

**STRATEGI MENARIK INVESTOR DAN DAMPAKNYA
DALAM MENCIPTAKAN PELUANG KETERSEDIAAN
LAPANGAN KERJA SEKTOR PARIWISATA
(Studi pada Pemerintah Kota Batu)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Disusun Oleh:

ARUM MAWARTI

105030100111079



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG
2014**

MOTTO

Barangsiapa Merintis Jalan Mencari Ilmu
maka Allah Akan Memudahkan Baginya
Jalan ke Surga

(HR Muslim)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : Strategi Menarik Investor dan Dampaknya dalam
Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja
Sektor Pariwisata (Studi pada Pemerintah Kota Batu)**

Disusun Oleh : Arum Mawarti

NIM : 105030100111079

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Konsentrasi : -

Malang, 26 Juni 2014

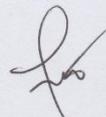
Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si
NIP. 19530807 197903 2 001



Farida Nurani, S.Sos, M.Si
NIP. 19700721 200501 2 001

TANDA PENGESAHAN

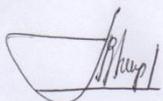
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Kamis
 Tanggal : 17 Juli 2014
 Jam : 11.00 – 12.00 WIB
 Skripsi atas nama : Arum Mawarti
 Judul : Strategi Menarik Investor dan Dampaknya dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata (Studi pada Pemerintah Kota Batu)

dan dinyatakan lulus

MAJELIS PENGUJI

Ketua



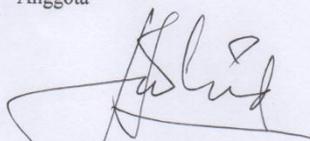
Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si
 NIP. 19530807 197903 2 001

Anggota



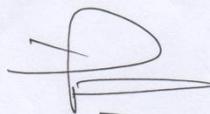
Farida Nurani, S.Sos, M.Si
 NIP. 19700721 200501 2 001

Anggota



Drs. Abdul Wachid, MAP
 NIP. 19561209 198703 1 008

Anggota



Ainul Hayat, M.Si
 NIP. 19730713 200604 1 001



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 dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam 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, 26 Juni 2014

Mahasiswa



Nama : Arum Mawarti
NIM : 105030100111079

RINGKASAN

Arum Mawarti, 2014, **Strategi Menarik Investor dan Dampaknya dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata (Studi pada Pemerintah Kota Batu)**. Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I dan Farida Nurani, S.Sos, M.Si sebagai Dosen Pembimbing II.

Penanaman modal atau investasi adalah kegiatan usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan dengan menggunakan aset, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lain. Salah satu sektor unggulan penyelenggaraan kegiatan investasi di Indonesia adalah sektor pariwisata, pengembangan sektor pariwisata melalui kegiatan investasi diharapkan dapat memberikan dampak terhadap sektor lain khususnya peluang ketersediaan lapangan kerja. Kota Batu merupakan salah satu kota dengan *brand city* sebagai kota pariwisata. Berdasarkan data dari Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu, tahun 2013 terjadi penurunan usaha bidang pariwisata yang terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Indikasi tersebut menjadi salah satu pertimbangan bagi pemerintah Kota Batu karena di Kota Batu terdapat potensi pengangguran baru yang berasal dari angkatan kerja baru. Oleh karena itu perlu penelitian tentang strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik investor dan dampaknya dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian di Kota Batu dengan situs penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu serta Badan Penanaman Modal Kota Batu. Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara, dokumentasi dan observasi. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, pedoman wawancara dan catatan lapang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif dari Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik investor terdiri dari strategi pengembangan sektor pariwisata yang terdiri dari: 1) Pelaksanaan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata; 2) Pembangunan sarana prasarana oleh pemerintah sebagai modal untuk mengembangkan kegiatan pariwisata; 3) Pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal. Strategi promosi investasi sektor pariwisata meliputi: 1) Promosi investasi kepada investor tentang potensi pengembangan sektor pariwisata; 2) Pembentukan forum komunikasi antar investor (pelaku usaha bidang pariwisata). Adapun dampak investasi sektor pariwisata di Kota Batu adalah: 1) Pendirian usaha pariwisata di Kota Batu sesuai dengan TDUP; 2) Adanya peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu. Saran yang peneliti ajukan adalah: 1) Perlu strategi agar pelaku usaha pariwisata mempunyai kesadaran untuk mendaftarkan usahanya dalam TDUP; 2) Perlu pencatatan yang lebih sistematis tentang jumlah usaha bidang pariwisata; 3) Perlu informasi tentang tata cara berinvestasi dalam sektor pariwisata.

Kata Kunci: Investasi, Pariwisata, Ketersediaan Lapangan Kerja

SUMMARY

Arum Mawarti, 2014, **Strategy to Attract Investors and the Impact to Creating Employment Opportunities Tourism Sector (Studies on Batu City Government)**. Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si as the Supervisor and Farida Nurani, S.Sos, M.Si as the Co Supervisor.

Investment is a business activity with the purpose of obtaining benefit by using the asset, either in cash or in other forms. One of the leading sector implementation of investment activities in Indonesia is the tourism sector, tourism sector development through investment activity is expected to have an impact on other sectors, particularly the availability of employment opportunities. Batu City is one of the cities that have brand as city tourism. Based on data from the Investment Board (BPM) Batu City, in 2013 there is a decrease of the tourism businesses registered in the Business Registry of Tourism (TDUP). Indications are becoming one of the considerations for the city government in Batu because there is the potential for new unemployment stemming from the new workforce. It is therefore necessary research on the Batu City government strategy to attract investors and its impact in creating employment opportunities the tourism sector.

This study used a qualitative approach with descriptive methods. Research locations in Batu with research sites in the Department of Tourism and Culture of Batu City and Batu City Investment Board. Source of data used by the researcher is the primary data and secondary data. The data collection technique is to interview, documentation and observation. Instrument is the researcher, interview and field notes. The method of analysis used interactive model of Miles and Huberman.

The results of this research are the Batu City government strategies to attract investors consist of a tourism sector development strategy consists of: 1) Implementation in cooperation with the various parties concerned to facilitate the licensing business tourism services; 2) Infrastructure development by the government as capital to develop tourism activities; 3) Development of the tourism sector to maximize the available local support. The tourism sector investment promotion strategies include: 1) Investment Promotion to investors about the potential for the development of the tourism sector; 2) Forming the forum communication between investors (tourism trade). As for the impact of tourism sector investments in Batu City are: 1) The tourism business establishment in the Batu City in accordance with TDUP; 2) The existence of opportunities for employment in the tourism sector of the Batu City. Researcher's suggestions are: 1) Need strategies for businesses tourism so they have the awareness to register his business in TDUP; 2) Need to more systematically to count the amount of business tourism; 3) Need to be informed about the procedures for investing in the tourism sector.

Key Words: Strategy, Tourism, Employment Availability

Kupersembahkan Karyaku

Untuk Bapak Tarmuji dan Ibu Pujiwati serta Adik Leni Kirani yang telah menjadi sumber inspirasi utama dalam perjalanan hidup peneliti dan perjuangan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Alhmdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, serta shalawat dan salam kepada Nabi junjungan kita Rasulullah SAW, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Menarik Investor dan Dampaknya dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata (Studi pada Pemerintah Kota Batu)”**

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

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr.Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si selaku Kepala Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Ibu Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan bimbingan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik serta nasihat yang sangat berarti dalam perbaikan skripsi ini.
5. Ibu Farida Nurani, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik serta memberikan masukan yang sangat berarti dalam perbaikan skripsi ini.

6. Bapak Drs. Abdul Wachid, MAP dan Bapak Ainul Hayat, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan saran yang sangat berharga untuk perbaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh studi di Fakultas Ilmu Administrasi.
8. Seluruh staf jurusan Administrasi Publik yang telah membantu memberikan pelayanan perizinan sehingga memudahkan proses penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian sebagai bahan untuk penyelesaian skripsi.
10. Seluruh pegawai Badan Penanaman Modal Kota Batu yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian sebagai bahan penyelesaian skripsi.
11. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Tarmuji dan Ibu Pujiwati yang terhormat, yang selalu memberikan bimbingan dan dorongan baik moril maupun materil, serta doa yang tiada henti sehingga penulisan skripsi dapat selesai.
12. Wily Ariwiguna selaku mentor peneliti yang telah memberikan banyak ilmu berharga, khususnya dalam penelitian dan tentang kehidupan.
13. Semua pihak yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

Malang, Juli 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| MOTTO..... | ii |
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | v |
| RINGKASAN | vi |
| SUMMARY | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 9 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| D. Kontribusi Penelitian..... | 9 |
| E. Sistematika Pembahasan..... | 10 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| A. Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| B. Administrasi Publik dan Administrasi Pembangunan | 18 |
| C. Strategi..... | 21 |
| 1. Definisi Strategi..... | 21 |
| 2. Strategi Investasi | 22 |
| 3. Faktor yang Mempengaruhi Investasi | 24 |
| D. Investasi | 28 |
| 1. Jenis Investasi | 28 |
| 2. Manfaat Investasi..... | 30 |
| 3. Tujuan Investasi..... | 31 |
| 4. Bentuk Badan Usaha dalam Investasi Langsung..... | 32 |
| 5. Kegiatan Investasi dalam Pariwisata..... | 33 |
| E. Pariwisata..... | 34 |
| 1. Pengembangan Pariwisata..... | 34 |



| | |
|---|----|
| 2. Pembiayaan Pengembangan Pariwisata | 35 |
| 3. Usaha Bidang Pariwisata | 37 |
| 4. Segmentasi Pasar Wisatawan | 38 |
| 5. Peran Pemerintah dalam Pariwisata | 39 |
| 6. Dampak Pengembangan Pariwisata | 41 |
| F. Ketenagakerjaan dan Lapangan Kerja | 42 |
| G. Kerangka Berpikir | 46 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis Penelitian | 47 |
| B. Fokus Penelitian | 47 |
| C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian | 48 |
| D. Sumber Data | 49 |
| E. Pengumpulan Data | 51 |
| F. Instrumen Penelitian | 55 |
| G. Metode Analisis | 56 |
| H. Keabsahan Data | 59 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Investasi Sektor Pariwisata di Kota Batu | 60 |
| B. Penyajian Data | 68 |
| 1. Strategi Pemerintah Kota Batu untuk Menarik Investor Sektor Pariwisata | 68 |
| a. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata | 69 |
| 1) Pelaksanaan Kerjasama dengan Berbagai Pihak yang Terkait untuk Mempermudah Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata | 69 |
| 2) Pembangunan Sarana Prasarana oleh Pemerintah sebagai Modal untuk Mengembangkan Kegiatan Pariwisata | 76 |
| 3) Pengembangan Sektor Pariwisata dengan Memaksimalkan Tempat yang Sudah Tersedia Dukungan Lokal | 79 |
| b. Strategi Promosi Investasi Sektor Pariwisata | 85 |
| 1) Promosi Investasi kepada Investor tentang Potensi Pengembangan Sektor Pariwisata | 85 |



| | |
|--|-----|
| 2) Pembentukan Forum Komunikasi Antar Investor (Pelaku Usaha Bidang Pariwisata) | 96 |
| 2. Dampak Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu..... | 102 |
| a. Pendirian Usaha Pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata | 103 |
| b. Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata Di Kota Batu..... | 111 |
| C. Analisis Data..... | 116 |
| 1. Strategi Pemerintah Kota Batu untuk Menarik Investor Sektor Pariwisata | 118 |
| a. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata | 118 |
| 1) Pelaksanaan Kerjasama dengan Berbagai Pihak yang Terkait untuk Mempermudah Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata | 118 |
| 2) Pembangunan Sarana Prasarana oleh Pemerintah sebagai Modal untuk Mengembangkan Kegiatan Pariwisata | 120 |
| 3) Pengembangan Sektor Pariwisata dengan Memaksimalkan Tempat yang Sudah Tersedia Dukungan Lokal | 122 |
| b. Strategi Promosi Investasi Sektor Pariwisata | 123 |
| 1) Promosi Investasi kepada Investor tentang Potensi Pengembangan Sektor Pariwisata | 123 |
| 2) Pembentukan Forum Komunikasi Antar Investor (Pelaku Usaha Bidang Pariwisata) | 125 |
| 2. Dampak Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu..... | 127 |
| a. Pendirian Usaha Pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata | 127 |
| b. Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata Di Kota Batu..... | 128 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 130 |
| B. Saran..... | 133 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| No | Judul | |
|-----|--|-----|
| 1. | Kondisi Investasi Pariwisata di Indonesia | 4 |
| 2. | Kondisi Ketenagakerjaan di Kota Batu | 7 |
| 3. | Perbedaan Investasi Langsung dan Investasi Tidak Langsung | 29 |
| 4. | Pengembangan Pariwisata | 35 |
| 5. | Penciptaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata | 45 |
| 6. | Daftar Desa Wisata dan Obyek Wisata di Kota Batu | 67 |
| 7. | Potensi Pariwisata di Kota Batu | 86 |
| 8. | <i>Event</i> Pariwisata oleh Pemerintah Kota Batu | 95 |
| 9. | Daftar <i>Seller</i> dalam <i>Batu Travel Mart</i> | 100 |
| 10. | Daftar <i>Buyer</i> dalam <i>Batu Travel Mart</i> | 101 |
| 11. | Daftar Bidang Usaha Daya Tarik Wisata di Kota Batu | 103 |
| 12. | Daftar Bidang Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi di Kota Batu | 105 |
| 13. | Daftar Bidang Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi (Jenis Usaha Panti Pijat) di Kota Batu | 105 |
| 14. | Daftar Bidang Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi (Jenis Usaha Karaoke) di Kota Batu | 106 |
| 15. | Daftar Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi (Jenis Usaha Hotel) di Kota Batu | 107 |
| 16. | Daftar Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi (Jenis Usaha <i>Homestay</i>) di Kota Batu | 108 |
| 17. | Daftar Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman (Jenis Usaha Rumah Makan) di Kota Batu | 109 |
| 18. | Daftar Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman (Jenis Usaha Pusat Oleh-Oleh) di Kota Batu | 110 |
| 19. | Kunjungan pada Objek Wisata di Kota Batu Tahun 2012-2013 | 114 |

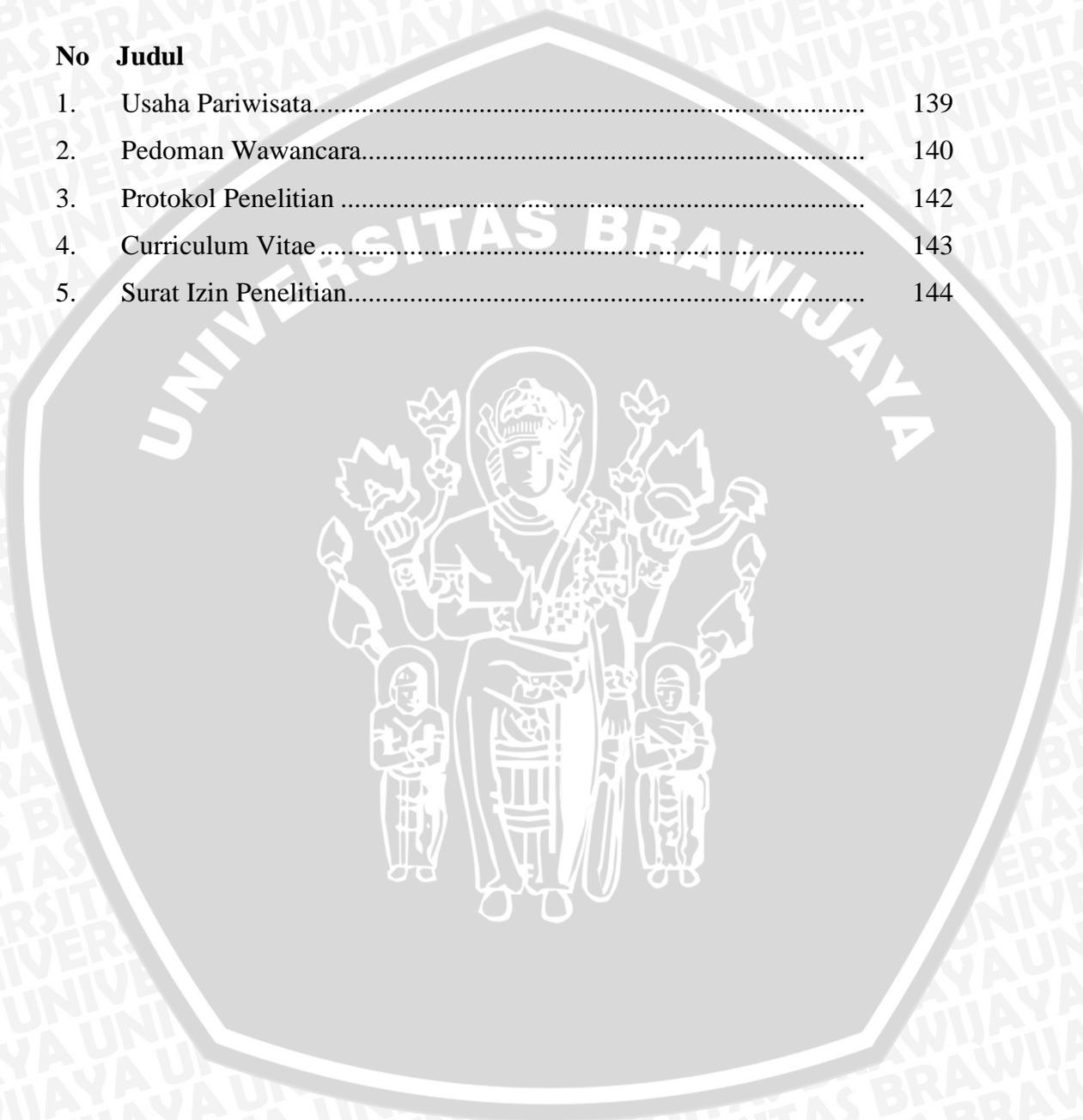
DAFTAR GAMBAR

| No | Judul | |
|-----------|--|-----|
| 1. | Skema Peran Investasi dalam Negara..... | 2 |
| 2. | Kerangka Berpikir | 46 |
| 3. | Komponen Analisis Data: Model Interaktif | 56 |
| 4. | Kegiatan Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata | 69 |
| 5. | Penyediaan Sarana Prasarana Pariwisata..... | 76 |
| 6. | Skema Pengembangan Desa Wisata di Kota Batu | 80 |
| 7. | Kegiatan Promosi Potensi dan Pengembangan Pariwisata di Kota Batu..... | 87 |
| 8. | Prosedur Perizinan Tanda Daftar Usaha Pariwisata | 91 |
| 9. | Kegiatan <i>Batu Travel Mart</i> di Kota Batu | 97 |
| 10. | Skema Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata | 112 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No | Judul | |
|----|----------------------------|-----|
| 1. | Usaha Pariwisata..... | 139 |
| 2. | Pedoman Wawancara..... | 140 |
| 3. | Protokol Penelitian | 142 |
| 4. | Curriculum Vitae | 143 |
| 5. | Surat Izin Penelitian..... | 144 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

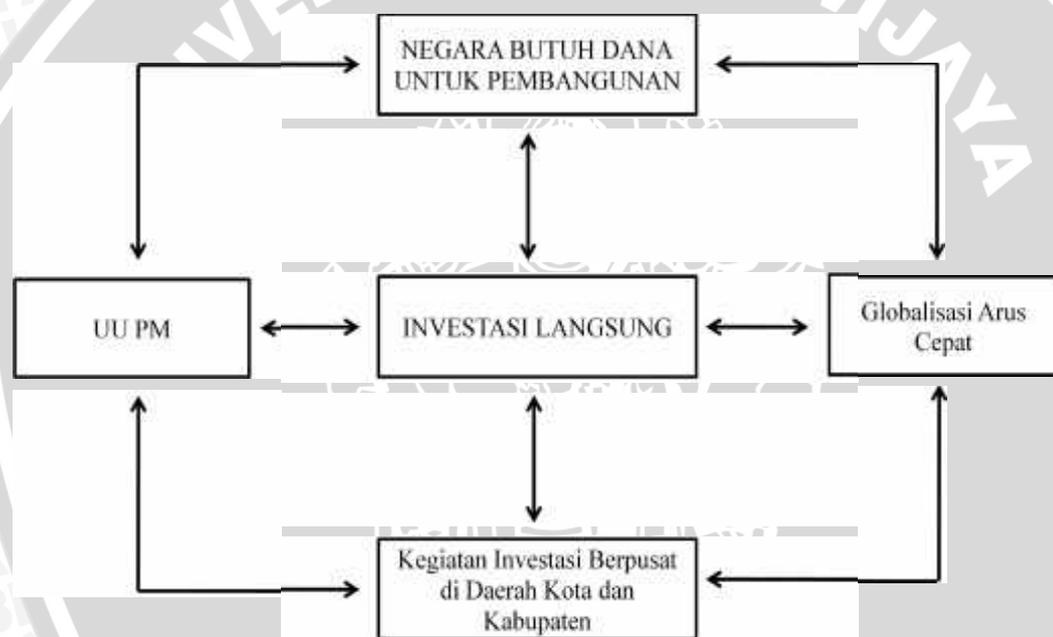
Penanaman modal merupakan kegiatan yang banyak dilakukan di negara berkembang seperti Indonesia. Pemerintah Indonesia memberi kemudahan dalam pelaksanaan penanaman modal dimana tidak terdapat batasan tentang pelaku yang dapat melaksanakan kegiatan penanaman modal, baik itu pelaku dalam negeri maupun pelaku asing. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kegiatan penanaman modal. Dasar hukum kegiatan penanaman modal adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang berisi:

Modal adalah aset dalam bentuk uang atau bentuk lain yang bukan uang yang dimiliki oleh penanam modal yang mempunyai nilai ekonomis. Penanaman modal adalah segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia. Penanaman modal dalam negeri adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal dalam negeri dengan menggunakan modal dalam negeri. Penanaman modal asing adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri.

Lubis (2009:1) menjelaskan tentang pengertian investasi, yakni mengeluarkan sumberdaya finansial atau sumberdaya lainnya untuk memiliki suatu aset di masa sekarang yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2007:451) mendefinisikan investasi sebagai penanaman uang (modal) dalam perusahaan dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penanaman modal maupun

investasi merupakan kegiatan usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan dengan menggunakan aset, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lain. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa istilah penanaman modal maupun investasi mempunyai makna yang sama.

Untung (2010 : 4) menjelaskan bahwa negara penerima modal berharap ada partisipasi penanam modal atau investor dalam pembangunan nasionalnya. Adapun skema peran investasi dalam negara adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Skema Peran Investasi dalam Negara

Sumber: Untung, 2010

Gambar tersebut menunjukkan bahwa adanya saling keterkaitan antara kebutuhan negara untuk mendapatkan dana guna pembangunan sehingga membutuhkan suatu investasi dimana investasi tersebut diatur melalui undang-undang penanaman modal. Kegiatan investasi akan berpusat di daerah kota atau kabupaten serta menimbulkan arus globalisasi yang tidak dapat dihindari,

sehingga yang dapat dilakukan adalah melakukan proteksi dan mengoptimalkan kehadiran investor untuk kegiatan percepatan pembangunan.

Salah satu sektor yang saat ini menjadi unggulan dalam kegiatan investasi di Indonesia adalah sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan potensi yang dimiliki oleh Indonesia, dimana Indonesia terdiri dari 17.508 pulau serta 1.128 suku bangsa. Keragaman bentang alam serta kemajemukan suku budaya tersebut merupakan potensi yang dimiliki oleh Indonesia khususnya dalam kegiatan pariwisata. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) diketahui perkembangan sektor pariwisata pada bulan Oktober 2013 adalah sebagai berikut:

a) Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Oktober 2013 mencapai 719,9 ribu kunjungan atau naik 4,59 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman Oktober 2012, yang sebanyak 688,3 ribu kunjungan; b) Secara kumulatif (Januari–Oktober) 2013, jumlah kunjungan wisman mencapai 7,13 juta kunjungan atau naik 8,36 persen dibanding kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya, yang berjumlah 6,58 juta kunjungan.

Data di atas menunjukkan bahwa perkembangan sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan. Kegiatan pariwisata yang meningkat setiap tahunnya diharapkan dapat memberikan dampak yang positif terhadap sektor lain. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa:

Penyelenggaraan Kepariwisata ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa penyelenggaraan dan pengembangan sektor pariwisata ditujukan tidak hanya untuk meningkatkan sektor pariwisata

tetapi agar kegiatan pariwisata juga memberikan manfaat untuk sektor lain, dalam hal ini ekonomi, pembangunan dan lapangan kerja. Mankiw (2006:186) menjelaskan bahwa investasi mengacu pada pengeluaran untuk perluasan usaha dan peralatan baru, dan hal itu menyebabkan persediaan modal bertambah. Todaro (2000:121) mengasumsikan bahwa investasi swasta dan pemerintah dapat memacu peningkatan produktivitas. Berdasarkan kedua penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa penambahan modal melalui kegiatan investasi akan meningkatkan produktivitas sehingga memungkinkan suatu perusahaan untuk melakukan perluasan usaha, dengan demikian kebutuhan tenaga kerja juga akan meningkat.

Oleh karena itu agar penyelenggaraan kegiatan pariwisata dapat memberikan manfaat terhadap sektor lain khususnya peluang ketersediaan lapangan kerja, maka diperlukan dukungan melalui kegiatan investasi. Adapun kondisi investasi pariwisata di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Kondisi Investasi Pariwisata di Indonesia

| Year | Foreign Investment (US\$ Million) | Domestic Investment (US\$ Million) | TOTAL (US\$ Million) | GROWTH % |
|---------|-----------------------------------|------------------------------------|----------------------|----------|
| 2007 | 136.4 | 12.7 | 149.1 | 15.17% |
| 2008 | 156.9 | 23.8 | 180.7 | 21.18% |
| 2009 | 306.5 | 35.7 | 342.2 | 89.32% |
| 2010 | 346.4 | 39.0 | 351.1 | 2.60% |
| 2011 | 242.2 | 39.4 | 279.8 | -20.86% |
| 2012 | 786.3 | 101.5 | 896.8 | 210.86% |
| Q2 2013 | 96.90 | 22.23 | 119.23 | |

Sumber: Indonesia Investment Coordinating Board dalam Adiwaluyo, 2013

Tabel tersebut menjelaskan bahwa tingkat investasi sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan, pada tahun 2012 meningkat 210% atau sebesar

US\$869 juta dibandingkan tahun 2011, sedangkan pada kuartal kedua tahun 2013 telah mencapai US\$119.23 juta. Kegiatan investasi sektor pariwisata tersebut berdampak pada penerimaan negara dimana sektor pariwisata menyumbang devisa sebesar 10 Miliar USD dengan peringkat keempat sebagai penyumbang devisa terbesar (www.parekraf.go.id).

Penyelenggaraan kegiatan pariwisata tidak hanya memberikan pengaruh secara nasional tetapi juga memberikan pengaruh pada kabupaten/kota di Indonesia. Hal ini karena potensi pengembangan pariwisata berpusat pada daerah sehingga penyelenggaraan kegiatan pariwisata disesuaikan dengan kebijakan masing-masing daerah, salah satunya adalah pembentukan *brand* sebagai “kota wisata” di beberapa daerah, termasuk Kota Batu yang mempunyai *brand* sebagai Kota Wisata Batu.

Sejak abad ke-10, wilayah Kota Batu dan sekitarnya telah dikenal sebagai tempat istirahat bagi kalangan keluarga kerajaan, karena wilayahnya adalah daerah pegunungan dengan kesejukan udara yang nyaman juga didukung oleh keindahan pemandangan alam sebagai ciri khas daerah pegunungan. Pada awal abad ke-19 Kota Batu berkembang menjadi daerah tujuan wisata, khususnya orang-orang Belanda, bangsa Belanda mensejajarkan wilayah Batu dengan sebuah negara di Eropa yaitu Switzerland dan memberikan predikat sebagai *De Klein Switzerland* atau Swiss kecil di Pulau Jawa (www.batukota.go.id).

Saat ini Kota Batu berupaya untuk mengembangkan kepariwisataan berbasis internasional, hal ini tercermin dari visi Kota Batu tahun 2013 yakni “Kota Batu sentra pertanian organik berbasis kepariwisataan internasional

ditunjang oleh pendidikan yang tepatguna dan berdaya saing ditopang oleh sumberdaya (alam, manusia dan budaya) yang tangguh diselenggarakan oleh pemerintahan yang baik, kreatif, inovatif, dijiwai oleh keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa". Visi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pariwisata menjadi salah satu potensi unggulan Kota Batu. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2011, terdapat kurang lebih 37 objek wisata yang terdiri dari wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan.

Kondisi investasi di Kota Batu juga menunjukkan perkembangan yang positif dimana dalam kurun waktu 2009 hingga 2013 nilai investasi yang masuk ke Kota Batu telah mencapai 9,3 triliun rupiah (Syamsuri, 2014). Namun berdasarkan data dari Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu pada tahun 2013 usaha pariwisata khususnya perhotelan, losmen dan penginapan yang terdaftar hanya 3 unit usaha dengan nilai investasi 8,2 miliar rupiah, terjadi penurunan dibandingkan dengan tahun 2012 dimana yang terdaftar ada 20 unit usaha dengan nilai investasi kurang lebih sebanyak 156 miliar rupiah.

Penurunan jumlah usaha dan nilai investasi yang terdaftar dalam Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu tersebut menjadi salah satu hal yang melatarbelakangi penelitian ini karena di sisi lain berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu terjadi perkembangan yang positif pada sektor ketenagakerjaan, adapun data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Kondisi Ketenagakerjaan di Kota Batu

| Indikator Ketenagakerjaan | Tahun | | | |
|---|--------|--------|---------|---------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Penduduk Angkatan Kerja | 97.081 | 99.081 | 101.733 | 103.743 |
| Jumlah yang Bekerja | 92.247 | 94.555 | 98.261 | 101.339 |
| Jumlah Pengangguran | 5.418 | 4.526 | 3.472 | 2.404 |
| Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) | 68,24% | 69,33% | 70,09% | 70,57% |
| Tingkat Kesempatan Kerja (TKK) | 94,45% | 95,43% | 96,59% | 97,74% |
| Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) | 5,55% | 4,57% | 3,41% | 2,32% |

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu, 2013

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa penduduk angkatan kerja di Kota Batu mengalami peningkatan setiap tahunnya dimana hal tersebut dapat diimbangi dengan tingkat kesempatan kerja yang juga meningkat, namun mempertimbangkan laporan dari BPM Kota Batu tentang unit usaha yang terdaftar dan nilai investasi yang mengalami penurunan tersebut menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah karena terdapat potensi pengangguran yang berasal dari angkatan kerja baru, berita ini disampaikan oleh Widiyanto (2013) melalui www.tempo.co yang menyatakan bahwa sebanyak 5.384 pemuda usia produktif di Kota Batu berstatus penganggur, mereka adalah lulusan sekolah menengah pertama hingga setara sekolah menengah atas.

Oleh karena itu diperlukan strategi oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor khususnya investor dalam sektor pariwisata, hal ini karena Kota Batu telah mempunyai *brand* sebagai kota wisata dan penyelenggaraan kegiatan pariwisata diharapkan dapat memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009) sehingga

dengan adanya investor di Kota Batu kegiatan pariwisata dapat lebih berkembang dan memberikan dampak yang positif terhadap ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata.

Strategi penting karena merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dijalani agar visi dan misi organisasi dapat tercapai. Strategi juga dapat memberikan dasar yang masuk akal untuk keputusan-keputusan yang akan menuntun ke arah pencapaian tujuan organisasi. penggunaan strategi organisasi yang tepat akan mempermudah organisasi dalam melakukan penyesuaian terhadap lingkungan yang mudah berubah (Ahdiyana, 2010:1). Demikian juga strategi yang digunakan oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata, penting untuk diteliti karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan Kota Batu dan dapat dikembangkan dengan kegiatan investasi sektor pariwisata. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Menarik Investor dan Dampaknya dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata (Studi pada Pemerintah Kota Batu)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik investor sektor pariwisata?
2. Apa dampak kegiatan investasi sektor pariwisata dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata.
2. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis dampak investasi sektor pariwisata dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai (value) baik secara teoritis maupun praktis setelah mengetahui strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata serta dampaknya terhadap peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata. Adapun kontribusi penelitian yang ingin dicapai antara lain:

1. Kontribusi Akademik

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat tentang strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata.
- b. Sebagai bahan referensi untuk peneliti lain dalam penelitian yang terkait dengan strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata.

2. Kontribusi Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan secara praktis dan pertimbangan bagi pemerintah Kota Batu tentang strategi yang telah dilakukan untuk menarik minat investor dan dampaknya terhadap peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata.
- b. Memberikan kontribusi sebagai bahan diskusi bagi akademisi, praktisi, investor sektor pariwisata, serta masyarakat yang tertarik dengan investasi sektor pariwisata serta peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang dituangkan dalam karya ilmiah berupa skripsi ini terdiri dari lima bab dimana terdapat rangkaian antara satu bab dengan bab lainnya.

Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah kegiatan penanaman modal atau investasi di Indonesia yang telah diatur dalam Undang-Undang nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan Indonesia mengalami peningkatan dalam kegiatan investasinya dimana pada tahun 2012 meningkat 210% atau sebesar US\$869 juta dibandingkan tahun 2011, sedangkan pada kuartal kedua tahun 2013 telah mencapai US\$119.23 juta dan menduduki urutan keempat penyumbang devisa terbesar untuk negara. Sebagai kota yang memiliki *brand* kota wisata, kondisi investasi sektor pariwisata di Kota Batu mengalami penurunan pada tahun 2013 usaha pariwisata khususnya perhotelan, losmen dan penginapan yang terdaftar hanya 3 unit usaha dengan nilai investasi 8,2 miliar rupiah, terjadi penurunan dibandingkan dengan tahun 2012 dimana yang terdaftar ada 20 unit usaha dengan nilai investasi kurang lebih sebanyak 156 miliar rupiah (BPM Kota Batu). Selain itu Kota Batu juga mempunyai potensi pengangguran yang berasal dari angkatan kerja baru berita ini disampaikan oleh Widiyanto (2013) melalui www.tempo.co yang menyatakan bahwa sebanyak 5.384 pemuda usia produktif di Kota Batu

berstatus penganggur, mereka adalah lulusan sekolah menengah pertama hingga setara sekolah menengah atas. Oleh karena itu dibutuhkan strategi dari pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sehingga kegiatan investasi sektor pariwisata meningkat dan memberikan dampak terhadap peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang berkaitan dalam penelitian ini meliputi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kegiatan investasi dan pengaruhnya terhadap lapangan kerja serta kegiatan pengembangan sektor pariwisata. Khusus di Kota Batu, penelitian terdahulu yang peneliti ambil sebagai bahan referensi adalah penelitian terkait dengan strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik investor guna meningkatkan pendapatan asli daerah. Selanjutnya adalah teori mengenai administrasi publik dan administrasi pembangunan, teori tersebut dibutuhkan karena kegiatan investasi yang ditangani oleh pemerintah Kota Batu berkaitan dengan kegiatan administrasi publik dan salah satu tujuannya adalah untuk pembangunan daerah sehingga ada kaitannya dengan administrasi pembangunan. Teori selanjutnya adalah tentang strategi, teori tentang strategi

dibutuhkan oleh peneliti karena peneliti ingin mengetahui strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan investasi sektor pariwisata. Selanjutnya adalah teori tentang investasi, pariwisata serta ketenagakerjaan. Penggunaan teori yang terdapat dalam tinjauan pustaka akan mendukung peneliti dalam menganalisis data.

BAB III : METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Fokus penelitian dalam penelitian ini meliputi strategi pengembangan pariwisata serta strategi pemasaran dan promosi sektor pariwisata oleh pemerintah Kota Batu. Selanjutnya mengenai dampak meningkatnya minat investor sektor pariwisata terhadap peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu yang meliputi usaha bidang pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata dan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu. Lokasi penelitian ini di Kota Batu dengan situs penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dan di Badan Penanaman Modal Kota Batu. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan atau narasumber serta

sumber data sekunder yang diperoleh dari dokumen yang telah diterbitkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dan Badan Penanaman Modal Kota Batu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, pedoman wawancara dan catatan lapang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif dari Miles dan Huberman sedangkan keabsahan data menggunakan triangulasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan hasil penelitian lapang yang dianalisa dan diinterpretasikan oleh peneliti. Pada bagian ini peneliti memaparkan tentang strategi yang digunakan oleh pemerintah Kota Batu dalam meningkatkan kegiatan investasi pada sektor pariwisata. Kegiatan peningkatan investasi berhubungan dengan strategi pengembangan dan promosi sektor pariwisata. Pada hasil pembahasan dan analisis data, peneliti menemukan bahwa strategi menarik investor sektor pariwisata di Kota Batu meliputi strategi pengembangan sektor pariwisata serta strategi promosi investasi sektor pariwisata. Adapun kontribusi adanya minat investor sektor pariwisata melalui kegiatan investasi sektor

pariwisata adalah adanya peluang atau kesempatan yang diperoleh oleh masyarakat untuk mendirikan usaha bidang pariwisata atau menjadi pekerja pada usaha bidang pariwisata di Kota Batu.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran atau rekomendasi guna perbaikan terhadap temuan penelitian serta sebagai rekomendasi yang ditujukan untuk pihak-pihak yang terkait.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Studi kepustakaan menjadi salah satu hal yang relevan untuk dilakukan dalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti melakukan studi kepustakaan terlebih dahulu terhadap beberapa jurnal penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Tujuannya untuk mengetahui strategi dari pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui investasi serta mengetahui kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap ketersediaan lapangan kerja. Berbagai rujukan ini diharapkan mampu menunjang dalam penelitian.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Javed dkk (2011) dengan judul *Foreign Direct Investment, Economic Growth And Employment: Evidence From Pakistan*. Penelitian ini meneliti tentang dampak investasi asing atau *Foreign Direct Investment* (FDI) dan pertumbuhan ekonomi terhadap tenaga kerja di Pakistan. Peneliti menggunakan data sekunder tentang nilai investasi dan pertumbuhan ekonomi Pakistan selama periode 1973 sampai 2009. Penelitian ini menggunakan teknik kointegrasi dalam kerangka *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *Gross Domestic Product* (GDP) dan FDI memang memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik pada pekerjaan.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Markovic (2010) dengan judul *Tourism Planning: Contribution Of Tourism To Socio-Economic Development Of Montenegro*. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa

pariwisata menjadi industri utama di Montenegro. Hal ini diawali dengan analisis mengenai perencanaan pariwisata di Montenegro dimana strategi dilakukan oleh para ahli internasional dan domestik. Hasil penelitian menjelaskan bahwa di Montenegro terdapat tahapan pengembangan pariwisata yang meliputi: a) Perluasan tawaran pariwisata dan perbaikan akomodasi; b) Promosi tawaran pariwisata multi-segmen sesuai dengan standar internasional; c) Peningkatan dan perluasan sektor pariwisata dengan sektor lain yang terkait seperti pertanian, transportasi dan jasa; d) Pengembangan sektor pariwisata harus dapat mengembangkan nilai-nilai alami; e) Perbaikan dan pembangunan sarana akomodasi tambahan (pengembangan pemukiman dengan memperhatikan ketersediaan lahan, pasokan air, pembuangan dan pengelolaan limbah).

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2013) dengan judul “Strategi Pemerintah Kota Batu Dalam Rangka Menarik Investor Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah”. penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan situs penelitian di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu di Kota Batu. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa startegi yang digunakan oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik investor meliputi antara lain: Pelayanan investasi satu pintu; Mengefektifkan promosi, pelayanan, dan bimbingan pelaksanaan penanaman modal; Studi banding pelayanan investasi; Menggali peluang dan menetapkan keunggulan daerah; Kesiediaan meninjau ulang peraturan daerah yang bermasalah; Membangun sarana, prasarana, dan sumberdaya manusia.

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang peneliti cantumkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah dalam meningkatkan pendapatan untuk melaksanakan pembangunan daerahnya dapat melalui kegiatan investasi dimana pemerintah berusaha mendatangkan minat investor untuk berinvestasi melalui berbagai strategi yang telah dirumuskan. Bidang studi administrasi publik juga memiliki keterkaitan dengan kegiatan pembangunan dimana secara lebih khusus hal tersebut merupakan kajian yang dibahas dalam bidang administrasi pembangunan.

B. Administrasi Publik dan Administrasi Pembangunan

Secara etimologi administrasi berasal dari bahasa Latin (Yunani) yang terdiri atas dua kata, yaitu “*ad*” dan “*ministrare*” yang berarti “to serve” yang dalam Bahasa Indonesia berarti melayani dan atau memenuhi. Administrasi publik adalah kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan publik secara efisien dan efektif (Pasolong, 2008:8). Chander dan Plano dalam Keban (2008:3) mendefinisikan administrasi publik sebagai proses dimana sumberdaya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Administrasi publik bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah publik melalui perbaikan atau penyempurnaan terutama di bidang organisasi, sumberdaya manusia dan keuangan (Keban, 2008:3). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa administrasi publik merupakan

proses kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang maupun lembaga dalam memenuhi kebutuhan publik dengan memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki sehingga diperoleh hasil yang efektif dan efisien serta mampu memecahkan masalah-masalah publik.

Administrasi publik berkembang menjadi beberapa alur pemikiran dimana salah satunya adalah alur pemikiran administrasi pembangunan, hal ini terutama untuk memenuhi kebutuhan negara-negara berkembang. Administrasi pembangunan adalah administrasi negara (publik) yang berperan sebagai agen perubahan dengan tujuan menyukseskan pembangunan dalam berbagai aspeknya, melalui perencanaan yang berorientasi pada pelaksanaan, transfer teknologi, transformasi sosial, pengembangan kapasitas, dan partisipasi masyarakat serta pemerataan hasil pembangunan (Ibrahim, 2008:3).

Administrasi pembangunan berkembang karena adanya kebutuhan di negara-negara yang sedang membangun untuk mengembangkan lembaga-lembaga dan pranata-pranata sosial, politik, dan ekonominya agar pembangunan dapat berhasil. Oleh karena itu, pada dasarnya administrasi pembangunan adalah bidang studi yang mempelajari sistem administrasi negara (publik) di negara yang sedang membangun serta berupaya untuk meningkatkan kemampuannya (Ginandjar, 2008:1). Siagian (1979:2) mendefinisikan administrasi pembangunan sebagai seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu masyarakat untuk memperbaiki tata kehidupannya sebagai suatu bangsa dalam berbagai aspek kehidupan bangsa tersebut dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Nugroho (2009:17-18) menjelaskan bahwa ruang lingkup administrasi pembangunan

meliputi pembangunan administrasi dan administrasi pembangunan. Pembangunan administrasi meliputi kegiatan kepemimpinan, koordinasi, pengawasan, serta administrasi fungsional.

Kegiatan tersebut digunakan untuk mendukung terlaksananya administrasi pembangunan yang meliputi kegiatan proses perumusan kebijakan dan program pembangunan serta tata pelaksanaan secara efektif. Penyelenggaraan administrasi pembangunan dalam suatu negara sebagai upaya untuk mempercepat pelaksanaan pembangunan nasionalnya memerlukan dukungan dari pemerintah. Tugas tersebut semata-mata bukan hanya tanggungjawab pemerintah, tetapi sebagai lembaga yang berkuasa terhadap suatu negara, pemerintah mempunyai fungsi-fungsi tertentu dalam pembangunan nasional. Siagian (1979:105) menjabarkan beberapa fungsi yang harus dijalankan oleh pemerintah dalam mendukung pembangunan nasional adalah sebagai berikut:

a. Pemerintah sebagai stabilisator

Ketidakstabilan kondisi politik, ekonomi, dan social budaya dalam suatu negara akan berdampak pada kegiatan pembangunan. Oleh karena itu pemerintah harus bertindak sebagai stabilisator. Dalam bidang politik, pemerintah harus dapat menciptakan suasana politik yang kondusif, baik di dalam maupun luar negeri. Dalam bidang ekonomi, pemerintah harus dapat menciptakan iklim perekonomian yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat sehingga stabilitas ekonomi dapat diusahakan dan dipertahankan sebagai titik tolak untuk pertumbuhan dan perkembangan di bidang ekonomi. Dalam bidang sosial budaya pemerintah harus mampu menciptakan norma-

norma sosial budaya yang kiranya akan mendorong kegiatan-kegiatan pembangunan, tanpa mengganti kepribadian bangsa yang bersangkutan.

b. Pemerintah sebagai inovator

Ditinjau dari segi administrasi pembangunan, inovasi berarti penemuan baru dalam cara-cara kerja, metode baru, sistem baru dan cara berfikir yang baru. Pemerintah dalam suatu negara perlu mengusahakan supaya pemerintah itu sebagai keseluruhan, maupun para pejabatnya menjadi sumber-sumber ide baru, terutama yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan pembangunan.

c. Pemerintah sebagai pelopor

Dalam kaitannya dengan administrasi pembangunan, pemerintah diharapkan mampu menjadi pelopor suatu kegiatan pembangunan. Pemerintah diharapkan mampu melakukan kegiatan pembangunan yang berkelanjutan dimana kegiatan tersebut dapat berdampak positif terhadap masyarakat.

Peran pemerintah dalam pembangunan nasional khususnya dalam konteks administrasi pembangunan juga mencakup strategi yang digunakan untuk mewujudkan tercapainya pembangunan nasional.

C. Strategi

1. Definisi strategi

Definisi klasik tentang strategi berasal dari kalangan militer yang mengatakan bahwa strategi adalah cara terbaik untuk menggunakan dana, daya dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu peperangan. Saat ini istilah strategi telah banyak digunakan dalam organisasi non militer dimana

strategi diartikan sebagai upaya dari suatu organisasi dalam memanfaatkan kemampuan organisasi yang secara matang memperhitungkan kesempatan dan risiko yang timbul sehingga mendatangkan efektivitas dan efisiensi dalam waktu tertentu (Siagian 1986:16-17). Griffin dalam Saefullah (2005:132) mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Solihin (2012:64) strategi dipahami bukan hanya sebagai cara untuk mencapai tujuan melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. David (2008 : 5) mendefinisikan strategi sebagai berikut:

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi memengaruhi kemakmuran organisasi dalam jangka panjang, khususnya untuk lima tahun, dan berorientasi ke masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi organisasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan alat atau cara yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya dimana organisasi tersebut harus mempertimbangkan berbagai faktor (internal dan eksternal) yang akan dihadapi sehingga dengan kemampuan serta sumber daya yang dimiliki, organisasi tersebut dapat bertindak secara efektif dan efisien.

2. Strategi Investasi

Cara ataupun kiat khusus juga perlu dilakukan dalam melakukan kegiatan investasi. Strategi dalam berinvestasi meliputi tujuan investor dan

kemampuannya/kekayaannya yang dapat diinvestasikan, karena terdapat hubungan positif antara risiko dan *return* untuk strategi investasi, maksudnya adalah investor harus memperhatikan kemungkinan terjadinya kerugian dan tidak hanya berorientasi untuk mendapat banyak keuntungan (Shape, 1997:10).

Yuliana (2010:5-6) menjelaskan bahwa terdapat beberapa dasar keputusan dalam berinvestasi yang meliputi:

a. *Return*

Alasan utama orang berinvestasi adalah memperoleh keuntungan. Dalam investasi tingkat keuntungan disebut *return*. Suatu hal yang wajar jika investor menuntut tingkat *return* tertentu atas dana yang dilakukannya karena merupakan kompensasi biaya kesempatan (*opportunity cost*).

a. *Risk*

Dalam melakukan investasi, para investor juga memperhatikan masalah risiko. Risiko merupakan perbandingan antara *return* yang diharapkan dengan *return* yang didapatkan (aktual). Oleh karena itu investor harus menjaga tingkat risiko dengan pengembalian yang seimbang.

b. *The time factor*

Jangka waktu adalah hal yang penting dalam berinvestasi. Investor dapat menanamkan modalnya pada jangka pendek, jangka menengah, atau jangka panjang. Pemilihan jangka waktu investasi merupakan suatu hal penting yang menunjukkan ekspektasi atau harapan dari investor. Investor selalu menyeleksi jangka waktu dan pengembalian yang bias memenuhi ekspektasi dari pertimbangan pengembalian dan risiko.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi yang digunakan oleh investor dalam melakukan investasi adalah dengan mempertimbangkan keuntungan dan risiko yang akan dihadapi. Oleh karena itu untuk menarik minat investor perlu diciptakan iklim investasi yang kondusif dengan adanya undang-undang yang mengatur tentang investasi atau penanaman modal dalam suatu negara serta kemampuan atau dari pemerintah untuk meyakinkan para investor agar berminat melakukan investasi di wilayahnya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Investasi

Adapun bentuk upaya atau strategi yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk menciptakan iklim investasi yang kondusif adalah dengan memperhatikan berbagai faktor yang dapat menarik minat investor dalam melakukan kegiatan investasi di suatu daerah. Rokhmatussa'dyah (2011:6-12) menjelaskan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan investor untuk melakukan kegiatan investasi pada suatu negara meliputi beberapa hal berikut ini:

a. Masalah risiko menanamkan modal (*country risk*)

Masalah *country risk* merupakan faktor yang cukup dominan yang menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan kegiatan investasi. Salah satu aspek dari *country risk* yang sangat diperhatikan oleh calon investor adalah aspek stabilitas politik dan keamanan. Tanpa ada jaminan politik dan keamanan pada negara dimana investasi dilakukan, risiko kegagalan yang

akan dihadapi akan semakin besar. Di samping aspek stabilitas politik dan keamanan, aspek-aspek lain yang sangat diperhatikan, antara lain:

1. Aspek kebijaksanaan, misalnya: perubahan unilateral dalam syarat-syarat utang, keadaan alam yang buruk.
2. Aspek ekonomi, misalnya: salah urus perekonomian, depresi atau resesi berkepanjangan, *credit squeeze* (kredit macet), pertumbuhan ekonomi yang terus menurun, ongkos produksi yang terus meningkat, terjadinya depresiasi mata uang yang sangat tajam, dan lain-lain.
3. Aspek neraca pembayaran dan utang luar negeri, misalnya: turunnya pendapatan ekspor, peningkatan pada impor makanan dan energi secara tiba-tiba, *over extension* (perpanjangan) utang luar negeri, keadaan memburuk di neraca pembayaran, dan lain-lain.

b. Masalah jalur birokrasi

Birokrasi yang terlalu panjang biasanya dapat menciptakan situasi yang kurang kondusif bagi kegiatan penanaman modal, sehingga dapat mengurungkan niat para pemodal untuk melakukan investasi. Birokrasi yang panjang seringkali juga berarti adanya biaya tambahan, yang akan memberatkan para calon pemodal karena dapat mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi tidak *feasible*. Upaya penyederhanaan proses birokrasi (debirokratisasi) kiranya akan dapat menjadi salah satu faktor yang akan mendorong para investor kembali menanamkan modalnya di Indonesia.

c. Transparansi dan kepastian hukum

Transparansi dalam proses dan tata cara penanaman modal akan menciptakan suatu kepastian hukum serta menjadikan segala sesuatunya menjadi mudah diperkirakan. Jika tidak ada transparansi dan kepastian hukum akan membingungkan calon investor serta seringkali mengakibatkan timbulnya biaya yang cukup mahal.

d. Jaminan investasi

Adanya jaminan dari negara tuan rumah terhadap kepentingan pemodal, dalam hal ini jaminan dalam hal seperti kerusuhan, huru-hara, penyitaan, nasionalisasi, serta pengambilalihan. Jaminan investasi juga mencakup masalah reprivatisasi modal serta penarikan keuntungan.

e. Ketenagakerjaan

Adanya tenaga kerja yang terlatih dan terampil dalam upah yang memadai serta upah yang tidak terlalu tinggi akan menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan oleh para calon investor sebelum melakukan kegiatan penanaman modalnya. Antara penanaman modal dengan ketenagakerjaan terdapat hubungan timbal balik yang sangat erat, dimana penanaman modal memberikan implikasi terciptanya lapangan kerja yang menyerap sejumlah besar tenaga kerja di berbagai sektor, sementara di lain pihak kondisi sumber daya manusia yang tersedia dan situasi ketenagakerjaan yang melingkupinya akan memberikan pengaruh yang besar pula bagi kemungkinan peningkatan atau penurunan penanaman modal.

f. Masalah infrastruktur

Tersedianya jaringan infrastruktur yang memadai akan sangat berperan dalam menunjang keberhasilan suatu kegiatan penanaman modal. Oleh karena itu, tersedianya jaringan infrastruktur pokok seperti perhubungan (darat, laut, dan udara) serta sarana komunikasi merupakan faktor penting yang sangat diperhatikan oleh calon investor.

g. Keberadaan sumber daya alam

Keberadaan sumber daya alam merupakan salah satu daya tarik utama investor dalam melakukan penanaman modal. Negara-negara yang kaya akan sumber daya alam sebagai bahan baku atau komoditi industri telah menjadi sasaran utama para pemilik modal untuk menanamkan modalnya.

h. Akses pasar

Akses terhadap pasar yang besar juga menjadi sasaran utama para pemilik modal untuk menanamkan modalnya. Terbukanya akses pasar akan mampu menyerap produk yang dihasilkan dari suatu kegiatan penanaman modal.

i. Insentif perpajakan

Mengingat kegiatan penanaman modal merupakan kegiatan yang berorientasi mencari keuntungan (*profit oriented*), diberikannya beberapa insentif perpajakan akan sangat membantu menyehatkan *cash flow* serta mengurangi secara substansial biaya produksi (*production cost*) yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan profit margin dari suatu kegiatan penanaman modal.

D. Investasi

Investasi atau penanaman modal mempunyai kontribusi dalam pembangunan suatu negara. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 mendefinisikan penanaman modal adalah segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia. Rokhmatussa'dyah (2011 : 3) mendefinisikan investasi atau penanaman modal sebagai suatu kegiatan yang dilakukan baik oleh orang pribadi (*natural person*) maupun badan hukum (*juridical person*) dalam upaya untuk meningkatkan dan/atau mempertahankan nilai modalnya, baik yang berbentuk uang tunai (*cash money*), peralatan (*equipment*), aset tidak bergerak, hak atas kekayaan intelektual, maupun keahlian. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa investasi atau penanaman modal merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan (modal) yang pelakunya dapat dibedakan menjadi penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing.

1. Jenis Investasi

Terdapat dua jenis investasi atau penanaman modal dimana dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 hanya dijelaskan tentang investasi langsung, namun ada jenis investasi lain yang perlu diketahui, yakni investasi tidak langsung. Untung (2010:24) menjabarkan perbedaan antara investasi langsung dengan investasi tidak langsung melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Perbedaan Investasi Langsung dan Investasi Tidak Langsung

| No. | Investasi Langsung | Investasi Tidak Langsung |
|-----|---|--|
| 1. | Transfer aset dari satu negara ke negara lain | Perpindahan uang dengan tujuan membeli saham |
| 2. | Mendirikan perusahaan | Tidak mendirikan perusahaan |
| 3. | Perusahaan dikendalikan seluruh atau sebagian oleh pemilik perusahaan | Tidak ada pemisahan pemilik dengan manajemen |
| 4. | Investasi tidak dapat ditarik setiap saat | Investasi setiap saat dapat dipindahkan |
| 5. | Membutuhkan kehadiran secara fisik | Tidak perlu hadir secara fisik |
| 6. | Landasan hukum: Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 | Landasan hukum: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 |
| 7. | Pengelola BKPM (PEMDA) | Pengelola BAPEPAM (DEPKEU-LK) |

Sumber: Untung, 2010

Bagi penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing yang hendak menanamkan modalnya secara langsung, maka secara fisik ia hadir dalam menjalankan usahanya. Penanaman modal langsung ini dilakukan baik berupa mendirikan perusahaan patungan (*joint venture company*) dengan mitra lokal, dengan melakukan kerjasama operasi (*joint operation scheme*) tanpa membentuk perusahaan baru, dengan mengkonversikan pinjaman menjadi penyertaan mayoritas dalam perusahaan local, dengan memberikan bantuan teknis dan manajerial (*technical and management assistance*), dengan memberikan lisensi, dan lain-lain. Investasi atau penanaman modal tidak langsung berarti investor tidak perlu hadir secara fisik. Investasi ini mencakup kegiatan transaksi di pasar modal dan pasar uang. Tujuan dari investor bukanlah mendirikan perusahaan, melainkan hanya membeli saham dengan tujuan untuk dijual kembali.

2. Manfaat Investasi

Kehadiran investor di suatu negara mempunyai manfaat yang cukup luas. Manfaat yang dimaksud yakni kehadiran investor dapat menyerap tenaga kerja di negara penerima modal, dapat menciptakan permintaan bagi produk dalam negeri sebagai bahan baku, menambah devisa apalagi investor asing yang berorientasi ekspor, dapat menambah penghasilan negara dari sektor pajak, adanya alih teknologi (*transfer of technology*) maupun alih pengetahuan (*transfer of know how*) (Untung, 2010:41-42). Suhardi dalam Untung (2010:42) menjelaskan bahwa investasi langsung lebih baik jika dibandingkan dengan investasi portofolio (investasi tidak langsung) karena investasi langsung lebih permanen, selain itu manfaat yang diperoleh dari penyelenggaraan investasi langsung meliputi:

- a. Memberikan kesempatan kerja bagi penduduk
- b. Mempunyai kekuatan penggandaan dalam ekonomi local
- c. Memberikan residu baik berupa peralatan maupun alih teknologi
- d. Apabila produksi diekspor akan memberikan jalur pemasaran yang dapat dianut oleh pengusaha lokal, serta memberikan tambahan devisa dan pajak bagi negara
- e. Lebih tahan terhadap fluktuasi bunga dan valuta asing
- f. Memberikan perlindungan politik dan keamanan wilayah karena bila investor berasal dari negara kuat maka bantuan keamanan juga akan diberikan.

3. Tujuan Investasi

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 juga menjelaskan tentang tujuan penyelenggaraan investasi atau penanaman modal, antara lain untuk:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional;
- b. Menciptakan lapangan kerja;
- c. Meningkatkan pembangunan ekonomi berkelanjutan;
- d. Meningkatkan kemampuan daya saing dunia usaha nasional;
- e. Meningkatkan kapasitas dan kemampuan teknologi nasional;
- f. Mendorong pengembangan ekonomi kerakyatan;
- g. Mengolah ekonomi potensial menjadi kekuatan ekonomi riil dengan menggunakan dana yang berasal, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri; dan
- h. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan investasi merupakan salah satu upaya untuk mendapatkan modal. Kegiatan ini tidak dapat dilakukan di semua bidang usaha seperti yang dijelaskan dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 36 tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal. Peraturan Presiden tersebut juga menyebutkan daftar bidang usaha tertutup dan daftar bidang usaha terbuka dengan syarat dimana bidang kebudayaan dan pariwisata termasuk dalam bidang usaha terbuka dengan syarat dalam penyelenggaraan kegiatan investasi atau penanaman modal.

4. Bentuk Badan Usaha dalam Investasi Langsung

Dalam menjalankan kegiatan investasi, khususnya investasi langsung, investor membutuhkan badan usaha sebagai wadah dari investasi yang ditanamkan. Rokhmatussa'dyah (2011:60-63) menjelaskan bahwa terdapat bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia yang meliputi:

a. Badan Usaha Perseorangan

Merupakan bentuk badan usaha yang paling sederhana, dimana pemilik mempunyai tanggungjawab penuh atas usahanya tersebut sampai dengan kekayaan pribadinya. Warga negara asing tidak diperkenankan untuk melakukan investasi dalam bentuk ini.

b. Badan Usaha Berbentuk Perserikatan

Ada dua tipe perserikatan umum yang dikenal, yaitu perserikatan berbentuk Firma dan CV (*Commanditaire Venootschap*). Pada firma tanggungjawab setiap partner bersifat tidak terbatas dan mencakup pula harta pribadinya, sementara pada CV tanggungjawab satu atau lebih partnernya terbatas pada modal yang mereka tanamkan. Suatu perserikatan dibentuk atas dasar suatu perjanjian yang berbentuk akta autentik notaries.

c. Badan Usaha yang Berbentuk Perseroan

Badan usaha dalam bentuk perseroan ini terdiri atas Perseroan Terbatas (PT), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Perusahaan Patungan (Joint Venture), Kantor Cabang Perwakilan dan Agen dari Perusahaan Asing.

5. Kegiatan Investasi dalam Pariwisata

Dibutuhkannya kegiatan investasi dalam penyelenggaraan sektor pariwisata telah disinggung dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 dimana pemerintah menjelaskan tentang arah kebijakan serta strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Khusus untuk penyelenggaraan kegiatan investasi sektor pariwisata dijelaskan dalam pasal 30 dan pasal 31 sebagai berikut:

Pengembangan Investasi di Bidang Pariwisata

Pasal 30

Arah kebijakan pengembangan investasi di bidang pariwisata meliputi:

- a. Peningkatan pemberian insentif investasi di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Peningkatan kemudahan investasi di bidang pariwisata; dan
- c. Peningkatan promosi investasi di bidang pariwisata.

Pasal 31

- (1) Strategi untuk peningkatan pemberian insentif investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf a, meliputi:
 - a. Mengembangkan mekanisme keringanan fiskal untuk menarik investasi modal asing di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang keuangan; dan
 - b. Mengembangkan mekanisme keringanan fiskal untuk mendorong investasi dalam negeri di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang keuangan.
- (2) Strategi untuk peningkatan kemudahan investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf b, meliputi:
 - a. Melaksanakan debirokratisasi investasi di bidang pariwisata; dan
 - b. Melaksanakan deregulasi peraturan yang menghambat perizinan.
- (3) Strategi untuk peningkatan promosi investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf c, meliputi:
 - a. Menyediakan informasi peluang investasi di Destinasi Pariwisata;
 - b. Meningkatkan promosi investasi di bidang pariwisata di dalam negeri dan di luar negeri; dan
 - c. Meningkatkan sinergi promosi investasi di bidang pariwisata dengan sektor terkait.

Pengaturan penyelenggaraan kegiatan investasi dalam sektor pariwisata menunjukkan bahwa kegiatan investasi diperlukan dalam penyelenggaraan kegiatan pariwisata. Langkah atau strategi yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 50 tahun 2011 tersebut meliputi strategi pemberian insentif, strategi kemudahan investasi serta strategi promosi sektor pariwisata.

E. Pariwisata

Yoeti (1996 : 112) menjelaskan bahwa secara etimologi kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* berarti “pergi” atau “bepergian”. Pitana (2009 : 46) menyatakan bahwa definisi pariwisata mengandung beberapa unsur, yaitu: a) Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain; b) Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; c) Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju. Berdasarkan dua definisi yang telah disampaikan oleh ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan berkeliling yang dapat dilakukan secara berulang-ulang tetapi dengan tujuan tidak untuk mencari pekerjaan atau penghidupan serta tidak menetap di suatu wilayah tersebut.

1. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan untuk mengembangkan suatu kegiatan pariwisata. Sammeng (2001:258) menjelaskan

bahwa terdapat dua paradigma dalam pengembangan pariwisata yakni paradigma lama dan paradigma baru. Adapun kegiatan pengembangan pariwisata menurut Sammeng tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Pengembangan Pariwisata

| No | Paradigma Lama | Paradigma Baru |
|-----|--|---|
| 1. | Membangun tanpa rencana | Rencana dulu baru membangun |
| 2. | Dikendalikan oleh proyek | Dikendalikan oleh konsepsi |
| 3. | Hanya rencana kawasan | Rencana induk regional |
| 4. | Pembangunan terpecah | Pembangunan terkonsentrasi |
| 5. | Membangun di luar kawasan yang ada | Membangun dalam kawasan yang ada |
| 6. | Pembangunan intensif pada kawasan yang berpanorama indah | Konservasi kawasan yang berpanorama indah |
| 7. | Membangun baru dan menambah kapasitas | Renovasi yang lama dan memanfaatkan kapasitas secara optimal |
| 8. | Membangun secara spekulatif | Menetapkan batas yang pasti |
| 9. | Mengembangkan pariwisata di mana-mana | Membatasi pada tempat yang sesuai dan sudah tersedia dukungan lokal |
| 10. | Pengembang dari luar | Pengembang lokal |
| 11. | Rekrut tenaga kerja dari luar | Memanfaatkan tenaga kerja lokal |
| 12. | Hanya pertimbangan ekonomi | Berdasar pertimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan |
| 13. | Pertanian menurun dan beralih ke pariwisata | Pertanian bertambah maju bersama pariwisata |
| 14. | Masyarakat menanggung biaya sosial | Pengembangan menanggung biaya sosial |
| 15. | Memihak kendaraan pribadi | Memihak angkutan umum |
| 16. | Hambatan alam dan bangunan bersejarah digusur | Hambatan alam dan bangunan bersejarah dipertahankan |
| 17. | Arsitektur dari luar | Arsitektur lokal |

Sumber: Sammeng, 2001

2. Pembiayaan Pengembangan Pariwisata

Dalam upaya pengembangan pariwisata diperlukan perhatian khusus pada sektor pembiayaan. Hal ini karena biaya merupakan salah satu faktor utama yang dapat mendukung pelaksanaan kegiatan pengembangan pariwisata.

Sammeng (2001:288-289) mengatakan bahwa pembiayaan pengembangan pariwisata meliputi:

a. Biaya Pembangunan Prasarana

Pengembangan pariwisata sangat memerlukan dukungan prasarana (jalan, jembatan, telepon, air bersih, dll) yang memerlukan investasi yang besar atau mahal. Oleh sebab itu pembangunan prasarana tersebut pada umumnya menjadi tanggungjawab pemerintah. Hal ini dikarenakan pembangunan prasarana tersebut tidak hanya digunakan oleh industri pariwisata, tetapi juga dimanfaatkan untuk kepentingan umum dan kegiatan perekonomian, maka investasi yang dilakukan oleh pemerintah akan berguna bagi negara atau daerah. Investasi yang dilakukan oleh pemerintah dapat terbayar kembali melalui pengenaan “biaya pemakaian”, seperti penarikan biaya penggunaan bendara, jalan bebas hambatan, dan lain sebagainya.

b. Biaya Pembangunan Usaha

Dana yang sangat besar jumlahnya juga diperlukan untuk membangun sarana dan fasilitas pelayanan komersial, seperti: hotel, restoran, biro agen perjalanan, tempat-tempat pertunjukan dan lain-lain. Berhubung semua sarana dan fasilitas pelayanan tersebut termasuk katagori usaha komersial, maka pendanaannya menjadi tanggungjawab pihak swasta. Pada negara sedang berkembang dimana keterlibatan pihak swasta belum cukup kuat, maka langkah perintisan oleh pemerintah biasanya diperlukan, seperti pembangunan hotel yang dilakukan oleh BUMN. Untuk mendorong pihak swasta melakukan investasi dapat juga dilakukan melalui pemberian insentif

berupa: keringanan/pembebasan pajak untuk jangka waktu tertentu, kredit murah, keringanan/pembebasan bea masuk untuk impor barang yang belum tersedia di dalam negeri dan lain sebagainya. Insentif lain adalah membuka kemungkinan kerjasama (*joint venture*) antara pengusaha dalam negeri dengan pengusaha dari luar negeri.

3. Usaha Bidang Pariwisata

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa beberapa tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu dalam penyelenggaraan kegiatan pariwisata juga diatur tentang usaha bidang pariwisata. Secara umum usaha bidang pariwisata yang diatur berdasarkan Undang-Undang meliputi:

- a. Bidang Usaha Daya Tarik Wisata
- b. Bidang Usaha Kawasan Wisata
- c. Bidang Usaha Jasa Transportasi Wisata
- d. Bidang Usaha Jasa Perjalanan Wisata
- e. Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman
- f. Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi
- g. Bidang Usaha Hiburan dan Rekreasi
- h. Bidang Usaha Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi dan Pameran
- i. Bidang Usaha Jasa Informasi Pariwisata

- j. Bidang Usaha Jasa Konsultan Pariwisata
- k. Bidang Usaha Jasa Pramuwisata
- l. Bidang Usaha Wisata Tirta
- m. Bidang Usaha SPA

Agar usaha bidang pariwisata tersebut diminati oleh investor, maka diperlukan suatu upaya promosi dan pemasaran kegiatan pariwisata dimana dengan diperkenalkannya potensi pariwisata di suatu daerah ke daerah lain akan menarik minat wisatawan, dengan demikian penyelenggaraan kegiatan pariwisata akan tetap berlanjut. Segmentasi wisatawan yang menjadi sasaran penyelenggaraan pariwisata juga harus diperhatikan agar potensi yang ditawarkan sesuai dengan minat wisatawan.

4. Segmentasi Pasar Wisatawan

Dalam bukunya yang berjudul *Cakrawala Pariwisata*, Sammeng (2001:158-162) menjelaskan bahwa segmentasi pasar wisatawan meliputi:

- a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan segmentasi pasar wisatawan berdasarkan tempat atau daerah. Sasaran dari segmentasi geografis adalah wisatawan pada suatu daerah yang teratrik untuk melakukan wisata dalam negeri. Pelayanan pariwisata yang diberikan berupa paket wisata untuk wisata dalam negeri dengan pelayanan khusus untuk rombongan wisatawan, pelayanan khusus yang diberikan adalah berupa penyediaan jempukan secara

gratis, pembebasan pembayaran atas kelebihan berat barang bawaan, dan lain sebagainya.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan segmentasi pasar wisatawan berdasarkan pandangan demografis tertentu seperti kelompok umur dan pelayanan wisata untuk bangsa tertentu. Tindakan tersebut dilakukan untuk memberikan pelayanan yang optimal karena penyelenggara pariwisata dapat mengetahui jenis kegiatan pariwisata yang diinginkan oleh wisatawan.

c. Segmen Wisata Konvensi

Segmen wisata konvensi adalah segmen wisata acara pertemuan. Banyak pihak yang sering melakukan konvensi atau pertemuan, baik itu kalangan pemerintah maupun swasta. Salah satu kegiatan yang disoroti pada segmen wisata konvensi adalah *Exhibition Market*. *Exhibition* merupakan kegiatan pameran yang diselenggarakan untuk mempromosikan produk. Pameran tidak hanya diikuti oleh peserta lokal atau setempat melainkan dapat juga diikuti oleh peserta dari luar daerah. Sengaja ditekankan mengenai peserta dari daerah lain karena ingin diperlihatkan bahwa kegiatan pameran (*exhibition*) dapat mendorong terjadinya arus manusia dari suatu tempat ke tempat lain yang cukup besar jumlahnya.

5. Peran Pemerintah dalam Pariwisata

Pemerintah mempunyai peran strategis dalam melakukan inisiasi pembangunan industri wisata yang dapat dimulai dari melakukan sosialisasi dan

promosi, selain itu pemerintah juga merencanakan, mengatur, dan melakukan regulasi sektor pariwisata. Hal ini karena pemerintah mempunyai kewenangan sehingga dapat melakukan perencanaan jangka panjang dan melindungi perencanaan tersebut dengan peraturan yang mengikat masyarakat. Hakim (2004 : 143-144) menjelaskan bahwa peran pemerintah setidaknya mencakup beberapa hal berikut:

- a. Mendukung pengembangan model-model ekonomi bagi wisata, untuk membantu merumuskan skala yang tepat dan tipe-tipe wisata di kota dan alamiah.
- b. Membentuk dewan wisata yang terdiri atas seluruh komponen stakeholder (masyarakat local, LSM, industri) dan melakukan teknik-teknik yang menyangkut mekanisme dan implementasi konsultasi publik, sehingga dapat melibatkan seluruh komponen stakeholder dalam keputusan-keputusan tentang wisata.
- c. Menjamin bahwa wisata masih dalam koridor perencanaan yang memenuhi tuntutan konservasi lingkungan dan ekonomi.
- d. Menjamin dan mengimplementasikan pendidikan dan program-program kepedulian untuk menjamin sustainabilitas wisata.
- e. Mengembangkan sebuah desain dan cara standar untuk menjamin bahwa proyek-proyek pembangunan wisata tidak mengganggu budaya lokal dan lingkungan alamiah.
- f. Melakukan regulasi dan kontrol wisata pada area-area yang secara alamiah dan budaya bersifat sensitif.

6. Dampak Pengembangan Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, salah satunya adalah dampak ekonomi. Interaksi yang bersifat akumulatif dan intensif antara wisatawan dengan masyarakat setempat dapat menimbulkan dampak ekonomi yang bersifat positif maupun negatif, dan hal ini sangat tergantung pada kebijakan pengembangan pariwisata yang diterapkan oleh pemerintah setempat. Suwena (2010 : 138-139) menjelaskan dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a) Dampak positif
 1. Membuka lapangan kerja bagi penduduk local di bidang pariwisata, seperti: *tour guide, waiter, bell boy*, dan lain-lain.
 2. Dibangunnya fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik demi kenyamanan para wisatawan yang juga secara langsung dan tidak langsung bisa dipergunakan oleh penduduk local, seperti: tempat rekreasi, mall, dan lain-lain.
 3. Mendapatkan devisa (*national balance payment*) melalui pertukaran mata uang asing (*foreign exchange*).
 4. Mendorong seseorang untuk berwiraswasta/wirausaha, contoh: pedagang kerajinan, pemasok bahan makanan dan bungan ke hotel, dan lain-lain.
- b) Dampak negatif
 1. Bahaya ketergantungan yang sangat mendalam terhadap pariwisata.

2. Meningkatkan inflasi dan harga jual tanah menjadi mahal.
3. Meningkatkan impor barang dari luar negeri, terutama alat-alat teknologi modern yang digunakan untuk memberikan pelayanan bermutu pada wisatawan dan juga biaya-biaya pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang ada.
4. Produksi yang bersifat musiman menyebabkan rendahnya tingkat pengembalian modal awal.

Penyelenggaraan kegiatan pariwisata yang terus berkembang diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap sektor lain, khususnya sektor ketenagakerjaan. Hal ini seperti yang telah dijelaskan bahwa kegiatan pariwisata akan meningkatkan peran serta penduduk dalam penyelenggaraannya (penyerapan tenaga kerja).

F. Ketenagakerjaan dan Lapangan Kerja

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 menjelaskan beberapa istilah tentang ketenagakerjaan, istilah tersebut meliputi:

- a) Ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, dan sesudah masa kerja;
- b) Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat;
- c) Pelayanan penempatan tenaga kerja adalah kegiatan untuk mempertemukan tenaga kerja dengan pemberi kerja, sehingga tenaga kerja dapat memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya, dan pemberi kerja dapat memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan penjelasan dari Undang-undang tersebut, maka dapat diketahui bahwa ketenagakerjaan adalah segala hal yang berkaitan dengan

pekerja/buruh, menyangkut hal-hal sebelum masa kerja (*pre-employment*), antara lain: menyangkut pemagangan, kewajiban mengumumkan lowongan kerja, dan lain-lain. Hal-hal yang menyangkut masih bekerja (*during-employment*), antara lain meliputi: perlindungan kerja upah, jaminan sosial, kesehatan dan keselamatan kerja, pengawasan kerja, dan lain-lain. Adapun hal-hal sesudah masa kerja meliputi: pesangon, jaminan pensiun atau hari tua (Agusmidah, 2010 : 5).

Simanjuntak dalam Agusmidah (2010 : 6) menjelaskan bahwa tenaga kerja (*man power*) adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain, seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Pengertian tenaga kerja dan bukan tenaga kerja menurutnya ditentukan oleh umur/usia. Agusmidah (2010 : 6) membagi tenaga kerja menjadi angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja (*labour force*) terdiri atas golongan yang bekerja dan golongan yang menganggur atau yang sedang mencari pekerjaan. Kelompok bukan angkatan kerja terdiri atas golongan yang bersekolah, golongan yang mengurus rumah tangga, dan golongan lain-lain atau penerima pendapatan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa pekerja merupakan setiap orang yang bekerja (angkatan kerja maupun bukan angkatan kerja tetapi harus bekerja) serta menerima upah atau imbalan sebagai balas jasa atas pelaksanaan pekerjaan tersebut. ILO (2009) mendefinisikan lapangan kerja produktif sebagai kesempatan kerja yang menghasilkan imbal balik yang memadai kepada pekerja guna memungkinkan tingkat konsumsi pekerja dan tanggungannya di atas garis kemiskinan.

Sammeng (2001:203-206) menjelaskan bahwa industri pariwisata masuk dalam katagori padat karya sehingga industri pariwisata mempunyai peluang dalam membuka lapangan kerja baru. Selain memiliki peluang dalam menciptakan lapangan kerja, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga tak berketrampilan (*unskilled*) sampai dengan setengah trampil dan trampil, bahkan sampai dengan tingkat eksekutif. Sampai saat ini masih sulit didapatkan data yang akurat tentang jumlah lapangan kerja yang diciptakan oleh industri pariwisata. Hal tersebut disebabkan karena lapangan kerja yang tercipta oleh industri pariwisata dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu: lapangan kerja langsung, lapangan kerja tidak langsung dan lapangan kerja ikutan.

Lapangan kerja langsung dalam pariwisata adalah pekerjaan yang tersedia untuk melayani wisatawan dalam perjalanan, misalnya penyediaan transport wisata, pelayanan tempat menginap dan makan-minum serta penyiapan sesuatu untuk dilihat atau dikerjakan oleh wisatawan (daya tarik wisata). Lapangan kerja tidak langsung adalah pekerjaan-pekerjaan yang tersedia pada pabrik, took dan usaha-usaha lain yang diperlukan oleh pengusaha dan organisasi-organisasi pariwisata yang melayani langsung wisatawan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat diketahui bahwa lapangan kerja tidak langsung oleh industri pariwisata mencakup bidang yang sangat luas, mulai dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan sampai dengan sektor industri manufaktur dan industri jasa. Lapangan kerja ikutan yakni lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada

industri pariwisata. Secara lebih lanjut Sammeng menjelaskan mengenai penciptaan lapangan kerja dari sektor pariwisata sebagai berikut:

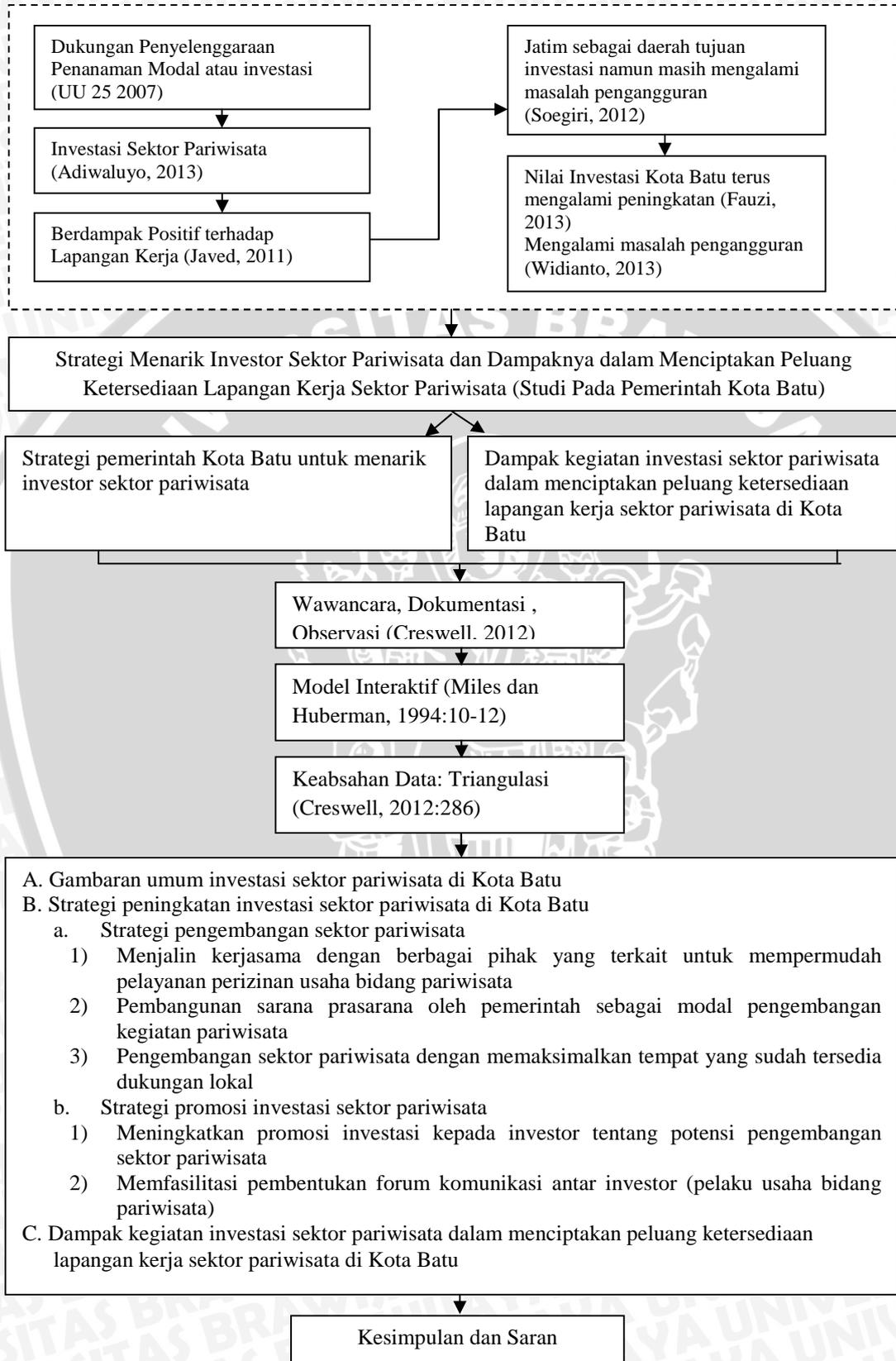
Tabel 5 Penciptaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata

| Lapangan Kerja Langsung | Lapangan Kerja Tidak Langsung |
|--|---|
| Akomodasi <ul style="list-style-type: none"> • Hotels/Resorts • Motels • Caravans • Camping Transportasi <ul style="list-style-type: none"> • Pesawat Terbang • Kapal Pesiar • Kereta Api • Penyewaan kendaraan • Bus Wisata Daya Tarik <ul style="list-style-type: none"> • Budaya • Buatan • Alam Makan Minum <ul style="list-style-type: none"> • Restoran • Kafe • Bar&Pubb Biro Perjalanan Agen Perjalanan Portir Cenderamata | Pemasok (supplier) Bengkel Kamera dan Film Peta, buku-buku panduan Pertokoan / Mal Peristiwa Olahraga Bank Sistem pemasaran Klub mobil Tempat-tempat pertunjukan Museum Real estat Pengemasan Pabrik mobil/pesawat Pabrik pakaian jadi Jaringan komunikasi Lembaga diklat Pembuat makanan kaleng Media periklanan Percetakan Pertanian Perkebunan Peternakan Perikanan |

Sumber: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Job for the Millenium, hal 4 (diolah kembali) dalam Sammeng, 2001

Industri pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja yang (cukup) besar, sehingga tergolong bidang usaha yang padat karya (labour intensive) karena wisatawan memerlukan perhatian setiap saat sehingga tenaga kerja pariwisata harus siap dan bersedia kapanpun diperlukan.

G. Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Gambar 2 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif dimana peneliti mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor sektor pariwisata secara lebih *holistic* atau utuh serta sesuai dengan karakteristik pemerintahan Kota Batu. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu (Creswell, 2012:20). Hal yang diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini adalah tentang strategi menarik minat investor sektor pariwisata oleh pemerintah Kota Batu serta kontribusinya terhadap ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian diperlukan untuk membatasi masalah yang akan diteliti. Penetapan fokus dapat membatasi studi serta membantu peneliti dalam memutuskan data yang digunakan dalam penelitian (Moleong, 2004:92-94). Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini meliputi:

1. Strategi pemerintah Kota Batu untuk menarik investor sektor pariwisata.
 - a. Strategi pengembangan sektor pariwisata
 - 1) Pelaksanaan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata
 - 2) Pembangunan sarana prasarana oleh pemerintah sebagai modal untuk mengembangkan kegiatan pariwisata
 - 3) Pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal
 - b. Strategi promosi investasi sektor pariwisata
 - 1) Promosi investasi kepada investor tentang potensi pengembangan sektor pariwisata
 - 2) Pembentukan forum komunikasi antar investor (pelaku usaha bidang pariwisata)
2. Dampak kegiatan investasi sektor pariwisata dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.
 - a. Pendirian Usaha pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata
 - b. Peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu

C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Batu dengan pertimbangan visi misi Kota Batu untuk tahun 2012-2017 sesuai dengan tema penelitian yang diangkat oleh peneliti, yakni “Mewujudkan Kota Wisata Batu sebagai Sentra

Pertanian Organik Berbasis Kepariwisata Internasional” dimana sektor pariwisata mendapat prioritas oleh pemerintah Kota Batu sehingga penelitian tentang strategi peningkatan investasi sektor pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Situs penelitian adalah tempat dimana peneliti akan menangkap keadaan sebenarnya dari objek yang akan diteliti guna memperoleh data. Berdasarkan penjelasan tersebut maka situs penelitian ini adalah:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Jl. Sultan Agung No. 7B Batu

2. Badan Penanaman Modal Kota Batu

Jl. Sultan Agung No. 05 Batu

D. Sumber Data

Menurut sumbernya, data dibedakan menjadi data internal dan eksternal. Data internal merupakan data yang diperoleh dalam suatu organisasi atau kelompok yang diteliti. Data eksternal merupakan data yang diperoleh diluar suatu organisasi atau kelompok yang diteliti (Adi, 2004:56). Penelitian ini menggunakan data internal dimana peneliti ingin memperoleh data tentang strategi yang digunakan oleh pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan investasi sektor pariwisata. Berdasarkan cara memperolehnya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder (Adi, 2004:57). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari subjek penelitian (Azwar, 2013:91). Adapun data primer dan data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

1. Sumber data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara kepada beberapa informan yang meliputi:

- a. Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- b. Aries, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- c. Syaiful, Staf Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- d. Yoni, Staf Bagian Penyusunan Program Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- e. Muljo Adji, Kepala Bidang Sumber Daya Manusia Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- f. Akhmad Wijaya, Staf Bidang Pengembangan, Informasi, dan Peraduan Badan Penanaman Modal Kota Batu

2. Sumber data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

- a. Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013-2017

- b. Rencana Strategis (Renstra) Badan Penanaman Modal Kota Batu Tahun 2013-2017
- c. Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013
- d. Rencana Kerja (Renja) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013
- e. Rencana Kerja (Renja) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2014
- f. Rekapitulasi jumlah pengunjung rumah makan, hotel, daerah tujuan wisata, dan panti pijat di Kota Batu Tahun 2013
- g. Buku profil Kota Wisata Batu Tahun 2012
- h. *Power Point* tentang Sosialisasi-Advokasi Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) oleh Agus Priyono Kasubdit Keterpaduan Antar Wilayah Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata
- i. *Power Point* tentang Paparan Tanda Daftar Usaha Pariwisata
- j. Pedoman Pelaksanaan Tanda Daftar Usaha Pariwisata
- k. Data rekapitulasi realisasi investasi daerah non PMA tahun 2010-2013 Kota Batu

E. Pengumpulan Data

Kecermatan dalam memilih cara menumpulkan data yang relevan akan berpengaruh pada objektivitas hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang

tepat dalam suatu penelitian akan memungkinkan dicapainya pemecahan masalah secara valid dan reliabel (Nawawi, 2012:100). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan wawancara dengan partisipan secara langsung maupun tidak langsung (melalui telepon atau media lain) (Creswell, 2012:267). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara yang bersifat semi terstruktur dan terbuka dimana peneliti melaksanakan wawancara sambil mencatat hal-hal penting, merekam wawancara dengan audiotape lalu mentranskripsinya (Creswell, 2012:272). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap, wawancara pertama dalam penelitian ini dilakukan pada tanggal 12 Maret 2014 dengan informannya adalah Yoni (Staf Bagian Penyusunan Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batu) dan Muljo Adji (Kepala Bidang Sumber Daya Manusia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batu). Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah pertanyaan yang berkaitan tentang investasi sektor pariwisata di Kota Batu secara umum serta strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam meningkatkan investasi sektor pariwisata dimana dalam wawancara ini diketahui bahwa upaya yang dilakukan adalah melalui pengembangan desa wisata di Kota Batu. Wawancara berikutnya dilakukan pada tanggal 15 April 2014 dengan informan Aries (Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu) dan Yuli

Widiarso (Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu), wawancara seputar strategi pengembangan pariwisata serta strategi promosi dan pemasaran pariwisata. Kemudian dilanjutkan wawancara pada tanggal 16 April 2014 dengan informan Syaiful (Staf Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batu), wawancara tentang investasi sektor pariwisata di Kota Batu. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa kegiatan investasi tidak dapat lepas dari Badan Penanaman Modal Kota Batu, oleh karena itu dilakukan wawancara lanjutan pada tanggal 5 Mei 2014 dengan informan Akhmad Wijaya (Staf Bidang Pengembangan, Informasi, dan Peraduan Badan Penanaman Modal Kota Batu) wawancara tentang kegiatan pelayanan investasi khususnya investasi sektor pariwisata di Kota Batu.

2. Dokumentasi

Dokumen bisa berupa dokumen publik maupun dokumen privat (Creswell, 2012:270). Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan data berupa dokumen yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu serta Badan Penanaman Modal Kota Batu dimana dokumen tersebut berkaitan dengan penelitian. Pengumpulan dokumen tersebut dilakukan secara langsung dengan mendatangi situs penelitian serta secara tidak langsung, yakni melalui *email*. Pengumpulan dokumen dilakukan pada tanggal 15 April 2014, 16 April 2014, 5 Mei 2014 serta tanggal 19 Mei 2014. Adapun dokumen yang telah

dikumpulkan oleh peneliti untuk menunjang penelitian ini termasuk dalam data sekunder.

3. Observasi

Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan per catatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Nawawi, 2012:106). Lebih lanjut Nawawi menjelaskan bahwa observasi dapat berupa observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada bersama objek yang diselidikinya. Observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki, misalnya peristiwa tersebut diamati melalui dokumen, foto, dan lain sebagainya. Observasi pada penelitian ini merupakan observasi tidak langsung dimana peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan peningkatan investasi sektor pariwisata di Kota Batu melainkan hanya mengamati melalui hasil data primer dan data sekunder yang telah dikumpulkan serta mengobservasi pada saat melakukan wawancara. Observasi yang dilakukan pada saat wawancara adalah mengamati lingkungan kerja lokasi penelitian serta berbagai atribut yang berhubungan dengan informasi investasi sektor pariwisata.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti

Peneliti merupakan instrumen kunci (Creswell, 2012:261), dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data sendiri, yakni dengan observasi situs penelitian, wawancara dengan informan serta mengumpulkan dokumen yang diperlukan, dari awal sampai akhir proses penelitian ini, peneliti terlibat secara penuh dan menyeluruh, hal ini mempermudah peneliti dalam menetapkan data yang dibutuhkan untuk penelitian.

2. Pedoman wawancara (*Interview Guide*)

Pedoman wawancara atau *interview guide* dibutuhkan oleh peneliti agar pertanyaan yang diajukan kepada informan sistematis serta tidak keluar dari fokus penelitian. Untuk mempermudah proses wawancara, peneliti menggunakan protokol wawancara (Creswell, 2012:271). Pedoman wawancara yang disusun oleh peneliti dalam penelitian terdiri dari beberapa pokok bahasan, hal ini karena wawancara tidak hanya dilakukan sekali tetapi beberapa kali berdasarkan kebutuhan penelitian. Pedoman wawancara pada awalnya membahas tentang upaya peningkatan investasi sektor pariwisata oleh pemerintah Kota Batu, selanjutnya membahas tentang strategi pengembangan dan strategi promosi dan pemasaran pariwisata. Pada wawancara ketiga membahas tentang investasi sektor

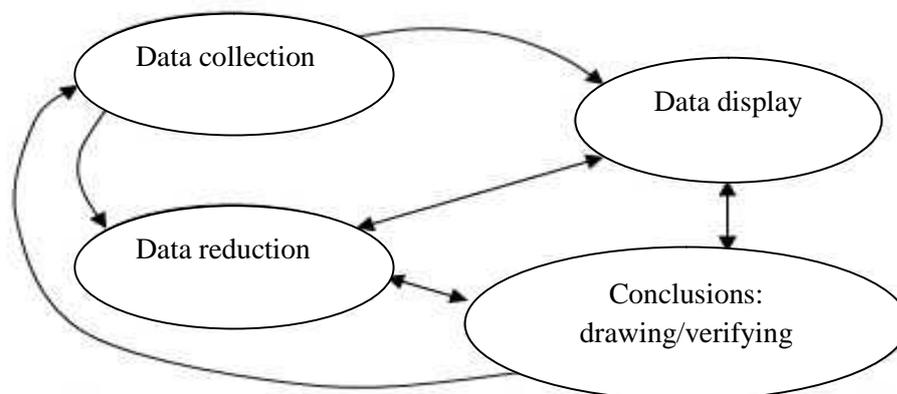
pariwisata di Kota Batu dan pada wawancara terakhir membahas tentang pelayanan perizinan investasi sektor pariwisata di Kota Batu. Adapun pedoman wawancara terlampir.

3. Catatan lapang

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Moleong (2004:209) catatan lapang adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif. Catatan lapang yang dibuat oleh peneliti pada saat melakukan penelitian meliputi penjelasan yang disampaikan oleh informan; atribut promosi yang terdapat di situs penelitian; hasil terjun lapang secara keseluruhan serta mencatat data apa saja yang masih diperlukan untuk mendukung penelitian.

G. Metode Analisis

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapang, dan materi-materi lain yang telah peneliti kumpulkan sehingga pemahaman peneliti tentang objek yang diteliti meningkat dan memungkinkan peneliti menyajikan data yang telah diperoleh (Emzir, 2011:85). Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah model interaktif. Tahap model interaktif adalah melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan simpulan. Model interaktif merupakan jenis kegiatan analisis dan aktivitas pengumpulan data dengan proses yang berulang. Adapun Miles dan Huberman (1994:12) menggambarkan model interaktif sebagai berikut:



Gambar 3 Komponen Analisis Data: Model Interaktif

Sumber: Miles dan Huberman, 1994

1. Reduksi data

Reduksi data mengacu pada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, merangkum, dan mengubah data yang telah diperoleh menjadi laporan catatan lapang atau transkrip. Tindakan yang dilakukan dalam mereduksi data dapat berupa menulis rangkuman, kodifikasi, penarikan benang merah, membuat kluster, membuat bagian-bagian, menulis memo. Proses reduksi data tetap berlanjut setelah kegiatan terjun lapang, sampai laporan akhir lengkap. Data kualitatif dapat direduksi pada saat seleksi, selama meringkas atau merangkum, serta selama mengumpulkan data (Miles dan Huberman, 1994:10-11). Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui kodifikasi dimana peneliti melakukan kodifikasi terhadap data yang telah diperoleh. Proses reduksi data melalui kodifikasi dilakukan oleh peneliti setelah peneliti mendapatkan data, baik itu data primer maupun data sekunder. Proses kodifikasi dilakukan secara terus-menerus sehingga

mempermudah peneliti dalam menentukan data yang masih diperlukan serta menyajikan dan menganalisis data.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah menyusun, memilah informasi yang kiranya dapat digunakan sebagai bahan penarikan kesimpulan. Melihat sajian data akan mempermudah kita untuk memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu, baik itu menganalisis lebih lanjut atau mengambil tindakan. Penyajian data yang sistematis akan mempermudah peneliti untuk membuat kesimpulan atau melanjutkan ke langkah selanjutnya dalam menganalisis (Miles dan Huberman, 1994:11). Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang telah melalui proses reduksi data (kodifikasi). Data yang disajikan dalam penelitian ini bukan data yang tersaji dalam laporan penelitian tetapi data yang dibuat oleh peneliti berdasarkan proses reduksi data untuk mempermudah peneliti memahami data secara keseluruhan dan menetapkan untuk kembali mereduksi data atau melanjutkan ke proses berikutnya.

3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan

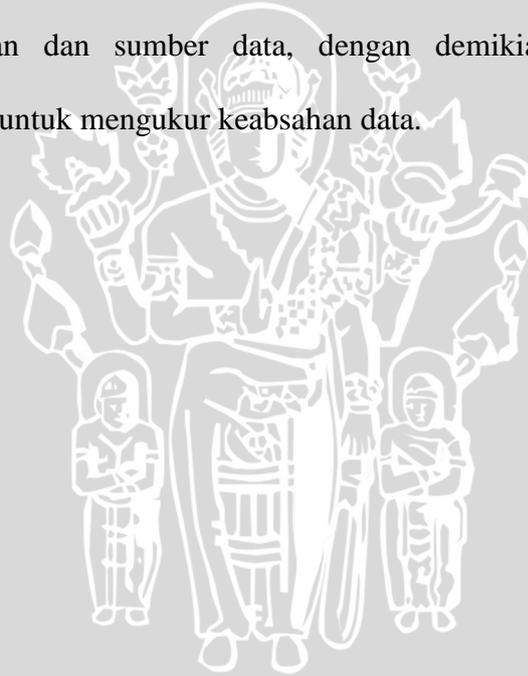
Sejak dari awal pengumpulan data, peneliti kualitatif telah memutuskan apa yang menjadi tujuannya. Kesimpulan akhir mungkin tidak dapat diperoleh sampai pengumpulan data selesai, tergantung pada jumlah catatan lapang, kodifikasi, penyimpanan, metode yang digunakan untuk memanggil kembali data yang telah disimpan, kompleksitas peneliti, dan tuntutan dari organisasi yang mendanai. Selanjutnya adalah verifikasi dengan maksud untuk memperoleh data yang valid (Miles dan Huberman, 1994:11-12). Verifikasi

dan penarikan kesimpulan dalam penelitian ini diperoleh setelah peneliti melakukan proses reduksi data dan penyajian data. Verifikasi dan penarikan kesimpulan dalam penelitian adalah berupa kata-kata, gambar serta tabel hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti. Verifikasi dan penarikan kesimpulan berupa kata-kata secara deskriptif, gambar serta tabel yang merupakan hasil analisis berupa laporan penelitian tersebut dapat dilihat pada bab hasil dan pembahasan dengan sub bab gambaran umum kondisi investasi sektor pariwisata di Kota Batu; strategi peningkatan investasi sektor pariwisata di Kota Batu; kontribusi investasi sektor pariwisata di Kota Batu terhadap ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.

H. Keabsahan Data

Salah satu syarat bagi analisis data adalah dimilikinya data yang valid dan reliabel, oleh karena itu dilakukan upaya validasi data. Objektivitas dan keabsahan data dilakukan dengan melihat realibilitas dan validitas data yang diperoleh (Idrus, 2009:145). Validitas kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu, sedangkan realibilitas kualitatif mengindikasikan bahwa pendekatan yang digunakan peneliti konsisten jika terapkan oleh peneliti-peneliti lain dan untuk proyek-proyek yang berbeda (Gibbs, 2007 dalam Creswell, 2012:285). Cara atau upaya mengukur keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, yakni melakukan triangulasi sumber-sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber-sumber tersebut dan

menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren (Creswell, 2012:287). Peneliti membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumen berkaitan yang menjadi sumber data. Triangulasi dalam penelitian ini tidak hanya dilakukan setelah peneliti memperoleh data, tetapi triangulasi juga dilakukan saat peneliti melakukan wawancara yakni dengan menanyakan pertanyaan yang sama kepada informan yang berbeda. Utamanya kegiatan triangulasi dilakukan oleh peneliti saat peneliti melakukan kegiatan kodifikasi, yakni mengelompokkan data berdasarkan kebutuhan dan sumber data, dengan demikian peneliti dapat melakukan triangulasi untuk mengukur keabsahan data.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Investasi Sektor Pariwisata Di Kota Batu

Kota Batu pada awalnya merupakan Kota Administratif dari Kabupaten Malang, hal tersebut ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1993 tentang pembentukan Kota Administratif Batu. Kota Administratif Batu mempunyai luas wilayah sebesar 15.137 hektar. Kota Administratif Batu telah menunjukkan perkembangan yang pesat, khususnya di bidang pelaksanaan pembangunan dan peningkatan jumlah penduduk, pada tahun 2000 Kota Administratif Batu mengalami peningkatan jumlah penduduk dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 0.9 % pertahun. Hal tersebut mengakibatkan bertambahnya beban tugas dalam penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, dan pelayanan kemasyarakatan. Adanya aspirasi yang berkembang dalam masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dengan mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri, meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan, melaksanakan pembangunan, dan meningkatkan pelayanan kemasyarakatan guna menjamin perkembangan dan kemajuan pada masa yang akan datang menjadi salah satu hal yang melatarbelakangi dibentuknya Kota Batu sebagai daerah otonom. Oleh karena itu pada tahun 2001 berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Kota Administratif Batu Kabupaten Malang telah resmi menjadi daerah otonom dengan nama Kota Batu.

Kota Batu terdiri atas wilayah Kecamatan Batu, Kecamatan Bumiaji dan Kecamatan Junrejo. Wilayah tersebut sebelumnya merupakan sebagian wilayah

dari Kabupaten Malang. Adapun batas wilayah yang dimiliki oleh Kota Batu adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto dan Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan;
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang;
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Dau Kabupaten Malang;
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Pujon Kabupaten Malang.

Secara geografis, wilayah Kota Batu mempunyai kedudukan yang strategis baik dari segi ekonomi, sosial maupun budaya. Selain mempunyai letak yang strategis, Kota Batu juga mempunyai potensi dalam sektor pertanian, industri dan perdagangan, serta pariwisata dimana sektor tersebut memiliki prospek yang baik untuk memenuhi kebutuhan pasar di dalam maupun luar negeri.

Saat ini Kota Batu telah berkembang menjadi kota wisata yang diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, pada tahun 2012 sebanyak 2.521.327 orang telah berkunjung ke Kota Batu. Sektor pariwisata telah dijadikan sebagai salah satu sektor unggulan dan dijadikan prioritas oleh pemerintah Kota Batu. Hal tersebut tercermin dari visi Kota Batu tahun 2012 yakni “ Kota Batu Sentra Pariwisata berbasis pertanian yang didukung oleh sumber daya manusia, sumber daya alam dan sumber daya budaya dengan pemerintahan yang kreatif, inovatif dan bersih bagi seluruh rakyat yang dijiwai keimanan dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa”. Visi kota Batu pada tahun 2013 juga menunjukkan bahwa sektor pariwisata menjadi prioritas pengembangan daerah di

Kota Batu, visi tersebut yakni “ Kota Batu sentra pertanian organik berbasis kepariwisataan internasional ditunjang oleh pendidikan yang tepatguna dan berdaya saing ditopang oleh sumberdaya (alam, manusia dan budaya) yang tangguh diselenggarakan oleh pemerintahan yang baik, kreatif, inovatif, dijiwai oleh keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa”.

Berdasarkan visi Kota Batu pada tahun 2012 dan 2013 tersebut dapat diketahui bahwa Kota Batu menempatkan sektor pariwisata sebagai prioritas dan potensi unggulan. Pada tahun 2012 Kota Batu berupaya untuk menjadikan daerahnya sebagai sentra pariwisata sedangkan pada tahun 2013 Kota Batu berupaya untuk lebih mengembangkan potensi pertanian yang dikemas melalui kegiatan pariwisata dimana potensi tersebut dapat menghasilkan suatu kegiatan pariwisata yang sesuai dengan standart kepariwisataan internasional. Adapun misi pengembangan Kota Batu meliputi:

1. Misi Utama
 - 1.1 Pengembangan pertanian organik
 - 1.2 Pengembangan kepariwisataan internasional
2. Misi Penunjang
 - 1.1 Pengembangan pendidikan vokasional
 - 1.2 Peningkatan daya guna sumber daya (alam, manusia, budaya)
 - 1.3 Penguatan pemerintahan daerah

Berdasarkan pemaparan misi tersebut, dapat diketahui bahwa pengembangan kepariwisataan merupakan salah satu misi utama dari pemerintah Kota Batu. Perhatian pemerintah terhadap potensi pariwisata yang dimiliki oleh

Kota Batu telah berlangsung cukup lama, yakni sejak statusnya berubah dari kota administratif Kabupaten Malang menjadi Kota Batu, sejak awal berdirinya Kota Batu, pemerintah menempatkan sektor pariwisata sebagai potensi unggulan daerah dan terus berusaha memperkenalkan Batu sebagai kota wisata kepada khalayak umum. Hal tersebut diungkapkan oleh Yuli Widiarso, Kepala Bidang Pemasaran dan Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang mengatakan bahwa:

“...melihat sisi historisnya Kota Batu ini adalah usianya masih relatif muda, dimulai pada tahun 2001 sehingga *kalo* sekarang boleh dikatakan 13 tahun berjalan, 13 tahun ini masih baru di Jawa Timur, khususnya di Indonesia. Kita ingin memperkenalkan Kota Batu jadi tujuan utamanya adalah itu, memperkenalkan Kota Batu baik di dalam negeri maupun luar negeri. Yang kedua baru bisa ingin menarik wisatawan yang ada di Kota Batu, tentunya, *kalo* kita ingin menarik wisatawan ke Kota Batu, tentunya kita harus punya modal, apa modalnya? Destinasi wisata misalnya, itulah yang kita *garap*, destinasi wisata, objek wisata, potensi-potensi yang ada di Kota Batu itu, baik itu potensi alam, potensi buatan, *nah* itu kita yang kita benahi semuanya..” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Kota Batu mempunyai tujuan untuk memperkenalkan Kota Batu sebagai sentra pariwisata baik dalam lingkungan domestik maupun mancanegara. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan pengembangan destinasi wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Pengembangan destinasi pariwisata merupakan modal utama yang dimiliki Kota Batu untuk mendatangkan wisatawan. Kedatangan wisatawan tersebut secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Kota Batu. Upaya pengembangan destinasi wisata di Kota Batu tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga melibatkan *stakeholder* yang terkait seperti masyarakat dan investor.

Pemerintah Kota Batu telah membuka peluang investasi untuk investor yang berminat melakukan investasi. Peluang investasi yang ditawarkan kepada para investor meliputi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Investasi sektor pariwisata yang ditangani oleh pemerintah Kota Batu adalah investasi yang berkaitan dengan usaha jasa pariwisata. Usaha jasa pariwisata atau usaha pariwisata berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan meliputi tiga belas bidang usaha, yaitu:

1. Usaha daya tarik wisata
2. Usaha kawasan pariwisata
3. Usaha jasa transportasi wisata
4. Usaha jasa perjalanan wisata
5. Usaha makanan dan minuman
6. Usaha penyediaan akomodasi
7. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Usaha jasa penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran
9. Usaha jasa informasi pariwisata
10. Usaha jasa konsultan pariwisata
11. Usaha jasa pramuwisata
12. Usaha wisata tirta
13. Usaha spa

Kegiatan penanaman atau investasi pada ketiga belas bidang usaha tersebut di Kota Batu dapat melalui Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu dimana

secara teknis proses investasi dalam bidang usaha tersebut disebut sebagai Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Berbagai kegiatan investasi dalam usaha pariwisata yang telah ada di Kota Batu ikut mempengaruhi pengembangan destinasi wisata yang ada di Kota Batu. Hal tersebut dikarenakan pengembangan usaha pariwisata saling berkaitan antara satu dengan yang lain. Akibat yang ditimbulkan adalah destinasi wisata yang ada di Kota Batu semakin berkembang dengan didukung adanya berbagai usaha pariwisata yang memudahkan wisatawan dalam berwisata di Kota Batu atau bahkan dapat menjadi destinasi wisata baru yang diminati wisatawan.

Beragamnya destinasi pariwisata yang ditawarkan oleh Kota Batu kepada wisatawan nasional maupun internasional sebagian besar dipengaruhi oleh keterlibatan investor atau pihak swasta. Objek daerah tujuan wisata yang banyak dikembangkan oleh investor adalah destinasi wisata buatan. Yuli Widiarso mengatakan bahwa "...semua investor, investor swasta, kecuali alun-alun, alun-alun memang dikendalikan oleh pemerintah, yang lainnya kayak BNS, Jatim Park, Museum Angkut, Songgoriti, atau Selecta semua swasta..." (15/4/2014 pukul 11.00 WIB).

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa investor memiliki peran yang cukup berpengaruh dalam perkembangan destinasi wisata khususnya wisata buatan di Kota Batu. Berdasarkan data dari Persatuan Hotel Republik Indonesia (PHRI) Kota Batu telah ada peningkatan investasi khususnya hotel yakni pada tahun 2012 di Kota Batu ada 54 hotel dan pada tahun 2013 meningkat menjadi 56 hotel. Kecenderungan investasi yang mengalami peningkatan pada sektor

pariwisata perlu dimanfaatkan oleh pemerintah Kota Batu yaitu untuk mengembangkan destinasi pariwisata yang sudah ada serta menciptakan destinasi pariwisata yang dapat menarik minat wisatawan nasional maupun internasional.

Destinasi pariwisata yang saat ini menjadi perhatian atau yang ingin dikembangkan oleh pemerintah Kota Batu adalah desa wisata. Potensi yang dimiliki oleh desa-desa di Kota Batu dirasa perlu dikembangkan khususnya untuk kegiatan pariwisata, kegiatan pariwisata tersebut diharapkan dapat membawa dampak yang positif untuk kehidupan masyarakat setempat khususnya dari segi ekonomi melalui berbagai peluang usaha di bidang pariwisata. Oleh karena itu saat ini pemerintah dengan *stakeholder* yang terkait berupaya untuk mengembangkan desa wisata agar menjadi objek destinasi tujuan wisata yang sesuai dengan selera wisatawan nasional maupun internasional sekaligus dapat memberdayakan masyarakat lokal. Hal ini diperkuat dengan pendapat Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Yuli Widiarso sebagai berikut:

“...*maunya* setiap desa kita jadikan desa wisata, sebagai destinasi salah satu destinasi. Dan ini desa wisata ini yang paling disukai orang-orang barat, orang turis mancanegara, karena apa, *kalo* kita tempatkan di hotel dia selalu bilang di negara saya hotel-hotel lebih bagus, di taruh di *mall*, *mall* di negara saya jauh lebih baik, *ya kan?* makanya dia lebih *seneng* di desa wisata, di rumah penduduk, *nginep* di situ, *mbayar* pun mahal *gak* masalah, menikmati masakan-masakan khas di daerah situ, melakukan cocok tanam, itu yang dia paling sukai, *kalo* di hotel-hotel bagus dia *udah bosen*, *kalo* di negaranya jauh lebih bagus, *kalo* kaitannya dengan kelas-kelas yang *high class* itu dia *udah bosen*, dia *pengen* menyatu berbaur dengan masyarakat sekitarnya, itu yang terjadi.” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Kota Batu telah berusaha untuk menarik minat wisatawan, khususnya wisatawan internasional atau mancanegara. Pemerintah Kota Batu menyadari bahwa saat ini yang menjadi

trend kegiatan pariwisata adalah pariwisata yang berbasis kehidupan masyarakat lokal, yaitu desa wisata. Berikut ini akan disajikan desa atau kelurahan di Kota Batu yang dijadikan desa wisata serta jenis wisata yang ada pada masing-masing desa wisata.

Tabel 6 Daftar Desa Wisata dan Obyek Wisata di Kota Batu

| Kecamatan | Desa / Kelurahan | Jenis Wisata |
|-----------|------------------------|---|
| Batu | Temas | a) Petik sayur; b) Rafting (<i>donat boat</i>); c) Permainan anak-anak; d) Berkuda; e) <i>Cottage</i> |
| | Oro-oro Ombo | a) Kerajinan; b) <i>Homestay</i> |
| | Sidomulyo | a) Petik bunga |
| | Sumberejo | a) Sarana untuk <i>Family Gathering/Team Building/Fun Game</i> ; b) Sarana <i>Outbound</i> ; c) <i>Tracking</i> ; d) <i>Rafting</i> ; e) <i>Mountain Bike</i> ; f) <i>Motor Trail</i> ; g) <i>Flying Fox</i> ; h) Petik sayur |
| Bumiaji | Bumiaji | a) Industri keripik dan sari apel; b) Petik apel |
| | Pandanrejo | Petik strawberry |
| | Giripurno | Petik sayur |
| | Bulukerto | Wisata kelinci |
| | Tulungrejo | a) Wisata kelinci hias; b) Wisata sapi perah; c) Petik apel; d) Petik sayur |
| | Gunungsari | Petik bunga mawar (<i>Kampung Mawar</i>) |
| | Punten (Dusun Kungkuk) | a) Berkuda; b) Petik buah jeruk keprok punten; c) Area <i>camping</i> dan <i>outbond</i> ; d) <i>Homestay</i> |
| | Sumber Brantas | Pertanian (kentang, kubis, sawi putih, dll) |
| Junrejo | Torongrejo | a) <i>Rafting</i> ; b) Petik sayur (jagung manis, bawang prei, bawang merah, dll) |
| | Beji | a) Keripik tempe; b) Kerajinan |
| | Tlekung | Wisata Coban Putri |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Berdasarkan tabel di atas, setiap kecamatan di Kota Batu memiliki desa wisata dengan jenis wisata yang beragam, jenis wisata yang ditawarkan kepada

wisatawan disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa wisata. Kota Batu memiliki 24 desa yang tersebar dalam tiga kecamatan dimana sebanyak 15 desa telah dikembangkan menjadi desa wisata dan sebanyak sembilan desa belum dikembangkan sebagai desa wisata. Sebagai upaya untuk mengembangkan desa wisata yang telah terbentuk maupun belum terbentuk, dibutuhkan suatu strategi untuk menarik investor, hal ini karena pemerintah Kota Batu membutuhkan kerjasama dengan investor agar dapat mengembangkan desa wisata dan destinasi pariwisata di Kota Batu secara keseluruhan.

B. Penyajian Data

1. Strategi Pemerintah Kota Batu untuk Menarik Investor Sektor Pariwisata

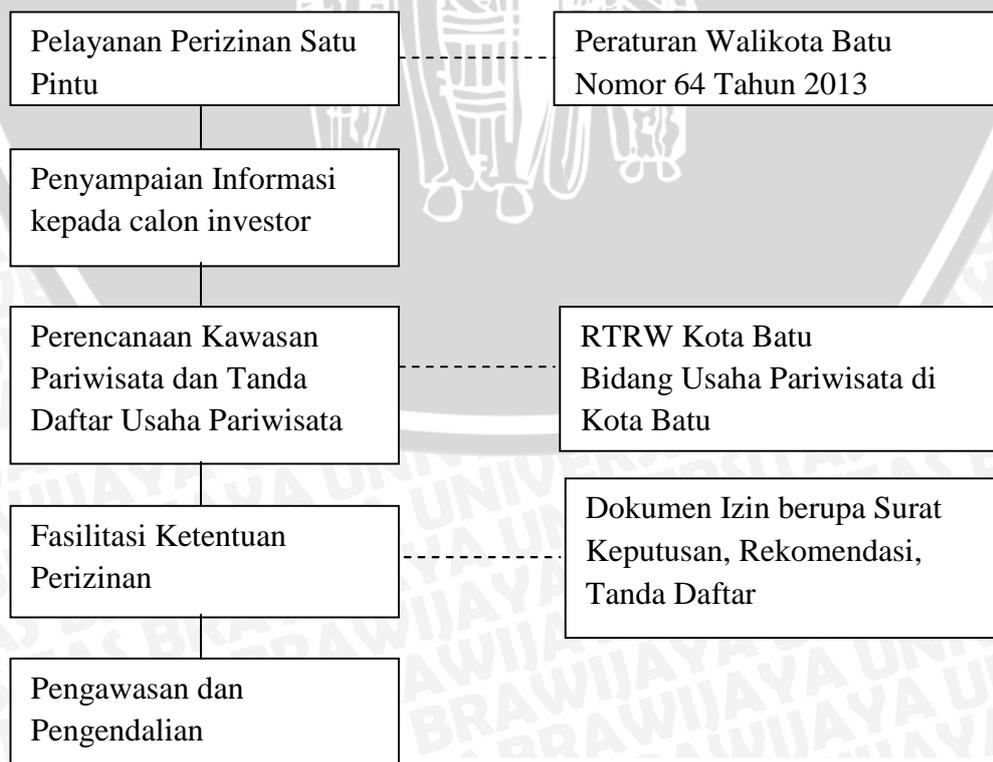
Langkah atau upaya dalam sektor pariwisata untuk menarik minat investor meliputi strategi pengembangan dan strategi promosi sektor pariwisata. Dalam prosesnya kedua strategi tersebut saling berhubungan, seperti yang disampaikan oleh Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang mengatakan bahwa proses pengembangan dan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tidak dapat dipisahkan satu sama lain serta saling berhubungan dimana penyelenggaraan tersebut ditangani oleh bagian pengembangan dan pemasaran. Selain itu strategi promosi juga telah disinggung dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.

Berikut akan disajikan penyelenggaraan strategi pengembangan sektor pariwisata serta strategi promosi investasi sektor pariwisata.

a. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata

1) Pelaksanaan Kerjasama dengan Berbagai Pihak yang Terkait untuk Mempermudah Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata

Sebagai upaya untuk menarik investor bidang pariwisata, pemerintah Kota Batu mempunyai strategi menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata. Kerjasama tersebut dilakukan dengan berbagai pihak yang terkait khususnya dengan instansi lain yang ada di Kota Batu. Adapun skema kerjasama dalam pelayanan perizinan usaha pariwisata dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4 Kegiatan Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti, 2014



Pemerintah Kota Batu memberikan kemudahan pelayanan perizinan dengan adanya peraturan tentang Pelayanan Perizinan Satu Pintu yakni dengan didirikannya Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kota Batu sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kota Batu yang saat ini telah berubah menjadi Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu. Sejarah pembentukan Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu sebagai instansi pemerintah yang melayani perizinan sebagaimana yang tercantum dalam Rencana Strategis (Renstra) BPM Kota Batu adalah sebagai berikut:

Seiring dengan semakin gencarnya upaya pemerintah untuk meningkatkan pelayanan khususnya di bidang perizinan, maka dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 24 Tahun 2006 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, hal ini memberikan dorongan dan motivasi yang kuat bagi Pemerintah Daerah untuk segera merealisasikan PPTSP. Didalam pedoman Permendagri ini ada 13 tahapan yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah, meliputi :

1. Penyamaan Persepsi Tentang PPTSP
2. Pembentukan Komitmen
3. Penyiapan Dana Melalui APBD
4. Penyusunan Grand Design Penyelenggaraan PPTSP
5. Penyusunan Kebijakan Terkait PPTSP
6. Penyusunan Standar Pelayanan
7. Penyusunan Standard Operating Procedure(SOP)
8. Penetapan Mekanisme Pengaduan
9. Penyiapan Sarana dan Prasarana
10. Penyiapan SDM PPTSP
11. Penyusunan Sistem Basis Data
12. Sosialisasi PPTSP Kepada Masyarakat
13. Sistem Monitoring dan Evaluasi

Ke - 13 tahapan ini telah dilalui oleh Pemerintah Kota Batu, dimana upaya untuk mewujudkan pelayanan perizinan yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelayanan publik di lingkungan Pemerintah Kota

Batu dapat dilaksanakan sejak tahun 2009 dengan berdirinya Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kota Batu sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kota Batu, namun demikian mengingat belum kuatnya dukungan Pemerintah Pusat terkait suprastruktur untuk operasionalisasinya, sehingga keberadaan pelayanan terpadu satu pintu belum dapat berjalan sesuai dengan harapan. Seiring dengan penambahan kewenangan di bidang penanaman modal, Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kota Batu berubah menjadi Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu pada tahun 2013 sesuai dengan Peraturan Daerah (Perda) Kota Batu Nomor 4 Tahun 2013 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kota Batu.

Badan Penanaman Modal (BPM) sebagai Perangkat Daerah Penyelenggara Pelayanan Terpadu Satu Pintu adalah perangkat pemerintah daerah yang memiliki Tugas dan Fungsi mengelola sernua bentuk pelayanan perizinan dan pengadaan barang/jasa dengan sistem satu pintu. Dimana, Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu merupakan kegiatan penyelenggaraan perizinan yang proses pengelolannya mulai dari tahap permohonan sampai ke tahap terbitnya dokumen dilakukan dalam satu tempat.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa pemerintah Kota Batu memberikan kewenangan pelayanan perizinan kepada BPM Kota Batu sehingga segala bentuk pelayanan perizinan atau investasi akan dilayani oleh BPM Kota Batu secara terpadu dan hal ini akan mempermudah investor untuk mengurus perizinan investasi yang akan dilakukan.

Untuk kegiatan investasi sektor pariwisata, pemerintah Kota Batu melalui BPM Kota Batu akan memberikan informasi tentang investasi sektor pariwisata atau yang lebih dikenal dengan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Informasi yang diberikan kepada calon investor adalah informasi tentang bidang usaha pariwisata yang dilayani oleh BPM Kota Batu. Kegiatan usaha pariwisata di Kota Batu yang dilayani oleh BPM Kota

Batu meliputi bidang usaha, jenis usaha dan sub jenis usaha pariwisata seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Selain itu juga disampaikan informasi tentang kawasan pariwisata di Kota Batu yang sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Batu yang tercantum dalam Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Batu Tahun 2010-2030. Pada tahap ini BPM Kota Batu bekerjasama dengan Bappeda Kota Batu.

Selanjutnya BPM juga memberikan bantuan kepada calon investor berupa fasilitasi ketentuan perizinan. Untuk perizinan pada bidang pariwisata, BPM Kota Batu melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu akan memberikan rekomendasi izin usaha. Seperti yang dikatakan oleh beberapa narasumber berikut ini:

Syaiful, Staf Bidang Pengembangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

“Yaaa di perizinan dulu ya izin dulu baik baik lokasi kemudian dampak lingkungannya ya UPLKL itu, kemudian izin usahanya Aa itu harus aa ada rekomendasi dari walikota dulu kemudian dirapatkan sebelum dibangun pun, pra pembangunan itu harus di dikoordinasikan oleh masyarakat setempat dengan aa apa perjanjian-perjanjian tertentu, mengundang stakeholder SKPD yang terkait contohnya pariwisata, kemudian lingkungan hidup, Bappeda, kemudian jadi dari dari dari semua aspek yang kira-kira dampaknya nanti itu aa mengenai masyarakat itu dikoordinasikan di awal. Setuju ngga, contohnya katakan ada yang bangun hotel gitu ya itu kan harus ada rekomendasi dulu dari walikota, kemudian.. ada pertimbangan teknis dari Bappeda dan pariwisata dan lokasi bisa jadi kalo kalo kalo sudah itu oke baik dari segi lokasi kemudian dampak lingkungannya

bagaimana baru walikota memberikan rekomendasi pendirian hotel”.
(16/4/2014 pukul 10.00 WIB)

Aries, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan
Kebudayaan Kota Batu:

“*Nah* makanya itu dibutuhkan tadi, perizinan-perizinan itu, perizinan-perizinan itu kan semuanya terintegrasi, tidak hanya dinas pariwisata, ya terutama juga ada nanti dari KLH, makanya disitu ada AMDAL dan andalnya, jadi analisa mengenai dampak lingkungan dan analisa dampak lingkungannya, itu ada. Kalo tidak ada itu ya tidak bisa, *tetep* kita perhatikan, lingkungan tetap diperhitungkan. Nomor satu tetap, karena di Batu ini *kan* pariwisata berbasis alam, kita jualnya adalah jual *view*, jual suasana. *Nah* ini jangan sampai rusak, kita jualnya disitu masalahnya, kalo itu di Batu sudah jadi panas, ya orang *ga* ada yang mau ke Batu lagi, *kan gitu? ngapain* ke batu sudah sama dengan Surabaya, *kan gitu*. Kota pariwisata ya seperti itu”.

“Dinas pariwisata provinsi juga ikut, untuk memantau itu, termasuk PHRI nya juga, persatuan hotel dan restorannya itu, itu turun, sama-sama membantu dengan kita, ya sudah cocok ini kemudian kita buat *rekom* dengan dinas setelah ini hotel yg akan berdiri disini...”

“...tugas kita hanya *merekom*, hanya merekom saja. Jadi kayak pengajuan hotel bintang lima, itu ya tugas dari dinas pariwisata hanya *merekom...*” (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

“...*kalo* pengembangan tempat wisata memang harus ada *rekom* dari dinas pariwisata, walaupun kita tidak mengeluarkan perizinan, tapi ada *rekom*. *Rekom* sama perizinan beda *lho*, *rekom* hanya kita siap apa memberikan arahan-arahan, apa namanya alasan-alasan, dan juga apa namanya syarat-syarat tertentu...”

“...jadi itu begini, misalnya, apa ya, ini contoh *sing gampang aja ya*, yang dapat perizinan rekomendasi mendirikan tempat karaoke ya, contoh kecil aja. Itu harus ada rekomendasi ke dinas pariwisata, walaupun nanti izinnya *tetep* dari dinas perizinan, *kan tetep* rekomendasi dari sana, tempat wisata pun juga begitu. Kalo sudah minta ke dinas pariwisata itu ada aturan-aturannya, *ngga boleh gini*

ngga boleh gitu, harus begini harus begitu, kalo mereka bisa menyiapkan ini rekomendasi baru bisa dikeluarkan”. (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Berbagai penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa tetap ada kerjasama dari berbagai pihak yang terkait dalam pengelolaan perizinan pariwisata, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu memberikan rekomendasi untuk pendirian usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Dengan demikian kerjasama terjadi antara BPM Kota Batu dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, selain itu kerjasama juga dilakukan dengan pihak di luar instansi pemerintah seperti Persatuan Hotel Republik Indonesia (PHRI), dimana kerjasama tersebut tetap difasilitasi oleh pemerintah Kota Batu. Hal itu merupakan kemudahan yang diberikan oleh pemerintah Kota Batu kepada calon investor atau pengusaha bidang pariwisata yang akan melakukan investasi di Kota Batu.

Pemerintah Kota Batu juga melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan usaha bidang pariwisata. Hal tersebut dilakukan untuk menjamin pelaksanaan usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Adapun pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah sesuai dengan Sosialisasi - Advokasi TDUP adalah sebagai berikut:

1. Pengawasan dilaksanakan dalam rangka pendaftaran usaha pariwisata berupa pemeriksaan langsung terhadap kantor/lokasi usaha pariwisata (sesuai dengan bidang usaha, jenis usaha dan sub-jenis usaha);
2. Pemeriksaan dilakukan sewaktu waktu apabila dipandang perlu untuk memastikan :
 - A. Kesesuaian kegiatan usaha dengan daftar usaha pariwisata, seperti :
 1. Alamat kantor/lokasi usaha;
 2. Kegiatan usaha sesuai dengan pendaftaran usahanya;

3. Kapasitas/fasilitas yang dimiliki, apakah sesuai dengan yang diberitahukan.
- B. Perubahan-perubahan yang terjadi seperti :
 1. Perluasan kantor atau lokasi;
 2. Penambahan fasilitas dll.

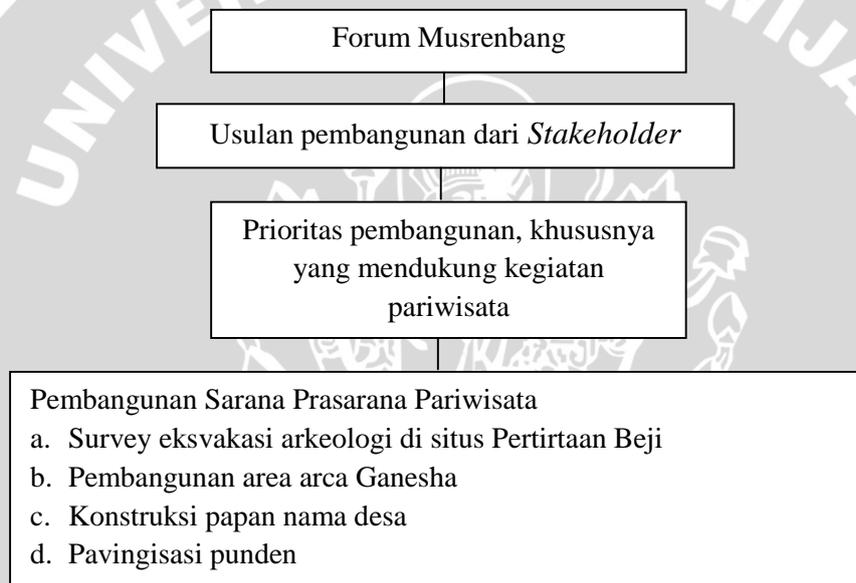
Berdasarkan data yang telah peneliti sajikan tersebut dapat diketahui bahwa pengawasan merupakan tindakan yang dilakukan untuk menjamin pelaksanaan usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Apabila setelah dilakukan pengawasan terdapat hal yang tidak sesuai, maka pemerintah akan memberikan sanksi berupa:

1. Dokumen tidak absah dan benar:
 - a. Sanksi Administratif (Teguran Tertulis I), 7 hari;
 - b. Sanksi Administratif (Teguran Tertulis II), 3 hari;
 - c. Pembekuan sementara.
2. Tidak memutakhirkan daftar usaha:
 - a. Sanksi Administratif (Teguran Tertulis I), 30 hari;
 - b. Sanksi Administratif (Teguran Tertulis II), 21 hari;
 - c. Sanksi Administratif (Teguran Tertulis III), 14 hari.
 - d. Pembekuan sementara.

Berbagai tindakan dari pemerintah Kota Batu untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah perizinan usaha bidang pariwisata dilakukan untuk menjamin pelaksanaan investasi usaha pariwisata di Kota Batu sehingga pengembangan kegiatan pariwisata dapat lebih dikembangkan.

2) Pembangunan Sarana Prasarana oleh Pemerintah sebagai Modal untuk Mengembangkan Kegiatan Pariwisata

Pemerintah Kota Batu memberikan modal untuk pelaksanaan investasi khususnya usaha bidang pariwisata, yakni dengan dibangunnya sarana prasarana yang dapat mendukung kegiatan pariwisata di Kota Batu. Adapun gambaran proses penyediaan sarana prasana pariwisata oleh pemerintah Kota Batu dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 5 Penyediaan Sarana Prasarana Pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Langkah awal adalah diadakannya forum Musyawarah Rencana Pembangunan (Musrenbang) yang diadakan tiap tahun di Kota Batu. Musrenbang ini bertujuan untuk menampung aspirasi dari masyarakat sehingga pemerintah mengetahui kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengembangkan kegiatan pariwisata. Seperti yang disampaikan oleh beberapa narasumber sebagai berikut:

Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

“...kita ada Musrenbang, Musrenbang itu yang mengatur aspirasi masyarakat yang ada di seluruh Kota Batu. Musrenbang itu terbagi ada Musrenbang tingkat kecamatan, *eh*, Musrenbang tingkat desa, tingkat kecamatan dan tingkat kabupaten. Itu mengerucut ke atas. Jadi, misalnya desa A, ini potensi untuk ini ini, kita butuh ini, nah itu disampaikan lewat musyawarah desa, nanti tingkat kecamatan di naikkan sampai tingkat kota. Nah tingkat kota itu yang diterima yang mana karena tidak semuanya diterima, karena apa, tergantung dengan pagu anggaran yang dipunyai”. (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Aries, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

“Namun kalo dari dalam segi desa, desa itu desa wisata itu ada, jadi kita bangun, misalkan contoh dari sarana prasarana. Pak ini butuh ini, butuh dibuat seperti ini dan sebagainya, *nah* kami yang bangun, berdasarkan usulan-usulan dari desa tadi dan usulan dari dinas, kami yang kerjakan...”

“...tapi untuk sumber daya alam ya itu sifatnya dari desa yang di usulkan lewat musyawarah pembangunan, musyawarah rencana pembangunan musrenbang itu baru saya yang berurusan, baru bidang pengembangan yang berurusan, tapi yang menyiapkan masyarakatnya, SDM nya itu dari bidang SDM”. (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Syaiful, Staf Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

“...dari dinas itu kita sering membantu untuk membangun *aa* apa melengkapi fasilitas lah yang dibutuhkan oleh desa wisata ini seperti contohnya pembangunan *branding* atau papan nama kemudian gapura wisata kemudian *aa outbond* juga termasuk kayak memberi fasilitas *outbond* di satu desa wisata kemudian gazebo, gazebo *centre*. Nah saya kira dari taraf itu kalo yang sudah kita laksanakan dari kebijakan yang ada...” (16/4/2014 pukul 10.00 WIB)

Merujuk pada berbagai aspirasi atau usulan yang telah disampaikan oleh masyarakat seperti yang telah disampaikan oleh beberapa informan di

atas, maka dapat diketahui bahwa pemerintah Kota Batu mengupayakan pembangunan sarana prasarana pariwisata agar kegiatan pariwisata di Kota Batu dapat berkembang dan menjadi modal untuk masyarakat khususnya desa wisata serta bagi calon investor atau pengusaha bidang pariwisata.

Sebelum membangun berbagai hal yang telah diusulkan oleh masyarakat, dalam sektor pariwisata pemerintah memprioritaskan pembangunan yang dapat mengembangkan kegiatan pariwisata di Kota Batu.

Pemerintah Kota Batu dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu melakukan kerjasama dengan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) lain di Kota Batu melalui forum Musrenbang SKPD, dengan demikian akan mempermudah pembangunan sarana prasarana khususnya yang mendukung kegiatan pariwisata di Kota Batu.

Adapun pembangunan sarana prasarana pendukung kegiatan pariwisata yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Batu pada tahun 2013 adalah sebagai berikut:

- a. Survey eksavaksi arkeologi di situs Pertirtaan Beji
- b. Pembangunan area arca Ganesha
- c. Konstruksi papan nama desa
- d. Pavingisasi punden
- e. Pavingisasi area parkir
- f. Pembangunan gazebo Coban Putri

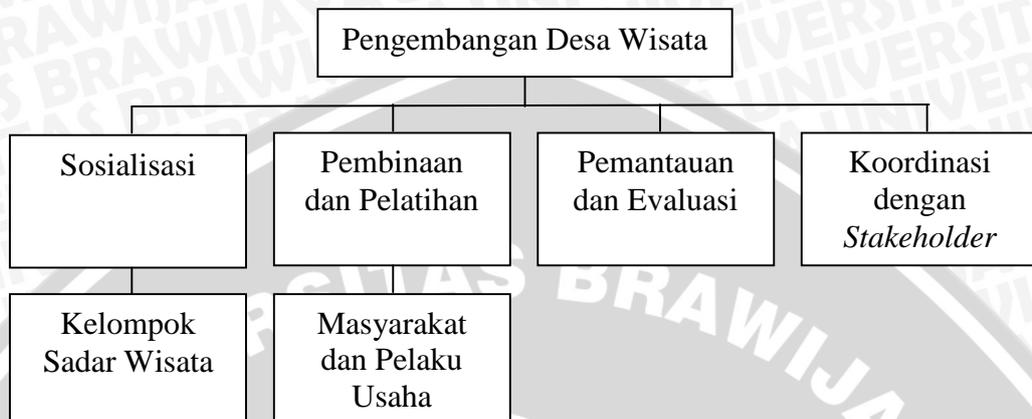
3) Pengembangan Sektor Pariwisata dengan Memaksimalkan Tempat yang Sudah Tersedia Dukungan Lokal

Potensi pariwisata di Kota Batu adalah modal utama bagi pemerintah untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di Kota Batu. Potensi pariwisata tersebut adalah pengembangan destinasi wisata atau kegiatan yang dapat dijadikan sebagai aktivitas kepariwisataan. Hal ini disampaikan oleh Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sebagai berikut:

“Kalo kita ingin menarik wisatawan ke Kota Batu, tentunya kita harus punya modal, apa modalnya? Destinasi wisata misalnya, itulah yang kita garap, destinasi wisata, objek wisata, potensi-potensi yang ada di kota batu itu, baik itu potensi alam, potensi buatan, *nah* itu kita yang kita benahi semuanya”. (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui modal utama yang dimiliki oleh pemerintah Kota Batu adalah destinasi wisata, baik itu wisata alam, buatan maupun budaya, tindakan yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan pembenahan destinasi wisata dan pengembangan destinasi wisata. Kegiatan pariwisata yang terus dikembangkan tersebut merupakan upaya untuk menarik wisatawan, dengan demikian peluang untuk melakukan investasi sektor pariwisata melalui kegiatan mendirikan usaha bidang pariwisata akan lebih mempunyai peluang yang besar. Saat ini pemerintah Kota Batu mengutamakan pengembangan potensi wisata yang telah tersedia dukungan lokal, yaitu desa wisata. Adapun gambaran tentang strategi membuka peluang investasi dengan memaksimalkan tempat

pariwisata yang sudah tersedia dukungan lokal, yakni pengembangan desa wisata dapat dilihat melalui gambar berikut:



Gambar 6 Skema Pengembangan Desa Wisata di Kota Batu

Sumber: Olahan Peneliti. 2014

Pengembangan desa wisata merupakan langkah yang diambil yang diambil oleh pemerintah Kota Batu, hal ini dikarenakan dalam desa wisata, wisatawan dapat melakukan berbagai kegiatan wisata, baik itu wisata alam, wisata buatan, Pengembangan desa wisata merupakan tindakan dan wisata budaya dimana kegiatan tersebut membutuhkan banyak interaksi dengan penduduk lokal. Seperti yang disampaikan oleh Yuli Widiarso sebagai berikut:

“...*maunya* setiap desa kita jadikan desa wisata, sebagai destinasi salah satu destinasi. Dan ini desa wisata ini yang paling disukai orang-orang barat, orang turis mancanegara, karena apa, kalo kita tempatkan di hotel dia selalu bilang di negara saya hotel-hotel lebih bagus, di taruh di *mall*, *mall* di negara saya jauh lebih baik, *ya kan?* makanya dia lebih *seneng* di desa wisata, di rumah penduduk, *nginep* di situ, *mbayar* pun mahal *gak* masalah, menikmati masakan-masakan khas di daerah situ, melakukan cocok tanam, itu yang dia paling sukai, *kalo* di hotel-hotel bagus dia *udah bosen*, *kalo* di negaranya jauh lebih bagus, *kalo* kaitannya dengan kelas-kelas yang *high class* itu dia *udah bosen*,

dia pengen menyatu berbaur dengan masyarakat sekitarnya, itu yang terjadi”. (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kegiatan pariwisata yang terdapat dalam desa wisata lebih memfokuskan pada pemanfaatan sumber daya yang ada di desa tersebut, baik itu sumber daya alam maupun sumber daya budaya. Sumber daya budaya yang dimaksud adalah wisatawan mengikuti berbagai kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh penduduk lokal, hal tersebut merupakan keunggulan dari pengembangan desa wisata karena pemerintah tidak perlu lagi membuat destinasi wisata baru tetapi upaya pengembangan destinasi tersebut disiasi dengan pengembangan desa wisata dimana dalam desa wisata tersebut telah terdapat berbagai kegiatan yang dapat mendukung penyelenggaraan kegiatan pariwisata. Adapun daftar desa wisata telah peneliti sajikan dalam pembahasan gambaran umum.

Langkah pertama yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan desa wisata adalah sosialisasi. Sosialisasi dilakukan kepada kelompok sadar wisata yang terdapat pada masing-masing desa wisata. Berdasarkan data pada Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Kota Batu, pemerintah Kota Batu telah melakukan sosialisasi kepada kelompok sadar wisata pada 24 kelurahan dan desa yang ada di Kota Batu pada tahun 2013. Kegiatan selanjutnya adalah pembinaan dan pelatihan. Hal ini disampaikan oleh Yuli Widiarso “Jadi pemerintah sifatnya hanya melakukan pembinaan-pembinaan *aja*, yang apa ya, bantuan-bantuan apa yang perlu dibantu. Banyak hal yang sifatnya pembinaan”. (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Aries, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang menyatakan bahwa “...kerjasamanya yang saya ketahui selama ini yang dijalankan itu dalam bidang pembinaan, koordinasi. yang pertama pembinaan yang kedua koordinasi, baik dengan hotel, restoran maupun tempat-tempat wisata...” (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Yuli dan Aries di atas, bahwa pembinaan merupakan kegiatan yang terus dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk mengembangkan potensi pariwisata yang dimilikinya. Pada tahun 2013 pembinaan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Batu meliputi:

1. Bimbingan Organisasi
2. Pelatihan *Homestay*
3. Pelatihan penataan paket wisata

Pembinaan dan pelatihan tersebut ditujukan untuk masyarakat atau penduduk lokal dan para pelaku usaha bidang pariwisata. Setelah melakukan pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat dan para pelaku usaha bidang pariwisata, pemerintah melakukan pemantauan dan evaluasi. Pemantauan dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan pelaku usaha pariwisata. Hal ini disampaikan oleh Aries sebagai berikut:

“...dengan potensi yang sudah ada dikembangkan didukung difasilitasi oleh pemerintah, dalam hal ini kita dinas pariwisata karena yang *nyangkut* pariwisata, baik dari dia yang mau dikembangkan pertanian misalkan, silakan, karena memang pertaniannya yang ada.

Kemudian bunga kayak Sidomulyo, itu semua desa bunga semua, ya dia *maunya* apa yang kaitannya pariwisata mendukung bunga itu, kita yang memfasilitasi, itu. Tidak sama, jadi semua desa tidak sama, *ga iso* semua dijual, jual apel aja, *ndak* ada, ada desa yang *ga* punya apel, *kan gitu*, yang punya apel daerah utara, daerah timur dan batu *ga* punya, *kan gitu*, ya *kan ga* mungkin jual apel, *kan gitu*. Mereka dimunculkan *apelnya*, *homestaynya*, kita tumbuhkan *homestaynya*, apelnya kita buat seperti apa, kemudian jalan akses akses jalan masuknya seperti apa, *rest areanya* seperti apa sehingga wisatawan masuk *rest area* masuk ke tempat kebun apel enak dan nyaman dan sebagainya, *nginepnya pun* ada *disitu* terus kebutuhan hariannya kalo dia *nginep* seperti apa, harus siap semua...”. (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Pemantauan dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui penyelenggaraan kegiatan pariwisata pada masing-masing desa wisata dan untuk mengetahui fasilitas dan kebutuhan yang diperlukan oleh masing-masing desa wisata agar dapat mendukung penyelenggaraan kegiatan pariwisata. Dalam upaya pengembangan dan penyelenggaraan kegiatan pariwisata tersebut, pemerintah tetap memantau dan mengawasi berbagai kegiatan pariwisata yang dilakukan walaupun tidak secara teknis, seperti yang dikatakan oleh Yuli Widiarso sebagai berikut:

“...seperti di desa wisata, disitu mau dikembangkan untuk *outbond*, mereka mengusulkan untuk *outbond*, ya kita bantu *outbond*, tetep kita di bawah kontrol kita, kontrol kita dalam arti kita *ngga* akan *ngontrol* yang sifatnya teknis *ndak ya*, *ngontrol* dalam arti pengembangan tetep dikembangkan oleh mereka sendiri sehingga bukan dinas pariwisata, tapi mereka...” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Dengan adanya kontrol maupun pengawasan yang dilakukan, diharapkan penyelenggaraan kegiatan pariwisata tidak akan merugikan pihak yang terkait, khususnya masyarakat atau penduduk setempat. Kegiatan pariwisata yang beragam merupakan keunggulan dari desa wisata.

Oleh karena itu diperlukan koordinasi antar *stakeholder* yang terkait agar kegiatan pariwisata dapat terus berkembang.

Koordinasi dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dengan masyarakat, pelaku usaha pariwisata, serta Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) lainnya di Kota Batu yang terkait dengan pengembangan kegiatan pariwisata di Kota Batu, khususnya desa wisata. Tindakan koordinasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan pelaku usaha pariwisata dan juga desa wisata disampaikan oleh Yuli Widiarso sebagai berikut:

“...tamu-tamu itu *kalo* datang ke sini *ngga* langsung terus ke desa itu *ngga*, pasti melalui biro perjalanan, agen perjalanan *ya kan*, oleh agen-agen wisata selalu seperti itu. *Nah* agen-agen wisata disini selalu ada *guide*, punya *guide*, *ngga* mungkin dia *ngga* punya, di situ ada *guide* baik di bidang bahasa di bidang destinasi itu selalu ada. Itu *mesti* biasanya kalo ada tamu-tamu kemarin dari Singapura koordinasinya ke kita dulu, nanti kita tunjukkan, mana yang bisa, desa wisata mana yang bisa dikunjungi, ini ini ini, misalnya *kalo* kita memberikan informasi yang salah, di tempatkan di desa petik apel, sementara di sana bukan waktunya musim apel, *kan mundur* dia, jadi informasinya ada di sini dulu, mana yang bisa *strawberry*, diajaklah ke desa petik *strawberry*, petik mawar diajak ke petik mawar, jadi, dia kesana itu ada hasilnya, dia *metik-metik* sendiri, bunga *maware motong-motong sendiri*, tapi itu pun juga ada biayanya, *kan* itu juga *punyanya* rakyat penduduk *kan...*” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Koordinasi dilakukan untuk menjamin terselenggaranya kegiatan pariwisata pada desa wisata, dikatakan demikian karena masing-masing desa wisata mempunyai potensi kegiatan pariwisata yang berbeda dan harus disesuaikan dengan musim tanam maupun musim panen jika kegiatan pariwisata yang dilakukan merupakan kegiatan yang berbasis pertanian, seperti wisata petik apel dan petik mawar seperti yang telah disampaikan

oleh Yuli Widiarso di atas. Koordinasi selanjutnya adalah dengan SKPD di Kota Batu yakni pembangunan fasilitas berupa sarana prasarana yang diperlukan untuk pengembangan desa wisata. Hal ini disampaikan oleh Aries “Itu harus didukung dengan instansi-instansi yang lain. Salah satu contoh untuk penerangannya nanti yang *bangun* Cipta Karya yang menyiapkan, jalannya itu Bina Marga, untuk pembinaannya sarana yang ada di tempat di dalam dari Dinas Pariwisata”. (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Kegiatan koordinasi yang dilakukan dengan berbagai *stakeholder* yang terkait tersebut akan mampu mengembangkan penyelenggaraan kegiatan pariwisata di desa wisata, dengan berkembangnya desa wisata, maka sasaran yang ingin dicapai oleh pemerintah adalah menarik minat wisatawan. Tingginya kegiatan pariwisata di Kota Batu khususnya pada desa wisata merupakan peluang bagi investor untuk mendirikan kegiatan usaha bidang pariwisata dimana pemerintah Kota Batu telah berupaya untuk terus mengembangkan kegiatan pariwisata di Kota Batu dengan pengembangan desa wisata sesuai dengan potensi pariwisata yang dimiliki oleh setiap desa yang ada di Kota Batu.

b. Strategi Promosi Investasi Sektor Pariwisata

1) Promosi Investasi kepada Investor tentang Potensi Pengembangan Sektor Pariwisata

Kota Batu memiliki potensi pariwisata yang diminati oleh wisatawan, baik wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Potensi wisata yang

dimiliki oleh Kota Batu berupa wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Berikut ini akan disajikan potensi pariwisata yang ada di Kota Batu.

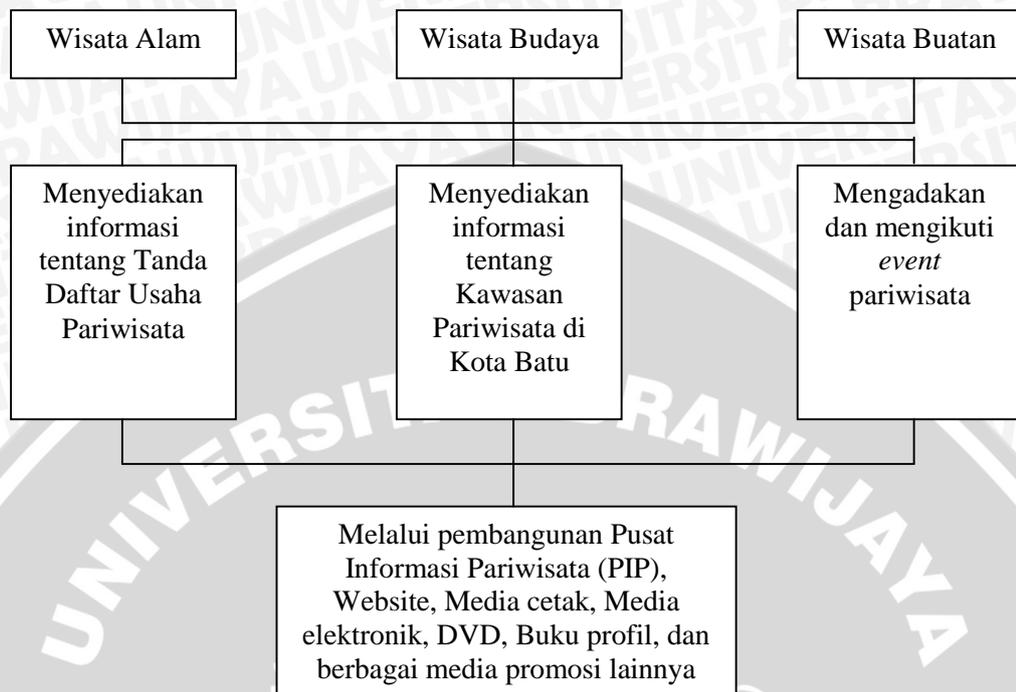
Tabel 7 Potensi Pariwisata di Kota Batu

| Wisata Budaya | Wisata Alam | Wisata Buatan |
|----------------------|--|------------------------------------|
| 1. Candi | 1. Desa Wisata | 1. Hotel |
| 2. Arca | 2. Kawasan Taman Hutan Raya | 2. Jatim Park |
| 3. Bangunan colonial | 3. Taman Wisata Air Panas Cangar | 3. Taman Rekreasi Selecta |
| 4. Makam kuno | 4. Taman Wisata Arboretum | 4. Taman Rekreasi Songgoriti |
| 5. Goa bersejarah | 5. Agrowisata | 5. Taman Rekreasi Tirta Nirwana |
| 6. Batu prasejarah | 6. Air Terjun Coban Rais | 6. Batu Night Spectaculer |
| 7. Makam colonial | 7. Festival paralayang dan off road di sirkuit Gunung Banyak | 7. Rumah Makan |
| 8. Bagunan keagamaan | 8. Gunung Panderman Sepeda Gunung di Desa Bumiaji | 8. Panti Pijat |
| | | 9. Pasar Seni |
| | | 10. Pasar Bunga |
| | | 11. Pusat Perbelanjaan |
| | | 12. Alun-Alun |
| | | 13. Habitat kupu-kupu di Desa Beji |

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Potensi pariwisata yang beragam di Kota Batu tersebut merupakan modal bagi pemerintah Kota Batu untuk menarik calon investor atau para pelaku usaha bidang pariwisata. Oleh karena perlu adanya suatu promosi untuk memperkenalkan destinasi pariwisata dan potensi pengembangan pariwisata di Kota Batu kepada wisatawan, investor maupun masyarakat umum. Tujuan dari adanya promosi adalah memperkenalkan Kota Batu kepada masyarakat seperti yang disampaikan oleh Yuli Widiarso “Memperkenalkan Kota Batu, karena *tadi* harus diperkenalkan dulu, ini *lho* potensi Batu” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB).

Untuk memperkenalkan potensi Kota Batu melalui kegiatan promosi tersebut pemerintah Kota Batu melakukan berbagai tindakan atau kegiatan promosi yang alurnya dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 7 Kegiatan Promosi Potensi dan Pengembangan Pariwisata di Kota Batu

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu meliputi tiga kegiatan utama, yakni:

- a) Menyediakan informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata
- b) Menyediakan informasi tentang kegiatan pariwisata di Kota Batu
- c) Mengadakan dan mengikuti *event* pariwisata

Upaya menginformasikan berbagai potensi dan pengembangan pariwisata di Kota Batu tersebut dilakukan dengan menggunakan berbagai media promosi. Dengan demikian, maka investor akan mengetahui dan tertarik mengembangkan kegiatan pariwisata di Kota Batu. Selain itu

masyarakat luar daerah juga akan mengetahui potensi pariwisata yang ada di Kota Batu. Hal ini disampaikan oleh Syaiful (Staf Bidang Pengembangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu) sebagai berikut:

“...melalui promosi, melalui media elektronik ataupun media-media itu akhirnya investor *kan* tertarik jadi contohnya BNS, pembangunan BNS kemudian museum satwa jadi pengembangan objek DTW yang di periode awal itu *aa* mereka dari hasil promosi kepariwisataan Kota Batu akhirnya *kan* tertarik untuk menanamkan modal investasi di kepariwisataan Kota Batu..” (16/4/2014 pukul 10.00 WIB)

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan Aries (Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu) yang mengatakan bahwa “Tujuannya ini untuk *ya itu tadi* apa lebih mempublikasikan atau mempromosikan potensi kepariwisataan yang ada di Kota Batu ke *kalo* bisa ke luar daerah...” (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Pernyataan kedua informan di atas menunjukkan bahwa kegiatan promosi merupakan strategi atau upaya yang perlu dilakukan untuk memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Batu sehingga dapat diketahui oleh masyarakat umum dan juga dapat menarik minat investor untuk melakukan usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Adapun penjelasan tentang berbagai tindakan promosi oleh Pemerintah Kota Batu adalah sebagai berikut:

a) Menyediakan informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata

Pemerintah Kota Batu menyediakan informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata di Kota Batu melalui Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu. Badan Penanaman Modal melayani pemberian informasi kepada

calon investor tentang kondisi dan peluang investasi di Kota Batu, termasuk di dalamnya tentang investasi bidang pariwisata atau istilah yang digunakan adalah Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Kegiatan penyediaan informasi kepada calon investor dan masyarakat secara umum tentang peluang investasi di Kota Batu dilakukan dengan sosialisasi dan pemasangan daftar jenis perizinan investasi di kantor pelayanan BPM. Selain itu informasi juga diberikan melalui berbagai media, salah satunya adalah *website* BPM.

Secara lengkap, informasi tentang investasi sektor pariwisata atau Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) disediakan oleh pemerintah Kota Batu melalui pelayanan yang diberikan oleh BPM. Kegiatan lain yang dilakukan oleh BPM untuk melayani perizinan investasi adalah melalui loket pelayanan izin yang meliputi:

- a. Loket Informasi dan Pengaduan
- b. Loket Pelayanan Perijinan dan Non Perijinan
- c. Loket Penanaman Modal
- d. Loket Pengambilan Surat Ketetapan Retribusi Daerah (SKRD),
Dokumen Izin dan Pembayaran Retribusi

Dengan adanya spesifikasi pelayanan melalui loket pelayanan diharapkan mempermudah calon investor untuk memperoleh informasi dan mengurus perizinan usaha di Kota Batu. Pada meja informasi telah dilengkapi Brosur/*Leaflet* mencakup semua jenis pelayanan dan buku panduan pelayanan perizinan sebagai sarana bagi aparatur pelayanan

perizinan dalam memberikan informasi tentang proses perizinan. Selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi khususnya yang berkaitan dengan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Sosialisasi dilakukan kepada aparatur dan para pelaku usaha bidang pariwisata. Sosialisasi disampaikan melalui *power point* dan berisi tentang berbagai informasi mengenai Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP).

Melalui sosialisasi disampaikan bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata, pengusaha pariwisata terlebih dahulu wajib mendaftarkan usahanya terlebih dahulu kepada pemerintah atau pemerintah daerah. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon investor atau pelaku usaha pariwisata adalah:

A. Persyaratan Administrasi

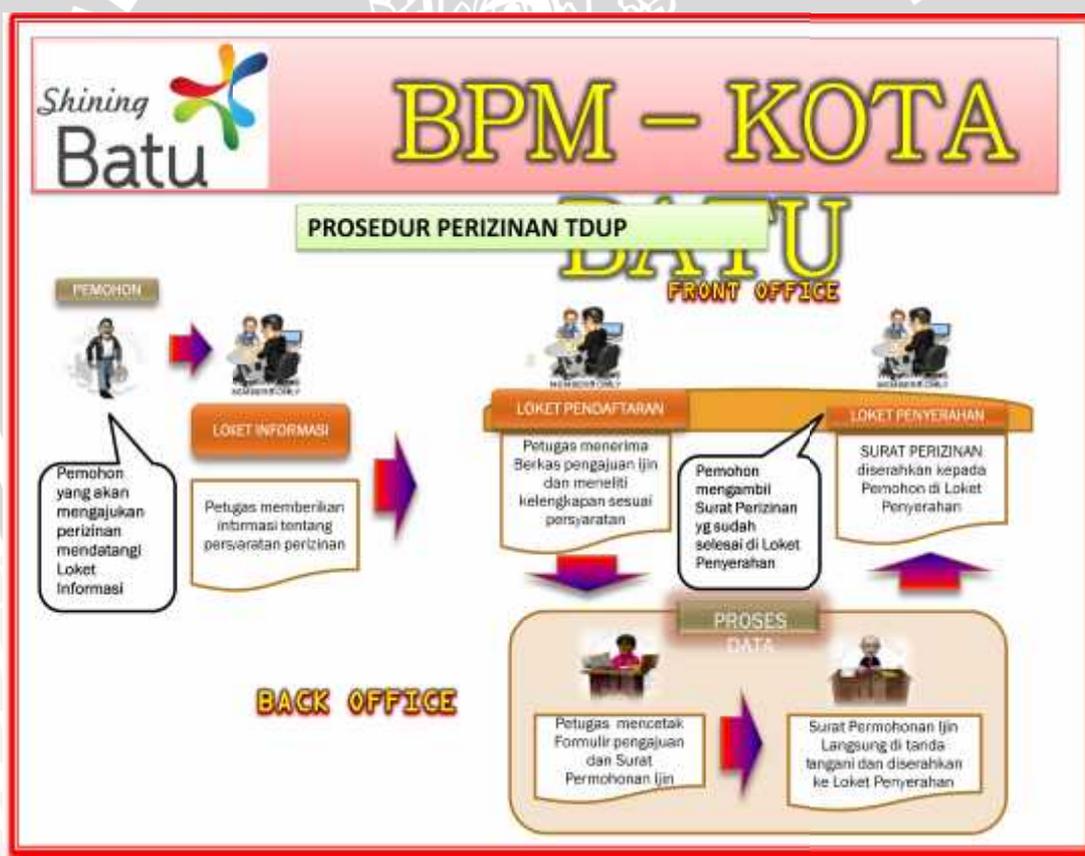
1. Foto Copy KTP
2. Foto Copy IMB
3. Foto Copy Ijin HO
4. Foto Copy Akta pendirian perusahaan
5. Foto Copy NPWP
6. Profil Perusahaan
7. Surat Pernyataan

B. Persyaratan Teknis

- a) Foto Copy Dokumen lingkungan

- b) Foto Copy Ijin Usaha angkutan (untuk bidang usaha jasa transportasi)

Selain itu dalam sosialisasi juga disampaikan tentang alur pendaftaran Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) sehingga akan mempermudah aparatur dan juga investor untuk memahami tahapan yang harus dilaksanakan untuk memperoleh perizinan usaha bidang pariwisata. Adapun alur Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 8 Prosedur Perizinan Tanda Daftar Usaha Pariwisata

Sumber: BPM Kota Batu, 2014

Adanya alur pendaftaran atau prosedur perizinan serta persyaratan perizinan yang jelas tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) akan memudahkan pengusaha sektor pariwisata dalam berinvestasi atau menjalankan usahanya di Kota Batu. Pemerintah melalui kegiatan sosialisasi yang disampaikan oleh Agus Priyono, Kasubdit Keterpaduan Antar Wilayah Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan Tanda Daftar Usaha Pariwisata sebagai berikut:

- a. Pendaftaran usaha pariwisata ditujukan kepada Bupati atau Walikota tempat usaha pariwisata berlokasi (untuk beberapa usaha pariwisata tertentu) atau tempat kedudukan kantor usaha pariwisata (untuk beberapa usaha pariwisata lainnya). Kecuali untuk DKI Jakarta: pendaftaran ditujukan kepada Gubernur;
- b. Khusus untuk usaha daya tarik wisata dan kawasan pariwisata: apabila lintas kabupaten/kota di dalam 1 provinsi pendaftaran ditujukan kepada Gubernur, dan apabila lintas provinsi pendaftaran ditujukan kepada Menteri yang tugas dan tanggungjawabnya di bidang kepariwisataan.;
- c. Pendaftaran usaha pariwisata dilakukan oleh pengusaha;
- d. Pengusaha perseorangan yang tergolong usaha mikro atau kecil sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dibebaskan dari keharusan untuk melakukan pendaftaran usaha pariwisata;
- e. Pengusaha perseorangan yang tergolong usaha mikro atau kecil tersebut dapat mendaftarkan usaha pariwisatanya berdasarkan keinginan sendiri.

Berdasarkan informasi yang disampaikan melalui kegiatan sosialisasi tersebut dapat diketahui bahwa terdapat aturan yang diberikan jika ingin menanamkan modal atau berinvestasi pada sektor pariwisata serta terdapat kemudahan atau pengecualian yang diberikan untuk para pelaku usaha bidang pariwisata yang usahanya masih tergolong usaha mikro atau kecil. Pengusaha bidang pariwisata yang usahanya tergolong usaha mikro atau

kecil tersebut dibebaskan dari keharusan untuk mendaftarkan usaha pariwisata yang dimiliki dan dapat mendaftarkan usaha pariwisatanya berdasarkan keinginan sendiri. Dengan demikian pengembangan investasi sektor pariwisata diharapkan dapat terus meningkat serta melibatkan investor lokal atau penduduk setempat dengan modal yang tidak begitu besar dan persyaratan yang mudah.

b) Menyediakan informasi tentang kawasan pariwisata di Kota Batu

Informasi mengenai kawasan pariwisata di Kota Batu merupakan hal yang diperlukan oleh wisatawan dan investor sektor pariwisata. Oleh karena itu pemerintah Kota Batu berupaya menyediakan informasi kawasan pariwisata melalui pembangunan gedung Pusat Informasi Pariwisata (PIP) di kawasan Alun-alun Kota Batu. Hal ini disampaikan oleh Yuli Widiarso (Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu) sebagai berikut:

“...mempermudah wisatawan untuk memperoleh data-data pariwisata, ya sebenarnya di dinas itu ada juga, cuma itu *kan* kita harus *nyebar* juga, tempatnya salah satunya ada di alun-alun, jadi ada PIP disana, itu ada, jadi segala macam informasi yang ditanyakan disana mesti *sana* bisa *njawab*. Kalo *sana* berdiri hanya fungsinya hanya penyebaran informasi saja, kalo di sini *kan* sifatnya umum, *sampean nyari* di sini, *yo lak pas* orangnya ada, kalo orangnya *pas* pergi rapat pasti *ngga* ketemu, tapi kalo disana ya memang tugasnya itu, memberikan pelayanan informasi kepada yang membutuhkan informasi terkait dengan apapun yang terkait dengan destinasi wisata, masalah hotel, masalah tempat wisata, semua ada di sana...”
(15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Jadi, dengan adanya PIP, informasi pariwisata di Kota Batu akan mudah diperoleh oleh masyarakat dan tidak hanya sebatas tersedia di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu. Berbagai informasi pariwisata dapat

diketahui oleh masyarakat, terutama yang berkaitan tentang destinasi pariwisata dan usaha akomodasi pariwisata yang meliputi hotel, *homestay*, villa yang disertai dengan alamat dan perkiraan harga penginapan. Selain itu juga terdapat informasi tentang pusat oleh-oleh serta berbagai usaha pariwisata lainnya yang terdapat di Kota Batu. Pemerintah Kota Batu dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu juga menyediakan informasi melalui berbagai media promosi seperti *website*, media tv nasional, media elektronik, media cetak, brosur, *booklet*, *leaflet*, stiker, DVD, *banner*, sewa media iklan (bando), buku profil.

c) Mengadakan dan mengikuti *event* pariwisata

Pemerintah Kota Batu juga secara aktif berupaya memperkenalkan pariwisata di Kota Batu kepada wisatawan dan investor serta masyarakat umum melalui *event* pariwisata, baik dengan mengadakan *event* pariwisata maupun mengikuti *event* pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Yuli Widiarso sebagai berikut:

“...kita mengadakan *event*, kita mengikuti *event*, baik *event* itu adalah *event* regional di Indonesia maupun *event-event* yang sifatnya internasional. Yang internasional lebih sering kita *ngadakan* daripada kita ikut. Kita lebih sering mengadakan *event-event* itu.. baik nasional maupun internasional itu semua di kendali pada saya, yang pegang saya, *event-event*, baik nasional maupun internasional, selama Batu sebagai pelaksana *lho ya* bukan sebagai peserta *lho ya*, *kalo* kita sebagai penyelenggara itu ada di saya...” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Kegiatan mengadakan dan mengikuti *event* pariwisata merupakan tindakan penting yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Batu, dengan

demikian diharapkan potensi pariwisata yang ada di Kota Batu dapat secara langsung diketahui oleh berbagai pihak sehingga dapat meningkatkan kegiatan pariwisata di Kota Batu. Adapun kegiatan *event* pariwisata yang telah diadakan dan diikuti oleh pemerintah Kota Batu dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 8 Event Pariwisata oleh Pemerintah Kota Batu

| No. | Nama Kegiatan | Tahun 2012 | | Tahun 2013 | |
|-----|------------------------------------|------------|---------------------------|------------|-----------|
| | | Waktu | Lokasi | Waktu | Lokasi |
| 1. | Indonesia Product Expo and Tourism | 6/4/2012 | Cihampelas Walk Band | | |
| 2. | Majapahit Travel Fair | 10/5/2012 | Grand City Surabaya | | |
| 3. | Gebyar Wisata dan Budaya Nusantara | 31/5/2012 | Jakarta Convention Center | | |
| 4. | Batu Night Criterium International | | | 30/11/2013 | Batu |
| 5. | Pekan Wisata Nasional | | | 2/5/2013 | JEC-Jogja |
| 6. | Batu Travel Mart | | | 26/11/2013 | Batu |
| 7. | Festival Paralayang | 8/6/2012 | Batu | 21/6/2013 | Batu |
| 8. | Batu Flower Festival | 14/7/2012 | Batu | 9/11/2013 | Batu |
| 9. | Batu Night Race Championship | 17/10/2012 | Batu | | |
| 10. | Launching Branding Kota Batu | | | 20/5/2013 | Batu |

Sumber: Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Kota Batu, 2013

Berbagai kegiatan promosi kepariwisataan oleh pemerintah Kota Batu tersebut diharapkan dapat menarik investor bidang pariwisata sehingga berminat untuk melakukan investasi dengan pendirian berbagai usaha bidang pariwisata dan dengan demikian maka akan dapat mengembangkan sektor pariwisata di Kota Batu.

2) Pembentukan Forum Komunikasi Antar Investor (Pelaku Usaha Bidang Pariwisata)

Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan investasi sektor pariwisata adalah dengan membentuk dan mengadakan forum komunikasi antar investor. Hal ini dilakukan untuk menjalin dan menjaga kerjasama pemerintah dengan investor atau pelaku usaha pariwisata yang ada di Kota Batu. Dalam setiap *event* pariwisata yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah juga melibatkan para pelaku usaha bidang pariwisata. Upaya melibatkan pelaku usaha bidang pariwisata adalah dengan mengundang para pelaku usaha bidang pariwisata tersebut untuk mengikuti *event* pariwisata, baik yang diadakan oleh dinas pariwisata maupun penyelenggara lain di tingkat regional, nasional dan internasional. Seperti yang disampaikan oleh Yuli Widiarso, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sebagai berikut:

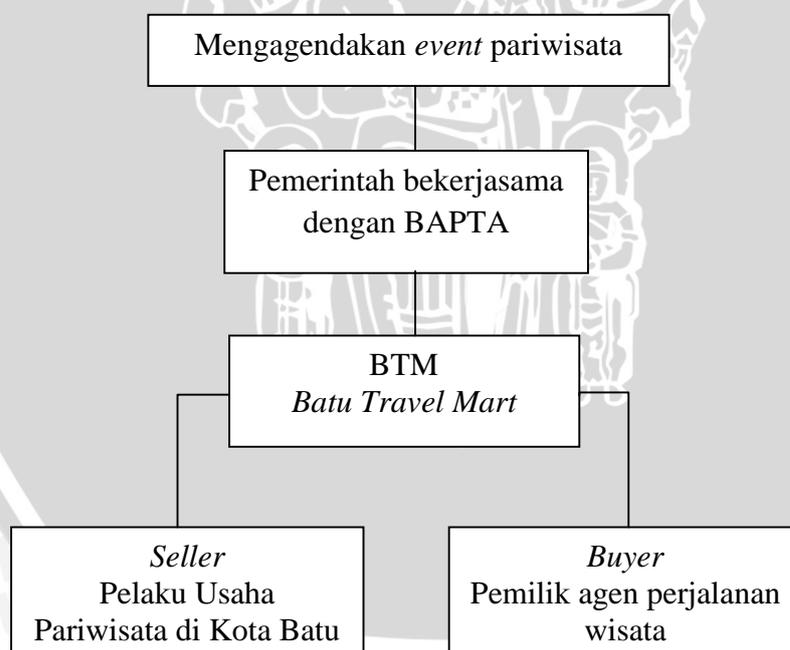
“...jadi mereka itu ada semacam apa namanya istilahnya, paguyuban ya, paguyuban apa organisasi *gitu*, itu di dalam setiap kegiatan dalam setiap ada acara apapun itu selalu kita undang, selalu kita libatkan.. sehingga ini salah satu cara untuk menjalin antara mereka dengan pemerintah. Jadi bisa menyatu, jadi mereka *ndak* ditinggal setiap ada *event* apa, mereka itu tadi, kita pergunakan, kita gunakan...”
(15/4/2014 pukul 11.00)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Aries, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang menyatakan bahwa:

“...*contone* ya misal *kan kalo* ada kegiatan yang dari tingkat provinsi yang membutuhkan mereka ya mereka kita hadirkan di tingkat baik di tingkat provinsi maupun nasional, lomba-lomba dan lain sebagainya, apakah lomba masakan, lomba toilet bersih, lomba tempat wisata *nah*

seperti itu. *Nah* itu kegiatan-kegiatan itu. *Nah* itu *kan* sifatnya koordinasi, jadi nanti saling mendukung...” (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Berdasarkan penjelasan kedua informan di atas, dapat diketahui bahwa pemerintah Kota Batu selalu berupaya melibatkan investor sektor pariwisata dalam penyelenggaraan *event* pariwisata. Salah satu *event* khusus yang dijalankan oleh pemerintah untuk memfasilitasi forum komunikasi antar investor sektor pariwisata adalah dengan acara *Batu Travel Mart* (BTM) yang diselenggarakan secara rutin setiap tahun. Berikut ini akan disajikan gambaran kegiatan memfasilitasi pembentukan forum komunikasi antar investor atau pelaku usaha usaha bidang pariwisata oleh pemerintah Kota Batu.



Gambar 9 Kegiatan Batu Travel Mart di Kota Batu

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Batu Travel Mart atau BTM adalah sebuah ajang untuk mempertemukan para pelaku industri wisata atau *seller* dengan pemilik agen perjalanan wisata atau *buyer* guna mendukung terjalannya kerjasama antar pelaku usaha bidang pariwisata. BTM diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Batu dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu yang telah mengagendakan adanya *event* pariwisata yaitu BTM. Dalam melaksanakan kegiatan BTM, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu bekerjasama dengan *Batu Professional Tourism Association* (BAPTA). BAPTA merupakan perkumpulan komunitas pemandu wisata, agen wisata serta pemilik travel wisata di Kota Batu.

Penyelenggaraan BTM diharapkan mampu membentuk suatu kerjasama antara pelaku usaha sektor pariwisata di Kota Batu dengan pelaku usaha sektor pariwisata di daerah lain dimana para *buyer* diharapkan dapat membawa rombongan wisatawan ke Kota Batu. Para pelaku usaha bidang pariwisata tersebut nantinya akan melakukan kerjasama dengan pembentukan paket wisata sesuai dengan potensi wisata yang ditawarkan oleh Kota Batu. Yuli Widiarso mengatakan bahwa:

“Tapi *kalo* misalnya untuk kegiatan apa namanya, pariwisata, itu sering kita kumpul, dari *Batu Travel Mart* itu salah satu contoh, itu juga *event* juga, se Indonesia saya adakan. Jadi antara penjual dan pembeli kita kumpulkan, jadi diciptakan paket-paket ini, misalnya paket Batu nanti tujuannya wisatawan *aa* penjualnya ini saya punya paket di batu, apa pakatnya, ke Jatim Park, ke Songgoriti, kesini kesini, jadi antara *aa* pemilik Jatim Park itu selaku *aa* pemilik ini menjual melalui, melalui apa ya, ini dijual ke daerah lain dalam sistim paket, kita kalo rekreasi *mesti kan paket-paketan*, kita jual ini, pakatnya ke kota ini kota ini kota ini, *lha* seperti itulah, kita buat disini. Dan itu kita serahkan pada *aa* pihak swasta.. dan lebih enak nya

lagi di batu itu *paketannya* beda dengan di daerah-daerah lain karena antara wahana objek yang satu dengan yang lain itu jaraknya *deket sekali*". (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Pemaparan dari informan di atas menunjukkan bahwa forum pertemuan antar pelaku usaha bidang pariwisata diperlukan untuk mengembangkan suatu iklim pariwisata. Dengan mengetahui potensi pariwisata pada daerah tujuan, maka wisatawan akan mudah menentukan destinasi pariwisata yang ingin dituju, hal ini mempermudah para pelaku usaha bidang pariwisata dalam pembentukan paket wisata dimana para pelaku usaha bidang pariwisata, khususnya agen perjalanan pariwisata atau *buyer* akan menjalin kerjasama dengan para pelaku usaha pariwisata di Kota Batu atau *seller* untuk memenuhi kebutuhan berwisata wisatawan. BTM merupakan salah satu *event* pariwisata yang difasilitasi oleh pemerintah Kota Batu sebagai forum komunikasi antar investor sektor pariwisata. Kegiatan BTM merupakan *event* pariwisata skala nasional, kegiatan ini bertujuan untuk mempertemukan para pelaku usaha bidang pariwisata sehingga dapat menjalin kerjasama dalam kegiatan pariwisata di Kota Batu. Berikut ini merupakan *seller* pada BTM.

Tabel 9 Daftar seller dalam Batu Travel Mart

| No | Nama Perusahaan | Kota | No | Nama Perusahaan | Kota |
|-----|--------------------------|-----------|-----|-------------------------------|------|
| 1. | Hotel Kusuma Agro Wisata | Batu | 22. | RM Manggar Gading | Batu |
| 2. | Hotel Purnama | Batu | 23. | Batu Resto | Batu |
| 3. | Hotel Kartika Wijaya | Batu | 24. | Kedai Batu Corner | Batu |
| 4. | Hotel De View | Batu | 25. | Sita Catering | Batu |
| 5. | Kampung Lumbang | Batu | 26. | Sriwijaya Catering | Batu |
| 6. | Hotel Every Day Smart | Malang | 27. | Oleh-Oleh Mahajaya | Batu |
| 7. | Hotel Harris | Malang | 28. | Oleh-Oleh Mahajaya | Batu |
| 8. | Hotel Atria | Malang | 29. | Oleh-Oleh Brawijaya | Batu |
| 9. | Seulawah Grand View | Batu | 30. | Mr.Kute Ole-Ole Khas Bali | Batu |
| 10. | Hotel Metropole | Batu | 31. | Kaliwatu Rafting | Batu |
| 11. | Seulawah Resort & Café | Batu | 32. | Malabar Adventure | Batu |
| 12. | Hotel Ibis | Batu | 33. | Batu Rafting | Batu |
| 13. | Griya Sekar Kedhaton | Batu | 34. | Zam-Zam Grup | Batu |
| 14. | Hotel River Stone | Batu | 35. | Selecta | Batu |
| 15. | RM Ole Olang | Bangkalan | 36. | Kampung Kid | Batu |
| 16. | Warung Bamboe | Batu | 37. | Coban Rondo & Kampung Rafting | Batu |
| 17. | Bebek Bengil | Batu | 38. | Petik Apel Mandiri | Batu |
| 18. | Green Palm | Batu | 39. | Wisata Agro Kusuma | Batu |
| 19. | Istana Singosari | Malang | 40. | Desa Wisata Tulung Rejo | Batu |
| 20. | Trans Wisata Travelindo | Batu | 41. | Pondok Jatim | Batu |
| 21. | Joglo Dau | Batu | | | |

Sumber: www.batutravelmart.com, 2013

Adapun daftar *buyer* yang siap untuk menjalin kerjasama melalui *event*

BTM dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 10 Daftar *Buyer* dalam *Batu Travel Mart*

| No. | Nama Perusahaan | Asal Kota | No. | Nama Perusahaan | Asal Kota |
|-----|--|--------------------|-----|---------------------------------|---------------|
| 1. | PT. Sedona Holidays Tour And Travel | Medan Johor | 26. | Lombok Mutiara Holiday | Mataram |
| 2. | PT. Pelangi Express Tour & Travel | Surabaya | 27. | Life Travel | Depok |
| 3. | Platinum Holidays Jakarta | Jakarta Selatan | 28. | PT. Ratour | Kebayoran |
| 4. | PT. Mutiara Tours & Travel | Bandung | 29. | Buana Kharisma Tour & Travel | Jember |
| 5. | Gracias Tour & Travel | Depok | 30. | Valarie Tour Travel | Surabaya |
| 6. | PT. Mutiara Paradiso | Mataram | 31. | Bali Raja Holiday | Bali |
| 7. | PT. Insan Jaya Abadi | Kalimantan Selatan | 32. | Alliance Indonesia | Denpasar |
| 8. | Pangsaraya Jaya Tour & Travel | Tasikmalaya | 33. | PT. Mitra Abadi Tour And Travel | Tarakan |
| 9. | PT. Aleta Shafa Wisata Tour & Travel | Sidoarjo | 34. | PT. Bhuana Sejahtera Travel | Bali |
| 10. | PT. Permata Kalimantan Tour And Travel | Kalimantan | 35. | PT. Lumba-Lumba Tour & Travel | Surabaya |
| 11. | PT. Zatina Travel | Samarinda | 36. | Madas Shinta Wisata | Sidoarjo |
| 12. | PT. Aulia Anugrah Abadi | Balikpapan | 37. | Excellent Tour & Travel | Bandung |
| 13. | PT. Mandiri Cemerlang Wisata | Pekanbaru | 38. | Color Tour & Travel Service | Jakarta Barat |
| 14. | PT. Pearls Tours & Travel | Bali | 39. | Pelanconk Tour | Bangkalan |
| 15. | Vista Express Tours & Travel | Denpasar | 40. | Bali Family Tour | Denpasar |
| 16. | Dian Wisata Tour & Travel | Jakarta Pusat | 41. | PT. Kakaban Tour | Balikpapan |
| 17. | PT. Mulia Pasific Tour & Travel | Jakarta Pusat | 42. | Sakti Tour Management | Jember |
| 18. | Bandar Tour | Bandung | 43. | Agatha Holiday | Tangerang |
| 19. | Cihampelas Tour | Bandung | 44. | Mitra Persada Travelindo | Yogyakarta |
| 20. | PT. Kania Anugerah Semesta | Balikpapan | 45. | Trend Tour | Yogyakarta |
| 21. | Sasa Tours Bali | Bali | 46. | PT. Dewa Arystama T & T | Surakarta |
| 22. | Prima Holiday Tours & Travel | Banjarbaru | 47. | Pesona Bahari Tour | Surabaya |
| 23. | PT. Acacia Citranusa | Samarinda | 48. | Kirana Jogja Tour | Yogyakarta |
| 24. | Panda Tours & Travel | Bandung | 49. | Happy Holiday Tour & Travel | Jakarta |
| 25. | PT. Menara Borneo Jaya | Kalimantan Timur | | | |

Sumber: www.batutravelmart.com, 2013

Banyaknya minat para investor atau pelaku usaha bidang pariwisata baik sebagai *seller* maupun *buyer* seperti apa yang telah tersaji dalam tabel menunjukkan bahwa tindakan fasilitasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui forum komunikasi antar investor merupakan hal yang dibutuhkan untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di Kota Batu dan merupakan strategi untuk menarik investor sektor pariwisata melalui berbagai usaha bidang pariwisata yang banyak berkembang sejalan dengan kegiatan pariwisata di Kota Batu yang juga mengalami perkembangan.

2. Dampak Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu

Secara langsung maupun tidak langsung, penyelenggaraan kegiatan investasi sektor pariwisata akan memberikan dampak terhadap sektor ketenagakerjaan. Hal ini dikarenakan pengembangan sektor pariwisata baik melalui kegiatan investasi maupun kegiatan lain dimaksudkan untuk menciptakan lapangan kerja, baik itu memperluas maupun pemeratakan kesempatan kerja, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Bentuk kegiatan investasi langsung sektor pariwisata adalah didirikannya berbagai usaha dalam bidang pariwisata. Hal ini juga terjadi di Kota Batu sebagai kota yang mempunyai *brand* kota wisata. Berikut akan disajikan usaha

bidang pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata serta gambaran bagaimana kegiatan investasi sektor pariwisata dapat menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu.

a. Pendirian Usaha Pariwisata di Kota Batu Berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata

Tanda Daftar Usaha Pariwisata merupakan surat tanda pendaftaran yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Batu kepada perusahaan untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata di Daerah. Berikut ini akan disajikan usaha pariwisata di Kota Batu yang telah terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata.

Tabel 11 Daftar Bidang Usaha Daya Tarik Wisata di Kota Batu

| Bidang Usaha | Jenis Usaha | Sub Jenis Usaha |
|--------------------------|-------------------------------|---|
| Daya Tarik Wisata | Pengelolaan Daya Tarik Wisata | 1. Arboretum Sumberbrantas 2. Coban Talun 3. Coban Rais 4. Pemandian Songgoriti 5. Tirta Nirwana 6. Taman Hutan Raya R.Soeryo 7. Vihara Dharmadipa Arama 8. Air Panas Cangar 9. Hindu Dharma |

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sub jenis usaha dalam usaha daya tarik wisata meliputi: Pengelolaan pemandian air panas alami; Pengelolaan goa; Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala berupa candi, keratin, prasasti, petilasan, dan bangunan kuno; Pengelolaan museum; Pengelolaan pemukiman dan atau lingkungan adat; Pengelolaan objek ziarah; Serta sub jenis usaha lainnya yang ditetapkan oleh kepala daerah. Di Kota Batu, usaha daya tarik wisata yang termasuk dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) telah peneliti cantumkan dalam tabel di atas.

Selanjutnya adalah bidang usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi adalah usaha penyelenggaraan kegiatan berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata, tetapi tidak termasuk di dalamnya wisata tirta dan spa. Kota batu mempunyai banyak usaha pariwisata yang termasuk dalam penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Berikut ini akan disajikan usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi di Kota Batu yang telah terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP).

Tabel 12 Daftar Bidang Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi di Kota Batu

| No. | Nama | No. | Nama |
|-----|------------------------------|-----|-------------------------------|
| 1. | Batu Wonderland | 13. | Pesona Wisata Desa Tulungrejo |
| 2. | Batu Alam Adventure | 14. | Petik Apel Desa Bumiaji |
| 3. | Beji Outbound “Graha Bunga” | 15. | Petik Jeruk Desa Bumiaji |
| 4. | BNS (Batu Night Spectacular) | 16. | Petik Strawberry Dusun Pandan |
| 5. | Buenga Batu | 17. | Selecta |
| 6. | Desa Wisata Sidomulyo | 18. | Petik Apel Makmur Abadi |
| 7. | Inggul Laut Florist | 19. | Rumah Kebun de Daunan |
| 8. | Jawa Timur Park | 20. | Apple Sun |
| 9. | Kaliwatu Rafting | 21. | Petik Jeruk Kungkuk |
| 10. | Kampoeng Kidz | 22. | Desa Wisata Sumberejo |
| 11. | Kusuma Agrowisata | 23. | Eco Green Park |
| 12. | Museum Satwa | 24. | Banyu Brantas Rafting |

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas merupakan usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi di Kota Batu dengan jenis usaha arena permainan dan taman rekreasi. Selanjutnya akan disajikan usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi dengan jenis usaha panti pijat. Panti Pijat adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas pemijatan dengan tenaga pemijat yang terlatih.

Tabel 13 Daftar Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi (Jenis Usaha Panti Pijat) di Kota Batu

| No. | Nama Panti Pijat | No. | Nama Panti Pijat |
|-----|------------------|-----|------------------|
| 1. | Putri Jaya | 6. | Tri MJ |
| 2. | Ramayana | 7. | Rahayu |
| 3. | Dogadho | 8. | Lia Jasa |
| 4. | Martha | 9. | Hartini |
| 5. | Mekar Jaya | 10. | Shinta |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Tabel tersebut merupakan daftar panti pijat yang telah terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) di Kota Batu. Selanjutnya akan disajikan jenis usaha karaoke yang ada di Kota Batu. Karaoke adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas menyanyi dengan atau tanpa pemandu lagu.

Tabel 14 Daftar Usaha Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi (Jenis Usaha Karaoke) di Kota Batu

| No. | Nama Karaoke |
|-----|--------------|
| 1. | DOREMI |
| 2. | AFTER ME |
| 3. | SAMBA |
| 4. | HELLO |
| 5. | LUCKY F |
| 6. | MANTRA |
| 7. | VIP |
| 8. | JAMBU LUWUK |
| 9. | ZAMRUD |
| 10. | SAMBEL APEL |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, maka dapat diketahui bahwa usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi di Kota Batu meliputi jenis usaha arena permainan, taman rekreasi, panti pijat, serta karaoke.

Bidang usaha selanjutnya adalah usaha penyediaan akomodasi. Usaha penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Di Kota Batu, usaha penyediaan akomodasi yang ada berupa hotel, villa dan *homestay*. Berikut akan disajikan hotel, villa dan *homestay* yang ada di Kota Batu.

**Tabel 15 Daftar Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi
(Jenis Usaha Hotel) di Kota Batu**

| No. | Nama Hotel | No. | Nama Hotel |
|-----|----------------------|-----|-------------------------|
| 1. | Hotel Purnama | 29. | Baru Inn |
| 2. | Hotel Kartika Wijaya | 30. | Hotel Alamanda |
| 3. | Hotel Royal Orchid | 31. | Hotel Intan |
| 4. | Hotel Club Bunga | 32. | Losmen Pendowo |
| 5. | Hotel Kusuma Agro | 33. | Hotel Trisno Putra |
| 6. | Jambu Luwuk Resort | 34. | Hotel Putri Bulan |
| 7. | Hotel Asida | 35. | Hotel Sekar Kedaton |
| 8. | Hotel Victory | 36. | Hotel Mawar Sharon |
| 9. | Singhasari Resort | 37. | Hotel Pondok Wisata |
| 10. | Hotel Metropole | 38. | Wisma Ijen |
| 11. | Hotel Wonderland | 39. | Hotel Indah Sayekti |
| 12. | Hotel Perdana | 40. | Losmen Garuda |
| 13. | Hotel Arumdalu | 41. | Hotel Kartika Raya |
| 14. | Hotel Selecta | 42. | Hotel Pitaloka Palerman |
| 15. | Hotel Grand Palem | 43. | Hotel Sumber |
| 16. | Hotel Songgoriti | 44. | Hotel Arjuno |
| 17. | Hotel Wijaya Inn | 45. | Hotel Surya Indah |
| 18. | Hotel Santoso | 46. | Hotel Seulawah |
| 19. | Hotel Imam Bonjol | 47. | Pondok Jatim Park |
| 20. | Hotel Palem Sari | 48. | De Daunan |
| 21. | Hotel Aster | 49. | Losmen Jaya |
| 22. | Hotel Nirwana | 50. | Hotel Filadelfia |
| 23. | Hotel Batu Permai | 51. | Hotel Batu Paradise |
| 24. | Hotel Ragil Kuning | 52. | S Hotel |
| 25. | Hotel Mentari | 53. | Hotel Pohon Inn |
| 26. | Hotel Monalisa | 54. | Kampung Lumbung |
| 27. | Hotel Mutiara Baru | 55. | River Stone |
| 28. | Hotel Mustika Sari | 56. | Pesona Ratimaya |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Hotel merupakan usaha akomodasi yang banyak didirikan oleh investor di Kota Batu, hal ini karena beragamnya obyek wisata yang didukung dengan suasana sejuk di Kota Batu membuat wisatawan ingin menghabiskan waktu lebih lama di Kota Batu sehingga membutuhkan tempat

untuk menginap. Oleh karena itu para investor banyak mendirikan hotel di Kota Batu.

Jenis usaha dari usaha penyediaan akomodasi selanjutnya adalah villa. Villa adalah penyediaan akomodasi berupa keseluruhan bangunan tunggal yang dapat dilengkapi dengan fasilitas, kegiatan hiburan serta fasilitas lain, selain villa yang saat ini banyak berkembang di Kota Batu adalah *homestay*. Dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) *homestay* disebut sebagai pondok wisata. Pondok wisata adalah penyediaan akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya. Berikut akan disajikan *homestay* yang ada di Kota Batu.

**Tabel 16 Daftar Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi
(Jenis Usaha Hotel) di Kota Batu**

| No. | Nama Pemilik | Nama Homestay | No. | Nama Pemilik | Nama Homestay |
|-----|------------------|--------------------|-----|--------------|------------------|
| 1. | Jianto | Fortuna 1 homestay | 12. | Lilik | Candra homestay |
| 2. | Mariam | Villa Ira homestay | 13. | Gianto | Sagita homestay |
| 3. | Lestari | Fortuna homestay | 14. | Sulianik | Shinta homestay |
| 4. | Sri Sulistyowati | Rohman homestay | 15. | Sudar | Aab homestay |
| 5. | Sukatemi | Supri homestay | 16. | Puji | Arga homestay |
| 6. | Arif | Arif homestay | 17. | Martono | Aplukat homestay |
| 7. | Jumak | Mamad homestay | 18. | Hadi | Diva homestay |
| 8. | Kasiani | Darmo hall | 19. | Naryo | Kampung Satelit |
| 9. | Ngatini | Darmo homestay | 20. | Tomo | Bintang homestay |
| 10. | Riati | Mama homestay | 21. | Wiwin | Ivan homestay |
| 11. | Nuliati | Nita homestay | | | |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Bidang usaha selanjutnya yang ada di Kota Batu adalah jasa makanan dan minuman. Usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya. Terdapat berbagai jenis usaha bidang usaha jasa makanan dan minuman, yang akan peneliti sajikan sebagai berikut.

**Tabel 17 Daftar Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman
(Jenis Usaha Rumah Makan) di Kota Batu**

| No. | Nama Rumah Makan | No. | Nama Rumah Makan |
|-----|------------------------|-----|------------------|
| 1. | RM Ba Be | 13. | RM Bebek Kual |
| 2. | RM Green Palem | 14. | RM Hot Cwi Mie |
| 3. | RM Batu Suki | 15. | RM Sate Kelinci |
| 4. | RM Al Madinah | 16. | RM Mesir |
| 5. | RM Ayam Goreng Kalasan | 17. | RM Jamiah Putra |
| 6. | RM Ayam Goreng Pemuda | 18. | RM Waroeng Bambu |
| 7. | RM Dhogadho | 19. | RM Hot Plate |
| 8. | RM Cairo | 20. | RM Watu Lontar |
| 9. | RM Selecta | 21. | RM Sejati |
| 10. | RM Mojorejo | 22. | Quick Chicken |
| 11. | RM Bethania | 23. | Kertasari |
| 12. | RM Khas Jawa | 24. | Pak Kasan 2 |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Rumah makan merupakan salah satu jenis usaha bidang usaha jasa makanan dan minuman. Rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan dan penyajian, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Tabel 18 Daftar Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman*(Jenis Usaha Pusat Oleh-Oleh) di Kota Batu*

| No. | Nama Pusat Oleh-Oleh | No. | Nama Pusat Oleh-Oleh |
|-----|-------------------------------------|-----|--|
| 1. | Pojok DW | 21. | Keripik Kentang Toko Induk Super |
| 2. | Trubus | 22. | Keripik Kentang Super 1 |
| 3. | Mandiri | 23. | Keripik Kentang Super 2 |
| 4. | Barokah | 24. | Dragon Fruit |
| 5. | Abad 21 | 25. | Keripik Kentang Asli |
| 6. | Anugerah (Pak Usman Hadi) | 26. | Adam Apple House |
| 7. | UD.DS 97 | 27. | Pusat Oleh-oleh Tino |
| 8. | Surya Abadi | 28. | Garuda Sari |
| 9. | Anugerah (Bu Sarim) | 29. | Langgeng |
| 10. | Kurnia Sari | 30. | Snack Center |
| 11. | Morodadi | 31. | De Duwa |
| 12. | Yoga | 32. | Kios Apel Ganesha |
| 13. | Alief | 33. | Keripik Kentang Cavina |
| 14. | Warung Buah dan Oleh-oleh Khas Batu | 34. | Brossem |
| 15. | Toko Sari Buah | 35. | Gizi Food Agronas |
| 16. | Keripik Kentang Leo | 36. | Pusat Oleh-oleh Ladu |
| 17. | Sugeng S | 37. | Batu Bristo |
| 18. | Harum Manis | 38. | Poja (Pasar Oleh-oleh Khas Jawa Timur) |
| 19. | Toko Barokah Laris Jaya | 39. | Sugeng's |
| 20. | Vigour | 40. | Duta Sari |

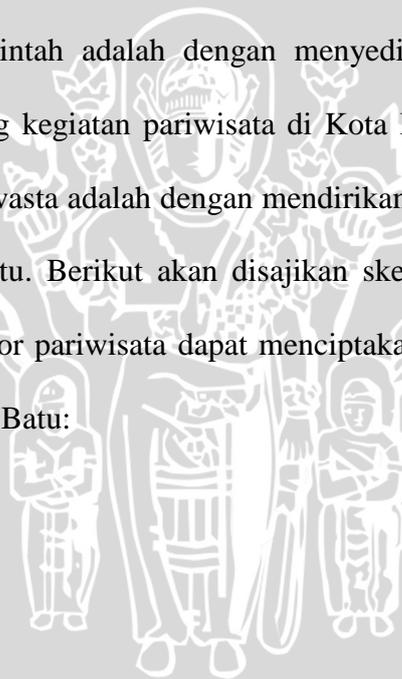
Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Pusat oleh-oleh juga menjadi salah satu jenis usaha bidang usaha jasa makanan dan minuman. Di Kota Batu terdapat kurang lebih 40 usaha pusat oleh-oleh yang terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta data yang disajikan oleh peneliti diketahui bahwa dari 13 bidang usaha yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, di Kota Batu telah berkembang bidang usaha daya tarik wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, serta jasa perjalanan wisata yang jenis usahanya meliputi biro

perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata dimana daftarnya telah peneliti sajikan pada daftar *seller Batu Travel Mart*.

b. Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu

Investasi sektor pariwisata di Kota Batu diharapkan mampu meningkatkan ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata. Investasi sektor pariwisata di Kota Batu dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Investasi yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan menyediakan sarana prasarana yang dapat mendukung kegiatan pariwisata di Kota Batu. Adapun investasi yang dilakukan oleh swasta adalah dengan mendirikan berbagai usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Berikut akan disajikan skema tentang bagaimana kegiatan investasi sektor pariwisata dapat menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja di Kota Batu:





Gambar 10 Skema Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti. 2014

Sinergi antara pemerintah dan swasta dalam melaksanakan investasi sektor pariwisata akan memberikan dampak terhadap penyelenggaraan pariwisata di Kota Batu, salah satunya adalah berkembangnya berbagai jenis usaha pariwisata yang semakin beragam di Kota Batu. Contoh dari kerjasama antara pemerintah dan swasta untuk mengembangkan kegiatan investasi sektor pariwisata disampaikan oleh Yuli Widiarso “...mereka membutuhkan pemerintah, misalnya jalan menuju ke sana pak, ini *kok* jelek, itu juga kita bantu memperbaiki jalannya...” (15/4/2014 pukul 11.00 WIB)

Investasi berupa sarana prasarana yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu tersebut memudahkan swasta dalam melakukan investasi berupa

pendirian usaha bidang pariwisata. Hal ini disampaikan oleh Aries sebagai berikut:

“...dia mengembangkan arena *outbond* apa dan sebagainya, kemudian masyarakat tadi sebagai pengembangan lokal tumbuhlah *homestay-homestay*, karena mendukung mereka untuk *nginep*, kalo dia *nginep* di situ, nanti dia belanja kebutuhan-kebutuhannya dimana, *aa* itu mereka juga disiapkan di situ, kita yang memberikan gambaran-gambaran, kita yang menyiapkan kekurangan-kekurangannya pada masyarakat itu”. (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Berdasarkan penjelasan informan di atas, dapat diketahui bahwa hubungan kerjasama atau sinergi antara pemerintah dengan swasta atau pelaku usaha pariwisata dalam melakukan investasi sektor pariwisata mempunyai dampak dalam pengembangan kegiatan pariwisata di Kota Batu.

Upaya pengembangan sektor pariwisata di Kota Batu yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta atau pelaku usaha bidang pariwisata tersebut juga akan meningkatkan kegiatan usaha bidang pariwisata dimana hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Batu. Berikut ini akan disajikan data tentang jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata di Kota Batu berdasarkan data yang telah didapat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu.

Tabel 19 Kunjungan pada Objek Wisata di Kota Batu

Tahun 2012-2013

| No. | Nama DTW | Jumlah Pengunjung |
|-------------------------------|---------------------------|-------------------|
| 1. | Selecta | 756.155 |
| 2. | Kusuma Agro Wisata | 15.374 |
| 3. | Jatim Park | 161.627 |
| 4. | Air Panas Cangar | 258.205 |
| 5. | Pemandian Songgoriti | 43.842 |
| 6. | Batu Night Spectacular | 309.226 |
| 7. | Petik Apel "Makmur Abadi" | 33.527 |
| 8. | Vihara "Dammadhipa Arama" | 8.265 |
| 9. | Museum Satwa | 184.017 |
| 10. | Rafting "Kaliwatu" | 7.120 |
| 11. | Kampoeng Kidz | 19.456 |
| 12. | Banyu Brantas Rafting | 1.960 |
| 13. | Hindu Dharma | 9.594 |
| 14. | Eco Green Park | 73.078 |
| JUMLAH TOTAL KUNJUNGAN | | 1.881.446 |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014

Tabel di atas merupakan data yang diperoleh peneliti dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, tabel tersebut menyajikan jumlah kunjungan wisatawan pada beberapa objek pariwisata di Kota Batu dimana objek pariwisata tersebut hanya sebagian dari beberapa usaha bidang pariwisata yang banyak berkembang di Kota Batu. Minat wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu merupakan peluang untuk penduduk atau masyarakat setempat. Hal ini disampaikan oleh Aries sebagai berikut:

"Contoh lagi seperti tumbuhnya BNS Batu Night Spectaculer, dengan adanya itu *kan* banyak orang ke Batu, hotel penuh, villa penuh, *mau* kemana? Nah kita kasih tahu desa, masyarakatmu yang punya rumah kosong yang siap untuk menjadi *homestay* data, itu dibina, didata dibina oleh sdm, akhirnya munculah *homestay-homestay*". (15/4/2014 pukul 9.15 WIB)

Adapun Syaiful mengatakan bahwa:

“Baik dari segi tenaga kerja khususnya dari segi tenaga kerja *nah* kita ingin masyarakat itu ikut berpartisipasi langsung untuk berusaha di bidang kepariwisataan melalui *aa* pengembangan desa wisata ini itu salah satu kebijakan aja. Kita menghendaki program pengembangan desa wisata ini bagaimana masyarakat di lokasi desa itu bisa diberdayakan untuk berpartisipasi di usaha kepariwisataan dalam rangka intinya *sih* untuk mengentaskan kemiskinan dengan mereka lebih berdaya untuk berkecimpung di usaha kepariwisataan barangkali dengan usaha itu pengusaha ada peluang untuk maju...” (16/4/2014 pukul 10.00 WIB)

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa investasi sektor pariwisata di Kota Batu berupa pendirian usaha bidang pariwisata saling berkaitan satu sama lain dimana pendirian usaha bidang pariwisata mendorong pendirian usaha bidang pariwisata lainnya. Pengembangan kegiatan pariwisata di Kota Batu memberikan dampak berupa peluang untuk masyarakat atau penduduk lokal dalam menjadi tenaga kerja pada usaha bidang pariwisata serta peluang untuk mendirikan usaha bidang pariwisata seperti misalnya *homestay*.

Ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu yang diperoleh dari investasi sektor pariwisata di Kota Batu adalah berupa peluang untuk menjadi tenaga kerja pada sektor pariwisata maupun mendirikan usaha bidang pariwisata. Adapun jumlah tenaga kerja dalam sektor pariwisata belum dapat diketahui secara pasti, hal ini karena usaha pariwisata pada umumnya bergerak di sektor informal sehingga tenaga kerja yang ada pada umumnya belum terdaftar pada instansi pemerintah. Dari tahun 2010 sampai tahun 2013 tenaga kerja yang terdaftar dalam Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu sejumlah 1.528 orang.

D. Analisis Data

Kota Batu merupakan kota yang memiliki berbagai potensi wisata, baik wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Penyelenggaraan pariwisata di Kota Batu telah diatur oleh pemerintah melalui Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Bidang usaha pariwisata dalam TDUP telah diatur dalam Pasal 15 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Berbagai bidang usaha pariwisata di Kota Batu jika digolongkan dalam usaha bidang pariwisata yang sesuai dengan TDUP oleh peneliti digolongkan sebagai berikut:

- a. Bidang Usaha Daya Tarik Wisata: Air Panas Cangar; Pemandian Songgoriti; Museum Satwa; Meseum Angkut; Desa Wisata; Vihara “Dammadhipa Arama”; Hindu Dharma; Benda dan Situs Cagar Budaya di Kota Batu.
- b. Bidang Usaha Jasa Perjalanan Wisata: Biro Perjalanan Wisata; Agen Perjalanan Wisata.
- c. Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman: Rumah Makan (24 unit); Pusat Oleh-oleh (41 unit).
- d. Bidang Usaha Penyediaan Akomodasi: Hotel (56 unit); Villa (153 unit); *Homestay* (21 unit)

Beragamnya usaha pariwisata yang ada di Kota Batu akan semakin mengembangkan kegiatan pariwisata yang ada di Kota Batu, pengembangan pariwisata diperlukan untuk mendukung *image* Kota Batu sebagai kota pariwisata. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan investasi sektor pariwisata. Kegiatan investasi sektor pariwisata diharapkan mampu memperluas ketersediaan

lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu. Oleh karena itu pemerintah Kota Batu memiliki beberapa strategi untuk meningkatkan investasi sektor pariwisata di Kota Batu seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti pada penyajian data. Strategi tersebut meliputi strategi pengembangan dan strategi promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu dalam menarik investor sektor pariwisata, yaitu:

a. Strategi pengembangan sektor pariwisata

- 1) Pelaksanaan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata
- 2) Pengembangan sarana prasarana oleh pemerintah sebagai modal mengembangkan kegiatan pariwisata
- 3) Pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal

b. Strategi promosi investasi sektor pariwisata

- 1) Promosi investasi kepada investor tentang potensi pengembangan sektor pariwisata
- 2) Pembentukan forum komunikasi antar investor (pelaku usaha bidang pariwisata)

Dalam upaya meningkatkan investasi sektor pariwisata, dapat dilakukan dengan strategi pengembangan sektor pariwisata serta strategi promosi dan ektor pariwisata. Beberapa hal yang ada pada kedua strategi tersebut telah dilakukan oleh pemerintah Kota Batu. Andi Mappi Sammeng (2001:258) dalam bukunya yang berjudul “Cakrawala Pariwisata” menjelaskan bahwa dalam strategi pengembangan pariwisata terdapat dua paradigma, yakni paradigma lama dan

paradigma baru. Penjelasan dari Sammeng menjadi salah satu acuan yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis strategi menarik investor sektor pariwisata oleh pemerintah Kota Batu dan dampaknya dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata. Adapun hasil analisis oleh peneliti mengenai strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan investasi sektor pariwisata serta kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu akan disajikan sebagai berikut.

1. Strategi Pemerintah Kota Batu untuk Menarik Investor Sektor Pariwisata

a. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata

1) Pelaksanaan Kerjasama dengan Berbagai Pihak yang Terkait untuk Mempermudah Pelayanan Perizinan Usaha Bidang Pariwisata

Mempermudah pelayanan perizinan merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk menarik minat investor. Proses pelayanan merupakan salah satu aspek yang diperhatikan oleh investor sebelum melakukan investasi. Pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu untuk mengurus perizinan adalah pelayanan satu pintu dan hal ini mempermudah investor dalam melakukan perizinan karena jalur birokrasi yang tidak terlalu panjang tetapi telah ditangani oleh Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu. Seperti yang dijelaskan oleh

Rokhmatussa'dyah (2010:6-12) bahwa birokrasi yang terlalu panjang biasanya dapat menciptakan situasi yang kurang kondusif bagi kegiatan penanaman modal, sehingga dapat mengurungkan niat para pemodal untuk melakukan investasi. Upaya penyederhanaan proses birokrasi (debirokratisasi) kiranya akan dapat menjadi salah satu faktor yang akan mendorong para investor kembali menanamkan modalnya di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah Kota Batu memberikan kemudahan kepada calon investor dengan menetapkan pelayanan perizinan satu pintu yang ditangani oleh BPM Kota Batu.

Pada strategi ini pemerintah Kota Batu juga memberikan informasi tentang kawasan pariwisata Kota Batu melalui Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Batu Tahun 2010-2030. Pada peraturan daerah tersebut dijelaskan bahwa kegiatan pariwisata di Kota Batu wilayahnya terdapat pada Bagian Wilayah Kota (BWK) I dan BWK III. BWK I cakupan wilayahnya meliputi Kecamatan Batu dengan pusat pelayanan di Desa Pesanggrahan. Fungsi dari BWK I sebagai wilayah utama pengembangan pusat pemerintahan kota, pengembangan kawasan kegiatan perdagangan dan jasa modern, kawasan pengembangan kegiatan pariwisata dan jasa penunjang akomodasi wisataserta kawasan pendidikan menengah. BWK III cakupan wilayahnya meliputi Kecamatan Bumiaji dengan pusat pelayanan di Desa Punten. Fungsi dari BWK III sebagai wilayah utama pengembangan kawasan agropolitan, pengembangan kawasan wisata alam dan

lingkungan serta kegiatan agrowisata. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa Kota Batu belum mempunyai rencana induk regional untuk pengembangan pariwisata sebagaimana yang dijelaskan oleh Sammeng (2001:258) bahwa paradigma baru strategi pengembangan pariwisata adalah adanya rencana induk regional, tetapi pemerintah Kota Batu saat ini masih sebatas perencanaan kawasan melalui RTRW Kota Batu.

Kemudahan pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata di Kota Batu yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu juga telah menjamin adanya kepastian hukum. Rokhmatussa'dyah (2010:6-12) menjelaskan bahwa kepastian hukum akan mempermudah investor dalam melakukan investasi, dengan adanya kepastian hukum dapat menjamin keberlanjutan usahanya. Jaminan kepastian hukum yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu adalah dengan adanya pengawasan dan pengendalian usaha bidang pariwisata. Pengawasan dan pengendalian tersebut disertai dengan ketentuan yang jelas, yakni berupa syarat yang harus dipenuhi oleh investor serta sanksi yang diberikan kepada investor atau pelaku usaha bidang pariwisata jika terbukti melanggar ketentuan yang berlaku.

2) Pembangunan Sarana Prasarana oleh Pemerintah sebagai Modal untuk Mengembangkan Kegiatan Pariwisata

Pembangunan sarana prasarana pariwisata oleh pemerintah Kota Batu merupakan modal atau investasi untuk mengembangkan kegiatan pariwisata. Pembangunan sarana prasarana tersebut tidak hanya bermanfaat atau

digunakan oleh kegiatan pariwisata saja, tetapi juga dimanfaatkan untuk kepentingan umum dan kegiatan perekonomian, hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sammeng (2001:288).

Pembangunan sarana prasarana pariwisata di Kota Batu tersebut juga digunakan oleh pemerintah untuk mendorong ketertarikan pihak swasta agar menanamkan modalnya pada sektor pariwisata di Kota Batu. Dikatakan demikian karena sarana prasarana yang telah disiapkan oleh pemerintah tersebut secara langsung maupun tidak langsung akan mempermudah jalannya usaha bidang pariwisata yang dikelola oleh swasta dalam hal ini investor atau para pelaku usaha bidang pariwisata.

Pembangunan sarana prasarana oleh pemerintah Kota Batu melalui forum Musrenbang merupakan upaya untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Pemerintah Kota Batu dalam hal ini telah bertindak sebagai stabilitator seperti yang dijelaskan oleh Siagian (1979:105). Sebagai stabilitator karena pemerintah Kota Batu berusaha menciptakan iklim ekonomi yang kondusif melalui pembangunan sarana prasarana yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat serta mendorong kegiatan ekonomi melalui pengembangan pariwisata. Namun pemerintah belum dapat bertindak sebagai innovator khususnya dalam pembangunan, hal ini karena upaya pembangunan sarana prasarana pariwisata sebagian besar dilakukan pada saat forum Musrenbang saja dan kegiatan tersebut hanya dilakukan setahun sekali sehingga akan menyulitkan pemenuhan kebutuhan

sarana prasarana yang diperlukan oleh masyarakat untuk pengembangan pariwisata.

3) Pengembangan Sektor Pariwisata dengan Memaksimalkan Tempat yang Sudah Tersedia Dukungan Lokal

Strategi menarik investor yang dilakukan oleh pemerintah Kota Batu adalah dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal, dalam hal ini adalah pengembangan desa wisata. Kegiatan pengembangan desa wisata merupakan bagian dari strategi pengembangan pariwisata yang dijelaskan oleh Sammeng (2001). Dalam hal ini pemerintah Kota Batu telah menganut paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dimana pemerintah Kota Batu berupaya mengembangkan desa wisata yang mempunyai potensi dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata.

Untuk mengembangkan desa wisata, pemerintah juga telah melakukan perannya untuk mendukung kegiatan pariwisata, yakni sosialisasi dan membentuk dewan wisata yang terdiri dari seluruh *stakeholder* seperti apa yang disampaikan oleh Hakim (2001). Pembentukan dewan wisata memang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Batu, yakni dengan adanya kelompok sadar wisata yang dimiliki oleh masing-masing desa wisata serta pembinaan dan pelatihan masyarakat dan pelaku usaha bidang pariwisata di Kota Batu. Namun, pembentukan dewan pariwisata tersebut belum dapat berjalan optimal karena belum dapat mencapai tujuan agar seluruh *stakeholder* dapat terlibat dalam pengambilan keputusan tentang pariwisata dimana saat ini pemerintah

lebih mendominasi dalam penetapan keputusan pariwisata yang ada di Kota Batu.

b. Strategi Promosi Investasi Sektor Pariwisata

1) Promosi Investasi kepada Investor Tentang Potensi Pengembangan Sektor Pariwisata

Upaya promosi oleh pemerintah Kota Batu merupakan gagasan inisiatif yang sesuai dengan peran pemerintah untuk mengembangkan pariwisata. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Hakim (2004:143) bahwa pemerintah mempunyai peran strategis dalam melakukan inisiasi pembangunan industri wisata yang dapat dimulai dari melakukan sosialisasi dan promosi. Pemerintah Kota Batu telah melakukan perannya dalam membangun serta mengembangkan pariwisata di Kota Batu, tindakan yang dilakukan adalah promosi serta sosialisasi kepada wisatawan, investor maupun masyarakat tentang berbagi informasi pariwisata, baik informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang perlu diketahui oleh investor maupun informasi tentang kawasan pariwisata dan *event* pariwisata yang perlu diketahui oleh wisatawan dan masyarakat umum.

Pemberian informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) melalui kegiatan sosialisasi akan mempermudah kegiatan investasi sektor pariwisata di Kota Batu. Hal ini juga akan mempermudah para investor lokal untuk melakukan investasi di Kota Batu. Investor sektor pariwisata di Kota Batu pada umumnya berbentuk badan usaha perseorangan.

Rokhmatussa'dyah (2011:60) menjelaskan bahwa badan usaha perseorangan adalah bentuk badan usaha yang paling sederhana, dimana si pemilik mempunyai tanggung jawab penuh atas usahanya tersebut sampai dengan kekayaan pribadinya. Warga negara asing tidak diperkenankan untuk melakukan investasi dalam bentuk ini. Investasi pariwisata di Kota Batu adalah bidang usaha pariwisata yang terkait dengan bidang usaha penyediaan akomodasi termasuk di dalamnya adalah *villa* serta *homestay* yang banyak dimiliki oleh masyarakat atau investor lokal di Kota Batu.

Penyediaan informasi tentang kepariwisataan di Kota Batu difasilitasi oleh pemerintah dengan didirikannya Pusat Informasi Pariwisata (PIP) Kota Batu dimana masyarakat secara umum dapat mengetahui berbagai informasi pariwisata di Kota Batu serta usaha bidang pariwisata yang tersedia di Kota Batu. Selain itu pemerintah Kota Batu juga berupaya untuk mengenalkan produk wisata yang dimiliki oleh Kota Batu melalui *event* pariwisata. *Event* pariwisata yang diikuti dan diadakan oleh pemerintah Kota Batu sebagian besar berorientasi pada kegiatan pameran produk wisata. Sammeng (2001:162) menjelaskan bahwa pameran merupakan upaya mempromosikan produk yang didikuti oleh peserta dari daerah atau negara lain. Sengaja ditekankan mengenai peserta dari daerah atau negara lain karena ingin memperlihatkan bahwa kegiatan pameran (*exhibition*) dapat mendorong terjadinya arus manusia dari suatu tempat, daerah, dan negara ke tempat, daerah, dan negara lain yang cukup besar jumlahnya. Inilah dalam dunia

pariwisata disebut dengan segmen pasar wisata pameran (*exhibition market*).

Berdasarkan tabel *event* pariwisata yang diikuti dan diselenggarakan oleh pemerintah Kota Batu kebanyakan berupa pameran seperti Indonesia Product Expo and Tourism; Majapahit Travel Fair; Gebyar Wisata dan Budaya Nusantara; Batu Night Criterium International; Pekan Wisata Nasional; Launching Branding Kota Batu.

2) Pembentukan Forum Komunikasi Antar Investor (Pelaku Usaha Bidang Pariwisata)

Dalam upaya meningkatkan minat investor untuk melakukan investasi sektor pariwisata di Kota Batu, pemerintah Kota Batu memperhatikan akses pasar dengan memfasilitasi pembentukan forum komunikasi antar investor dalam hal ini adalah para pelaku usaha bidang pariwisata. Rokhmatussa'dyah (2010:6-12) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan investor untuk melakukan kegiatan investasi, salah satunya adalah akses pasar.

Akses terhadap pasar yang besar juga menjadi sasaran utama para pemilik modal untuk menanamkan modalnya. Terbukanya akses pasar akan mampu menyerap produk yang dihasilkan dari suatu kegiatan penanaman modal. Produk yang dihasilkan dari investasi sektor pariwisata pada umumnya berupa jasa. Oleh karena itu, pemerintah Kota Batu berusaha menciptakan akses pasar yang mampu memasarkan produk wisata yang

ditawarkan oleh para pelaku usaha pariwisata yaitu dengan diselenggarakannya Batu Travel Mart oleh pemerintah Kota Batu yang bekerjasama dengan *Batu Professional Tourism Association* (BAPTA).

Melalui penyelenggaraan BTM tersebut, pemerintah Kota Batu berupaya membuka peluang pemasaran produk wisata yang ada di Kota Batu dimana pelaku usaha bidang pariwisata yang tertarik mengikuti kegiatan ini dapat bertindak sebagai *seller*, produk wisata yang dimiliki oleh *seller* tersebut akan ditawarkan kepada *buyer* atau pelaku usaha bidang pariwisata diluar daerah Kota Batu dan tertarik untuk membeli produk wisata di Kota Batu.

Kesepakatan yang dihasilkan oleh para pelaku usaha bidang pariwisata tersebut adalah berupa pembentukan paket wisata daerah Kota Batu. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan upaya pemasaran produk wisata. Pembentukan paket wisata di daerah Kota Batu tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Batu cenderung pada pemasaran kelompok atau segmen geografis. Sammeng (2001:158) menjelaskan segmentasi geografis merupakan segmentasi pasar wisatawan berdasarkan tempat atau daerah. Sasaran dari segmentasi geografis adalah wisatawan pada suatu daerah yang tertarik untuk melakukan wisata dalam negeri.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa pemerintah Kota Batu melalui penyelenggaraan BTM dengan dihasilkannya suatu paket wisata mempunyai sasaran pemasaran segmen geografis dan sasaran

wisatawan dalam negeri, hal ini dapat dilihat dari daftar *seller* dan *buyer* yang terdiri dari para pelaku usaha bidang pariwisata dalam negeri.

2. Dampak Kegiatan Investasi Sektor Pariwisata dalam Menciptakan Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu

a. Pendirian Usaha Pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata

Tanda Daftar Usaha Pariwisata yang selanjutnya disingkat TDUP adalah surat tanda pendaftaran yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Batu kepada perusahaan untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata di Daerah. TDUP merupakan langkah yang penting dalam usaha pariwisata, hal ini karena dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 15 Ayat 1 dijelaskan bahwa untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata, pengusaha pariwisata wajib mendaftarkan usahanya terlebih dulu kepada Pemerintah atau Pemerintah Daerah. Tujuan dari adanya TDUP adalah: a) Menjamin kepastian hukum dalam menjalankan usaha pariwisata bagi pengusaha; b) Menyediakan sumber informasi bagi semua pihak yang berkepentingan mengenai hal-hal yang tercantum dalam Daftar Usaha Pariwisata; c) Meningkatkan daya saing usaha pariwisata Indonesia.

Oleh karena itu pemerintah Kota Batu menyediakan Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu untuk melaksanakan amanat undang-undang tersebut. Namun dalam pelaksanaannya masih terdapat pengusaha

atau investor bidang pariwisata yang belum mendaftarkan usahanya pada BPM Kota Batu. Hal ini karena pada umumnya usaha bidang pariwisata yang muncul di Kota Batu adalah usaha sektor informal serta adanya ketentuan bahwa: Pengusaha perseorangan yang tergolong usaha mikro atau kecil sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dibebaskan dari keharusan untuk melakukan pendaftaran usaha pariwisata; Pengusaha perseorangan yang tergolong usaha mikro atau kecil tersebut dapat mendaftarkan usaha pariwisatanya berdasarkan keinginan sendiri. Ketentuan tersebut dilakukan untuk mempermudah dan mendorong didirikannya usaha bidang pariwisata oleh pengusaha dengan modal kecil ataupun masyarakat lokal sehingga memberikan peluang dalam menciptakan ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata.

b. Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu

Sammeng (2001:205) menjelaskan bahwa penciptaan lapangan kerja sektor pariwisata berupa lapangan kerja langsung dan lapangan kerja tidak langsung. Di Kota Batu, lapangan kerja yang banyak tercipta adalah lapangan kerja langsung, dalam hal ini usaha bidang pariwisata yang banyak berdiri di Kota Batu adalah hotel (56 unit) serta *homestay* (21 unit). Usaha bidang pariwisata tersebut banyak didirikan oleh pelaku usaha bidang pariwisata sebagai dampak beragamnya daya tarik wisata di Kota Batu sehingga dapat mendukung penyelenggaraan kegiatan pariwisata di Kota Batu.

Oleh karena itu masyarakat atau para pelaku usaha pariwisata di Kota Batu mempunyai inisiatif untuk mendirikan usaha bidang pariwisata khususnya pada bidang usaha penyediaan akomodasi (hotel, villa dan *homestay*). Sebagian besar masyarakat yang mendirikan usaha bidang pariwisata merupakan pengusaha perseorangan yang tergolong usaha mikro atau kecil sehingga pengusaha tersebut tidak wajib mendaftarkan usahanya kepada Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu dan dapat mendaftarkan usaha pariwisatanya berdasarkan keinginan sendiri. Hal ini sesuai dengan sosialisasi yang telah dilakukan oleh Agus Priyono, Kasubdit Keterpaduan Antar Wilayah Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata. Tindakan tersebut dilakukan untuk mendorong dan mempermudah masyarakat dalam mendirikan usaha bidang pariwisata, namun pada kenyataannya hal ini juga menyulitkan diperolehnya data yang pasti tentang jumlah usaha pariwisata yang ada di Kota Batu.

Pendirian usaha bidang pariwisata di Kota Batu memberikan peluang kepada masyarakat untuk menjadi pekerja pada usaha bidang pariwisata khususnya pada bidang usaha daya tarik wisata, bidang usaha hiburan dan rekreasi, bidang usaha jasa perjalanan wisata, bidang usaha makanan dan minuman, serta bidang usaha penyediaan akomodasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu adalah berupa peluang untuk mendirikan usaha bidang pariwisata dan peluang menjadi tenaga kerja pada usaha bidang pariwisata yang ada di Kota Batu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kota Batu menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu potensi unggulan daerah. Pemerintah juga membuka kesempatan bagi investor untuk melakukan kegiatan investasi dalam sektor pariwisata dimana penyelenggaraan kegiatan usaha pariwisata telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menjelaskan tentang bidang usaha pariwisata yang dapat dikembangkan melalui kegiatan investasi. Oleh karena itu pemerintah Kota Batu berupaya untuk menarik investor sektor pariwisata dimana kegiatan investasi diharapkan akan berdampak menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata. Upaya tersebut diwujudkan melalui strategi untuk menarik investor pariwisata yang meliputi:

a. Strategi pengembangan sektor pariwisata

- 1) Pelaksanaan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata

Kerjasama dilakukan oleh pemerintah Kota Batu, dalam hal ini Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Batu dengan instansi lain untuk mempermudah pelayanan perizinan usaha bidang pariwisata karena pemerintah Kota Batu menggunakan pelayanan perizinan satu pintu. Selain itu kerjasama antar instansi juga dilakukan untuk menjamin pelaksanaan investasi usaha pariwisata melalui pengawasan dan pengendalian usaha pariwisata.

- 2) Pembangunan sarana prasarana oleh pemerintah sebagai modal pengembangan kegiatan pariwisata

Dalam rangka menarik investor, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan kegiatan pariwisata, pemerintah Kota Batu memberikan modal berupa pembangunan sarana prasarana pariwisata melalui forum Musrenbang dengan prioritas pembangunan sarana prasarana kebutuhan pariwisata.

- 3) Pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal

Peluang investasi yang ditawarkan oleh pemerintah Kota Batu adalah dengan pengembangan desa wisata. Hal ini dikarenakan dalam desa wisata telah tersedia dukungan berupa sumber daya alam serta sumber daya manusia yang mendukung aktivitas kepariwisataan sehingga pariwisata yang ditawarkan sesuai dengan potensi wisata yang dimiliki masing-masing desa.

b. Strategi promosi investasi sektor pariwisata

- 1) Promosi investasi kepada investor tentang potensi pengembangan sektor pariwisata

Memperkenalkan potensi pariwisata yang dapat dikembangkan di Kota Batu melalui tindakan: a) Menyediakan informasi tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP); b) Menyediakan informasi kawasan pariwisata di Kota Batu; c) Mengadakan dan mengikuti *event* pariwisata.

- 2) Pembentukan forum komunikasi antar investor (pelaku usaha bidang pariwisata)

Pada strategi ini pemerintah Kota Batu berupaya untuk menciptakan akses pasar bagi para pelaku usaha bidang pariwisata di Kota Batu, yakni dengan pembentukan *Batu Travel Mart* (BTM) yang mempertemukan antara pelaku usaha bidang pariwisata dengan istilah *seller* dan *buyer*.

Adapun dampak kegiatan investasi sektor pariwisata dalam menciptakan peluang ketersediaan lapangan kerja dektor pariwisata di Kota Batu dapat dilihat dari usaha pariwisata di Kota Batu yang terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata sehingga dapat diketahui peluang ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu yang berasal dari penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan di Kota Batu.

- a. Pendirian Usaha Pariwisata di Kota Batu berdasarkan Tanda Daftar Usaha Pariwisata

Di Kota Batu telah berkembang bidang usaha daya tarik wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, serta jasa perjalanan wisata.

- b. Peluang Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata Di Kota Batu

Pengembangan kegiatan pariwisata di Kota Batu melalui kegiatan investasi sektor pariwisata memberikan dampak berupa peluang untuk masyarakat atau penduduk lokal dalam menjadi tenaga kerja pada usaha bidang pariwisata serta peluang untuk mendirikan usaha bidang pariwisata.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan keiatan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tindakan untuk mempermudah pelayanan dan menjamin kepastian hukum dari usaha bidang pariwisata di Kota Batu, diperlukan strategi agar pelaku usaha bidang pariwisata mempunyai kesadaran untuk mendaftarkan usahanya dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata.
2. Perlu adanya pencatatan yang lebih sistematis tentang jumlah usaha bidang pariwisata di Kota Batu mengingat usaha bidang pariwisata di Kota Batu sebagian besar merupakan usaha perseorangan yang tergolong dalam usaha mikro atau kecil.
3. Strategi promosi investasi yang dilakukan hendaknya tidak hanya mempromosikan potensi investasi sektor pariwisata di Kota Batu tetapi juga disertai dengan tata cara berinvestasi dalam sektor pariwisata, dengan demikian akan mempermudah pemerintah dalam memperoleh data usaha bidang pariwisata di Kota Batu sehingga dapat menjalankan tujuan adanya ketentuan mendaftarkan bidang usaha sektor pariwisata sesuai dengan amanat Undang-Undang.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu mendata usaha bidang pariwisata di Kota Batu sehingga dapat memberikan kontribusi berupa data sekunder tentang jumlah usaha, jenis usaha serta modal usaha sektor pariwisata dan nantinya data tersebut dapat dimanfaatkan oleh pemerintah Kota Batu maupun masyarakat pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Adiwaluyo, Eko. 2013. *Hingga Kuartal II Investasi di Industri Pariwisata Mencapai USD 119,2 Juta*. Diakses melalui www.the-marketeers.com pada tanggal 9 November 2013.
- Agusmidah. 2010. *Dinamika dan Teori Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ahdiyana, Marita. 2010. *Memperkuat Manajemen Strategis melalui Pengukuran Kinerja Organisasi Sektor Publik*. Diakses melalui www.staff.uny.ac.id pada tanggal 12 Februari 2014.
- Amalia, Ria. 2013. *Strategi Pemerintah Kota Batu Dalam Rangka Menarik Investor Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*. Diakses melalui jimfeb.ub.ac.id pada tanggal 13 Desember 2013.
- Anifah, Farida. 2014. *Paparan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)*. Badan Penanaman Modal Kota Batu.
- Anonymous. 2013. *Indikator-Indikator Ketenagakerjaan Kota Batu*. Diakses melalui www.batukota.bps.go.id pada tanggal 24 Januari 2014.
- Anonymous. 2014. *Sejarah Kota Batu*. Diakses melalui www.batukota.go.id pada tanggal 18 Juli 2014.
- Anonymous. 2014. *Siaran Pers Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Masyarakat Ekonomi ASEAN Berpotensi dorong Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Indonesia di Atas 10%..* Diakses melalui www.parekraf.go.id pada tanggal 18 Juli 2014.
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berita Resmi Statistik No. 87/12/Th. XVI, 2 Desember 2013. *Perkembangan Pariwisata Dan Transportasi Nasional Oktober 2013*. Diakses melalui www.bps.go.id pada tanggal 24 Januari 2014.
- Buku Profil Kota Wisata Batu Tahun 2012.

Creswell, John W. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Data rekapitulasi realisasi investasi daerah non PMA tahun 2010-2013 Kota Batu.

David, Fred R. 2008. *Strategic Management: Concepts and Cases, 10th ed.* Diterjemahkan oleh: Ichsan Setiyo Budi. Jakarta: Salemba Empat.

Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ginandjar, Kartasasmita. 2008. *Perkembangan Pemikiran mengenai Administrasi Pembangunan*. Diakses melalui www.ginandjar.com pada tanggal 6 Desember 2013.

Hakim, Luchman. 2004. *Dasar-Dasar Ekowisata*. Malang: Banyumedia Publishing.

Ibrahim, Amin. 2008. *Pokok-Pokok Administrasi Publik dan Implementasinya*. Bandung: PT Refika Aditama.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Javed, Khalid; Sial, Maqbool H; Awan, Rehmat Ullah; Sher, Falak. 2011. *Foreign Direct Investment, Economic Growth And Employment: Evidence From Pakistan*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business* 3.3: 1399-1409.

Keban, Yeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik (Konsep, Teori dan Isu)*. Yogyakarta: Gava Media.

Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013.

Lubis, Tona Aurora. 2009. *Manajemen Investasi (Pendekatan Teoritis dan Empiris)*. Malang: Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya.

Mankiw, N Gregory. 2006. *Makroekonomi*. Diterjemahkan oleh: Fitria Liza dan Imam Nurmawan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Markovic, Ana Tripkovic. 2010. *Tourism Planning: Contribution Of Tourism To Socio-Economic Development Of Montenegro*. Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry: 1289-1304.
- Miles, Matthew B; Huberman, A Michael. 1994. *An Expanded Sourcebook Qualitative Data Analysis*. Ed.2. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ed.20. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Ed.13. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nugroho, Rino A. 2009. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Diakses melalui www.rinoan.staff.uns.ac.id pada tanggal 6 Desember 2013.
- Pasolong, Harbani. 2008. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Batu Tahun 2010-2030.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan.
- Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Priyono, Agus. 2011. *Sosialisasi-Advokasi TDUP*. Badan Penanaman Modal Kota Batu.
- Rekapitulasi jumlah pengunjung rumah makan, hotel, daerah tujuan wisata, dan panti pijat di Kota Batu Tahun 2013.
- Rencana Kerja (Renja) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013.
- Rencana Kerja (Renja) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2014.
- Rencana Strategis (Renstra) Badan Penanaman Modal Kota Batu Tahun 2013-2017.

Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Tahun 2013-2017.

Rokhmatussa'dyah, Ana dan Suratman. 2010. *Hukum Investasi dan Pasar Modal*. Jakarta: Sinar Grafika.

Ronnas, Per; Miranda Kwong; Leyla Shamchiyeva. 2011. *Memahami defisit kesempatan kerja produktif dan menetapkan target: Panduan metodologi Sektor Ketenagakerjaan (ILO Jenewa)*. Diakses melalui www.ilo.org pada tanggal 1 Desember 2013.

Saefullah, Kurniawan dan Ernie Trisnawati Sule. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Sammeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.

Shape, William F; Gordon J. Alexander; Jeffery V. Bailey. 1997. *Investasi*. Diterjemahkan oleh Henry Njooliangtik dan Agustino. Jakarta: PT Prenhalindo.

Siagian, Sondang P. 1979. *Administrasi Pembangunan: konsep, dimensi dan strateginya*. Jakarta: Gunung Agung.

_____. 1986. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: PT Gunung Agung.

Soegiri, Hary. 2012. *Kondisi Ketenagakerjaan di Jatim Kondusif, Dorong Penciptaan Peluang Kerja*. Diakses melalui www.jatimprov.go.id pada tanggal 21 November 2013.

Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Suwena, I. Ketut dan I. Gst Ngr Widyatmaja. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University.

Syamsuri, Hasan. 2014. *Investasi di Kota Batu Capai 9,3 T*. Diakses melalui www.batukota.go.id pada tanggal 22 Februari 2014.

Todaro, Michael P. 2000. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Diterjemahkan oleh: Haris Munandar. Edisi Ketujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Batu.

Untung, Henrik Budi. 2010. *Hukum Investasi*. Jakarta: Sinar Grafika.

Widianto, Eko. 2013. *Ribuan Pemuda di Kota Batu Menganggur*. Diakses melalui www.tempo.co pada tanggal 19 November 2013.

Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.

Yuliana, Indah. 2010. *Investasi Produk Keuangan Syariah*. Malang: UIN Maliki Press.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Usaha Pariwisata

Usaha adalah setiap tindakan atau kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/ atau laba.

Usaha Pariwisata terdiri dari 13 (tiga belas) bidang usaha:

1. Usaha daya tarik wisata adalah usaha pengelolaan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan/atau daya tarik wisata buatan/binaan manusia.
2. Usaha kawasan pariwisata adalah usaha pembangunan dan/atau pengelolaan kawasan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan.
3. Usaha jasa transportasi wisata adalah usaha penyediaan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum.
4. Usaha jasa perjalanan wisata adalah penyelenggaraan biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata.
5. Usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya.
6. Usaha penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.
7. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi adalah usaha penyelenggaraan kegiatan berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata, tetapi tidak termasuk di dalamnya wisata tirta dan spa.
8. Usaha jasa penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran adalah pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, penyelenggaraan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta penyelenggaraan pameran dalam rangka penyebarluasan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.
9. Usaha jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan data, berita, *feature*, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik.
10. Usaha jasa konsultan pariwisata adalah usaha penyediaan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
11. Usaha jasa pramuwisata adalah usaha penyediaan dan/atau pengoordinasian tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan/atau kebutuhan biro perjalanan wisata.

12. Usaha wisata tirta adalah usaha penyelenggaraan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.
13. Usaha spa adalah usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/ minuman sehat, dan olah aktivitas fisik dengan tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga dengan tetap memperhatikan tradisi dan budaya bangsa Indonesia.

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Wawancara pada tanggal 12 Maret 2014 di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

1. Apa saja program kerja yang dimiliki oleh Dispar ?
(minta Renstra dan dokumen pendukung)
2. Apa landasan penyusunan program kerja tersebut?
3. Bagaimana program tersebut dijalankan?
(data program yang telah dilaksanakan)
4. Bagaimana proses serta hasil kegiatan sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh Dispar Kota Batu?
5. Apakah ada pogram kerja ataupun kebijakan lain yang tidak tercantum dalam dokumen?
6. Pariwisata yang saat ini sedang dikembangkan di Kota Batu berupa apa saja?
7. Apa upaya yang dilakukan oleh Dispar untuk memperkenalkan pariwisata dan potensi pariwisata di Kota Batu?
8. Menyangkut pengembangan pariwisata di Kota Batu hanya dijalankan oleh Dispar saja atau ada pihak maupun dinas lain yang mendukung?
9. Bagaimana proses kerjasamanya?
10. Bagaimana peran dari Dispar terkait pengembangan sektor pariwisata?
11. Apakah Dispar juga terlibat dalam kegiatan investasi sektor pariwisata?
12. Apa saja upaya yg dilakukan oleh Dispar untuk menarik minat investor dalam sektor pariwisata?
13. Bagaimana peran Dispar terkait dengan investasi sektor pariwisata?
14. Apakah Dispar memiliki data tentang perkembangan investasi sektor pariwisata?
15. Apakah investor mempunyai peran terkait dengan pengembangan sektor pariwisata di Kota Batu?
16. Apakah jenis pariwisata di Kota Batu yang diminati oleh investor?
17. Apakah ada perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara pemerintah dengan investor terkait dengan manfaat investasi di Kota Batu?
18. Apakah investasi sektor pariwisata di Kota Batu memberikan kontribusi terhadap ketersediaan lapangan kerja?
19. Investasi dalam sektor pariwisata jenis apa yang banyak menyerap tenaga kerja?

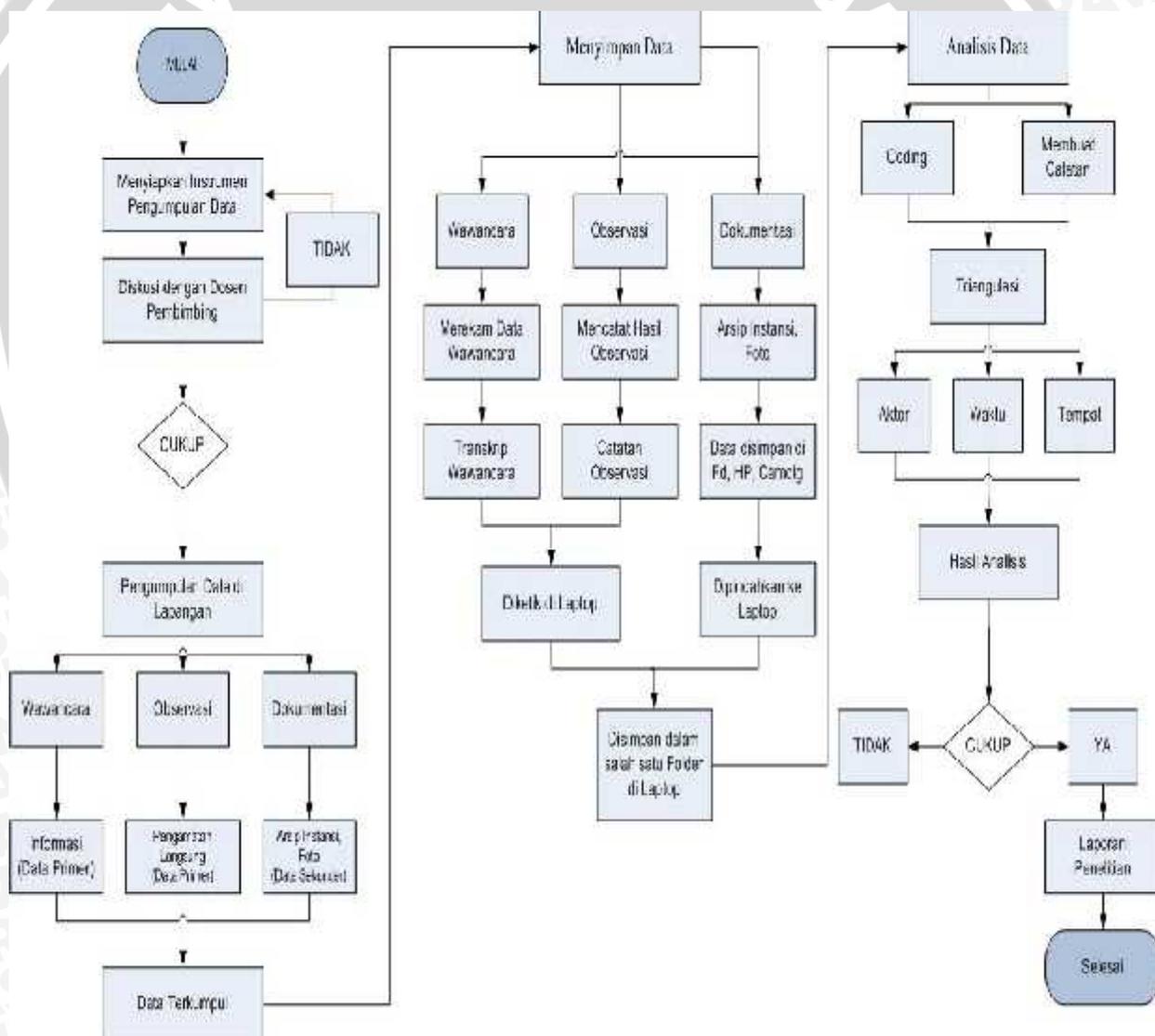
20. Apakah sajakah peluang investasi sektor pariwisata yang ditawarkan kepada investor?
21. Apakah Dispar mempunyai data terkait dengan ketersediaan lapangan kerja sektor pariwisata di Kota Batu?

Wawancara pada tanggal 15 April 2014 dan 16 April di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

1. Apa pemerintah Kota Batu mempunyai rencana induk pengembangan pariwisata?
2. Bagaimana konsep rencana induk tersebut?
3. Apa tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah dengan membuat rencana induk tersebut?
4. Bagaimana pelaksanaan rencana induk yang telah disusun oleh pemerintah terhadap objek wisata yang ingin dikembangkan?
5. Apa pemerintah melakukan kerjasama dengan investor untuk mengembangkan objek pariwisata di Kota Batu?
6. Apa objek wisata yang ditawarkan kepada investor untuk dikembangkan?
7. Bagaimana pemerintah memberikan informasi kepada calon investor tentang peluang investasi sektor pariwisata?
8. Mengapa diperlukan peran serta investor untuk mengembangkan pariwisata di Kota Batu?
9. Apa fasilitas yang ditawarkan oleh pemerintah kepada investor agar tertarik berinvestasi di sektor pariwisata?
10. Bagaimana jika ada investor yang tertarik untuk berinvestasi?
11. Bagaimana pemerintah Kota Batu menjaga kelestarian objek wisata alam?
12. Apa objek wisata alam yang sedang dikembangkan oleh pemerintah Kota Batu?
13. Bagaimana upaya pemerintah untuk mengembangkan objek wisata alam?
14. Apa objek wisata alam di Kota Batu yang dikelola dan dikembangkan oleh investor?
15. Bagaimana upaya pemerintah dan investor untuk tetap menjaga kelestarian alam objek wisata tersebut?
16. Apa yang diinvestasikan oleh investor untuk pengembangan pariwisata di Kota Batu?
17. Bagaimana pemerintah Kota Batu meyakinkan investor untuk berinvestasi tetapi tetap melakukan konservasi alam?
18. Bagaimana upaya pemerintah mempersiapkan sumberdaya lokal untuk mengembangkan desa wisata?
19. Apa pemerintah melakukan kerjasama dengan investor untuk mengembangkan desa wisata?
20. Bagaimana bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah dengan investor?
21. Apa bentuk modal yang diberikan oleh investor untuk mengembangkan desa wisata?

22. Bagaimana investor dapat mengetahui bahwa pemerintah membuka investasi untuk mengembangkan desa wisata?
23. Apa tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah dengan melakukan kerjasama dengan investor?
24. Apa terdapat hubungan kerjasama antara pemerintah dengan investor lokal untuk mengembangkan pariwisata di Kota Batu?
25. Bagaimana hubungan kerjasama antara pemerintah dengan investor lokal?
26. Apa bentuk investasi yang diberikan oleh investor lokal untuk mengembangkan pariwisata di Kota Batu?
27. Bagaimana upaya pemerintah untuk menarik investor lokal agar tertarik untuk melakukan investasi pariwisata?
28. Bagaimana sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja?

Lampiran 3 Protokol Penelitian



Lampiran 4 Curriculum Vitae

Nama : Arum Mawarti
 Nomor Induk Mahasiswa : 105030100111079
 Tempat dan Tanggal Lahir : Kediri, 26 Juli 1992
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat : Dusun Suwaluh Desa Sambirejo RT.03 RW.05
 Kecamatan Pare Kabupaten Kediri
 Telepon/Hp : 085815738707
 Email : arummawarti@gmail.com
 Pendidikan :

1. TK Dharma Wanita Sambirejo Kec. Pare Kab. Kediri (1996-1998)
2. SDN Sambirejo II Kec. Pare Kab. Kediri (1998-2004)
3. SMPN 2 Pare Kab. Kediri (2004-2007)
4. SMAN 2 Pare Kab. Kediri (2007-2010)
5. Universitas Brawijaya Malang (2010-2014)

Pengalaman organisasi :

1. Staf Bidang Eksternal Research Study Club (RSC) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (2011-2012)
2. Kepala Bidang Internal Research Study Club (RSC) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (2012-2013)

Pengalaman magang :

1. Kantor Penanaman Modal (KPM) Kabupaten Malang (Juni-September 2013)

Karya Imiah :

1. *Rest-Mark (Recycle Station Market)* sebagai Upaya Terpadu Mengatasi Masalah Sampah di Perkotaan.
2. Konsep *Tradev-Pro* sebagai Upaya Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Lingkungan Padat Kegiatan Di Wilayah Perkotaan.
3. Kampanye Pariwisata: Eksplorasi Potensi Wisata Taman Nasional Hindu Tengger Di Senduro.
4. *Environment Learning Strategy (ELS)* Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH) Di Sekolah.
5. Gambaran Peran Masyarakat Desa Bejiharjo Terhadap Pengelolaan Lingkungan Air Pada Wisata *Cavetubing* Goa Pindul Untuk Menunjang Wisata Berbasis Lingkungan
6. *Web Integrity System (WIS)* sebagai Upaya Peningkatan Kemampuan Daerah untuk Menyejahterakan Masyarakat berdasarkan Pilar *Sustainable Development* dalam Implementasi Kewenangan Otonomi Daerah.

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA BATU KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Mustari Nomor 6, Telepon/Fax. (0341) 511901

KOTA BATU

Batu, 07 Maret 2014

Nomor : 072/285/422.207/2014
Sifat : Segera
Lampiran : -
Perihal : Ijin Riset

Kepada
Yth. 1. Kepala Badan Penanaman Modal
Kota Batu
2. Kepala Dinas Pariwisata dan
Kebudayaan Kota Batu
3. Kepala Dinas Sosial dan Tenaga
Kerja Kota Batu

di-

BATU

Menunjuk surat pengantar dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal 28 Februari 2014 Nomor : 3168/UN10.3/PG/2014 Perihal Riset bersama ini diberitahukan bahwa :

Nama : ARUM MAWARTI
NIM : 105030100111079
Jurusan : Administrasi Publik
Fakultas/Universitas : Ilmu Administrasi / Universitas Brawijaya Malang
Alamat : Jl. MT. Haryono 153 Malang

Bermaksud mengadakan Ijin Riset pada Instansi yang Saudara pimpin dengan ketentuan sebagai berikut :

Judul : Strategi Peningkatan Investasi Sektor Pariwisata Sebagai Upaya Memperluas Ketersediaan Lapangan Kerja
Data Yang Dicari : 1. Strategi Peningkatan Investasi Sektor Pariwisata Pemkot Batu
2. Perkembangan Nilai Investasi Sektor Pariwisata Kota Batu Tahun 2010-2013
3. Perkembangan Ketersediaan Lapangan Kerja Sektor Pariwisata di Kota Batu Tahun 2010-2013
Lokasi : 1. Badan Penanaman Modal Kota Batu
2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
3. Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kota Batu
Waktu : 07 Maret 2014 s.d 07 April 2014

Selama melakukan kegiatan wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku dan melaporkan secara tertulis hasil kegiatannya kepada instansi setempat.
Demikian untuk menjadikan maklum.

An. WALIKOTA BATU
KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN
POLITIK KOTA BATU

