



Available online at FACTUM; Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah
website: <https://ejournal.upi.edu/index.php/Factum>
FACTUM: *Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 14(2), 171-186
RESEARCH ARTICLE



Dalam Lingkup Lembah dan Gunung: Berwisata di Bandung pada Awal Abad Ke-20

Anggraeni Purnama Dewi¹, Syarah Nurul Fazri²,

¹Program Studi Sastra Rusia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

²Program Studi Pendidikan Sejarah, FPIPS, Universitas Pendidikan Indonesia

Correspondence Author: anggraeni.purnama@unpad.ac.id

To cite this article: Dewi, A.P., & Fazri, S. N. (2025). Dalam lingkup lembah dan gunung: Berwisata di Bandung pada awal abad ke-20. *FACTUM: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 14(2), 171-186. <https://doi.org/10.17509/factum.v14i2.89845>.

Abstract

This study examines the development of tourism in Bandung during the early twentieth century under Dutch East Indies colonial rule. The emergence of tourism was driven by the rise of leisure consciousness among Europeans after the Industrial Revolution, which fostered a middle-class recreational culture. Capitalist travel companies capitalized on this trend by offering tour packages to the colonies, including the Dutch East Indies. In Bandung, tourism expanded alongside the colonial modernization of the tropical city, which aimed to enhance European living standards. Using a historical-descriptive method, this research draws on tourist booklets, travel accounts, and colonial reports as primary sources, supported by relevant scholarly literature. The findings indicate that Bandung became a major tourist destination due to its cool climate, scenic landscape, and its carefully constructed image as a “modern tropical city.” Promotional media—especially illustrated booklets and international exhibitions—reinforced Bandung’s branding as the “Paris of Java.” Two main forms of tourism emerged: natural tourism focused on mountains and valleys, and urban tourism showcasing modern architecture and leisure amenities. Ultimately, Bandung’s tourism reflected both the capitalist commodification of leisure and the colonial imagination of the “exotic East,” positioning the city as a symbolic representation of modern colonial urban life and the interplay of power, culture, and space.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perkembangan pariwisata Bandung pada awal abad ke-20 dalam konteks kolonial Hindia Belanda. Munculnya aktivitas wisata berkaitan dengan budaya waktu luang kelas menengah Eropa pasca Revolusi Industri, yang dimanfaatkan perusahaan kapitalis untuk menawarkan perjalanan ke wilayah koloni. Di Bandung, pariwisata didorong oleh proyek modernisasi kota tropis kolonial yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan hidup penduduk Eropa. Menggunakan metode historis-deskriptif, penelitian ini memanfaatkan sumber primer berupa *tourist booklet*, catatan perjalanan, dan laporan kolonial, serta sumber sekunder dari literatur ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bandung berkembang sebagai destinasi wisata utama karena iklim sejuk, lanskap alam yang indah, serta citra sebagai “kota tropis modern.” Promosi melalui *booklet* bergambar dan pameran internasional turut membentuk identitas Bandung sebagai “Paris van Java.” Dua jenis pariwisata dominan muncul, yaitu pariwisata alam (pegunungan dan lembah) dan pariwisata kota (arsitektur modern dan fasilitas rekreasi). Temuan ini menunjukkan bahwa pariwisata Bandung tidak hanya mencerminkan komodifikasi kapitalistik atas waktu luang, tetapi juga memperlihatkan bagaimana imajinasi kolonial tentang “Timur yang eksotis” digunakan untuk membangun Bandung sebagai simbol modernitas urban di Hindia Belanda.

Article Info

Article History:

Received 31 Augst. 2025

Revised 20 Sept. 2025

Accepted 30 Sept. 2025

Available online 1 Oct. 2025

Keyword:

Bandung; Colonial tourism; Dutch East Indies; leisure culture; modern tropical city.

Kata Kunci:

Bandung; budaya waktu luang, Hindia Belanda; kota tropis modern; pariwisata kolonial.

PENDAHULUAN

Wisata alam di Kota Bandung menjadi trend dalam masyarakat sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan waktu luang mereka. Terkenalnya wisata alam di Bandung tidak dapat dilepaskan dari eksplorasi perjalanan yang telah dilakukan sejak masa kolonial. Bandung terletak pada wilayah “pedalaman” yang membutuhkan perjalanan ke arah tenggara dari wilayah Batavia. Kondisi Bandung pada abad ke-18 harus dilalui dengan melintasi gunung, hutan, dan sungai. Oleh karenanya, perjalanan ke wilayah tersebut dianggap berbahaya. Akan tetapi, menurut Sunjayadi (2011) pemerintah kolonial Hindia Belanda memberikan izin untuk membuka wilayah Jawa bagi para pelancong. Para petualang, umumnya dari mereka adalah naturalis atau pengusaha, yang juga ingin memiliki pengalaman eksotis dan sensasi dunia Timur (Hindia Belanda). Perjalanan tersebut menjadi pintu awal bagi terkoneksi wilayah Bandung dengan Batavia di pesisir barat laut pulau Jawa. Keindahan mengenai dunia timur dipamerkan melalui catatan-catatan perjalanan sehingga tersebar diantara orang-orang Eropa lain. Hal tersebut mendorong munculnya para petualang yang ingin menyaksikan keindahan dan eksotisme dunia Timur.

Kegiatan eksplorasi atau perjalanan-perjalanan menuju dunia timur menjadi sebuah tantangan bagi para pelancong Eropa, terutama bagi para naturalis. Andries de Wilde dan Frans Junghunn adalah kedua tokoh yang pernah menjelajahi alam wilayah Bandung. Catatan perjalanan Andries D. Wilde yang berjudul *De Preanger Regentschappen op Java Gelegen* (1829) mengungkapkan bahwa kondisi fisik alam Bandung dilingkupi gunung-gunung yang membentang dari Barat ke Timur. Gunung berapi *Tangkuban Prahoe* (Perahu) menjadi ikon penjelajahan yang menantang bagi para pelancong. Karakteristik tanah di Karesidenan Priangan cocok untuk berbagai cabang pertanian, tanah-tanah di gunung juga cocok untuk pohon kopi. Banyaknya tumbuhan

dan sungai-sungai kecil yang mengalir diantara sungai utama memberi kesuburan pada semua kabupaten di Karesidenan Priangan. Keindahan alam daerah pegunungan di Jawa dibandingkan oleh para pengunjung dengan daerah pegunungan di Eropa (Sunjayadi, 2017).

Modernisasi perkotaan yang dilakukan pemerintah Hindia Belanda di Bandung pada awal abad ke-20 bukan hanya upaya teknis, tetapi strategi politik untuk menciptakan *tropical European city* (Fakih, 2021). Kota dirancang untuk mencerminkan gaya hidup Eropa, lengkap dengan jalan raya, hotel, kafe, taman kota, dan sarana hiburan (Rusnandar, 2010). Bandung bahkan dipamerkan dalam pameran internasional di Swiss sebagai simbol keberhasilan kolonial dalam membangun kota modern di wilayah tropis. Proses ini sejalan dengan temuan Robinson & Shaw (2018) yang menyatakan bahwa pariwisata kolonial kerap menjadi alat legitimasi kekuasaan melalui estetisasi ruang. Secara historis, Bandung menawarkan dua jenis pariwisata utama: pariwisata alam (gunung, lembah, air terjun) dan pariwisata kota (arsitektur modern, hiburan malam, fasilitas rekreasi). Hal ini sejalan dengan tipologi pariwisata kolonial yang diidentifikasi oleh Hall & Tucker (2004), yaitu kombinasi antara eksplorasi lanskap dan konsumsi modernitas kota. Identitas “Parijs van Java” menjadi simbol dari perpaduan antara keindahan tropis dan estetika urban Eropa.

Sejak Bandung ditetapkan menjadi *gementee* (kota otonom), kebijakan penataan Kota Bandung diatur oleh sekelompok elit-elit Eropa, *preanger planters*, para pejabat kolonial serta pejabat pribumi seperti Bupati Bandung. Penataan Kota Bandung diawali dengan perbaikan sarana dan prasarana kota pada 1900, yang termasuk perbaikan jalan, perbaikan trotoar, pemasangan lampu, dan penanaman pohon (Budiman, 2017). Sarana tersebut merupakan bagian dari progresifitas sebuah kota dalam pembangunan sekaligus

menambah kelayakan Bandung untuk dihuni oleh lebih banyak penduduk. Seiring dengan perkembangan Bandung sebagai kota kolonial, identitas yang melekat sebagai kota bagi orang-orang Belanda, Bandung dipamerkan oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda di awal abad ke-20 pada pameran di Swiss. Dengan demikian, kondisi modernitas tersebut menarik wisatawan dari dalam negeri maupun mancanegara untuk turut mendatangi Bandung.

Aktivitas pariwisata melekat sebagai konstruksi gaya hidup dan meningkatkan status sosial. Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan orang-orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke luar tempat tinggal mereka selama tidak lebih dari setahun bertujuan untuk mengisi waktu luang, bisnis, serta tujuan lainnya. Istilah “turis” merujuk pada orang yang melakukan kegiatan wisata (Sunjayadi, 2017). Perkembangan tersebut juga tidak terlepas dari perubahan makna mengenai pelancong menjadi wisatawan yang memiliki kegiatan tersusun dalam mengunjungi tempat-tempat tertentu.

Perkembangan pariwisata Bandung tidak dapat dipisahkan dari munculnya budaya *leisure* kelas menengah Eropa pasca-*Industrial Revolution* (Urry & Larsen, 2011). Naiknya pendapatan dan pembatasan jam kerja melahirkan kebutuhan akan rekreasi (Ryan, 2010). Perusahaan kapitalis merespons dengan menyediakan paket wisata ke koloni, sehingga perjalanan menjadi bagian dari konsumsi budaya global (Towner, 1996). Bandung kemudian dimasukkan dalam jaringan wisata internasional melalui jalur kereta api, kapal uap, dan promosi dalam *tourist booklet* (Reitsma, 1927; Cribb, 1995).

Kajian mengenai pariwisata kolonial semakin mendapat perhatian dalam studi sejarah global karena pariwisata tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai praktik budaya, politik, dan representasi kekuasaan (Fakih, 2021; Cribb, 1995). Dalam konteks kolonial, pariwisata berfungsi sebagai instrumen untuk membentuk

citra wilayah jajahan melalui konstruksi visual, naratif, dan spasial. Said (1978) menyebut proses ini sebagai orientalisme, yaitu cara Barat membayangkan Timur sebagai ruang eksotis, indah, tetapi inferior. Bandung adalah salah satu contoh penting dari konstruksi tersebut, karena dipromosikan sebagai kota pegunungan tropis yang “modern” dan “sejuk” untuk menarik wisatawan serta menetralisasi realitas kolonialisme.

Kajian mengenai berwisata ke Priangan ditulis oleh Gregorius Andika Ariwibowo menyebutkan bahwa para pelancong yang datang ke Priangan berasal dari Eropa dan Amerika Serikat. Bagi mereka, menikmati alam Priangan ini dituliskan sebagai catatan-catatan perjalanannya. Para pelancong ini menuliskan jurnal perjalanan yang berisikan kehidupan sehari-hari para turis, pejabat kolonial, penduduk pribumi maupun Eropa serta hal-hal lain yang berupaya mengangkat kisah-kisah mengenai penduduk yang mereka temui. Para pelancong ini ketika memulai perjalanan dilingkupi dengan sejumlah “takhayul” yang beredar sebagai mitos dari masyarakat barat di abad ke-19. Oleh karenanya, hal tersebut menjadi tantangan pembuktian yang dilakukan oleh para pelancong ke wilayah-wilayah dunia timur. Mereka menyebut masyarakat timur dengan istilah “the other”, yang menandakan perbedaan kelompok dengan dirinya yang berasal dari Barat (Ariwibowo, 2015).

Robert Cribb dalam tulisannya yaitu *International tourism in Java, 1900 - 1930* menggambarkan bahwa pariwisata di Hindia Belanda bermunculan di awal abad ke-20. Keterlibatan wilayah Hindia Belanda sebagai pasar bagi para kedatangan turis adalah bagian dari ekspansi pelancong-pelancong barat ke hampir seluruh wilayah dunia. Setelah periode Revolusi Industri di Eropa, terdapat kenaikan pendapatan bagi para pekerja serta adanya kebiasaan membatasi dengan jelas antara bekerja dan waktu luang. Kesadaran terhadap waktu luang tersebut memungkinkan orang-orang untuk mengunjungi berbagai wilayah yang secara pengeluaran biaya hidup

lebih murah dibandingkan dengan tempat asal mereka, dimana mereka bekerja. Hal tersebut meningkatkan jumlah perjalanan waktu luang mereka ke beberapa tempat salah satunya adalah Hindia Belanda. Selain itu, pertimbangan kenyamanan perjalanan juga dilihat sebagai referensi melakukan wisata. Di Hindia Belanda, pada awal abad ke-20 telah dilengkapi dengan akses transportasi yang memadai untuk berpergian, terutama di Pulau Jawa dan Sumatera, serta dihubungkan dengan jalur-jalur kapal laut dari Eropa.

Achmad Sunjayadi dalam disertasinya mengenai pariwisata di Hindia Belanda Masa Kolonial memandang bahwa adanya perubahan konsep *vreemdelingeveerkeer* (lalu lintas orang asing) menjadi *touristenveerkeer* (lalu lintas wisatawan). Konsep orang asing di masa kolonial tersebut mengalami pergeseran makna menjadi bentuk pariwisata. Konsep pariwisata menjadi konstruksi budaya dari barat yang dipraktikkan di Hindia, terutama pada kegiatan pariwisata yang diatur dan massal (Sunjayadi, 2017). Sementara itu, selama abad ke-19, revolusi industri di Eropa mengubah gaya hidup karena adanya peningkatan pendapatan. Keterjangkauan berpelesiran ke daerah luar negaranya atau Eropa didukung oleh infrastruktur transportasi. Oleh sebab itu, pasca 1872, pemerintah kolonial Hindia Belanda membuka tempat-tempat di Hindia Belanda untuk dikunjungi wisatawan asing (Cribb, 1995).

Kunjungan ke tempat “timur” bagi wisatawan mancanegara adalah suatu pengalaman eksplorasi yang eksotis. Gambaran tentang “timur” dalam fantasi barat sebagai dunia pinggiran yang tidak dipengaruhi budaya modernitas barat (Sunjayadi, 2008). Bentangan alam di dunia timur menarik para wisatawan mancanegara dengan sejumlah kegiatan wisata alam, diantaranya mengunjungi tempat-tempat hijau, mendaki gunung, hingga menemukan organisme-organisme yang tidak pernah ditemukan sebelumnya di wilayah Eropa. Tulisan ini berupaya melihat bagaimana

representasi berwisata di Bandung yang didorong oleh meluasnya iklan-iklan wisata dan pameran mengenai kota kolonial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode sejarah yang memiliki tahapan yaitu heuristik, kritik, interpretasi dan historiografi. Metode sejarah menurut Louis Gottschalk (1985) yaitu proses menguji dan menganalisis dengan kritis rekaman masa lalu. Masa lalu dalam kajian sejarah yaitu melibatkan peran manusia sebagai aktor sejarah. Penelitian ini menggunakan pendekatan historis-kualitatif karena bertujuan merekonstruksi perkembangan pariwisata Bandung pada awal abad ke-20 serta menganalisis makna sosial, budaya, dan politik di balik konstruksi kota kolonial. Metode historis tidak hanya digunakan untuk menelusuri kronologi peristiwa, tetapi juga untuk memahami bagaimana pariwisata menjadi instrumen kapitalisme dan imajinasi kolonial.

Tahapan penelitian mengikuti empat langkah utama metode sejarah. *Pertama*, heuristik, yaitu pengumpulan sumber primer dari arsip kolonial, *tourist booklet*, laporan pemerintah Hindia Belanda, koran berbahasa Belanda dan Melayu, catatan perjalanan wisatawan, foto promosi, peta kota, serta koleksi museum. Dalam proses heuristik, penulis melakukan pencarian sumber pada *web delpher*, *digital collection Leiden*, perpustakaan, maupun referensi dari *google scholar*. Sumber diklasifikasikan menjadi sumber primer dan sekunder, seperti pada majalah-majalah berwisata yang ditemukan pada *web delpher* yang tergolong sebagai sumber primer. Sumber sekunder yaitu berupa kajian berupa artikel, penelitian disertasi, maupun buku-buku yang berkaitan dengan wisata di Bandung di masa kolonial.

Tahap selanjutnya yaitu kritik sumber yang merupakan bagian proses validasi sumber-sumber yang digunakan. Kritik terbagi

menjadi dua, yaitu kritik intern yang dilakukan dengan menganalisa isi sumber primer dengan membandingkan sumber-sumber lainnya. Sumber sekunder yang menerangkan mengenai kota Bandung sebagai kota tujuan wisata bagi orang-orang Mancanegara, juga dikonfirmasi dengan adanya majalah “Mooi Bandoeng” yang terbit pada 1930-an berisi tentang gambaran keindahan kota Bandung dengan kemewahan dan kenyamanan ala Eropa.

Tahap selanjutnya yaitu interpretasi merupakan proses penafsiran. Penulis menafsirkan mengenai berwisata di kota Bandung di masa kolonial merupakan salah satu tujuan wisata yang memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para pengunjungnya. Interpretasi dilakukan dengan pendekatan analisis tematik dan analisis wacana kolonial untuk mengungkap representasi Bandung sebagai “kota tropis modern” dan “Paris van Java.” Pada tahap ini, peneliti membandingkan narasi visual (gambar, iklan, *booklet*) dengan kebijakan modernisasi kota untuk memahami hubungan antara ideologi, ruang, dan pariwisata. *Keempat*, historiografi disusun dalam bentuk narasi analitis-tematik, bukan sekadar kronologis, dengan menyoroti aspek alam, arsitektur kota, kapitalisme perjalanan, dan orientalisme dalam konstruksi pariwisata.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan membandingkan berbagai dokumen dari institusi kolonial, penerbit wisata, dan arsip lokal. Pendekatan ini memungkinkan penelitian tidak hanya mendeskripsikan peristiwa, tetapi juga menjelaskan bagaimana pariwisata membentuk identitas Bandung sebagai simbol modernitas kolonial di Asia Tenggara. Bandung dirancang oleh pemerintah kolonial agar dapat memfasilitasi kedatangan orang-orang Eropa maupun mancanegara lain dalam segi tata kota maupun visualisasi Bandung sebagai kota yang disamakan dengan kota di Eropa. Bagian akhir yaitu historiografi yaitu merekonstruksi penelitian sejarah yang telah dilakukan, dengan menyusun kembali

narasi sejarah sesuai dengan sumber-sumber yang ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari Naturalis hingga Turis: Cara Menikmati Perjalanan di Hindia Belanda

Kemunculan konsep waktu luang tidak dapat dilepaskan dari keinginan untuk keluar dari rutinitas sehari-hari. Robert Cribb memaparkan bahwa setelah revolusi industri di abad ke-19, adanya kesadaran produktivitas kerja dan diikuti dengan kenaikan pendapatan telah mengarahkan masyarakat untuk membedakan antara waktu luang dan waktu untuk bekerja, yang mana keduanya membuka kesempatan untuk pergi melancong atau bermigrasi dengan tarif yang ekonomis. Sementara itu, ketika teknologi kereta api dan kapal uap semakin meluas dan menghubungkan antar benua di dunia, kegiatan berpergian atau bermigrasi menjadi tujuan baru yang melampaui benua Eropa menuju benua-benua lain di akhir dekade abad ke-19 (Cribb, 1995). Hal tersebut tentunya mendukung situasi orang-orang Eropa untuk mendatangi tempat-tempat baru di luar benua Eropa. Mereka melakukan perjalanan ke timur atau “Indie” yang dimaksudkan pada wilayah-wilayah tropis di timur yang berada di bawah koloni negara-negara Eropa. Salah satunya adalah wilayah *Nederland-Indie* yang merujuk pada Hindia Belanda.

Hindia Belanda dalam catatan-catatan para pelancong Eropa merupakan wilayah “liar” dengan eksotisme yang menarik bagi para pengembara. Pada abad ke-18, cendekiawan di Eropa mulai berusaha mencari nilai maupun ukuran mengenai “peradaban”. Kesadaran ini menyebarkan kebiasaan untuk menggali maupun merekam suatu perkembangan historis manusia pada wilayah tertentu. Gagasan tersebut mempengaruhi tokoh Thomas Stamford Raffles. Raffles seorang Letnan Jenderal yang ditugaskan oleh Lord Minto, Gubernur Jenderal EIC di India menduduki pulau Jawa. Selain karena kekalahan Belanda

dalam Perang Napoleon, Jawa di tangan Inggris berhasil memiliki rekaman catatan dalam buku *History of Java* pada 1817 yang ditulis oleh Raffles. Buku tersebut menggambarkan bagaimana keadaan masyarakat dan alam Jawa, publikasi buku tersebut merupakan rekaman catatan tentang penjelajahan di Jawa bagi orang Inggris. Raffles cukup ketat dalam menuliskan kehidupan orang-orang di Jawa meliputi kehidupan peradaban mereka, diantaranya mengenai pertanian, manufaktur, dan keterlibatan ekonominya dalam perdagangan internasional dengan bangsa-bangsa lain, serta budaya Candi yang menggambarkan kemegahan budaya di Jawa (Tiffin, 2008).

Sejak Thomas Stamford Raffles menuliskan kehidupan Jawa dalam tulisannya *History of Java*, secara tidak langsung mengekspos kehidupan orang-orang di Jawa yang dianggap sebagai wilayah “timur” bagi orang Eropa. Ungkapan mengenai Jawa “the garden of the east” oleh Eliza Ruhamah Scidmore (1922) menggambarkan bahwa “Jawa adalah pulau tropis yang ideal, tempat yang paling hijau, paling indah, dan paling subur di Timur Jauh; bagian tropis yang paling indah dan dalam segala hal paling memuaskan, terletak di dekat rute-rute dunia yang hebat.” Catatan mengenai gambaran Jawa tersebut menunjukkan adanya kehidupan peradaban masyarakat Jawa. Informasi mengenai kondisi Jawa yang memiliki daya tarik alam dan sosialnya menyebar di Eropa. Hal tersebut menjadi peluang bagi para penjelajah alam, pengembang ilmu pengetahuan, maupun wisatawan di abad ke-20 yang bermunculan mendatangi Pulau Jawa.

Kegiatan waktu luang yang dimiliki oleh kelas menengah Eropa menjadi peluang oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda. Peluang ini mendorong terjadinya kegiatan melancong untuk memuaskan rasa penasaran orang barat terhadap negeri timur. Pemerintah kolonial Hindia Belanda memberikan izin masuk ke negeri koloninya dengan sejumlah catatan. Selain itu, sistem transportasi mendukung pelampauan terhadap jarak yang jauh antara barat dan timur. Kemunculan biro-biro

perjalanan juga menawarkan cara berwisata, pelayanan, dan mengedepankan kenyamanan para tamu wisata. Wisatawan muncul menjadi komoditas yang tidak dapat dikesampingkan. Kedatangan mereka menjadi devisa negara, dan setiap negara berkompetisi untuk menarik wisatawan. Kemudahan kebijakan “migrasi” juga menjadi nilai tambah bagi turis untuk masuk ke setiap negara (Faber, 1936)

Bagi para orang-orang Eropa ke Jawa, pemerintah kolonial hanya memperkenankan untuk tujuan ilmiah yang tercatat dalam paspor mereka. Penerjemah wisatawan juga tidak banyak yang dapat berbahasa Inggris, hanya terbatas pada bahasa Belanda atau Melayu. Sebagai gambaran, Alfred Russel Wallace mengecam pemerintah kolonial terhadap gangguan-gangguan selama perjalanannya di Jawa, secara biaya maupun pelayanan. Di mata orang asing, para pejabat Belanda di Hindia memberlakukan banyak bea cukai dan pembatasan yang menghambat bagi semua pengunjung asing. Sementara itu, gambaran dalam catatan perjalanan orang-orang asing di Jawa menyebutkan bahwa Jawa merupakan pulau tropis “terindah” dan paling menarik di dunia, orang Jawa adalah orang yang lembut, menarik, dan berbudaya, kecuali para pejabat Belanda di Jawa (Scidmore, 1922). Dalam *booklet* yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan kapal uap yang mengiklankan tentang Jawa, bahwa wilayah Jawa telah banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Daya tarik Jawa berada pada keindahan alam, dan juga peningkatan pengunjung yang disebabkan oleh aktifnya asosiasi pariwisata di Hindia Belanda. Keindahan Jawa dalam buku maupun *booklet* wisata telah cukup menarik perhatian wisatawan mancanegara untuk mengunjunginya (Our Java, 1922).

Perjalanan berkelana bagi orang Eropa yang datang ke Hindia Belanda memerlukan “tiket” atau disebut dengan “toelatings-kaart”, yaitu surat perizinan. Hingga awal abad ke-20, kebijakan pemerintah kolonial Hindia Belanda masih memberlakukan pembatasan terhadap kedatangan orang asing ke wilayah

Hindia terutama bagian pedalaman. Hal ini dikarenakan adanya kewaspadaan pemerintah kolonial terhadap para pelancong yang menuliskan dalam catatan perjalanan mereka tentang kondisi masyarakat Hindia-Belanda yang dapat menjadi ancaman bagi buruknya pemerintahan kolonial (Scidmore, 1922). Pada 1912, kebijakan *toelatings-kaart* dialihkan menjadi *rondreisbiljet*, yaitu tiket perjalanan keliling, dan *retourbiljet* (tiket pulang-pergi) atau *toeristenbiljet* (tiket wisatawan). Dengan adanya perubahan tiket tersebut, para pelancong luar negeri yang masuk ke wilayah Hindia Belanda tidak lagi memerlukan *toelatingskaart*. Adapun surat izin tersebut hanya diperlukan bagi orang asing yang akan tinggal di Hindia Belanda (Sunjayadi, 2017)

Adanya perubahan cara berpergian yang mulanya mengembara menjadi berwisata menunjukkan kemapanan modernitas kolonial yang terjadi di Hindia Belanda, terutama pada awal abad ke-20. Penjelajahan wilayah menjadi titik awal baru yang secara tidak langsung membuka potensi-potensi wilayah yang ada. Hasil temuan mengenai potensi wilayah maupun tentang penduduk sekitar dalam catatan-catatan perjalanan adalah modal terutama bagi pengembang wilayah, yaitu pemerintah kolonial untuk membuka akses bagi kepentingan perluasan eksploitasi melalui potensi-potensi ekonomi wilayah tersebut. Dengan adanya hal tersebut, kemunculan kota-kota baru yang diiringi sarana transportasi yang lebih mapan setelah Revolusi Industri abad ke-19 mempengaruhi kebijakan pemerintah kolonial. Adanya keterlibatan dalam jaringan global serta kebutuhan devisa negara membuat pemerintah kolonial mendirikan lembaga atau biro turisme di Hindia pada 1908. Biro *Vereeniging Voor Touristenverkeer* (Biro Perjalanan Wisatawan Asing Pemerintah Kolonial Hindia Belanda) merupakan gabungan bisnis pemerintah dan swasta yang bertujuan menghasilkan profit dari promosi wisata internasional. Adapun para pendiri dan anggota merupakan tokoh terkemuka dari biro tersebut berasal dari perusahaan kereta api Hindia Belanda, KPM (*Koninklijke*

Paktervaart Maatschappij), dan pemilik hotel, restoran, toko-toko, perbankan, serta agen-agen (Cribb, 1995).

Pendirian VTV tersebut berfungsi untuk memberikan informasi-informasi mengenai pariwisata di Hindia-Belanda untuk disebar ke luar negeri. VTV juga diinformasikan kepada konsul Belanda di luar negeri dengan harapan dapat membuat kerjasama untuk mempromosikan pariwisata Hindia Belanda (Sunjayadi, 2017). *Campaign* atau promosi pariwisata Hindia Belanda ke Eropa, Amerika Utara dan Australia yang menggunakan iklan-iklan di koran atau majalah, poster-poster hotel, serta pameran-pameran internasional. Untuk menjalankan fungsinya tersebut, Biro Turisme Hindia Belanda mempublikasikan buku seri yang berisikan panduan perjalanan wisata yang menarik dan berbahasa Inggris dan Belanda. Buku panduan tersebut berfokus pada wisata di Jawa, namun tidak menutup informasi pada wilayah lain seperti Sumatera Barat. Iklan perjalanan wisata di daerah lain yaitu Jawa, menampilkan reruntuhan bangunan-bangunan Hindu; Tiga puluh gunung berapi yang masih aktif; Berkendara yang menyenangkan; Pemandangan yang luar biasa; Kebun raya paling terkenal di dunia; Layanan kereta api dan uap yang sangat baik; Hotel-hotel yang memungkinkan orang-orang Eropa untuk nyaman dalam pelayanannya. Pamflet iklan tersebut memfokuskan identitas wisata di Jawa yang diperkenalkan oleh VTV adalah mengenai lingkungan atau kondisi fisik sekitar. Merujuk pada hal tersebut, basis wisata di Jawa pada awal abad ke-20 merupakan wisata *eco-tourism* (Cribb, 1995).

Buku panduan wisata Hindia yang banyak terbit di abad ke-19 tidak terlepas dari peran John Murray (1808 – 1892) dan Karl Baedeker (1801 – 1859). Keduanya berperan dalam penerbitan buku-buku panduan wisata modern dalam upayanya merespons tumbuhnya aktivitas wisata bagi masyarakat menengah di Eropa. Menurut Murray, tujuan dari adanya buku panduan adalah keinginan untuk memberikan para pelancong sebuah

gambaran lengkap mengenai suatu wilayah, tetapi bukan “apa yang dapat dilihat” melainkan “apa yang seharusnya dilihat”. Oleh karenanya, kemunculan buku-buku panduan tersebut diiklankan pada surat-surat kabar di Batavia, Semarang, Padang, Amsterdam, dan Delft. Selain oleh surat kabar, iklan buku panduan juga dipromosikan oleh *Koninklijke Paketvaart Maatschappij* (KPM), yaitu sebuah perusahaan kapal uap Belanda dengan tujuan para wisatawan juga menumpang kapal uap tersebut. Hal menarik lainnya, dalam bagian pengantar iklan promosi dari KPM diperlihatkan cara-cara atau kebiasaan yang dilakukan selama berada di kapal milik Belanda, seperti cara meminta bantuan pelayan pribumi (*jongens*), menikmati *rijstaffel*, dan *siesta* (tidur siang) setelah makan siang (Sunjayadi, 2017)

Berdasarkan laporan tahunan Biro Wisata Hindia Belanda, terdapat peningkatan turis kelas atas (*first class*) yang berpergian dari Singapura ke Batavia. Sekitar dari 208 orang luar negeri mendatangi Jawa pada 1908, kemudian pada 1923 meningkat menjadi 5.579 bertepatan sebelum Perang Dunia I yang menurunkan peminat wisata internasional. Adanya hal tersebut menunjukkan bahwa Biro Wisata berperan dalam meningkatkan minat wisatawan asing yang dilakukan dengan penyebaran iklan maupun campaign identitas Jawa sebagai destinasi wisata (Cribb, 195). Destinasi wisata ini digambarkan dengan menyoroti pegunungan, lahan padi yang luas, pantai, atau eksotisme penduduk setempat mengenai aktivitas kehidupan mereka. Gambaran ini disebut dengan istilah “*Mooi Indie*” (Hindia-Belanda yang Cantik). Hal menarik lain mengenai *Mooi Indie* juga merepresentasikan dinamika desa-desa yang melibatkan konflik dan kegelisahan dalam kerangka romantisme, sunyi, dan damai. Representasi *Mooi Indie* berakar pada ide-ide romantisme Eropa yang berkembang di era kolonial, sehingga menyiratkan eksotisme timur (Lestari, 2024).



Gambar 1. Pesanggrahan di Jawa 1860 oleh Charles Théodore Deeleman.

Sumber: *Digital Collection Leiden*
<http://hdl.handle.net/1887.1/item:851999>

Menurut Robbert Cribb, setidaknya ada tiga hal yang menjadi dorongan untuk melakukan promosi wisata pada hal-hal yang alam dan lingkungan. *Pertama*, rencana perjalanan pertama ke luar negeri, terutama pada awal-awal perjalanan, para turis cenderung mengikuti arahan kemana mereka harus pergi. Umumnya, turis berpergian sesuai dengan ketersediaan akomodasi. Di Hindia Belanda mereka pergi ke wilayah-wilayah yang juga didiami oleh orang-orang Eropa seperti ke rumah-rumah orang Eropa di perbukitan atau dataran tinggi. *Kedua*, keindahan alam menjadi hal yang penting bagi mengisi luang orang-orang kaya Eropa. Rijklof van Goens menggambar Gunung Merbabu sebagai sebuah keindahan alam Jawa. Perkembangan seni lukis lanskap atau bentang alam menjadi faktor yang mempengaruhi hasrat wisatawan mancanegara untuk mendatangi wilayah tersebut. Lanskap Jawa memiliki bagian penting karena tidak ditemukan lagi di manapun di luar Asia Tenggara. *Ketiga*, lanskap menjadi tempat yang penting dalam menemukan identitas bagi masyarakat yang bermukim. Pendatang Eropa yang bermukim, tinggal di negara-negara jajahannya merasakan perbedaan sebuah lanskap yang berasal dari negara asalnya dan tempat dia bermukim. Sementara itu, orang-orang Eropa yang bermukim, memiliki keluarga, dan tinggal sampai akhir hayatnya di

Jawa juga memiliki identitas atas eksistensi diri dan keluarga mereka. Hal tersebut berkaitan sebuah frasa “Mooi Indie” yang memiliki ikatan pada orang-orang Indo-Eropa di Jawa (Cribb, 1995).

Aktivitas berwisata di Hindia Belanda mulanya bersifat secara individu untuk tujuan tertentu, misalnya untuk meningkatkan kesehatan, memburu hewan, atau melakukan penelitian. Akan tetapi, seiring perkembangannya, dengan adanya lonjakan jumlah wisatawan yang besar, berwisata memiliki tujuan yang telah ditentukan oleh agen-agen wisatawan (Nurwulandari, Kurniawan, 2020). Cara berwisata dengan tujuan tersebut telah mengembangkan bagaimana melakukan penjelajahan di sekitar Hindia Belanda. Akan tetapi, daya tarik alam, cara hidup masyarakat pribumi yang berbeda dengan orang Eropa tetap menjadi hal utama sebagai nilai jual bagi wisata-wisata di Hindia – Belanda.

Bandung: Kota Modern Kolonial Bagi Pelancong dan Wisatawan

Andries de Wilde seorang pengusaha dari Inggris yang datang ke wilayah Hindia Belanda di awal abad ke-19 membeli sebuah tanah di wilayah Priangan, tepatnya daerah antara Sukabumi dan Bandung. Catatan perjalanan Andries de Wilde di abad ke-19 menjelaskan wilayah Bandung sebagai “Negroij Bandoeng”. Sebutan bagi Kabupaten Banden Bandoeng yang berbatasan dengan Tjianjoer di sebelah barat, Karesidenan Krawang di utara, Kabupaten Soemedang di timur dan Kabupaten Soekapoera di selatan. Bandung berada di atas ketinggian 2200 kaki di atas laut, serta dipimpin oleh seorang bupati (Wilde, 1829). Wilayah “Negeroij Bandoeng” memiliki 25 sampai 30 rumah. Penamaan “negeroij” merujuk pada kawasan tersebut disebut sebagai kampung. Nama “Bandung” berasal dari cerita rakyat mengenai toponimi dari kata “bandeng/ngabandeng”. Hal tersebut merujuk pada genangan air yang luas dan tenang. Kawasan Bandung juga diidentikan dengan keberadaan

danau purba ketika masa Holosen. Wilayah di sekitar Bandung ditanami oleh budidaya kopi dan pesawahan (Kunto, 1986; Prasetyo 2022).

Bentuk geografi Priangan didominasi oleh gunung dan lembah menjadi daya tarik bagi penjelajah maupun wisatawan dari mancanegara, terutama Eropa atau Amerika. Robert Cribb (1995) menjelaskan bahwa Jawa secara umumnya memiliki gunung-gunung vulkanik aktif yang memamerkan keindahannya bagi para wisatawan. Hal tersebut termasuk di Priangan dan di wilayah Bandung, wisata Gunung Tangkuban Prahur dipromosikan dengan paket lengkap rencana perjalanan setengah hari untuk menikmati kawah gunung tersebut. Dengan demikian, eksotisme gunung vulkanik di Jawa tidak kalah saing dengan negara Hawai’i, yang mana aktivitas vulkanik gunung menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Cribb, 1995). Untuk dapat mengunjungi Bandung, para pengunjung melewati Batavia, menuju Buitenzorg dengan mengunjungi Kebun Raya, pegunungan Megamendung, Puncak, Sindanglaya, Sukabumi, Cipanas, Cianjur, dan memasuki wilayah Priangan seperti Bandung, Lembang, Garut dan Tasikmalaya (Sunjayadi, 2017).

Hingga abad ke-18, Bandung masih berupa hutan rimba, terdapat rawa-rawa yang menyisakan genangan air dari bekas danau purba, sehingga wilayahnya masih berupa rawa-rawa. Transportasi untuk mencapai daerah Bandung hanya melalui Sungai Citarum, dengan menaiki perahu atau rakit. Pada 1786, terdapat pembangunan jalan setapak yang dapat dilalui kuda untuk menghubungkan kota Batavia-Bogor-Cianjur-Bandung. Jalan ini juga mendukung pengangkutan perkebunan kopi dari wilayah Priangan ke Batavia (Rusnandar, 2010).

Pembangunan fisik Kota Bandung dilandasi atas kebijakan Bupati Bandung ke-enam, yaitu R.A Wiranatakusumah II (1794 – 1829), dan dipercepat atas perintah pembangunan oleh Willem Daendels pada 1810. Setelah Undang-Undang Agraria 1870 diberlakukan,

pembukaan perkebunan kopi, kina, teh, dan komoditas perkebunan lain menarik minat para investor Eropa untuk berinvestasi di wilayah Priangan, khususnya Bandung. Selain itu, pembangunan transportasi kereta api juga mendorong terbukanya akses menuju kota Bandung serta meningkatkan wilayah kota Bandung menjadi strategis secara potensi ekonomi. Terbukanya sistem ekonomi kota mendorong pembangunan pesat fisik kota Bandung (Hardjasaputra, 2003).

Perubahan fisik Bandung terutama setelah pembangunan pada abad ke-19 mendorong munculnya gaya hidup elit modern terutama pada kehidupan masyarakat Eropa di Kota Bandung. Orang Belanda di Bandung memiliki perkumpulan khusus untuk melestarikan kota agar sesuai dengan tempat tinggal mereka di Belanda. Julukan Bandung Parijs van Java menjadi slogan yang muncul pada pameran arsitektur di Swiss pada Juni 1928 dikarenakan “kemiripan” pembangunan kota Bandung dengan kota Eropa. Meskipun demikian, julukan tersebut adalah sebuah “sindiran” dalam ajang pameran tersebut karena tidak menonjolkan sebuah kota tropis. Namun, sindiran tersebut berhasil memperkenalkan Bandung sebagai kota kolonial yang terkenal di kalangan Eropa. Kemunculan julukan tersebut dikarenakan adanya aktivitas atau kegiatan di Bandung yang tumbuh didominasi oleh orang-orang Eropa. Di awal abad ke-20, pembukaan perkebunan, aktivitas lain yang menunjang seperti kantor, pertokoan, hotel, dan dunia hiburan telah menjamur di Bandung. (Rusnandar, 2010)

Popularitas Bandung yang dipromosikan melalui event internasional maupun media massa mendorong kedatangan orang-orang asing ke Bandung tidak hanya bertujuan sebagai turis, migrasi orang Eropa ke Hindia Belanda khususnya juga memiliki tujuan lain yaitu untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dibandingkan dengan kehidupan mereka di Belanda. Mereka juga menetap agar mendapatkan kehidupan dengan tingkat ekonomi yang meningkat dengan membuka usaha-usaha di bidang perdagangan

maupun jasa. Didukung dengan pembangunan secara fisik dan tata kota, serta kondisi sosial masyarakat di Bandung memungkinkan orang Eropa untuk bersosialisasi dengan memamerkan kemewahan modernitas Barat. Imajinasi fiksi kota modern Bandung yang dibangun pemerintah kolonial bergantung pengeluaran pemerintah kota madya untuk membangun perumahan atau pariwisata kelas menengah yang mendukung bagi keuangan kota (Fakih, 2021).

Pembangunan yang juga didorong oleh sistem transportasi kereta api menuju Bandung dari Batavia ini mendorong intensitas orang-orang Eropa untuk datang ke Bandung. Hal tersebut dimanfaatkan sebagai peluang oleh pebisnis di Bandung untuk mendirikan hotel-hotel mewah, restoran, dan toko-toko khusus barang Eropa. Dengan situasi tersebut, juga mendorong kemuculan kehidupan perkumpulan elit Eropa yang bernama *Societiet Concordia* (Budiman, 2017). Perkumpulan elit tersebut terletak di sekitar jalan Braga serta didukung oleh kondisi fisik daerah tersebut yang hampir mirip dengan tempat-tempat pertokoan mewah di Eropa (Rusnandar, 2010).



Gambar 2. Deretan Toko di Jalan Braga, Bandung (Straat met fietsen en auto's.; Waarschijnlijk wordt hier de Bragastraat (tegenwoordig Jl. Braga) bedoeld

Sumber: *Digital Collection Leiden Mooi Bandoeng, maandblad van Bandoeng en omstreken, juli 1934 p. 5. <http://hdl.handle.net/1887.1/item:1658978>*

Kegiatan malam di Bandung yang dinikmati oleh warga pendatang Eropa yang menetap karena suasana malam yang mendukung aktivitas mereka. Setelah seharian bekerja, mereka mendatangi tempat-tempat hiburan malam seperti bioskop, gedung-

gedung pertunjukan (teater maupun musikal) atau tempat-tempat perkumpulan yang membicarakan ide maupun gagasan-gagasan politik (Reitsma, 1921). Hal tersebut menjadi gambaran ideal bagi kehidupan Eropa yang ditopang oleh sebuah kota di wilayah koloni mereka.

S.A Reitsma: Menikmati Bandung dalam Buku Panduan Bagi Wisatawan Mancanegara

Sub-bab ini membahas bagaimana S.A Reitsma seorang pekerja pada *staatspoorwegen* memandu para pendatang ke Bandung untuk menikmati Bandung dengan beragam kunjungan. Kunjungan yang dapat dinikmati diantaranya yaitu menikmati wisata alam serta wisata perkotaan modern dengan fasilitas setaraf Eropa. S.A Reitsma menuliskan khusus untuk panduan wisata Bandung yang diterbitkan yaitu *Gids Voor Bandoeng en Omstreken, Bandoeng: The Mountain City of Netherlands India*, dan *Gids van Bandoeng en Midden-Priangan*. Terbitan tersebut berisikan mengenai gambaran bagaimana berwisata di Bandung, dengan menunjukkan tempat-tempat yang memiliki kunjungan favorit terutama bagi orang-orang Eropa. Melalui terbitan dari S.A Reitsma wisata di Bandung terbagi menjadi dua unsur penting, yaitu unsur wisata perkotaan, dan wisata alam.

Gids van Bandoeng en Midden-Priangan, yang ditulis oleh S.A Reitsma (1927) memberi penjelasan mengenai Bandung dengan membandingkan suhu dan iklim yang mirip dengan kota-kota di Eropa. Hal tersebut menjadi nilai tawar jika dibandingkan dengan kota-kota di pesisir utara Jawa yang panas. Dengan mengutip Tillema, seorang perancang kota di Hindia Belanda, Bandung disebut sebagai “kota masa depan Hindia”. Orang-orang dinilai dapat hidup dengan menikmati suhu yang sejuk tanpa perlu khawatir penyakit tropis sebagaimana di kota-kota pesisir utara Jawa. Hal tersebut digagas pada ketika pembangunan sekolah teknik (THS) dipertimbangkan untuk dibangun di Bandung. Tillema berpendapat bahwa kota-kota pesisir di Jawa, dengan suhu

yang tinggi dan kondisi lingkungan yang menjadi sarang penyakit, tidak lagi sesuai untuk dijadikan tempat tinggal. Situasi ini dinilai menjadi kekurangan untuk pendirian institusi pendidikan tinggi. Ia menekankan bahwa pembangunan pendidikan tinggi memerlukan lingkungan yang tenang, bebas dari gangguan serangga seperti nyamuk, serta memiliki udara yang sejuk untuk mendukung konsentrasi dan proses belajar para mahasiswa. Saran dari Tillema tersebut menekankan bahwa dibanding kota-kota di Jawa yang tumbuh di awal abad ke-20 seperti Batavia, Semarang, Surabaya, maupun Yogyakarta, Bandung dipilih sebagai tempat pendirian sekolah tinggi pertama di Hindia Belanda. Hal tersebut menandakan bahwa Bandung telah memiliki kesiapan untuk dirancang serupa dengan kota di Eropa.

Nilai jual lainnya yaitu mengenai sejarah kota Bandung sebelum dibangun menjadi kota kolonial. Sejarah Bandung yang ditulis oleh J.A van der Chijs tentang pemindahan ibukota Karesidenan Priangan ke wilayah Bandung pada 1846. Namun, relokasi tersebut diragukan karena wilayah Bandung yang berada di pedalaman. Kehadiran transportasi kereta api mendukung pertumbuhan kota. Potensi kota secara ekonomi maupun sosial cukup berkembang untuk menopang kehidupan orang Eropa di Hindia. Anggapan tersebut membuat Bandung memiliki nilai jual tinggi sebagai kota destinasi wisata di awal abad ke-20.

Untuk menjelajahi Bandung dalam *booklet* S.A Reitsma (1927), para wisatawan dapat mengunjungi tempat-tempat yang menunjukkan kekhasan tertentu. *Passer Baroe* (Pasar Baru) sebuah tempat pertokoan yang menjual baju-baju. Wisata perkotaan dari *Passer Baroe* dapat dilanjutkan dengan menuju Klenteng Tionghoa, lalu menuju ke arah selatan yaitu Tegallega, sebuah tempat perkumpulan pacuan kuda di Priangan yang juga merupakan tempat diadakannya pertemuan *Preanger Wed-Loop Societiet*. Pacuan kuda menjadi simbol status sosial masyarakat Bandung awal abad ke-20. Jalur dari hotel Preanger, ke arah timur mengunjungi perumahan elit Eropa di sekitar

Karees, lalu stasiun Tjikudapateuh, dan kawasan militer lengkap yang menyediakan gudang persenjataan, klub militer, dan lapangan olahraga.

Perbedaan kelompok sosial antara orang Eropa dengan orang lokal maupun “timur”, sebagaimana dituturkan oleh Sunjayadi (2017) bahwa masyarakat pribumi dan Tionghoa menjadi salah satu “komoditas” wisata bagi orang Eropa atau Amerika. Hal tersebut tidak terlepas dari pandangan orientalisme barat yang menempatkan orang Eropa yang superior. *Booklet* wisata dari karya Reitsma tersebut juga menyebutkan bahwa terdapat hal-hal menarik di pasar baroe, yaitu ketika orang Eropa dapat melihat penduduk “asli” timur, yaitu Suku Sunda. Penduduk lokal tinggal di lingkungan yang disebut dengan kampung, salah satunya adalah kampung Tjihapit. Sebuah kampung yang berada diantara perumahan elit orang Eropa yang berada di Riaustraat.

Perjalanan wisata juga dapat menuju wisata alam di Bandung dengan melewati jalan-jalan dan gedung yang sedang dibangun. Konstruksi jalan maupun gedung mengiringi pertumbuhan kota di Hindia Belanda, serta memiliki nilai jual yang dirancang oleh stakeholder yaitu pemerintah pusat, pemerintah kota dengan pengusaha-pengusaha terkait (Fakih, 2021). Adapun menuju arah utara dari pusat kota Bandung melewati Dagoweg, terdapat Sekolah Tinggi Teknik (ITB) karya Maclaime Pont dan taman Ijzerman. Lingkup pemandangan lembah Tjikapundung dan dataran tinggi Tangkoeban Prahoe, Boerangrang, dan Boekit Toenggoel. Di sebelah barat, sebuah jalan menuju Lembang juga terdiri dari bangunan fasilitas kesehatan yaitu Instituut Pasteur, Rumah Sakit Umum Daerah, Sekolah Mulo, Institut Tunanetra, dan pemakaman Eropa di daerah Pasirkaliki kemudian menyambung ke arah Tjijmahi.

Di sekitar kawasan pusat kota, terdapat gereja protestan dan katolik, serta kediaman Asisten Residen, yang direncanakan menjadi Balai Kota, *De Javasche Bank*, Kantor Pabrik Insulinde, dan Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Pendidikan serta beberapa sekolah dasar dan markas besar kepolisian. Apabila melintas

ke dekat markas besar kepolisian, maka akan ditemukan Leger des Heils (Bala Keselamatan) dan panti asuhan, hotel Oost Indie, serta Sekolah Van Deventer.



Gambar 3. Kaart van de gemeentee Bandoeng. 1930

Sumber: *Digital Collection Leiden*

Kawasan barat dari pusat kota terdapat kawasan *Villapark*, Jalan Merdeka Baru, Merdeka Lio dan Pabrik Kina, bengkel kereta api, *Pieterspark*, kediaman Residen dan *Kebon Djoekoet*. Menuju arah selatan, rute kembali ke daerah Braga dan tempat penginapan seperti hotel Preanger. Perjalanan di daerah Bandung ini menunjukkan banyaknya tempat yang dapat dikunjungi, di tengah lingkupan gunung di Bandung Utara dan Gunung Malabar, *Tiloe*, Rakutak di daerah selatan



Gambar 4. Jaarbeurs (Pasar Bursa Tahunan di Bandung)

Sumber: S.A Reitsma, 1927. *Gids van Bandoeng en Midden-Priangan*.

Wisata kota di Bandung adalah salah satu dari tipe wisata yang tersedia bagi para pengunjung di awal abad ke-20. Bandung memiliki lanskap pegunungan, lembah, perbukitan, serta suasana sejuk yang menjadi daya tawar bagi para pengunjung, terutama kalangan Eropa maupun mancanegara lainnya. Kawasan alam Bandung memiliki nilai jual

sehingga terdapat julukan “Parijs van Java”, “Garden of God”, *Europa in de Troupen*, dan *de meest Europese stad van Indie (the most European City in the Indies)*. Udara tropis Bandung dinilai nyaman bagi orang-orang Eropa jika dibandingkan dengan Batavia. Oleh karena itu, rencana panjang kota Bandung adalah menjadi sebuah kota ideal bagi penduduk Eropa, terutama Belanda, di negeri kolonial (Lestari, 2024).

Promosi wisata alam tersebut tercatat dalam *booklet* wisata S.A Reitsma memberikan penawaran singkat terhadap wisata alam untuk menikmati waktu luang dengan mengunjungi tempat sejuk di Bandung. Sebuah resort di daerah Tjihampelas terletak di Jalan menuju Lembang di dekat sebuah *Sitoe* (Situ) Garunggang yang dikelola oleh Hadji Sabandi. Kawasan tersebut memiliki perairan dengan kedalaman lebih dari 3 meter dan perahu kano yang digunakan wisatawan untuk berlayar di perairannya.

Dalam *booklet* S.A Reitsma lainnya yaitu “Bandoeng: The Mountain City of Netherlands India” mempromosikan tempat-tempat wisata lain di Bandung. Kawasan alam di Bandung dapat terbagi menjadi dua arah, yaitu arah utara dan selatan. Kawasan selatan Bandung juga memiliki akses pada perkebunan-perkebunan, *sitoe* (situ-danau), dan curug. Sementara itu, Bandung utara memiliki daya tarik pada wilayah dataran tinggi Lembang serta Gunung Tangkuban Perahu. Untuk menuju wilayah ini, wisatawan dapat berangkat dengan mobil yang berangkat dari stasiun Bandung. Desa Lembang memiliki dua hotel yang diperuntukkan untuk wisatawan yaitu *Beau Sejour* (bersebrangan dengan bekas kediaman Dr. Frans Junghuhn) dan Grand Hotel Lembang. Selain menikmati pemandangan alam, juga terdapat penyewaan kuda untuk berkeliling di sekitarnya. Di kawasan Lembang, objek wisata terdapat perusahaan-perusahaan susu, sayur, buah, dan bunga-bunga yang juga dapat dikirim ke tempat mereka. Di sekitar jalan dari Lembang menuju Tangkuban Prahoe, terdapat tugu

obelisk untuk mengenang Dr. Frans Junghuhn yang berada diantara pohon cemara dan kina (Reitsma, 1921).

Para wisatawan dapat berpergian ke Lembang sekaligus Tangkuban Perahu yang juga dapat diakomodir oleh asosiasi wisata “Bandung Vooruit”. Asosiasi tersebut bagian dari aktivitas yang bertujuan mempromosikan pariwisata di Kota Bandung. Selain itu, juga untuk membangun tujuan-tujuan wisata di Kota Bandung lebih teratur, sehingga dapat lebih menarik minat para wisatawan. Asosiasi ini terbuka bagi hampir semua kalangan dari Eropa, Tionghoa, maupun bumiputera (Lestari, 2024).

Bandung Vooruit menawarkan akses wisata menggunakan mobil pribadi pertama menuju Kawah Tangkuban Parahu. Kemudian, pada 1933, *Bandung Vooruit* mempublikasi sebuah majalah wisata berjudul “Mooi Bandoeng” yang bertujuan mempromosikan destinasi wisata pada wisatawan asing (Nurwulandari, Kurniawan, 2020).



Gambar. 5 G.E. Raket in de auto onderweg naar de Tangkoebanprahoe bij Bandoeng

Sumber: Digital Collection Leiden
<http://hdl.handle.net/1887.1/item:770145>

Gambar di atas merupakan sebuah foto yang menunjukkan adanya rute yang dapat dilalui menuju kawasan Gunung Tangkuban Perahu. Dalam tanda arah di gambar tersebut, Bandung Vooruit memiliki peran dalam promosi wisata alam di Kota Bandung. Terdapat sebuah tanda tulisan yang menunjukkan arah Tangkuban

Prahu berjarak 4 km, serta promosi untuk menjadi anggota *Bandung Vooruit*.

Destinasi dengan topografis lembah dan air terjun awal abad ke-20 dapat mengunjungi kawasan curug (air terjun). Di daerah Bandung Utara, terdapat air terjun Dago yang dapat ditempuh sejauh 6 km dari jalan Merdeka ke arah Jalan Dago. Kondisi curug tersebut memiliki tinggi 21,5 m dengan kedalaman hampir 18 meter. Hal menarik pada curug Dago ini yaitu terdapat jejak Putra Mahkota Siam yang mengunjungi tempat tersebut pada 1901. Penduduk sekitar memanfaatkan curug sebagai tempat menangkap ikan. Bagi para ilmuwan alam, seperti Dr. Docters Leeuwen, Direktur Kebun Raya Bogor, lokasi tersebut banyak tanaman luar biasa (Reitsma, 1921, hlm. 35-36). Air terjun lainnya terdapat di daerah Cimahi, yaitu Curug Cisarua dan Curug Jompong. Di sekitar curug ini terdapat tempat pertanian dan pemandangan Gunung Burangrang. Di daerah tersebut juga terdapat pusat budidaya kopi. Serta terdapat kedai kopi tua yang dijadikan tempat tinggal oleh petani kecil. Bagi pengunjung yang datang, “boedjang” atau pemandu kecil mengantar pengunjung melalui jalan-jalan sempit diantara jurang menuju curug (Reitsma, 1921).

Daerah lain yang dipromosikan bagi wisatawan Eropa adalah dengan mengunjungi kawasan-kawasan pemukiman penduduk pribumi setempat. Kawasan tersebut terletak di sekitar selatan Bandung, yakni Buah Batu dan Dayeuh Kolot dengan melewati sungai Citarum. Di daerah tersebut terdapat petilasan makam Bupati Bandung ke-2 yaitu Raden Tumenggung Anggadireja. Penduduk setempat memberi do'a dengan membakar dupa (Reitsma, 1921). Hal tersebut diperjelas oleh Andries de Wilde bahwa kondisi penduduk Priangan (termasuk Bandung) didominasi oleh sifat takhayul yang melemahkan potensi masyarakatnya dalam mengelola kesuburan alam. Pandangan tersebut memicu penilaian dari orang Barat bahwa penduduk dijadikan alat legitimasi penguasa wilayah (Bupati) sehingga membuat masyarakat berada di tingkat kemiskinan (Wilde, 1829).

Karakteristik berwisata pada awal abad ke-20 bersinggungan dengan cara bagaimana orang Eropa memandang penduduk setempat. Penduduk Hindia yang ditemui oleh orang Eropa dianggap berbeda dengan mereka. Oleh karenanya, pengalaman-pengalaman yang mereka dapatkan ketika mengunjungi wilayah “timur” atau Hindia menciptakan dikotomi antara barat dan timur. Sunjayadi (2017) menegaskan bahwa masyarakat bumiputera menjadi objek amatan para wisatawan. Hal tersebut tidak terlepas dari situasi pemerintah kolonial yang menciptakan dikotomi antara Barat dan Timur. Hal tersebut didukung dalam teks-teks wisata yang menyuguhkan pengalaman dengan mempertontonkan kehidupan orang-orang Timur yang tidak sesuai dengan adab orang Eropa.

KESIMPULAN

Kondisi alam Hindia Belanda menjadi salah satu daya tarik untuk penjelajah Eropa yang mengarungi dunia timur. Priangan sebagai salah satu wilayah di Hindia Belanda memiliki topografi yang dilingkupi perbukitan, gunung, dan lembah. Kondisi fisik alam tersebut menjadikan dorongan bagi naturalis dari Eropa untuk berkunjung dan mengamati perbedaan-perbedaan fisik wilayah antara Priangan dan Eropa. Eksplorasi alam Hindia Belanda di abad ke-19 membuka jalan bagi pengunjung yang lebih massif dari belahan bumi lain untuk mendatangi tempat-tempat eksotis di negeri “timur”. Bagi orang Eropa, kunjungan ke Priangan menjadi bagian dari memuaskan rasa penasarannya mereka tentang eksotisme dunia timur. Penduduk lokal dengan budaya yang berbeda juga menarik untuk dikunjungi dan diteliti oleh para naturalis Eropa. Di Priangan, khususnya di wilayah Bandung menjadi salah satu pusat penduduk yang tumbuh dengan campuran budaya antara penduduk lokal dan Eropa.

Perubahan masif di Eropa setelah Revolusi Industri di abad ke-19 memunculkan kaum kelas menengah pekerja. Kelompok tersebut

memiliki waktu kerja serta waktu luang atau leisure yang dapat dimanfaatkan untuk diri mereka. Hal lainnya yaitu dengan masifnya perkembangan teknologi transportasi dari kapal uap, kereta api, hingga kendaraan bermotor berakibat pada kemudahan berpergian yang terjangkau. Perkembangan informasi mengenai dunia timur yang menyebar secara luas juga menarik minat orang-orang tersebut untuk melakukan kunjungan.

Pada sisi lainnya, pembangunan kota-kota di negeri koloni Hindia Belanda memfasilitasi kunjungan orang-orang Eropa maupun mancanegara lainnya untuk menghabiskan waktu luang mereka di kota-kota yang dituju. Bandung menjadi salah satu kota yang dibangun serta dipromosikan untuk wisatawan dalam *booklet* wisata. Pameran kota internasional di Swiss juga mendukung Bandung sebagai sebuah representasi kota kolonial dengan kemewahan dan modernitas. *Booklet* wisata Hindia Belanda yang tersebar pada abad ke-20 salah satunya ditulis oleh S.A Reitsma.

Pada 1920-an, dalam *booklet* yang ditulis oleh Reits mempromosikan setidaknya terdapat dua jenis wisata yang dapat dilakukan di Bandung. Kedua jenis tersebut dibedakan menjadi tipe wisata yang disesuaikan dengan kondisi fisik kota, yaitu wisata alam dan wisata kota. Wisata alam berupa kunjungan pada air terjun, perbukitan, peternakan, maupun lembah-lembah yang melingkupi Bandung. Sementara, wisata kota berpusat pada kehidupan kota yang telah dibangun sebagai kota modern kolonial. Suasana kota dibangun semirip mungkin sebagaimana di jalan-jalan utama seperti Bragaweg, atau dengan kemegahan bangunan-bangunan bergaya arsitektur kolonial. Selain itu, kehidupan penduduk Bandung yang terdiri dari kelompok sosial tertentu, seperti orang Eropa, penduduk bumiputera, maupun orang timur (Tionghoa, Arab, India) yang menghasilkan kehidupan campuran di sebuah kota.

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa perkembangan pariwisata Bandung pada awal abad ke-20 bukan sekadar

fenomena rekreasi, tetapi bagian dari proyek modernitas kolonial yang sarat dengan kepentingan ekonomi, politik, dan budaya. Bandung dikonstruksi sebagai “kota tropis modern” melalui modernisasi infrastruktur, pembangunan fasilitas rekreasi, dan produksi citra visual dalam *booklet* wisata dan pameran internasional. Identitas “Paris van Java” bukan terbentuk secara alami, melainkan melalui strategi promosi kolonial yang menekankan keindahan alam, iklim sejuk, dan gaya hidup Eropa di wilayah jajahan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pariwisata kolonial mencerminkan dua proses utama: (1) komodifikasi kapitalistik atas waktu luang, di mana perusahaan pelayaran dan agen wisata menjadikan perjalanan sebagai produk konsumsi global; dan (2) konstruksi imajinasi kolonial tentang “Timur yang eksotis”, yang menempatkan Bandung sebagai ruang representasi kekuasaan dan superioritas budaya Barat. Dengan demikian, pariwisata menjadi instrumen hegemoni, bukan aktivitas netral.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada kajian sejarah kota, pariwisata kolonial, dan studi kultural dengan menunjukkan bagaimana ruang urban dibentuk melalui interaksi antara kapitalisme, modernitas, dan orientalisme. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pelestarian warisan arsitektur dan lanskap Bandung sebagai bagian dari memori sejarah.

Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk mengeksplorasi pengalaman wisatawan lokal (pribumi), peran perempuan dalam pariwisata kolonial, serta perbandingan Bandung dengan kota tropis kolonial lain seperti Bogor, Malang, atau Singapura. Dengan demikian, studi ini membuka ruang bagi pemahaman yang lebih kritis tentang hubungan antara pariwisata, kekuasaan, dan identitas kota di Asia Tenggara.

REFERENSI

Ariwibowo, G. A. (2015). Karesidenan Priangan di mata para pelancong pada pertengahan abad ke-19 hingga awal abad ke-20. *Patrawidya*, 16(3), 327–344.

- Budiman, H. G. (2017). Modernisasi dan terbentuknya gaya hidup elit Eropa di Bragaweg (1894–1949). *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 9(2), 163–178. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v9i2.8>
- Cribb, R. (1995). International tourism in Java, 1900–1930. *South East Asia Research*, 3(2), 193–204. <http://www.jstor.org/stable/23746910>
- Faber, G. H. von. (1936). *Het toerisme in Indië. Departemen Turisme / Provincial en Stedelijk Historisch Museum te Soerabaja*. (Arsip/Museum Publication)
- Fakih, F. (2021). Colonial domesticity and the modern city: Bandung in the early twentieth-century Netherlands Indies. *Journal of Urban History*, 49(3), 645–667. <https://doi.org/10.1177/00961442211015910>
- Hall, C. M., & Tucker, H. (Eds.). (2004). *Tourism and postcolonialism: Contested discourses, identities and representations*. Routledge.
- Hardjasaputra, A. S. (2003). *Perubahan sosial di Bandung 1810–1906*. Sosiohumaniora, 5(1), 17–30.
- Kunto, H. (2007). *Wajah Bandoeng tempo doeloe*. Granesia.
- Lestari, E. I. P., Mudaryanti, T. W., & Muas, R. T. N. M. E. (2024). Representation of Mooi Indie in nature-based tourism: Development of tourism in Bandung from 1925 to 1941. In *Collective memory, marginality, and spatial politics in urban Indonesia* (pp. 161–176). Springer Nature Singapore.
- Nederland en Rotterdamsche Lloyd. (1912). *Our Java [Booklet wisata]. Perusahaan Kapal Uap*. (Asli naskah promosi wisata)
- Nurwulandari, R., & Kurniawan, K. R. (2020). “Europa in de Tropen”: The colonial tourism and urban culture in Bandung. *Journal of Architectural Design and Urbanism*, 2(2), 15–23. <https://doi.org/10.14710/jadu.v2i2.7147>
- Prasetyo, F. (2020). *Bandung dan pemaknaan Dago dalam sejarah: Masa lalu, masa kini. Lembaran Sejarah*, 15(1), 64–90. <https://doi.org/10.22146/lembaran-sejarah.59525>
- Reitsma, S. A. (1921). *Bandoeng: The mountain city of Netherlands India* [Booklet perjalanan wisata].
- Reitsma, S. A. (1927). *Gids van Bandoeng en omstreken* [Booklet perjalanan wisata].
- Robinson, M., & Shaw, G. (2018). Tourism, heritage and the politics of cultural production. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 191–203.
- Rusnandar, N. (2010). Sejarah Kota Bandung dari “bergdessa” (desa udik) menjadi Bandung “heurin ku tangtung” (metropolitan). *Patanjala: Journal of Historical and Cultural Research*, 2(2), 273–293.
- Ryan, C. (2010). Ways of conceptualizing the tourist experience: A review of literature. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 37–45.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
- Sunjayadi, A. (2011). Iklan pariwisata masa kolonial di Hindia Belanda. *Ultimart*, 3(1), 1–10.
- Sunjayadi, A. (2011). Mengabadikan estetika: Fotografi dalam promosi pariwisata kolonial di Hindia-Belanda. *Wacana: Journal of the Humanities of Indonesia*, 10(2), 1–15.
- Sunjayadi, R. A. (2017). Dari vreemdelingenverkeer ke toeristenverkeer: Dinamika pariwisata di Hindia Belanda 1891–1942 (*Disertasi doctoral*, Universitas Indonesia).
- Tiffin, S. (2008). Raffles and the barometer of civilisation: Images and descriptions of ruined candis in The History of Java. *Journal of the Royal Asiatic Society*, 18(3), 341–360. <https://doi.org/10.1017/S1356186308008559>
- Towner, J. (1996). *An historical geography of recreation and tourism in the Western world 1540–1940*. Wiley.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. SAGE.