

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah kehidupan masyarakat DKI Jakarta yang modern, terdapat berbagai sejarah dan budaya lokal yang tersimpan dalam bentuk bangunan infrastruktur, adat, maupun kuliner. Tercatat pada tahun 2022 hingga 2024 terdapat 18 cagar budaya baru yang ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sehingga total jumlah keseluruhan cagar budaya di DKI Jakarta bertambah menjadi 20 benda cagar budaya, 253 bangunan cagar budaya, 28 struktur cagar budaya, 2 situs cagar budaya, dan 2 kawasan cagar budaya (detik.com, 2024).

Jakarta Barat memiliki daya tarik wisata sejarah lebih banyak dibandingkan dengan kota lain di DKI Jakarta yang ditunjukkan dengan jumlah cagar budaya tertinggi sebanyak 129 tempat wisata (detik.com,2024). Atraksi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan pada tahun 2024 berada di Kawasan Pariwisata Kota Tua yaitu Museum Sejarah Jakarta atau Museum Fatahillah yang mencapai 3.000 orang per hari (news.detik.com,2024). Selain Museum Sejarah Jakarta, bangunan cagar budaya bekas pemerintahan Hindia Belanda yang dibangun sejak kedatangan VOC dari Pelabuhan Sunda Kelapa tahun 1619 hingga pemindahan kekuasaan ke pemerintah Jepang di tahun 1942 berada di Kawasan Kota Tua Jakarta (Merrillees, 2000). Dominasi masyarakat Hindia Belanda, membuat Kawasan Kota Tua Jakarta juga memiliki daya tarik kuliner khas Belanda yang disajikan di nuansa Café khas Eropa yaitu, Café Batavia.

Perpaduan antara sejarah dan kuliner menjadi daya tarik bagi masyarakat Jakarta maupun masyarakat luar Jakarta. Potensi tersebut membuat Kota Tua Jakarta menjadi peluang bisnis bagi berbagai komunitas pariwisata dan bisnis perjalanan wisata (Musthofa, 2023). Paket wisata yang dibuat berbentuk produk yang terjangkau dalam ruang pemukiman yang menyediakan keberagaman dalam berinteraksi dan bergerak di sebuah Kota (Darcy & Small, 2008) atau dapat di kenal dengan *walking tour* (wisata berjalan kaki).

Salah satu *tour agent* di DKI Jakarta yang bergerak dalam bidang *Walking Tour* ialah *Jakarta Good Guide* (@jktgoodguide) atau JGG. *Tour guide* yang dimiliki JGG merupakan *tour guide* bersertifikat *professional* dan tergabung dalam Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI). JGG telah memiliki 26 titik rute di Kota Jakarta (Anindhita & Nasionalitas, 2019). Keberhasilan komunitas ini juga terlihat dari keberlanjutan program *walking tour* yang dilaksanakan melalui media sosial Instagram. Instagram *Jakarta Good Guide* memiliki 77.600 pengikut dan 2.003 *posts* dengan rata-rata *like* lebih dari 200 *like*. Pencapaian JGG dalam mengembangkan trend *walking tour* di DKI Jakarta dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dalam strategi komunikasi *tour guide* dan pelayanan *pay as you wish* (Hidayat & Purnawijaya, 2017).

Keberhasilan tersebut juga didapatkan dari pengutamaan *story telling* Sejarah sebagai atraksi wisata utama (Wahyuningputri et al.,2023). Namun untuk memenuhi *tourist experiences*, terdapat beberapa komponen yang perlu dipenuhi sehingga dapat menjadikan *walking tour* sebagai pengalaman yang berkesan yaitu dengan memasukan konsep *Memorable Tourism Experiences (MTEs)* ke dalam

kegiatan paket wisata (Quan & Wang, 2004). Komponen *Tourist Experiences* yang digunakan oleh Wahyuningputri et al (2023) mengadopsi komponen dari konsep dasar *Memorable Tourism Experiences* oleh Kim et al (2012) yang mengutarakan bahwa dimensi *MTEs* terdiri dari; *Hedonism, Novelty, Local Culture, Refreshment, Meaningfulness, Involvement, dan Knowledge*. Penelitian tersebut menilai *walking tour* bertemakan pemerintah Hindia Belanda di JGG kurang melibatkan komponen pengalaman wisatawan yang berkesan, yaitu kuliner dan keterlibatan komunitas lokal. Kurangnya komponen tersebut mengakibatkan kurang maksimalnya pengalaman wisatawan yang dihasilkan. Selain itu nilai tersebut perlu untuk diperhatikan karena DKI Jakarta merupakan salah satu provinsi terbesar dalam usaha kuliner yang mencapai ribuan (dprd-dkijakartapro.go.id, 2024). Komponen komunitas lokal seperti pedagang UMKM juga memiliki peran penting dalam preservasi budaya dan sejarah Jakarta dan memperluas jangkauan dalam mempromosikan paket wisata (Amelia & Susanti, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, pemanfaatan potensi wisata di Kawasan Kota Tua Jakarta dalam wisata sejarah, budaya, dan kuliner dapat menjadi peluang bisnis dalam pembuatan *walking tour* oleh berbagai *tour agent* maupun komunitas pariwisata. Namun saat ini komponen penting dalam *walking tour* berupa *Memorable Tourism experiences* belum terpenuhi secara menyeluruh terutama *walking tour* yang bertemakan sejarah tempo Hindia Belanda. Sehingga diperlukan adanya pembaharuan paket *walking tour* yang dirancang dengan memenuhi konsep *Memorable Tourism Experiences* yang dapat meningkatkan minat pembelian paket wisata bentuk *heritage walking tour* di DKI Jakarta.

Penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan penelitian antara lain: apa saja komponen pariwisata yang dapat mendukung paket wisata *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 berbasis *Memorable Tourism Experiences* di Kawasan Kota Tua Jakarta?, bagaimana perancangan paket *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 berbasis *Memorable Tourism Experiences* di Kawasan Kota Tua Jakarta?, dan apakah perancangan paket *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 berbasis *Memorable Tourism Experiences* di Kawasan Kota Tua Jakarta sudah memenuhi konsep *Memorable Tourism Experiences*?. Penulis berpandangan bahwa program ini dapat mendukung kebiasaan jalan kaki di masyarakat serta pelestarian nilai-nilai sejarah dan budaya dengan harapan dapat menjadi langkah berkelanjutan bagi pariwisata di DKI Jakarta.

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Mengetahui komponen pariwisata yang dapat mendukung perancangan paket *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 berbasis *Memorable Tourism Experiences* di Kota Tua Jakarta.
2. Merancang paket *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 berbasis *Memorable Tourism Experiences* di Kota Tua Jakarta.
3. Mengetahui pemenuhan konsep *Memorable Tourism Experiences* dalam paket *heritage walking tour* bertema tempo Hindia Belanda periode 1619-1942 di Kota Tua Jakarta.

1.3 Manfaat

1.1.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sarana edukasi pembaca dalam mengetahui potensi pariwisata sejarah dan budaya di DKI Jakarta yang dapat dikembangkan kedepannya.
2. Sebagai acuan dalam penelitian berikutnya terkait paket wisata *walking tour* bertemakan sejarah
3. Sarana pengetahuan baru dalam pengaplikasian konsep *Memorable Tourism Experiences* dalam paket wisata

1.1.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang komponen paket wisata dan perancangan paket wisata.
2. Untuk memberikan pembaharuan ataupun ide dalam perancangan paket wisata *walking tour* sejarah di DKI Jakarta