promosi pun harus dilakukan dengan cara-cara yang dapat menarik perhatian dari para wisatawan, misalnya dengan menampilkan atraksi-atraksi khas dari kota Bandung seperti tari jaipong, pagelaran angklung dan sebagainya atau dengan menempelkan poster-poster dan flyers yang dibuat dengan

berbagai macam warna atau hiasan yang membuat wisatawan tertarik untuk melihat dan membaca poster atau flyers tersebut.

Dengan dilakukannya upaya-upaya tersebut bukan tidak mungkin kota Bandung akan menjadi daerah tujuan wisata para wisatawan dan kota Bandung dapat disejajarkan dengan daerah-daerah wisata lainnya di Indonesia. Tetapi dari semua upaya-upaya yang harus dilakukan tersebut bukan tidak mungkin akan mendapat suatu hambatan seperti masih kurangnya kesadaran masyarakat kita akan pentingnya sektor pariwisata karena tanpa ada dukungan dari masyarakat upaya-upaya tersebut akan sulit untuk direalisasikan, dan masalah keterbatasan biaya pun menjadi salah satu penyebab kurang memadainya sarana prasarana yang mendukung sektor pariwisata di kota Bandung.

Semoga dengan meningkatnya peran serta masyarakat terhadap dunia pariwisata di kota Bandung juga dengan adanya dana yang cukup untuk meningkatkan dan mengoptimalkan berbagai sarana prasarana yang ada maka kondisi pariwisata di kota Bandung akan terus meningkat dan tujuan Dinas Pariwisata Kota Bandung menjadikan kota Bandung sebagai kota tujuan wisata idaman pada tahun 2007 akan terwujud.

Alasan peningkatan sektor pariwisata di kota Bandung dipacu untuk dijadikan komoditi andalan sebagai berikut:

1. Pola perjalanan wisata di dunia yang terus menerus meningkat dari tahun ke tahun.
2. Pariwisata tidak begitu terpengaruh gejolak ekonomi dunia, disamping pertumbuhannya yang lebih cepat daripada pertumbuhan ekonomi dunia.

3. Meningkatkan kegiatan ekonomi daerah dan pengaruh ganda dari pengembangan pariwisata tampak lebih nyata.
4. Komoditi pariwisata tidak mengenal proteksi atau quota seperti komoditi lainnya.
5. Potensi pariwisata Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang beraneka ragam macamnya tak akan habis terjual.
6. Pariwisata sudah menjadi kebutuhan hidup manusia pada umumnya
7. Mengurangi angka pengangguran.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Fakultas Bahasa dan Jurusan

1. Sebaiknya pihak Fakultas dan Jurusan melakukan kerja sama dengan instansi-instansi terkait, misalnya dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan ilmu yang mahasiswa dapat di bangku perkuliahan.
2. Memberi sedikit gambaran kepada mahasiswa tentang praktik Kerja Lapangan, karena pada dasarnya banyak mahasiswa yang bingung saat hendak melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
3. Sebaiknya mahasiswa tidak mencari tempat Praktik Kerja Lapangannya sendiri, melainkan sudah di salurkan oleh pihak Fakultas atau Jurusan kepada instansi yang terkait.

5.2.2 **Saran untuk Mahasiswa**

1. Sebaiknya para mahasiswa yang hendak melakukan Praktik Kerja Lapangan sudah mengetahui di mana mereka akan melakukan Praktik Kerja Lapangan jauh hari sebelumnya.
2. Dalam mencari tempat Praktik Kerja Lapangan, sebaiknya mahasiswa tidak terfokus pada instansi yang bergerak di bidang bahasa Jepang.
3. Agar dapat mempraktikkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan ke dunia kerja nyata secara baik.
4. Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa hendaknya dapat menjaga nama baik Universitas Widyatama Bandung dan juga nama instansi yang bersangkutan.

5.2.3 **Saran untuk Instansi**

Tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan pesan dan saran yang mungkin akan berguna untuk Dinas Pariwisata Daerah Tingkat II Kotamadya Bandung, dan dapat menjadi masukan untuk membangun kinerja yang lebih baik lagi di masa yang akan datang

1. Hendaknya kinerja para pegawai dapat lebih ditingkatkan lagi agar dapat meningkatkan kerjasama yang lebih baik.
2. Terus meningkatkan sektor pariwisata di kota Bandung.
3. Memberikan informasi-informasi tentang bidang kepariwisataan.
4. Memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya sektor pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan.



DAFTAR PUSTAKA

Mangusuwito, S.A. 2001. **Kamus Umum Jepang-Indonesia dan Indonesia-Jepang**. Edisi Pertama. Bandung : CV. YRAMA WIDYA

Damardjati, R.S. 1973. **Istilah-Istilah Dunia Pariwisata**. Jakarta : Pradnya Paramita

Wahab, Saleh. 1988. **Manajemen Kepariwisata**. Jakarta : Pradnya Paramita

Marpaung, Happy dan Bahar, Herman. 2002. **Pengantar Pariwisata**. Bandung : Alfabeta

Suwantoro, Gamal. **Dasar-Dasar Pariwisata**. Yogyakarta : ANDI