PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH

(Studi Pada Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

RADHEN ANTHON N.V.
0310310108

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMERINTAHAN DAERAH

2008

repository.ub.ac.id

Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu kaum hingga mereka mau merubah nasib mereka sendiri
(Q.S. Ar – Ra'ad)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah sungguh – sungguh urusan yang lain. Dan hanya Kepada Tuhan – mu lah hendaknya kamu berharap.
(Alam Nasyrah : 5 – 6)

Tanpa kesulitan dalam hidup ini, seseorang tidak akan mengenal kehidupan kebahagiaan.
(Earlah Jr)

Peoples said that time can changes everything, but the truth is you have to change it by yourself.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sang Pencipta Langit dan Bumi, Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah – Nya, yang memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Karena Hanya kepada – Mu lah hamba – Mu ini menyembah dan mohon pertolongan. Tanpa Engkau hamba ini takkan pernah bisa seperti sekarang.

Ayah Dan Ibuku, Amin Fauzi, ST dan Aisyah yang telah memberikan kasih sayang, semangat untuk hidup, mendoakan dan merawat aku dari kecil hingga sekarang. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan walaupun aan belum bisa membalas semua kebaikan ayah dan Ibu. Jauh didalam lubuk hati Aan bangga punya Ayah dan Ibu yang selalu menyayangi dan mengasihi aan. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Amin.... Amin.... Amin.... Ya Robbal Alamin.

Adik – Adikku yang tersayang...(Radhen Inthan Leotriansari).. Kakak duluan yach... Kuliahnya cepet selesein tar kakak bisa maen – maen ke Bogor he..he..he..!!! Terima kasih buat semangatnya selama ini...Oh ya banyak – banyak maem sayur biar gede n sehat. Tuk Adikku yang paling kecil (Radhen Enthan Duariansari).. Yang rajin Kuliahnya biar nilainya bagus... Kakak yakin adik pasti bisa... Tar kakak maen ke kosnya di Palembang deh. Makasih Atas doanya selama ini karena tanpa dukungan kalian, kakak ga kan bisa apa – apa. Pesennya... Sholatnya jangan tinggal.....Oce

Keluarga besar Om Eko di Malang.... Makasih banyak atas supportnya dan bantuannya selama ini. Maaf kalo selama ini antok merepotkan om dan tante. Tuk Hasbi yang rajin sekolahnya dan jangan lupa sholatnya yach.....

Keluarga Kos – Kosan.. Untuk Ibu Kos trim's atas kesediaannya memberikan tempat untuk beristirahat selama ini... Semoga Ibu diberi ketabahan dalam hidup ini.. Alm Bapak Toni, makasih atas nasehat – nasehatnya... semoga diberi ketenangan disana. Amin...

Special thank's To Litha Dwi Mulyanti (ndul).... trim's banget atas perhatiannya selama ini. Tanpa litha bundul ga bisa kayak sekarang.. Maafin untuk semua kesalahan yang dibuat selama ini. Maaf juga kalo sering marah2, bikin kesel n nangis. Tu smua bundul lakuin karena bundul sayang ma Litha..... Makasih juga buat keluarga di Pasuruan yang telah menerima bundul menjadi bagian dari keluarganya Litha.... Bundul seneng banget.... Smoga litha tambah imoet dan centil..... Moga hubungan ini bisa awet ampe nanti... kt jaga yach..... Iya, pasti aku ajakin kok ke Palembangnya.... janji dech!!!!

Buat temen – temen FIA Negara 03' campur : muklis, dito, robet, hariman, yanuar, sorry bro panjang banget kalo disebutin satu – satu.... Makasih atas kebersamaannya selama hampir 5 tahun ini.... Aku senang bisa kenal kalian...

persembahan

repository.ub.ac.id

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL	: STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Suatu Studi Pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang)
DISUSUN OLEH	: RADHEN ANTHON N.V.
NIM	: 0310310108
FAKULTAS	: ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN	: ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI	: ADMINISTRASI PEMERINTAHAN DAERAH

Malang, Februari 2008

Komisi Pembimbing

Ketua	Anggota
Drs. Choirul Saleh,MS	Drs. Abdul Wachid
NIP. 131 653 815	NIP. 131 683 721

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Negara Universitas Brawijaya, pada :

Hari	: Kamis
Tanggal	: 21 Februari 2008
Jam	: 12.00
Skripsi atas nama	: Radhen Anthon N.V.
Judul	: PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Suatu Studi Pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang)

DAN DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,	Anggota,
Drs. Choirul Saleh, MSi NIP. 131 653 815	Drs. Abdul Wachid NIP. 131 683 721
Anggota,	Anggota,
Dr. Bambang Supriyono, MS NIP. 131 573 954	Drs. Bambang Santoso Haryono, MS NIP. 131 573 953

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutif dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 27 Januari 2008

Nama : RADHEN ANTHON N.V.
NIM : 0310310108

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

RADHEN ANTHON N.V, Februari 2008, Administrasi Pemerintahan Daerah, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, "Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang)", Drs. Choirul Saleh, MS dan Drs. Abdul Wachid, 131 hal + xii.

Wilayah Indonesia yang luas dan terletak pada garis khatulistiwa yaitu pada posisi silang antara dua benua dan dua samudera serta kondisi alamnya yang memiliki berbagai keunggulan komparatif merupakan modal dasar dalam pembangunan nasional. Sebagai salah satu aspek pembangunan yang berkelanjutan, sektor pariwisata memegang peranan penting demi tercapainya tujuan pembangunan nasional. Kota Malang sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur merupakan salah satu daerah yang melaksanakan otonomi daerah dengan mengembangkan sektor pariwisata sebagai penunjang peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Mengingat hal tersebut maka perlu dilakukan pengembangan di sektor pariwisata. Maka sebagai acuan, permasalahan yang diangkat peneliti adalah (1) Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam pengembangan sektor pariwisata; (2) Bagaimana kontribusi yang diberikan sektor pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang; (3) dan Faktor – faktor pendukung dan penghambat dalam upaya pengembangan sektor pariwisata Kota Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam pengembangan sektor pariwisata; Kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan PAD; dan menganalisis faktor- faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam upaya pengembangan sektor pariwisata Kota Malang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk mempermudah peneliti dalam melaksanakan penelitian, dilakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan pemanfaatan data sekunder sebagai pendukung informasi. Data – data tersebut dianalisis secara deskriptif dan setelah data terkumpul dilakukan proses reduksi data, penyajian data dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang belum sepenuhnya dilakukan secara optimal karena sarana dan prasarana belum memadai, dan penyelenggaraan promosi dan pemasaran yang belum optimal. Demikian pula dengan kondisi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang yang memiliki kendala kekurangan dana, SDM yang belum professional dan bukan dari latar belakang pendidikan bidang pariwisata serta belum adanya koordinasi yang terpadu dengan Dinas/Instansi/Lembaga terkait serta minimnya fasilitas yang dimiliki oleh kantor dinas Parinkom tersebut.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

SUMMARY

RADHEN ANTHON N.V, February of 2008, Administration of Local Government, Faculty of Administration Science, Brawijaya University, "The Strategy of Tourism Sector Development to Improve Local Genuine Revenue (Study at The Official of Tourism, Information, and Communication for Malang City)", Supervisor : Drs Choirul Saleh, MS and Co – Supervisor : Drs. Abdul Wachid, 131 pages + xii.

Indonesia has wide area and locates at equator line, exactly at the intersection between two continents and two oceans. It's natural resource provides it with comparative superiority as a base capital for national development. Tourism sector as an aspect of sustainable development plays important role to the achievement of national development objectives. Malang city refers to the second biggest city in East Java and to a region with local autonomy and tourism sector development to support the improvement local Genuine Revenue. The development of tourism sector, therefore, becomes an important issue. The determined problems include : (1) What strategies have been conducted by The Official of Tourism, Infromation, and Communication for Malang City to develop tourism sector; (2) What contributions seem given by tourism sector to improve Local Genuine Revenue for Malang City; and (3) Supporting and constraining factors in the development of tourism sector for Malang City.

Research aims to observe and to describe the strategies used by The Official of Tourism, Information, and Communication for Malang City to develop tourism sector; the contributions of tourism sector to improve Local Gebuine Revenue; and the analysis of supporting and constraining factors to the development of tourism sector for Malang City.

Descriptive research comes into consideration with qualitative approach. The facilitation of research needs data collection techniques including interview, documentation and the use secondary data as information support. Data will be analyzed descriptively and the collected data may be processed through data reduction, data presentation and finally conclusion.

Result of research indicate that tourism sector development in Malang City doesn't develop optimally because of unreliable structure and infrastructure, and unfavorable promotion and marketing. The Official of Tourism, Information, and Communication for Malang City also faces the barriers such as limited funding, unprofessional human resources due to lack of tourism education background, unexpected coordination between related officials/institutions/agencies, and unfavorable facilities had by The Official of Tourism, Information, and Communication for Malang City.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kebesaran – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Studi Pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang)".

Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui seuntai tulisan yang terangkai dalam bingkai kata pengantar ini, tidak lupa penulis sampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat dan terkasih :

1. Bapak Drs. Suhadak M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof. Drs. Solichin Abdul Wahab, MA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. Imam Hanafi MSi. MS selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Drs. Choirul Saleh Msi, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Drs. Abdul Wachid selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan perhatian, saran dan telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak / Ibu Dosen Pengajar beserta seluruh karyawan FIA yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

7. Bapak Kepala Dinas Pariwisata beserta seluruh direksi dan staf yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Kantor Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kota Malang
8. Kedua Orang Tuaku tercinta, Bapak Amin Fauzi ST dan Aisyah dan adik – adikku, Iin dan Ari yang selalu mendampingi langkahku dengan kekuatan doa – doanya dan selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat. Karena mu aku jadi kuat dan dari sana terlihat senyum banggamu. Amin.
9. Buat Tersayang Litha Dwi Mulyanti yang telah membantu sepenuh hati dan selalu menemaniku, memberikan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini, akan kuingat selalu kebaikanmu. Akhirnya bisa bareng wisudanya.
10. Seluruh teman – teman FIA Negara ’03 reguler dan non reguler yang telah membantu dan memberikan dorongan hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Kan kukenang selalu persahabatan kita.

Dan kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai saya ucapkan terima kasih banyak.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberi wacana baru dalam ilmu pengetahuan dan lingkungan akademis.

Akhirul Kalam Wabilahitaufik Walidayah Wassalamualaikum Wr. Wb

Malang, 27 Januari 2008

Penulis

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR ISI

		Hal
MOTTO		
LEMBAR PERSEMBAHAN		
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI		
TANDA PENGESAHAN		
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI		iii
RINGKASAN		iv
SUMMARY		v
KATA PENGANTAR		vi
DAFTAR ISI		viii
DAFTAR TABEL		xi
DAFTAR GAMBAR		xii
BAB I.	**PENDAHULUAN**	1
	A. Latar belakang	1
	B. Rumusan Masalah	13
	C. Tujuan Penelitian	13
	D. Kontribusi Penelitian	13
	E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II.	**TINJAUAN PUSTAKA**	16
	A. Manajemen	16
	1. Pengertian Manajemen	16
	2. Manajemen Strategi	17
	3. Manajemen Kepariwisataan	19
	B. Pariwisata.	23
	1. Pengertian Pengembangan	23
	2. Pengertian Pariwisata	24
	3. Pengembangan Pariwisata	25
	4. Jenis – Jenis Pariwisata	25
	5. Obyek dan Daya Tarik Wisata	30
	6. Sarana dan Prasarana Kepariwisataan	31
	C. Paradigma Baru Pembangunan Kepariwisataan	33
	D. Keuangan Daerah	35
	1. Sumber – Sumber Keuangan Daerah	36
	2. Ruang Lingkup Keuangan Daerah.	37
	3. Pendapatan Asli Daerah	37
	E. Pemerintahan Daerah	40
	1. Prinsip – Prinsip Pemerintahan Daerah	41
	2. Fungsi Pemerintahan Daerah	42
	3. Kebijakan Pemda Bagi Pengembangan Pariwisata	43
	4. Fungsi dan Peranan Pemda Dalam Sektor Pariwisata	46
BAB III.	**METODE PENELITIAN**	49
	A. Jenis Penelitian	49
	B. Fokus Penelitian	50
	C. Lokasi dan Situs Penelitian	50

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

D. Jenis dan Sumber Data 51
E. Teknik Pengumpulan Data 52
F. Instrumen Penelitian 53
G. Analisa Data 53

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 55
A. Penyajian Data 55
A.1 Data Umum 55
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 55
a. Sejarah dan Profil Kota Malang 55
b. Letak Geografis 57
c. Wilayah Administrasi 58
d. Penggunaan Lahan 59
e. Kepadatan Penduduk 60
f. Keadaan Sosiologi 61
g. Fasilitas Sosio – Budaya 61
h. Perindustrian 63
2. Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi 64
a. Kelembagaan 64
b. Tugas Pokok dan Fungsi 71
c. SDM Aparatur 72
d. Sarana dan Prasarana 74
e. Rencana Strategis 75
3. Potensi Pariwisata 80
A.2 Data Fokus 85
1. Upaya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam Pengembangan Sektor Pariwisata 85
a. Sosialisasi Pariwisata 85
1) Promosi dan Pemasaran Pariwisata 85
2) Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata 87
3) Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Swasta 89
4) Pengembangan Kemampuan Pegawai sebagai Pelaksana 91
b. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata 92
2. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD 108
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata 113
B. Analisis Data 116
1. Upaya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam Pengembangan Sektor Pariwisata 116
a. Sosialisasi Pariwisata 117
1) Promosi dan Pemasaran Pariwisata 117
2) Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata 119
3) Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Swasta 121
4) Pengembangan Kemampuan Pegawai sebagai Pelaksana 122
b. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata 122

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD 127
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata 129

BAB V. PENUTUP 133
A. Kesimpulan 133
B. Saran 134

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

NO	JUDUL	Hal.
1	Pembagian Wilayah Administrasi	58
2	Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
3	Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang Berdasarkan Golongan Ruang	73
4	Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang Berdasarkan Diklat Penjenjangan	73
5	Formasi Jabatan Struktural	73
6	Sarana Hotel atau Penginapan di Kota Malang Tahun 2008	94
7	Rumah Makan atau Restoran Di Kota Malang Tahun 2008	98
8	Usaha Transportasi dan Travel Di Kota Malang	102
9	Daftar Airlines Tickets	103
10	Taxi Services	103
11	Kode Transportasi Kota	104
12	Perkembangan Sarana Kesehatan Di Kota Malang	106
13	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kota Malang Tahun 2003 s/d 2006	108
14	Realisasi PAD Sektor Pariwisata Per Jenis Pendapatan di Kota Malang Tahun 2003 s/d 2006	110
15	Realisasi PAD Di Kota Malang Tahun 2003 s/d 2006	111
16	Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD Tahun 2003 s/d 2006	112

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR GAMBAR / BAGAN

NO	JUDUL	Hal
1	Model Manajemen Strategis	17
2	Semboyan Kota Malang	55
3	Struktur Organisasi Dinas Parinkom Kota Malang	65

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan nasional yang dilaksanakan secara berkesinambungan dan berkelanjutan mempunyai arah dan tujuan pada pembangunan manusia Indonesia seutuhnya. Pembangunan adalah suatu proses yang terencana dalam upaya pengembangan ekonomi, perubahan sosial dan modernisasi bangsa guna peningkatan kualitas hidup manusia dan kesejahteraan masyarakat yang dilaksanakan secara continue (Supriatna, 2000, h.13). Salah satu azas dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan nasional adalah azas manfaat, yang menyatakan bahwa segala usaha dan kegiatan pembangunan nasional hendaknya memberikan manfaat sebesar – besarnya bagi kemanusiaan, peningkatan kesejahteraan rakyat dan pengembangan pribadi warga negara serta mengutamakan kelestarian nilai – nilai luhur budaya bangsa dan kelestarian fungsi lingkungan hidup. Wilayah Indonesia yang luas dan terletak pada garis khatulistiwa pada posisi silang antara dua benua dan dua samudera serta dengan kondisi alamnya yang memiliki berbagai keunggulan komparatif merupakan modal dasar dalam pembangunan nasional.

Sebagai salah satu aspek pembangunan yang berkelanjutan, sektor kepariwisataan memegang peranan penting demi tercapainya tujuan pembangunan nasional yaitu melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasar pada kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development)* adalah suatu proses pembangunan yang mengoptimalkan manfaat dari sumber daya alam dan sumber daya manusia, dengan menyelaraskan sumber alam dengan manusia dalam pembangunan, berorientasi pada pengembangan teknologi tepat guna, serta menyadari adanya perubahan kelembagaan yang konsisten terhadap kebutuhan saat ini dan masa mendatang (Fatah, 2006, h.227).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Adapun ciri – ciri pembangunan yang berkelanjutan menurut Fatah sebagai berikut :

1. Memberikan kemungkinan kepada kelangsungan hidup dengan jalan melestarikan fungsi dan kemampuan ekosistem yang mendukungnya baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Memanfaatkan sumber daya alam dan teknologi yang tepat guna.
3. Memberikan kesempatan kepada sektor dan kegiatan lainnya untuk berkembang secara bersama – sama baik didaerah dalam kurun waktu yang sama maupun kurun waktu yang berbeda secara sambung menyambung.
4. Meningkatkan dan melestarikan kemampuan dan fungsi ekosistem untuk memasok sumber daya alam dan melindungi serta mendukung perikehidupan secara terus menerus.
5. Menggunakan prosedur dan tata cara yang memperhatikan kelestarian fungsi dan kemampuan ekosistem untuk mendukung perikehidupan baik masa kini maupun masa mendatang (Fatah, 2006, h.370).

Jamieson dan Noble mengemukakan terdapat beberapa prinsip penting dari pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu :

1. Pariwisata mempunyai prakarsa untuk membantu masyarakat agar dapat mempertahankan kontrol/pengawasan terhadap perkembangan pariwisata.
2. Pariwisata mampu menyediakan tenaga kerja yang berkualitas kepada dan dari masyarakat setempat dan terdapat pertalian yang erat antara usaha lokal dan pariwisata.
3. Terdapat pengaturan tentang perilaku yang disusun untuk wisatawan pada semua tingkatan (nasional, regional dan setempat) yang didasarkan pada standar kesepakatan internasional.
4. Terdapat program – program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan serta menjaga warisan budaya dan sumber daya alam yang ada (Jamieson dan Noble, 2000, h.45).

Pembangunan pariwisata tidak hanya membicarakan tentang bagaimana menjaga kemampuan kondisi alam atau *bio diversity* tanah, air dan udara, tetapi juga semua aspek kehidupan yang perlu dilestarikan termasuk kultur sosial manusianya. Dengan demikian, untuk lebih mengoptimalkan fungsi dan peranan sektor pariwisata, maka perlu menata mekanisme pengembangan dan pembangunan pariwisata secara konsepsional yang dapat dijadikan pedoman dalam menentukan arah, tujuan, sasaran dan strategi serta kebijakan untuk pembinaan pariwisata nasional dan pada akhirnya dapat dijadikan landasan bagi setiap pembangunan pariwisata didaerah sehingga dapat berkembang dengan baik, selaras dan sejajar dengan aspek – aspek pembangunan lainnya.

Kepariwisataan ada dan tumbuh karena perbedaan, keunikan, kelokalan baik itu berupa bentang alam, flora, fauna maupun yang berupa kebudayaan sebagai hasil cipta, karsa, rasa dan budi manusia. Tanpa perbedaan itu, tak akan ada kepariwisataan, dan tidak ada orang yang melakukan perjalanan atau berwisata. Dengan berdasarkan prinsip keunikan dan kelokalan, kepariwisataan Indonesia didasari oleh falsafah hidup bangsa Indonesia sendiri, yaitu konsep perikehidupan yang berkeseimbangan antara lain seimbangnya hubungan manusia dengan Tuhan, seimbangnya hubungan manusia dengan sesamanya, seimbangnya hubungan manusia dengan lingkungan alam.

Menurut James J.Spillane bahwa :

> Pengembangan sektor pariwisata disebabkan oleh beberapa faktor yaitu : Pertama adalah karena makin kurangnya peranan minyak sebagai penghasil devisa jika dibandingkan dengan waktu lalu. Kedua, prospek pariwisata yang terus memperlihatkan kecenderungan meningkat secara konsisten. Dan ketiga karena besarnya potensi pariwisata yang dimiliki oleh daerah – daerah di Indonesia (J. Spillane, 1994, h.57).

Adapun tujuan dari pengembangan kepariwisataan di Indonesia menurut UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan berbunyi :

> Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat dan mendorong pendayagunaan produksi nasional (Setneg, 1990, h.2).

Sektor pariwisata sangat tepat untuk dikembangkan sebagai salah satu penggerak utama perekonomian, mengingat potensinya yang sangat besar untuk penciptaan lapangan kerja, sebagai penghasil sumber penerimaan devisa negara dan penanggulangan kemiskinan. *Multiplier effect*-nya sangat luas karena hampir tidak ada sektor kegiatan yang tidak dapat dihubungkan dengan dunia kepariwisataan pada umunya dan industri pariwisata pada khususnya. Pariwisata memiliki sifat multidimensi dan multisektor yang dirasakan punya pengaruh besar bagi banyak pihak sebagai sebuah *multistakeholder*. Harus diakui, bahwa "kesenjangan kinerja" dari *stakeholder* kepariwisataan Indonesia selama ini, menuntut kerja keras dan perubahan paradigma kepariwisataan baru untuk mewujudkan daya saing dan "nilai tambah" anugerah sumber daya yang kita miliki.

Pada masa lalu, konsentrasi utama pembangunan kepariwisataan lebih diorientasikan pada kawasan Jawa dan Bali. Karena jika dilihat dari kecenderungan perubahan pasar global yang lebih mengutamakan sumber daya alami sebagai destinasi wisata, maka potensi sumber daya alam di kawasan timur Indonesia memiliki peluang lebih besar untuk dikembangkan dibandingkan kawasan barat. Disini terlihat bahwa adanya ketidakseimbangan pembangunan di sektor pariwisata. Beberapa dampak yang ditimbulkan dari ketidakseimbangan pembangunan disektor pariwisata antara lain :

1. Pembangunan pariwisata yang tidak merata, khususnya di kawasan timur Indonesia, sehingga tingkat pertumbuhan ekonomi kawasan Indonesia Timur dari sektor pariwisata masih rendah.
2. Indonesia hanya bertumpu pada satu pintu gerbang utama, yaitu Bali.
3. Lemahnya perencanaan pariwisata di kawasan timur Indonesia dan kurang termanfaatkannya potensi pariwisata dikawasan tersebut secara optimal.
4. Rendahnya fasilitas penunjang pariwisata yang dibangun.
5. Terbatasnya sarana transportasi, termasuk hubungan jalur transportasi yang terbatas (Nirwandar, 2006, h.4).

Dampak yang ditimbulkan dari akibat ketidakseimbangan pembangunan tersebut, sangat terasa pada saat Indonesia mengalami berbagai tragedi

kemanusiaan di Bali dan Jawa tahun 2002 – 2005. Tragedi ini memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi bangsa Indonesia, dimana pendekatan pembangunan pariwisata yang berorientasi pada pasar mancanegara saja, tidak mampu menopang kepariwisataan Indonesia.

Masalah yang dihadapi dalam pengembangan kepariwisataan nasional saat ini antara lain :

a. Kurangnya pengemasan daya tarik wisata
b. Terbatasnya diversifikasi produk
c. Masih lemahnya pengelolaan destinasi pariwisata
d. Kurangnya kualitas pelayanan wisata
e. Disparitas pembangunan kawasan pariwisata
f. Lemahnya interpretasi, promosi dan komunikasi pemasaran
g. Kualitas SDM yang rendah
h. Kondisi keamanan yang tidak menentu (Nirwandar, 2006, h.6)

Disamping masalah – masalah tersebut, masih ditemui dilema (*paradok*) dalam pengembangan industri pariwisata di Indonesia. Sifat paling mendasar dari investasi pada industri pariwisata adalah *"High Investment, Not Quick Yield"* artinya investasi dibidang pariwisata membutuhkan investasi yang besar dengan tingkat pengembalian yang lama (jangka panjang). Kondisi ini sungguh tidak menarik bagi kebanyakan *stakeholders* kepariwisataan yang masih memiliki budaya "*Instant and Shortcut*" dimana mereka lebih menyukai melakukan investasi yang dapat segera memberikan keuntungan. Sehingga para investor tidak tertarik menanamkan modalnya dalam mengembangkan usaha pariwisata. Untuk itu diperlukan integrasi usaha pariwisata (*tourism business integration*) yang merupakan sinergi pelaku kepariwisataan secara horizontal maupun vertikal dan memberikan keuntungan atau manfaat bagi masing – masing pihak. Oleh karenanya diperlukan bentuk – bentuk insentif yang mampu merangsang timbulnya investasi dibidang kepariwisataan dengan menggunakan manajemen partisipatoris dengan melibatkan seluruh *stakeholders* baik masyarakat, dunia usaha, lembaga keuangan, pemerintah daerah (Provinsi, Kabupaten maupun Kota), serta pemerintah pusat.

Sesuai dengan Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisataan Nasional tahun 2005 – 2009, maka kebijakan dalam pembangunan kepariwisataan nasional diarahkan untuk :

a. Peningkatan daya saing destinasi, produk dan usaha pemasaran pariwisata nasional;
b. Peningkatan pangsa pasar pariwisata melalui pemasaran terpadu di dalam maupun diluar negeri;
c. Peningkatan kualitas, pelayanan dan informasi wisata;
d. Pengembangan *incentive system* usaha dan investasi di bidang pariwisata;
e. Pengembangan infrastruktur pendukung pariwisata
f. Pengembangan SDM (standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi)
g. Sinergi *multi-stakeholders* dalam desain program kepariwisataan.

Adapun yang menjadi sasaran pembangunan kepariwisataan nasional menurut dokumen Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisataan Nasional 2005 – 2009 adalah :

1. Terwujudnya pariwisata nusantara yang dapat mendorong cinta tanah air.
2. Meningkatnya pemerataan dan keseimbangan pengembangan destinasi pariwisata yang sesuai dengan potensi masing – masing daerah.
3. Meningkatnya kontribusi pariwisata dalam perekonomian nasional.
4. Meningkatnya produk pariwisata yang memiliki keunggulan kompetitif.
5. Meningkatnya pelestarian lingkungan hidup dan pemberdayaan masyarakat.

Pembangunan pariwisata yang bersifat lintas sektoral dan kompleks harus dieksekusi secara sistematis, rasional, dan *scientific* sesuai dengan dinamika dan tatanan *domain* kepariwisataan yang tepat dan terkini. Lebih dari itu, pengembangan pariwisata dipandang sangat strategis karena merupakan suatu keterpaduan kerja antara instansi pemerintah dengan masyarakat, karena pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Untuk itu, kesadaran dan peran aktif masyarakat perlu ditingkatkan melalui peningkatan dan pembinaan kelompok sadar wisata, seni budaya, dan industri

kerajinan. Pengembangan pariwisata juga mengandung berbagai aspek kepentingan antara lain meliputi upaya pengembangan obyek dan daya tarik wisata (ODTW), upaya pengembangan SDM, upaya pengembangan pemasaran, upaya pengembangan sarana, upaya pengembangan infrastruktur dan upaya pengembangan manajemen pariwisata.

Dalam mengelola industri pariwisata sebagai salah satu aset negara, pemerintah telah menunjuk suatu badan yang berwenang untuk menangani kepariwisataan di Indonesia yaitu dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 tentang Pembentukan Badan Pengembangan Pariwisata Nasional (BAPPARNAS) untuk menjamin pembinaan, pembangunan dan pengembangan pariwisata yang efektif dan berkelanjutan ditingkat pelaksanaan baik yang diusahakan oleh pemerintah maupun pihak swasta. BAPPARNAS bertugas membantu Menteri Perhubungan dan mengadakan kerjasama dengan Direktorat Jenderal Pariwisata dibawah Departemen Pariwisata dan Kebudayaan. Adapun susunan keanggotaan BAPPARNAS terdiri dari kalangan pemerintah dan swasta yang diangkat oleh Menteri Perhubungan.

Untuk mewujudkan keberhasilan dalam upaya pengembangan sektor kepariwisataan secara nasional, maka pemerintah merasa perlu mengeluarkan suatu kebijakan yaitu Sapta Kebijakan Pariwisata yang diharapkan dapat memacu keberhasilan program – program pariwisata yang sedang dikembangkan. Pokok - pokok Sapta Kebijakan Pariwisata tersebut yaitu :

a. Promosi digencarkan
b. Aksesibilitas diperluas
c. Mutu dan produk pelayanan dimantapkan
d. Kawasan pariwisata dikembangkan
e. Wisata bahari digalakkan
f. SDM ditingkatkan
g. Sadar wisata dan sapta pesona dibudayakan (Musanef, 1995, h.39).

Dengan melihat perkembangan dan pembangunan pariwisata di Indonesia, maka tidak bisa terlepas dari masalah pembangunan pariwisata diberbagai daerah di Indonesia yang saat ini sedang dilaksanakan. Sejalan dengan dinamika

pembangunan daerah, maka UU No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah memberikan keleluasaan kepada daerah kabupaten dan daerah kota dengan menitikberatkan pada pelaksanaan otonomi daerah dengan menerapkan azas desentralisasi dalam wujud otonomi yang seluas - luasnya, nyata dan bertanggung jawab.

Prinsip otonomi seluas – luasnya mempunyai makna bahwa daerah diberikan kewenangan untuk mengurus dan mengatur semua urusan pemerintahan selain yang menjadi urusan pemerintah pusat. Adapun urusan yang menjadi kewenangan pemerintah pusat sesuai dengan pasal 10 ayat 3 Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah meliputi urusan politik luar negeri, pertahanan, keamanan, yustisi, moneter dan fiskal nasional dan agama. Berdasarkan pembagian kewenangan tersebut, daerah memiliki kewenangan yang menyangkut kepentingan dan tanggung jawab pemerintah daerah yang meliputi : 1) urusan umum dan pemerintahan, 2) penyelesaian fasilitas pelayanan, 3) urusan sosial, budaya, agama dan kesehatan (Elmi, 2002, h.7). Prinsip otonomi nyata adalah suatu prinsip bahwa untuk menangani urusan pemerintahan dilaksanakan berdasarkan tugas, wewenang, dan kewajiban yang nyatanya telah ada dan berpotensi untuk tumbuh, hidup dan berkembang sesuai dengan potensi dan kekhasan daerah. Sedangkan otonomi yang bertanggung jawab adalah otonomi yang dalam penyelenggaraannya harus benar – benar sejalan dengan tujuan dan maksud pemberian otonomi yang pada dasarnya untuk memberdayakan daerah termasuk meningkatkan kesejahteraan rakyat yang merupakan bagian utama dari tujuan nasional.

Otonomi daerah sebagaimana didefinisikan pada Pasal 1 ayat 5 Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, disebutkan bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang – undangan.

Lebih lanjut, sistem desentralisasi memberikan manfaat bagi pemerintah daerah. Desentralisasi perlu dilakukan karena tidak ada suatu pemerintahan dari suatu negara yang luas mampu secara efektif membuat kebijakan publik di segala bidang ataupun mampu melaksanakan kebijakan secara efisien di wilayah

tersebut. Adapun manfaat dari pelaksanaan desentralisasi terhadap pemerintahan daerah adalah :

> Secara teoritis, desentralisasi ini diharapkan akan menghasilkan dua manfaat nyata, yaitu : pertama, mendorong peningkatan partisipasi, prakarsa dan kreativitas masyarakat dalam pembangunan, serta mendorong pemerataan hasil – hasil pembangunan (keadilan) diseluruh daerah dengan memanfaatkan sumber daya dan potensi yang tersedia dimasing – masing daerah. Kedua, memperbaiki alokasi sumber daya produktif melalui pergeseran peran pengambilan keputusan publik ke tingkat pemerintah yang paling rendah yang memiliki informasi yang paling lengkap (Mardiasmo, 2004, h.6).

Dengan berlakunya era otonomi daerah, maka menimbulkan tantangan baru bagi daerah untuk bertindak secara kreatif dan inovatif dalam mengolah aset potensial daerahnya menjadi sebuah produk yang berdampak langsung bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya. Selanjutnya juga dituntut adanya perubahan persiapan dan kebijakan di masing – masing sektor, termasuk sektor pariwisata serta dituntut kesiapan baik mengenai sikap, kapasitas, serta kapabilitas pemerintah daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan daerah. Dalam hal ini, daerah mempunyai kewenangan untuk mengusahakan pengembangan pariwisata dengan tetap memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dan kondisi sosial budaya sekitarnya. Hanya saja masih dijumpai permasalahan kurangnya aspek koordinasi, sinkronisasi, dan korporasi penyusunan program pengembangan pariwisata skala antar daerah maupun dengan propinsi.

Sejalan dengan penerapan otonomi daerah, muncul beberapa isu strategis di sektor pariwisata yaitu :

a) Isu strategis *pertama* yaitu timbulnya persaingan antar daerah, persaingan pariwisata yang bukan mengarah pada peningkatan komplementaritas dan pemilihan alternatif berwisata. Hal ini disebabkan beberapa faktor seperti :
   1. Lemahnya pemahaman tentang pariwisata
   2. Lemahnya kebijakan pariwisata daerah
   3. Tidak adanya pedoman dari pemerintah pusat maupun provinsi (http://www.pemdadiy.go.id/berita/mod/fileman/files/pembangunan_sektor_pariwisata.pdf).

Akibatnya pengembangan pariwisata daerah lebih dilihat secara parsial. Artinya banyak daerah mengembangkan potensi pariwisata tanpa melihat, menghubungkan dan menggabungkan dengan pengembangan daerah tetangganya maupun provinsi/kabupaten/kota terdekat.

b) Isu *kedua* terkait dengan kondisi perkembangan pariwisata Indonesia yang masih bertumpu pada daerah tujuan wisata utama. Hal yang mengemuka dari pemusatan kegiatan pariwisata ini adalah dengan terlampauinya daya dukung pengembangan pariwisata diberbagai daerah, sementara lokasi lainnya tidak berkembang sebagaimana mestinya. Selain itu, kekhasan dan keunikan atraksi dan aktivitas wisata yang ditawarkan masih belum menjadi suatu daya tarik bagi kedatangan wisatawan mancanegara, karena produk wisata yang ditawarkan tidak dikemas dengan baik. Para pelaku kepariwisataan Indonesia kurang memberikan perhatian yang cukup untuk mengembangkan produk – produk baru yang lebih kompetitif dan sesuai dengan selera pasar.

c) Isu *ketiga* yaitu berhubungan dengan situasi dan kondisi daerah yang tidak berbeda baik dari potensi wisata alam, ekonomi, adat budaya, mata pencaharian, dan kependudukan yang menuntut pola pengembangan yang berbeda pula baik dari segi cara atau metode, prioritas maupun penyiapannya. Proses penentuan pola pengembangan ini membutuhkan peran aktif dari semua pihak agar sifatnya *integrative*, komprehensif dan sinergis.

d) Isu *keempat* dapat dilihat dari banyaknya daerah tujuan wisata yang sangat potensial di Indonesia jika dilihat dari sisi daya tarik alam dan budaya yang dimilikinya. Namun sayangnya belum bisa dijual dan mampu bersaing dengan daerah – daerah tujuan wisata baik dikawasan regional maupun internasional. Hal tersebut semata – mata karena daya tarik yang tersedia belum dikemas secara professional, rendahnya mutu pelayanan yang diberikan, interpretasi budaya atau alam yang belum memadai dan belum dibangunnya citra (*image*) yang membuat wisatawan tertarik untuk datang mengunjungi (Nirwandar, 2006, h.5).

Sebagai langkah positif kearah pengembangan pariwisata, diperlukan strategi pengembangan dari Dinas Pariwisata daerah secara aktif untuk mengembangkan

potensi kepariwisataan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pendapatan asli daerah, memperluas lapangan kerja, penanggulangan kemiskinan, kesempatan berusaha dan menarik para investor serta memperkenalkan sejarah budaya daerah dengan tetap mengacu pada paradigma baru pembangunan kepariwisataan. Penyiapan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi dibidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pekerja dibidang pariwisata merupakan pelayan harus mulai dirubah menjadi pekerja professional yang berkelas dunia. Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kompetensi dibidang kepariwisataan dipercaya akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta pengalaman berwisata bagi wisatawan local dan mancanegara.

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa timur adalah salah satu daerah tujuan wisata yang potensial. Dengan potensi alam yang dimiliki Kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan – bangunan kuno peninggalan Belanda, Kota Malang layak menjadi daerah tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Berbagai pilihan tempat perbelanjaan, baik yang bersifat tradisional maupun modern yang tersebar di berbagai penjuru kota sangat menunjang Kota Malang sebagai Kota Pariwisata. Perkembangan pusat – pusat perbelanjaan modern ini seiring dengan perkembangan kawasan perumahan yang melaju dengan pesat seakan tidak ada lagi lahan yang tersisa di Kota Malang. Di era otonomi daerah dan era globalisasi saat ini upaya pembangunan di segala bidang yang telah dilaksanakan merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi dan peran Kota Malang dalam percaturan hubungan antar kota, antar provinsi, maupun antar bangsa. Sektor pariwisata Kota Malang pada hakekatnya merupakan unsur yang menunjang pendapatan daerah. Untuk itu peran Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sangat diharapkan demi tercapainya visi dan misi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi daerah Kota Malang secara keseluruhan.

Kondisi riil yang terjadi di kota Malang bahwa sekarang ini telah berkembang menjadi kota besar yang memiliki potensi yang menjanjikan, salah satunya adalah

sektor pariwisata. Disisi lain informasi tentang pariwisata kurang di mengerti oleh sebagian besar masyarakat lokal. Pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Parinkom Kota Malang saat ini hanya terbatas pada peningkatan mutu dan kegiatan promosi dibidang pariwisata. Salah satunya adalah dengan mengadakan pembinaan bidang pariwisata baik obyek maupun sarana dan prasarana yang ada. Kegiatan lain adalah dengan mengadakan pameran budaya, pertunjukkan kesenian daerah dan ciri khas daerah (atraksi dan makanan daerah) sehingga pengembangan bidang pariwisata di kota Malang belum mencapai hasil yang maksimal. Hal ini ditandai dengan belum tercapainya visi dan misi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang secara keseluruhan.

Adapun visi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang adalah terwujudnya kota Malang sebagai daerah tujuan wisata dengan misi sebagai berikut :

a. Meningkatkan dan mengembangkan obyek – obyek wisata/Taman Rekreasi Kota (wisata kota);
b. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar daerah (Kabupaten Malang dan Kota Batu) baik tingkat Provinsi maupun nasional;
c. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama para pelaku industri Pariwisata;
d. Meningkatkan SDM, aparatur di Bidang Pariwisata, Informasi, Komunikasi dan Kebudayaan;
e. Meningkatkan dan mengembangkan sistem pelayanan Informasi dan Komunikasi (LAKIP Parinkom Kota Malang 2006).

Dalam misi tersebut salah satu diantaranya adalah pengembangan obyek wisata kota. Hal ini belum terlaksana sepenuhnya dikarenakan masih dalam tahap pengembangan dan realisasinya belum ada tindak lanjut serta keterbatasan dana sehingga belum mencapai hasil yang maksimal.

Dari penjelasan tersebut diatas, maka peran sektor pariwisata di kota Malang memegang peranan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Untuk itu, peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian di Kota Malang dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki potensi obyek wisata yang potensial untuk dikembangkan, akan tetapi kontribusi yang diberikan dari sektor

pariwisata terhadap peningkatan pendapatan asli daerah dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan uraian singkat diatas, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul **"PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH** (Suatu Studi Pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok – pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang di sektor pariwisata?
2. Bagaimana kontribusi yang diberikan oleh sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah pemerintah kota Malang?
3. Faktor – faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam upaya pengembangan sektor pariwisata pemerintah Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang di sektor pariwisata.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kontribusi yang diberikan dari sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Pemerintah Kota Malang.
3. Menganalisis faktor – faktor pendukung dan penghambat upaya pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan nilai (*value*), baik secara akademis maupun praktis terhadap upaya pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang di sektor pariwisata

dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Adapun kontribusi penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Akademis
   a. Sebagai salah satu bahan kajian dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pengembangan pariwisata
   b. Sebagai sumber informasi dan masukan yang dapat dijadikan dasar dan pertimbangan bagi penelitian dengan bidang obyek penelitian yang sama.
2. Praktis
   a. Bagi peneliti
      Sebagai wahana untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan dalam hal upaya pengembangan sektor pariwisata
   b. Bagi instansi terkait
      Memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi Pemerintah Kota Malang khususnya Dinas Pariwisata dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang sehingga dapat mengoptimalkan penerimaan daerah dari sektor pariwisata.
   c. Bagi masyarakat
      Sebagai sarana sosialisasi mengenai pengembangan sektor pariwisata dan bahan informasi serta sebagai promosi pariwisata.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Diuraikan tentang latar belakang penulisan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori – teori yang berkaitan dengan penelitian. Disini dijelaskan mengenai manajemen strategi, pengembangan sektor pariwisata, paradigma pembangunan kepariwisataan, manajemen kepariwisataan, pemerintahan daerah, keuangan

daerah, pendapatan asli daerah, kebijakan pemerintah daerah bagi pengembangan pariwisata, fungsi dan peranan pemerintah daerah dalam sektor pariwisata.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas tentang jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang penyajian data, analisa dan interpretasi data. Dalam penyajian data berisi tentang data yang diperoleh dalam penelitian sehubungan dengan permasalahan. Selanjutnya dalam analisa data dilakukan analisa dan interpretasi data dengan menggunakan metode deskriptif.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Untuk menghindari adanya penafsiran yang berbeda – beda tentang arti dan maksud dari judul skripsi ini, maka perlu adanya penjelasan pengertian dari judul penelitian.

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Dalam sejarahnya, ada bermacam – macam definisi tentang manajemen. Dapat dikatakan bahwa dari banyak definisi yang ada, menunjukkan sifat serta pentingnya proses manajemen. Dalam aliran manajemen ilmiah, dimana tokoh sentralnya Frederick W. Taylor yang disebut sebagai "Bapak Manajemen Ilmiah", mengemukakan bahwa "manajemen ilmiah sering diartikan berbeda. Arti yang pertama, merupakan penerapan metode ilmiah pada studi, analisa, dan pemecahan masalah – masalah organisasi dan arti yang kedua yaitu seperangkat mekanisme – mekanisme atau "*a bag of trick*" untuk meningkatkan efisiensi kerja organisasi. Seperti banyak bidang studi lainnya, manajemen sulit untuk didefinisikan.

G.R. Terry dalam Manulang (1981, h.16) mengatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan tertentu yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.

Menurut James Stoner dalam Hani Handoko (1984, h.6), definisi manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengerahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang diperlukan.

Sesuai dengan istilah manajemen sebagai suatu proses maka menurut *Encyclopedia of The Social Science* dalam Manulang (1981, h.15) dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi.

Jadi dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa manajemen adalah suatu proses kerjasama antara orang – orang dalam suatu organisasi untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan dengan menggunakan fungsi – fungsi manajemen.

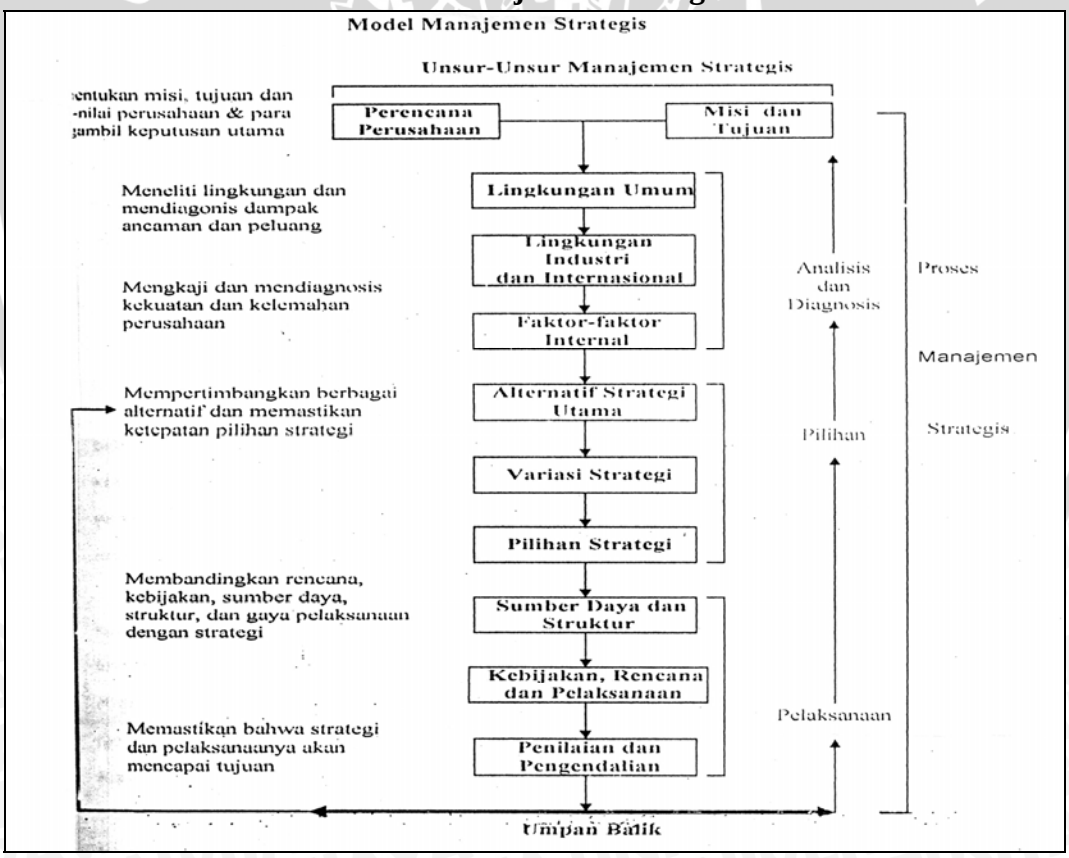
repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Manajemen Strategi

Manajemen strategik berasal dari kata manajemen dan strategik. Definisi manajemen strategik menurut Agustinus Sri Wahyudi bahwa manajemen strategik adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan – keputusan strategis antara fungsi – fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan – tujuan masa datang (Agustinus, 1996, h.15)

Penerapan manajemen strategik adalah proses yang berkesinambungan sesuai alur yang telah dipilih dan ditetapkan oleh perusahaan. Menurut pendapat Jauch dan Glueck sebagaimana yang diterjemahkan oleh Murad (1997, h.7), definisi proses manajemen strategik adalah suatu cara dengan jalan mana para perencana strategi menentukan sasaran dan mengambil keputusan.

Gambar. 1
Model Manajemen Strategis



Sumber : Jauch dan Glueck, 1997, h.7

Adapun proses penyusunan manajemen strategik menurut Jauch dan Glueck yang diterjemahkan oleh Murad antara lain :

1. Menentukan misi, tujuan dan nilai – nilai perusahaan oleh para perencana perusahaan.
2. Meneliti lingkungan dan mendiagnosis dampak ancaman dan peluang. Lingkungan eksternal ini meliputi lingkungan umum serta lingkungan industri dan internasional.
3. Mengkaji dan mendiagnosis lingkungan internalnya untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan.
4. mempertimbangkan berbagai alternatif dan memastikan ketepatan pilihan strategi.
5. Membandingkan rencana, kebijakan sumber daya, struktur dan gaya pelaksanaan dengan strategi.
6. Memastikan bahwa strategi dan pelaksanaannya akan mencapai tujuan melalui penilaian dan pengendalian (Murad, 1997, h.7).

Konsep atau kerangka berfikir dari manajemen strategis adalah berupaya mencari jalan keluar bagi institusi atau organisasi untuk beradaptasi kembali terhadap perubahan dan tantangan lingkungan melalui pencarian isu atau faktor strategis dengan menggunakan teknik – teknik manajemen agar kemajuan dapat dipertahankan dengan kinerja yang semakin optimal.

Menurut Bryson, kegunaan praktis yang diperoleh dari aplikasi teknik – teknik yang dikembangkan oleh manajemen strategis antara lain :

1. Pengembangan strategi – strategi yang efektif
2. Memperjelas arah masa depan
3. Menciptakan prioritas
4. Membuat keputusan saat ini dengan mempertimbangkan konsekuensi masa yang akan datang.
5. Mengembangkan landasan yang kokoh bagi pembuatan keputusan
6. Membuat keputusan yang melampaui fungsi dan struktur yang ada
7. Memecahkan masalah pokok yang dihadapi
8. Memperbaiki kinerja institusi

9. Menangani kondisi lingkungan yang cepat berubah (Bryson, 1999, h. 12-23).

Jadi manajemen strategis memberikan gambaran kepada pengambil keputusan mengenai bagaimana suatu institusi dapat digerakkan untuk mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi yang diembannya dengan mengolah secara efektif faktor – faktor strategis yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, maka manajemen strategik sangat diperlukan dalam menganalisis strategi pengembangan pariwisata di kota Malang. Dengan menggunakan elemen – elemen analisis yang dimiliki oleh manajemen strategis, maka akan ditemukan visi yang efektif bagi kota Malang dalam mengembangkan sektor pariwisata. Visi tersebut digali dari mandat, misi yang diemban, dan tujuan yang ingin dicapai oleh pengambil keputusan (baik dari birokrasi pemerintah, elite sosial politik atau para pakar ekonomi) kota Malang. Untuk itu dalam pengembangan sektor pariwisata kota Malang maka peran pemerintah daerah melalui Institusi Dinas Pariwisata perlu suatu strategi – strategi yang diperoleh melalui analisa faktor – faktor eksternal maupun internal yang pada akhirnya ditemukan identifikasi isu atau faktor strategis sebagai temuan yang dapat dipergunakan dalam menentukan masa depan pengembangan sektor pariwisata di kota Malang.

3. Manajemen Kepariwisataan

Secara umum, Tery dalam Handayaningrat (1993, h.20) menyatakan bahwa Manajemen adalah suatu proses yang membeda – bedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerak pelaksanaan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kepariwisataan lebih menitikberatkan kepada tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam memperbaiki potensi wisata suatu daerah untuk meningkatkan pendapatan atau pemasukan bagi daerah dan juga bagi devisa negara. Oleh karena itu, kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan pemerintah,dunia usaha dan

masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan wisata (Marpaung, 1994, h.59).

Berdasarkan pengertian diatas, maka definisi dari manajemen kepariwisataan adalah sebagai suatu proses mengatur keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat dalam berbagai tahapan kegiatan dengan menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan wisata untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Wahab, (1994, h.147), pada umumnya manajemen kepariwisataan mencakup lima unsur pokok baik dalam pemikiran dasarnya maupun dalam penerapannya yaitu pengorganisasian, perencanaan, motivasi, penempatan personel dan koordinasi.

a . Pengorganisasian

Menurut Koonzt dan Donnel yang dikutif Handayaningrat (1994, h.23) berpendapat bahwa

> Pengorganisasian berhubungan dengan pengaturan struktur melalui penentuan kegiatan untuk mencapai tujuan dari pada suatu badan usaha secara keseluruhan atau setiap bagiannya. Pengelompokkan kegiatan – kegiatannya, penugasannya, pelimpahan wewenang untuk melaksanakan pekerjaan, menentukan koordinasi, kewenangan dan hubungan informasi baik horizontal maupun vertical dalam struktur orgnanisasi.

Sebagai salah satu unsur pokok dalam manajemen kepariwisataan, pengorganisasian dilaksanakan dalam bentuk pembagian dan pengelompokkan kegiatan sesuai dengan bidang – bidang pengelolaan sektor pariwisata, dibentuknya struktur kerja pengelola sektor pariwisata, dilaksanakannya pendelegasian wewenang sesuai dengan bidang tugas masing – masing, serta dilaksanakannya koordinasi antara sektor yang terkait dengan sektor pariwisata secara keseluruhan.

b. Perencanaan

Pada dasarnya perencanaan bermaksud untuk memberi batasan tentang tujuan yang hendak dicapai dan menentukan cara – cara mencapai tujuan yang diinginkan. Jadi perencanaan merupakan perkiraan dasar dari tujuan – tujuan yang

bersifat produktif secara sistematis dengan menggunakan alat – alat, metode dan prosedur yang perlu untuk mencapai tujuan yang dianggap paling ekonomis.

Berkaitan dengan hal tersebut, Yoeti (1997, h.5) menyatakan bahwa batasan perencanaan terdapat unsur – unsur yaitu suatu pandangan jauh kedepan, merumuskan secara konkrit apa yang hendak dicapai dengan menggunakan alat – alat secara efektif dan ekonomis, dan menggunakan koordinasi dalam pelaksanaannya.

Lebih lanjut dalam Yoeti disebutkan bahwa proses perencanaan dalam kepariwisataan dapat dilakukan dalam lima (5) tahap yaitu :

1. Melakukan inventarisasi mengenai semua fasilitas yang tersedia dan potensi yang dimiliki.
2. Menaksir pasaran wisata dan mencoba melakukan proyeksi lalu lintas wisatawan pada masa yang akan datang.
3. Memperhatikan dibelahan dunia mana permintaan (*demand*) adalah lebih besar daripada persediaan atau penawaran (*supply*).
4. Melakukan penelitian kemungkinan perlunya penanaman modal, baik modal dalam negeri maupun modal asing.
5. Melakukan perlindungan terhadap kekayaan alam yang dimiliki dan memelihara warisan budaya bangsa serta adat istiadat suatu bangsa (Yoeti, 1997, h.8).

c. Motivasi

Menurut Silalahi mendefinisikan motivasi sebagai suatu kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu berdasarkan mana ia berusaha dan berkelakuan dengan cara tertentu untuk mencapai tujuan dan memenuhi keinginan atau kebutuhan tertentu (Silalahi, 1996, h.289).

Menurut Suwantoro yang dikutif Utoyo (2000, h.38) menyebutkan bahwa motivasi yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mengadakan perjalanan dan atau kegiatan pariwisata adalah

1) Kebutuhan Berlibur
2) Kebutuhan pendidikan
3) Kebutuhan penelitian

4) Kebutuhan religius
5) Kebutuhan kesehatan
6) Minat terhadap kebudayaan dan kesenian
7) Kepentingan keamanan
8) Kepentingan hubungan keluarga
9) Kepentingan politik.

Secara umum menurut Spillane (1994, h.63) menyatakan bahwa yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu tempat obyek wisata meliputi lima (5) unsur penting, yaitu :

1) Atraksi yaitu hal – hal yang menarik perhatian wisatawan.
2) Fasilitas – fasilitas yang diperlukan
3) Infrastruktur yaitu fasilitas pendukung dan pelengkap
4) Transportasi yaitu jasa – jasa pengangkutan
5) Keramahtamahan atau ketersediaan dan keterbukaan untuk menerima tamu.

d. Penempatan Personel

Penempatan personel merupakan tugas dan tanggung jawab semua pimpinan dalam setiap tingkatan organisasi. Penempatan personel sangat dipengaruhi oleh kemampuan pimpinan mengenali dan memahami atau mendalami kemampuan bawahan yang selanjutnya akan menempatkannya sesuai dengan bidang – bidang yang ada.

Berkaitan dengan manajemen kepariwisataan, fungsi penempatan personel harus mampu menempatkan orang – orang yang sesuai dengan bidang – bidang tugas kepariwisataan. Urusan – urusan mengenai obyek dan daya tarik wisata, atraksi wisata, rekreasi dan hiburan umum, akomodasi, rumah makan dan bar, ketenagakerjaan, promosi, pelayanan informasi, dan bimbingan wisata harus ditangani oleh orang yang benar – benar sesuai dengan kemampuannya di bidang tersebut dan dapat menangani bidang tugasnya secara professional.

e. Koordinasi

Koordinasi merupakan salah satu fungsi manajemen. Menurut Manullang (1992, h.23) mendefinisikan bahwa koordinasi adalah fungsi manajemen untuk melakukan berbagai tindakan agar tidak terjadi kekacauan, percekcokan, kekosongan kegiatan dengan jalan menghubung – hubungkan, menyatupadukan dan menyelaraskan pekerjaan – pekerjaan bawahan sehingga terdapat kerja sama yang terarah dalam usaha mencapai tujuan bersama atau tujuan organisasi.

Koordinasi yang dimaksudkan disini adalah mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan yang menunjang perkembangan pariwisata di daerah tempat pariwisata tersebut dikembangkan. Koordinasi ini melibatkan berbagai komponen terkait seperti : Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Organisasi Pariwisata, usaha – usaha pariwisata, rembug saran dengan badan – badan usaha dagang dan badan – badan industri kerajinan tradisional yang berkaitan dengan kepariwisataan serta koordinasi dengan asosiasi bidang pariwisata.

B. Pariwisata

1. Pengertian Pengembangan

Berasal dari kata “kembang”. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (1994, h.473) pengembangan berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan, pemerintah berusaha dalam pengembangan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki. Definisi lain menurut Chalik Hamid (1996, h.85) mengatakan bahwa pengembangan adalah perubahan atau peningkatan yang telah ada kepada tingkat yang lebih baik dan lebih sempurna sebagaimana yang telah direncanakan. Sedangkan menurut Yoeti (1997, h.273) pengembangan adalah usaha / cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Dari beberapa pengertian tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terkait dengan penelitian ini, pengembangan yang dimaksud diartikan sebagai peningkatan mutu terhadap fasilitas pendukung dalam kegiatan kepariwisataan.

2. Pengertian Pariwisata

Secara etomologis, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu

> Pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu "pari" dan "wisata". Pari yang berarti banyak, berkali – kali, berputar – putar lengkap. Dan wisata berarti perjalanan, bepergian. Atas dasar itu, maka pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali – kali dan berputar – putar dari suatu tempat ke tempat lainnya (Yoeti, 1996, h.112).

Definisi lain dari pariwisata menurut Wahab adalah

> Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standart hidup serta menstimulasi sektor – sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri – industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang secara industri (Wahab, 1975, h.9).

Pada dasarnya pariwisata selalu terkait dengan aspek kehidupan masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep pariwisata dari Dirjen Pariwisata (1995, h.3) yang dikaitkan dengan aspek kehidupan masyarakat, yaitu :

> Pariwisata merupakan seluruh kegiatan wisatawan dalam perjalanan dan persinggahannya, sementara dengan motivasi yang beraneka ragam yang menimbulkan permintaan akan barang dan jasa atau seluruh kegiatan yang dilakukan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat didaerah atau negara tujuan wisata, yang didalam proses secara keseluruhan menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan ekonomi, sosial, budaya, politik, pertahanan dan keamanan untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pembangunan bangsa dan negara.

Selain itu menurut Hunziker dan Krapf dalam kodhyat (1996, h.3) menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan – hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan peninggalan manusia diluar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap (ditempat yang disinggahinya) dan tidak berkaitan dengan pekerjaan yang menghasilkan upah.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang melibatkan orang – orang dalam melakukan perjalanan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan maksud untuk menikmati perjalanan dengan keinginan yang beraneka ragam yang menimbulkan permintaan akan barang dan jasa, sehingga dalam proses tersebut menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan ekonomi,

sosial, budaya, pertahanan dan keamanan nasional untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pembangunan.

3. Pengembangan Pariwisata

Menurut Musanef (1995, h.1) mendefinisikan pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dari usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa, dan fasilitas yang digunakan untuk melayani kebutuhan wisatawan (Musanef, 1995, h.1).

Definisi lain dikemukakan oleh Selo Sumardjan dalam Spillane (1987, h.133), bahwa :

> Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh, baik dari segi ekonomi, sosial dan kultural. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi fisik dan sosial dari suatu negara. Disamping itu, rencana kerja tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijaksanaan pemerintah untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan kepariwisataan.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan definisi dari pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang dilakukan secara terkoordinasi untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata.

4. Jenis – Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (2002, h.38), pengklasifikasian jenis – jenis pariwisata dikelompokkan menjadi :

a. Wisata budaya
   Jenis wisata ini dilakukan atas dasar keinginan dan bertujuan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan masyarakat, kebiasaaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan kesenian daerah.
b. Wisata kesehatan
   Wisata ini dimaksudkan untuk perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari – hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti : mata air panas yang mengandung mineral, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan.

c. Wisata Olahraga
Jenis wisata ini dilakukan dengan menempuh perjalanan yang bertujuan untuk berolahraga dan ikut ambil bagian secara aktif dalam pesta olahraga disuatu tempat atau negara lain seperti : Thomas Cup,Uber Cup, Asian Games, Olimpiade dan lain – lain.

d. Wisata Komersial
Jenis wisata ini termasuk perjalanan mengunjungi pameran – pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti : pameran dagang, pameran industri yang dimeriahkan dengan berbagai macam atraksi dan pertunjukan kesenian.

e. Wisata Industri
Wisata ini erat dengan wisata komersial. Jenis wisata ini meliputi perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang – orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik – pabrik atau benkel – bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

f. Wisata Politik
Wisata ini bertujuan untuk mengunjungi dan mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti : peringatan ulang tahun suatu negara, konferensi, musyawarah kongres atau konvensi politik.

g. Wisata Konvensi
Jenis wisata yang menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan – ruangan tempat bersidang bagi peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

h. Wisata Sosial
Maksud dari jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan untuk menambah pengalaman serta pengetahuan mereka serta dapat memperbaiki kesehatan jasmaniah dan mental mereka.

i. Wisata Pertanian
Jenis wisata ini adalah pengorganisasian perjalanan ke proyek – proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan sambil menikmati segarnya tanaman dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayor.

j. Wisata Maritim (marina) atau Bahari
Jenis wisata ini dikaitkan dengan olahraga air baik itu di danau, pantai dan laut seperti menyelam, memancing, berlayar, berselancar, mendayung dan melihat pemandangan bawah laut. Jenis wisata ini sering disebut juga wisata tirta.

k. Wisata Cagar Alam
Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh –tumbuhan yang jarang ditempat lain.

l. Wisata Buru
Jenis wisata ini banyak dilakukan di negeri – negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam

bentuk safari buru kedaerah atau hutan yang telah ditetapkan pemerintah negara yang bersangkutan.

m. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak dilakukan oleh perorangan atau kelompok dengan cara mengunjungi tempat – tempat suci, makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, kebukit atau gunung yang dianggap keramat dengan tujuan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman, dan untuk berkah serta kekayaan melimpah.

n. Wisata Bulan Madu

Berupa penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan – pasangan merpati, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas – fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan mereka. Jenis wisata ini biasanya dilakukan selama sebulan setelah pernikahan dilangsungkan, ketempat – tempat romantis bagi sepasang manusia muda yang sedang menikmati kehidupan berumah tangga.

o. Wisata Petualangan

Jenis wisata ini dikenal dengan *Adventure Tourism* seperti masuk hutan belantara yang belum pernah dijelajahi, penuh dengan binatang buas, mendaki tebing yang teramat terjal, terjun kedalam sungai yang sangat curam (Pendit, 2002, h.38).

Sebenarnya jenis – jenis pariwisata lain dapat ditambahkan, tergantung pada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan disuatu daerah atau negara tersebut yang memang mendambakan industri pariwisatanya maju dan berkembang. Pada hakikatnya industri pariwisata memiliki prospek yang luas terhadap kemajuan suatu daerah yang mana dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat.

Jenis – jenis pariwisata yang ada di Kota Malang sendiri antara lain :

1) Balai Kota dan Alun Alun Bunder

Yaitu bangunan kuno peninggalan zaman kolonial Belanda. Monumen tugu adalah eks taman JP Zoen Coen yang dikelilingi kolam dan ditumbuhi Lily air serta dikelilingi oleh pohon Trembesi raksasa yang berusia sangat tua.

2) Pasar Burung dan Pasar Bunga

Terletak di Jalan Brawijaya. Ditempat ini menjual berbagai macam burung dan bunga hidup di Malang dan Indonesia serta kios – kios buku bekas yang cocok bagi pemburu buku – buku kuno.

3) Taman Senaputra

Terletak dibelakang Rumah Sakit yang merupakan sarana hiburan anak – anak dan dewasa, dilengkapi dengan arena taman bermain dan kolam renang. Terletak sekitar 500 meter dari pusat kota.

4) Alun – Alun Kota

Merupakan taman yang indah yang dikelilingi oleh bangunan kuno seperti Masjid Jami' dan Gereja Katolik serta berbagai pusat perbelanjaan.

5) Taman Krida Budaya

Taman ini terletak di Jl. Soekarno Hatta yang merupakan tempat penyelenggaraan kegiatan Seni Budaya dan Pariwisata Jawa Timur dan Malang.

6) Sentra Industri Keramik

Berada di Jl. MT. Haryono dan MayJend Panjaitan dan merupakan pusat keramik khas Malang. Pengunjung juga dapat menyaksikan dan melihat proses pembuatan keramik langsung di pabriknya.

7) Taman Tlogomas

Merupakan tempat rekreasi yang dilengkapi kolam renang dan arena bermain yang berjarak sekitar 7 km dari pusat kota.

8) Ijen Boulevard dan Museum Brawijaya

Terletak di Jl. Ijen. Merupakan jalur hijau yang dihiasi bunga Bougenville dan pohon Palem dengan latar belakang perumahan bergaya kolonial Belanda. Sedangkan Museum Brawijaya merupakan Museum TNI yang menyimpan senjata tradisional dan modern yang pernah dipakai pada perang kemerdekaan.

9) Kerajinan Rotan

Terletak di daerah Arjosari dan merupakan tempat pembuatan dan penjualan kerajinan rotan di Malang. Jaraknya sekitar 5 km dari pusat kota.

10) Pasar Wisata Tugu

Pasar ini dapat dijumpai pada setiap hari Sabtu sore dan minggu pagi mulai pukul 5 pagi hingga 10.00 yang letaknya di Stadion Luar Gajayana. Bermacam – macam kerajinan dan souvenir dapat dijumpai disini bahkan

segala macam kebutuhan rumah tangga, jenis – jenis makanan tradisional dan produk unggulan dapat ditemukan disini.

11) Taman Rekreasi Rakyat

Taman ini juga disebut dengan Taman Rekreasi Kota (Tareko), terletak ditengah kota Malang yaitu di Jl. Simpang Majapahit, tepatnya dibelakang Gedung Balaikota Malang. Dibangun pada tahun 2002, Taman Rekreasi Kota Malang ini adalah untuk memenuhi keinginan masyarakat akan sarana rekreasi atau tempat bermain anak – anak ditengah kota yang memadai dan terjangkau. Fasilitas yang dimiliki antara lain sarana olahraga, sarana pendidikan, sarana perbelanjaan, sarana tempat bermain anak – anak (http://www.pemkot-malang.go.id/wisata.php).

Sedangkan Spillane mengelompokkan jenis – jenis pariwisata itu antara lain :

a) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
Jenis wisata ini dilakukan oleh orang – orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, menikmati keindahan alam, mendapatkan ketenangan dan kedamaian diluar kota.
b) Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)
Dilakukan oleh orang – orang yang menghendaki hari liburnya untuk istirahat, memulihkan kesegaran. Biasanya mereka tinggal selama mungkin ditempat yang mereka anggap benar – benar menjamin tujuan rekreasi, misalnya ke pantai maupun pegunungan.
c) Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)
Ditandai dengan rangkaian motivasi,sperti keinginan untuk belajar di pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan dan cara hidup, peninggalan masa lampau, kesenian dan tarian rakyat.
d) Pariwisata untuk olahraga (*Sport Tourism*)
Jenis pariwisata ini terbagi menjadi dua, yaitu :
   - *Big Sport Event* : peristiwa olahraga besar yang menarik banyak minat.
   - *Sporting Tourisment of Practitioner* : pariwisata bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.
e) Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)
Berupa penyediaan tempat pertemuan dan konvensi dengan fasilitas penunjang mutakhir yang diperlukan untuk efisiensi operasi konvensi. Jenis wisata ini mulai dikembangkan di Indonesia.
f) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)
Jenis wisata ini dilakukan untuk transaksi ataupun pertemuan para pengusaha untuk keperluan bisnis (Spillane, 1994, h.145).

Kekayaan dan keindahan alam yang dimiliki berbagai daerah di Indonesia sangat menarik minat dan memiliki motivasi tersendiri bagi calon wisatawan local maupun mancanegara untuk mengadakan perjalanan wisata ke daerah - daerah tujuan wisata. Untuk itu perlu dikelola dan dikembangkan dengan baik sehingga akan memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata dan juga akan meningkatkan perekonomian masyarakat yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

5. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Fandeli (1995, h.57) menyatakan bahwa obyek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Sementara itu pendapat lain menyatakan obyek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu yang diistilahkan dengan tourism resources (Yoeti, 1985, h.158).

Dalam UU kepariwisataan RI nomor 9 tahun 1990 sebagaimana dikutip oleh Musanef menyebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisatawan (Musanef, 1995, h.74).

Selanjutnya dalam pasal 4 ayat 1 UU kepariwisataan Nomor 9 tahun 1990 menyebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri dari

a. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum peninggalan sejarah purbakala, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan , taman rekreasi dan taman hiburan.

Dalam menentukan sistem pengelolaan untuk setiap jenis obyek dan daya tarik wisata menurut Musanef dilakukan pendekatan dengan dasar pemikiran :

a. Pengembangan suatu obyek dan daya tarik wisata berdasarkan urutan prioritas yang dimiliki sehinggapotensi obyek dan daya tarik wisata yang tinggi mempunyai prioritas untuk dikembangkan lebih lanjut.
b. Dalam aspek ekonomi, potensi obyek dan daya tarik wisata merupakan faktor penentu (Musanef, 1995, h.80).

Upaya pengembangan obyek dan daya tarik wisata ini sebenarnya tidak akan dapat berjalan jika upaya tersebut hanya dilakukan semata – mata oleh pemerintah saja. Oleh karena itu, sangat perlu dukungan serta kerja sama antara masyarakat dan swasta dibidang jasa kepariwisataan dan perlu memiliki oganisasi pengelolaan yang didukung oleh sumber daya manusia sesuai dengan kegiatan kebutuhan operasional.

6. Sarana dan Prasarana Kepariwisataan

Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan potensi pariwisata, maka pemerintah daerah dituntut untuk melakukan berbagai upaya pengembangan sarana dan prasarana kepariwisataan antara lain :

a. Sarana Kepariwisataan

Menurut Wahab dalam Yoeti (1996, h.194) sarana kepariwisataan dapat diartikan semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan tetapi tetap hidup dan kehidupan tidak selamanya tergantung kepada wisatawan.

Sarana kepariwisataan terbagi menjadi 3 (tiga) dimana semuanya saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan, antara lain :

1) Sarana Pokok Kepariwisataan

   Yaitu perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat bergantung kepada lalu lintas wisatawan yang melakukan wisata, yang fungsinya mempersiapkan dan merencanakan wisata. Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah : hotel, losmen, wisma, restoran, dan lain – lain.

2) Sarana Pelengkap Kepariwisataan

   Yaitu fasilitas – fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok, sehingga fungsinya membuat wisatawan lebih lama tinggal didaerah tujuan wisata. Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah fasilitas – fasilitas untuk berolahraga dan untuk beribadah.

3) Sarana Penunjang Kepariwisataan

   Yaitu fasilitas yang diperlukan untuk menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap yang fungsinya agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ditempat tujuan wisata yang dikunjungi. Yang termasuk kedalam

kelompok ini adalah keberadaan pasar seni yang menjual berbagai hasil kerajinan dari masyarakat setempat.

b. Prasarana Kepariwisataan

Menurut Yoeti yang dikutip Nurlaita (2002, h.21), bahwa prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut yang beraneka ragam.

Lothar A. Kreck dalam Yoeti (1996, h.186) membagi prasarana kepariwisataan menjadi dua kelompok yaitu :

1) Prasarana perekonomian yang terdiri dari
   a) Pengangkutan (transportasi), yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia tinggal, ketempat atau negara yang merupakan daerah tujuan wisata mereka.
   b) Prasarana komunikasi, yang bermanfaat agar mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan jarak jauh. Dengan tersedianya prasarana komunikasi, wisatawan dapat berkomunikasi dengan keluarganya dinegara asalnya. Yang termasuk kedalam prasarana ini adalah telepon, telegram, radio, televisi, dll.
   c) Perbankan, pelayanan bank yang lancar dan baik, berarti wisatawan mendapat jaminan untuk memudahkan mengirim dan menerima uangnya.
   d) Kelompok prasarana yang tergolong utilitas yaitu kelompok prasarana yang sifatnya mendasar. Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah penerangan (listrik), dan persediaan air minum.

2) Prasarana Sosial

   Adalah semua faktor – faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam prasarana ini adalah :

a) Pelayanan Kesehatan

Adanya jaminan bahwa didaerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin diderita oleh wisatawan, misalnya tersedianya rumah sakit umum dan rumah sakit pembantu.

b) Petugas yang langsung melayani wisatawan. Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah polisi, pramuwisata, dll.

c) Faktor keamanan dan kenyamanan yang memberi rasa aman dan nyaman bagi wisatawan selama tinggal didaerah wisata.

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya sarana pelengkap, sarana penunjang dan sarana perekonomian serta sosial, akan mendukung sarana dan prasarana pokok kepariwisataan karena sarana dan prasarana kepariwisataan saling memiliki keterkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya.

C. Paradigma Baru Pembangunan Kepariwisataan

Pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi disuatu negara. Namun pada prinsipnya, pariwisata memiliki spektrum fundamental pembangunan yang lebih luas bagi suatu negara. Pembangunan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk :

1. Persatuan dan Kesatuan Bangsa

   Pariwisata mampu memberikan perasaan bangga dan cinta terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh penduduknya kesegala penjuru negeri. Sehingga dengan banyaknya warganegara yang melakukan kunjungan wisata diwilayah – wilayah selain tempat tinggalnya akan menimbulkan rasa persaudaraan dan pengertian terhadap system dan filosofi kehidupan masyarakat yang dikunjungi sehingga akan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan nasional.

2. Penghapusan Kemiskinan (*Poverty Alleviation*)

   Pembangunan pariwisata seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia untuk berusaha dan bekerja. Kunjungan

wisatawan kesuatu daerah seharusnya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian pariwisata memberikan andil besar dalam penghapusan kemiskinan di berbagai daerah yang miskin potensi ekonomi lain selain ekonomi potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

3. Pembangunan Berkesinambungan (*Sustainable Development*)

   Dengan sifat kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramahtamahan pelayanan, sedikit sekali sumber daya yang habis digunakan untuk menyokong kegiatan ini. Bahkan berdasarkan berbagai contoh pengelolaan kepariwisataan yang baik, kondisi lingkungan alam dan masyarakat disuatu destinasi wisata mengalami peningkatan yang berarti sebagai akibat dari pengembangan kepariwisataan didaerahnya.

4. Pelestarian Budaya (*Culture Preservation*)

   Pembangunan kepariwisataan seharusnya mampu memberikan kontribusi nyata dalam upaya – upaya pelestarian budaya suatu negara atau daerah yang meliputi perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan budaya negara atau daerah.

5. Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia

   Pariwisata pada masa kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok masyarakat tertentu, kegiatan melakukan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan hak azasi manusia khususnya melalui pemberian waktu libur yang lebih panjang dan skema *paid holidays.*

6. Peningkatan Ekonomi Industri

   Pengelolaan kepariwisataan yang baik dan berkelanjutan seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi di suatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan produk local dalam proses pelayanan dibidang pariwisata akan juga memberikan kesempatan kepada industri local untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa. Syarat utama dari hal tersebut adalah kemampuan usaha pariwisata setempat

dalam memberikan pelayanan berkelas dunia dengan menggunakan bahan dan produk lokal yang berkualitas.

7. Pengembangan Teknologi

   Dengan semakin kompleks dan tingginya tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan kesuatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi khususnya teknologi industri akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini mereka. Pada daerah – daerah tersebut akan terjadi pengembangan teknologi maju dan tepat guna yang akan mampu memberikan dukungan bagi kegiatan ekonomi lainnya (Nirwandar, 2006, h.1)

Dengan demikian pembangunan kepariwisataan akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintahan diberbagai daerah yang lebih luas dan bersifat fundamental. Kepariwisataan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

D. Keuangan Daerah

Instrumen penting dalam perimbangan antara pusat dan daerah dilakukan melalui desentralisasi fiskal dengan pengertian bahwa untuk mendukung penyelenggaraan otonomi daerah yang luas , nyata dan bertanggung jawab kepada daerah. Untuk itu daerah diberikan kewenangan untuk mendayagunakan sumber keuangan sendiri dan didukung dengan perimbangan keuangan antara pusat dan daerah. Dengan kata lain, dalam melaksanakan tugas, kewajiban dan kewenangannya dalam mendukung pelaksanaan desentralisasi daerah membutuhkan sumber dana (uang) yang cukup untuk memberikan pelayanan dan mengadakan pembangunan. Jadi faktor finansial menjadi sangat penting bagi daerah sebagai salah satu dasar kriteria untuk mengetahui secara nyata kemampuan daerah dalam mengatur dan mengurus daerahnya sendiri.

Daerah diberikan hak untuk mendapatkan sumber keuangan yang antara lain berupa kepastian tersedianya pendanaan dari pemerintah sesuai dengan urusan pemerintah yang diserahkan, kewenangan dalam memungut dan mendayagunakan

pajak dan retribusi daerah dan hak untuk mendapatkan bagi hasil dari sumber – sumber daya nasional yang berada didaerah dan dana perimbangan lainnya, hak untuk mengelola kekayaan daerah dan mendapatkan sumber – sumber pendapatn lain yang sah serta sumber – sumber pembiayaan.

Adapun pengertian dari keuangan daerah menurut Supriatna (1996, h.174) :

> "Keuangan daerah adalah kemampuan pemerintah daerah untuk mengelola mulai dari merencanakan, melaksanakan, mengawasi, mengendalikan dan mengevaluasi berbagai sumber keuangan sendiri sesuai dengan kewenangannya dalam rangka pelaksanaan asas desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan didaerah yang diwujudkan dalam bentuk APBD".

Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan daerah dinyatakan bahwa keuangan daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut.

1. Sumber – Sumber Keuangan Daerah

Dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah, disini daerah harus memiliki sumber keuangan yang memadai untuk membiayai pelaksanaan tugas, fungsi dan kewenangannya. Sumber – sumber tersebut menurut UU. No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah pasal 157 adalah

a. Pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya disebut PAD, yaitu
   1) Hasil Pajak Daerah
   2) Hasil Retribusi Daerah
   3) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan meliputi bagian laba dari BUMD, dan kerjasama dengan pihak ketiga.
   4) Lain – lain PAD yang sah yang meliputi hibah (barang, uang dan jasa), dana darurat dan lain – lain pendapatan yang ditetapkan oleh pemerintah.
b. Dana Perimbangan yaitu dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Yang termasuk kedalam dana

perimbangan adalah dana bagi hasil, dana alokasi umum dan dana alokasi khusus.

c. Lain – lain pendapatan daerah yang sah yaitu hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing dan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan jasa oleh daerah.

2. Ruang Lingkup Keuangan Daerah

Yang menjadi ruang lingkup dalam keuangan daerah adalah

a. Hak daerah untuk memungut pajak daerah dan retribusi daerah serta melakukan pinjaman.
b. Kewajiban daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah dan membayar tagihan pihak ketiga.
c. Penerimaan daerah, yaitu uang yang masuk ke kas daerah.
d. Pengeluaran daerah, yaitu uang yang keluar dari kas daerah.
e. Kekayaan daerah yang dikelola sendiri atau oleh pihak lain berupa uang, surat berharga, piutang, barang, serta hak – hak lain yang dapat dinilai dengan uang termasuk kekayaan yang dipisahkan pada perusahaan daerah.
f. Kekayaan pihak lain yang dikuasai oleh pemerintah daerah dalam rangka penyelenggaraan tugas pemerintahan daerah dan/atau kepentingan umum.

3. Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber – sumber alam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan perundang – undangan yang berlaku (Yani, 2002, h.39). Selanjutnya menurut Muluk (2003, h.6) mengatakan bahwa PAD merupakan pendapatan yang ditentukan dan dikumpulkan secara lokal.

Sedangkan menurut Poedjono (2000, h.65) mendefinisikan bahwa PAD sebagai sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah itu sendiri, yang

terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dari PAD lain yang sah.

Sebagai indikator dalam mengetahui kemampuan daerah atas keuangan yang dimilikinya untuk pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan maupun pembangunan di daerah. Dengan demikian, pendapatan asli daerah (PAD) akan menjadi perhatian pemerintah daerah terhadap kebijakan – kebijakan yang timbul.

Prioritas atas kebijakan keuangan daerah khususnya pada PAD dapat dilihat dari pernyataan Kristiadi tentang kebijakan yang mendukung keuangan daerah :

1. PAD seyogyannya lebih dititikberatkan kepada ekstensifikasi dan intensifikasi karena berkaitan dengan pelayanan public yang dilakukan oleh Pemda yang akan diarahkan pada kemampuan pelayanan yang lebih memuaskan publik atau masyarakat.
2. Dan dari sektor pajak seharusnya dapat dilakukan dengan memberikan perhatian pada obyek – obyek yang potensial dengan memberikan hasil banyak dan penghapusan atas obyek pajak yang hanya memberi beban banyak dalam pemungutannya (Kristiadi, 1991, h.47).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa PAD adalah sumber keuangan yang berasal dari daerah setempat yang dipungut berdasarkan peraturan daerah, digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan di daerah sehubungan dengan pelaksanaan otonomi daerah.

Menurut Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 bahwa pendapatan daerah terdiri dari : Pendapatan asli daerah, Dana Perimbangan dan lain – lain pendapatan yang sah. Sedangkan pendapatan asli daerah merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain lain PAD yang sah.

Dengan demikian pendapatan asli daerah merupakan tulang punggung pembiayaan daerah, oleh karenanya kemampuan melaksanakan ekonomi di ukur dari besarnya kontribusi yang diberikan oleh pendapatan asli daerah terhadap total APBD, dimana semakin besar kontribusi yang dapat diberikan oleh pendapatan asli daerah terhadap APBD berarti semakin kecil ketergantungan pemerintah

daerah terhadap bantuan dari pemerintah pusat sehingga otonomi daerah dapat terwujud.

Sumber – sumber Pendapatan Asli Daerah yang berhubungan dengan sektor pariwisata adalah sumber yang berasal dari :

1. Pajak Daerah

Menurut UU RI No. 18 Tahun 1997 yang diperbaharui dengan Undang – Undang Nomor 34 Tahun 2001, yang dimaksud pajak daerah adalah :

> Pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang – undangan yang berlaku, yang digunakan untuk pembiayaan penyelenggaraan Pemerintahan Daerah dan pembangunan daerah.

Selain itu menurut Davey, mengemukakan pendapatnya tentang pajak daerah yaitu :

1. Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah sendiri.
2. Pajak yang dipungut berdasarkan peraturan nasional tapi pendapatan tarifnya dilakukan oleh Pemda.
3. Pajak yang dipungut atau ditetapkan oleh Pemda.
4. Pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh pemerintah pusat tetapi pungutannya kepada, dibagihasilkan dengan atau dibebani pungutan tambahan (opsen) oleh Pemda.

2. Retribusi Daerah

Retribusi daerah sebagaimana halnya pajak daerah merupakan salah satu sumber penerimaan daerah yang diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Retribusi daerah didefinisikan sebagai pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa/pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi/badan. (Prakosa, 2003, h.88).

Disebutkan pula bahwa retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan (Suparmoko, 2002, h.85). Selanjutnya Menurut Halim berpendapat bahwa retribusi daerah adalah

> Pungutan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai akibat adanya kontrapretasi yang diberikan oleh pemerintah daerah atau pembayaran tersebut didasarkan atas prestasi atau pelayanan yang diberikan oleh pemerintah daerah yang langsung dinikmati secara perorangan oleh warna masyarakat dan pelaksanaannya didasarkan atas peraturan yang berlaku (Halim, 2004, h.115).

E. Pemerintahan Daerah

Dengan dikeluarkannya UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintaha daerah, merupakan langkah penting dan relevan mengingat pemerintahan daerah menempati posisi yang strategis dalam penyelenggaraan negara di Indonesia. Arti penting pemerintah daerah ini dapat dilihat dari alasan – alasan adanya pemerintah daerah.

Ada beberapa pengertian tentang pemerintahan daerah sebagaimana yangdikemukakan oleh Darumurti (2003 : 2) adalah "pemerintahan daerah merupakan konsekuensi logis dari adanya perbedaan etnis, linguistik, agama dan institusi sosial berbagai kelompok masyarakat lokal disuatu negara.

Sementara itu Josef Riwu Kaho mendefinisikan pemerintahan daerah adalah :

> "Bagian dari pemerintah suatu negara atau bangsa yang berdaulat yang dibentuk secara politis berdasarkan UU yang memiliki lembaga atau badan yang menjalankan pemerintahan yang dipilih masyrakat daerah tersebut, dan dilengkapi dengan kewenangan untuk membuat peraturan, memungut pajak serta memberikan pelayanan kepada warga yang ada didalam wilayah kekuasaannya".

Menurut UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah, memberikan pengertian tentang pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintah an oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas – luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sedangkan definisi dari pemerintah daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggaran pemerintah daerah. Otonomi daerah disini adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurusi sendiri urusan pemerintahan dan kepantingan masyarakat setempat seuai dengan peraturan perundang – undangan.

Pemberian otonomi luas kepada daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat. Disamping itu melalui otonomi luas, daerah diharapkan mampu meningkatkan daya saing dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan serta potensi dan keanekaragaman daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Untuk itu dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan otonomi daerah, pemerintah daerah perlu memperhatikan hubungan antar susunan pemerintahan dan antar pemerintahan daerah, potensi dan keanekeragaman daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Aspek hubungan keuangan, pelayanan umum, pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya lainnya dilaksanakan secara adil dan selaras. Disamping itu perlu diperhatikan juga peluang dan tantangan dalam persaingan global dengan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pemerintah dan pemerintahan memiliki arti yang berbeda. Pemerintah berarti "organ atau perlengkapan". Pemerintah dalam arti luas berarti semua organ, badan, atau lembaga, alat perlengkapan negara yang menjalankan berbagai kegiatan untuk mencapai berbagai tujuan negara yang terdiri dari lembaga legislatif, eksekutif dan yudikatif. Sedangkan pemerintahan menunjuk kepada "bidang – bidang tugas atau fungsi". Pemerintahan dalam arti luas adalah segala kegiatan yang terorganisir yang bersumber pada kedaulatan dan kemerdekaan, berlandaskan pada dasar negara, rakyat dan wilayah negara itu demi tercapainya tujuan negara.

1. Prinsip – Prinsip Pemerintahan Daerah

Menurut UU No. 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, otonomi daerah bukan semata – mata merupakan hak dari masyarakat dan pemerintah daerah untuk meminta kepada pemerintah pusat mengatur daerah secara sewenang – wenang. Akan tetapi otonomi daerah merupakan kewajiban pemerintah daerah dan rakyatnya untuk menyukseskan pembangunan daerah dan nasional. Maka

hakekat dari otonomi daerah itu lebih merupakan kewajiban daripada hak, yakni kewajiban daerah untuk ikut memperlancar pembangunan sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang harus diterima dan dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Ada lima prinsip didalam menyelenggarakan pemerintahan daerah yaitu

a. Prinsip Kesatuan yaitu pelaksanaan pemberian otonomi daerah harus menunjang aspirasi perjuangan rakyat memperkokoh Negara Kesatuan dan mempertinggi tingkat kesejahteraan masyarakat lokal.
b. Prinsip Riil dan Tanggung Jawab yaitu pemberian otonomi kepada daerah harus merupakan otonomi yang nyata dan bertanggung jawab bagi kepentingan seluruh warga daerah. Pemerintah daerah berperan mengatur proses dinamika pemerintahan dan pembangunan di daerah.
c. Prinsip Pemencaran yaitu asas desentralisasi perlu dilaksanakan dengan asas dekonsentrasi yaitu dengan memberikan kemungkinan kepada masyarakat untuk kreatif membangun daerahnya.
d. Prinsip Keserasian yaitu pemberian otonomi kepada daerah dengan mengutamakan aspek keserasian dan tujuan disamping aspek pendemokrasian.
e. Prinsip Pemberdayaan yaitu tujuan pemberian otonomi kepada daerah adalah untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan di daerah, terutama dalam aspek pelaksanaan pembangunan dan pelayanan terhadap masyarakat serta untuk meningkatkan pembinaan kestabilan politik dan kesatuan bangsa.

2. Fungsi Pemerintah Daerah

Berdasarkan dari definisi diatas, maka ada tiga fungsi Pemerintah yang dilaksanakan baik pemerintah pusat maupun daerah, yaitu

a. Fungsi Pelayanan (*Servicing Function*)

Disini fungsi pemerintah adalah untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat secara non diskriminatif dengan kualitas yang sama. Semua orang memiliki hak yang sama, yaitu hak hidup untuk dilayani, dihormati, diakui, dan diberi kesempatan.

b. Fungsi Pengaturan (*Regulating Function*)

Pengaturan disini memberikan penekanan bahwa pengaturan itu tidak hanya kepada rakyat tetapi juga kepada pemerintah itu sendiri.Artinya dalam membuat kebijakan, pemerintah harus lebih dinamis yang mengatur kehidupan masyarakat dan sekaligus meminimalkan intervensi negara dalam kehidupan masyarakat. Jadi fungsi pemerintah adalah mengatur dan memberikan perlindungan kepada masyarakat dalam menjalankan kehidupannya sebagai warga negara.

c. Fungsi Pemberdayaan (Empowering)

Pemerintah memberikan pelayanan dan regulasi membuat masyarakat berdaya. Artinya masyarakat tahu, menyadari diri dan mampu memilih alternatif yang terbaik untuk mengatasi atau menyelesaikan persoalan yang dihadapinya.Sebaliknya, pemerintah hanya ada sebagai fasilitator dan motivator untuk membantu masyarakat menemukan jalan keluar dalam menghadapi setiap persoalan hidup.

3. Kebijakan Pemerintah Daerah Bagi Pengembangan Pariwisata.

Menurut Carl Friedrich dalam (Agustini, 2006), kebijakan didefinisikan sebagai :

> Kebijakan adalah serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan – hambatan dan kemungkinan – kemungkinan dimana kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud.

Alisjahbana mengemukakan bahwa kebijakan pemerintah daerah bagi pengembangan pariwisata antara lain :

1. Menganalisis potensi pariwisata daerah, serta mengkaji faktor – faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata daerah. Daerah harus dapat mengidentifikasi kombinasi atraksi budaya yang menjadi kekuatan daerah dan yang akan dijadikan prioritas pengembangan pariwisata daerah.
2. Kebijakan pengembangan kombinasi atraksi budaya daerah diselaraskan dengan pembangunan regional secara keseluruhan serta perencanaan tata ruang provinsi.

3. Pengembangan infrastruktur daerah yang menunjang pengembangan sektor pariwisata bekerja sama dengan pihak swasta. Infrastruktur daerah : fasilitas perhubungan (termasuk stasiun kereta api, bandara), sarana pendidikan bagi tenaga kerja industri pariwisata, infrastruktur dasar bagi pengembangan atraksi wisata potensial yang berlokasi didaerah terpencil.
4. Promosi budaya dan wisata (yang menjadi tanggung jawab pemerintah provinsi) bekerja sama dengan pihak swasta dan aosiaso – asosiasi pariwisata. Jika daerah mengalami keterbatasan dana, kegiatan promosi budaya dan wisata dapat memanfaatkan promosi melalui pasar wisata.
5. Kebijakan pelestarian dan pemeliharaan sumber daya alam yang sangat penting bagi pengembangan pariwisata daerah, seperti : pantai, sungai, hutan dengan melibatkan pihak swasta dan masyarakat.
6. Kebijakan pengembangan peluang bisnis dan investasi asing pariwisata yang dapat dilakukan langsung oleh pemerintah daerah dengan adanya otonomi daerah, termasuk kebijakan – kebijakan yang bersifat teknis seperti : pemberian ijin investasi di daerah.
7. Kebijakan pengembangan usaha kecil menengah pariwisata : mendorong kemitraan dengan usaha besar dalam negeri dan pihak asing, mengadakan/memfasilitasi pengadaan fasilitas – fasilitas terpadu (pelatihan, penyediaan fasilitas keuangan, pemasaran, teknis, pengembangan sumber daya manusia).
8. Kebijakan untuk mengakses sumber dana bagi calon investor, terutama calon investor menengah dan kecil dengan penekanan pada kelayakan usahanya. Memberikan informasi/penjelasan tentang berbagai system kredit yang tersedia dan lembaga pendamping untuk dapat mengakses sumber dana tersebut.
9. Kebijakan pengembangan sumber daya manusia, khususnya perhatian diberikan pada pengembangan sumber daya manusia di sektor – sektor/keahlian yang dibutuhkan sesuai dengan prioritas dan kekuatan daerah. Termasuk kedalam prioritas pengembangan sumber daya manusia adalah pengembangan wirausaha dalam bentuk pendidikan/pelatihan keterampilan formal maupun informal.

10. Kebijakan mendorong pariwisata mancanegara dan mendorong kerjasama antar kota, sister cities (Alisjahbana, 2000, h.8).

Seluruh kondisi tersebut diatas, memerlukan pendekatan yang ditujukan untuk meningkatkan keunggulan daya saing (*competitive advantages*) dalam pengembangan sektor pariwisata. Michael E. Porter (2004, h.24) menyebutkan bahwa competitive advantages membutuhkan faktor – faktor pembangun seperti :

1. *Cost Advantages*

   Keunggulan atas biaya yang dikeluarkan dalam penyediaan produk dan pelayanan wisata merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi pariwisata. Didalamnya bergabung berbagai faktor yang mampu mengembangkan kinerja destinasi seperti perencanaan (desain), pengembangan produk wisata, pemasaran, pelayanan, serta harga. Dalam konteks pemerintahan,keunggulan biaya dapat pula dibantu dengan harmonisasi regulasi antara pemerintah pusat dan daerah yang terkait dengan insentif keuangan, penetapan tarif serta skema perpajakan atau retribusi.

2. *Differentiation*

   Membedakan destinasi dan produk pariwisata merupakan fokus dalam mengembangkan keunggulan komparatif kepariwisataan. Suatu destinasi pariwisata harus mampu menjadi berbeda dengan pesaingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi dan amenitas yang unik dan berharga bagi wisatawan yang dating. Diferensiasi tidak hanya dilakukan dengan hanya menawarkan harga produk dan pelayanan yang lebih rendah.

3. *Business Linkages*

   Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integrative dalam membangun keunggulan kompetitif kepariwisataan. Hubungan yang dibangun bersifat vertikal dan horizontal serta saling terintegrasi satu sama lainnya.

4. *Service*

   Pelayanan yang konsisten semenjak wisatawan tiba di pintu masuk (*entry point*), pada saat berada di destinasi pariwisata sampai dengan kepulangannya. Seluruh pihak yang terkait seperti administrator bandara dan pelabuhan,

petugas imigrasi, bea cukai dan karantina, supir taksi dan lainnya, seyogyannya mampu memberikan pelayanan yang prima dan baku sehingga meninggalkan kesan yang dalam bagi wisatawan.

5. *Infrastructures*

   Kondisi prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangun keunggulan kompetitif suatu destinasi pariwisata.

6. *Technology*

   Penggunaan teknologi yang tepat dan mudah digunakan akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada wisatawan yang dating selain mamp juga mendukung proses pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan dan pemasaran destinasi pariwisata.

7. *Human Resources*

   Kompetensi sumber daya manusia pelayanan dan pembinaan kepariwisataan menjadi kunci penting pelaksanaan berbagai faktor pembentuk keunggulan konpetitif tersebut diatas.

Berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif tersebut menggambarkan kompleksitas pengembangan kepariwisataan yang bersifat multisektor dan multidisipliner baik ditingkat pusat, provinsi maupun local. Namun demikian, untuk melaksanakannya secara berhasil, diperlukan 3 elemen penting yaitu : a) Visi; b) Kepemimpinan (*Leadership*); c) Komitmen. Ketiga elemen ini harus pula ditunjukkan secara nyata dalam proses pengembangan, pengelolaan dan pemasaran kepariwisataan.

4. Fungsi dan Peranan Pemerintah Daerah dalam Sektor Pariwisata

Dengan dilaksanakannya otonomi daerah yang dititikberatkan pada daerah kabupaten dan kota yang dilaksanakan atas dasar azas desentralisasi, maka setiap pemerintah daerah mempunyai peran yang sangat penting dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya baik dibidang pemerintahan, pembangunan maupun pembinaan masyarakat.

Salah satu bidang tugas pemerintah tersebut diantaranya adalah pembangunan sektor pariwisata. Sehubungan dengan hal itu, maka pemerintah daerah dalam rangka pembangunan sektor pariwisata juga mempunyai peran dan fungsi penting dalam memanfaatkan seoptimal mungkin potensi daerah yang ada didaerahnya. Maka fungsi pemerintah daerah khususnya sektor pariwisata adalah sebagai pelaksana sekaligus penanggung jawab terhadap pembangunan pariwisata tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Pendit (1994, h.56) yang menyatakan bahwa fungsi pokok pemerintah daerah dalam sektor pariwisata adalah :

1. Sebagai pelaksana dan penanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan kepariwisataan dan pembangunan kepariwisataan di daerah serta hal –hal lain yang berkaitan dengan urusan kepariwisataan.
2. Sebagai pelaksana dan penanggung jawab penuh dari upaya pengembangan struktur pariwisata yang ditugaskan kepadanya oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah dan tingkat atasnya menurut azas tugas perbantuan.

Dengan demikian peran atau dinamisasi daripada pemerintah daerah dalam kepariwisataan adalah sebagai unsur pembaharu serta pendorong pembangunan dan pengembangan kepariwisataan dalam menunjang peningkatan sumber – sumber pendapatan bagi daerah maupun bagi devisa negara.

Oleh karena itu pemerintah daerah agar dapat melaksanakan fungsi dan peranannnya secara optimal sebagaimana yang diharapkan. Maka perlu adanya dukungan atau kerjasama dengan badan suatu organisasi lainnya yang berkaitan langsung dengan pengembangan sektor pariwisata tersebut seperti Dinas Pariwisata. Dimana Tugas pokok dari Dinas Pariwisata Daerah (Disparda) adalah

1. Mengadakan penelitian, *research*, merumuskan dan mengusulkan kebijakan kepariwisataan pada tingkat kepala daerah, sehingga tercapai suatu usaha yang terkoordinir dan terarah menuju pengembangan kepariwisataan didaerah yang bersangkutan secara menyeluruh.
2. Menggerakan dan mendayagunakan seluruh potensi didaerah yang dapat diarahkan menuju pengembangan kepariwisataan didaerah yang bersangkutan.

3. Memberikan saran – saran kebijaksanaan pengembangan kepariwisataan di daerah kepada Gubernur daerahnya.
4. Mengkoordinasikan pelaksanaan usaha – usaha pengembangan kepariwisataan yang diselenggarakan bersama oleh pemerintah dan masyarakat didaerah yang bersangkutan.
5. Ikut serta dalam kerja sama antar daerah dan mewakili daerahnya pada tingkat pusat (Pendit , 1994, h.64)

Dengan demikian peranan pemerintah daerah dalam pengembangan sektor kepariwisataan adalah bagaimana pemerintah daerah sanggup menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, melakukan koordinasi antar aparatur pemerintah dengan pihak – pihak yang terkait lainnya, pengaturan promosi umum keluar negeri atau ke daerah lain serta melakukan pembinaan kepada masyarakat. Hal ini tidak lain dimaksudkan agar dalam pengembangan sektor pariwisata tersebut mencapai tujuan sebagaimana yang ditargetkan oleh pemerintah daerah yang bersangkutan.

Oleh karena itu, peran dan fungsi pemerintah daerah, khususnya dalam hal pengembangan sektor pariwisata ini sangat vital dan perlu mendapat dukungan dari seluruh pihak agar tujuan tersebut selain dapat terwujud. Dampak sebagai akibat pengembangan sektor pariwisata pada akhirnya akan membawa angin segar bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB III
METODE PENELITIAN

Metode penelitian diperlukan dalam upaya memperoleh hasil pembahasan suatu masalah agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah yang diwujudkan dengan adanya urutan – urutan kegiatan dalam suatu proses penelitian dan menggunakan metode/teknik untuk menemukan serta menjelaskan data – data yang sesuai dengan permasalahan yang hendak diteliti.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah memperoleh gambaran yang representatif mengenai strategi pengembangan Dinas Pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Menurut Nazir (2003, h.54) mendefinisikan bahwa :

> Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia,suatu obyek, suatu set kondisi , suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Melalui deskripsi obyek penelitian, penelitian dapat mencari serta menunjukkan masalah serta pemecahannya.

Sedangkan pengertian penelitian kualitatif menurut Moleong adalah

> Penelitian kualitatif adalah penelitian penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya : perilaku, persepsi, motivasi, tindakan – tindakan dan lain – lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian ini hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variable, gejala/keadaan dan tidak bermaksud untuk menguji hipotesis (Moleong, 2006, h.6).

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya mengumpulkan, mendeskripsikan dan menganalisis permasalahan dan mengetahui sejauh mana pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Malang dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

B. Fokus Penelitian

Pada dasarnya penelitian kualitatif tidak dimulai dari sesuatu yang kosong, tetapi dilakukan berdasarkan persepsi seseorang terhadap adanya masalah. Masalah dalam penelitian kualitatif bertumpu pada suatu fokus. Menurut Moleong (2006, h.94) ada dua maksud yang ingin dicapai peneliti dalam merumuskan masalah dengan menetapkan fokus penelitian, antara lain 1) penetapan focus dapat membatasi studi, maka dalam hal ini, fokus akan membatasi bidang inkuiri; 2) penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi – eksklusi atau kriteria masuk keluar (*inclusion – exclusion criteria*) suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan. Jadi, dengan penetapan fokus yang jelas dan mantap, peneliti dapat membuat keputusan yang tepat tentang data mana yang dikumpulkan dan mana yang tidak dibutuhkan.

Berdasarkan perumusan masalah, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah :

1. Pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Malang khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang di sektor pariwisata.
   a. Sosialisasi Kepariwisataan
   b. Pengembangan Sarana dan Prasarana
2. Kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang.
3. Faktor pendukung dan penghambat upaya pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Penentuan lokasi dan situs penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat menentukan terhadap proses pengambilan data. Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti menangkap kejadian sebenarnya dari obyek penelitian. Penentuan lokasi ini ditentukan dengan pertimbangan bahwa Kota Malang yang merupakan kota kedua terbesar di Jawa Timur yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar tetapi belum memberikan hasil yang maksimal terhadap pendapatan asli daerah Kota Malang khususnya sektor pariwisata.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sedangkan situs penelitian adalah waktu dan tempat peneliti menangkap keadaan sebenarnya dari obyek yang diteliti. Adapun yang menjadi situs penelitian ini adalah :

1. Kantor Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang
2. Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah tempat orang / benda dimana peneliti dapat mengamati, bertanya / membaca tentang hal – hal yang berkenaan dengan *variable* yang diteliti. Secara garis besar, sumber data yang dimaksud dibedakan atas orang, tempat, kertas atau dokumen (Moleong, 1994, h.130).

Ada dua sumber data yang diharapkan mampu menyediakan informasi yang diperlukan antara lain :

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data utama tanpa adanya perantara. Data ini diperoleh melalui wawancara kepada nara sumber yang langsung berhubungan dengan penelitian dan mampu memberikan informasi yang akurat.

   Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer adalah Kepala Dinas Pariwisata, Staf dinas pariwisata, Kepala Tata Usaha Dinas Pendapatan Daerah dan staf di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang.
2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah data yang dapat mendukung data primer yang berupa dokumen serta laporan – laporan resmi yang ada di instansi terkait dengan maksud mendukung isi dan pembahasan yang akan diperlukan dalam penelitian ini. Data sekunder terkait dari penelitian ini adalah data – data dari Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi yang menyangkut profil Dinas, kelembagaan dinas, visi dan misi serta potensi pariwisata kota Malang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang *valid* dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan riset pustaka untuk mencari, mengumpulkan, dan menggali berbagai literatur, memanfaatkan teori dan mempelajari hasil karya ilmiah yang sangat membantu dalam penelitian ini.

2. Studi Lapangan

   Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan sendiri oleh peneliti di lokasi penelitian yang telah ditetapkan.

   a. Observasi (*Field Research*)

      Yaitu suatu aktivitas berupa pengamatan langsung, pencatatan berbagai fenomena dan pemahaman terhadap situasi yang terjadi di lapangan. Observasi disini berupa peneliti datang langsung ke lokasi penelitian dan kemudian mengamati dan mencatat kondisi di lapangan.

   b. Wawancara

      Adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, dengan bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terbuka dan wawancara tak terstruktur. Dalam metode kualitatif biasanya berpandangan terbuka sehingga digunakan wawancara dimana subyeknya tahu bahwa mereka sedang diwawancara dan mengetahui maksud wawancara itu. Sedangkan wawancara tak terstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lebih bebas namun tetap mengacu pada fokus yang diteliti.

c. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari data dan memperhatikan dokumen – dokumen, sumber – sumber tertulis dan arsip – arsip yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen diperlukan untuk menunjang pemahaman dan penggalian data. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data profil dan kelembagaan dinas, LAKIP Dinas Parinkom, dan *Book of Malang City Tourism Profile.*

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menunjuk pada alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian. Adapun instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti Sendiri

   Moleong (1998 h.5) mengemukakan bahwa salah satu ciri penelitian kualitatif adalah manusia sebagai instrumen penelitian. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah sebagai perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan menjadi pelapor hasil penelitiannya.

2. Pedoman Wawancara (*Interview Guide*)

   Yaitu serangkaian pokok – pokok pertanyaan yang hendak diajukan/dipertanyakan kepada nara sumber dalam penelitian.

3. Catatan Lapangan (*Field Note*)

   Yaitu catatan penelitian di lapangan yang digunakan untuk mencatat hasil – hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan di lapangan.

G. Analisa Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotetis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2006, h.280).

Sesuai dengan fokus dan jenis penelitian, maka analisa data yang dipakai adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan sejumlah data yang berkaitan dengan fokus penelitian yang dalam hal ini adalah gambaran mengenai upaya pengembangan yang dilakukan oleh dinas pariwisata di sektor pariwisata, kontribusi yang diberikan sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dan faktor pendukung dan penghambat upaya pengembangan pariwisata

Menurut Miles dan Huberman, langkah - langkah analisa data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Reduksi data

   Yaitu proses penelitian, pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasat yang muncul dari catatan tertulis dilapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa.

2. Penyajian data

   Yaitu menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan untuk mengadakan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dimaksudkan supaya memudahkan peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian – bagian tertentu dari penelitian sehingga dapat memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan..

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi

   Yaitu kegiatan menyimpulkan makna – makna yang muncul terhadap data yang diperoleh dan harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

A.1 Data Umum

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah dan Profil Kota Malang

Malang ditetapkan sebagai Kotapraja pada tanggal 1 April 1914. Sebelum itu, semboyan yang digunakan adalah Malang Namaku, Maju Tuanku yaitu terjemahan dari *Malang Nominor, Sursum Moveor* yang ditetapkan *"bij Gouvernement besluit dd. 25 April 1938, N 027"*. Semboyan baru tersebut diusulkan oleh almarhum Prof. Dr. R. Ng. Poerbatjaraka dan erat hubungannya dengan asal mula/sejarah kota Malang pada zaman Ken Arok.

Gambar 2

Semboyan Kota Malang

Motto "MALANG KUCECWARA" berarti Tuhan menghancurkan yang bathil, menegakkan yang benar. Sedangkan arti warna dari lambang tesebut adalah :

Merah Putih	:	Lambang bendera nasional Indonesia
Kuning	:	Keluhuran dan kebesaran
Hijau	:	Kesuburan
Biru Muda	:	Kesetiaan pada Tuhan, Negara dan Bangsa

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Segilima berbentuk perisai bermakna semangat perjuangan kepahlawanan, kondisi geografis, pegunungan, serta semangat membangun untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

Jadi kurang lebih tujuh abad yang lampau telah menjadi nama tempat sekitar candi bernama Malang (*Kucecwara*). Letak candi tersebut masih menjadi pertanyaan seperti juga dengan benda – benda peninggalan budaya di sekitar Malang yang masih perlu penyelidikan dan belum ditemukan. Daerah Malang dan sekitarnya termasuk Singosari merupakan daerak kegiatan politik dan kultur dari tahun 760, yang diketahui dari tulisan batu di Dinoyo hingga tahun 1414 atas dasar benda kuno keagamaan yang ditemukan di desa Selabraya dekat Malang. Kegiatan politik dan kultur sepanjang abad tidak bisa digambarkan sebagai perkembangan satu dinasti atau keturunan raja – raja, melainkan beberapa dinasti. Dari beberapa keturunan, ada yang jelas terpisah, tak ada hubungan satu dengan yang lain, misanya keturunan Dewa Simha, Gajayana di Dinoyo dengan keturunan Balitung , Daksa, Tulodong, Wawa, akhirnya Sindok.

Dalam perspektif Provinsi Jawa Timur, Kota Malang adalah salah satu dari Sembilan Pusat Satuan Wilayah Pengembangan (SWP), yaitu SWP Malang dan sekitarnya yang mencakup Kota Malang, Kota Pasuruan dan Kabupaten Pasuruan.

Adapun visi dan misi kota Malang itu sendiri antara lain :

a) Meningkatkan kualitas SDM aparatur dan masyarakat dengan mengedepankan iman dan takwa yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi;
b) Mengembangkan kelembagaan dan kinerja Perangkat Daerah yang akuntabel, transparan dan responsif terhadap aspirasi masyarakat;
c) Memantapkan kualitas umat beragama dan nilai sosial budaya masyarakat melalui peningkatan wawasan kebangsaan;
d) Mewujudkan kehidupan berdemokrasi dan pelaksanaan hak asasi manusia dengan mengedepankan supremasi hukum yang berkeadilan;
e) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat melalui pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan masyarakat;

f) Meningkatkan kualitas pendidikan yang mengedepankan iman dan takwa serta memiliki keunggulan kompetitif dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi;
g) Memberdayakan masyarakat melalui kelompok ekonomi lemah melalui pengembangan ekonomi kerakyatan, terutama industri kecil dan sejenisnya;
h) Mengoptimalkan sumber – sumber pendapatan asli daerah melalui diversifikasi, ekstensifikasi dan intensifikasi potensi daerah;
i) Memperbaiki kualitas lingkungan melalui peningkatan kesadaran masyarakat dan pengendalian pelaksanaan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW);
j) Mengembangkan kawasan wisata kota melalui penyediaan infrastruktur dengan melibatkan para pelaku bisnis dan masyarakat secara intensif.

a. Letak Geografis

1) Kondisi Topografi

Wilayah Kota Malang merupakan dataran tinggi yang memiliki tinggi rendah serta kemiringan tanahnya sangat bervariatif sekali. Daerah terendah terletak di Kelurahan Tlogowaru Kecamatan Kedungkandang dan daerah tertinggi di Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru. Wilayah Kota Malang dikelilingi oleh daerah pegunungan antara lain :

- Sebelah Utara : Gunung Arjuno
- Sebelah Timur : Gunung Tengger
- Sebelah Selatan : Gunung Kelud
- Sebelah Barat : Gunung Kawi

2) Ketinggian Wilayah

Kota Malang terletak pada ketinggian 440 – 667 meter diatas permukaan laut. Sebagai akibat dari letak Kota Malang yang cukup tinggi, maka Kota Malang memiliki udara yang sejuk dan kering dengan suhu rata – rata 24,13º C dan kelembaban udara 72% serta curah hujan rata – rata adalah 1,883 mm/tahun.

3) Keadaan Tanah

Jenis tanah diwilayah Kota Malang sangat bervariasi antara lain :

- Alluvial kelabu kehitaman dengan luas 6,930,267 Ha
- Mediteran coklat dengan luas 1,225,160 Ha
- Asosiasi latosol coklat kemerahan grey coklat dengan luas 1,942,160 Ha
- Asosiasi andosol coklat dan grey humus dengan luas 1,765,160 Ha

Struktur tanah pada umumnya relatif baik, akan tetapi yang perlu mendapat perhatian adalah penggunaan jenis tanah andosol yang memiliki sifat peka erosi. Jenis tanah andosol ini terdapat di Kecamatan Lowokwaru dengan relatif kemiringan sekitar 15 %.

Untuk keadaan tanah diwilayah Kota Malang terbagi menjadi :

- Bagian Selatan : Dataran tinggi yang luas, cocok untuk industri
- Bagian utara : Dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian
- Bagian Timur : Dataran tinggi dengan keadaan kurang subur
- Bagian Barat : Dataran tinggi yang luas untuk daerah pendidikan

b. Wilayah Administrasi

Kota Malang menempati wilayah seluas ± 110.056 km^2 dan terletak pada koordinat 7 derajat 06' – 8 derajat 02' lintang selatan dan 112 derajat – 112 derajat 07' bujur timur.

Adapun batas – batas administratif wilayah Kota Malang adalah dikelilingi oleh wilayah Kabupaten Malang yaitu :

- Sebelah Utara : Kecamatan Singosari
- Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Tumpang
- Sebelah Selatan : Kecamatan Pakisaji dan Tajinan
- Sebelah Barat : Kecamatan Dau dan Karangploso

Tabel 1
Pembagian Wilayah Administrasi

No	Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Luas	
			Km2	%
1	2	3	4	5
1	Klojen	11	8,8	8,02

1	2	3	4	5
2	Sukun	11	21,0	19,05
3	Blimbing	11	17,8	16,14
4	Lowokwaru	12	22,6	20,54
5	Kedungkandang	12	39,9	36,25
	Total	**57**	**110,1**	**100,00**

Sumber : Kantor Statistik Kota Malang.

c. Penggunaan Lahan

Luas wilayah Kota Malang adalah 110,056 km^2, terdiri dari 6.457,3 km^2 atau 59% wilayah telah terbangun dan 4.548,7 km^2 atau 41% wilayah yang belum terbangun. Kota Malang di dominasi oleh kawasan terbangun yang terdiri dari kawasan perumahan, fasilitas umum dan industri. Perumahan memiliki luas yang relatif mendominasi dari pada komponen guna lahan lainnya. Khususnya di kawasan pusat kota yang meliputi Kecamatan Klojen, Sukun dan Blimbing. Sedangkan pada dua Kecamatan yang letaknya dipinggiran kota yaitu Kecamatan Kedung Kandang dan Lowokwaru mendominasi komponen guna lahan untuk sawah dan tegalan. Khusus untuk Klojen dimana sebagai pusat kota serta memiliki perkembangan paling tinggi maka seluruh wilayahnya merupakan kawasan terbangun (sudah tidak terdapat sawah dan ladang).

Banyak wilayah di Kota Malang yang baru terbangun. Wilayah baru ini merupakan penambahan bangunan di wilayah yang sebelumnya belum terbangun atau kosong. Hal ini berkaitan dengan pembangunan perumahan ataupun industri, sehingga untuk mengetahui penambahan wilayah yang terbangun menjadi daerah baru dapat diketahui dari pembangunan perumahan atau *Real Estate* dan industri yang dibangun di Kota Malang.

Secara partial, pola penggunaan lahan di Kota Malang terbagi menjadi :

1) Sebagai pusat kegiatan dan orientasi utama Kota Malang. Dalam hal ini merupakan pusat kota berada di alun – alun dan sekitarnya yang terdiri atas kegiatan komersial (perdagangan dan jasa) dan pelayanan umum (pusat perkantoran dan fasilitas sosial). Sebagai pusat kota, wilayah ini mempunyai intensitas pemukiman yang tinggi dan transportasi terpadat. Gejala yang ada menunjukkan bahwa perkembangan kegiatan komersial ini akan semakin meningkat intensitasnya pada masa yang akan datang sehingga secara visual pada bagian kota ini cenderung untuk bergeser pada

pusat kegiatan komersial dibandingkan dengan fasilitas sosial dan pusat perkantoran.

2) Sub Pusat Pelayanan yang ada di Kota Malang tersebar cukup merata, akan tetapi sub pusat ini sudah sangat membantu dalam mengurangi pergerakan kearah pusat kota. Beberapa sub pusat kota yang sudah berkembang antara lain :
   - Bagian Utara adalah sub pusat kota Blimbing yang berada disekitar Pasar Blimbing yang juga melayani masyarakat dari luar kota terutama dari arah Utara dan Timur.
   - Bagian Selatan adalah sub pusat kota Gadang dengan dua orientasi utama yaitu sekitar Pasar Induk Terminal Gadang.
   - Bagian Timur adalah sub pusat kota Kebalen dan Klojen dengan tetap berdekatan dengan pusat.
   - Bagian Barat terdiri dari sub pusat kota Barat Daya yaitu sub pusat kota Dinoyo, Barat Bagian Tengah terdapat sub pusat kota Bareng dan Kasin, sedangkan untuk wilayah timur tengah adalah sub pusat kota Oro – Oro Dowo.
3) Untuk pola penggunaan lahan lainnya menunjukkan kawasan terbangun yaitu perumahan yang mengalami perkembangan tinggi dan sudah mapan pada bagian Utara dan Selatan. Sedangkan perkembangan yang tinggi ada pada bagian Barat dan Timur.

Kegiatan perindustrian berkembang didaerah sekitar Cipto Mulyo, Blimbing yang mempunyai kecenderungan pada jalan tembus antara Jl. Raden Intan – Bengawan Solo. Sedangkan kegiatan pendidikan relatif menyebar, tetapi ada beberapa perguruan tinggi yang masih memiliki pengelompokan sendiri yaitu di Kelurahan Sumber Sari, Ketawang Gede dan Dinoyo.

d. Kepadatan Penduduk

Jumlah penduduk Kota Malang dari hasil registrasi pada akhir tahun 2005 adalah sebesar 782.110 jiwa. Kepadatan penduduk kurang lebih 7.106 jiwa per km^2 dan tersebar di 5 Kecamatan (Klojen = 125.824 jiwa; Blimbing = 167.301

jiwa; Kedungkandang = 152.285 jiwa; Sukun = 174.184 jiwa dan Lowokwaru = 162.516 jiwa), 57 Kelurahan, 10 Desa, 505 RW dan 3.649 RT.

e. Keadaan Sosiologi

Secara umum kondisi sosial budaya masyarakat di kota Malang bersifat heterogen dalam hal etnis dan latar belakang budaya sehingga memungkinkan terciptanya kehidupan kota yang cenderung dinamis. Etnis masyarakat Malang terkenal religius, dinamis, suka bekerja keras, lugas dan bangga dengan identitasnya sebagai Arek Malang (AREMA). Komposisi penduduk asli berasal dari berbagai etnik terutama suku Jawa, Madura, dan keturunan Arab dan Cina.

Bahasa pergaulan sebagai wahana komunikasi sehari – hari antar penduduk adalah bahasa jawa malangan, madura dan bahasa Indonesia. Untuk kalangan generasi muda, berlaku dialek khas Malang yang disebut "boso walikan" yaitu cara pengucapan kata terbalik, contohnya : seperti kata Malang menjadi Ngalam. Gaya bahasa di Malang terkenal kaku tanpa ungguh – ungguh sebagaimana bahasa Jawa kasar pada umumnya. Hal ini menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa basi.

Sebagai salah satu kota pendidikan, masyarakat kota Malang dengan budaya lokalnya telah lama berinteraksi dan berasimilasi dengan adat kebiasaan dan budaya dari berbagai macam suku bangsa yang datang. Kebanyakan para pendatang adalah pedagang, pekerja dan pelajar/mahasiswa yang tidak menetap dalam kurun waktu tertentu kembali ke daerah asalnya. Untuk golongan pedagang dan pekerja sebagian besar berasal dari wilayah disekitar kota Malang. Sedang untuk golongan pelajar/mahasiswa banyak yang berasal dari luar daerah (terutama wilayah Indonesia Timur) seperti Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur, Irian Jaya, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan.

Ciri khas lain dari masyarakat kota Malang yang cukup majemuk adalah sifat toleransi dan kerjasama yang tinggi dalam kehidupan beragama sehingga tercipta kerukunan dan kebersamaan antar umat beragama.

f. Fasilitas Sosio – Budaya

Di kota Malang terdapat fasilitas – fasilitas sosial antara lain :

1) Fasilitas Pendidikan

Sebagai Kota Pendidikan, jumlah Sekolah TK pada tahun ajaran berjumlah 238 unit dengan jumlah siswa 12.333 dan SD berjumlah 409 unit dengan jumlah siswa 92.355 orang, tersebar merata di seluruh Kelurahan yang ada di Kota Malang. Sedangkan SLTP berjumlah 1.387 unit dengan jumlah siswa 87.535 orang dan SMU berjumlah 103 unit dengan jumlah siswa 62.956 orang, dan lokasi SMU terbanyak berada di wilayah Kecamatan Klojen dan sebagian di Kecamatan Blimbing.

Kota Malang juga memiliki 50 Perguruan Tinggi dengan berbagai disiplin ilmu, dimana jumlah Perguruan Tinggi Swadaya berjumlah 45 buah dan jumlah Perguruan Tinggi Negeri sebanyak 5 buah. Beberapa tahun terakhir ini di Kota Malang banyak bermunculan Lembaga Kursus / Lembaga Pendidikan dan ketrampilan non formal yang keberadaannya sangat menunjang iklim pendidikan dan bermanfaat untuk peningkatan sumber daya manusia. Karena suatu Perguruan Tinggi mempunyai skala Pelayanan Regional, maka banyak pendatang dari daerah ataupun dari luar Pulau Jawa yang menempuh pendidikan di Kota Malang.

2) Fasilitas Kesehatan

Sampai pada akhir tahun 1998, cukup banyak fasilitas kesehatan di Kota Malang yang tersebar di berbagai wilayah meliputi Rumah Sakit Umum (9 buah), Puskesmas (15 buah), Rumah Sakit Bersalin (12 buah), Puskesmas Pembantu (30 buah), Klinik, Apotik, Toko Obat dan Laboratorium Medis.

Disamping itu terdapat fasilitas balai pengobatan yang biasanya terdapat pada perusahaan – perusahaan besar atau sekolah – sekolah dimana seringkali fasilitas tersebut dapat dipakai juga untuk masyarakat umum di sekitar lokasi.

3) Fasilitas Peribadatan

Jumlah Sarana Peribadatan sampai akhir tahun 2001 yang telah mempunyai ijin dari Departemen Agama Kota Malang adalah Mesjid (308 buah), Mushola (1060 buah), Gereja Kristen (40 buah), Gereja Katholik (25 buah), Vihara (11 buah), Pura (5 buah) dan Klenteng (11 buah).

Dari data Departemen Agama Kota Malang diketahui pemeluk agama terbesar adalah pemeluk agama Islam yang berjumlah 86,65% dari total penduduk yang ada di Kota Malang, sedangkan yang paling sedikit adalah pemeluk agama Budha yang berjumlah 0,77% dari total jumlah penduduk di Kota Malang.

4) Fasilitas Pemerintahan dan Sarana Sosial

Dalam bidang pemerintahan, kota Malang mempunyai sistem yang tidak berbeda dengan Kabupaten kota yang lain yaitu unit pemerintahan dibawah kota secara langsung adalah Kecamatan. Setiap Kecamatan mempunyai beberapa Kelurahan/Desa yang terbagi habis dalam rukun warga (RW) dan rukun tetangga (RT). Kota Malang juga memiliki kantor – kantor pemerintahan dan swasta yang cukup megah sehingga memungkinkan tata pemerintahan dan tata pelaksanaan segala lingkup tugas / pekerjaan dapat berjalan dengan cepat dan sempurna.

Disamping itu di Kota Malang juga terdapat sarana sosial berupa tempat yang dapat dipergunakan oleh masyarakat dan bersifat umum, seperti : Gedung Kesenian, Gedung Pertemuan serta Gedung Serbaguna dengan lokasi yang *representative*.

g. Perindustrian

Pembangunan ekonomi di bidang industri di Kota Malang diprioritaskan pada pembangunan industri – industri yang memiliki daya saing tinggi yang memiliki akses ke basis ekonomi rakyat dengan menonjolkan sumber daya local serta industri yang ramah lingkungan. Ciri – ciri industri kecil di Kota Malang adalah lokasinya yang terpusat di suatu wilayah atau tempat tertentu sehingga sangat menguntungkan bagi para konsumen maupun bagi pengusahanya didalam hal pemasaran dan sekaligus menjadi potensi sebagai daerah tujuan wisata. Pusat – pusat industri kecil yang ada di Kota Malang antara lain :

1) Kecamatan Blimbing

Sanan merupakan pusat produksi kripik tempe di Kota Malang. Sentra ini memiliki keunggulan mutu dan kualitas terjamin bahwa sebagian diantaranya produk khas Malang ini sudah di *eksport* ke Amerika dan Australia. Daerah ini mampu menghasilkan sekitar 500 kilogram kripik tempe setiap harinya.

2) Kecamatan Lowokwaru

Dinoyo merupakan sentra kerajinan tangan. Berbagai *souvenir* ditawarkan disini seperti keramik, *gips*, gerabah, *fiber glass* dan lain – lain. Saat ini ada sekitar 60 *showroom* keramik yang tersebar di Dinoyo. Keunggulan dan kekhasan polesannya mengantarkan produk *home industry* ini menjadi primadona mancanegara. Sekitar 1.980 ribu buah keramik di produksi setiap hari disini.

3) Kecamatan Klojen

Salah satunya bernama Ultras dimana sentra ini merupakan pusat produksi kaos kreatif Arema yang menyediakan kaos *sporty*, baju, jaket, celana sampai aksesorisnya *supporter* Arema. Produk Ultras ini pernah memeriahkan mancanegara yaitu di Pasadena, Amerika Serikat. Industri lain yang terdapat di daerah ini adalah pusat industri gerabah yang dikerjakan secara tradisional.

4) Kecamatan Kedung Kandang

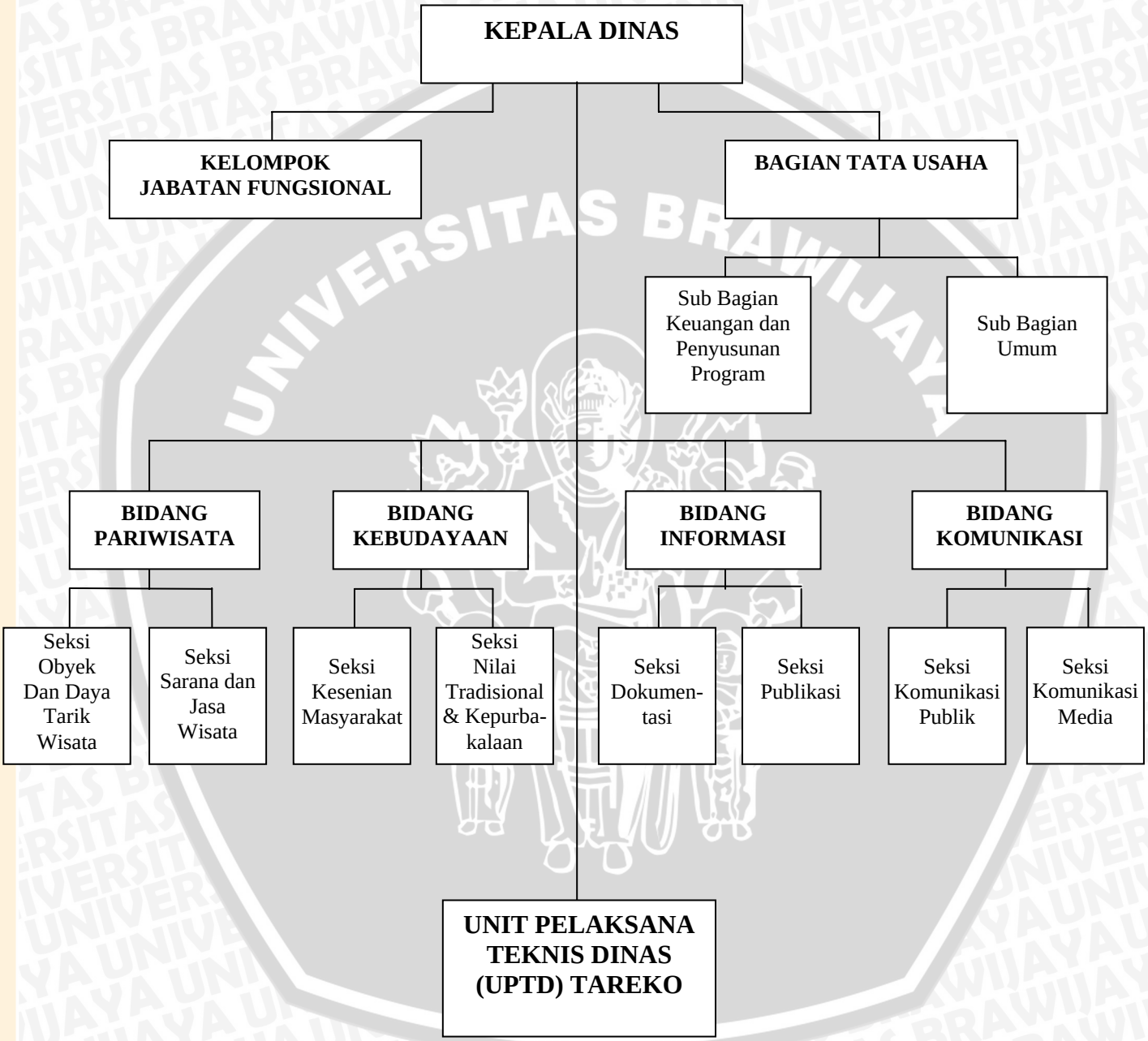
Tepatnya di Sawojajar. Lampu hias merupakan produk unggulan yang dimiliki daerah ini. Selain itu terdapat produk sampingan yang tidak kalah menggoda bagi kaum pendatang. Selain itu juga jenang apel, nangka dan kaligrafi menawarkan jaminan mutu dan kualitas 100 % halal.

2. Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang

a. Kelembagaan

Organisasi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Malang No. 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Daerah serta Keputusan Walikota Malang No. 341 Tahun 2004 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

GAMBAR 3
BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
DINAS PARIWISATA, INFORMASI DAN KOMUNIKASI
KOTA MALANG



Sumber : LAKIP Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam pelaksanaan tugasnya bertanggung jawab kepada Walikota Malang melalui Sekretaris Daerah. Guna Pelaksanaan tugas dan fungsi serta mambantu Kepala Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang, disusunlah Struktur Organisasi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dengan bidang tugasnya masing – masing yang terdiri dari :

1) Unsur Pimpinan yaitu Kepala Dinas

Mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pokok dan fungsi, mengkoordinasikan dan melakukan pengawasan melekat terhadap unit – unit kerja dibawahnya serta melaksanakan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

2) Unsur Pembantu Pimpinan yaitu Bagian Tata Usaha

Mempunyai tugas melaksanakan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan perpustakaan serta kearsipan Dinas. Untuk melaksanakan tugas tersebut, Bagian Tata Usaha mempunyai fungsi :

- Pelaksanaan penyusunan rencana strategis dan rencana kinerja tahunan di bidang pariwisata, informasi dan komunikasi;
- Pelaksanaan penyusunan Rencana Anggaran Satuan Kerja (RASK) dan Dokumen Anggaran Satuan Kerja (DASK);
- Pelaksanaan dan pembinaan ketatausahaan, ketatalaksanaan dan kearsipan Dinas;
- Pengelolaan administrasi kepegawaian;
- Pengelolaan anggaran dan pelaksanaan administrasi keuangan;
- Pengelolaan urusan rumah tangga dan perlengkapan;
- Pengelolaan urusan kehumasan, keprotokolan dan perpustakaan Dinas;
- Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
- Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bagian Tata Usaha membawahi :

a) Sub Bagian Keuangan dan Penyusunan Program

Mempunyai tugas melakukan administrasi umum meliputi penyusunan program, pengelolaan anggaran dan pelaksanaan administrasi keuangan.

b) Sub Bagian Umum

Mempunyai tugas melakukan administrasi umum meliputi ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan perpustakaan serta kearsipan Dinas.

3) Unsur Pelaksana yaitu :

a) Bidang Pariwisata, mempunyai tugas melaksanakan kepariwisataan, rekreasi dan hiburan umum serta sarana wisata. Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang pariwisata mempunyai fungsi :

- Perencanaan bidang kepariwisataan;
- Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata;
- Pengaturan dan pengelolaan sarana dan jasa wisata;
- Pemrosesan rekomendasi perijinan di bidang usaha kepariwisataan;
- Pelaksanaan promosi dan kerja sama dalam rangka pengembangan kepariwisataan;
- Pemeliharaan dan peningkatan kualitas, sarana, fasilitas penunjang, dan pelayanan di bidang kepariwisataan;
- Pelaksanaan promosi pariwisata;
- Pelaksanaan perintisan obyek dan daya tarik wisata;
- Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
- Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bidang Pariwisata terdiri dari :

a) Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata

Mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan obyek dan daya tarik wisata.

b) Seksi Sarana dan Jasa Wisata

Mempunyai tugas melaksanakan pengawasan dan pengendalian usaha sarana dan jasa wisata.

b) Bidang Kebudayaan, mempunyai tugas melaksanakan pemberdayaan dan pengelolaan Kebudayaan Daerah. Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang kebudayaan mempunyai fungsi :

- Pelaksanaan inventarisasi Kebudayaan Daerah yang meliputi kesenian masyarakat, nilai – nilai tradisional, sejarah dan kepurbakalaan;
- Pemberdayaan dan pengelolaan Kebudayaan Daerah;
- Pengembangan nilai – nilai sejarah dan budaya termasuk budaya spiritual dengan melakukan penelitian, pengkajian, penulisan, penanaman dan perluasan informasi kepada masyarakat;
- Pelaksanaan perlindungan dan pemeliharaan seni;
- Pemantauan dan pengaturan penyelenggaraan atraksi wisata dan kebudayaan Daerah;
- Pelaksanaan kerjasama dan atau penelitian arkeologi dengan instansi terkait;
- Pemanfaatan hasil penelitian arkeologi;
- Pengembangan, pemeliharaan, dan pemanfaatan museum kepurbakalaan dalam rangka pelestarian;
- Pelaksanaan penyelamatan, pemeliharaan, pemugaran, penggalian dan penelitian benda cagar budaya dan situs berskala Daerah;
- Pengelolaan dan penyelamatan Benda – Benda Purbakala;
- Pelaksanaan bimbingan teknis penyelenggaraan atraksi wisata dan kebudayaan Daerah;
- Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
- Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bidang Kebudayaan terdiri dari :

a) Seksi Kesenian Masyarakat

Mempunyai tugas melakukan pengembangan kesenian masyarakat.

b) Seksi Nilai Tradisional dan Kepurbakalaan

Mempunyai tugas pengelolaan, pelestarian dan pengembangan nilai – nilai tradisional, sejarah dan kepurbakalaan.

c) Bidang Informasi, mempunyai tugas melaksanakan pelayanan informasi dan promosi daerah. Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang informasi mempunyai fungsi :

- Penyusunan rencana dan pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen Daerah;
- Pelaksanaan identifikasi informasi daerah;
- Pelaksanaan fasilitas sarana dan prasarana pelayanan informasi dan promosi;
- Pemrosesan perijinan penyelenggaraan pameran dan bentuk eksposisi lainnya di daerah;
- Pemrosesan rekomendasi pemasangan spanduk, billboard dan sarana promosi lainnya;
- Pelaksanaan kerjasama dengan instansi terkait dalam pelayanan informasi dan promosi Daerah;
- Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
- Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bidang informasi terdiri dari :

a) Seksi Dokumentasi

Mempunyai tugas melaksanakan penghimpunan dan pengolahan data sebagai sumber informasi Daerah.

b) Seksi Publikasi

Mempunyai tugas melaksanakan penyebarluasan informasi Daerah.

d) Bidang Komunikasi, mempunyai tugas melaksanakan pelayanan komunikasi kepada masyarakat secara langsung atau melalui media cetak, media elektronik dan media lainnya. Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang komunikasi mempunyai fungsi :
   - Penyusunan dan pelaksanaan rencana dan program pelayanan komunikasi kepada masyarakat secara langsung atau melalui media cetak, media elektronik dan media lainnya;
   - Pelaksanaan pengawasan dan pengendalian pencetakan dan penerbitan di Daerah;
   - Pemrosesan rekomendasi perijinan peredaran dan pemutaran film, *video cassette disk, laser disk, video cassette* dan lain – lain produk rekaman lainnya pada gedung bioskop, karaoke maupun tempat penjualan dan persewaan;
   - Pemrosesan rekomendasi perijinan pendirian stasiun penyiaran radio dan televisi;
   - Pelaksanaan pemantauan, analisis berita, serta penyusunan klarifikasi terhadap pemberitaan media massa yang bias;
   - Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
   - Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bidang Komunikasi terdiri dari :

a. Seksi Komunikasi Publik

   Mempunyai tugas melaksanakan komunikasi secara langsung kepada masyarakat melalui kegiatan sosialisasi, penyuluhan, seminar, lokakarya dan lainnya.

b. Seksi Komunikasi Media

   Mempunyai tugas melaksanakan komunikasi melalui media cetak, media elektronik dan media lainnya.

e) Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD)

Mempunyai tugas melaksanakan sebagaian tugas Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

4) Kelompok Jabatan Fungsional

Mempunyai tugas menyelenggarakan sebagaian tugas pokok dan fungsi Dinas yang membutuhkan keterampilan dan keahlian tertentu serta atas dasar kebutuhan Dinas.

Bagian Tata Usaha dan masing – masing bidang dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Tata Usaha dan Kepala Bidang yang dalam melaksanakan tugasnya, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Sedangkan Kelompok Jabatan Fungsional dipimpin oleh seorang Tenaga Fungsional Senior selaku Ketua Kelompok yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

b. Tugas Pokok dan Fungsi

Berdasarkan Keputusan Walikota Malang Nomor 341 Tahun 2004 pasal 3 tersebut Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sebagai berikut :

1) Tugas Pokok :

Menyelenggarakan kewenangan daerah dibidang kepariwisataan dan kebudayaan daerah serta pelayanan informasi dan komunikasi sesuai kebijakan Kepala Daerah.

2) Fungsi :

a) Penyusunan dan pelaksanaan rencana strategis dan rencana kerja tahunan dibidang kepariwisataan dan kebudayaan daerah serta pelayanan informasi dan komunikasi;

b) Perumusan kebijakan teknis dibidang kepariwisataan dan kebudayaan daerah serta informasi dan komunikasi;

c) Pelaksanaan pembangunan dan pengembangan obyek dan daya tarik wisata;

d) Pemberian rekomendasi perijinan dan pengawasan usaha obyek wisata dan daya tarik wisata, perhotelan, rumah makan, bar, restoran, usaha gelanggang permainan, bioskop serta kegiatan dan sarana hiburan lainnya:
e) Pelaksanaan pengembangan kebudayaan daerah;
f) Pemberian rekomendasi perijinan dan kegiatan pengawasan usaha kesenian dan budaya;
g) Pelaksanaan pembinaan dan pengelolaan seni dan budaya daerah;
h) Pelaksanaan pengelolaan benda cagar budaya dan situs;
i) Pelaksanaan pelayanan informasi dan komunikasi daerah;
j) Pemberian pertimbangan teknis perijinan dan pengawasan di bidang informasi dan komunikasi;
k) Pelaksanaan promosi daerah;
l) Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM) dibidang kepariwisataan dan kebudayaan daerah serta pelayanan informasi dan komunikasi;
m) Pemberdayaan dan peningkatan kinerja Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD);
n) Pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan perpustakaan serta kearsipan;
o) Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
p) Pelaksanaan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah sesuai dengan tugas dan fungsinya.

c. SDM Aparatur

SDM Aparatur Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang terdiri dari 57 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) serta 7 orang PTT. Dengan perincian sejumlah 13 orang PNS dan 6 orang PTT berkedudukan pada Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Taman Rekreasi Kota Malang. Mengingat bidang kepariwisataan yang sifatnya sangat multidimensi dan multisektoral maka peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang perlu dilakukan melalui pelatihan / pendidikan.

Tabel 2
Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

NO	SD	SLTP	SLTA	SARJANA MUDA / DIPLOMA 3	SARJANA/ S1	MAGISTER/ S2
1	2	3	4	5	6	7
1.	5	3	20	2	20	7

Sumber : LAKIP Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

Tabel 3
Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang
Berdasarkan Golongan Ruang

NO.	GOLONGAN RUANG			
	GOL. 1	GOL. 2	GOL. 3	GOL. 4
1	2	3	4	5
1.	3	17	32	5

Sumber : LAKIP Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

Tabel 4
Data Pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang
Berdasarkan Diklat Penjenjangan

NO.	DIKLATPIM IV	DIKLATPIM III	SPAMEN
1	2	3	4
1.	10	5	1

Sumber : LAKIP Dinas Pariwisata,Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

Tabel 5
Formasi Jabatan Struktural

NO.	ESELON II	ESELON III	ESELON IV	KETERANGAN
1	2	3	4	5
1.	1	5	11	-

Sumber : LAKIP Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kota Malang.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

d. Sarana dan Prasarana

Untuk menunjang kelancaran operasional Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang,diperlukan adanya sarana dan prasarana yang memadai, antara lain :

- Gedung Induk

  Terletak di Jalan Borobudur No. 6 Malang, menempati lahan seluas 600 m^2 dengan bangunan 400 m^2. Personil yang menempati gedung ini sejumlah 38 orang dari Bagian Tata Usaha, Bidang Pariwisata, Bidang Informasi, Bidang Komunikasi dan Kepala Dinas. Untuk tahun anggaran 2006, penambahan bangunan untuk 1 (satu) buah ruang kantin, ruang kepala dinas, ruang mushalla, gudang dan 1 (satu) buah kamar mandi berdasar RASK/DASK Dinas Kimpraswil Kota Malang.

- Gedung Balai Penyelamatan Benda Cagar Budaya "Mpu Purwa"

  Terletak di Jalan Sukarno – Hatta Blok A yang merupakan gedung SD yang tidak dipergunakan, menempati lahan seluas 2400 m^2 dan bangunan seluas 448,5 m^2. Personil yang menempati gedung ini sejumlah 6 orang, yang terdiri dari 1 (satu) orang Kepala BidangKebudayaan, 1 (satu) orang Kepala Seksi Kesenian Masyarakat, 1 (satu) Kepala Seksi Purbakala, 3 (tiga) orang staf Bidang Kebudayaan dan 1 (satu) orang tenaga bantuan dari Trowulan.

- Gedung Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Taman Rekreasi Kota Malang (TAREKO).

  Terletak di Jalan Simpang Mojopahit No. 1 Malang, menempati lahan seluas ± 3 Ha yang dipergunakan untuk :

  - ±48 m^2 ditempati sebagai Kantor UPTD Taman Rekrasi Kota Malang (TAREKO) dengan jumlah personil 29 orang;
  - 6 (enam) unit bangunan Gazebo yang merupakan ruang pamer penjualan produk unggulan dari 5 (lima) kecamatan se – Kota Malang dan dari PKK serta Dharma Wanita;
  - 2 (dua) unit kandang burung besar;
  - 12 (dua belas) unit kandang satwa lainnya;
  - 2 (dua) unit kolam renang anak;

- Sedangkan lahan lainnya dipergunakan sebagai taman rekreasi, tempat permainan anak – anak dan lahan parkir.

e. Rencana Strategis Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang

1) Visi dan Misi

Dalam melaksanakan kewenangan di daerah di bidang kepariwisataan dan Kebudayaan Daerah serta pelayanan informasi dan komunikasi sesuai dengan kebijakan Kepala Daerah, maka ditetapkan visi dan misi organisasi sebagai berikut :

*** Visi**

Berdasarkan pada Program Pembangunan Daerah (PROPEDA) Kota Malang Tahun 2001 – 2005 dengan visi **TERWUJUDNYA KOTA MALANG YANG MANDIRI BERBUDAYA, SEJAHTERA DAN BERWAWASAN LINGKUNGAN**, yang memiliki arti :

a. Mandiri artinya bahwa kedepannya Kota Malang diharapkan mampu membiayai sendiri seluruh penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan dengan memanfaatkan segala sumber daya lokal (sumber daya alam, potensi daerah, dan sumber daya manusia yang dimiliki).
b. Berbudaya artinya dalam pelaksanaan otonomi daerah tetap mengedepankan nilai – nilai Ketuhanan, Kemanusiaan dan nilai – nilai kehidupan sosial masyarakat kota Malang dan mengembangkan pendidikan untuk mengantisipasi perkembangan kota Malang menuju Kota Metropolis.
c. Sejahtera artinya bahwa pelaksanaan pembangunan yang dilaksanakan di kota Malang semuanya diarahkan (bermuara) pada peningkatan kesejahteraan masyarakat kota Malang, baik secara material maupun spiritual.
d. Berwawasan Lingkungan artinya bahwa dalam pelaksanaan pembangunan kota, harus tetap berupaya untuk menjaga kelestarian alam dan kualitas lingkungan serta pemukiman kota Malang.

Untuk itu Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang yang merupakan Perangkat Daerah Pemerintah Kota Malang berkewajiban berpedoman pada Visi yang telah dibakukan tersebut. Maka dengan dilatarbelakangi oleh potensi pariwisata yang dimiliki dan letak strategis sebagai kota kedua terbesar di Jawa Timur serta didorong oleh semangat, tekad untuk mewujudkan sector pariwisata sebagai sector andalan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah perlu ditetapkan Visi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sebagai berikut :

" TERWUJUDNYA KOTA MALANG SEBAGAI KAWASAN WISATA UNGGULAN JAWA TIMUR"

*** Misi**

Dalam rangka mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan, informasi dan komunikasi tersebut diatas perlu dirumuskan misi yang dapat menggerakkan dan mewujudkan tujuan tersebut melalui berbagai upaya dalam pelaksanaannya yaitu :

a. Melestarikan dan mengembangkan nilai – nilai aset budaya tradisional;
b. Meningkatkan dan mengembangkan obyek – obyek wisata / Taman Rekreasi Kota;
c. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar daerah (Kabupaten Malang dan Kota Batu) baik tingkat Provinsi maupun Nasional;
d. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama para pelaku Industri Pariwisata;
e. Meningkatkan SDM, aparatur di Bidang Pariwisata, Informasi, Komunikasi dan Kebudayaan;
f. Meningkatkan dan mengembangkan sistem pelayanan Informasi dan Komunikasi.

2) Tujuan dan Sasaran

Dalam mewujudkan visi dan misinya, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) kota Malang menetapkan tujuan dan sasaran

sebagai acuan operasional organisasi mengenai lingkungan dimana organisasi melakukan interaksinya, melakukan berbagai analisis dalam melihat *positioning* organisasi serta mempersiapkan semua faktor penunjang yang diperlukan.

Adapun tujuan dan sasaran yang ingin dicapai adalah :

a. Tujuan

Tujuan merupakan penjabaran atau implementasi dan operasional dari pernyataan misi dinas, serta merupakan hasil akhir yang akan dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu 3 (tiga) sampai dengan 5 (lima) tahun. Dengan adanya tujuan, maka fokus organisasi dapat lebih dipertajam dan memberikan arah bagi sasaran yang akan dicapai. Selanjutnya, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) Kota Malang menetapkan tujuan sebagai berikut :

1. Meningkatkan pertumbuhan investasi;
2. Menumbuhkan kesempatan berusaha dan kesempatan bekerja;
3. Meningkatkan pelestarian lingkungan hidup;
4. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

b. Sasaran

Sasaran menggambarkan tindakan – tindakan / aktivitas yang harus dilakukan Dinas dalam rangka pencapaian tujuan dengan memberikan penekanan terhadap penggunaan sumber daya yang dimiliki organisasi secara lebih efisien, efektif dan ekonomis. Dengan menetapkan sasaran akan lebih menjamin keberhasilan pelaksanaan rencana jangka panjang dan meletakkan dasar yang kuat untuk mengendalikan dan memantau kinerja organisasi.

Ketika sasaran organisasi telah ditetapkan akan menghadapi berbagai masalah mengenai keterbatasan sumber daya yang dimiliki, misalnya ketersediaan dana untuk mewujudkan sasaran. Dalam hal seperti ini maka perlu menentukan skala prioritas untuk diwujudkan dalam jangka pendek, maka sasaran yang perlu untuk didahulukan ditetapkan sebagai berikut :

1. Meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;

2. Tercapainya kualitas pelayanan Obyek dan Daya Tarik Wisata serta Usaha Sarana dan Jasa Pariwisata;
3. Tercapainya peran serta masyarakat dan swasta dalam bidang kepariwisataan;
4. Penyebarluasan informasi melalui pameran dan promosi potensi daerah, pembuatan buku dan *audio visual* potensi daerah.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran, keberhasilan program dan kegiatan sangat erat kaitannya dengan kebijaksanaan operasional instansi pemerintah yang merupakan penjabaran lebih lanjut kebijaksanaan daerah. Maka Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) Kota Malang telah menetapkan kebijakan operasional yaitu mengembangkan potensi pariwisata layak jual dan prospektif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan sub kebijakan berupa :

a. Mengembangkan dan menggali potensi wisata kota Malang yang berorientasi pada perluasan peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat;
b. Meningkatkan pembangunan infrastruktur sebagai unsur penunjang sarana / prasarana kepariwisataan di kota Malang;
c. Meningkatkan pembinaan dan pengembangan seni tradisional yang tumbuh dari masyarakat kota Malang;
d. Meningkatkan pengelolaan dan pemberdayaan benda cagar budaya dan situs sebagai obyek daya tarik wisata;
e. Mengembangkan sistem pelayanan informasi dalam mendukung pembangunan sektor kepariwisataan;
f. Meningkatkan pengembangan sistem komunikasi dua arah sebagai media interaktif antara pemerintah dengan masyarakat.

Demikian juga dengan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) Kota Malang dalam upaya mewujudkan visi, misi dan tujuan, dinas telah menetapkan 9 (Sembilan) butir kebijakan strategis yang meliputi :

a. Berkembangnya obyek dan daya tarik wisata kota;
b. Berkembangnya informasi kepariwisataan;

c. Meningkatnya even – even kesenian dan budaya tradisional;
d. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Kota Malang;
e. Berkembangnya kawasan wisata kota;
f. Meningkatnya pemasaran kepariwisataan;
g. Tersedianya kalender even tahunan dan paket pariwisata;
h. Mengembangkan kerjsama lintas daerah;
i. Terselenggaranya pagelaran dan misi kesenian.

Dari kebijakan operasional dijabarkan kedalam program – program yang didalamnya mengandung tentang langkah – langkah kegiatan yang akan dilakukan. Program yang ditetapkan Dinas merupakan program yang mencerminkan tugas pokok dan fungsi yang dilaksanakan berkaitan dengan kebijakan serta program kota Malang. Adapun program yang ditetapkan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) Kota Malang antara lain :

a. Program Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata;
b. Program Pengembangan Sarana dan Prasarana Penunjang Kepariwisataan;
c. Program Pelestarian dan Pengembangan Seni Budaya Daerah;
d. Program Pelestarian dan Pengembangan Cagar Budaya dan Nilai Tradisi;
e. Program Pengembangan Sistem Pelayanan Informasi Potensi Daerah;
f. Program Pengembangan Sistem Komunikasi melalui Media Cetak dan Elektronik;
g. Program Pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM);
h. Program Peningkatan Retribusi Izin Pariwisata.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (PARINKOM) Kota Malang dalam tahun anggaran 2006 adalah sebagai berikut :

a. Pemeliharaan dan Peningkatan UPTD Taman Rekreasi Kota Malang
b. Pemilihan Duta Wisata Kakang – Mbakyu Kota Malang
c. Makanan Khas Kota Malang
d. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata
e. Festival Luar Daerah

f. Peningkatan Informasi Pariwisata Kota Malang (MTIC)
g. Pengembangan Seni Budaya Tradisional Kota Malang
h. Pagelaran Kesenian Daerah ke TMII Jakarta
i. Perawatan/Pemeliharaan Taman dan BCB Mpu Purwa
j. Pemberian Penghargaan dan Bantuan Peralatan Kesenian
k. Lomba/Festival Seni Vokal Tradisional
l. Pembuatan Kios Interaktif
m. Kerjasama Lintas Sektoral dalam Penyebaran Informasi Potensi Daerah
n. Pembuatan Profil Tri Bina Cita Kota Malang
o. Penyusunan Data Informasi dan Dokumentasi
p. Penerbitan Media Cetak (Majalah Berkala dan Leaflet Hari Besar Nasional dan Hari Khusus)
q. Peningkatan Komunikasi melalui Media Elektronik (Dialog Interaktif)
r. Pembentukan Kelompok Komunikasi Informasi Masyarakat (KIM)
s. Pendataan/Pengukuran Potensi Usaha Parinkom

3. Potensi Pariwisata Kota Malang

1. Balai Kota dan Alun – Alun Bunder

   Yaitu bangunan kuno peninggalan zaman kolonial Belanda. Monumen Tugu adalah eks taman JP. Zoen Coen yang dikelilingi kolam dan ditumbuhi Lily air serta dikelilingi oleh pohon Trembesi raksasa yang berusia sangat tua.

2. Pasar Burung dan Pasar Bunga

   Terletak di Jl. Brawijaya. Ditempat ini menjual berbagai macam jenis burung dan bunga – bungaan hidup di Malang dan Indonesia serta kios – kios buku bekas yang cocok bagi pemburu buku – buku kuno.

3. Taman Senaputra

   Terletak di belakang Rumah Sakit yang merupakan sarana hiburan anak – anak dan dewasa, dan dilengkapi dengan arena taman bermain dan kolam renang. Terletak sekitar ± 500 meter dari pusat kota.

4. Alun – Alun Kota

   Merupakan taman indah yang dikelilingi oleh bangunan kuno seperti Masjid Jami' dan Gereja Katolik serta berbagai pusat perbelanjaan.

5. Taman Krida Budaya

   Taman ini terletak di Jl. Soekarno Hatta yang merupakan tempat penyelenggaraan kegiatan Seni Budaya dan Pariwisata Jawa Timur dan Malang.

6. Sentra Industri Keramik

   Berada di Jl. M.T. Haryono dan Jl. Mayjen Panjaitan dan merupakan pusat keramik khas Malang. Pengunjung juga dapat menyaksikan dan melihat proses pembuatan keramik langsung di pabriknya.

7. Taman Tlogomas

   Merupakan tempat rekreasi yang dilengkapi kolam renang dan arena bermain yang berjarak sekitar ± 7 KM dari pusat kota.

8. Ijen Boulevard dan Museum Brawijaya

   Terletak di Jl. Ijen. Merupakan jalur hijau yang dihiasi bunga Bougenville dan pohon Palem dengan latar belakang perumahan bergaya colonial Belanda.

   Sedangkan Museum Brawijaya merupakan museum TNI yang menyimpan senjata tradisional dan modern yang pernah dipakai pada perang kemerdekaan.

9. Kerajinan Rotan

   Terletak di daerah Arjosari dan merupakan tempat pembuatan dan penjualan kerajinan rotan di Malang. Jaraknya sekitar ± 5 KM dari pusat kota.

10. Pasar Wisata Tugu

    Pasar ini dapat dijumpai pada setiap hari Sabtu sore dan Minggu pagi mulai pukul 05.00 – 10.00. Bermacam – macam kerajinan dan souvenir dapat dijumpai disini, bahkan segala macam kebutuhan rumah tangga, jenis – jenis makanan tradisional dan produk unggulan dapat ditemukan disini.

11. Taman Rekreasi Rakyat

    Taman ini disebut juga dengan Taman Rekreasi Kota (Tareko), terletak ditengah kota Malang yaitu di Jl. Simpang Mojopahit, tepatnya dibelakang Gedung Balai Kota Malang. Dibangun pada tahun 2002, Taman Rekreasi Kota Malang ini adalah untuk memenuhi keinginan masyarakat akan sarana rekreasi atau tempat bermain anak – anak ditengah kota yang memadai dan terjangkau. Fasilitas yang dimiliki antara lain : sarana olahraga, sarana pendidikan, sarana perbelanjaan, sarana tempat bermain anak – anak.
12. Masjid Jami'

    Terletak di Jl. Merdeka Barat adalah masjid tertua dan terbesar di Kota Malang.
13. Monumen Juang '45

    Terletak di Jl. Kertanegara yang menggambarkan raksasa yang digulingkan oleh para pejuang kemerdekaan.
14. Frateran Bunda Hati Kudus

    Adalah bangunan kuno yang tetap dilestarikan sampai sekarang. Dibangun pada tahun 1930. Lokasi di Jl. Jaksa Agung Suprapto.
15. Museum Mpu Purwa

    Berada di Jl. Soekarno Hatta Blok A – 1 yang menyimpan benda – benda dan prasasti purbakala peninggalan Raja Gajayana pada masa Kerajaan Kanjuruhan.
16. Patung Kendedes

    Merupakan salah satu replica ratu kerajaan Singosari yang berlokasi di pintu gerbang kota Malang.
17. GOR Ken Arok

    Adalah gelanggang olahraga terbesar milik Pemerintah Kota Malang yang terletak di kaki Gunung Buring.
18. Kota Araya

    Merupakan kompleks perumahan yang memiliki sarana lengkap seperti : mall, *club house*, lapangan golf, lapangan tenis indoor, lapangan basket, kolam renang, galeri, cafe dan restoran.

19. Gedung Perpustakaan Umum

    Terletak di Jl. Ijen 30 Kota Malang yang merupakan Gedung Perpustakaan yang mempunyai koleksi lengkap untuk segala usia.

20. Istana Dieng

    Terletak di Jl. Semeru No. 52 adalah kompleks perumahan ekslusif yang memiliki fasilitas club house, restoran, kolam renang, lintasan lari, pusat kebugaran, lapangan tenis indoor, bowling, bilyar, dan gokart.

21. Toko OEN

    Terletak di Jl. Basuki Rahmat merupakan tempat yang paling sering dikunjungi oleh para turis asing utamanya dari Belanda untuk bernostalgia.

22. Lembah Dieng

    Adalah tempat rekreasi berupa danau buatan yang luas dan kolam renang bertaraf Internasional yang bias digunakan untuk kompetisi berskala nasional. Terletak di Jl. Semeru, lokasinya satu arah dengan Istana Dieng.

23. Tlogomas Permai

    Sebagai salah satu potensi wisata yang berada di Jl. Tlogomas yang menyediakan wahana rekreasi yang dilengkapi kolam renang dan arena bermain.

24. Gereja Kathedral Santa Maria Bunda Karmel

    Terletak di Jl. Ijen yang merupakan gereja bekas peninggalan Belanda.

25. Klenteng

    Letaknya di Jl. Laksamana Martadinata adalah tempat ibadah kaum Budha, Konghucu dan Tao dalam satu atap.

26. Vihara Dharma Mitra

    Merupakan tempat ibadah bagi umat Budha Kota Malang yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Malang.

27. Pura Dwijawarsa

    Merupakan tempat ibadah umat Hindu kota Malang yang terletak di Gunung Buring.

KESENIAN

1. Tari Beskalan

   Merupakan tari ucapan “Selamat Datang”, tarian khas kota Malang yang dipakai dalam upacara penyambutan tamu yang datang berkunjung ke Kota Malang. Kata Beskalan sendiri berasal dari kata “bakalan” yang artinya pertama atau dasar dari segala bentuk penghargaan terhadap tamu atau orang asing yang muncul secara spontan.

2. Tari Bedayan Malang

   Penggambaran sifat dan sikap keterbukaan Masyarakat Kota Malang, yang diungkapkan penuh kesederhanaan dan lugas. Membuka diri, khususnya dalam menerima tamu merupakan ritus tersendiri. Menghargai dan menghormati serta melayani tamu adalah bagian yang cukup penting dalam hubungan bermasyarakat. Hal tersebut dilandasi pemahaman bahwa tamu adalah raja dan pasti membawa berkah.

3. Tari Grebek Wiratama

   Tari ini menggambarkan semangat dan keperwiraan prajurit yang berangkat perang. Disamping itu sifat manusia yang terkadang humoris dan “ngglece” tergambar pula dalam tarian ini.

Sumber : Malang City Tourism People.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

A.2 Data Fokus

1. Pengembangan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang di Sektor Pariwisata

Secara umum dalam suatu pembangunan kepariwisataan lebih diarahkan pada pengembangan pariwisata itu sendiri. Ini berarti bahwa pengembangan pariwisata diharapkan mampu menjadi sumber penghasil devisa, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberikan lapangan pekerjaan serta pengenalan dan pemasaran produk nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan tetap memelihara kepribadian bangsa, nilai – nilai agama dan kelestarian lingkungan hidup. Untuk mewujudkan itu semua, maka Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang melakukan beberapa langkah – langkah pengembangan diantaranya :

a. Sosialisasi Pariwisata

Sosialisasi pariwisata merupakan salah satu misi dari Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang untuk mengenalkan potensi pariwisata yang ada. Dalam upaya sosialisasi pariwisata, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang telah bekerja sama dengan stakeholder baik pemerintah, masyarakat, maupun swasta untuk bersama – sama membangun ketahanan pariwisata dan ekonomi kerakyatan melalui program – program yang tepat, efisien dan efektif.

Adapun bentuk – bentuk dari sosialisasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi antara lain :

1) Promosi dan Pemasaran Pariwisata

Pemerintah daerah kota Malang khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang telah bekerjasama dengan berbagai stakeholders dalam melakukan upaya promosi dan pemasaran kepariwisataan. Fungsi dari promosi dan pemasaran pariwisata adalah untuk menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata dimana besar tidaknya jumlah kunjungan wisatawan tergantung pada upaya pengemasan promosi dan pemasaran. Dimana secara tidak langsung dampak dari promosi dan pemasaran pariwisata tersebut telah memperkenalkan daerahnya sebagai daerah tujuan wisata dengan potensi pariwisata yang menarik untuk dikunjungi.

Menurut Kepala Tata Usaha Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang, Dra. Endang Suyatikah, Msi mengatakan bahwa :

> "Dengan adanya penyebaran informasi melalui promosi dan pemasaran wisata telah memberikan keuntungan yang besar dalam rangka pengembangan obyek wisata sehingga masyarakat akan mengetahui, memahami dan mudah – mudahan tertarik akan potensi wisata yang ada di Kota Malang. Diharapkan nantinya para wisatawan lebih banyak yang berkunjung yang berdampak pada meningkatnya pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata." (Wawancara tanggal 27 November 2007, jam 09.15 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang adalah :

1. Melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan membuat brosur, *leaflet*, *bookflet* dan buku panduan wisata yang disebarkan ke berbagai media.
2. Mengadakan *event – event* daerah dan pengenalan kesenian daerah ke forum regional/nasional.
3. Ikut serta pada festival dalam dan luar daerah.
4. Pembuatan sarana pos pelayanan informasi pariwisata Kota Malang di tempat – tempat strategis.
5. Melakukan hubungan kemitraan dengan media massa daerah dan kelompok sosial dalam rangka penyebarluasan informasi melalui media cetak dan elektronik.
6. Melalui pameran pembangunan atau pekan budaya pariwisata di kota Malang untuk mempromosikan hasil pembangunan kota Malang terutama pengenalan produk wisata, atraksi wisata, sarana dan prasarana pariwisata, seni dan budaya serta aneka hasil produk unggulan (*souvenir*).
7. Bekerja sama dengan berbagai media masa baik itu elektronik maupun media cetak dalam hal penyampaian informasi kepada masyarakat luas tentang potensi obyek wisata yang ada di kota Malang.
8. Mengembangkan pasar wisata dengan tujuan memperkenalkan makanan khas daerah dan produk unggulan serta dijadikan obyek wisata keluarga.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2) Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)

Pengembangan obyek dan daya tarik wisata adalah daya tarik utama bagi suatu daerah tujuan wisata. Dalam rangka pengembangan obyek dan daya tarik wisata, pemerintah kota Malang khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi melaksanakan kegiatan umum yang bertujuan untuk mengembangkan wisata alam, wisata sejarah, dan atraksi wisata budaya – adat, tradisi, rekreasi dan hiburan umum yang meliputi :

a) Penggalian, pembinaan dan pengemasan obyek dan daya tarik wisata
b) Penggalian, pembinaan dan pengemasan industri kerajinan rakyat untuk dapat dijadikan cindera mata sebagai produk unggulan.
c) Memperbanyak kegiatan wisata pendukung/penunjang pada jalur wisata antara lain dengan mengoptimalkan pemanfaatan Taman Krida Budaya dengan membuka ruang pamer produk wisata.
d) Melaksanakan penyuluhan kepada masyarakat agar mampu memahami dan memanfaakan peluang ekonomi dalam hal kepariwisataan melalui penjualan *souvenir* khas Malang.
e) Memberikan dan mendirikan fasilitas primer yang bersifat kepentingan umum seperti tempat ibadah, kamar mandi, bak penampungan sampah disekitar lokasi obyek wisata.
f) Memberikan rekomendasi dan perijinan pendirian RHU bagi para investor untuk menunjang kepariwisataan di kota Malang.
g) Memberikan rekomendasi kepada para pengusaha industri kerajinan/souvenir yang ingin mendapat pinjaman dari bank dan memberi fasilitas lainnya seperti bimbingan dan pengarahan dengan meminta bantuan dan bekerjasama dengan pihak Departemen Perindustrian dan Perdagangan untuk meningkatkan kualitas barang produksinya.
h) Penggalian potensi pariwisata dengan kegiatan berupa pembangunan obyek wisata baru dengan konsep alami yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke kota Malang dan sasarannya adalah pendayagunaan potensi pariwisata

Jika dilihat dari kondisi obyektif obyek dan daya tarik wisata di kota Malang dibedakan menjadi 3 macam yaitu obyek wisata, atraksi wisata serta rekreasi dan hiburan umum.

a) Obyek Wisata

Sebagai kota pariwisata yang ditunjang dengan suasana alam yang sejuk, teduh, asri serta kondisi keamanan yang cukup aman, menjadikan daya tarik tersendiri bagi kota Malang. Banyak obyek wisata yang bisa dinikmati di kota Malang antara lain : Tlogo Mas Permai, Taman Senaputra, Museum Brawijaya, Klentheng, Alun – Alun Kota, Pasar Burung dan Ikan serta Bunga, Balai Kota, Jalan Ijen. Selain itu masih banyak bangunan – bangunan kuno peninggalan masa penjajahan Belanda yang menarik seperti Cor Yesu, Gereja Katholik Kayu Tangan, dan Rumah Makan OEN yang sering dijadikan sebagai tempat bernostalgia wisatawan mancanegara terutama dari Belanda.

b) Atraksi Wisata

Jenis atraksi wisata yang ada di kota Malang meliputi :

1) Gelar seni dan budaya khas Malang yang menampilkan tarian dan kesenian khas malangan seperti tari khas topeng, tari beskalan, tari grebeg, tari bedayan malang dan tari kebar.
2) Pemilihan putri kartini dan duta wisata (kakang – mbakyu kota Malang
3) Festival makanan khas Malang
4) Pameran industri kecil/produk unggulan khas Malang

c) Rekreasi dan Hiburan Umum

Kondisi obyektif rekreasi dan hiburan umum di kota Malang antara lain :

1) Gelanggan permainan dan ketangkasan seperti : zone 2000, duta rasa, PT. Wonderland dan Trunojaya.
2) Pusat kebugaran yang menyediakan tempat dan alat – alat fitness seperti chatalina, elsa, champion, gajah mada, Gym dll.
3) Rekreasi dan hiburan umum yang berupa bola sodok seperti O2 pool and Cafe, 88 bilyard, Garuda, Matos, Sarinah, Pit Stop.

4) Rekreasi dan hiburan umum karaoke seperti : regent park, ringin asri, gita loka swara, dan laguna.
5) RHU yang berupa bioskop sebagai tempat untuk pertunjukkan film seperti twenty one matos, dieng plasa, sarinah, Malang plasa.

Sedangkan untuk pengembangan atraksi wisata dan RHU maka Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang melakukan program kegiatan yang meliputi :

a. Menginventarisasi berbagai jenis kesenian tradisional yang ada di kota Malang
b. Melakukan pembinaan untuk tumbuhnya kesadaran akan pentingnya potensi wisata seperti RHU yang merupakan sarana penunjang bidang kepariwisataan
c. Melakukan pengawasan, pembinaan dan perijinan pendirian RHU sebagai bentuk tanggung jawab dinas.
d. Melakukan pembinaan trhadap kelestarian atraksi wisata terutama kesenian khas daerah Malang berdasarkan tugas pokok dan fungsi yang sudah ada.
e. Pembinaan seni dan budaya, pembinaan sanggar kesenian yang ada di kota Malang.

Untuk membangun obyek dan daya tarik wisata, terlihat sudah banyak usaha yang dilakukan, namun masih banyak pula yang belum dilakukan. Untuk itu perlu perhatian yang serius dari Dinas Parinkom Kota Malang dan pemerintah kota Malang dalam hal pengembangan serta perlu melakukan koordinasi dengan pihak – pihak lain melalui kerjasama dengan instansi terkait, masyarakat dan pihak investor untuk turut berpartisipasi menanamkan modalnya.

3) Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Swasta

Dalam suatu pengembangan di sektor pariwisata pasti melibatkan banyak stakeholder salah satunya yaitu masyarakat dan swasta. Faktor manusia sangat mempengaruhi dalam menentukan keberhasilan program yang telah dirancang.

Sejalan dengan itu, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang merasa perlu mengajak dan bekerjasama dengan berbagai stakeholder yang ada baik itu pemerintah, masyarakat maupun swasta untuk bersama – sama membangun ketahanan pariwisata.

Peningkatan peran serta masyarakat secara tidak langsung akan sangat membantu keterbatasan dalam hal kualitas dan kuantitas dari sumber daya manusia. Kebijakan pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi dalam peningkatan peran masyarakat dan swasta adalah melalui program – program pariwisata antara lain :

a. Masyarakat diajak untuk berpartisipasi lebih jauh dalam kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dengan mensosialiasikan Sapta Pesona yang diarahkan untuk membantu pemerintah dalam pengelolaan obyek wisata yang menjadi unsur penggerak pengembangan pariwisata.
b. Melakukan pemberdayaan kelompok informasi masyarakat yaitu dengan membentuk kelompok komunikasi informasi masyarakat.
c. Melakukan pendekatan dan pengarahan kepada masyarakat tentang pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata.
d. Meningkatkan koordinasi dan hubungan kerja dengan pemilik dan pengelola industri serta jasa pariwisata.
e. Mendirikan sekolah – sekolah jurusan kepariwisataan

Sedangkan kerjasama pemerintah daerah dengan swasta dalam pengembangan pariwisata antara lain :

a. Memberikan peluang seluas - luasnya kepada investor agar mau menanamkam modalnya di kota Malang di sektor pariwisata.
b. Melakukan kerjasama dan koordinasi dengan pihak swasta yang meliputi pemeliharaan, pemasaran dan promosi pariwisata.
c. Menjalin mitra kerjasama dengan perkumpulan / organisasi yang berhubungan dengan jasa pariwisata.

Berdasarkan pengamatan dari peneliti, peran swasta disini masih sangat minim sekali. Mereka lebih memilih menanamkan modalnya untuk usaha yang

menjanjikan keuntungan seperti hotel dan rumah makan saja. Sedangkan untuk urusan yang lebih vital mengenai pengembangan obyek wisata sudah mulai ada kerjasama antara pemerintah daerah dengan swasta seperti kerjasama dalam hal biro perjalanan wisata. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Dra. Endang Suyatikah selaku Kasubbag Tata Usaha :

> "Memang benar bahwa peran swasta dalam pengembangan disini masih minim. Mereka lebih berorientasi kepada keuntungan jadi mereka lebih memilih untuk menanamkan modalnya pada usaha yang jelas keuntungannya seperti hotel dan restoran serta sekarang sudah banyak muncul biro perjalanan wisata. Meskipun begitu pihak swasta secara tidak langsung memberikan kontribusi sehingga pengembangan pariwisata bisa maksimal". (Wawancara tanggal 2 Desember 2007, jam 09.30 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

4) Pengembangan Kemampuan Pegawai Sebagai Pelaksana

Dalam perencanaan pembangunan sektor kepariwisataan selain peran serta masyarakat dan swasta adalah dari pegawai/aparatur pemerintah khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi itu sendiri.

Ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Dra. Endang Suyatikah selaku Kasubbag Tata Usaha :

> "Untuk melihat keberhasilan suatu program/perencanaan pengembangan wisata juga tergantung pada kualitas dan kuantitas pegawai sebagai koordinator. Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang membutuhkan kerjasama dengan pemerintah kota dalam membantu upaya pengembangan kemampuan yang ada, sehingga program – program yang dibuat dapat berjalan sebagaimana mestinya". (Wawancara tanggal 2 Desember 2007, jam 09.40 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Malang dalam mengembangkan kualitas pegawai di bidang pariwisata antara lain :

a. Dengan diadakannya diklat fungsional tentang kepariwisataan, informasi dan komunikasi bagi pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi. Dengan adanya diklat tersebut, diharapkan bisa bekerja secara profesional sesuai bidangnya yaitu bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi para wisatawan dan bisa memberikan masukan bagi langkah perkembangan industri pariwisata yang begitu multidimensional. Hal ini dilakukan karena hampir seluruh pegawai dinas pariwisata tidak memiliki latar belakang pendidikan dibidang pariwisata.

b. Mengikuti kegiatan lain untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di sektor pariwisata misalnya dengan mengikuti seminar – seminar kepariwisataan baik dari pemerintah maupun swasta, dan kursus – kursus yang berhubungan dengan pariwisata baik didalam maupun di luar kota Malang.

Hal ini sesuai dengan wawancara peneliti dengan Kasubbag Umum bahwa :

"Usaha yang telah dilakukan oleh pemkot Malang dalam meningkatkan kualitas aparatur di bidang pariwisata adalah mengharuskan para pegawai untuk mengikuti diklat, kursus maupun seminar – seminar di bidang kepariwisataan mengingat sebagian bersar latar belakang yang dimiliki bukan dari pendidikan pariwisata". (Wawancara tanggal 2 Desember 2007, jam 09.50 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

b. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana dan prasarana pariwisata merupakan kelengkapan suatu daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana dan prasarana wisata didaerah tujuan wisata maupun objek wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik kualitatif maupun kuantitatif. Sarana dan prasarana wisata secara kualitatif menunjuk pada jumlah sarana dan prasarana wisata yang disediakan dan secara kuantitatif menunjuk pada mutu pelayanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan. Dalam rangka pengembangan potensi pariwisata Kota Malang, pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang melakukan pengembangan antara lain dengan mengembangkan sarana dan prasarana pariwisata. Layak tidaknya suatu daerah dapat disebut sebagai daerah tujuan wisata sangat ditentukan oleh keadaan dan tersedianya sarana dan prasarana pariwisata yang bisa menciptakan rasa nyaman sehingga wisatawan akan merasa betah dan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata.

Pemerintah Kota Malang khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam melakukan pengembangan sarana dan prasarana tersebut bekerja sama dengan berbagai stakeholders yaitu masyarakat dan swasta

serta sektor lain yang terkait. Usaha pengembangan sarana dan prasarana untuk kawasan pariwisata di Kota Malang antara lain :

1. Sarana Kepariwisataan

a. Sarana Pokok Kepariwisataan

Sarana pokok kepariwisataan sangat penting keberadaannya dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang berwisata di Daerah Tujuan Wisata sehingga mereka merasa nyaman dan betah untuk tinggal disana. Sarana pokok pariwisata tersebut antara lain : hotel/penginapan, depot/rumah makan.

1) Hotel dan Penginapan

Hotel merupakan sarana prasarana pariwisata yang sangat mendukung bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan karena dengan penyediaan tempat tinggal bagi wisatawan dapat menunjukkan indikator seberapa lama wisatawan itu tinggal pada suatu daerah tujuan wisata serta sebagai perwujudan pelayanan peristirahatan wisatawan. Berdasarkan dari data yang didapat selama penelitian, bahwa di Kota Malang banyak terdapat hotel dan penginapan.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ibu Ida Ayu selaku Kasi Pelayanan Infomasi :

> "Untuk sarana hotel yang ada sudah sangat berkembang. Dari hotel itu sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu jenis melati dan jenis bintang. Perbedaannya terletak pada jumlah kamar hotel dan tarif yang ditawarkan serta fasilitas – fasilitas yang antara yang melati dan bintang berbeda." (Wawancara tanggal 4 Desember 2007, jam 09.00 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

Upaya pengembangan sarana hotel baik bintang maupun melati di kota Malang adalah :

a. Meningkatkan kualitas SDM pelayanan hotel dengan memberikan ciri khas pada masing – masing hotel dengan mengangkat nilai – nilai budaya kedaerahan dalam memberikan pelayanan kepada tamu hotel;
b. Meningkatkan kualitas pelayanan usaha sarana perhotelan dengan memberi rasa aman, tentram, nyaman dan tenang kepada wisatawan/tamu yang datang ke kota Malang;
c. Pembuatan buku saku usaha perhotelan dan pendukungnya dalam memudahkan pemberian informasi kepada wisatawan/masyarakat yang membutuhkan;

d. Menyediakan perangkat hukum bagi kegiatan usaha sarana akomodasi dan memberikan perlindungan hukum serta ketenangan dalam melaksanakan aktivitas usaha jasa perhotelan kepada masyarakat sesuai peraturan perundang – undangan yang berlaku;
e. Studi pembangunan pariwisata kota Malang dengan meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana akomodasi di kota Malang sesuai dengan minat pasar.

Beberapa hotel atau penginapan dan klasifikasinya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6
Sarana Hotel atau Penginapan di Kota Malang
Tahun 2008

NO.	NAMA HOTEL	ALAMAT	KAMAR	KELAS
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	AGUNG	Jl. A. I. S. Nasution 23 Malang, Telp. 0341 - 366104	45	Melati
2	ALOHA	Jl. Gajah Mada 7 Telp. 0341-326950	29	Melati
3	ARJUNO	Jl. B. S. Riadi 122 Malang, Telp. 0341 - 326929	11	Melati
4	ARMI	Jl. Kaliurang 63 Malang, Telp. 0341 - 362178	34	Melati
5	BAHAGIA	Jl. Letjen S Parman 45 Malang Telp. 0341-491930	15	Melati
6	BINTANG	Jl. Hamid Rusdi No. 97 Malang, Telp. 0341 - 362228	-	Melati
7	CAMELIA	Jl. Dr. Cipto 24 Malang, Telp. 0341 - 322426	28	Melati
8	EMMA	Jl. Trunojoyo 21 Malang Telp. 0341-324871	10	Melati

1	2	3	4	5
9	EMMA MUSTIKA SARI	Jl. Laks. Martadinata 18-24 Malang, Telp. 0341 - 364939	12	Melati
10	FLAMBOYAN	Jl. Letjend. S. Parman Malang, Telp. 0341 - 495713	24	Melati
11	GRAHA CAKRA	Jl. Cerme 16 Malang Telp. 0341-326989	52	Bintang
12	GRIYO ASRI	Jl. Mayjend. Panjaitan Malang	17	Melati
13	GRIYO MARGOSUKO	Jl. KH. Ahmad Dahlan Malang, Telp. 0341 - 324169	33	Melati
14	H. S. KASABRA	Jl. Gresik No. 2 Malang	-	Melati
15	HELIOS	Jl. Pattimura 37 Malang, Telp. 0341 - 362741	24	Melati
16	HOME STAY TRISNA ASIH	Jl. Diponegoro 19 Malang	-	Melati
17	KAHURIPAN	Jl. Kahuripan 11 - 15 Malang, Telp. 0341 - 350 426	10	Melati
18	KALPATARU	Jl. Kalpataru 41 Malang, Telp. 0341 - 484484	30	Melati
19	KARTIKA GRAHA	Jl. Jakgung Suprapto 17 Malang, Telp. 0341 - 361900	79	Bintang
20	KARTIKA KUSUMA	Jl.Kahuripan 12 Malang, Telp. 0341 - 352266	31	Melati
21	MALANG	Jl. Z. Arifin 85 Malang, Telp. 0341-325103	15	Melati
22	MALINDA	Jl. Zainul Arifin 37 - 39 Malang, Telp. 0341 - 364402	21	Melati
23	MANDALA PURI	Jl. PB. Sudirman 81 Malang, Telp. 0341 - 354055	24	Melati

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1	2	3	4	5
24	MANSION	Jl. Martadinata 9 Malang, Telp. 0341 - 364946	30	Melati
25	MEGAWATI	Jl. Pang. Sudirman 99 Malang, Telp. 0341 - 364724	32	Melati
26	MENARA	Jl. Pajajaran 5 Malang, Telp. 0341 - 362871	20	Melati
27	MONTANA I	Jl. Kahuripan 9 Malang, Telp. 0341 - 328370	73	Melati
28	MONTANA II	Jl. Candi Panggung 2 Malang, Telp. 0341 - 495885	39	Melati
29	MUTIARA	Jl. Jagung Suprapto, Telp. 0341 - 356668	36	Melati
30	NARA	Jl. Raya Arjosari Malang	16	Melati
31	NUGRAHA	Jl. Panji Suroso 16 Malang, Telp. 0341 - 475567	33	Melati
32	PAJAJARAN PARK	Jl. Letjend. Sutoyo 178 Malang, Telp. 0341-491347	50	Melati
33	PALEM I	Jl. Hasanuddin 10 Malang, Telp. 0341-365783	15	Melati
34	PALEM II	Jl. MH. Thamrin 15 Malang, Telp. 0341-325129	15	Melati
35	PELANGI I	Jl. Merdeka Selatan 3 Malang, Telp. 0341 - 365156	81	Bintang
36	PELANGI II	Jl. Gajayana Malang, Telp. 0341 - 553701	-	Melati
37	PENGINAPAN TLOGOMAS	Jl. Tlogomas Malang	-	Melati
38	PINUS	Jl. S.P. Sudarmo Malang, Telp. 0341-485324	20	Melati

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1	2	3	4	5
39	PUSPASARI	Jl. Kol. Sugiono I/9 Malang, Telp. 0341-802809	21	Melati
40	REGENT'S PARK	Jl. Jakgung Suprapto 12 - 17 Malang, Telp. 0341 - 363388, 361407	99	Bintang
41	RICHE	Jl. Basuki Rachmad 1, Telp. 0341 - 326950	52	Melati
42	ROYAL INN	Jl. Tenaga Baru 1/5 Malang	25	Melati
43	SAMPURNA ASRI	Jl. Kol. Sugiono 116 Malang, Telp. 0341 - 320662	18	Melati
44	SANTIKA	Jl. Letjen Sutoyo No. 79 Malang 65141, Telp. 0341 - 405405	112	Bintang
45	SANTOSO	Jl. K.H. Agus Salim 24 Malang, Telp. 0341 - 366889	58	Melati
46	SERAYU	Jl. Serayu 3 Malang, Telp. 0341 - 491673	27	Melati
47	SIMPANG TIGA	Jl. Margono 56 Malang, Telp. 0341-362772	10	Melati
48	SPLENDID INN	Jl. Majapahit 2 - 4 Malang, Telp. 0341 - 366860	73	Bintang
49	SRIWIJAYA	Jl. A. Munandar 43 Malang, Telp. 0341 - 320803	18	Melati
50	HOTEL TUGU	Jl. Tugu 3 Malang Telp. (0341) 363891	100	Bintang
51	THE GRAND PALACE HOTEL	Jl. Ade Irma Suryani 23 Malang, Telp/fax. 0341-332900/ 360630	51	Bintang

Sumber : Malang City Tourism Profile

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan jumlah hotel atau penginapan ada 51 buah. Dimana terdapat 8 buah hotel kelas bintang, dan 43 hotel kelas melati. Perbedaan antara hotel jenis bintang dan melati

antara lain jumlah kamar, besarnya tarif serta fasilitas – fasilitas yang terdapat didalam hotel itu sendiri baik itu pelayanan, ruangan AC, dan lain – lain.

Adapun letak dari pada hotel atau penginapan tersebut terletak di pusat kota sehingga para wisatawan yang ingin tinggal lebih lama tidak merasa kesulitan dalam mencari tempat tinggal sementara untuk menikmati keindahan obyek wisata sekaligus memberikan keuntungan bagi daerah karena memberikan pemasukan devisa yang secara langsung meningkatkan pendapatan asli daerah.

2) Rumah Makan atau Restoran

Rumah makan atau restoran adalah sarana prasarana pariwisata yang sangat membantu dalam mempromosikan makanan – makanan khas Kota Malang sehingga pemenuhan kebutuhan antar wisatawan dan pemerintah daerah dapat saling terpenuhi. Upaya untuk mengembangan sarana rumah makan adalah :

a. Peningkatan kualitas SDM pelayanan rumah makan dengan memberi ciri khas pada masing – masing rumah makan dengan menu – menu khusus dalam memberikan pelayanan kepada tamu;
b. Penertiban ijin operasional usaha rumah makan;
c. Meningkatkan kualitas pelayanan usaha sarana rumah makan dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada para tamu;
d. Pembuatan buku saku mengenai informasi daftar rumah makan yang ada di kota Malang kepada masyarakat yang membutuhkan.

Tabel 7
Beberapa Rumah Makan dan Restoran di Kota Malang
Tahun 2008

NO	NAMA	ALAMAT
1	2	3
1	Ayam Goreng Pemuda	Jl. Semeru 38A Malang
2	Ayam Goreng PEmuda	Jl. Letjen Suparman Malang
3	Ayam Goreng Prambanan	Jl. Semeru 6 Malang
4	Borobudur	Jl.Simp. Borobudur
5	Perdana	Jl. Borobudur 2
6	Minang Agung	Jl. Basuki Rahmat 30A
7	Minang Raya	Jl. Basuki Rahmat 111
8	Kertasari	Jl. Letjen Sutoyo Malang
9	Nguling	Jl. KH. Z Arifin 82
10	RM. Kaliurang	Jl. Kaliurang 44 Malang

1	2	3
11	Soto LAmonngan	Jl. S. Riadi Malang
12	Soto Lombok	Jl. Sumba 2 Malang
13	Sop Konro – Sop SAudara	Jl. Tlogomas 03 Malang
14	Soto Makasar	Jl. Galunggung 31 Malang
15	Ayam Bakar Wong Solo	Jl. Arjuno
16	Depot Soto Lamongan	Jl. Raya Tlogomas
17	Depot Bajang Lima	Jl. Tlogomas
18	Soto Kambing Ngelo	Jl. Raya Tlogomas
19	Kafe KOPMA Unibraw	Jl. MT. Haryono
20	Depot Arau Indah	Jl. Gajayana
21	Pecel Madiun	Jl. Soekarno Hatta
22	Ayam Goreng GAMA	Jl. Kalpataru 34 Malang
23	Bakpau Center	Jl. Terusan Borobudur
24	Soto Lamongan	Jl. Terusan Borobudur
25	Depot Santo Yusuf	Jl. Simpang Borobudur
26	Bakso Kota	Jl. Borobudur
27	Pecel Lele Gg. Mojo	Jl. Soekarno Hatta
28	Warung Bu Gito	Jl. Soekarno Hatta
29	Tenda Baso D 500	Jl. Soekerno Hatta
30	Depot Mie 63	Jl. Trowulan
31	Bakso Bakar Trowulan	Jl. Trowulan
32	Ayam Goreng ABC	Jl. Soekarno Hatta
33	Ayam Lodho Hj. Soetri	Jl. Soekarno Hatta
34	Warung Nyata Rasa	Jl. Gajayana 18 D
35	RM. Miroso	Jl. Soekarno Hatta
36	Bakso Kikil	Jl. Soekarno Hatta
37	Lesung KAfe	Jl. Bungur 53 Malang
38	Cafe 18	Jl. Soekarno Hatta 29 C
39	Depot Minie	Jl. Kalpataru
40	Depot Rawon Pincuk	Jl. Kaliurang 34 Malang
41	Sumber Gizi	Jl. Borobudur
42	Soto Banjar	Jl. Soekarno Hatta
43	Depot Soto Pojok	Jl. Muharto Malang
44	Warung Santai	Jl. M. Sungkono
45	Cafe Lesehan	Jl. Sawojajar 21 Malang
46	AG. Putra Prambanan	Jl. Danau Toba 19 – 20
47	Soto Ayam Surabaya	Jl. Komp Ruko Sawojajar
48	Soto Lamongan	Jl. Raya Sawojajar 107
49	RM. Salam MAnis	Jl. L Martadinata
50	RM. Azaria	Jl. Mayjen Sungkono
51	Soto ayam lamongan	Jl. A. Yani Malang
52	Soto ayam lamongan	Jl. Jendral A. Yani Malang
53	RM. Pondok Indah	Jl. Panji Suroso
54	Depot Goyang Lidah	Jl. Borobudur
55	Warung Ampera	Jl. Borobudur

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1	2	3
56	Depot Kendedes	Jl. Terusan Borobudur
57	Depot Pojok	Jl. Borobudur 12
58	Bakso cabang Stasiun	JL. Sunandar Priyo
59	Depot Bakwan Sampurna	Jl. Hamid Rusli
60	Depot Es Lilin	Jl. SP Sudarmo 27
61	Depot Roti Goreng	Jl. Gatot Subroto
62	Pecel Blitar	Jl. Adi Sucipto 11
63	Warung Gloria	Jl. A. Yani 30
64	Warung Lumayan	Jl. A. Yani 30
65	Warung Enggal	Jl. A. Yani 40
66	Warung Blitar	Jl. Candi jago 2
67	Soto Lamongan	Jl. Adi Sucipto 104
68	Nasi Pecel rakyat	Jl. Borobudur Pojok
69	Warung Nasi Waru 1	Jl. Borobudur Pojok
70	Mitra Food Center II	Jl. Letjen Sutoyo
71	Alfa Foof Center	Jl. A. Yani
72	Restoran & Cafe Araya Golf	Jl. Sedap Malam SB
73	KFC Mitra II	Jl. Letjen Sutoyo
74	Cafe Excelso	Plasa Araya Malang
75	Es Teler 77	Plasa Araya Malang
76	Food Center Raya	Jl. Kompleks Pertokoan Araya
77	KFC Tops Araya	Jl. Plasa Araya
78	Depot rawon Brintik	Jl. Diponegoro
79	Depot Disiko Jaya	Jl. Trunojoyo 14
80	Ayam Goreng Suropati	Jl.Trunojoya 12
81	DP Asri Saitun	Jl. Dr. Cipto 6 – 7
82	Sate Gule Poniran	Jl. Thamrin 6
83	Depot Kurnia Ria	Jl. Trunojoyo 48
84	Depot Soto Rampal	Jl. Penglima Sudirman
85	Pangsit Mie Pattimura	Jl. Patimura
86	Depot Soto Madura	Jl. Trunojoyo 20
87	Depot Soto Ambengan	Jl. Pattimura
88	Warung Bu Matirah	Jl. Trunojoyo
89	Kupang Pasuruan	Jl. Dr Cipto
90	Depot Sari Rasa	Jl. RA Suprapto
91	Depot Tiga Jaya	Jl. Letjen Sutoyo 42
92	Depot Nguling	Jl. Merdeka Timur
93	RM. Marhan	Jl. SW Pranoto
94	Depot Podo Seneng	Jl. Kiai Tamin
95	Depot Soto Lonceng	Jl. Kiai Tamin
96	Depot Jawa	Jl. Z Arifin
97	Ronde Pecinan	Jl. Pasar Besar
98	Sate Bang Saleh	Jl. Ade Irma Suryani
99	Depot Kalimas	Jl. Arif Margono 43
100	Depot Semeru	Jl. Semeru 27

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1	2	3
101	RM. Minang Agung	Jl. Basuki Rahmat 30
102	Depot Es Talun	Jl. AR Hakim
103	Warung Rujak Tenes	Jl. Tenes
104	Ayam Goreng Tenes	Jl. Tenes
105	Depot Ampera	Jl. Ade Irma Suryani
106	Warung Soto Jawa	Jl.Kauman 5
107	Pecel Kediri	Jl.Semeru
108	Depot Aru	Jl. KH Ashari
109	Depot Simpang Tiga	Jl. BS. Riadi
110	Depot Windalis	Jl. Bromo 28
111	Sate Gebug	Jl. Basuki rahmat
112	Bakso Duro	Jl. Gede Malang
113	Warung Nasi Welirang	Jl. Welirang 1/50
114	RM. AG Prambanan	Jl. Bromo 37A
115	RM Ikan Segar Galunggung	Jl. Galunggung
116	Pujasera DIeng	Jl. Dieng 27

Sumber : Malang City Tourism Profile

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui bahwa di Kota Malang terdapat banyak sekali rumah makan/depot yang menyediakan berbagai macam jenis makanan. Rumah makan di Kota Malang rata – rata buka dari jam 08.00 WIB sampai pukul 22.00 WIB. Dibeberapa kawasan obyek wisata juga terdapat warung makanan sederhana milik masyarakat sekitar obyek wisata.

Berikut wawancara dengan Ibu Ida Ayu selaku Kasi Pelayanan Informasi :

> "Keadaan sarana dan prasarana pariwisata di kota Malang sangat bervariasi sekali. Ini terbukti dengan adanya munculnya sarana dan prasarana baik itu hotel, restoran, RM, Depot, Biro Perjalanan Wisata yang semakin bertambah jumlahnya. Untuk sarana Rumah Makan, depot, kami hanya bisa memberikan pembinaan dan pengawasan supaya mereka lebih meningkatkan pelayanan dan sekaligus juga secara tidak langsung mengenalkan makanan khas Jatim". (Wawancara tanggal 4 Desember 2007 jam 09.15 di Kantor Parinkom Kota Malang)

3) Usaha Perjalanan Wisata

Usaha perjalanan wisata ini terdiri dari Biro Perjalanan Wisata (BPW)/Cabang BPW (CBPW)/Agen Perjalanan Wisata (APW). Usaha perjalanan wisata ini memberikan kemudahan bagi para wisatawan untuk datang dan berkunjung ke lokasi obyek wisata yang ada. Dalam hal ini, pemerintah daerah kota Malang bekerja sama dengan beberapa agen perjalanan wisata guna

memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana wisata. Wawancara dengan Ibu Ida Ayu selaku Kasi Pelayanan Informasi :

> "Peran swasta disini adalah dalam hal pengembangan pariwisata di Kota Malang ini yaitu dengan munculnya agen – agen biro perjalanan wisata yang siap memberikan pelayanan kepada wisatawan yang ingin menikmati wisata di Kota Malang. Jadi tugas Dinas Parinkom disini sedikit terbantu sehingga pengembangan pariwisata diharapkan bisa berjalan". (Wawacara tanggal 4 Desember 2007, jam 10.00 WIB di Kantor Dinas Parinkom Kota Malang)

Upaya yang dilakukan untuk mengembangkan usaha perjalanan wisata antara lain :

a. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengguna jasa usaha perjalanan wisata melalui sikap yang ramah tamah dan penuh tanggung jawab;
b. Meningkatkan fasilitas yang diperlukan para pengusaha jasa usaha perjalanan wisata yang sesuai dengan tingkat kebutuhan para pengguna jasa;
c. Membuat peraturan hukum dan ijin usaha tentang pelaksanaan ketentuan usaha perjalanan wisata baik BPW/CBPW maupun APW.

Berikut beberapa daftar biro perjalanan wisata yang ada di kota Malang antara lain :

Tabel 8
Usaha Transportasi dan Travel di Kota Malang

NO	Nama Perusahaan	Alamat
1	2	3
1	PT. Mujur Surya T&T	Jl. Bromo 33
2	PT. ARA T&T	Jl. Galunggung 2
3	PT. Tanjung Permai T&T	Jl. Basuki Rachmat 41
4	PT. Alfa Jaza Antero T&T	Jl. Thamrin 1
5	PT. MUM T&T	Jl. B.S. Riadi 137
6	PT. Mia Wisata Mandiri T&T	Jl. Kalimasa III/3
7	PT. Dermaga Adi Kencana	Jl. Sugiyowiryo Pranoto
8	PT. Penghela Swadesi	Jl. Basuki Rachmat 95A
9	PT. Tunas Mandiri Jaya	Jl. Tidar 2B
10	PT. Wisata Lintas Benua	Jl. Basuki Rachmat 24F
11	PT. Rajabally Tour & Travel	Jl. Semeru 4
12	CV. Arwana T&T	Jl. Bendungan Sutami 110 A
13	CV. Kezha T&T	Jl. Galunggung 77
14	CV. Andhika Wisata T&T	Jl. D.Paniai IV H7 B13
15	CV. Bromo Holiday	Jl. Pringgondani 3

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1	2	3
16	CV. Sunrise Holiday T&T	Jl. Majapahit 1 – K
17	CV. Mitra T&T	Jl. Hamid Rusdi K – 70
18	CV. Widhi T&T	Jl. Joyo Raharjo 281 B
19	CV. Aisyah Jaya Wisata T&T	Jl. D. Maninjau Barat IIB 1 F 7
20	CV. Kirana T&T	Jl. Kalimasa III/3
21	CV. Swarna Utaman T&T	Jl. Ki Ageng Gribig II.26
22	CV. Adi	Jl. Rajakwesi 8
23	CV. Hadatu	Jl. Galunggung 51 A
24	PT. Pasopati T&T	Jl. Basuki Rachmat 11E
25	PT. Haryono T&T	Jl. Kahuripan 22
26	PT Linda Jaya T&T	Jl. KH. Zainul Arifin 21
27	PT. Anta Express & Travel	Jl. Pasar Besar Wetan 28
28	Juwita Travel	Jl. KH. Agus Salim 11 Terusan IV B
29	Bintang Tiga Travel	Jl. Ir Rais 115
30	PT. Sumber Rejeki Jaya	Puri Cempaka Putih III BJ. 74
31	PT. Panega Jaya Utama	Jl. Kalimasodo
32	CV. Danama T&T	Jl. Danau Maninjau 117
33	Phinastika Transport	Jl. Perum Griyasanta Blok E. 331
34	Yolla Transport	Jl. Galunggung 51A

Sumber : Malang City Tourism Profile

Tabel 9
Daftar Airlines Tickets

NO.	Nama Perusahaan	Alamat
1	2	3
1	Bouraq Airlines	Jl. J. Agung Suprapto 68D Malang
2	Merpati Airlines	Jl. Basuki Rachmad 1 Malang
3	Garuda Indonesia Airways	Jl. Jaksa Agung Suprapto 17 Malang
4	Lion Air	Jl. Jaksa Agung Suprapto 17 Malang
5	Sriwijaya Air	Jl. Ruko Kawi Atas 43E Malang
6	Mandala Airlines	Jl. Jaksa Agung Suprapto Malang
7	PT. Haryono	Jl. Kahuripan 22 Malang
8	PT. Mujur Surya	Jl. Bromo 33 Malang
9	Yolla Transport	Jl. Galunggung 5` Malang
10	Pasopati	Jl. Basuki Rachmad 11E Malang

Sumber : Malang City Tourism Profile

Tabel 10
Taxi Services

NO.	Nama Perusahaan	Telp.
1	2	3
1	CITRA KENDEDES TAXI	(0341) 495101
2	ARGO TAKSI	(0341) 490444
3	MANDALA TAKSI	(0341) 474747
4	BIMA TAKSI	(0341) 717171

Tabel 11

Kode Transportasi Kota (*City Transportation Code*)

NO.	KODE	TRAYEK
1	2	3
1	A-G	ARJOSARI-GADANG
2	G-A	GADANG-ARJOSARI
3	ADL	ARJOSARI-DINOYO-LANDUNGSARI
4	LDG	LANDUNGSARI-DINOYO-GADANG
5	GM	GADANG-MADYOPURO
6	MT	MULYOREJO-MADYOPURO
7	MK	MADYOPURO-KARANG BESUKI
8	ABG	ARJOSARI-BOROBUDUR-GADANG
9	AJG	ARJOSARI-JANTI-GADANG
10	AMG	ARJOSARI-MERGOSONO-GADANG
11	CKL	CEMOROKANDANG-LANDUNGSARI
12	AT	ARJOSARI-TIDAR
13	AL	ARJOSARI-LANDUNGSARI
14	LG	LANDUNGSARI-GADANG
15	GL	GADANG-LANDUNGSARI
16	ASD	ARJOSARI-SOEKARNOHATTA-DIENG
17	GML	GADANG-MERGAN-LANDUNGSARI
18	PBB	POLOWIJEN-BOROBUDUR-BUNUL
19	JPK	JOYOGRAND-PIRAHNA-KARANGLO
20	JDM	JOYOGRAND-DINOYO-MERGAN
21	TST	TLOGOWARU-SARANGAN-TASIKMADU
22	MKS	MULYOREJO-KLAYATAN-SUKUN
23	TAT	TLOGOWARU-ARJOWINANGUN-TIRTOSARI
24	TSG	TAWANGMANGU-SOEKARNOHATTA-GASEK

Sumber : Malang City Tourism Profile

b. Sarana Pelengkap Kepariwisataan

Keberadaan sarana pelengkap juga tidak kalah pentingnya dengan sarana pokok kepariwisataan. Yang dimaksud sarana pelengkap kepariwisataan yaitu fasilitas – fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok, yang fungsinya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata. Termasuk dalam kelompok ini adalah fasilitas – fasilitas untuk berolehraga dan beribadah.

c. Sarana Penunjang Kepariwisataan

Sarana penunjang yang termasuk kedalam kelompok ini adalah pasar seni. Keberadaan pasar seni sangat mendukung terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata tertentu. Dengan adanya pasar seni, maka

wisatawan dapat membeli berbagai oleh – oleh yang merupakan ciri khas obyek wisata yang telah dikunjungi.

2. Prasarana Kepariwisataan

a. Prasarana Transportasi

Pembangunan prasarana jalan memiliki fungsi yang penting bagi kelancaran arus transportasi. Prasarana jalan yang ada di kota Malang sudah memadai. Ini ditandai dengan semakin membaiknya kondisi jalan dan jembatan sehingga para wisatawan yang akan berwisata. Demikian juga dengan prasarana jalan yang menghubungkan ke lokasi obyek wisata yang ada di kota Malang, kondisinya sudah baik.

Hal ini dibenarkan oleh salah satu pengunjung Obyek wisata Taman Krida Budaya Jawa Timur yang menyatakan bahwa :

> "Jika saya lihat, sarana jalan menuju ke obyek wisata dikota Malang sudah sangat baik. Begitu juga dengan angkutan dalam kota juga sudah sangat mendukung sehingga para wisatawan tertarik untuk datang kembali mengunjungi obyek wisata yang ada." (Wawancara dengan Bapak Sudarsono selaku pengunjung obyek wisata Taman Krida Budaya, Minggu, 7 Oktober 2007).

Untuk memperlancar transportasi di kota Malang sudah berdiri 1 terminal besar yaitu Arjosari dan beberapa terminal kecil (Gadang, Landung Sari). Begitu juga dengan hubungan antar kota, baik antar kota dalam provinsi maupun antar kota antar provinsi lainnya sudah lancar.

b. Prasarana Utilitas

Yang termasuk prasarana utilitas adalah penerangan listrik dan penyediaan air bersih. Dalam hal listrik, pemerintah kota Malang bekerja sama dengan Perusahaan Listrik Negara (PLN). Jaringan listrik PLN di Kota Malang sudah tersedia secara merata di kota Malang terutama di daerah pemukiman penduduk dipusat – pusat Kecamatan bahkan untuk wilayah pedesaan pun fasilitas ini sudah dapat dijangkau.

Sedangkan untuk kebutuhan air bersih, berdasarkan pengamatan penulis, masyarakat kota Malang mengkonsumsi air yang berasal dari air minum yang

dikelola oleh PDAM dan air sumber yang berasal dari air sumur. Sehingga kebutuhan akan air bersih bagi masyarakat kota Malang dapat terpenuhi dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

c. Prasarana Kesehatan

Salah satu prasarana penunjang kepariwisataan yang harus ada pada daerah tujuan wisata adalah tersedianya prasarana pelayanan kesehatan bagi masyarakat maupun bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata tertentu. Jaminan pelayanan kesehatan untuk menunjang kegiatan kepariwisataan yang paling utama bagi masyarakat maupun para wisatawan yang berkunjung di kota Malang. Untuk itu pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah daerah khususnys Dinas Kesehatan kota Malang adalah dengan mendirikan beberapa rumah sakit besar dan puskesmas di tiap – tiap kecamatan untuk menghindari kal – hal yang tidak diinginkan khususnya di daerah obyek wisata.

Tabel 12
Perkembangan Sarana Kesehatan di Kota Malang
Tahun 2005

NO	SARANA KESEHATAN	JUMLAH
1	**2**	**3**
1	Rumah Sakit Umum	7
2	Rumah Sakit Khusus Bedah	1
3	Rumah Sakit Anak dan Bersalin	1
4	Rumah Sakit Bersalin	3
5	Rumah Bersalin	17
6	Puskesmas	15
7	Puskesmas Pembantu	33
8	Puskesmas Keliling	18
9	Balai Pengobatan di luas RS	55
10	Balai Pengobatan Gigi di luar RS	0
11	Balai Kesehatan Ibu dan Anak	10
12	Apotik	125
13	Rumah Obat / Toko Obat	12
14	Laboratorium Kesehatan	16
15	Optikal	27

Sumber : Malang City Tourism People

d. Prasarana Perbankan

Dalam pengembangan prasarana perbankan, pemerintah daerah kota Malang dapat dikatakan sudah bisa memenuhi kebutuhan transaksi masyarakatnya, khususnya dalam pelayanan penukaran mata uang asing para wisatawan mancanegara. Di kota Malang pertumbuhan Bank – Bank baik yang dikelola oleh pemerintah atau swasta cukup menggembirakan. Hal ini sangat membantu upaya kelancaran pariwisata itu sendiri. Untuk itu, pemerintah daerah kota Malang sudah membangun dan menempatkan bank – bank pemerintah seperti : BRI, BNI, BTN, BNI Syariah, BPD, Bank Jatim. Sedangkan untuk bank – bank swasta antara lain : BCA, Bank Mega, Bank Lippo, BII, dll.

e. Prasarana Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam suatu hubungan. Maka dari itu, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang benar – benar memperhatikan untuk tersedianya fasilitas komunikasi. Adapun usaha yang dilakukan adalah dengan penambahan jaringan telpon umum terutama yang berada di kota kecamatan, baik itu telepon umum biasa, telepon umum kartu, dan usaha – usaha wartel yang jangkauannya lokal, SLJJ, SLI dan Handphone. Prasarana komunikasi ini perlu ditingkatkan dari segi kuantitas maupun kualitas guna mendorong pembangunan kota Malang pada umumnya dan pengembangan di bidang kepariwisataan pada khususnya.

f. Keamanan

Penyediaan prasarana keamanan mutlak diperlukan dalam pengembangan kepariwisataan, karena hal ini merupakan salah satu syarat untuk memberikan rasa aman bagi para wisatawan. Untuk menjaga kestabilan keamanan dan ketertiban masyarakat, maka pemerintah daerah kota Malang melakukan tindakan dengan bekerjasama dan melakukan koordinasi dengan instansi yang terkait antara lain kepolisian sektor terdekat, Koramil, Babinsa, pengelola obyek wisata dan masyarakat disekitar obyek wisata. Biasanya pos – pos keamanan di tiap – tiap obyek wisata masih dijadikan satu dengan pos retribusi.

g. Pelayanan Wisatawan

Dalam hal pelayanan wisatawan ini, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi menganjurkan kepada para pengelola obyek wisata untuk bisa menyediakan jasa pramuwisata. Keberadaan pramuwisata ini akan sangat membantu dalam penyebaran informasi tentang asal usul maupun sejarah dari obyek wisata itu sendiri sehingga para wisatawan khususnya dari mancanegara dalam menikmati obyek wisata dan keindahan alam yang dikunjungi.

Hal ini sesuai wawancara dengan Kasi Pelayanan Informasi yang mengatakan bahwa :

> "Peranan pramuwisata sangat berperan sekali terutama dalam memberikan informasi kepada wisatawan mancanegara yang datang dan berkunjung di Malang. Mereka terdiri dari berbagai macam spesialisasi bahasa seperti Belanda, Jepang, dan Inggris". (Wawancara tanggal 7 Desember 2007, jam 09.00 WIB di Kantor Parinkom Kota Malang)

2. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah

a. Pendapatan Daerah dari Sektor Pariwisata

Dari penjelasan sebelumnya, diketahui bahwa sektor pariwisata mempunyai pengaruh dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah khususnya bagi masyarakat daerah. Tujuan dari diadakannya kebijaksanaan untuk mengembangkan secara aktif potensi obyek wisata yang ada di kota Malang adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Berikut data mengenai perkembangan jumlah wisatawan di kota Malang.

Tabel 13
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kota Malang
Tahun 2003 s/d 2006

No	Tahun	Wisatawan		Jumlah
		Nusantara	Mancanegara	
1	2	3	4	5
1	2003	58.710	117	58.827
2	2004	63.821	787	64.608
3	2005	42.372	660	43.032
4	2006	70.993	787	71.780

Sumber : Data Sekunder Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Malang baik itu domestik maupun wisatawan mancanegara pada tahun 2003 mencapai 58.827 orang, kemudian pada tahun 2004 mengalami kenaikan yaitu sejumlah 64.608 orang. Tetapi pada tahun 2005 mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan menjadi 43.032 orang. Dan pada tahun 2006 menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan mencapai 71.780 orang.

Hal ini sesuai wawancara dengan Kasi Pelayanan Informasi yang menyatakan bahwa :

> Penurunan jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara disebabkan oleh adanya pengaruh krisis ekonomi dan politik serta ditambah dengan adanya kasus bom Bali yang menyebabkan dunia pariwisata Indonesia menurun.Hal ini sangat berpengaruh terhadap kemampuan dan keamanan wisatawan yang datang dan berkunjung ke Indonesia dan kota Malang pada khususnya. (Wawancara tanggal 7 Desember 2007, jam 09.00 WIB di Kantor Parinkom Kota Malang)

Untuk pendapatan asli daerah yang berasal dari sektor pariwisata dapat diperoleh dari beberapa jenis pendapatan yang berasal dari pariwisata saja yaitu pajak hotel dan restoran, pajak hiburan dan retribusi. Retribusi dari sektor pariwisata terdiri dari retribusi usaha jasa pariwisata, retribusi usaha jasa sarana pariwisata dan retribusi usaha obyek dan daya tarik wisata. Untuk mengetahui seberapa besar pendapatan daerah yang diberikan dari sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14
Realisasi PAD dari Sektor Pariwisata
Per Jenis Pendapatan di Kota Malang Tahun 2003 s/d 2006

No	Tahun	Jenis Pendapatan Dari Jenis Pariwisata	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%
1	2	3	4	5	6
1	2003	a. Pajak	**6.620.000.000,00**	**6.856.108.295,35**	**103,57**
		- Pajak Hotel	1.370.000.000,00	1.425.263.612,45	104,03
		- Pajak Restoran	4.100.000.000,00	4.276.585.899,90	104,31
		- Pajak Hiburan	1.150.000.000,00	1.154.258.783,00	100,37
		b. Retribusi	**22.000.000,00**	**24.640.900,00**	**112**
		- Usaha Jasa Pariwisata	1.750.000,00	2.120.900,00	121,19
		- Sarana Pariwisata	8.250.000,00	9.200.000,00	111,52
		- Obyek dan Daya Tarik	12.000.000,00	13.320.000,00	111
		Jumlah	**6.642.000.000,00**	**6.880.749.195,35**	**103,59**
2	2004	a. Pajak	**7.675.650.000,00**	**8.228.030.738,20**	**107,20**
		- Pajak Hotel	1.606.950.000,00	1.619.047.811,75	100,75
		- Pajak Restoran	4.845.000.000,00	5.322.202.311,20	109,85
		- Pajak Hiburan	1.223.700.000,00	1.286.780.615,25	100,12
		b. Retribusi	**23.750.000,00**	**24.125.500,00**	**101,58**
		- Usaha Jasa Pariwisata	2.250.000,00	2.325.500,00	103,36
		- Sarana Pariwisata	8.500.000,00	8.525.500,00	100,3
		- Obyek dan Daya Tarik	13.000.000,00	13.274.500,00	102,11
		Jumlah	**7.699.400.000,00**	**8.252.156.238,20**	**107,18**
3	2005	a. Pajak	**10.856.981.250,00**	**10.207.345.328,60**	**94,02**
		- Pajak Hotel	2.757.000.000,00	2.784.330.664,00	100,99
		- Pajak Restoran	6.599.981.250,00	5.921.163.589,60	89,71
		- Pajak Hiburan	1.500.000.000,00	1.501.851.075,00	100,12
		b. Retribusi	**25.000.000,00**	**25.461.800,00**	**101,85**
		- Usaha Jasa Pariwisata	7.250.000,00	2.950.000,00	40,69
		- Sarana Pariwisata	9.000.000,00	13.625.000,00	151,39
		- Obyek dan Daya Tarik	8.750.000,00	8.886.800,00	101,56
		Jumlah	**10.881.981.250,00**	**10.232.807.128,60**	**94,03**
4	2006	a. Pajak	**11.234.981.250,00**	**11.348.983.517,68**	**101,01**
		- Pajak Hotel	3.100.000.000,00	3.315.721.013,27	106,96
		- Pajak Restoran	6.559.981.250,00	6.653.121.175,41	100,81
		- Pajak Hiburan	1.575.000.000,00	1.380.141.329,00	87,63
		b. Retribusi	**32.000.000,00**	**32.768.700,00**	**102,40**
		- Usaha Jasa Pariwisata	3.300.000,00	3.250.000,00	96,48
		- Sarana Pariwisata	9.675.000,00	7.350.000,00	75,97
		- Obyek dan Daya Tarik	19.025.000,00	22.168.700,00	116,52
		Jumlah	**11.266.981.250**	**11.381.752.217,68**	**101,02**

Sumber : Data Sekunder yang diolah

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pendapatan daerah dari sektor pariwisata di Kota Malang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan melebihi target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2003, penerimaan pendapatan dari sektor pariwisata sebesar Rp. 6.880.749.195,35 dengan persentase sebesar 103,59 % kemudian tahun 2004 meningkat menjadi Rp. 8.252.156.238,20, dengan persentase 107,18 % menyusul tahun 2005 sebesar Rp. 10.232.807.128,60 dengan persentase 94,03 % dan yang terakhir tahun 2006 penerimaan pendapatan dari sektor pariwisata sebesar Rp. 11.381.752.217,68 dengan persentase sebesar 101,02 %.

b. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Untuk lebih mengetahui seberapa besar kontribusi Pendapatan dari sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Malang, terlebih dahulu disajikan besarnya Pendapatan Asli Daerah secara keseluruhan dari tahun 2003 s/d 2006 sebagai berikut :

Tabel 15
Realisasi PAD di Kota Malang
Tahun 2003 – 2006

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	2003	40.764.605.200,00	42.074.121.356,32	103,21
1	**2**	**3**	**4**	**5**
2	2004	25.648.275.000,00	26.409.533.752,20	102,97
3	2005	60.064.915.500,00	58.733.398.589,71	97,78
4	2006	59.990.746.371,50	62.311..313.501,19	103,87
Jumlah		**186.468.542.071,50**	**189.528.367.199,42**	**101,64**

Sumber : Data Sekunder Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang Tahun 2006

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah Pendapatan Asli Daerah Kota Malang tiap tahunnya mengalami kenaikan kecuali pada tahun 2004 mengalami penurunan sebesar Rp. 26.409.533.752,20 dengan persentase sebesar 102,97 %. Pada Tahun 2003, Pendapatan Asli Daerah yang dihasilkan sebesar Rp. 42.074.121.356,32 dengan persentase sebesar 103,21 %, akan tetapi pada tahun 2004 mengalami penurunan sebesar Rp. 26.409.533.752,20 tetapi tetap melebihi target yang telah ditetapkan sebesar 102,97 %. Selanjutnya pada tahun 2005 mengalami kenaikan sebesar Rp. 58.733.398.589,71 dengan persentase 97,78 %

jauh dari jumlah pada tahun sebelumnya. Dan terakhir pada tahun 2006, Pendapatan Asli Daerah yang diperoleh meningkat menjadi Rp. 62.311..313.501,19 dengan persentase sebesar 103,87 %. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan Kabag Tata Usaha yang menyatakan :

> "Untuk pendapatan asli daerah, sektor pariwisata setiap tahunnya memberikan kontribusi dalam pemasukan keuangan bagi daerah. Dari tahun ketahun rata – rata mengalami kenaikan sekitar 10% – 20%. Dan hal ini memberikan citra positif bagi pariwisata kota Malang". (Wawancara tanggal 12 Desember 2007, jam 09.15 di Kantor Dispenda Kota Malang).

Dari data diatas, bahwa tingkat pencapaian target PAD menunjukkan kecenderungan positif selama 4 (empat) tahun terakhir karena target PAD dapat dicapai lebih dari 100 %.

Selanjutnya data mengenai kontribusi yang diberikan dari sektor pariwisata terhadap PAD Kota Malang adalah sebagai berikut :

Tabel 16
Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD
Tahun 2003 – 2006

No	Tahun	Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Realisasi Pariwisata (Rp)	Persentase (%)
1	2	3	4	5
1	2003	42.074.121.356,32	6.880.749.195,35	16,35
2	2004	26.409.533.752,20	8.252.156.238,20	31,25
3	2005	58.733.398.589,71	10.232.807.128,60	17,42
4	2006	62.311..313.501,19	11.381.752.217,68	18,27
Jumlah		**189.528.367.199,42**	**36.747.464.779,83**	**19,39**

Sumber : Data sekunder yang sudah diolah

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa peranan sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang selama tahun 2003 s/d 2006 sebesar 19,39 % per tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontribusi sektor pariwisata memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan asli daerah Kota Malang.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Pengembangan Pariwisata Kota Malang

Dalam upaya melakukan pengembangan sektor pariwisata kota Malang, tentu juga menemui berbagai hambatan yang juga ditunjang oleh faktor pendukung yang dapat memaksimalkan upaya pengembangan tersebut.

Dari hasil penelitian dan pengamatan peneliti, maka ada beberapa faktor yang menjadi pendorong dan penghambat dalam pengembangan kepariwisataan di kota Malang antara lain :

a. Faktor Pendukung Pengembangan Pariwisata

1. Letak Geografis dan Kondisi Alam

Dilihat dari posisi letak geografis, kota Malang terletak pada posisi silang lalu lintas antara D.I Yogyakarta dan Pulau Bali sehingga menguntungkan untuk menarik para wisatawan datang dan berkunjung di kota Malang. Posisi ini juga didukung oleh wilayah kota Malang yang merupakan dataran tinggi dan terletak pada ketinggian 440 – 667 meter diatas permukaan laut sehingga mempunyai iklim udara yang sejuk dengan berbagai pemandangan dan panorama keindahan alam serta tata ruang kota yang baik. Hal ini sangat memberikan pngaruh yang cukup besar dalam pengembangan pariwisata di Kota Malang.

2. Perkembangan Sarana Penginapan

Perkembangan sarana hotel/penginapan di Kota Malang sangat pesat dimana hotel/penginapan merupakan salah satu fasilitas yang sangat penting bagi kelangsungan pengembangan kepariwisataan. Dengan adanya hotel berbintang maupun melati serta penginapan, menjadikan kota Malang sebagai daerah tujuan wisata bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk tinggal lebih lama. Selain itu juga, memberikan pemasukan pada daerah sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

3. UU No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan

Prinsip otonomi daerah berdasarkan UU No. 32 Tahun 2004 membuka peluang bagi daerah untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Dalam hal ini, dengan adanya UU kepariwisataan tersebut mendorong pemerintah daerah

kota Malang untuk mengembangkan, mendayagunakan obyek - obyek wisata yang memiliki potensi sehingga memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata.

4. Perkembangan Sarana Jalan dan Transportasi

Sarana jalan yang ada di kota Malang sudah baik, dimana jalan – jalan tersebut cukup lebar dengan kondisi sudah diaspal dengan baik. Ini memberikan kemudahan bagi para wisatawan untuk berkunjung dengan rasa nyaman. Sedangkan untuk sarana transportasi, perkembangannya sudah begitu pesat. Ini ditandai dengan bermunculnya biro perjalanan wisata baik itu usaha jasa transportasi dan travel. Selain itu juga jumlah angkutan umum sudah cukup memadai untuk melayani wisatawan mengunjungi obyek – obyek wisata yang ada di Kota Malang.

5. Faktor Keahlian Penduduk

Penduduk kota Malang merupakan orang yang ingin memiliki hidup yang sejahtera dan tentram khususnya dalam memenuhi kebutuhan perekonomian mereka. Dengan munculnya beberapa industri kecil seperti industri keripik tempe, industri kerajinan tangan asli Dinoyo dan pusat produksi kaos kreatif arema, memberikan anggapan bahwa masyarakat kota Malang memiliki keahlian sendiri yang berbeda beda.

b. Faktor Penghambat Pengembangan Pariwisata

Beberapa hal yang menjadi faktor – faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata di Kota Malang antara lain :

1. Masih rendahnya kualitas SDM pelaksana pengembangan pariwisata

Dengan melihat latar belakang pendidikan para pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang hampir seluruh pegawai tersebut tidak memiliki basic atau latar belakang pendidikan di bidang pariwisata sehingga mereka belum bisa melaksanakan pengembangan pariwisata secara maksimal dan bekerja secara professional. Oleh karena itu, perlu adanya pendidikan dan pelatihan untuk menunjang peningkatan kualitas tersebut. Selain itu juga, banyak

anggota masyarakat yang kurang memiliki kesadaran wisata. Padahal unsur – unsur tersebut merupakan tolak ukur dalam peningkatan kualitas pengembangan kawasan wisata.

2. Keterbatasan sarana dan prasarana dinas

Sejauh ini sangat dirasakan adanya keterbatasan sarana dan prasarana Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi. Untuk sarana gedung kantor, dapat dikatakan masih belum memadai dan masih dalam tahap renovasi sehingga menjadi salah satu faktor penghambat dalam melaksanakan tugas kedinasan. Selain itu juga, jumlah gedung jika dibandingkan dengan jumlah personil yang ada belum memenuhi standart. Pengaturan ruang kantor pun masih belum baik, fasilitas kendaraan untuk operasional dinas dan peralatan elektronik yang mendukung dalam pengambilan dan pengolahan data juga masih belum maksimal.

3. Terbatasnya Anggaran untuk bidang Pariwisata

Untuk melaksanakan pembangunan pariwisata di kota Malang sangat membutuhkan dana yang tidak sedikit sehingga menjadi masalah utama dalam pengembangan pariwisata di kota Malang khususnya pengembangan sarana dan prasarana, pemasaran dan promosi potensi pariwisata, pembinaan pengawasan. Hal ini dapat dilihat dari sulitnya pengalokasian dana dari pemkot Malang kepada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang untuk pengembangan sektor pariwisata yang harus berbenturan dengan pengembangan sektor – sektor lainnya.

4. Lemahnya Law Enforcement (Kekuatan Hukum)

Dalam hal ini, pemerintah belum mampu menerapkan hukum secara tegas. Dampak negatif dari kegiatan kepariwisataan memang ada. Masyarakat yang terlibat dan menggantungkan hidupnya di bidang pariwisata cenderung untuk mengambil keuntungan secara cepat tanpa berfikir mengenai dampak yang akan timbul. Contohnya praktek prostitusi, perjudian dan penjualan minuman keras dan kerusakan lingkungan obyek wisata. Diharapkan pemerintah dapat cepat

mengatasi dan memberikan payung hukum demi terlaksananya kelancaran dalam pengembangan sektor. pariwisata

B. Analisis Data

1. Upaya Dinas Pariwista, Informasi dan Komunikasi Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata

Dengan adanya Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang – Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Pemerintahan Daerah merupakan landasan bagi pelaksanaan otonomi daerah di seluruh Indonesia telah memberikan peluang besar kepada Pemerintah Daerah dan perangkatnya untuk melaksanakan tugas – tugas pemerintahan umum, pembangunan dan pembinaan kemasyarakatan. Oleh karena itu dalam penyelenggaraan otonomi daerah harus didasarkan pada asas desentralisasi dalam wujud otonomi yang luas, nyata dan bertanggung jawab kepada daerah secara proporsional yang diwujudkan dengan pengaturan pembagian dan pemanfaatan berbagai sumber daya yang berkeadilan serta mempertimbangkan keuangan pusat dan daerah.

Disamping itu, penyelenggaraan otonomi daerah dilaksanakan dengan prinsip – prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah mandorong Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang untuk meningkatkan kinerja dalam mewujudkan pembangunan di bidang kepariwisataan serta pelayanan informasi dan komunikasi.

Berdasarkan pada Program Pembangunan Daerah (Propeda) Kota Malang Tahun 2001 – 2005 dengan visi “Terwujudnya Kota Malang Yang Mandiri, Berbudaya, Sejahtera, dan Berwawasan Lingkungan”, tentunya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi (Parinkom) Kota Malang dengan dilatarbelakangi oleh oleh potensi pariwisata yang dimiliki dan letak strategis sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur serta didorong oleh semangat, tekad untuk mewujudkan sektor pariwisata sebagai sektor andalan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, maka Visi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota

Malang adalah **"TERWUJUDNYA KOTA MALANG SEBAGAI KAWASAN WISATA UNGGULAN JAWA TIMUR".**

Untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan pembangunan pariwisata kota Malang, diperlukan perencanaan pengembangan kepariwisataan yang sistematis, bertahap dan berkesinambungan. Selain itu juga perlu adanya keterlibatan instansi lain seperti : Dinas Pekerjaan Umum, Badan Pengendalian Lingkungan, Kantor Satuan Polisi Pamong Praja, Kepolisian dll mutlak diperlukan untuk mensukseskan pengembangan pariwisata.

Sebagaimana telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, dimana upaya – upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang bekerja sama dengan berbagai instansi dan swasta dalam mengembangkan pariwisata Malang meliputi upaya sosialisasi pariwisata, pengembangan sarana dan prasarana, keterpaduan pariwisata dengan sektor lain. Upaya – upaya pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang akan dianalisis sebagai berikut :

a. Sosialisasi Pariwisata

Menurut Lazarus dalam Soedjono, sosialisasi didefinisikan sebagai proses akomodasi yang mana individu mengubah impuls – impuls sesuai dengan tekanan lingkungan dan mengembangkan pola – pola nilai dan tingkat laku yang baru sesuai dengan kebudayaan masyarakatnya. (Soedjono, 1985, hl. 119)

Jika dikaitkan dengan pariwisata, maka sosialisasi pariwisata adalah suatu bentuk pengenalan berbagai macam potensi pariwisata yang ada dan memberikan solusi yang tepat bagi pengembangan pariwisata khususnya kota Malang.

Sosialisasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang ini dimaksudkan untuk mengenalkan dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada. Bentuk – bentuk dari sosialisasi pariwisata antara lain :

1) Peningkatan Promosi dan pemasaran wisata

Merupakan salah satu strategi dasar dan menjadi faktor penentu dalam berhasil tidaknya suatu pengembangan pariwisata. Dengan adanya promosi dan pemasaran wisata berarti secara langsung maupun tidak langsung, pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisara, Informasi dan Komunikasi Kota Malang

telah memperkenalkan daerahnya sebagai daerah tujuan wisata dengan obyek wisata yang potensial dan menarik untuk dikunjungi. Dampak yang timbul adalah meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan sehingga memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah kota Malang. Langkah – langkah promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sudah sangat baik. Adapun promosi dan pemasaran yang dilakukan adalah :

a. Melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan membuat brosusr, leaflet, booklet dan panduan wisata baik dalam bentuk buku maupun digital yang disebarkan melalui berbagai media. Dalam hal ini sudah di buatnya buku panduan wisata yaitu Malang City Tourism People yang memberikan informasi tentang pariwisata kota Malang dan pembutan VCD potensi daerah yaitu profil Tri Bina Cita Kota Malang dalam bentuk multimedia.
b. Mengadakan *event – event* daerah seperti pemilihan Kakang – Mbakyu dan Festival makanan khas Malang. dan pengenalan kesenian daerah keforum regional maupun nasional.
c. Pengenalan kesenian daerah ke forum regional maupun nasional yaitu dengan mengikuti gelar wisata di TMII.
d. Ikut serta dalam festival yang diadakan di dalam dan luar daerah yaitu dengan berpartisipasi pada festival makanan khas di Surabaya, Mobil hias di Malang, festival seni vokal tradisional dan pameran Majapahit *Travel Fair* (MTF) di Surabaya.
e. Pembuatan sarana pos pelayanan informasi pariwisata kota Malang ditempat – tempat strategis. Dalam hal ini telah dibangun Tourism Information Centre (TIC) dan berdirinya kios – kios interaktif.
f. Melakukan hubungan kemitraan dengan media massa daerah dan kelompok sosial dalam rangka penyebarluasan informasi melalui media cetak dan elektronik. Bentuk dari hubungan ini berupa dialog interaktif melalui radio dan TV lokal, dan melalui penerbitan media cetak lokal.

Berdasarkan dari pengamatan peneliti, dari keseluruhan upaya promosi dan pemasaran pariwisata yang dilakukan, masih perlu ditingkatkan lagi frekuensi kegiatannya sehingga mampu menarik lebih banyak lagi wisatawan yang datang

untuk berkunjung ke obyek wisata di Kota Malang. Dengan demikian, pariwisata kota Malang akan lebih berkembang dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian masyarakat dan terhadap peningkatan pendapatan asli daerah.

2) Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)

Pembangunan pariwisata adalah suatu kegiatan pembangunan yang mempunyai dampak baik positif maupun negatif ke berbagai sektor pembangunan. Pariwisata yang maju akan sangat berpengaruh positif pada peningkatan sektor perindustrian, peningkatan sektor pertanian, peningkatan penyerapan tenaga kerja dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah serta kesejahteraan masyarakat. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata pada intinya merupakan koordinasi para stakeholders yang meliputi pemerintah, swasta, dan partisipasi masyarakat.

Dalam rangka pengembangan obyek dan daya tarik wisata, harus memperhatikan beberapa hal berikut :

a. Kemampuan mendorong peningkatan dan perkembangan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya;
b. Nilai – nilai agama, adat istiadat, pandangan dan nilai hidup dalam masyarakat;
c. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup;
d. Kelangsungan usaha itu sendiri.

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat diperoleh hasil bahwa dalam pengembangan obyek dan daya tarik wisata, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sudah banyak usaha yang dilakukan seperti :

a. Penggalian, pembinaan dan pengemasan obyek dan daya tarik wisata
b. Penggalian, pembinaan dan pengemasan industri kerajinan rakyat untuk dijadikan cindera mata sebagai produk unggulan.
c. Memperbanyak kegiatan wisata pendukung pada jalur wisata antara lain dengan mengoptimalkan pemanfaatan Taman Krida Budaya dengan membuka pameran mengenai produk wisata

d. Melakukan penyuluhan kepada masyarakat agar mampu memahami dan memanfaatkan peluang ekonomi dalam hal kepariwisataan melalui penjualan suvenir khas Malang
e. Memberikan fasilitas primer yang bersifat kepentingan umum seperti tempat ibadah/mushola, kamar mandi, toilet, dan bak penampungan sampah disekitar obyek wisata
f. Memberikan rekomendasi dan perijinan pendirian bagi para RHU bagi para investor untuk menunjang kepariwisataan di kota Malang. Dalam hal ini meliputi pusat kebugaran, hiburan karaoke, bola sodok.
g. Memberikan rekomendasi kepada para pengusaha industri kerajinan/suvenir yang ingin mendapat pinjaman dari bank dan memberi fasilitas lainnya seperti bimbingan dan pengarahan dengan meminta bantuan dan bekerja sama dengan pihak perindustrian dan perdagangan untuk meningkatan kualitas barang produksinya.
h. Penggalian potensi pariwisata dengan kegiatan berupa pembangunan obyek wisata baru dengan konsep alami yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke kota Malang.

Untuk itu, peran serta pemerintah daerah kota Malang sangat diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan perhatian kearah pengembangan dan berkoordinasi dengan stakeholders melalui kerjasama dengan instansi terkait, masyarakat dan pihak investor untuk turut berpartisipasi menanamkan modalnya. Sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung di kota Malang.

Untuk kondisi obyektif obyek dan daya tarik wisata di kota Malang, sudah berkembang dengan baik. Dengan banyaknya obyek wisata yang ada dikota Malang yang ditunjang dengan panorama alamnya yang indah, memberikan keuntungan dalam pengembangan pariwisata itu sendiri. Selain itu juga munculnya jenis – jenis atraksi wisata dan berkembangnya rekreasi dan hiburan umum menambah keanekaragaman pariwisata sehingga memberikan citra positif bagi dunia kepariwisataan. Tetapi diharapkan usaha yang dilakukan tidak hanya

sebatas itu saja, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi baik itu kualitas dan kuantitasnya.

3) Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Swasta

Pengembangan pariwisata akan berjalan dengan lancar jika tercipta hubungan kerjasama yang baik antara pemerintah daerah setempat dengan masyarakat. Untuk itu partisipasi masyarakat sangat diperlukan karena sampai saat ini belum seluruh masyarakat mengerti tentang pentingnya pengembangan aset wisata dan pelestarian potensi pariwisata.

Selain itu juga partisipasi swasta dalam hal pengembangan pariwisata memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam mensukseskan kepariwisataan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa program peningkatan peran serta masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sudah berjalan dengan lancar. Program – program tersebut meliputi :

a. Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dengan mensosialisasikan Sapta Pesona serta mengadakan pelatihan ketarampilan maupun keterampilan berbahasa Inggris.
b. Melakukan pemberdayaan kelompok informasi masyarakat yaitu dengan membentuk kelompok komunikasi masyarakat
c. Melakukan pendekatan dan pengarahan kepada masyarakat tentang pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata.
d. Meningkatkan koordinasi dan hubungan kerja dengan pemilik dan pengelola industri serta jasa pariwisata.

Sedangkan untuk kerjasama dengan pihak swasta juga sudah mulai berkembang dengan baik meskipun masih beberapa seperti dengan adanya hotel dan rumah makan, adanya biro – biro perjalanan swasta serta bank – bank milik swasta yang melayani para wisatawan dalam penukaran mata uang asing. Untuk itu perlu perhatian yang lebih dari pemerintah daerah dalam hal kerjasamanya

dengan swasta sehingga mau lebih berpartisipasi untuk menanamkan modalnya untuk pengembangan pariwisata di kota Malang.

4) Pengembangan Kemampuan Pegawai sebagai Pelaksana

Peranan pegawai dalam pengembangan sektor pariwisata adalah sebagai pembuat kebijakan, fasilitator dan sekaligus pengawas pengembangan itu sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kemampuan dan kualitas pegawai Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang masih sangat minim. Ini terbukti bahwa sebagian besar dari pegawai Dinas Parinkom Kota Malang tidak memiliki *basic*/latar belakang pendidikan pariwisata. Melihat hal tersebut, langkah – langkah yang dilakukan oleh pemerintah daerah kota Malang dalam mengembangkan pegawainya adalah :

a. Mengadakan diklat fungsional dan teknis tentang kepariwisataan, informasi dan komunikasi;
b. Dengan mengikuti seminar dan kursus – kursus yang berhubungan dengan pariwisata.

Diharapkan dengan langkah – langkah yang dilakukan oleh pemerintah daerah kota Malang, memberikan pemahaman dan peningkatan kualitas dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan, tercipta professionalisme kerja yang berdampak pada kebijakan pengembangan yang dibuat.

b. Pengembangan Sarana dan Prasarana

Menurut Wahab dalam Yoeti (1996, h.194) sarana kepariwisataan dapat diartikan semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan tetapi tetap hidup dan kehidupan tidak selamanya tergantung kepada wisatawan. Sedangkan prasarana menurut Yoeti yang dikutip Nurlaita (2002, h.21), bahwa prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut yang beraneka ragam.

Beberapa upaya pengembangan sarana dan prasarana yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dan instansi atau dinas terkait adalah :

1. Sarana Pariwisata

a) Sarana Pokok Pariwisata

1) Hotel atau Penginapan

Dari hasil penelitian, kebutuhan akan akomodasi yang berupa hotel maupun penginapan telah terpenuhi dengan baik yaitu dengan banyak dibangunnya hotel maupun penginapan.

Berdasarkan tabel, sarana hotel maupun penginapan yang ada sebanyak 50 buah yang terbagi menjadi 7 buah hotel kelas bintang dan 43 buah kelas melati. Kualitas pelayanan yang diberikan dari masing – masing karakteristik hotel sudah memuaskan, ini dikarenakan para pengelola sarana ini selalu menjaga kebersihan dan keramahtamahan dari pelayanan yang mereka sajikan.

2) Rumah Makan / Restoran

Berdasarkan dari data rumah makan yang ada di kota Malang sudah memadai. Pada tabel diatas dicantumkan hanya beberapa sarana rumah makan / restoran, akan tetapi jumlah keseluruhan mencapai ± 277 buah rumah makan / restoran yang kesemuanya tersebar di kota Malang.Dari jumlah rumah makan yang sudah terdata ini, masih banyak rumah makan yang berskala kecil yang belum teridentifikasi karena keterbatasan data yang diperoleh.

3) Usaha Perjalanan Wisata

Kebutuhan akan akomodasi yang berupa sarana angkutan dan transportasi di Kota Malang sudah terpenuhi dengan baik yaitu dengan tumbuhnya usaha transportasi dan travel, perusahaan penerbangan, taxi service, dan angkutan kota. Berdasarkan dari beberapa tabel diatas, dapat diketahui jumlah usaha transportasi dan travel yang ada sebanyak 34 buah, penerbangan 10 buah, pelayanan taxi 4 buah dan trayek angkutan dalam kota sebanyak 24 buah. Ini berarti jenis usaha perjalanan wisata di kota Malang sudah berkembang dengan baik dan perlu

ditingkatkan lagi dalam hal kualitas pelayanan dan keselamatan yang diberikan sehingga memberikan rasa aman dan nyaman.

b) Sarana Pelengkap Kepariwisataan

Sarana pelengkap kepariwisataan juga sangat penting keberadaannya dalam pengembangan pariwisata. Yang termasuk kedalam sarana ini adalah tempat ibadah dan sarana olah raga. Untuk tempat ibadah, hampir disetiap obyek wisata sudah ada yaitu berupa mushola. Tetapi kadang kebersihannya kurang terjaga. Untuk itu perlu ditingkatkan lagi pelayanannya dari segi kebersihannya sehingga memberikan kenyamanan bagi para wisatawan muslim yang ingin menunaikan sholat lima waktu.

Sedangkan untuk sarana olahraga, hampir seluruh obyek wisata masih belum memilikinya. Untuk itu perlu adanya penambahan fasilitas – fasilitas yang yang dirasa perlu untuk dibangun demi berkembangnya pariwisata di kota Malang.

c) Sarana Penunjang Kepariwisataan

Untuk menunjang pariwisata kota Malang, Pemerintah Kota Malang yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dan Satpol PP telah membuat pasar seni yang semula berada di lapangan Stadion Gajayana tetapi kini berlokasi di ujung jalan Ijen dikarenakan adanya pembangunan Malang *Olympic Garden* yang direncanakan akan selesai pada awal tahun ini. Pasar seni ini dibuka setiap hari minggu pagi mulai dari pukul 06.00 – 11.00. Dengan adanya pasar seni, maka para wisatawan dapat membeli berbagai macam oleh – oleh baik itu kerajinan, souvenir, maupun makanan khas sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat kota Malang itu sendiri.

2. Prasarana Kepariwisataan

a) Prasarana Transportasi

Dari hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa untuk prasarana jalan dan jembatan kondisinya sudah baik. Tetapi perlu di tingkatkan lagi kualitasnya supaya memberikan rasa aman dan nyaman. Selain itu juga alat transportasi yang digunakan sudah cukup memadai. Ini dilihat dari banyaknya usaha perjalanan

wisata yang bermunculan terutama bagi wisatawan mancanegara yang ingin berwisata dengan lebih nyaman dan didampingi oleh pemandu wisata yang memberikan informasi tentang suatu obyek wisata yang dikunjungi.

b) Prasarana Utilitas

Yang termasuk prasarana utilitas adalah penerangan listrik dan penyediaan air bersih. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh gambaran bahwa prasarana listrik di kota Malang sudah tersebar secara merata terutama di daerah pemukiman penduduk dipusat – pusat Kecamatan bahkan untuk wilayah pedesaan pun fasilitas ini sudah dapat dijangkau. Begitu juga di tempat – tempat obyek wisata yang ada, fasilitas listrik selalu tersedia dengan baik.

Sedangkan untuk fasilitas kebutuhan air bersih sudah terpenuhi dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat di kota Malang. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, bahwa masyarakat kota Malang mengkonsumsi air yang berasal dari air minum yang dikelola oleh PDAM dan air sumber yang berasal dari air sumur.

Dengan terpenuhinya prasarana listrik dan air bersih tersebut, diharapkan mampu memperlancar arus kunjungan wisata ke kota ini, sehingga program pengembangan kepariwisataan yang telah dicanangkan oleh pemerintah khususnya oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dapat dilaksanakan dengan sebaik – baiknya sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

c) Prasarana Kesehatan

Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang sangat menyadari pentingnya pelayanan kesehatan bagi wisatawan dan terutama bagi masyarakat setempat dalam rangka pengembangan pariwisata yang dilakukan. Yang termasuk dalam prasarana kesehatan ini adalah rumah sakit, puskesmas, balai pengobatan, dan apotik.

Dari pengamatan dari peneliti, prasarana kesehatan di kota Malang sudah terpenuhi dengan baik dan letaknya tidak berjauhan dengan obyek wisata yang

ada di Kota Malang. Namun disekitar obyek wisata, prasarana tersebut hanya ada pada saat dilaksanakannya *event- event* wisata atau hari libur dimana jumlah pengunjung obyek wisata tersebut meningkat. Untuk itu perlu adanya koordinasi dengan instansi terkait dalam hal ini Dinas Kesehatan untuk lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan kesehatan kepada wisatawan.

d) Prasarana Perbankan

Dari hasil penelitian, bahwa Pemerintah daerah Kota Malang dalam hal pengembangan prasarana perbankan sudah bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bertransaksi khususnya wisatawan mancanegara yaitu dalam penukaran mata uang asing. Prasarana tersebut didukung dengan adanya bank – bank pemerintah maupun bank swasta yang ada seperti BNI, BRI, BTN, BCA, Bank Jatim, Bank Mega, Bank Lippo. Hal ini sangat membantu dalam upaya kelancaran dan pengembangan pariwisata itu sendiri. Untuk sarana perbankan di Kota Malang sudah dapat dikategorikan memadai.

e) Prasarana Komunikasi

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, prasarana komunikasi yang ada di kota Malang sudah sangat baik yaitu dengan adanya Kantor Telekomunikasi serta Kantor Pos dan Giro.Pelayanan Kantor Pos dan Giro ini telah dapat menjangkau seluruh wilayah kota Malang. Dan untuk semua wilayah pariwisata, telah tersedianya warung – warung telekomunikasi atau wartel dan bagi wisatawan yang datang tidak perlu khawatir akan sinyal *handphone* dari ponsel yang dibawa karena prasarana tersebut sudah terjangkau untuk seluruh kawasan wisata. Pengembangan prasarana komunikasi yang telah dilakukan adalah perbaikan dan penambahan jaringan telepon umum biasa maupun telepon umum kartu. Sedangkan untuk pengembangan prasarana Pos dan Giro yaitu dengan penambahan gedung dan kantor pembantu di berbagai tempat di kota Malang.

Dengan lancarnya arus komunikasi tersebut, diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung ke kota Malang, sehingga program pengembangan kepariwisataan dapat berlangsung sesuai dengan sasaran dan tujuan yang ingin dicapai.

f) Keamanan

Penyediaan prasarana keamanan mutlak diperlukan dalam pengembangan kepariwisataan, karena hal ini merupakan salah satu syarat untuk memberikan rasa aman bagi para wisatawan. Dari hasil data yang diperoleh bahwa Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam meningkatkan keamanan di sekitar obyek wisata telah bekerja sama dengan kepolisian sektor terdekat, Koramil, Babinsa, pengelola obyek wisata dan masyarakat disekitar obyek wisata yaitu dengan membangun pos - pos keamanan demi kelancaran dalam menikmati keindahan obyek wisata. Dengan terciptanya keamanan akan memberikan dampak yang positif bagi pengembangan pariwisata serta menimbukan kesan dan citra yang baik terhadap pariwisata di kota Malang.

g) Pelayanan Wisatawan

Salah satu komponen dalam melayani wisatawan adalah adanya pramuwisata atau pemandu wisata. Dalam pengembangan pariwisata, maka Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang bekerja sama dengan para pengelola obyek wisata dan biro – biro perjalanan wisata agar menyediakan jasa pemandu wisata atau pusat informasi wisata khususnya bagi turis mancanegara yang berwisata di kota Malang. Untuk beberapa obyek wisata yang bersifat religius dan memiliki latar belakang budaya atau sejarah sudah disediakan pemandu wisata khusus yang mengetahui benar tentang informasi sejarah obyek wisata tersebut. Dengan upaya tersebut, diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.

2. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah

a. Pendapatan Daerah dari Sektor Pariwisata

Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada pengembangan pariwisata sebagai salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kota Malang. Dari data yang telah disajikan dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara di Kota Malang dari tahun 2003 ke tahun 2004 mengalami peningkatan sebesar 10% yaitu dari 58.827 orang menjadi 64.608

orang. Sedangkan dari tahun 2004 ke 2005 mengalami penurunan sebesar 33% yaitu dari 64.608 orang menjadi 43.032 orang. Akan tetapi pada tahun 2005 ke tahun 2006 sudah mulai menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yaitu mengalami peningkatan sebesar 67% yaitu dari 43.032 orang menjadi 71.780 orang.

Untuk pendapatan daerah dari sektor pariwisata Kota Malang diperoleh dari beberapa jenis pendapatan yang menjadi urusan di bidang pariwisata antara lain pajak daerah yang meliputi pajak hotel dan restoran, pajak hiburan dan retribusi daerah yang meliputi retribusi usaha jasa pariwisata, retribusi usaha jasa sarana pariwisata dan retribusi usaha obyek dan daya tarik wisata. Berdasarkan dari data yang telah disajikan pada fokus penelitian, penerimaan pendapatan dari sektor pariwisata pada tahun 2003 sebesar Rp. 6.880.749.195,35, dengan persentase sebesar 103,59 %, sedangkan untuk tahun 2004 meningkat sebesar Rp. 8.252.156.238,20, dengan persentase sebesar 107,18 % menyusul tahun 2005 sebesar Rp. 10.232.807.128,60, dengan persentase sebesar 94,03 % dan yang terakhir tahun 2006 sebesar Rp. 11.381.752.217,68 dengan persentase sebesar 101, 02 %

Dari keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap tahunnya realisasi pendapatan dari sektor pariwisata mengalami peningkatan. Untuk itu perlu ditingkatkan lagi untuk tahun – tahun kedepannya.

b. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan dari data yang telah disajikan, dapat diketahui bahwa pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Malang selama empat tahun terakhir masing – masing sebesar 3,21 % pada tahun 2003, tahun 2004 turun sebesar 2,97 %, tahun 2005 naik sebesar 2,14% dan tahun 2006 terealisasi sebesar 1,93 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata –rata pendapatan asli daerah Kota Malang untuk 4 tahun terakhir sebesar 2,56 %.

Sedangkan untuk kontribusi pendapatan dari sektor pariwisata terhadap PAD Kota Malang berdasarkan data yang telah disajikan yaitu tahun 2003 sebesar 16,35%, tahun 2004 sebesar 31,25%, tahun 2005 sebesar 17,43% dan tahun 2006 sebesar 17,26%. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa kontribusi pendapatan

dari sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah Kota Malang untuk empat tahun terakhir rata – rata sebesar 18,99%.

Jika diamati tentang jumlah perolehan pendapatan asli daerah selama kurun waktu empat tahun terakhir terlihat menujukkan peningkatan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang cukup berpengaruh dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah kota Malang, meskipun masih banyak faktor – faktor yang menjadi penghambat dalam pengembangan sektor pariwisata.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Pengembangan Pariwisata Kota Malang

Pada dasarnya kegiatan pengembangan pariwisata menyangkut seluruh aspek kehidupan masyarakat baik dari aspek sosial, aspek ekonomi, aspek budaya, maupun aspek politik sangat berperan dalam mencapai sasaran yang ingin dicapai serta menentukan berhasil atau tidaknya usaha pengembangan yang dilakukan. Dari hasil penelitian, ada beberapa faktor pendukung dan penghambat upaya pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang.

a) Faktor Pendukung Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat dianalisis beberapa faktor pendukung dalam upaya pengembangan pariwisata di kota Malang antara lain :

1. Letak Geografis dan Kondisi Alam

Letak geografis kota Malang pada posisi silang lalu lintas antara DI. Yogyakarta dan Pulau Bali sangat menguntungkan bagi sektor pariwisata. Posisi silang ini juga didukung oleh wilayah kota Malang yang sebagian besar merupakan dataran tinggi dan dikelilingi oleh pegunungan dan bukit. Selain itu juga kondisi alam kota Malang yang sejuk dengan berbagai pemandangan dan panorama keindahan alam serta tata ruang kota yang baik juga memberikan pengaruh yang sangat besar dalam mengembangkan sektor pariwisata.

2. Perkembangan Sarana Penginapan

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana penginapan mengalami perkembangan yang sangat baik dengan kondisi dan fasilitas yang

memadai serta jika dilihat dari kualitas bangunan sudah memenuhi standart kelayakan. Untuk itu demi kelangsungan pengembangan kepariwisataan, sistem pelayanan kepada wisatawan/tamu hotel dapat lebih ditingkatkan lagi dan tingkat kebersihannya selalu dijaga sehingga memberikan pemasukan terhadap pendapatan asli daerah.

3. UU No. 9 Tahun1990 tentang Kepariwisataan

UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan tersebut merupakan salah salah satu pendorong bagi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dan pemerintah daerah kota Malang dalam melakukan perencanaan dan pengembangan potensi pariwisata yang ada. Di era otonomi daerah saat ini, pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengelola aset dan potensi daerah yang dimilikinya. Demikian juga dengan pemerintah daerah kota Malang khususnya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang diberikan kewenangan dalam mengelola dan mengembangkan potensi – potensi pariwisata yang dimiliki sehingga dapat mengoptimalkan kontribusi pendapatan asli daerah kota Malang.

4. Perkembangan Sarana Jalan dan Transportasi

Dari hasil penelitian dapat diperoleh gambaran bahwa sarana jalan dan transportasi yang menuju ke obyek – obyek wisata yang ada di Kota Malang pada umumnya sudah baik sehingga para wisatawan dapat mengunjungi obyek – obyek wisata yang ada tanpa membutuhkan waktu yang lama sehingga memberikan rasa nyaman bagi wisatawan.

Untuk sarana transportasi perkembangannya sudah begitu pesat yaitu dengan bermunculannya usaha perjalanan wisata, biro – biro penerbangan, pelayanan taksi. Selain itu juga jumlah angkutan umum yang melayani trayek – trayek yang melewati obyek wisata dalam kota Malang sudah memadai. Seperti jika ingin ke Alun – Alun kota, jasa angkutan yang digunakan seperti MM, LG.

5. Faktor Keahlian Penduduk

Sebagian besar penduduk kota Malang merupakan orang yang giat dan tekun untuk memperbaiki hidup dalam memenuhi kebutuhan perekonomian mereka.

Berdasarkan dari penelitian, dapat diperoleh gambaran bahwa banyak dari penduduk kota Malang yang menggeluti bidang industri kecil seperti produksi keripik tempe, makanan tradisional, kerajinan keramik, gips, gerabah, *fiber glass*. Bahkan ada yang telah menembus pasar internasional seperti Sanan yaitu pusat produksi keripik tempe ini telah diekspor ke Amerika dan Australia. Hal ini menjadi salah satu faktor pemicu dalam usaha pengembangan sumber daya manusia disektor pariwisata kota Malang itu sendiri.

b) Faktor Penghambat Pengembangan Pariwisata

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dianalisis tentang faktor – faktor penghambat dalam upaya pengembangan pariwisata di kota Malang sebagai berikut :

1. Masih Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia Pelaksana Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan dari data yang didapat, peneliti dapat menganalisis bahwa masih rendahnya sumber daya manusia yang ada, termasuk aparatur maupun masyarakatnya. Pengamalan Sapta Pesona dari *stakeholders* di bidang pariwisata khususnya masih rendah, sehingga bentuk – bentuk kebijakan yang diputuskan belum dilaksanakan secara optimal. Selain itu juga masyarakat kota Malang kurang memiliki kesadaran wisata dan keterbatasan modal sehingga masih menjadi hambatan dalam pengembangan potensi yang ada. Karena keberhasilan suatu program pengembangan pariwisata tidak bisa terlepas dari peran serta dan dukungan masyarakat itu sendiri.

2. Keterbatasan Sarana dan Prasarana Dinas

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kondisi sarana dan prasarana dinas yang ada di Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi kota Malang masih kurang dan belum memadai. Gedung kantor masih dalam tahap renovasi dan jumlah gedung jika dibandingkan dengan jumlah personil yang ada belum memenuhi standar. Fasilitas kendaraan untuk operasional dinas dan peralatan elektronik yang mendukung tugas kedinasan masih belum maksimal. Selain itu juga belum terdapatnya kantin didalam lingkungan kantor dinas.

Diharapkan dari permasalahan yang ada ini dapat segera diatasi demi kelancaran pengembangan pariwisata yang dilakukan.

3. Terbatasnya Anggaran untuk Bidang Pariwisata

Demi terlaksananya suatu pembangunan pasti membutuhkan anggaran yang besar. Berdasarkan hasil penelitian, yang menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata adalah masalah anggaran. Sulitnya pengalokasian dana bagi pengembangan sektor pariwisata yang pada sisi lain berbenturan dengan pengembangan beberapa sektor lainnya akan menjadi penghambat bagi pengembangan sektor pariwisata. Untuk itu, diharapkan pemerintah daerah kota Malang mengupayakan secara maksimal dana untuk pengembangan sektor pariwisata, mengingat potensi yang ada di kota Malang memiliki pengaruh yang besar terhadap pemasukan pendapatan asli daerah.

4. Lemahnya *Law Enforcement* (Kekuatan Hukum)

Dampak negatif dari kegiatan kepariwisataan memang ada. Masyarakat yang terlibat dan menggantungkan hidupnya di bidang pariwisata cenderung untuk mengambil keuntungan secara cepat tanpa berfikir mengenai dampak yang akan timbul. Contohnya praktek prostitusi, perjudian dan penjualan minuman keras dan kerusakan lingkungan obyek wisata.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan yang dilakukan terhadap fokus penelitian mengenai Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Malang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Upaya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam mengembangkan sektor pariwisata dalam meningkatkan PAD Kota Malang antara lain :
   a. Sosialisasi Pariwisata untuk mengenalkan potensi pariwisata yang ada sebagai berikut :
      1) Promosi dan Pemasaran Pariwisata. Upaya yang dilakukan antara lain dengan membuat brosur, leaflet, bookflet dan buku panduan wisata yang disebarkan ke berbagai media, mengadakan event – event untuk mengenalkan kesenian daerah, melalui pameran pembangunan untuk mempromosikan hasil pembangunan kota Malang, dan pembuatan pos pelayanan informasi pariwisata.
      2) Pengembangan obyek dan daya tarik wisata yang dilakukan dengan pengemasan industri kerajinan rakyat, memperbanyak kegiatan wisata pendukung pada jalur wisata, dan mendirikan fasilitas primer untuk kepentingan umum seperti tempat ibadah, bak penampungan sampah, toilet – toilet umum.
      3) Peningkatan peran serta masyarakat dan swasta dengan mengajak masyarakat ikut berpartisipasi dalam kelompok sadar wisata, dan mempermudah pemberian ijin usaha untuk menanamkan modalnya baik itu untuk hotel, rumah makan dan usaha perjalanan wisata.
      4) Pengembangan kemampuan pegawai adalah dengan mengadakan diklat fungsional tentang kepariwisataan, dan mengikuti seminar – seminar dan kursus – kursus yang diadakan baik didalam maupun di luar daerah.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

b. Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata yang meliputi sarana pokok kepariwisataan yaitu hotel/penginapan, depot/rumah makan dan usaha perjalanan wisata. Sedangkan untuk prasarana pariwisata meliputi prasarana transportasi yaitu pembangunan prasarana jalan, prasarana utilitas yaitu penerangan listrik dari PLN dan penyediaan air bersih dari PDAM, prasarana kesehatan yaitu dengan adanya fasilitas rumah sakit umum, puskesmas dan balai pengobatan, prasarana perbankan yaitu dengan munculnya bank – bank yang dikelola baik oleh pemerintah maupun swasta, dan pelayanan wisatawan bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung di Kota Malang.

2. Kontribusi yang diberikan sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah tiap tahunnya mengalami kenaikan antara 10 – 20 % dari tahun sebelumnya. Kontribusi tersebut berasal dari pajak hotel, pajak restoran dan pajak hiburan. Sedangkan untuk retribusi berasal dari usaha jasa pariwisata, sarana pariwisata dan obyek dan daya tarik wisata. Meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat masalah dalam hal dana. Akan tetapi itu tidak menjadi halangan dalam memberikan peningkatan terhadap pendapatan asli daerah.

3. Faktor – faktor pendukung dalam pengembangan sektor pariwisata kota Malang meliputi letak geografis dan kondisi alam, perkembangan sarana penginapan, adanya UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, perkembangan sarana jalan dan transportasi, faktor keahlian penduduk.

   Adapun yang menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata kota Malang adalah rendahnya kualitas SDM pelaksana pengembangan pariwisata, keterbatasan sarana dan prasarana dinas, keterbatasan anggaran untuk pengembangan pariwisata, dan lemahnya Law Enforcement (kekuatan hukum).

B. Saran

1. Dalam upaya untuk menjadikan kota Malang sebagai daerah tujuan wisata, maka pengembangan ODTW, sarana dan prasarana pariwisata, peningkatan

peran serta masyarakat dan swasta serta peningkatan promosi dan pemasaran wisata sangat diperlukan.

2. Dalam mengatasi permasalahan dana yang menjadi hambatan selama ini, hendaknya Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Malang dalam upaya pengembangan pariwisata memberikan usulan – usulan yang diajukan ke pemkot dengan memberikan rincian – rincian obyek wisata yang masuk kedalam skala prioritas pengembangan dan perkiraan dana yang harus dikembangkan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemkot untuk mengucurkan dana yang lebih sebanding dengan jumlah obyek wisata yang harus dikembangkan.

3. Untuk memudahkan dan mendorong kelancaran tugas – tugas di sektor pariwisata, maka Kepala Dinas Parinkom Kota Malang disarankan untuk menata mekanisme kerja dinas dan sarana prasarana dinas hendaknya diadakan dengan segera.

4. Dalam rangka meningkatkan kualitas SDM di kalangan anggota Dinas Parinkom Kota malang, sebaiknya dilakukan pembenahan yang intensif lagi yaitu dengan meningkatkan frekuensi rapat koordinasi serta mengusulkan kepada pemkot untuk lebih meningkatkan kegiatan pembinaan/pendidikan dan pelatihan seperti mengadakan diklat kepariwisataan dan studi banding dinas ke dinas pariwisata daerah lainnya, mengingat latar belakang personil berasal dari berbagai macam pendidikan bukan dari bidang pendidikan kepariwisataan.

5. Untuk kegiatan promosi dan pemasaran dalam rangka pengembangan pariwisata hendaknya dilaksanakan secara kontinyu/berkelanjutan demi terwujudnya visi dan misi dinas.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR PUSTAKA

Darumurti, K. 2000. *Otonomi Daerah. Jakar*ta : Gunung Agung.

Davey, K. 1992. *Pembiayaan Pemerintahan Daerah*. Terjemahan Amanullah. Jakarta: penerbit UI

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI. 2005. *Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Nasional 2005 – 2009*. Jakarta.

Dirjosisworo S.H, Dr. Soedjono. 1985. *Azas – Azas Sosiologi. Bandung* : Armico

Elmi, B. 2002. *Keuangan Pemerintah Daerah Otonom Di Indonesia*. Jakarta: UI Press.

Fatah MS, Dr, Ir, H. Luthfi. 2006. *Dinamika Pembangunan Pertanian dan Pedesaan*. Banjar Baru : Kerjasama Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat dan Pustaka Benua.

Halim, A. 2004. *Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah ed. revisi.* Yogyakarta: UPP AMP YPKN.

Hamid, Chalik, 1996. *Pengetahuan Pariwisata.* Jakarta : Yayasan Bakti Membangun.

Jauch, Lawrence R. and William F. Glueck, 1997. *Manajemen dan Kebijaksanaan Perusahaan.* Edisi ke 7. Alih Bahasa : Murad dkk. Erlangga, Jakarta.

Kodhyat.1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia.* Jakarta : Grasindo.

Kompas,1990. *Undang – Undang No. 9 Tahun 1990. tentang Kepariwisataan*. Jakarta : SESNEG RI.

Kristiadi, JB. 1991. *Mencari Kriteria Alokasi Dana Regional dan Prospek Kebijakan yang ideal.*

Manullang, M. 1981. *Dasar – Dasar Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Mardiasmo. 2004. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi Offset.

Moleong, L. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mussanef, 1995. *Manajemen Pariwisata Indonesia*. Jakarta : Toko Agung.

Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia

Nirwandar, DR Sapta, 2006. *Pembangunan Sektor Pariwisata Diera Otonomi Daerah*. Bogor.

Nurlaita. 2002. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Kota Banda Aceh*. Malang : Skripsi. FIA Unibraw.

Pendit, I Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta : Pradnya Paramitha.

---------- 2006. *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana.* Jakarta : Pradnya Paramita, cetakan ke-delapan (edisi revisi).

Poedjono, A. 2000. *Hurub Hambangun Praja, Menyongsong Otonomi Daerah.* Upaya meningkatkan PAD. Blitar: Humas Kabupaten Blitar.

Porter, Michael E. 2004. *Competitive Advantages : Creating and Sustaining Superior Performance, With a New Intriduction, Copyright 1985*, Free Press Publishing, New York.

Prakosa, K. B. 2003. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: UII Press.

Riwu Kaho, Yosef, 1985. *Analisa Hubungan Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*, Jakarta : Bina Aksara.

Spillane, James, J, 1994. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan.* Yogyakarta.

Sri Wahyudi, Agustinus, 1996. *Manajemen Strategi : Pengantar Proses Berfikir Strategis*. Edisi I. BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

Steiner G.A. and J.B Minner, 1988. *Kebijakan dan Strategi*. Edisi kedua. Penerjemah : Ticoalu dan Agus Dharma, Erlangga, Jakarta.

Stoner, James. A.F, 1989. *Manajemen*, Edisi kedua Revisi, Penerjemah Alfonsus Sirait, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Suparmoko. 2002. *Ekonomi Publik Untuk Keuangan Dan Pembangunan Daerah.* Yogyakarta: Andi Offset.

Supriatna, Tjahya. 2000. *Strategi Pembangunan dan Kemiskinan*. Jakarta : Rineka Cipta.

Wahab,Dr Salah, *1975. Tourism Management, Tourism International Press*, London, hlm9.

Yani, A. 2002. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Daerah Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Yoeti, H, Oka, A. 1985. *Komersial Seni Budaya Dalam Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

----------. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariw*isata. Jakarta : PT. Pradnya Paramitha.

Jurnal

Muluk, M.R.K. 2003. *Desentralisasi fiskal*. Cakupan finansial pemerintahan daerah. 2 (2): 6-8

Perundang – undangan

Peraturan Pemerintah RI No. 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.

Undang – undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan.

Undang – undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Internet

Nirwandar, Dr Sapta. "Pembangunan Sektor Pariwisata", diakses pada tanggal 21 Januari 2007 dari http://www.pemdadiy.go.id/berita/mod/fileman/files/PEMBANGUNAN SEKTOR PARIWISATA.pdf.

http://www.pemkot-malang.go.id/wisata.php, diakses pada tanggal 14 Maret 2007.

Pedoman Wawancara

1. Berapa besar kontribusi yang diberikan dari sektor pariwisata kepada PAD?
2. Sektor pariwisata menduduki peringkat berapa dalam menyumbang kepada PAD?
3. Jenis – Jenis Pariwisata yang ada di Kota Malang
4. Target sektor pariwisata terhadap PAD
5. Realisasi PAD dari sektor pariwisata
6. Apa pendapatan yang diperoleh sesuai dengan target yang ditetapkan?
7. Berapa dana yang dikeluarkan untuk pengembangan pariwisata
8. Apakah kontribusi yang diberikan dari sektor pariwisata dari tahun ketahun memberikan peningkatan?
9. Daftar hotel, penginapan dan rumah makan secara keseluruhan di Kota Malang
10. Adakah pajak hiburan yang dikenakan yang berkaitan dengan sektor pariwisata
11. Bagaimana peran Pemkot Malang dalam mengembangkan potensi pariwisata yang ada?
12. Bagaimana perencanaan pengembangan sektor pariwisata yang telah dilakukan?
13. Langkah – langkah pengembangan pariwisata di Kota Malang
14. Upaya dari dalam Dinas Pariwisata yaitu pegawainya sebagai pelaksana pengembangan pariwisata
15. Kendalah – kendala yang dihadapi dalam pengembangan sektor pariwisata di Kota Malang
16. Upaya – upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi kendala – kendala tersebut

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

CURRICULUM VITAE

Name
Radhen Anthon N.V.

NIM
0310310108

Address
Jl. Pasar Bawah No. 956 RT: 04 RW : 03 Kec. Lawang kidul Kel. Pasar Tanjung Enim Sumatera Selatan 31714

Riwayat Pendidikan

1.	SD Xaverius Emmanuel Tanjung Enim	Lulus Tahun 1997
2.	SLTPN 1 Tanjung Enim	Lulus Tahun 2000
3.	SMUN 1 Muara Enim	Lulus Tahun 2003
4.	S1 Administrasi Publik Unibraw Malang	21 Februari 2008

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

PEMERINTAH KOTA MALANG

BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT

Jl. Tugu No. 1 Telp. (0341) 366252

MALANG

Kode Pos 65119

Malang, 6 September 2007

Nomor : 072/ 718/35.73.405/2007

Lampiran : -

Perihal : **RekomendasiPenelitian/ Survey/Research**

Kepada :

Yth. Sdr.Kepala Dinas Parinkom Kota Malang

di

MALANG

Menunjuk Surat Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Tanggal : 4 September 2007

Nomor : 5406/J.10.I.14/PG/2007

Bersama ini diberitahukan bahwa :

N a m a : Radhen Anthon N.V

Alamat : Jl.Gading no.38 Malang

Pekerjaan : Mahasiswa

Kebangsaan : Indonesia

Bermaksud mengadakan Penelitian/Survey/Research

Judul : Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Studi di Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kota Malang)

Pembimbing : 1.Drs.Abdul Wachid
2.Drs.Choirul Saleh, MSi

Peserta : -

Waktu : 2 (dua) Bulan

Lokasi : Kota Malang

Peneliti wajib menta'ati peraturan dan tata tertib yang berlaku di Dinas/Badan/ Kantor/Bagian Instansi setempat.

Demikian harap menjadikan maklum.

. KEPALA BAKESBANG DAN LINMAS
KOTA MALANG

PEMERINTAH KOTA MALANG BADAN KESBANG DAN LINMAS

Drs. S U K I R N O , MM
Pembina Utama Muda
NIP.160 017 661

TEMBUSAN : Kepada Yth.
1.Sdr.Dekan FIA Unibraw
2.Yang Bersangkutan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA