

**PENGEMBANGAN PARIWISATA DALAM RANGKA
PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA**

(Studi pada Desa Oro – Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu)

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

ALLIN INDRASWARY

NIM. 125030100111088



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK

MALANG

2016

وَالصَّبْرُ ۝ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنُفٍ ۝ وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ
وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ

“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.”

(Q.S Al Ashr 103:2)

Just as machines needs instructions manuals
for smooth operation,
mankind the most complicated machine of all
needs the glorious AL-QUR'AN
-Dr. Zakir Naik-

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi
Masyarakat Desa (Studi pada Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan
Batu Kota Batu)

Disusun oleh : Allin Indraswary

NIM : 125030100111088

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Publik

Konsentrasi : -

Malang, 17 Mei 2016

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Dr. Survadi, MS
NIP.19601103 198703 1 003



Niken Lastiti V.A. SAP. M.AP
NIP.19810210 200501 2 002



TANDA PENGESAHAN

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

Hari : Kamis

Tanggal : 2 Juni 2016

Jam : 09.00 WIB

Skripsi atas nama : Allin Indraswary

Judul : Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan
Ekonomi Masyarakat Desa (Studi pada Desa Oro - Oro
Ombo Kecamatan Batu Kota Batu)

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Dr. Suryadi, MS

NIP.19601103 198703 1 003

Anggota



Niken Lastiti V.A., SAP, M.AP

NIP.19810210 200501 2 002

Ketua



Ainul Hayat, S.Pd, M.Si

NIP. 19730713 200604 1 001

Anggota



Wike, S.Sos, M.Si, DPA

NIP. 19701126 200212 2 005



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, 17 Mei 2016

Mahasiswa



Nama: Allin Indraswary

NIM: 125030100111088

RINGKASAN

Allin Indraswary, 2016, **Pengembangan Pariwisata dalam rangka Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa (Studi pada Desa Oro-Oro Ombo Kota batu)**, Dr Suryadi, MS sebagai Dosen Pembimbing I dan Niken Lastiti VA S.AP, MAP sebagai Dosen Pembimbing II. 248+xiii hal.

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu pembangunan yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan peningkatan ekonomi masyarakat. Pelaksanaan pembangunan ekonomi diharuskan memperhatikan potensi daerah masing-masing agar dapat dilaksanakan dengan lebih efektif. Salah satu potensi yang memiliki manfaat ekonomi yang besar adalah potensi dalam bidang pariwisata. Kota Batu adalah salah satu Kota yang memiliki potensi dalam bidang pariwisata, hal tersebut didukung dengan banyaknya tempat pariwisata baik wisata alami maupun buatan. Pada perkembangan pariwisatanya, Kota Batu membentuk beberapa Desa Wisata, yakni Desa yang memiliki potensi unik dan khas. Salah satu Desa yang menjadi unggulan pariwisata adalah Desa Oro-Oro Ombo, hal tersebut terkait dengan penyediaan fasilitas bagi wisatawan yang sangat lengkap, mulai dari tempat wisata, tempat makan, hingga akomodasi wisatawan seperti hotel dan *homestay*.

Metode penelitian yang dipakai adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan pengembangan pariwisata dalam rangka pembangunan ekonomi masyarakat desa yang dilihat dari pelaksanaan promosi, peningkatan aksesibilitas, pengembangan kawasan wisata, pengembangan produk wisata, pengembangan SDM, serta pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu terhadap Desa Oro-Oro Ombo sudah efektif untuk meningkatkan jumlah wisatawan, yang dinilai dari promosi, aksesibilitas, pengembangan DTW, pengembangan SDM, serta pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata. Namun masih sering ditemui beberapa kekurangan pada usaha pengembangan tersebut, sebagai contoh adalah masih sulitnya aksesibilitas bagi wisatawan yang akan berkunjung ke tempat wisata yang menjadi faktor penting kedatangan wisatawan. Beberapa kekurangan yang ada harus mendapatkan perhatian dari pemerintah agar meningkatkan kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

Pengembangan pariwisata tersebut membawa dampak bagi perekonomian masyarakat desa Oro-Oro Ombo, baik dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang dirasakan yakni peningkatan pendapatan masyarakat; ketersediaan lapangan pekerjaan; pengembangan lokasi atau lahan kurang produktif; dan penyebaran infrastruktur. Sedangkan dampak negatifnya adalah ketergantungan terlalu besar pada pariwisata dan peningkatan harga barang dan tanah. Dampak negatif yang muncul tersebut harus diberikan solusi yang tepat agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Oro-Oro Ombo.

Kata Kunci: Pembangunan Ekonomi, Pengembangan Pariwisata, Peningkatan Ekonomi.

SUMMARY

Allin Indraswary, 2016, **The Tourism Development for Village Community Economic Increasing (a Study at Oro-Oro Ombo Village, Batu City)**, Supervisor: Dr Suryadi, MS and Co-Supervisor: Niken Lastiti VA S.AP, MAP 243+xiv page.

Economic building is the one of important development that directly influences to public economic increasing. Implementation of economic building has to give attention to each region potential in order to do more effectively. A potential that have a big economical benefits is tourism potential. Batu City is the city which have many potential in tourism sector, that thing was supported by a lot of tourism spots which nature or artificial tourism spots. In the direction of tourism development, Batu City Government forms Tourism Village, that is Village which have unique and authentic potential. One of those village which became excellent is Oro-Oro Ombo Village, that thing is related by the comprehensive supports of facilities for tourist, like tourism spot, food court, and tourism accommodation such as hotel and home stay.

The research method is descriptive research with qualitative approaches. This research intend to find, describe and analyze implementation of tourism development in the event of development society economy which referred by promotion activity, accessibility upgrading, Tourism Spot development, tourism product development, Human Resource development, and Tourism Aware National Campaign. Then, the effect of those development was gained for Oro-Oro Ombo Village society economy.

The result of research indicate that tourism development implementation which charge by Departement of Tourism and Culture Batu City about Oro-Oro Ombo Village is effective for increasing tourism number, which calculate by promotion, accessibility, Tourism Spot development, tourism product development, Human Resource development, and Tourism Aware National Campaign. However, some lack still appear in the effort of the development, for example the difficulty of accessibility for tourist who want to visiting tourism spot which be the important factor of tourist encounter. Some lack that must be giving interest from the government to upgrading comfortable of tourist.

Those tourism development give impact to Oro-Oro Ombo Village society economical, which positive and negative impact. The positive impact is the increase society revenue; availability of employment; development of location or that lack of productivity; and infrastructure spread. And the negative impact is too much depends of tourism dan the inflation of goods and land price. That negative impact must have overcome by giving precise solution to increasing Oro-Oro Ombo Village society welfare.

Keywords: Economic Building, Tourism Development, Economic Increasing

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengembangan Pariwisata dalam rangka Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa (Studi pada Desa Oro-Oro Ombo 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.

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

1. Orang Tua saya, Bapak Fauzan dan Ibu Nunik Listyowati yang telah mendidik, mencurahkan segenap kasih sayang dan kesabaran, menyisipkan nama saya dalam doanya, serta memberikan dukungan moril dan materiil demi memperlancar proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik.
4. Ibu Dra. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Publik.
5. Bapak Suryadi, MS selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dengan penuh kesabaran serta selalu memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna.
6. Ibu Niken Lastiti Veri Anggraeni, SAP, M.AP selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dengan penuh kesabaran serta selalu memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis menempuh masa studi.
8. Seluruh jajaran pegawai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
9. Seluruh Narasumber yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Adikku, Tiara Fany Permatasari (Cing) yang telah menghibur dan menemani dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Segenap keluarga besar yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Edo Yon Perkasa, yang selalu membantu dan meluangkan waktu dalam penulisan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabatku Dian Putri Amalia, Kurnia Asri Prasetyorini, Kurnia Dwi Anggraeni, Sigit Wicaksono, Sherly Marshella Suhendra, Awe, Ayuk, Otun, Citra, dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sekali untuk bantuan dan dukungannya selama ini.
14. Sahabat-sahabatku Jurusan Administrasi Publik angkatan Tahun 2012 yang selalu setia memberikan dukungan dan semangat satu sama lain.
15. BKD's Barbies yang telah memberikan dukungan dan semangat.
16. Semua pihak yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmu yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, Juni 2016

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Administrasi Publik	17
B. Administrasi Pembangunan	19
C. Pembangunan Ekonomi	20
1. Pengertian Pembangunan Ekonomi	20
2. Paradigma Pembangunan	23
3. Cara Mengukur Pembangunan	26
4. Pembangunan Ekonomi	28
a. Pengertian Pembangunan Ekonomi	28
b. Strategi Pembangunan Ekonomi	29
c. Pembangunan Ekonomi Daerah	32
d. Pembangunan Ekonomi Desa	33
D. Pariwisata	34
1. Pengertian Pariwisata	34
2. Wisatawan	38
3. Bentuk-Bentuk Pariwisata	41
4. Jenis-Jenis Pariwisata	44
5. Peranan Pariwisata dalam Pembangunan	47
E. Pengembangan Pariwisata	49
1. Kebijakan Pengembangan Pariwisata	49



2. Strategi Pengembangan Pariwisata	51
3. Faktor-Faktor Pendorong Pertumbuhan Pariwisata	61
4. Dampak Pengembangan Pariwisata	63

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	75
B. Fokus Penelitian	76
C. Lokasi dan Situs Penelitian	78
D. Sumber dan Jenis Data Penelitian	79
E. Teknik Pengumpulan Data	81
F. Instrumen Penelitian	84
G. Analisis Data	86

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	89
1. Gambaran Umum Kota Batu	89
a. Sejarah Kota Batu	89
b. Visi Misi Kota Batu	90
c. Keadaan Geografis Kota Batu	91
d. Klimatologis di Kota Batu	93
e. Keadaan Geologis di Kota Batu	93
f. Topografis di Kota Batu	93
g. Keadaan Demografis Kota Batu	94
h. Potensi Kota Batu dalam Bidang Pariwisata	95
2. Gambaran Umum Desa Oro-Oro Ombo	104
a. Karakteristik Umum Desa Oro-Oro Ombo	105
b. Gambaran Perekonomian Desa Oro-Oro Ombo	107
c. Gambaran Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo	110
3. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu	120
a. Visi Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu	121
b. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Disparbud	121
c. Tugas Pokok dan Fungsi Disparbud	123
B. Penyajian Data Fokus Penelitian	126
1. Pengembangan Pariwisata dalam rangka Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo	125
a. Promosi yang dilakukan untuk melaksanakan pengembangan Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo	127
b. Peningkatan Kualitas Aksebilitas	137
c. Pengembangan Kawasan Wisata	147
d. Pengembangan Produk Wisata	150
e. Pengembangan Sumber Daya Manusia	166
f. Pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata	171
2. Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo	173
a. Dampak Positif	173
1) Peningkatan Pendapatan Masyarakat dari Usaha atau Bisnis Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo	173

2) Ketersediaan Lapangan Pekerjaan bagi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo	176
3) Memacu Pengembangan Lokasi atau Lahan yang Kurang Produktif	179
4) Penyebaran Infrastruktur ke Pelosok Wilayah	181
b. Dampak Negatif.....	183
1) Ketergantungan Terlalu Besar pada Pariwisata	183
2) Peningkatan Harga Barang dan Tanah	185
C. Analisis Data	188
1. Pengembangan Pariwisata dalam rangka Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo	188
a. Promosi yang dilakukan untuk melaksanakan pengembangan Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo	188
b. Peningkatan Kualitas Aksesibilitas	198
c. Pengembangan Kawasan Wisata	205
d. Pengembangan Produk Wisata	212
e. Pengembangan Sumber Daya Manusia	213
f. Pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata	217
2. Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo	218
a. Dampak Positif	218
1) Peningkatan Pendapatan Masyarakat dari Usaha atau Bisnis Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo	218
2) Ketersediaan Lapangan Pekerjaan bagi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo	222
3) Memacu Pengembangan Lokasi atau Lahan yang Kurang Produktif	224
4) Penyebaran Infrastruktur ke Pelosok Wilayah	225
b. Dampak Negatif.....	226
1) Ketergantungan Terlalu Besar pada Pariwisata	226
2) Peningkatan Harga Barang dan Tanah	228
BAB V PENUTUP	230
A. Kesimpulan	230
B. Saran	233
DAFTAR PUSTAKA	236
LAMPIRAN	238

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Daftar Desa Wisata di Kota Batu	10
2.	Perkembangan Paradigma dan Strategi Pembangunan	26
3.	Strategi Pengembangan Pariwisata	60
4.	Penciptaan Lapangan Kerja Pariwisata	65
5.	Pasangan Metode dengan Instrumen Penelitian Data	85
6.	Luas Wilayah Kota Batu menurut Kecamatan	92
7.	Penduduk Kota Batu berdasarkan hasil Susenas	94
8.	Daftar Desa Wisata di Kota Batu	101
9.	Pembagian Wilayah Desa Oro-Oro Ombo	107
10.	Pembagian Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi	108
11.	Kunjungan Wisatawan di DTW Desa Oro-Oro Ombo	111
12.	Daftar Hotel dan <i>Homestay</i> di Desa Oro-Oro Ombo	155

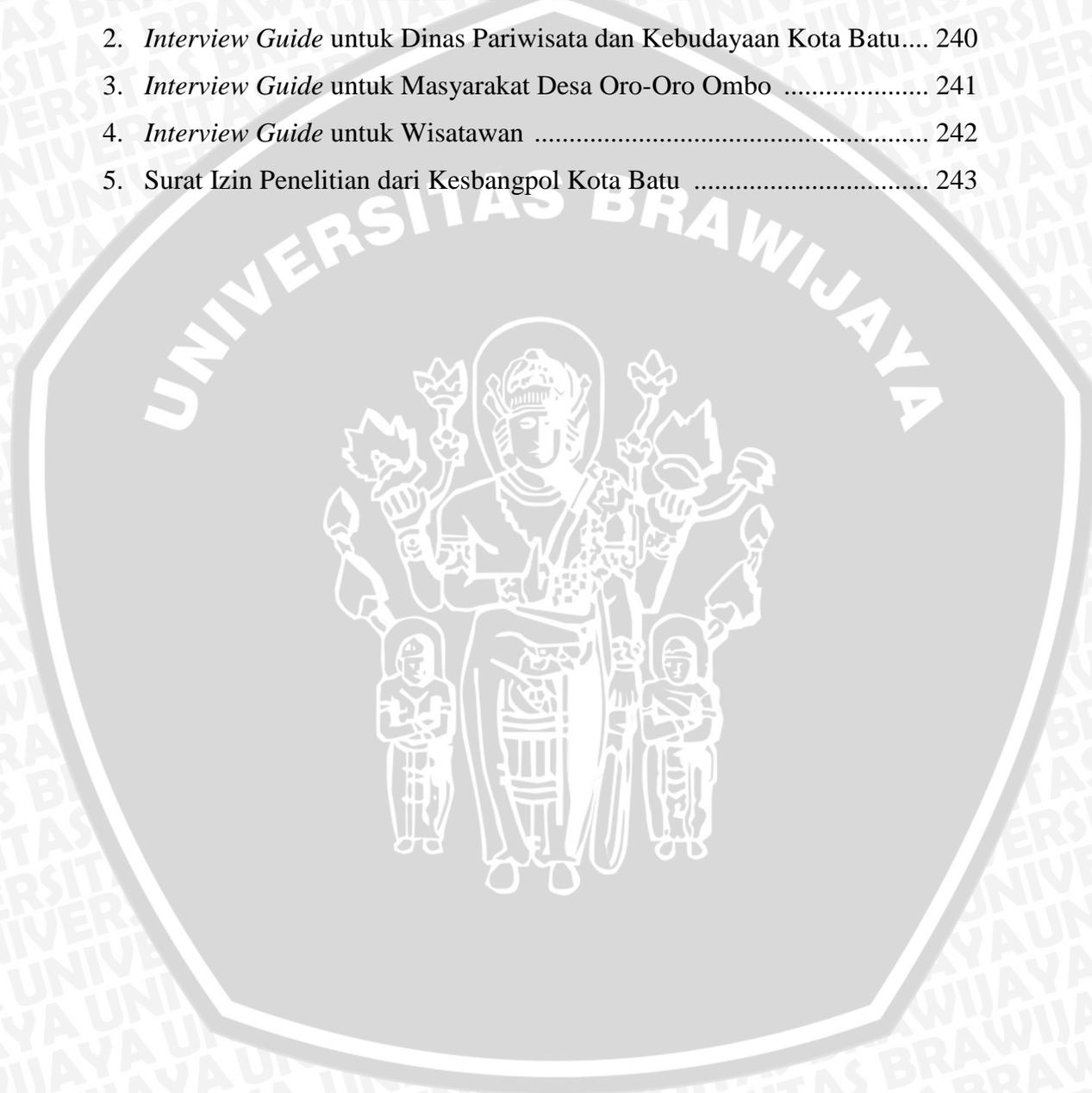


DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Tipologi <i>Travellers</i>	39
2.	Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	88
3.	Peta Kota Batu	102
4.	Struktur Organisasi Desa Oro-Oro Ombo	105
5.	Peta Desa Oro-Oro Ombo	110
6.	Gapura Kota Wisata Batu	119
7.	Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu .	133
8.	Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu .	134
9.	Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu .	135
10.	Batu <i>Flower Festival</i> (BFF)	136
11.	Baliho Kota Wisata Batu	137
12.	Kondisi Jalan dan Jembatan di Jalibar	141
13.	Contoh Jalan yang Rusak di Desa Oro-Oro Ombo	145
14.	Contoh Tambalan Jalan yang Rusak di Sekitar BNS	146
15.	Contoh Jalan yang Rusak di Desa Oro-Oro Ombo	147
16.	Salah Satu Rumah Makan di Depan BNS	160
17.	Salah Satu Rumah Makan di Depan Jawa Timur Park 2	161
18.	Hotel Surya di Desa Oro-Oro Ombo	162
19.	Informasi <i>Homestay</i>	163
20.	Pasar Pariwisata/ <i>Market Fair</i> Oro-Oro Ombo	164
21.	Transit Pariwisata Desa Oro-Oro Ombo	165
22.	Masjid di Depan Tempat Wisata BNS	166

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. <i>Interview Guide</i> untuk Kantor Desa Oro-Oro Ombo	239
2. <i>Interview Guide</i> untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu....	240
3. <i>Interview Guide</i> untuk Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo	241
4. <i>Interview Guide</i> untuk Wisatawan	242
5. Surat Izin Penelitian dari Kesbangpol Kota Batu	243



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap negara di dunia membutuhkan pembangunan dalam menyelenggarakan negaranya, baik negara maju, negara yang sedang berkembang, maupun negara yang terbelakang. Tidak terkecuali dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang saat ini sedang melaksanakan pembangunan skala Nasional, pembangunan skala Nasional yakni pembangunan menyeluruh hingga tingkat yang paling bawah. Sebagai kebijakan publik, pembangunan memiliki karakteristik yang berbeda antara pembangunan yang dilakukan sekarang dan yang akan dilakukan dimasa mendatang. Menurut Siagian yang dikutip oleh Suryono (2004:21) pembangunan adalah sebagai berikut:

Pembangunan merupakan usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh satu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa. Dari penjelasan diatas ide pokok dalam pembangunan dapat dijelaskan sebagai berikut: pembangunan merupakan suatu proses, pembangunan merupakan suatu usaha yang secara sadar dilaksanakan, pembangunan dilakukan secara berencana dan perancangannya berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan, pembangunan mengarah pada modernitas serta modernitas yang dicapai melalui pembangunan bersifat multi dimensional.

Merujuk pada pengertian di atas, dapat diketahui bahwa pembangunan harus dilaksanakan secara sadar dan terencana agar berhasil. Pembangunan berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan ke arah yang lebih baik, sehingga akan memunculkan modernitas.

Pembangunan dapat dikatakan multidimensi karena mencakup dimensi ekonomi dan non-ekonomi. Pembangunan yang menjadi perhatian paling utama bagi masyarakat Indonesia adalah pembangunan di bidang ekonomi, hal tersebut dikarenakan kondisi perekonomian di Indonesia saat ini masih terbilang belum berkembang, sehingga pemerintah mengatasinya dengan cara melaksanakan pembangunan skala Nasional. Pembangunan Nasional yang berkesinambungan diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan bangsa, sehingga akan mewujudkan ketentraman dan kemakmuran bagi masyarakat. Suatu pembangunan ekonomi akan menghasilkan manfaat terhadap peningkatan ekonomi yang lebih besar apabila dilakukan dengan melihat potensi daerahnya, sehingga sumberdaya yang ada pada masing – masing daerah dapat dimanfaatkan dengan lebih baik namun dengan tetap menjaga kelestarian dan keberlanjutannya.

Pada upaya pencapaian tujuan pembangunan guna meningkatkan ekonomi, pemerintah Indonesia telah menyusun berbagai kebijakan publik untuk mengembangkan struktur perekonomian dan memperbaiki sistem kelembagaan baik dari aspek organisasi maupun regulasi. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan beberapa regulasi terkait pembangunan salah satunya adalah Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional yang menyatakan bahwa:

Pembangunan Nasional adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua, komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara. Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional adalah satu kesatuan tata cara perencanaan pembangunan untuk menghasilkan rencana – rencana pembangunan dalam jangka panjang, jangka menengah, dan tahunan

yang dilaksanakan oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat di tingkat pusat dan daerah.

Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa pembangunan Nasional merupakan salah satu tujuan bernegara dengan menggerakkan semua komponen bangsa. Itu artinya, pemerintah menginginkan semua komponen bangsa untuk turut serta dalam proses pembangunan.

Pembangunan yang paling memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat adalah pembangunan ekonomi. Arsyad (2004:11) mendefinisikan pembangunan ekonomi sebagai berikut:

Pembangunan ekonomi adalah kegiatan – kegiatan yang dilakukan suatu negara untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dan taraf hidup masyarakatnya. Dengan adanya batasan di atas maka pembangunan ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil perkapita penduduk suatu negara dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembagaan.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat diketahui bahwa pembangunan ekonomi merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk menaikkan ekonomi dalam jangka panjang. Hal tersebut berarti semua pihak diharapkan dapat bekerjasama untuk mencapai kenaikan pendapatan. Kerjasama tersebut harus dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, serta pihak swasta.

Pada upaya mempercepat pembangunan ekonomi untuk meningkatkan pendapatan, pemerintah Indonesia harus menyadari bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar pada sektor pariwisata, untuk itu Indonesia dapat memanfaatkan sektor pariwisata sebagai “alat” dalam melaksanakan kegiatan pembangunan ekonomi yang menaikkan pendapatan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Pariwisata sendiri menurut

Wahab (2003:5) adalah “Salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta mengaktifkan sektor-sektor produktif lainnya serta merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, dan transportasi”, sedangkan menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, serta pemerintah daerah.” Berdasarkan kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata memiliki potensi yang sangat tinggi dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi masyarakat. Masyarakat dapat meningkatkan ekonominya dengan mengambil manfaat dari pariwisata.

Potensi pariwisata yang besar di Indonesia ditunjang dengan keanakeragaman dan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia. Terletak di wilayah tropis, Indonesia dianugerahi kekayaan alam yang amat indah dan melimpah dengan hutan tropis, pantai – pantai eksotis, serta latar belakang kebudayaan Indonesia yang kental dengan sejarah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata merupakan potensi utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam pembangunan ekonomi diharapkan memberikan kontribusi yang positif bagi upaya pengentasan kemiskinan pada masyarakat yang berada di sekitar lokasi wisata, dengan memberikan peluang lapangan

pekerjaan, peluang usaha, serta menarik pihak swasta untuk menginvestasikan dana bagi pengembangan sektor pariwisata.

Menurut Marhaeni (2013:4) “Industri pariwisata memiliki peranan penting dalam upaya pembangunan dan pengembangan suatu daerah. Bahkan pada beberapa daerah menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama”.Potensi pariwisata diharapkan memberikan peluang dan akses bagi masyarakat lokal untuk mengembangkan usaha pendukung pariwisata seperti: toko kerajinan, toko *souvenir*, toko oleh – oleh, warung makan, *rest area*, *home stay*, dan lain sebagainya. Apabila potensi pariwisata tersebut digali dengan baik, maka masyarakat dapat memperoleh manfaat secara ekonomi yang lebih banyak dan didapatkan secara langsung dari wisatawan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup.

Tingkat keterlibatan masyarakat dalam pariwisata dapat dikatakan berbeda, tergantung dari jenis potensi, pengalaman, pengetahuan, serta keahlian yang dimiliki oleh individu tersebut. Pemerintah diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan. Pemerintah dapat memberikan dukungan – dukungan berupa dukungan materiil maupun pengetahuan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberi dana bantuan, memberi pelatihan mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta memberi penyuluhan yang berhubungan dengan pariwisata sehingga akan mendorong

kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan potensi pariwisata yang dimiliki daerahnya. Selain masyarakat, industri pariwisata sendiri harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya akan memberikan manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal.

Kegiatan pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari peran serta pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dalam Inpres No. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata, Presiden menginstruksikan kepada Pemerintah Daerah untuk melakukan beberapa hal mendasar yang bisa dijadikan acuan dasar untuk melakukan pembangunan kebudayaan dan pariwisata. Secara khusus Inpres tersebut memberikan arahan kepada peran Gubernur, Bupati, dan Walikota sebagai berikut:

- a. Meningkatkan sistem informasi dan promosi kepariwisataan daerah.
- b. Menyusun Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (pengembangan produk, pemasaran, serta sarana dan layanan atau sumber daya manusia).
- c. Mengadakan pengawasan dan pengendalian kerusakan lingkungan.
- d. Mengembangkan informasi peluang investasi di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- e. Meningkatkan dan memberikan kemudahan perizinan industri serta kebudayaan dan pariwisata serta kemudahan perizinan pemanfaatan lokal untuk syuting film.
- f. Melakukan penataan objek wisata dan penyiapan infrastruktur dasar.
- g. Meningkatkan pelaksanaan sadar wisata melalui program Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan).
- h. Mengembangkan daya tarik wisata di jalur pergerakan wisatawan nusantara dan di sekitar perkotaan.

- i. Melestarikan tradisi, nilai, dan adat istiadat melalui penyelenggaraan *event* daerah.

Inpres tersebut memberikan arahan – arahan bagi pemerintah daerah untuk semakin mengembangkan pariwisatanya dengan melakukan promosi, mengembangkan produk, serta sarana dan prasarana. Selain itu, dalam melaksanakan pengembangan pariwisata daerahnya, pemerintah daerah tetap harus memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan.

Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi yang berbeda dalam pariwisata. Perbedaan potensi pariwisata di tiap daerah di Indonesia membuat pemerintah pusat memberikan kewenangan terhadap pemerintah daerah masing-masing untuk mengembangkan potensi pariwisatanya. Di era otonomi daerah seperti saat ini, pemerintah pusat memberikan wewenang seluas-luasnya terhadap pemerintah daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri serta melaksanakan pembangunan daerahnya masing-masing. Dengan demikian, pemerintah daerah memiliki keleluasaan untuk mengembangkan potensi pariwisata daerah dan mengelola sumber kekayaan alamnya, serta menentukan prioritas dan arah program pembangunan ekonomi di daerahnya.

Pemerintah daerah diharuskan memiliki strategi dalam bentuk kebijakan untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Menurut Suwanto (2004:57-58) Pola kebijakan pengembangan pariwisata terdiri dari beberapa aspek, diantaranya yakni: kebijakan umum yang terdiri dari beberapa kebijakan mengenai keseimbangan peran pemerintah, swasta, dan masyarakat; kebijakan pengembangan industri dan objek wisata itu sendiri;

jalur wisatawan; pengembangan sarana dan prasarana; pemasaran; kelembagaan; serta pengembangan industri penanaman modal. Dengan melaksanakan pola kebijakan yang baik, maka pariwisata di daerah tersebut akan semakin dikenal dan semakin menarik untuk dikunjungi wisatawan.

Pengembangan potensi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah akan memberikan berbagai dampak bagi masyarakat. Dampak pembangunan pariwisata dapat berupa dampak negatif maupun positif. Menurut Pitana dan Diarta (2009:183) kegiatan pariwisata memiliki dampak pada sektor ekonomi, agama dan budaya, serta lingkungan. Pengelolaan pariwisata yang baik dengan kebijakan yang baik pula akan memberikan dampak positif yang sangat besar bagi pembangunan ekonomi.

Provinsi Bali dan Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y) merupakan dua contoh daerah yang berhasil mengembangkan pariwisatanya sehingga menjadi sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi (Pitana dan Gayatri, 2005:111). Pengembangan pariwisata yang dilakukan Bali dan Yogyakarta merupakan usaha dari pemerintah, masyarakat serta swasta. Belajar dari pengalaman pulau Bali dan Yogyakarta dalam membangun dan mengembangkan sektor pariwisata tersebut, maka Kota Batu juga telah berupaya membangun potensi sektor pariwisatanya guna meningkatkan ekonomi masyarakat.

Kota Batu yang baru berumur 14 tahun merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang terkenal dengan hawa nya yang sejuk, bahkan banyak

kalangan yang menyebutkan bahwa Kota Batu adalah “*De Klein Switzerland*” (Swiss Kecil di Pulau Jawa) karena dinginnya suhu di Kota Batu. Selain itu, Batu juga dikenal dengan ikon apelnya, karena lokasinya yang berada di dataran tinggi, Kota Batu mampu menghasilkan apel kualitas tinggi. Selain apel, berbagai sayuran, bunga, serta buah-buahan lain juga tumbuh dengan baik di Kota Batu. Kini Kota Batu sedang mengalami pertumbuhan yang pesat pada pembangunan pariwisatanya. Di Kota Batu terdapat berbagai obyek wisata baik wisata alam maupun wisata buatan.

Adapun potensi wisata alam yang terdapat di Kota Batu adalah: Coban Talun, Coban Rais, Gunung Banyak, Hutan Wisata Arboretum, Pemandian Air Panas Cangar, *Rafting* Kaliwatu, dan lain-lain. Sedangkan potensi wisata buatanya adalah: Taman Rekreasi Selecta, Songgoriti, *Jatim Park 1*, *Jatim Park 2*: Museum Satwa dan *Secret Zoo*, *Eco Green Park*, *Batu Night Spectacular*(BNS), Museum Angkut⁺, Museum Tubuh, Pasar Parkiran, *Predator Fun Park*, Kusuma Agrowisata dan lain sebagainya. Mengingat obyek wisata yang ada serta potensinya yang cukup pesat di masa yang akan datang, maka Kota Batu terus berupaya mengembangkan industri pariwisatanya.

Perkembangan pariwisata yang pesat mendorong pemerintah untuk semakin mengembangkan potensi wisatanya, pemerintah Kota Batu menetapkan 10 desa sebagai desa wisata, diantaranya adalah:

Tabel 1
Daftar Desa Wisata di Kota Batu

No	Desa Wisata	Potensi Wisata
1	Desa Tulungrejo	Desa Wisata petik apel sekaligus wisata pengelolaan apel, yakni jenang apel, kripik apel, sirup apel, dll. Disamping itu, Desa tersebut juga memiliki wisata alami, yakni Coban Talun.
2	Desa Punten	Desa Wisata petik jeruk keprok, tunggang kuda, susu sapi perah, dan budidaya jamur.
3	Desa Gunungsari	Desa Wisata petik bunga mawar, wisatawan dapat memetik dan merangkai bunga mawar secara langsung.
4	Desa Wisata Sumberejo	Desa Wisata petik sayur.
5	Desa Wisata Sidomulyo	Desa Wisata bunga, disamping itu ada pula wisata air yakni <i>rafting</i> yang dikelola pemuda desa.
6	Desa Wisata Bumiaji	Desa Wisata petik apel, <i>homestay</i> , <i>outbound</i> , dan <i>rafting</i>
7	Desa Wisata Bulukerto	Desa Wisata budidaya kelinci, dimana kelinci tersebut diolah menjadi berbagai macam produk, diantaranya adalah abon kelinci, rica-rica kelinci, dsb.
8	Desa Wisata Oro-Oro Ombo	Desa Wisata pusat DTW dan <i>homestay</i> , selain itu Desa tersebut juga menyediakan rumah makan bagi wisatawan.
9	Desa Wisata Temas	Desa Wisata petik sayur, gazebo, dan lain sebagainya
10	Desa Wisata Torongrejo	Desa Wisata pertanian dan <i>rafting</i>

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Desa Oro – Oro Ombo merupakan salah satu desa yang paling terkenal dan perkembangannya semakin baik, hal tersebut dikarenakan selain Desa Oro – Oro Ombo yang terletak dekat dengan pusat kota, juga karena banyaknya pembangunan tempat wisata yang berlokasi di Desa Oro – Oro Ombo, yakni *Batu Night Spectacular (BNS)*, *Jawa Timur Park 2*: Museum Satwa dan *Secret Zoo*, *Eco Green Park*, dan lain sebagainya. Memanfaatkan hal tersebut, masyarakat desa Oro – Oro Ombo

melakukan berbagai inovasi untuk meningkatkan pendapatan, yakni dengan membuka banyak *Home Stay* di sekitar tempat pariwisata, menyediakan transportasi (penyewaan mobil dan sepeda motor) bagi wisatawan, menyediakan pusat oleh – oleh, membuka warung makan atau restoran, serta berbagai usaha – usaha lain yang diperuntukkan bagi wisatawan.

Kawasan Desa Oro – Oro Ombo memiliki potensi untuk dikembangkan, karena pariwisata di desa ini dapat menjadi *leading sector* yang dapat memacu pertumbuhan sektor – sektor lain seperti sektor Hotel dan Restoran, transportasi, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan penuh dari pemerintah dan pihak lain sebagai *stakeholders* dalam membangun ekonomi masyarakat melalui sektor pariwisata. Selain itu, pemerintah juga dapat terus mendukung pariwisata serta pemberdayaan masyarakat melalui berbagai kebijakan pemberian dana bantuan sebagai pendorong agar masyarakat desa Oro – Oro Ombo dapat semakin inovatif dan kreatif dalam mengembangkan perekonomiannya sehingga hal tersebut juga dapat menunjang keberhasilan program pemerintah untuk menjadikan Kota Batu sebagai “sentra wisata” baik di Jawa Timur, Nasional, hingga Internasional.

Pengembangan pariwisata dimaksudkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, pengembangan pariwisata tersebut tidak selalu membawa dampak positif bagi ekonomi masyarakatnya. Di Desa Oro-Oro Ombo, timbul beberapa dampak negatif dari pariwisata yakni adanya ketergantungan terlalu besar pada pariwisata dan kenaikan harga

tanah dan barang-barang (terutama kebutuhan pariwisata). Apabila tidak ada solusi yang tepat bagi pengurangan dampak negatif tersebut, maka akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Selain itu juga belum ada solusi dari pemerintah atas timbulnya beberapa dampak negatif pariwisata itu sendiri terhadap masyarakat. Faktor – faktor tersebut apabila tidak dibenahi maka akan menjadi faktor penghambat pembangunan ekonomi masyarakat Desa Oro – Oro Ombo. Untuk itu, diharapkan pemerintah dapat menciptakan kebijakan yang “pro” terhadap masyarakat, sehingga seluruh *stakeholders* dapat bersama – sama meningkatkan perekonomian masyarakat dengan melakukan pengembangan pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh pengembangan wisata tersebut terhadap peningkatan perekonomian masyarakat dan menjabarkannya dalam suatu laporan penelitian dengan judul **“Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa” (Studi pada Desa Oro – Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu)**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu bentuk penjabaran terhadap masalah yang telah diungkapkan secara kongkret. Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pelaksanaan pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo?

2. Bagaimanakah dampak pengembangan pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di desa Oro – Oro Ombo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo.
2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis dampak pengembangan pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di desa Oro – Oro Ombo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Praktis

1) Bagi Pemerintah

Memberikan informasi yang bermanfaat, yang dapat dijadikan acuan bagi pengambil keputusan serta pemecahan masalah, terutama dalam pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat bagi seluruh daerah tujuan wisata di Indonesia, selain itu penelitian ini juga akan memberikan gambaran mengenai dampak negatif pengembangan pariwisata tersebut yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pengambilan keputusan serta pembuatan solusi.

2) Bagi Mahasiswa

Dapat menambah literatur, wawasan dan pengetahuan serta kemampuan menganalisis terhadap kenyataan yang ada mengenai pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat.

3) Bagi Masyarakat

Dapat menginformasikan hasil-hasil penelitian ini kepada masyarakat luas sehingga dapat memberikan gambaran serta menimbulkan inovasi baru bagi masyarakat luas mengenai pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat.

b. Manfaat Teoritis

1. Menambah kepustakaan dan dapat juga digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.
2. Sebagai bahan acuan untuk mengkaji dan menganalisis tentang pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi bagi desa Oro – Oro Ombo.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami tulisan ini, maka penulis memberikan gambaran secara umum tentang skripsi ini. Secara garis besar penulis membagi dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang, *pertama*, latar belakang pemilihan judul yang mengemukakan permasalahan yang berkaitan dengan judul sehingga menarik untuk diteliti, *kedua*, rumusan masalah yang

merupakan kajian yang akan dibahas dalam penelitian, *ketiga*, tujuan penelitian yang berisikan hal – hal yang hendak dicapai atau ditemukan nantinya, *keempat*, manfaat penelitian, dan yang *kelima* yakni sistematika pembahasan yang merupakan uraian singkat dari bab – bab penelitian skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori atau temuan ilmiah dari buku-buku dan sumber – sumber yang relevan yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun teori yang dipakai adalah Teori Pembangunan, Teori Strategi Pembangunan, Teori Pembangunan Ekonomi, Teori Pariwisata, Teori pembangunan ekonomi, dan pengembangan pariwisata

BAB III METODE PENELITIAN

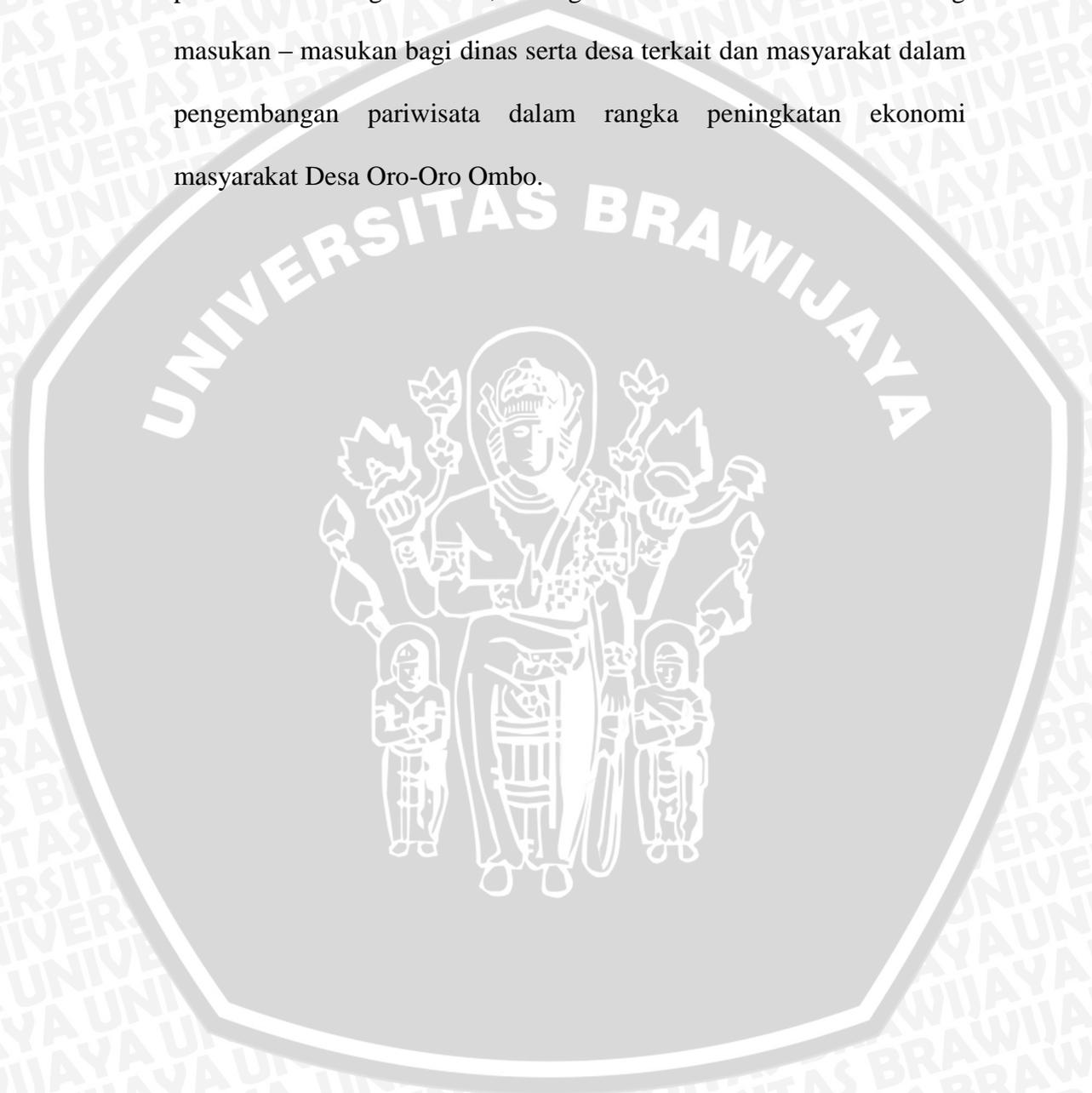
Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan serta menguraikan data hasil penelitian meliputi penyajian data dan analisis data yang diperoleh selama penelitian yang merupakan jawaban dari pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah dengan alternatif penyelesaiannya

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian hasil dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan dan saran, dalam kesimpulan diuraikan mengenai hasil penelitian secara garis besar, sedangkan dalam saran berisikan tentang masukan – masukan bagi dinas serta desa terkait dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

Administrasi publik merupakan satu sistem yang menjawab berbagai permasalahan yang terjadi pada masyarakat. Administrasi publik dalam praktiknya mencakup penyelenggaraan negara dalam segala aspeknya. Hal ini meliputi segala sesuatu yang dapat dijelaskan sebagai jawaban masyarakat terhadap masalah-masalah yang memerlukan pemecahan-pemecahan kolektif bukan perseorangan.

Siagian dalam Ibrahim (2009:15) menyatakan bahwa “Administrasi negara adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh seluruh aparatur pemerintahan dari suatu negara dalam usaha mencapai tujuan negara.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa administrasi negara atau administrasi publik merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam upaya pencapaian tujuan negara, yakni untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang timbul dalam masyarakat.

Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia (LANRI) yang dikutip oleh Ibrahim (2009:16) menyatakan bahwa administrasi negara atau administrasi publik adalah “Seluruh penyelenggaraan kekuasaan pemerintah (Negara Indonesia) dengan memanfaatkan dan mendayagunakan segala kemampuan aparatur negara serta segenap dana dan daya demi tercapainya

tujuan Nasional dan terlaksananya tugas pemerintahan (Pemerintah RI) seperti yang ditetapkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945)”.

Candler dan Plano yang dikutip oleh Keban (2008:3) menyatakan bahwa administrasi publik adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik.

Stillman II dalam Ibrahim (2009:16) menyatakan bahwa administrasi negara (*public administration*) mencakup beberapa hal:

1. Bagian eksekutif dari suatu pemerintahan (walaupun tetap berhubungan dengan legislatif dan yudikatif dalam kenyataannya).
2. Merupakan formulasi dan implementasi kebijakan publik.
3. Meliputi atau berhubungan dengan berbagai (bentangan) perilaku, permasalahan, dan kerjasama demi kemaslahatan manusia (masyarakat).
4. Bidang berbeda dengan swasta.
5. Produknya berupa jasa dan pelayanan publik

Berdasarkan penjabaran mengenai definisi administrasi publik di atas, dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah sebuah proses untuk menjalankan kebijakan/keputusan untuk kesejahteraan masyarakat dan untuk menyelesaikan kepentingan-kepentingan negara. Pencapaian kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melaksanakan pembangunan.

B. Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan merupakan salah satu bagian dari administrasi publik. Administrasi pembangunan memiliki fokus analisis berupa proses pembangunan yang diselenggarakan oleh suatu negara dalam rangka pencapaian tujuan dan cita-cita negara. Termasuk cara-cara ilmiah yang dipergunakan dalam pemecahan masalah, menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan menyingkirkan ancaman (Siagian, 2005:8).

Siagian (2005:8) menyebutkan definisi administrasi pembangunan sebagai berikut “Sebagai suatu usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa”. selain itu, Tjokroamidjojo dalam Siagian (2005:9) menyebutkan bahwa administrasi pembangunan adalah “Proses pengendalian usaha oleh Negara/Pemerintah untuk merealisasikan pertumbuhan yang direncanakan ke arah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam berbagai aspek kehidupan bangsa”.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa administrasi pembangunan merupakan usaha yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan dan cita-cita negara yakni mensejahterakan masyarakat. Administrasi pembangunan melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan peningkatan atau pertumbuhan yang telah direncanakan sebelumnya. Administrasi pembangunan dilakukan guna mencapai tujuan utamanya yaitu dalam meningkatkan bidang ekonomi, sosial, budaya, dan lain sebagainya. Salah satu aspek yang

menjadi perhatian administrasi pembangunan adalah bidang ekonomi, hal tersebut dikarenakan pembangunan ekonomi akan membawa dampak secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

C. Pembangunan Ekonomi

1. Pengertian Pembangunan

Secara sederhana, pembangunan dapat diartikan sebagai sebuah perubahan ke arah yang lebih baik. Kata membangun memiliki arti filosofis yang berlawanan dengan kata merusak. Oleh karena itu, pembangunan diartikan sebagai perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang terencana dan dilakukan tanpa merusak sumber daya serta potensi yang ada.

Pembangunan dapat dikatakan multidimensi karena mencakup dimensi ekonomi dan non-ekonomi. Sebagai kebijakan publik, pembangunan memiliki karakteristik yang berbeda antara pembangunan yang dilakukan sekarang dan yang akan dilakukan dimasa mendatang. Pembangunan yang akan dilakukan dimasa mendatang harus memiliki perencanaan. Menurut Siagian dalam Suryono (2004:21) pembangunan adalah sebagai berikut:

Merupakan usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh satu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa. Dari penjelasan diatas ide pokok dalam pembangunan dapat dijelaskan sebagai berikut: pembangunan merupakan suatu proses, pembangunan merupakan suatu uasaha yang secara sadar dilaksanakan, pembangunan dilakukan secara berencana dan perancangannya berorientasai pada pertumbuhan dan perubahan, pembangunan mengarah pada modernitas serta modernitas yang dicapai melalui pembangunan bersifat multi dimensional.

Hal senada disampaikan oleh Tjokrowinoto dalam Suryono (2004:21) yang menyimpulkan beberapa makna pembangunan sebagai citra pembangunan dalam perspektif diakronis (pembangunan menurut tahap pertumbuhan dan periode waktu yang dasarnya tidak jelas) sebagai berikut:

1. Pembangunan sebagai proses perubahan sosial menuju ketataran kehidupan masyarakat yang lebih baik.
2. Pembangunan sebagai upaya manusia yang sadar, terencana dan melembaga.
3. Pembangunan sebagai proses sosial yang bebas nilai (*value free*).
4. Pembangunan memperoleh sifat dan konsep transendental, sebagai *metadisciplinary phenomenon*, bahkan memperoleh bentuk sebagai ideologi, *the ideology of developmentalism*.
5. Pembangunan sebagai konsep yang sarat nilai (*value loaded*) menyangkut proses pencapaian nilai yang dianut suatu bangsa secara makin meningkat.
6. Pembangunan menjadi *culture specific, situation specific, dan time specific*.

Menurut pendapat tersebut, pembangunan cenderung berhubungan dengan aspek – aspek sosial. Sedangkan Kartasmita dalam Safi'i (2008:38) mendefinisikan pembangunan sebagai usaha harkat martabat masyarakat dalam kondisinya tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan.

Secara etimologik, istilah pembangunan berasal dari kata bangun, diberikan awalan pem-dan akhiran-an guna menunjukkan perihal pembangunan. Menurut Suryono (2004:26) kata bangun setidaknya mengandung empat arti yaitu:

1. Bangun dalam arti sadar atau siuman (aspek fisiologi).
2. Bangun dalam arti bangkit atau berdiri (aspek perilaku).
3. Bangun dalam arti bentuk (aspek anatomi).
4. Bangun dalam arti kata kerja membuat, mendirikan, atau membina (gabungan aspek fisiologi, aspek perilaku dan aspek bentuk).

Dari pendapat tersebut, arti yang akan digunakan di dalam penelitian adalah bangun dalam arti kata kerja membuat, mendirikan, atau membina (gabungan aspek fisiologi, aspek perilaku, dan aspek bentuk), karena pembangunan dalam penelitian ini memiliki arti membuat, mendirikan serta membina dalam bidang ekonomi.

Menurut Bryant dan White yang dikutip oleh Suryono, (2004:35) ada lima implikasi utama yang perlu diperhatikan dalam definisi pembangunan, yakni:

1. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan optimal manusia, baik individu maupun kelompok (*capacity*).
2. Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan dan pemerataan sistem nilai dan kesejahteraan (*equity*).
3. Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan yang ada padanya. Kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk kesepakatan yang sama, kebebasan memilih, dan kekuasaan untuk memutuskan (*empowerment*).
4. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara mandiri (*sustainability*).
5. Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan negara yang satu terhadap negara yang lain dengan menciptakan hubungan saling menguntungkan (*simbiosis mutualis*) dan saling menghormati (*interdependensi*).

Dalam kaitan dengan pemahaman pembangunan yang dilakukan secara berencana dan perencanaannya berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan, Edward Weidner dalam Tjokrowinoto dalam Suryono (2004:22) menyebutkan adanya 8 (delapan) tipe pembangunan, yakni:

1. Tipe ideal (*ideal type*) dengan ciri perencanaan yang mampu mengendalikan pertumbuhan dan perubahan sistem.
2. Tipe menghasilkan dalam jangka pendek (*short run pay off*) dengan ciri perencanaan yang mampu mengendalikan pertumbuhan, tetapi tidak dalam perubahan sistem.

3. Tipe menghasilkan dalam jangka panjang (*long run pay off*) dengan ciri perencanaan yang mampu mengendalikan perubahan sistem, tetapi tidak dalam pertumbuhan.
4. Tipe kegagalan (*failure*) dengan ciri adanya perencanaan, tetapi tidak mampu mengendalikan baik pertumbuhan maupun perubahan sistem.
5. Tipe dorongan lingkungan (*enviromental stimulus*) dengan ciri lebih mengutamakan perubahan sistem dan mengabaikan pentingnya perencanaan dan perubahan.
6. Tipe pragmatis (*pragmatism*) dengan ciri lebih mengutamakan adanya perubahan sistem dan pertumbuhan tetapi mengabaikan pentingnya perencanaan.
7. Tipe krisis (*crisis*) dengan ciri lebih mengutamakan tingkat pertumbuhan dan mengabaikan pentingnya perencanaan dan perubahan sistem.
8. Tipe masyarakat statis (*static society*) dengan ciri mengabaikan pentingnya semua aspek perencanaan, pertumbuhan, dan maupun perubahan sistem.

Dalam penelitian ini, pembangunan yang dimaksud adalah pembangunan ekonomi. Hal tersebut berarti pembangunan adalah usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana ke arah yang lebih baik dengan melakukan sesuatu, mendirikan, atau membina. Pembangunan ekonomi berhubungan dengan peningkatan pendapatan masyarakat.

2. Paradigma Pembangunan

Secara proses kegiatan pembangunan negara yang melaksanakan politik pembangunan diawali oleh negara baru merdeka atau negara belum berkembang (*under devoleped countries*), kemudian negara terbelakang (*backward countries*), negara kurang berkembang (*less devoleped countries*) dan negara miskin dan negara yang sedang berkembang (*developing countries*) yang sering disebut dengan istilah negara Dunia Ketiga. Paradigma pembangunan yang dijadikan suatu landasan dalam melaksanakan proses pembangunan menurut Suryono (2004:79) antara lain:

- Paradigma pertumbuhan (*growth paradigm*) dalam rangka peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan pendapatan nasional. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mencanangkan dasawarsa pembangunan pertama (1960-1970) dengan ciri pertumbuhan ekonomi negara berkembang sebesar 5% per tahun.
- Paradigma strategi pertumbuhan ekonomi, peningkatan *Gross National Product* (GNP) tidak menjamin distribusi pendapatan nasional bahkan tidak menguntungkan kelompok masyarakat bawah. Hal tersebut dikarenakan, negara berkembang dalam menerapkan strategi pembangunan ekonomi seringkali mengabaikan masalah pemerataan baik berupa masalah kemiskinan, pengangguran dan ketimpangan pembagian pendapatan.
- Paradigma strategi pertumbuhan dan pemerataan pembangunan (*growth and equity of strategy development*), paradigma tersebut muncul pada dasawarsa pembangunan yang kedua tahun (1971-1980), pada strategi ini pertumbuhan ekonomi negara berkembang menuju industrialisasi dicanangkan mencapai tingkat pertumbuhan sebesar 6% setiap tahunnya, dengan tujuan pemerataan dalam bidang pendapatan, kesehatan, keadilan, pendidikan, kewirausahaan, keamanan, dan kesejahteraan sosial yang ditandai dengan perubahan struktur ekonomi dan sosial. Strategi ini lebih berorientasi pada pengelolaan dan investasi sumber daya manusia dan pengembangan sosial dalam proses pembangunan. Pada dasawarsa pembangunan ketiga (1981-1990)

sebagai tanda perbaikan sosial ekonomi negara berkembang dengan menargetkan pada pertumbuhan ekonomi negara berkembang sebesar 7% per tahun.

- Paradigma pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable devolepment*) yang didukung dengan pendekatan konsep pembangunan manusia (*human development*). Dalam pendekatan pembangunan manusia pada negara berkembang lebih dititik beratkan pada pembangunan sosial dan lingkungan agar mendukung pertumbuhan ekonomi dengan strategi pembangunan yang berkelanjutan yang dicirikan oleh: (1)Pembangunan yang berdimensi pada pelayanan sosial dan diarahkan pada kelompok sasaran melalui pemenuhan pokok berupa pelayanan sosial yang dibidang kesehatan, sanitasi, pendidikan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, (2) Pembangunan yang ditujukan pada pembangunan sosial seperti mewujudkan keadilan, pemerataan dan menciptakan kedamaian, (3) Pembangunan yang diorientasikan pada manusia untuk berbuat (manusia sebagai subjek dari pembangunan) melalui pembangunan yang berpusat pada manusia (*people centered development*) dan meningkatkan pemberdayaan manusia (*promote the empowerment people*).

Tabel 2
Perkembangan Paradigma dan Strategi Pembangunan

Paradigma dan Strategi Pembangunan	Pembangunan Indonesia
Pertumbuhan ↓ Pertumbuhan dan Pemerataan ↓ Pembangunan Berkelanjutan ↓ Pembangunan Manusia	Pembangunan Manusia Seutuhnya dan Seluruh Masyarakat

Sumber : Suryono (2004:84)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pembangunan melalui beberapa paradigma, yakni pertumbuhan, pertumbuhan dan pemerataan, pembangunan berkelanjutan, hingga ke pembangunan manusia. Semua bentuk pembangunan tersebut terdapat dalam konsep pembangunan di Indonesia, yakni pembangunan manusia seutuhnya dan seluruh masyarakat.

3. Cara Mengukur Pembangunan

Pada pembangunan yang dilakukan pemerintah baik pusat maupun daerah, diperlukan sebuah cara untuk mengukur keberhasilan suatu pembangunan. Dengan melakukan pengukuran pembangunan, maka pemerintah dapat memberikan penilaian apakah cara pembangunan tersebut sudah mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Adapun cara yang digunakan untuk mengukur pembangunan menurut Budiman (1995:2) antara lain:



1. Kekayaan Rata-rata
Produktivitas masyarakat dan produktivitas negara setiap tahunnya yang mana dapat diketahui dengan kenaikan Produk Nasional Bruto (PNB) dan Produk Domestik Bruto (PDB).
2. Pemerataan
Dalam suatu negara tingkat taraf hidup dari masyarakatnya tidak memiliki ketimpangan yang cukup besar antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lainnya. Dengan demikian dapat dikatakan negara yang berhasil melakukan pembangunan adalah mereka yang disamping tinggi produktivitasnya, penduduknya juga makmur dan sejahtera relatif merata.
3. Kualitas Kehidupan
Salah satu cara lain untuk mengukur kesejahteraan penduduk dari sebuah negara adalah dengan menggunakan tolok ukur PQLI (*Physical Quality of Life Index*) yang mengukur tiga indikator antar lain: (1) rata-rata harapan hidup sesudah umur satu tahun (2) rata-rata jumlah kematian bayi (3) rata-rata prosentasi masyarakat dalam kemampuannya untuk membaca.
4. Kerusakan Lingkungan
Pembangunan yang menghasilkan produktivitas yang tinggi biasanya mereka mengenyampingkan faktor lingkungan yang terpenting adalah bagaimana pembangunan yang dilaksanakan dapat mencapai hasil yang setinggi-tingginya. Saat ini yang terjadi banyak lingkungan yang semakin rusak akibat dari pembangunan, sumber daya alam semakin terkuras. Padahal sumber daya alam dan manusia adalah faktor utama yang menghasilkan pertumbuhan yang tinggi. Oleh karena itu, seringkali terjadi bahwa pembangunan yang dianggap berhasil ternyata tidak memiliki daya kelestarian yang memadai. Akibatnya pembangunan tidak bisa berkelanjutan. Maka diperlukan sebagai tolok ukur pembangunan terhadap keberhasilan pembangunan, misalnya kerusakan sumber daya alam, polusi yang terjadi akibat limbah industri dan sebagainya.
5. Keadilan sosial dan Kesenambungan
Faktor keadilan sosial dan faktor lingkungan berfungsi untuk melestarikan pembangunan supaya bisa bersaing terus-menerus secara berkesinambungan. Keadilan sosial bukanlah faktor yang dimasukkan atas dasar pertimbangan moral yaitu demi keadilan saja. Tetapi faktor ini berkaitan dengan kelestarian pembangunan.

Dapat disimpulkan bahwa cara mengukur keberhasilan suatu pembangunan adalah dengan melihat indikator – indikator kesejahteraan masyarakat. Indikator tersebut diantaranya adalah kekayaan rata-rata, pemerataan, kualitas kehidupan, kerusakan lingkungan, dan keadaan sosial dan kesinambungan. Semua indikator tersebut berhubungan dengan

kesejahteraan masyarakat, baik dalam segi perekonomian maupun segi sosial serta lingkungan.

4. Pembangunan Ekonomi

4.1 Pengertian Pembangunan Ekonomi

Pembangunan ekonomi adalah suatu perubahan ke arah yang lebih baik pada sektor perekonomian. Todaro dalam Arsyad (2004:11) mengatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi ditunjukkan oleh 3 nilai pokok, yaitu:

- 1) Berkembangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya (*basic needs*)
- 2) Meningkatnya rasa harga diri (*self-esteem*) masyarakat sebagai manusia
- 3) Meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih (*freedom from servitude*) yang merupakan salah satu dari hak asasi manusia.

Arsyad (2004:11) mendefinisikan pembangunan ekonomi sebagai berikut:

Pembangunan ekonomi adalah kegiatan – kegiatan yang dilakukan suatu negara untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dan taraf hidup masyarakatnya. Dengan adanya batasan di atas maka pembangunan ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil perkapita penduduk suatu negara dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembagaan.

Dari definisi di atas jelas bahwa pembangunan ekonomi memiliki pengertian (Arsyad, 2004:11-12):

- 1) Suatu proses yang berarti perubahan yang terjadi terus – menerus,
- 2) Usaha untuk menaikkan pendapatan perkapita,
- 3) Kenaikan pendapatan perkapita itu harus terus berlanjut dalam jangka panjang,
- 4) Perbaikan sistem kelembagaan di segala bidang (misalnya ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya). Sistem kelembagaan ini bisa ditinjau dari 2 aspek, yaitu: aspek perbaikan di bidang organisasi (institusi) dan perbaikan di bidang regulasi (baik legal formal maupun informal)

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pembangunan ekonomi adalah suatu proses yang dilakukan untuk meningkatkan kegiatan ekonomi dan taraf hidup masyarakatnya. Selain dalam bidang ekonomi, terjadi pula perbaikan di segala bidang, yakni politik, hukum, sosial, dan budaya.

4.2 Strategi Pembangunan ekonomi

Dalam melakukan pembangunan ekonomi, sebuah negara membutuhkan berbagai strategi, sebuah strategi harus dilaksanakan secara menyeluruh agar semua tujuan pembangunan ekonomi dapat tercapai dengan baik. Berikut adalah bentuk atau strategi pembangunan ekonomi:

- 1) Strategi Upaya Minimum Kritis.

Leibenstein dalam Arsyad (2004:81) menyatakan bahwa sebagian besar negara sedang berkembang dicekam oleh lingkaran setan kemiskinan (*vicious circle of poverty*) yang membuat mereka tetap berada pada tingkat keseimbangan pendapatan perkapita. Jalan keluar dari kebuntuan ini adalah dengan melakukan suatu upaya minimum kritis (*critical minimum effort*) tertentu yang akan

menaikkan pendapatan perkapita pada tingkat dimana pembangunan yang berkesinambungan (*sustainable*) akan terjadi. Dalam tahap transisi dari keadaan keterbelakangan ke keadaan yang lebih maju dimana kita dapat mengharapkan pertumbuhan jangka panjang yang mantap (*steady economy growth*) diperlukan suatu kondisi dimana suatu perekonomian harus mendapatkan rangsangan pertumbuhan yang lebih besar di atas batas minimum kritis tertentu.

2) Strategi Pembangunan Seimbang

Strategi pembangunan seimbang bisa diartikan sebagai pembangunan berbagai jenis industri secara bersama – sama (*simultaneous*) sehingga industri tersebut saling menciptakan pasar bagi yang lain. Selain itu, strategi pembangunan seimbang ini dapat diartikan sebagai keseimbangan pembangunan di berbagai sektor.

3) Strategi Pembangunan Tak Seimbang

Manurut Arsyad (2004:100) pembangunan tak seimbang akan menciptakan gangguan – gangguan dan ketidakseimbangan dalam kegiatan ekonomi. Keadaan tersebut akan menjadi perangsang untuk melaksanakan investasi yang lebih banyak pada masa yang akan datang. Dengan demikian pembangunan tak seimbang akan mempercepat pembangunan ekonomi pada masa yang akan datang.

Menurut Masriah dan Mujahid (2011:6) strategi pembangunan dibagi menjadi 5 macam, yakni:

1) Strategi Pertumbuhan dengan Distribusi

Pertumbuhan dengan distribusi ini menganjurkan pembangunan tidak hanya mengandalkan pertumbuhan semata, tetapi pemerataan kepada masyarakat (pendistribusian dari hasil pertumbuhan ekonomi tersebut).

2) Strategi Kebutuhan Pokok

Kebutuhan pokok meliputi sandang, pangan, dan papan. Dengan mengembangkan ketiga kebutuhan pokok ini, maka akan menjadikan jaminan agar semua orang yang paling lemah pun mendapat manfaat dari pembangunan ekonomi sosial yang diprogramkan.

3) Strategi Pembangunan Mandiri

Strategi ini memiliki pola motivasi dan organisasi yang menekankan pada usaha mandiri dengan/tanpa integrasi dengan luar.

4) Strategi Berdimensi Etnik

Strategi ini memformulasikan agar hasil pembangunan dapat dirasakan secara adil oleh semua etnis yang ada.

5) Strategi Pembangunan Berkelanjutan

Strategi pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) sangat erat dengan pembangunan yang memperhatikan lingkungan (ekosistem).

Berbagai strategi pembangunan ekonomi tersebut berhubungan strategi untuk memperkuat kegiatan ekonomi, baik kegiatan yang telah dilakukan, sedang dilakukan, maupun yang akan dilakukan di masa akan

datang. Strategi – strategi tersebut dilakukan dengan berbagai cara untuk menstabilkan pasar.

4.3 Pembangunan Ekonomi Daerah

Pembangunan ekonomi daerah adalah kerjasama antara masyarakat dan pemerintah dalam mengelola sumberdaya yang ada untuk memperbaiki kondisi ekonomi daerahnya. Menurut Arsyad (2004:298) pembangunan ekonomi daerah adalah “Suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumberdaya-sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan pekerjaan baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut.”

Kemudian, Arsyad (2004:298) menjelaskan bahwa:

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses. Proses yang ada didalamnya memuat pembentukan institusi – institusi baru, pembangunan industri – industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar – pasar baru, alih ilmu pengetahuan, dan pengembangan perusahaan – perusahaan baru.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembangunan ekonomi daerah adalah proses pemerintah daerah dan masyarakat dalam mengelola sumberdaya yang ada untuk merangsang perkembangan kegiatan ekonomi. Proses tersebut memuat pembentukan institusi – institusi baru, serta alternatif dan lain sebagainya.

Tujuan utama dari pembangunan ekonomi menurut Arsyad (2004:298-299) yakni:

Meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat daerah. Dalam pencapaian tujuan tersebut, pemerintah daerah dan masyarakatnya harus memiliki inisiatif pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah beserta partisipasi masyarakatnya dan dengan menggunakan sumberdaya yang ada serta harus mampu memperkirakan potensi sumberdaya yang diperlukan untuk merancang dan membangun perekonomian daerah.

Pembangunan ekonomi daerah dengan cara merangsang kegiatan ekonomi akan meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat di daerah. Dengan adanya peningkatan lapangan pekerjaan tersebut akan membuat masyarakat memiliki keinginan untuk melaksanakan pembangunan daerahnya. Dalam penelitian ini, pembangunan daerah dilaksanakan untuk menggabungkan kerjasama antara pemerintah, masyarakat serta pihak swasta.

4.4 Pembangunan Ekonomi Desa

Menurut Adisasmita (2013:13) “Pembangunan yang dilakukan di desa saat ini telah dilaksanakan melalui pengembangan lembaga – lembaga perdesaan, pembangunan infrastruktur perdesaan, kegiatan – kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya”. Itu berarti pembangunan yang ada di desa harus dilakukan pada segala aspek untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat.

Adisasmita (2013:13) menyebutkan bahwa ada beberapa macam pendekatan yang telah digunakan pada pembangunan pedesaan, diantaranya yakni:

- 1) Pendekatan *natural resources based* (berbasis sumberdaya alam) melalui penyediaan infrastruktur untuk mendukung pengembangan kegiatan agrobisnis dan kerajinan/industri

kecil, serta pembangunan kelembagaan untuk memperkuat penerapan teknologi serta pemanfaatan sumber daya alam.

- 2) Pendekatan yang kedua adalah mempercepat perbaikan dalam perekonomian perdesaan, melalui perencanaan tata ruang (spasial), baik aspek fisik maupun aspek sosial ekonomi, yang diharapkan dapat menciptakan pemerataan pertumbuhan daerah khususnya daerah – daerah yang terbelakang.
- 3) Pendekatan yang ketiga adalah perencanaan partisipasi masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.

D. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu potensi yang dimiliki oleh setiap daerah di Indonesia yang siap untuk dikembangkan agar mendapatkan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Suwantoro (2004:3) mendefinisikan pariwisata secara sederhana yakni “Suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya”. Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan memberikan batasan yang jelas mengenai pengertian wisata, wisatawan, pariwisata, dan kepariwisataan, sebagai berikut:

- 1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.
- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, serta pemerintah daerah.
- 4) Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan perjalanan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Pada pengertian menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata tersebut, terdapat perbedaan serta batasan-batasan khusus mengenai pengertian wisata, wisatawan, pariwisata, dan kepariwisataan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa wisata merupakan kegiatan yang dilaksanakan, wisatawan adalah orang/aktor yang melakukan wisata, pariwisata merupakan kegiatan wisata dengan dukungan berbagai fasilitas, serta kepariwisataan yaitu keseluruhan kegiatan pariwisata. Pada penelitian ini, yang menjadi fokusnya adalah pengertian pariwisata, yakni kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas.

Menurut Sammeng (2001:1) “Kata wisata dan wisatawan termasuk sudah menjadi perbendaharaan bahasa Indonesia dan digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dinyatakan Wisata= 1.Bepergian bersama – sama (untuk memperluas pengetahuan, besenang – senang, dsb) 2.Piknik.” Berdasarkan pemaparan Sammeng tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan dengan bepergian bersama-sama untuk memperluas pengetahuan dan bersenang-senang.

Wahab (2003:5) menyebutkan definisi pariwisata adalah sebagai berikut:

Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Lagipula pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks, meliputi industri – industri dalam arti yang klasik seperti misalnya industri kerajinan tangan dan industri cinderamata, penginapan, dan transportasi.

Definisi tersebut dengan jelas menyebutkan bahwa pariwisata merupakan salah satu bagian dari industri yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi. Pariwisata akan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata. Lapangan pekerjaan baru tersebut tentu saja akan berdampak pula pada peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar daerah wisata.

Tourism Society in Brittain, dalam Pendit (1990:30) merumuskan definisi pariwisata sebagai berikut:

Pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada ditempat-tempat tujuan tersebut, hal ini mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata / ekskursi.

Robert McIntosh dan Shashikant Gupta, dalam Pendit (1990 : 31) mengungkapkan bahwa “Pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah,tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya.”

E. Guyer Freuler, dalam Pendit (1990 : 32) merumuskan pariwisata dalam arti modern sebagai berikut:

Pariwisata adalah merupakan gejala zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan dan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan, dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri, dan perdagangan, serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan.

Spillane (1989 : 20) menjelaskan Pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah raga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain, sedangkan H. Kodhyat, dalam Spillane (1989 : 21) mendefinisikan secara luas mengenai pariwisata, yaitu “Perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.”

Menurut Wardiyanta (2006:49-50) kepariwisataan memiliki dua aspek kelembagaan dan aspek substansial yaitu sebuah aktivitas manusia. Dilihat dari sisi kelembagaannya, pariwisata merupakan lembaga yang dibentuk sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan rekreatifnya. Sebagai sebuah lembaga, pariwisata dapat dilihat dari sisi manajemennya, yakni bagaimana perkembangannya dari mulai direncanakan, dikelola, sampai dipasarkan kepada pembeli yakni wisatawan.

Menurut Yoeti (2008:8) pariwisata memenuhi empat kriteria di bawah ini, yaitu:

- 1) Perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain. Perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman dimana orang itu biasanya tinggal.
- 2) Perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih, kecuali bagi *excursionist* (kurang dari 24 jam).
- 3) Tujuan perjalanan semata – mata untuk bersenang – senang tanpa mencari nafkah di negara, kota atau daerah tujuan wisata yang dikunjungi.
- 4) Uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut di bawa dari negara asalnya, dimana ia biasanya tinggal atau berdiam dan bukan

diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan.

Menurut Richardson dan Fluker dalam Pitana dan Diarta (2009:46)

kebanyakan definisi mengenai pariwisata mengandung beberapa unsur pokok, yakni:

- 1) Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat yang lain;
- 2) Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan tempat tinggal yang biasanya; dan
- 3) Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju.

Selanjutnya Mathieson yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:46)

menyatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu:

1. *a dynamic element*, yaitu *travel* ke suatu destinasi wisata;
2. *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan; dan
3. *a consequential element*, atau akibat dari dua hal di atas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.

Berdasarkan pendapat beberapa pakar di atas, peneliti menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan dimana seseorang melakukan kegiatan bersenang-senang, mencari kepuasan, beristirahat, serta melakukan kegiatan lainnya dengan mengeluarkan uang.

2. Wisatawan

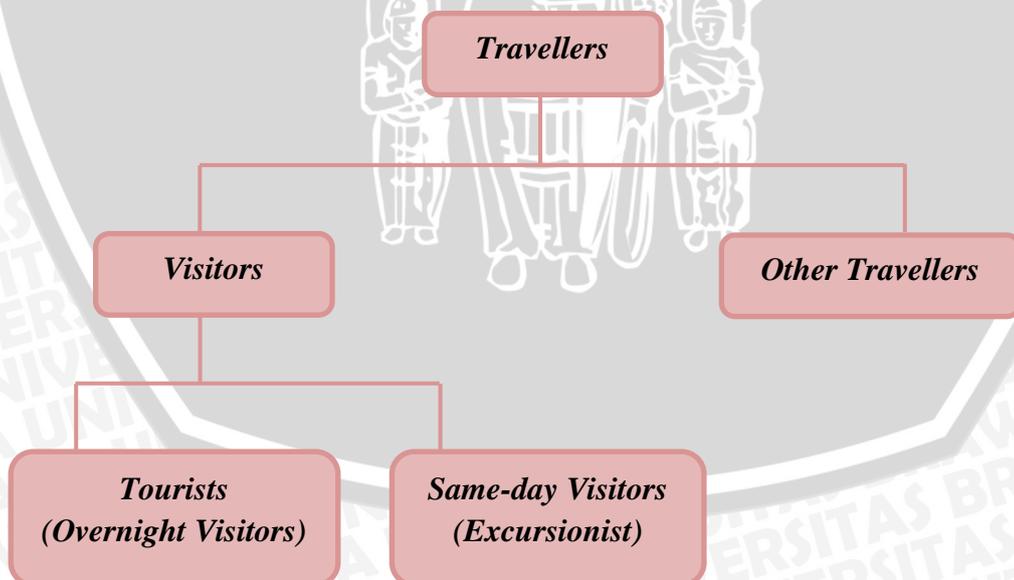
Wisatawan memiliki peran yang penting dalam perkembangan sebuah pariwisata. Ketika melakukan perjalanan wisata, wisatawan akan berbelanja serta menggunakan fasilitas – fasilitas yang ada di tempat wisata, hal tersebut tentu saja akan meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar daerah wisata. Menurut Pitana dan Diarta (2009:35) “Kata wisatawan

merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller* atau seorang *visitor*. Seorang *visitor* adalah seorang *traveller* tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist*.”

Berdasarkan tipologinya, menurut Theobald dalam Pitana dan Diarta (2009:43) menyatakan bahwa:

Travellers merujuk pada individu yang melakukan perjalanan (*trip*) antara dua atau lebih tempat secara geografis baik dalam negaranya sendiri (*domestic travellers*) atau antar negara (*international travellers*). Namun terdapat perbedaan antara dua tipe *travellers*, yaitu *visitors* dan *other travellers*. Semua *travellers* yang terlibat dalam aktifitas pariwisata disebut *visitors*. Istilah *visitor* kemudian menjadi konsep dasar dari keseluruhan sistem statistik pariwisata. *Visitor* dibedakan dalam dua kategori, yaitu *tourist* (*visitor* yang bermalam/*overnight*) dan *same-day visitor* (sebelumnya dikenal dengan *excursionist*)

Berikut adalah gambaran mengenai tipologi *travellers*:



Gambar 1
Tipologi *Travellers*

Sumber: Theobald dalam Pitana dan Diarta (2009:44)

Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan pola hubungan, yakni *Travellers* terdiri dari dua jenis, yakni *Visitors* dan *Other Travellers*. *Visitors* sendiri memiliki dua bagian, yakni *Tourist (Overnight Visitors)* dan *Same-day Visitors (Excursionist)*.

Smith dalam Pitana dan Diarta (2009:47) melakukan klasifikasi terhadap wisatawan dengan menggolongkan wisatawan menjadi ttujuh, yakni:

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai – nilai lokal.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan terlebih dahulu, dan bepergian dalam jumlah yang kecil.
3. *Off-beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat – tempat sudah ramai dikunjungi. Biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
4. *Unusual*, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktifitas tambahan, untuk mengunjungi tempat – tempat baru atau melakukan aktifitas yang agak beresiko. Meskipun dalam aktifitas tambahannya bersedia menerima fasilitas apa adanya. Tetapi program pokoknya tetap harus memberikan fasilitas standar.
5. *Incipient Mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau dalam kelompok kecil, mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standart tetapi masih menawarkan keaslian (*authenticity*).
6. *Mass*, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya, atau bepergian ke daerah tujuan wisata dengan *enviromental bubble* yang sama. Interaksi dengan masyarakat lokal kecil, terkecuali dengan mereka yang langsung berhubungan dengan usaha pariwisata.
7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya hanya untuk bersantai atau bersenang – senang. Mereka bepergian dalam kelompok besar dan meminta fasilitas berstandar internasional.

Mengingat jenis wisatawan yang beragam, motivasi yang mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan wisata adalah sebagai berikut (Suwantoro, 2004:17):

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

Wisatawan yang berkunjung ke Kota Wisata Batu sangat beragam serta memiliki berbagai kepentingan atau tujuan. Wisatawan – wisatawan tersebut memberikan kontribusi yang sangat besar bagi berjalannya sebuah tempat wisata sehingga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat di sekitar tempat wisata tersebut.

3. Bentuk-bentuk Pariwisata

Pariwisata memiliki berbagai bentuk yang berbeda-beda, kriteria bentuk tempat wisatanya pun beragam. Spillane (1989 : 31) mendefinisikan bahwa pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan serta pengaruh-pengaruh ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut. Secara detail hal tersebut dijelaskan melalui bentuk-bentuk pariwisata:

1. Pariwisata Individu dan Kolektif

Pariwisata Individu meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan

menentukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya, sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu yang dikehendaki. Pariwisata Kolektif meliputi biro perjalanan yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan diatas.

2. Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek, dan Pariwisata Ekskursi.

Pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Sedangkan pariwisata jangka pendek mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Dan pariwisata eksekursi dijelaskan sebagai suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi.

3. Pariwisata dengan Alat Angkutan

Berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya kereta api, kapal laut, pesawat terbang, bus, dan kendaraan umum lainnya.

4. Pariwisata Aktif dan Pasif

Pariwisata aktif adalah kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu Negara. Sedangkan pariwisata pasif adalah penduduk suatu Negara yang pergi keluar negeri dengan membawa uang yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran.

Pendit (1990 : 34) mendefinisikan bentuk Pariwisata menjadi beberapa kategori :

1. Menurut asal wisatawan :

- a. Dalam Negeri : wisatawan hanya pindah tempat sementara didalam lingkungan wilayah negerinya sendiri.
- b. Domestik : wisatawan datang dari luar negeri.

2. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti member efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu Negara yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga Negara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya, ini dinamakan pariwisata pasif.

3. Menurut jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau Negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau Negara yang bersangkutan.

4. Menurut jumlah wisatawan

Hal ini diperhitungkan atas jumlahnya wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan datang sendiri atau dalam suatu rombongan. Maka timbulah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

5. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, laut, kereta api, dan mobil.

Menurut Wahab (2003:6), Kepariwisataan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah ini umum sifatnya yang menggambarkan beberapa bentuk perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kegiatan tersebut. Pariwisata tidak hanya berhubungan dengan perjalanan tetapi digolongkan lagi berdasarkan umur, jenis kelamin dan tingkat harga maupun sosial, tujuan dan maksud bepergian. Pembagian tersebut dilihat dari keinginan masing-masing orang dalam memandangi tujuan berpariwisata.

4. Jenis - Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki beberapa jenis yang dapat digolongkan melalui kebutuhan wisatawan. Pendit (1990 : 36), mendefinisikan jenis-jenis pariwisata sebagai berikut:

1. Wisata Budaya

Perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2. Wisata Kesehatan

Perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.

3. Wisata Olah Raga

Wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolah raga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olah raga disuatu tempat atau Negara.

4. Wisata Komersial

Perjalanan ununtuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, dagang, dan sebagainya.

5. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh suatu rombongan ke suatu daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

6. Wisata Politik

Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian dengan aktif dalam peristiwa kegiatan politik, seperti konferensi, kongres, atau konversi politik.

7. Wisata Konvensi

Hampir sama dengan wisata politik dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta

suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik Nasional maupun Internasional.

8. Wisata Sosial

Pengorganisasian suatu perjalanan murah, serta mudah untuk memberi kesempatan pada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan, seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar, mahasiswa, dan sebagainya.

9. Wisata Pertanian

Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya.

10. Wisatawan Maritime (Marina) atau Bahari

Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, pantai, laut.

11. Wisata Cagar Alam

Wisata ini biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ketempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah, pegunungan, dan lain sebagainya.

12. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen dan biro perjalanan.

13. Wisata Pilgrim

Wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat, atau kelompok masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci atau makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

14. Wisata Bulan Madu

Suatu perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, jenis pariwisata di Kota Batu dapat dikatakan sangat beragam, dapat dilihat dari motivasi utama wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke Kota Batu.

5. Peranan Pariwisata dalam Pembangunan

Pariwisata memiliki peran yang sangat vital dalam pembangunan suatu daerah. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang didapat dari wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Wahab (2003:77) menyebutkan bahwa dalam sebuah pembangunan, pariwisata memiliki peranan sebagai berikut:

Wisata yang tiba di suatu negara, baik secara individu maupun dalam kelompok, tentu akan membelanjakan uangnya selama berada di sana untuk membayar jasa atau barang – barang wisata. Seluruh jumlah uang yang dibelanjakan ini akan merupakan jumlah penerimaan dari sektor pariwisata dan menjadi pola konsumsi di negara tersebut. Semakin bertambah konsumsi wisatawan semakin banyak pula jasa –

jasa wisata. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa wisata menjadi sumber pendapatan.

Dengan keberadaan potensi pariwisata di suatu daerah, maka pemerintah mengharapkan adanya percepatan proses peningkatan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat. Masyarakat dapat membuat berbagai usaha yang tergantung dari kreatifitasnya. Beberapa usaha peningkatan pendapatan oleh masyarakat dapat dilakukan dengan menyediakan hal – hal berikut ini (Yoeti, 2008:28):

- a. *Transportation*
Yaitu yang melayani angkutan wisatawan dari satu daerah ke daerah lain, dari satu kota ke kota lain, atau dari Daerah Tujuan Wisata (DTW) ke DTW lain, termasuk dalam kelompok ini adalah bus pariwisata.
- b. *Accomodation*
Yaitu yang melayani wisatawan untuk kebutuhan akomodasi bagi wisatawan seperti: hotel, motel, *village*, *apartment*.
- c. *Restaurant*
Yaitu yang melayani wisatawan untuk kebutuhan makan dan minum selama kunjungan wisatawan pada suatu DTW seperti: *restaurant*, *cafe*.
- d. *Shopping Center*
Termasuk dalam kelompok ini adalah: toko cinderamata, toko barang kesenian, toko lukisan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peranan pariwisata dalam pembangunan sangat penting karena selain pariwisata dapat membuka kesempatan kerja, menambah pendapatan daerah dan negara, selain itu pariwisata juga akan menjadikan suatu daerah menjadi lebih maju dan dikenal. Demikian pula dengan Kota Wisata Batu, khususnya Desa Oro-Oro Ombo yang memiliki potensi wisata yang besar,

pariwisata dijadikan komoditas utama dalam pembangunan ekonomi masyarakatnya.

E. Pengembangan Pariwisata

1. Kebijakan Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata dibutuhkan agar potensi pariwisata di sebuah daerah dapat terus berjalan dengan baik sehingga akan memunculkan manfaat ekonomi jangka panjang. Dalam melakukan pengembangan pariwisata, pemerintah memiliki peran yang penting yakni dengan membuat kebijakan yang tepat untuk pengembangan pariwisata. Menurut Akehurst yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:107) kebijakan pariwisata adalah sebagai berikut:

A strategy for development of the tourism sector ... that establishes objectives and guidelines as a basis for what needs to be done. This means identifying and agreeing objectives; establishing priorities; placing in a community context the roles of national governments, national tourist organizations, local governments, and private sector businesses; establishing possible co-ordination and implementation of agreed programmes to solve identified problems, with monitoring and evaluation of these programs. (strategi untuk mengembangkan sektor pariwisata ... yang membuat sasaran dan petunjuk sebagai dasar dari kebutuhan yang harus dipenuhi. Ini berarti mengidentifikasi dan menyetujui sasaran; membuat prioritas; menempatkan dalam konteks komunitas peran pemerintah nasional, organisasi nasional kepariwisataan, pemerintah daerah, dan swasta sektor bisnis; membuat koordinasi dan implementasi yang mungkin untuk menyetujui program-program bagi menyelesaikan masalah yang teridentifikasi, dengan mengawasi dan mengevaluasi program tersebut).

Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat penekanan pada koordinasi dari berbagai organisasi dan instansi (*stakeholders*) yang terlibat dalam penyediaan pelayanan, perencanaan, pengembangan, dan manajemen pariwisata. Dengan adanya kerjasama yang baik antara para *stakeholders*,

maka pariwisata akan mudah dikembangkan. Seluruh *stakeholders* dianggap memiliki peran dalam melakukan pengembangan pariwisata.

Menurut Fayos-sola yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:107)

Perkembangan kebijakan pariwisata di dunia telah mengalami tiga tahapan generasi yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

- 1) Paradigma kebijakan massal
Generasi ini didasarkan pada target pencapaian jumlah wisatawan sebesar-besarnya, pencapaian pendapatan pariwisata yang sebesar-besarnya, dan penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata.
- 2) Paradigma kebijakan pariwisata untuk kesejahteraan sosial
Periode ini dinilai sekitar tahun 1970-an ketika krisis ekonomi melanda dunia, termasuk pertumbuhan ekonomi yang berfluktuasi serta masa resesi yang panjang. Dalam periode ini dampak sosial, ekonomi, dan ekologi akibat keberadaan pariwisata sudah mulai disadari sementara fokus pada pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan pariwisata mulai didefinisikan. Peran pariwisata mulai digeser ke pencapaian kesejahteraan sosial, bukan lagi pada pertumbuhan ekonomi semata.
- 3) Paradigma kebijakan pariwisata terpadu (holistik)
Pada periode ini mulai disadari bahwa sisi persaingan memegang peran menentukan dalam industri pariwisata. Kemitraan antara pemerintah, swasta, dan lembaga swadaya masyarakat diberi penekanan lebih sehingga mendorong hubungan yang simbiotik antarsektor. Diskusi kebijakan pembangunan pariwisata bergeser dari sisi konvensional seperti pemasaran, promosi, pajak, insentif, akomodasi dan transportasi menuju isu yang lebih holistik yang berkaitan dengan lingkungan, dampak sosial, pemerataan (siapa mendapat apa, kapan, dan bagaimana), serta regulasi pariwisata internasional yang menyangkut keamanan dan kesehatan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan pariwisata telah mengalami beberapa paradigma dengan perubahan pola pikir tiap periodenya. Kebijakan yang kini digunakan adalah paradigma kebijakan pariwisata terpadu (holistik). Pada paradigma kebijakan yang terakhir, kebijakan pariwisata semakin memperhitungkan kerjasama antara pemerintah, masyarakat, serta pihak swasta.

2. Strategi Pengembangan Pariwisata

Suatu pengembangan pariwisata membutuhkan strategi yang baik agar dapat berjalan dengan baik pula. Suwanto (2004:56-57) menyebutkan bahwa strategi pengembangan pariwisata dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Promosi

Merupakan pelaksanaan upaya pemasaran dan promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baik dalam negeri maupun luar negeri. Promosi bermanfaat bagi pengembangan pariwisata, karena dengan adanya promosi, maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk mengadakan perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang melakukan promosi tersebut. Selain itu, promosi juga akan menjadi media untuk menginformasikan produk wisata yang ada di DTW.

Menurut Leiper dalam Pitana dan Diarta (2009:63) sektor pemasaran pariwisata adalah “Mencakup semua unit pemasaran dalam industri pariwisata, misalnya, kantor biro perjalanan dengan jaringan cabangnya, kantor pemasaran maskapai penerbangan (*airlines*), kantor promosi daerah tujuan wisata tertentu, dan sebagainya.” Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk mengenalkan serta menginformasikan pariwisata di suatu daerah dengan menggunakan berbagai media.

Pitana dan Diarta (2009:155) mengungkapkan bahwa pariwisata memiliki beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umum yang ditemui di pasaran, yakni sebagai berikut:

- *Intangibility*

Produk/jasa layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa kita temukan dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang di pasar, toko, atau tempat penjualan lainnya. Hal tersebut menyebabkan pariwisata tidak dapat dievaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai atau dibeli. Oleh karenanya pemasar produk pariwisata akan menghadapi tantangan yang besar karena tempat dan waktu selalu berubah dan memengaruhi kualitas produk.

Salah satu solusi untuk membantu pemasar pariwisata adalah dengan membuat brosur, video, dan berbagai sarana informasi mengenai jenis produk pariwisata yang ditawarkan guna meningkatkan *tangibility* produk tersebut. Pemasaran pariwisata harus mampu menyediakan *branding* yang jelas dan terkelola dengan baik atas produk pariwisata.

- *Perishability*

Produk jasa/layanan pariwisata tidak seperti barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk dijual di kemudian hari. Hal seperti ini menyebabkan industri pariwisata memiliki resiko yang cukup tinggi. Pemasar dalam industri pariwisata harus mengombinasikan beragam kebijakan harga dan promosi dalam usaha menjual produk dalam masa sepi (*off-season*) dan membuat sinkronisasi yang lebih baik antara penawaran dengan permintaan pasar.

Untuk mengantisipasi sifat produk yang *perishability* ini diperlukan usaha pemasar untuk membuat pemasaran produk dan mengelola permintaan pasar yang *smooth* dengan melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Perlu juga menggunakan sistem reservasi terkomputerisasi untuk meramalkan dan menyusun strategi pemasaran jika permintaan ada di bawah rata-rata.

- *Inseparability*

Produk jasa/pelayanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai produk pendukung yang terpisah-pisah. Misalnya mulai dari *tour* dan *travel*, *airlines*, hotel, restoran, dan sebagainya. Hal yang demikian mengandung resiko sebab tiap produk pendukung digerakkan oleh organisasi yang berbeda dan juga memiliki standar kualitas pelayanan yang berbeda.

Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membuat program penjaminan mutu mengingat sifat produk jasa pariwisata menyangkut hubungan interpersonal dimana *performance* karyawan

atau penyedia layanan secara langsung berhubungan dan menentukan tingkat kepuasan dan pengalaman konsumen.

Berdasarkan dimensi pariwisata tersebut, terdapat beberapa solusi untuk tetap memasarkan produk pariwisata yang dapat digunakan. Solusi tersebut akan mengurangi dimensi-dimensi pariwisata yang berbeda dengan produk di pasaran.

b. Aksebilitas

Merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut lintas sektoral, kemudahan dan keefektifan mencapai kawasan. Dengan aksebilitas yang baik, maka wisatawan dapat mengunjungi DTW dengan mudah, sehingga akan menarik wisatawan lebih banyak. Jika wisatawan merasa sulit mengakses atau menuju DTW, maka hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut. Untuk itu diperlukan gerakan untuk melakukan perbaikan masalah aksebilitas agar wisatawan dapat mencapai DTW dengan nyaman.

Pengertian kemudahan aksesblitas menurut Pitana dan Diarta (2009:130) adalah sebagai berikut:

Aksebilitas merupakan mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkannya. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, jalan tol, rel kereta api, dan sejenisnya. Termasuk di dalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan faktor yang sangat penting, baik berupa

perencanaan, perjalanan, penyediaan informasi, dan lain sebagainya.

Kemudahan aksesibilitas akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan, sehingga wisatawan akan mendapatkan kesan yang baik dari tempat wisata tersebut.

c. Kawasan pariwisata

Kawasan wisata memerlukan pengembangan agar tercipta kenyamanan bagi wisatawan, serta menarik minat wisatawan. Kawasan wisata yang rapi, indah serta bersih akan menimbulkan dampak positif bagi kepuasan wisatawan. Pengembangan kawasan pariwisata dimaksudkan untuk:

- 1) Meningkatkan peran serta daerah dan swasta dalam pengembangan pariwisata.
- 2) Memperbesar dampak positif pembangunan.
- 3) Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan.

d. Wisata bahari

Merupakan salah satu jenis produk wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan. Jenis wisata ini memiliki keunggulan komparatif yang tinggi terhadap produk wisata sejenis di luar negeri. Namun wisata bahari ini tidak ada kaitannya dengan pengembangan pariwisata yang di bahas oleh penulis dalam penelitian ini, karena lokasi penelitian berada di tempat wisata dataran tinggi.

e. Produk wisata

Menurut Suwanto (2004:49) produk wisata adalah “keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula”. Pengembangan produk wisata merupakan upaya untuk menampilkan produk wisata yang bervariasi dan mempunyai daya saing yang tinggi. Produk wisata tersebut dapat berupa pengalaman, oleh-oleh, kuliner, tempat wisata, atraksi yang ada di DTW, dan lain sebagainya.

f. Sumber Daya Manusia

Merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata, sumber daya manusia harus memiliki keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk memberi jasa pelayanan pariwisata. Sumber daya manusia memiliki peran yang penting, yakni sebagai pelaku dan penyedia sarana dan prasarana pariwisata itu sendiri, sehingga pengembangan Sumber Daya Manusia akan berpengaruh terhadap proses pengembangan pariwisata. Menurut Suwanto (2004:93) “Untuk dapat menciptakan atau membantu SDM pariwisata yang berkualitas dan sesuai dengan tuntutan perkembangan kepariwisataan nasional, regional, maupun internasional, diperlukan keterlibatan pelaku secara berimbang dan menyeluruh dalam suatu kerangka (*framework*) yang jelas.”

g. Kampanye Nasional Sadar Wisata

Merupakan upaya masyarakat untuk mempromosikan dan memperkenalkan jati diri dan karakteristik daerah dengan beberapa kelebihanannya. Sebagai contoh adalah adanya POKDARWIS (kelompok sadar wisata).

Menurut Suwantoro (2004:19) terdapat beberapa unsur yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan yang meliputi 5 unsur:

1. Objek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Pembangunan objek wisata tersebut harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan.

2. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya, pembangunan

prasarana wisata tersebut mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang nantinya akan menarik wisatawan.

3. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

4. Tata laksana/infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah seperti: sistem pengairan, sumber listrik, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan.

5. Masyarakat/lingkungan

- Masyarakat

Masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat memberikan sosialisasi dan

penyuluhan kepada masyarakat, dengan terbinanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan.

- Lingkungan

Di samping masyarakat, lingkungan alam di sekitar objek wisata juga perlu diperhatikan dengan seksama agar tidak rusak dan tercemar. Perlu adanya upaya menjaga kelestarian lingkungan melalui penegakan berbagai aturan dan persyaratan dalam pengelolaan objek wisata.

- Budaya

Selain lingkungan, budaya masyarakat setempat juga tidak boleh pudar dan tercemar oleh budaya asing tetapi harus ditingkatkan agar menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Kemudian Yoeti (2008:82) menambahkan bahwa sebelum suatu daerah tujuan wisata melakukan promosi pariwisata, maka yang perlu dipersiapkan terlebih dahulu adalah sarana dan prasarana wisata yang memadai. Hal ini diperlukan karena seseorang atau sekelompok orang yang menjadi wisatawan sebelum melakukan perjalanan wisata, ia ingin mengetahui terlebih dahulu apakah daerah tujuan wisata tersebut telah siap menyediakan sarana dan prasarana yang cukup memadai.

a. Sarana pariwisata

Sarana pariwisata adalah fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada wisatawan.

1) Sarana pokok pariwisata

Adalah fasilitas minimal yang harus terdapat pada suatu daerah tujuan wisata. Terdiri dari: hotel atau penginapan, rumah makan.

2) Sarana pelengkap pariwisata

Adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sehingga fungsi sarana pelengkap ini dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan. Adapun yang termasuk dalam sarana ini adalah sarana musholla, olahraga.

3) Sarana penunjang pariwisata

Adalah sarana yang diperlukan untuk menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ke tempat yang dikunjungi. Misalnya, *souvenir*.

b. Prasarana Pariwisata

Menurut Yoeti (2008:83) yang dimaksud dengan prasarana adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan semua manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Dimana dibagi menjadi:

- 1) Prasarana ekonomi: meliputi sistem perbankan, telekomunikasi, listrik, dan sumber air.
- 2) Prasarana sosial: meliputi pelayanan kesehatan, petugas yang langsung melayani wisatawan, faktor keamanan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, yakni promosi, aksesibilitas, pengembangan sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Namun tidak hanya itu saja, pengembangan sarana dan prasarana juga diharapkan dapat dilakukan agar pariwisata dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Strategi pengembangan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun masyarakat setempat mengembangkan obyek wisata akan berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung.

Kemudian Sammeng (2001:258) menjelaskan tentang perbedaan strategi pengembangan pariwisata dilihat dari paradigma lama dan paradigma baru.

Tabel 3
Strategi Pengembangan Pariwisata

Paradigma Lama	Paradigma Baru
1. Membangun tanpa rencana	1. Rencana dulu baru membangun
2. Dikendalikan oleh proyek	2. Dikendalikan oleh konsepsi
3. Hanya rencana kawasan	3. Rencana induk regional
4. Pembangunan terpecah	4. Pembangunan terkonsentrasi
5. Membangun di luar kawasan yang ada	5. Membangun dalam kawasan yang ada
6. Pembangunan intensif pada kawasan yang berparonama indah	6. Konservasi kawasan yang berpanorama indah
7. Membangun baru dan menambah kapasitas	7. Renovasi yang lama dan memanfaatkan kapasitas secara optimal
8. Membangun secara spekulatif	8. Menetapkan batas yang pasti
9. Mengembangkan pariwisata dimana-mana	9. Membatasi pada tempat yang sesuai dan sudah tersedia dukungan lokal
10. Pengembang dari luar	10. Pengembang lokal
11. Rekrut tenaga kerja dari luar	11. Memanfaatkan tenaga kerja lokal
12. Hanya pertimbangan ekonomi	12. Berdasar pertimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan
13. Pertanian menurun dan hanya beralih ke pariwisata	13. Pertanian bertambah maju bersama pariwisata
14. Masyarakat menanggung biaya sosial	14. Pengembangan menanggung biaya sosial
15. Memihak kendaraan pribadi	15. Memihak angkutan umum
16. Hambatan alam dan bangunan bersejarah digusur	16. Hambatan alam dan bangunan bersejarah dipertahankan
17. Arsitektur dari luar	17. Arsitektur lokal

Sumber: Sammeng (2001:258)

Berdasarkan pemaparan Sammeng tersebut, terlihat bahwa banyak sekali perbedaan antara paradigma lama dan paradigma baru yang keseluruhannya menjadi lebih baik. Kebanyakan pengembangan pariwisata pada paradigma baru mendukung bagi pembangunan ekonomi lokal serta mementingkan masalah lingkungan. Sumber Daya Manusia yang digunakan diambil dari lokal pula.

3. Faktor – Faktor Pendorong Pertumbuhan Pariwisata

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pariwisata berkembang menjadi sebuah industri yang besar, salah satunya adalah perkembangan jumlah wisatawan. Berikut adalah faktor-faktor yang menggerakkan orang-orang melakukan perjalanan wisata, antara lain (Yoeti, 2008:10):

1) *Three 'T' Revolution*

- *Transportation Technology*

Adanya kemajuan dalam transportasi mempermudah pergerakan wisatawan bahkan ke tempat yang sangat jauh sekalipun, terutama pada kemajuan teknologi penerbangan.

- *Telecommunication*

Munculnya teknologi komputer digital yang dapat menciptakan *one touch system* memberi kemudahan orang-orang memperoleh informasi dari seluruh penjuru dunia. Hal ini membuat promosi pariwisata mudah mencapai target pasar yang akhirnya akan mendorong orang-orang melakukan perjalanan wisata ke seluruh dunia. Selain itu, pada zaman yang semakin modern seperti sekarang, wisatawan dapat dengan mudah mengakses kebutuhan akomodasi selama di tempat pariwisata.

- *Tourism and Travel*

Terjadinya kemajuan yang dialami kedua 'T' tersebut di atas, menciptakan *Mass Tourism*, yang mampu menggerakkan orang-orang dalam ruang lingkup global untuk melakukan perjalanan wisata. Untuk itu, dapat diperkirakan bahwa jumlah wisatawan akan terus meningkat.

- *Hybrid*

Pada waktunya nanti, orang-orang akan melakukan perjalanan dengan pola baru. Yakni para peserta MICE (*Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition*) akan membawa serta keluarga, karena perjalanan bisnisnya digabung dengan kesempatan liburan keluarga sehingga kebanyakan dari mereka akan memperpanjang waktu kunjungan di tempat MICE diselenggarakan.

- *Leisure Time*

Semakin panjang waktu senggang yang tersedia dapat digunakan untuk berlibur, maksudnya adalah adanya hari libur yang panjang sehingga membuat wisatawan dapat merencanakan liburannya dengan baik.

- *Discretionary Income*

Meningkatnya tabungan keluarga sebagai akibat meningkatnya jumlah uang yang kalau dikeluarkan (dibayarkan atau dibelanjakan) tidak akan mengganggu keperluan keluarga sehari-hari.

- *Paid Vacations*

Sekarang ini semakin banyak perusahaan yang memberikan tunjangan berupa uang cuti kepada karyawannya untuk keperluan berlibur, disamping uang THR (Tunjangan Hari Raya).

- *Status and Prestige Motivations*

Motivasi ini bersifat sangat emosional, karena mendorong seseorang unyuk menjaga prestisenya agar dianggap mampu atau lebih dari orang lain.

Dengan adanya faktor – faktor tersebut di atas, maka hal tersebut akan mempengaruhi pertumbuhan jumlah wisatawan. Dengan bertambahnya jumlah wisatawan, maka pariwisata juga akan semakin berkembang. Tidak hanya pariwisata, pertumbuhan jumlah wisatawan akan berdampak pada perekonomian warga sekitar.

4. Dampak Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pastinya akan membawa berbagai dampak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Sammeng (2001:199) dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Sengaja kata dampak itu terlebih dahulu diperjelas berdasarkan sumber baku (kamus), karena ada kecenderungan mengartikan kata dampak hanya dari segi pengaruh negatif. Padahal kata dampak mengandung pengaruh positif dan pengaruh negatif.

Menurut Sammeng (2001:199-258) dampak pengembangan pariwisata dilihat kontribusinya antara lain sebagai berikut:

a) Ekonomi

Seperti halnya dengan sektor industri lainnya, industri pariwisata juga berpengaruh terhadap perekonomian di daerah atau negara tujuan wisata. Besar kecilnya pengaruh itu berbeda antara satu daerah dan daerah lainnya atau antara negara dengan negara lainnya. Akan tetapi, betapapun kecilnya atau besarnya pengaruh itu secara ekonomis dapat digolongkan ke dalam kelompok – kelompok di bawah ini:

1) Pendapatan

Pariwisata dipandang sebagai penghasil valuta asing berupa export maya (*invisible export*), karena kemampuannya menghasilkan valuta asing melalui pembelanjaan wisatawan mancanegara. Selain dampak positif tersebut, terdapat dampak negatif yang perlu diwaspadai dalam pengembangan pariwisata di bidang ekonomi khususnya yang berkaitan dengan pendapatan (*income*), yakni ketergantungan yang terlalu besar pada wisatawan mancanegara. Selain itu kegiatan pariwisata juga mendorong meningkatnya harga – harga yang diberlakukan kepada wisatawan mancanegara maupun dalam negeri tanpa proses tawar menawar yang diberlakukan pula pada masyarakat lokal.

2) Lapangan Pekerjaan

Industri pariwisata masuk ke dalam kategori padat karya, hal ini dikarenakan kemampuan menciptakan lapangan kerja yang (cukup) besar, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga

kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga tak berketerampilan (*unskilled*) sampai dengan setengah trampil dan trampil, bahkan sampai dengan tingkat eksekutif. Dikarenakan hal tersebut, maka banyak pemerintah yang sangat kuat mendorong pengembangan pariwisata karena melihat kemampuan industri pariwisata membuka lapangan kerja baru. Penciptaan lapangan pekerjaan dibagi menjadi tiga kelompok: lapangan kerja langsung (semua pekerjaan yang tersedia untuk melayani wisatawan dalam perjalanan), lapangan kerja tidak langsung (pariwisata mencakup bidang yang sangat luas, yakni dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, sampai dengan sektor industri manufaktur dan industri jasa), lapangan kerja ikutan (lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada industri pariwisata).

Dengan demikian, lapangan kerja yang dapat tercipta secara langsung dan tidak langsung oleh kegiatan pariwisata mencakup jenis yang sangat luas seperti yang diutarakan pada tabel berikut:

Tabel 4
Penciptaan Lapangan Kerja Pariwisata

Langsung	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 	Pemasok (<i>supplier</i>) Bengkel Kamera dan film Peta, buku-buku panduan Pertokoan/mall Peristiwa olah raga Bank Sistem pemasaran Klub mobil

Langsung	Tidak Langsung
<ul style="list-style-type: none"> • Mobil sewaan • Bus wisata <p>Daya Tarik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budaya • Buatan • Alam <p>Makan Minum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restoran • Kafe • Bar dan pub <p>Biro perjalanan Agen perjalanan Portir Cenderamata</p>	Tempat-tempat pertunjukan Museum Real estate Pengemasan Pabrik mobil/pesawat Pabrik pakaian jadi Jaringan komunikasi Lembaga diklat Pembuat makanan kaleng Media periklanan Percetakan Pertanian Perkebunan Peternakan Perikanan

Sumber: *World Travel and Tourism* yang dikutip oleh Sammeng (2001:205)

Berbeda dengan industri lainnya, keberhasilan industri pariwisata di manapun juga amat ditentukan oleh sumber daya manusia pariwisata. Keterampilan dan sikap para tenaga yang bekerja langsung pada usaha-usaha pariwisata adalah hal-hal utama yang akan dicatat oleh wisatawan untuk dijadikan bahan pertimbangan berwisata kembali. Keterampilan dan sikap tersebut pada dasarnya meliputi: (1) sikap berkomunikasi dengan pelanggan (*customer relation*), (2) keterampilan memberikan informasi (*information skills*), dan (3) kemampuan berbahasa asing (*foreign language skills*).

3) Neraca pembayaran (*Balance of Payment*)

Defisit neraca pembayaran pariwisata ini perlu mendapatkan perhatian, agar secara berangsur-angsur dapat diperkecil sampai pada posisi sekurang-kurangnya tidak defisit lagi (berimbang). Kalau neraca pembayaran pariwisata terus menerus mengalami defisit,

berarti pariwisata menggerogoti devisa yang dihasilkan oleh sektor lain. Atau dengan kata lain pariwisata menjadi parasit secara perlahan-lahan akan memperlemah perekonomian negara yang bersangkutan. Untuk itu diperlukan pemerintah dan para pengusaha pariwisata secara bersama mengupayakan dengan sungguh – sungguh agar neraca pembayaran berada pada posisi surplus.

4) Investasi

Kegiatan pariwisata seperti halnya dengan kegiatan bisnis lainnya memerlukan prasarana dan sarana serta fasilitas umum. Semua itu memerlukan investasi. Kalau suatu daerah tujuan kawasan wisata sudah maju, maka investasi yang diperlukan terutama berupa biaya pemeliharaan. Dengan demikian tujuan atau kawasan wisata akan lebih menarik untuk dikunjungi sehingga dapat lebih bersaing dengan wilayah pariwisata lainnya.

Keperluan dana investasi untuk membiayai pemeliharaan dan penambahan prasarana dan fasilitas umum tersebut biasanya dapat diperoleh dari hasil kegiatan daerah tujuan atau kawasan wisata yang sudah berkembang atau maju. Lain halnya apabila suatu daerah tujuan atau kawasan wisata yang baru, diperlukan biaya investasi awal yang besar. Keperluan dana investasi akan dimulai dengan biaya studi untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh suatu daerah yang akan dikembangkan

5) Pemerataan

Seorang wisatawan dalam kunjungannya ke suatu tempat akan memerlukan segala sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Seperti makanan, minuman, transportasi, informasi, komunikasi, tempat istirahat, tempat *souvenir*, dan lain sebagainya. Untuk mendapatkan keperluan – keperluan tersebut, seorang wisatawan akan mengeluarkan dana.

Bagaimanapun bentuk distribusi pengeluaran wisatawan, dikarenakan bisnis pariwisata adalah “*resource-based*” maka mengkonsumsinya harus di tempat. Dengan demikian, konsumen produk-produk wisata harus datang ke tempat penjualannya. Produk-produk wisata itu sendiri dihasilkan oleh atau milik masyarakat setempat.

Berhubung produk-produk wisata tersebut terpencah di beberapa kawasan, maka pengeluaran wisatawan terjadi pula di tempat-tempat yang terpencah. Itulah sebabnya pariwisata adalah wahana yang paling tepat untuk memencarkan pendapatan ke seluruh pelosok. Selain itu, karena pendapatan itu diterima langsung oleh masyarakat sebagai penyedia produk-produk wisata, maka pariwisata pada hakekatnya merupakan sektor kegiatan yang paling ampuh untuk pemerataan.

b) Agama dan Budaya

Dampak dari pengembangan sektor pariwisata di bidang agama dan budaya adalah untuk menggali atau menggalakkan kembali warisan yang

terabaikan. Dengan ketertarikan wisatawan kepada manifestasi budaya setempat yang dianggap masih asli, maka sesungguhnya hal tersebut merupakan faktor positif bagi pelestarian nilai – nilai budaya.

c) Lingkungan

Dampak negatif kegiatan pariwisata terhadap lingkungan alam, terutama disebabkan arus wisatawan yang mencapai jumlah yang amat banyak. Hal ini akan menyebabkan kualitas air dan udara akan tercemar, banyaknya sampah dan limbah air yang kotor, serta keanekaragaman hayati akan menurun akibat terdesak oleh pengunjung yang semakin berjubel.

Pitana dan Diarta (2009:184) menjelaskan secara lebih rinci dampak positif serta dampak negatif pengembangan pariwisata, diantaranya adalah:

1. Dampak ekonomi pariwisata

Menurut Cohen yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:185) dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yaitu:

- Dampak terhadap penerimaan devisa
- Dampak terhadap pendapatan masyarakat
- Dampak terhadap kesempatan kerja
- Dampak terhadap harga-harga
- Dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan
- Dampak terhadap kepemilikan dan *control*
- Dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan
- Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Berikut adalah dampak positif pariwisata bagi ekonomi:

- Ada banyak dampak positif pariwisata bagi perekonomian, diantaranya adalah sebagai berikut (Leiper dalam Pitana dan Diarta (2009:185)):

- 1) Pendapatan dari penukaran valuta asing
- 2) Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri
- 3) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata
- 4) Pendapatan pemerintah
- 5) Penyerapan tenaga kerja
- 6) *Multiplier effects*
- 7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal

Sedangkan menurut WTO dalam Pitana dan Diarta (2009:188) dampak positif pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya permintaan akan produk pertanian lokal.

Bagi daerah tujuan wisata yang sudah mengintegrasikan pembangunan pariwisata dengan pembangunan pertaniannya, permintaan akan produk pertanian berarti kesempatan emas bagi petani lokal untuk menyuplai dan memproduksi hasil pertanian yang diinginkan.

2. Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif.

Dalam beberapa kasus, keberadaan pariwisata mampu meningkatkan nilai tanah/lahan, terlebih bagi lahan pertanian yang subur. Solusinya, pembangunan fasilitas pariwisata menyasar daerah atau lahan yang kurang bernilai ekonomi tinggi, kurang produktif, lahan kering, dan sejenisnya. Hal ini akan membantu pengembangan daerah, yang sebelumnya kurang bernilai ekonomi kemudian menjadi lebih

bermanfaat dibanding jika harus memakai lahan pertanian yang subur.

3. Menstimulasi minat dan permintaan akan produk eksotik dan tipikal bagi suatu daerah atau negara.
4. Meningkatkan jumlah dan permintaan akan produk perikanan dan laut.
5. Mendorong pengembangan wilayah dan penciptaan kawasan ekonomi baru.
6. Menghindari konsentrasi penduduk dan penyebaran aktivitas ekonomi.
7. Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah.

Lokasi objek wisata yang menyebar ke daerah pinggiran memerlukan infrastruktur (jalan, rel kereta api, sarana komunikasi, air bersih, listrik, gas, dan sebagainya) untuk mendukungnya. Hal ini merupakan manfaat balik dari kegiatan pariwisata sebab pendapatan dari pariwisata dimanfaatkan untuk membangun fasilitas penunjang. Infrastruktur ini sebagian dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk memperlancar kegiatan ekonomi di luar sektor pariwisata. Dengan begitu masyarakat lokal pun dapat ikut menikmati infrastruktur dengan kualitas internasional.

8. Manajemen pengelolaan sumber daya sebagai sumber *revenue* bagi otoritas lokal.

- Terdapat banyak pula dampak negatif dari adanya pariwisata terhadap perekonomian. Dampak tersebut adalah sebagai berikut (Mathieson dan Wall dalam Pitana dan Diarta(2009:191)):

- 1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata
Beberapa daerah tujuan wisata sangat menggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Sebagaimana diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu. Ada kalanya isu yang tidak menguntungkan (teror, penyakit, konflik, dan lain sebagainya) akan memengaruhi minat wisatawan untuk pergi berwisata ke daerah tersebut. Akibatnya, kegiatan ekonomi juga mengalami penurunan tajam akibat proporsi terbesar di sumbangkan dari aktivitas pariwisata. Begitu pariwisata mengalami penurunan, langsung atau tidak hal itu akan menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi secara berantai.
- 2) Meningkatkan angka inflasi dan meroketnya harga tanah
Perputaran uang dalam aktifitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu laju inflasi. Disisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut sampai harga yang tidak masuk akal.
- 3) Meningkatnya kecenderungan untuk mengimpor bahan-bahan yang diperlukan dalam pariwisata sehingga produk lokal tidak terserap
Hal ini disebabkan karena wisatawan sebagai konsumen datang dari belahan geografis dengan pola makan dan menu yang jauh berbeda dengan masyarakat lokal. Mereka juga memiliki gaya hidup dan kebiasaan yang sangat berbeda sehingga kebutuhannyapun sangat berbeda. Daerah tujuan wisata, walaupun mampu memproduksi produk-produk tertentu dengan kualitas yang cukup baik namun bila tidak sesuai dengan selera dan kebutuhan wisatawan maka tidak akan mendapatkan manfaat dari keberadaan pariwisata. Hotel, restaurant, toko, dan sebagainya terpaksa mengimpor produk luar negeri dan kemudian memajang produk tersebut untuk memenuhi permintaan wisatawan.
- 4) Sifat pariwisata yang musiman, tidak dapat diprediksi dengan tepat, menyebabkan pengembalian modal investasi juga tidak pasti waktunya
Tidak sepanjang tahun wisatawan datang mengunjungi daerah tujuan wisata. Selain karena mereka juga bekerja di negaranya, pertimbangan geografis, cuaca, waktu, biaya dan sebagainya memengaruhi keputusan seseorang untuk berwisata. Pariwisata kelihatan hidup pada bulan-bulan tertentu (musiman) sehingga pendapatan dari kegiatan ekonomi pariwisata juga mengalami

fluktuasi. Konsekuensinya, pengembalian modal investasi juga tidak dapat dipastikan waktunya.

- 5) Timbulnya biaya-biaya tambahan lain bagi perekonomian setempat Hal ini berhubungan dengan degradasi alam, munculnya limbah yang besar, polusi, transportasi, dan sebagainya yang memerlukan biaya untuk memperbaikinya.

2. Dampak Sosial Budaya Pariwisata

Menurut Richardson dan Fluker yang dikutip oleh Pitana dan Diatra (2009:195) dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya di daerah tujuan wisata antara lain adalah:

- 1) Dampak terhadap struktur populasi
- 2) Transformasi struktur mata pencaharian
- 3) Transformasi tata nilai
 - Efek peniruan (*demonstration effect*)
 - Marginalisasi
 - Komodifikasi kebudayaan
- 4) Dampak pada kehidupan sehari-hari
 - Terlalu sesaknya orang
 - Kemacetan lalu lintas
 - Penggunaan infrastuktur berlebihan
 - Kehilangan kegunaan dan manfaat sosial tanah
 - Kehilangan manfaat dan usaha lain
 - Polusi desain arsitektur
 - Kejahatan terhadap wisatawan
 - Kejahatan oleh wisatawan

Sedangkan menurut WTO yang dikutip oleh Pitana dan Diatra (2009:200) dampak sosial budaya adanya pariwisata adalah:

1) Dampak sosial

- Diferensiasi struktur sosial
- Modernisasi keluarga
- Memperluas wawasan dan cara pandang masyarakat terhadap dunia luar

2) Dampak budaya

- Berkembang atau hilangnya kebudayaan lokal
- Perlindungan atau perusakan terhadap cagar budaya
- Perlindungan atau perusakan kontur alam
- Perlindungan atau perusakan monumen bernilai sejarah
- Polusi terhadap keberadaan arsitektur tradisional

3. Dampak pariwisata terhadap lingkungan

Menurut Richardson dan Fluker dalam Pitana dan Diarta (2009:204) dampak pariwisata terhadap lingkungan diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Dampak dari penggunaan alat transportasi
- 2) Dampak dari pembangunan fasilitas pariwisata
- 3) Dampak dari pengoperasian industri pariwisata
 - Tekanan terhadap sumber daya alam
 - Perusakan habitat kehidupan liar
 - Polusi dan pencemaran limbah lainnya

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian (riset) ilmiah adalah kegiatan untuk mencari kebenaran akan suatu masalah. Penelitian merupakan usaha untuk menemukan, mengembangkan, serta melakukan klarifikasi suatu peristiwa atau suatu pengetahuan dengan memaknai metode – metode penelitian untuk menentukan tingkat keberhasilan penelitian. Menurut Sugiyono (2010:3) “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dengan demikian metode penelitian merupakan hal yang harus diperhatikan agar penelitian bisa berjalan lancar serta tepat sasaran.

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta landasan teori peneliti berusaha menggambarkan kondisi pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi lokal masyarakat Desa Oro – Oro Ombo Kota Batu. Untuk itu, jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan, untuk melihat situasi dan kondisi tersebut.

Adapun pengertian dari jenis penelitian deskriptif adalah pendekatan yang bertujuan untuk melihat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat populasi tertentu (Usman dan Akbar, 2003:4). Sedangkan menurut Dunn (2003:86) jenis penelitian deskriptif adalah menjelaskan dan atau meramalkan sebab – akibat pilihan – pilihan

kebijaksanaan. Penggunaan jenis penelitian deskriptif memiliki maksud agar peneliti dapat mendeskripsikan mengenai pembangunan ekonomi pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Silalahi (2009:77) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata – kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

Penggunaan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dipandang lebih mendukung tujuan penulis, yakni untuk memperoleh gambaran mengenai pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu. Hal tersebut dikarenakan data yang nantinya diperoleh bersumber dari data asli yang terdapat di lapangan yang diambil dengan cara wawancara, dokumentasi, serta observasi. Adapun data yang berupa angka hanya bersifat sebagai data pendukung saja. Setelah mendapatkan data, maka akan dianalisa menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan kejelasan atas masalah yang dibahas.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian, karena fokus penelitian merupakan alat untuk menjawab rumusan masalah dalam suatu penelitian. Menurut Spradley dalam Sugiyono (2014:208)

fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait situasi sosial. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus kajian dalam penelitian adalah:

1. Pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo:
 - a. Promosi bagi pengembangan pariwisata
 - b. Peningkatan kualitas aksesibilitas
 - c. Pengembangan kawasan wisata
 - d. Pengembangan produk wisata
 - e. Pengembangan Sumber Daya Manusia
 - f. Pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata
2. Dampak pengembangan pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo:
 - a. Dampak positif:
 - 1) Peningkatan Pendapatan masyarakat dari usaha atau bisnis pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo
 - 2) Ketersediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo
 - 3) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif
 - 4) Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah
 - b. Dampak negatif:
 - 1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata
 - 2) Peningkatan harga barang dan tanah

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak atau tempat dimana penelitian dilakukan oleh penulis. Lokasi penelitian merupakan salah satu unsur dari penelitian yang paling penting, karena lokasi penelitian mencakup keseluruhan wilayah atau daerah tempat fenomena dapat didokumentasikan dan diteliti. Dengan ditetapkannya lokasi penelitian, berarti objek dan tujuan telah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi penelitian berada di wilayah tertentu atau lembaga tertentu dalam masyarakat. Menurut Nasution (2003:43) lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat, dan kegiatan yang dapat diobservasi.

Pemilihan lokasi penelitian harus memenuhi syarat – syarat diantaranya:

1) Sesuai dengan substansi penelitian yang diteliti; 2) Mampu menyediakan *entry*, lokasi penelitian dapat memberikan data yang cukup sehubungan dengan permasalahan yang akan diteliti; 3) Dapat menerima kehadiran peneliti.

Mengingat bahwa pokok – pokok bahasan utama dari penelitian ini mengenai pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, maka untuk memperoleh data yang relevan ditentukan lokasi penelitian berada di Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu, dan situs penelitian di Desa Oro – Oro Ombo, Kantor Desa Oro-Oro Ombo, serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Batu. Alasan pemilihannya adalah : (1) Desa Oro – Oro Ombo adalah salah satu desa dengan pariwisata yang sangat beragam, mulai pariwisata buatan hingga alami, (2) selain itu

masyarakat sekitar desa Oro-Oro Ombo juga memiliki berbagai usaha untuk mengembangkan perekonomian mereka, (3) Pembangunan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo tidak hanya menimbulkan dampak positif saja, tapi juga negatif.

D. Sumber dan Jenis Data Penelitian

Arikunto (2002:107) mengartikan sumber data sebagai subjek darimana data diperoleh. Data dapat bersumber dari dalam organisasi yang disebut sebagai sumber data *intern* serta luar organisasi yang disebut sebagai sumber data *ekstern*. Silalahi (2009:289) menyatakan bahwa sumber data *ekstern* dibedakan atas sumber data primer dan sumber data sekunder yang akan memudahkan peneliti untuk memilih metode pengumpulan data yang tepat guna dan hasil guna dan memudahkan melakukan pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber dan jenis data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer ialah suatu objek atau dokumen original ataupun material mentah dari pelaku yang disebut "*first hand information*" data yang berasal dari sumber asli ataupun yang pertama, data tersebut dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi (Silalahi, 2009:289). Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan atau dari masyarakat. Data primer tidak tersedia dalam bentuk yang terkompilasi atau dalam bentuk file – file, untuk itu data harus dicari melalui narasumber

atau dalam istilah teknisnya adalah responden. Responden dalam penelitian ini adalah:

1. Bapak Syaiful Rochani, SP Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
2. Bapak MA, pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
3. Bapak Wiweko, Kepala Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu
4. Bapak Trisno Aji, Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu
5. Ibu Yayuk Sulistyawati, pedagang kaki lima di sekitar daerah wisata Desa Oro-Oro Ombo
6. Bapak Kasiadi, salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo
7. Bapak Kusmiaji, salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo
8. Ibu Rini, salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo
9. Bapak Tamin, warga desa Oro-Oro Ombo sekaligus karyawan *Batu Night Spectacular*
10. Irviandi Ramadhani, Wisatawan dari Kalimantan Timur
11. Rizqy Afdhali, Wisatawan dari Malang
12. Abdillah Majdi, Wisatawan dari Bangil
13. I Gusti Ratu Ayu, Wisatawan dari Bali

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber – sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber data sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang material original yang mana data primer juga dapat disebut “*second hand information*” (Silalahi, 2009:291).

Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dengan cara menggunakan dan mempelajari literatur buku – buku yang ada untuk mencari konsepsi dan teori yang berhubungan dengan penelitian. Selain itu, dapat pula diacri dengan melihat catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, *legger*, agenda, dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data dari fenomena empiris (Silalahi, 2009:291). Pelaksanaan yang ada dalam langkah ini adalah langkah lanjutan dari agenda yang telah disusun. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2014:224). Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan, observasi dan penelusuran dokumen. Informan adalah orang yang dianggap tepat dan mampu serta dapat dipercaya untuk memberikan data dan informasi guna mengungkap suatu fenomena. Dengan demikian peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data demi menunjang penelitian ini, antara lain:

1. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data yang efektif ialah dengan cara melakukan wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan bertanya langsung kepada informan. Esterberg dalam Sugiyono (2014:231) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam.

Sedangkan Usman dan Akbar (2003:57) menyatakan bahwa wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung yang mana berguna untuk mendapatkan data di tangan pertama (primer), pelengkap teknik pengumpulan lainnya dan menguji hasil pengumpulan data lainnya. Daymon dan Holloway (2008:258) menyebutkan bahwa wawancara merupakan sebetuk kumpulan data yang bermanfaat, sebab wawancara memungkinkan peneliti menyelidiki persepsi dan perspektif berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan publik.

Dalam penelitian ini, wawancara tersebut ditujukan kepada beberapa responden. Responden terdiri dari yang terpilih karena sifatnya yang khas. Biasanya mereka memiliki dan mendalami situasi dan mereka lebih mengetahui informasi yang lebih diperlukan (Daymon dan Holloway 2008:313). Maka responden dalam penelitian ini adalah: (1) Kepala Desa

Oro – Oro Ombo; (2) Sekretaris Desa Oro – Oro Ombo; (3) Pemilik *homestay*; (4) Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo; (5) Wisatawan yang berkunjung ke Desa Oro – Oro Ombo; dan (6) Staff/pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala – gejala yang diteliti serta merupakan proses yang kompleks yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Nasution dalam Sugiyono (2014:226) mendefinisikan observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan peneliti (Usman dan Akbar, 2003:54)

Kata lain dari metode observasi yaitu pengamatan. Istilah dari pengamatan itu sendiri adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memahami dan mencatat secara sistematis gejala – gejala yang diselidiki. Ada dua indera yang sangat vital dalam melakukan pengamatan, yakni mata dan telinga. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada desa Oro – Oro Ombo serta kondisi masyarakatnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah ada (Sugiyono, 2014:240). Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti – bukti

dalam arti luas meliputi segala hal yang terkait dengan bukti tertulis, baik berupa angka maupun aksara: bukti yang tergambar baik berupa tulisan, foto, dan simbol. Sedangkan dalam arti sempit yang dimaksud dengan dokumentasi adalah bukti yang tertulis saja. Pengumpulan dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data – data yang telah tersedia baik dari internet, majalah, dan sumber – sumber lain yang mendukung dalam melakukan penelitian. Teknik dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang tidak bisa diperoleh melalui teknik wawancara dan juga berfungsi sebagai informasi tambahan dalam proses penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka mencapai tujuan penelitian dan memecahkan masalah. Penggunaan instrumen penelitian dalam pengumpulan data sangat berhubungan erat dengan jenis metode yang digunakan. Untuk mengumpulkan data dengan satu metode yang digunakan atau lebih instrumen demikian pula sebaliknya, satu instrumen dapat digunakan untuk lebih dari satu metode.

Di bawah ini disajikan pasangan metode dengan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

Tabel 5
Pasangan Metode dengan Instrumen Penelitian Data

No.	Jenis Metode	Jenis Instrumen
1.	Wawancara (<i>interview</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pedoman Wawancara (<i>interview guide</i>)
2.	Observasi (pengamatan)	<ul style="list-style-type: none"> • Lembar Pengamatan • Panduan Observasi
3.	Dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> • Catatan Lapang (<i>field note</i>)

Sumber: Kusmayadi dan Endar Sugiarto (2000:85)

Dari daftar di atas, peneliti menggunakan instrumen penelitian sebagai berikut:

1. Pedoman wawancara (*interview guide*), yaitu pedoman dalam melakukan wawancara yang dapat berupa daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan penelitian. Pedoman wawancara berguna dalam mengarahkan peneliti dalam pengumpulan data terutama dalam melakukan wawancara.
2. Catatan lapang adalah catatan yang dibuat peneliti sewaktu melihat fenomena tertentu pada lapangan.

Selain kedua instrumen di atas, ada beberapa instrumen lain yang akan digunakan dalam penelitian ini, yakni: 1) peneliti sendiri sebagai instrumen kunci dengan menggunakan panca indra untuk menyaksikan dan mengamati kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan penelitian ini, 2) perangkat penunjang yang meliputi buku catatan lapangan dan alat tulis menulis yang digunakan untuk mencatat apa yang didengar, dilihat, dialami dan pikirkan

dalam rangka pengumpulan data di lapangan. Sebagai pelengkap dari catatan lapangan maka peneliti juga memanfaatkan *smartphone* dengan *tape recorder*, agar mudah dalam mengulang ingatan tentang kondisi lapangan dan jalannya wawancara selain itu, peneliti juga menggunakan kamera untuk mendokumentasikan.

G. Analisis Data

Matt Holand dalam Daymon dan Holloway (2008:367) mengartikan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses sistematis yang berlangsung terus – menerus, bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap, setelah data terkumpul kemudian dilakukan pengelompokan data secara rinci sehingga data yang telah ada bisa dipilah – pilah. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis data kualitatif model Miles, Huberman dan Saldana (2014), untuk menganalisis data hasil penelitian secara interaktif dan berlangsung secara terus – menerus sampai tuntas dengan tiga analisis. Analisis data tersebut dengan tiga langkah yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Komponen – komponen analisis data model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014:12) dijelaskan sebagai berikut:

1. *Data Collection* (pengumpulan data)

Datacollection merupakan aktivitas mengumpulkan data sesuai dengan jenis dan sifat data yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan, wawancara dengan informan, serta dokumentasi data sekunder.

2. *Data Condensation* (kondensasi data)

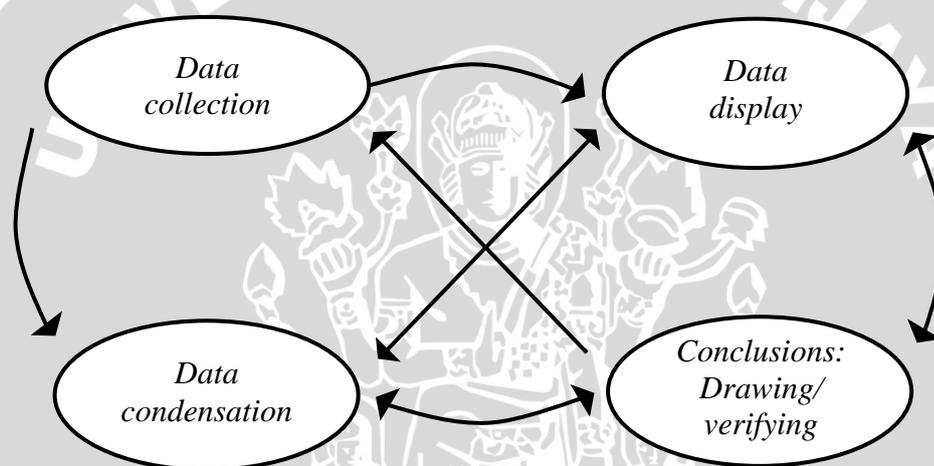
Kondensasi data diartikan sebagai proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang didapat dari lapangan. Kondensasi data berlangsung terus – menerus selama penelitian bahkan sebenarnya kondensasi data dapat dilakukan sebelum data terkumpul secara menyeluruh. Kondensasi data diartikan dengan cara, data yang diperoleh di lokasi penelitian dituangkan dalam uraian atau laporan secara lengkap dan rinci. Laporan lapangan disederhanakan, dirangkum, dipilih hal – hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya. Hal ini dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian dan pada tahap analisis data yang lain yaitu penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

3. *Data display* (penyajian data)

Penyajian data diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun untuk memudahkan peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian – bagian tertentu dari penelitian. Dengan melihat penyajian – penyajian data, maka dapat diketahui dan dipahami apa yang sedang terjadi dan dapat mengambil langkah selanjutnya untuk melakukan analisis berdasarkan penyajian – penyajian data tersebut. Bentuk penyajian dalam penelitian ini berupa teks uraian.

4. *Conclusion: drawing/verifying* (menarik kesimpulan atau verifikasi)

Penarikan kesimpulan merupakan verifikasi data yang dilakukan secara terus menerus selama kegiatan penelitian dilakukan. Verifikasi dilakukan sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data guna mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal – hal yang terjadi dalam penelitian dan selanjutnya data – data yang diperoleh harus ditinjau ulang untuk mendapatkan data yang valid.



Gambar 2
Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif
Sumber : Miles, Huberman, dan Saldana (2014:33)

Gambar tersebut menyebutkan pola hubungan antara keempat komponen analisis data model interaktif. Terlihat bahwa komponen pertama yang harus dilakukan peneliti adalah mengumpulkan data (*data collection*). Selanjutnya data yang didapat disajikan dan diseleksi atau disederhanakan untuk kemudian ditarik kesimpulan, verifikasi tersebut dapat dilakukan baik ketika di lapangan maupun ketika sudah pada tahap akhir penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Batu

a. Sejarah Kota Batu

Pada awal keberadaannya Kota Batu masih merupakan kecamatan dalam lingkup wilayah Pemerintahan Kabupaten Malang. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang No. 12 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten dalam Lingkungan Provinsi Jawa Timur, Batu masih merupakan kecamatan dalam lingkupan wilayah Pemerintahan Kabupaten Malang. Melihat perkembangan Kota Batu yang semakin baik, Pada tahun 1993 Kecamatan Batu berubah status menjadi Kota Administrasi berdasarkan Peraturan Pemerintahan No. 12 Tahun 1993 tentang Pembentukan dan Kota Administratif Batu dalam wilayah Kabupaten Malang, yang meliputi 3 wilayah Kecamatan, yakni Kecamatan Batu, Bumiaji, dan Junrejo.

Seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2001 berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Batu yang disahkan oleh Presiden Republik Indonesia tanggal 21 Juni 2001, status Kota Batu berubah dari Kota Administratif menjadi daerah otonom Kota Batu. Pada tanggal 17 Oktober 2001, Kota Batu secara resmi disahkan sebagai daerah otonom yang terpisah dari Kabupaten Malang meliputi Kecamatan Batu, Bumiaji, dan Junrejo yang terdiri dari 20

desa dan 4 kelurahan. Sebagai daerah otonom yang masih baru, Kota Batu telah memiliki tugas serta tantangan dalam mengembangkan daerahnya terutama di era otonomi daerah.

b. Visi Misi Kota Batu

Visi kota batu tahun 2012-2017

Visi yang ingin dicapai Kota Batu dari tahun 2012 hingga 2017 adalah sebagai berikut:

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.

Misi kota batu

Dalam rangka pencapaian visi Kota Batu, misi yang harus dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas hidup antar umat beragama;
2. Reformasi birokrasi dan tata kelola pemerintahan;
3. Mengembangkan pertanian organic dan perdagangan hasil pertanian organic;
4. Meningkatkan posisi peran serta dari kota sentra pariwisata menjadi kota kepariwisataan internasional;
5. Optimalisasi investasi daerah;
6. Peningkatan kualitas pendidik dan lembaga pendidikan

7. Peningkatan kualitas pelayanan kesehatan;
8. Pengembangan infrastruktur (sektor fisik) khususnya perkantoran pemerintah, fasilitas publik, prasarana dan sarana lalu lintas;
9. Meningkatkan penyelenggaraan pemerintah desa, guna peningkatan pelayanan kepada masyarakat;
10. Menciptakan stabilitas dan kehidupan politik di kota batu yang harmonis dan demokratis;
11. Pemberdayaan masyarakat melalui koperasi dan UKM.

c. Keadaan Geografis Kota Batu

Kota Batu terbagi menjadi 2 bagian utama yaitu daerah lereng/bukit dengan proporsi lebih luas dan daerah dataran. Secara astronomis, Kota Batu terletak pada posisi $122^{\circ}17'$ - $122^{\circ}57'$ Bujur Timur dan $7^{\circ}44'$ - $8^{\circ}26'$ Lintang Selatan, dengan luas wilayah 19.908,72 Ha atau 0,42% dari total luas Jawa Timur. Bentang wilayahnya berupa bukit, gunung, jurang terjal dan daerah dataran dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Pasuruan
- Sebelah Timur : Kabupaten Malang
- Sebelah Selatan : Kabupaten Blitar dan Malang
- Sebelah Barat : Kabupaten Malang

Kota Batu merupakan salah satu kota yang menjadi daerah tujuan wisata di Jawa Timur. Wilayahnya merupakan daerah tinggi dengan ketinggian 700m-1.400m di atas permukaan laut dengan suhu udara

minimal 19⁰C-26⁰C maksimum 26⁰C-30⁰C. Udara segar yang sejuk dan dikelilingi bukit-bukit indah menjadi daya tarik tersendiri bagi Kota Batu jika dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Timur. Secara administratif, Kota Batu dibagi menjadi 3 (tiga) kecamatan dengan rincian luas wilayah masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Kecamatan Batu

- Luas Wilayah : 4.545,81 Ha
- Jumlah Desa/Kelurahan : 4 Kelurahan dan 4 Desa
- Jumlah RW/RT : 96 RW dan 453 RT

2. Kecamatan Junrejo

- Luas Wilayah : 2.565,02 Ha
- Jumlah Desa/Kelurahan : 1 Kelurahan dan 6 Desa
- Jumlah RW/RT : 59 RW dan 240 RT

3. Kecamatan Bumiaji

- Luas Wilayah : 12.797,89 Ha
- Jumlah Desa/Kelurahan : 9 Desa
- Jumlah RW/RT : 82 RW dan 429 RT

Tabel 6

Luas Wilayah Kota Batu menurut Kecamatan (Ha) Tahun 2009

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Ha)	Prosentase (%)
1	Batu	4.545,81	22,83
2	Bumiaji	12.797,89	64,28
3	Junrejo	2.565,02	12,80
	Jumlah	19.908,72	100,00

Sumber data: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu, 2009

d. Klimatologis di Kota Batu

Seperti halnya daerah lain di Indonesia, Kota Batu mengikuti perubahan putaran 2 iklim, musim hujan dan musim kemarau. Sejalan dengan tingkat kelembaban daerah lainnya di Jawa Timur, tingkat kelembaban udara di Kota Batu hampir sama dengan rata-rata daerah lainnya di Jawa Timur yakni sebesar 21(minimum) pada bulan Oktober serta yang tertinggi pada bulan Mei sebesar 98(maksimum).

e. Keadaan Geologis di Kota Batu

Kota Batu mempunyai 4 (empat) jenis tanah antara lain: (1) Andosol, berupa lahan yang paling subur, meliputi Kecamatan Batu (1.831,04 Ha), Kecamatan Junrejo (1.526,19 Ha) dan Kecamatan Bumiaji seluas (2.873,89 Ha). (2) Kambisol, berupa tanah yang cukup subur meliputi Kecamatan Batu (889,31 Ha), Kecamatan Junrejo (741,25 Ha) dan Kecamatan Bumiaji seluas (1.395,81 Ha). (3) Alluvial, berupa tanah yang kurang subur dan mengandung kapur meliputi Kecamatan Batu (239,86 Ha), Kecamatan Junrejo (199,93 Ha) dan Kecamatan Bumiaji seluas (376,48 Ha). (4) Latosol meliputi Kecamatan Batu seluas (260,34 Ha), Kecamatan Junrejo seluas (217,00 Ha) dan Kecamatan Bumiaji seluas (408,61 Ha).

f. Topografis di Kota Batu

Bentang geografi Kota Batu berupa perbukitan dan pegunungan, dengan ketinggian \pm 800 meter di atas permukaan laut dan berada di lingkungan Gunung Panderman (2.010 m) dan Gunung Welirang atau

Kemukus (3.156 m). Desa Oro-Oro Ombo dan Kelurahan Songgokerto Kecamatan Batu, Desa Tlekung dan Desa Torongrejo Kecamatan Junrejo serta hampir seluruh desa di Kecamatan Bumiaji merupakan areal perbukitan. Desa Buniaji, Bulukerto, Gunungsari, Punten, Tulungrejo, Sumbergondo dan Desa Giripurno berrelief terjal. Sedangkan desa/ kelurahan lainnya relatif datar.

g. Keadaan Demografis Kota Batu

Berdasarkan hasil Susenas Tahun 2010 jumlah Penduduk Kota Batu tercatat sebesar 190.176 jiwa dengan tingkat kepadatan 953,29 orang/km². Komposisi penduduk menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa 50,12% adalah penduduk laki-laki dan 49,88% adalah penduduk perempuan dengan angka *sex ratio* sebesar 101,35. Jumlah rumah tangga (KK) secara keseluruhan adalah 50.228 KK dengan rata-rata anggota keluarga sebanyak 3,78. Tabel di bawah Menunjukkan Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Batu Tahun 2007-2010.

Tabel 7
Penduduk Kota Batu Berdasarkan Hasil Susenas Tahun 2007-2010

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Rasio
				Jenis Kelamin
2007	92.329	93.657	185.986	98,58
2008	94.755	93.058	187.813	101,82
2009	95.025	94.579	189.604	100,47
2010	95.535	94.258	190.176	101,35

Sumber : Hasil Susenas Tahun 2007-2010 (Batu dalam Angka 2011)

Laju pertumbuhan penduduk Kota Batu selama sepuluh tahun terakhir yakni 2000-2010 sebesar 1,22% per tahun dengan laju tertinggi adalah Kecamatan Junrejo sebesar 1,52%, diikuti Kecamatan Batu

sebesar 1,26%, dan Kecamatan Bumiaji sebesar 0,92%. Sebaran penduduk Kota Batu terpusat terutama di Kecamatan Batu yakni 46,26%, Kecamatan Bumiaji 29,24%, dan Kecamatan Junrejo sebesar 24,50%.

h. Potensi Kota Batu dalam Bidang Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu potensi yang menghasilkan manfaat ekonomi yang besar apabila pengelolaannya juga tepat. Sektor pariwisata juga diharapkan mampu memberikan *value added* yang pada akhirnya akan memberikan *income* daerah melalui Pendapatan Asli Daerahnya. Beberapa manfaat ekonomi dapat diambil dari kegiatan pariwisata, baik secara langsung didapatkan dari wisatawan maupun didapatkan dari pajak-pajak terkait. Berikut adalah beberapa macam wisata di Kota Batu:

Kota Batu memiliki berbagai macam objek wisata, diantaranya yaitu:

1. Wisata Alam

Kondisi geografis Kota Batu yang dikelilingi pegunungan sangat cocok untuk berwisata alam. Bagi pengunjung yang ingin melepaskan kepenatan atau melakukan aktifitas berkemah, dapat mengunjungi Air Terjun Coban Rondo, Air Terjun Coban Talun dan Coban Rais. Bagi pengunjung yang ingin merasakan aliran air panas alami yang bersumber dari Gunung Arjuna dapat mandi dan berenang di Pemandian Air Panas Cangar. Selain itu, terdapat beberapa

pegunungan dan hutan lindung yang cocok untuk dijadikan tujuan berwisata, seperti hutan Arboretum, Gunung Banyak, dan Gunung Panderman. Tidak hanya itu, terdapat pula tempat *Rafting* yang cukup terkenal yakni *Rafting* Kaliwatu.

2. Wisata Rekreasi

Seiring perkembangan Kota Batu telah dibangun tempat-tempat rekreasi wisata pendidikan dan wisata keluarga untuk menambah daya tarik wisata Kota Batu seperti *Jatim Park 1&2*, *Echo Green Park*, *Batu Night Spectacular*(BNS), Museum Satwa, Songgoriti, Selecta, Pacuan Kuda Jalibar, Museum Angkut⁺, Museum Tubuh dan lain-lain dengan konsep “Taman Belajar dan Rekreasi” sangat cocok untuk pengunjung keluarga selain rekreasi wisata keluarga lainnya.

3. Wisata Sejarah

Di Kota Batu terkenal dengan wisata sejarahnya antara lain Candi Songgoriti, Patung Ganesha yang merupakan situs peninggalan sejarah jaman Kerajaan Songgoriti. Peninggalan-peninggalan jaman Belandadan Jepang seperti hotel Kartika Wijaya, Makam Tua Denger, Goa Jepang Cangar, Goa Jepang Coban Talun dan Goa Jepang Tlekung menambah keanekaragaman wisata sejarah di Kota Batu, di Selektanya juga ada peninggalan Presiden Republik Indonesia pertama Ir. Soekarno berupa kenangan kata-kata tentang keindahan Kota Batu.

4. Wisata Ziarah

Masyarakat Kota Batu sangat menghormati leluhur mereka dulu, sehingga makam mereka sangat lekat dengan baik dan bersih. Makam Mbah Wastu yang terletak di Kecamatan Bumiaji merupakan cikal bakal nama Kota Batu, ada juga pesarean Mbah Pathok yang konon merupakan orang pertama yang membuka jalan di daerah Songgoriti.

5. Wisata Agro

Kota Batu terkenal identik dengan agro wisatanya antara lain: bunga, apel, strawberry, dan sayur mayur. Wisata petik apel dan stroberi langsung dari pohon sebagai salah satu andalan wisata agro di Kota Batu dapat ditemui di kawasan Kecamatan Bumiaji dan Kusuma Agro Wisata. Di kawasan Desa Sumberbrantas juga banyak kita temui hasil pertanian seperti wortel, sayur mayur, kentang, sawi, dan masih banyak lagi produk pertanian yang dihasilkan.

6. Wisata Budaya

Kebudayaan merupakan salah satu bagian dari kehidupan manusia, di Kota Batu kebudayaan tradisional tumbuh dan berkembang dengan baik sebagai suatu tradisi budaya yang dipegang teguh oleh masyarakatnya. Keindahan tradisi budaya Kota Batu dapat dilihat pada tari-tarian khas Kota Batu, sedekah bumi, kegiatan bersih desa dan pentas ludruk serta campur sari.

7. Wisata Minat Khusus

Bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu dan ingin menguji adrenalin, Kota Batu memiliki objek wisata yang mendukung antara lain: paralayang, arung jeram, *mountain bike*. Kondisi alam Kota Batu memiliki daya tarik tersendiri, jika dilihat dari atas langit melalui paralayang akan begitu indah panoramanya, juga aliran sungai Brantas yang melalui hutan dapat dinikmati dengan arum jeram, begitu pula dengan *mountain bike* dengan *track* di lereng Gunung Panderman dan Gunung Banyak.

8. Wisata Religi

Wisata Religi merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata mengenai seni arsitektur bangunan tempat peribadatan agama di Kota Batu. Hal ini menggambarkan kerukunan hidup dan toleransi umat beragama yang ada di Kota Batu. Keberadaan bangunan dan tempat beribadah sangat terawat dan terjaga dengan baik. Agama Islam, Katolik, Kristen, Budha dan Hindu, maupun Konghucu begitu erat hidup berdampingan antara satu dengan yang lainnya.

9. Wisata Kuliner

Beraneka ragam makanan khas Kota Batu dapat kita jumpai di sini. Bagi para penikmat wisata kuliner tersedia makanan dan minuman khas Kota Batu seperti sop buntut, gurami bakar, sate kelinci, bebek kuali, nasi goreng apel, nasi goreng nanas, ayam goreng, dll.

10. Wisata Goa

Pada masa kependudukan Tentara Jepang di Indonesia meninggalkan peninggalan bersejarah di Kota Batu berupa Goa Jepang yang terletak sdi daerah Cangar Desa SumberBrantas Kecamatan Bumiaji dan Coban talun juga terdapat di Desa Tlekung Kecamatan Junrejo. Goa Jepang pada masa itu digunakan sebagai tempat persembunyian Tentara Jepang.

11. Wisata Husada

Wisata Husada merupakan wisata yang sangat diminati bagi para wisatawan khususnya bagi mereka yang sangat mengagumi tanaman obat herbal seperti kunir, jamu, temu lawak, dll. Wisata tersebut dapat dijumpai di Balai Materia Medica Jl. Lahor Panglima Sudirman Kota Batu.

12. Wisata Souvenir

Kota Batu juga terkenal dengan beraneka ragam macam industri kerajinan yang telah dihasilkan oleh pengrajin Kota Batu. Kerajinan ini terdapat di Kecamatan Junrejo seperti onyx, entong, irus (peralatan dapur yang terbuat dari kayu), gerabah dan souvenir lainnya dan juga merupakan obyek daya tarik wisata tersendiri bagi para peminat souvenir.

Perkembangan pariwisata yang semakin pesat akan memberikan dampak pembangunan ekonomi yang semakin pesat pula. Kota Batu yang kini terkenal dengan branding “Kota Wisata Batu” memiliki

potensi pariwisata yang sangat besar. Hal tersebut didukung oleh kondisi geografisnya yang cocok dijadikan tempat berlibur, serta banyaknya pembangunan tempat wisata di Kota Batu. Kota Batu memiliki beberapa tempat wisata, baik wisata alam maupun wisata buatan. Pembangunan tempat wisata di Kota Batu juga diiringi dengan pembangunan sarana prasarana yang ditujukan bagi wisatawan. Terdapat banyak hotel, penginapan, atau *homestay* di Kota Batu yang tersedia bagi wisatawan, mulai dari hotel melati hingga hotel bintang 5. Tidak hanya pembangunan tempat wisata saja, Kota Batu juga gencar dalam melakukan promosi pariwisata daerahnya, beberapa diantaranya adalah dengan melakukan promosi melalui media massa, brosur, mengadakan festival-festival, *roadshow* dan lain-lain.

Seiring dengan perkembangan pariwisata di Kota Batu, pemerintah Kota Batu membuat berbagai inovasi. Salah satu inovasi yang saat ini sedang berkembang adalah desa wisata. Desa wisata adalah pengembangan pariwisata seluruh desa/kelurahan sesuai dengan potensi masing-masing. Tujuan dari Desa Wisata adalah:

1. Meningkatkan peran serta masyarakat kota batu agar dapat berpartisipasi dalam kemajuan pariwisata di kotanya yang artinya rakyat ikut menikmati hasil dari kepariwisataan
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa
3. Masyarakat terlibat secara aktif bukan hanya sebagai perantara saja
4. Ada keseimbangan antara investor dengan masyarakat

5. Adanya persaingan sehat antar desa, sekaligus mereka bekerja sama saling mendukung dalam upaya mendatangkan wisatawan
6. Mereka dapat memiliki kesadaran yang tinggi sebagai insan pariwisata, memiliki sikap-sikap yang mencerminkan kesopanan, keramahan, sesuai sapa pesona

Hingga saat ini beberapa desa yang sudah menjadi desa wisata dan sudah banyak mendapatkan kunjungan wisatawan :

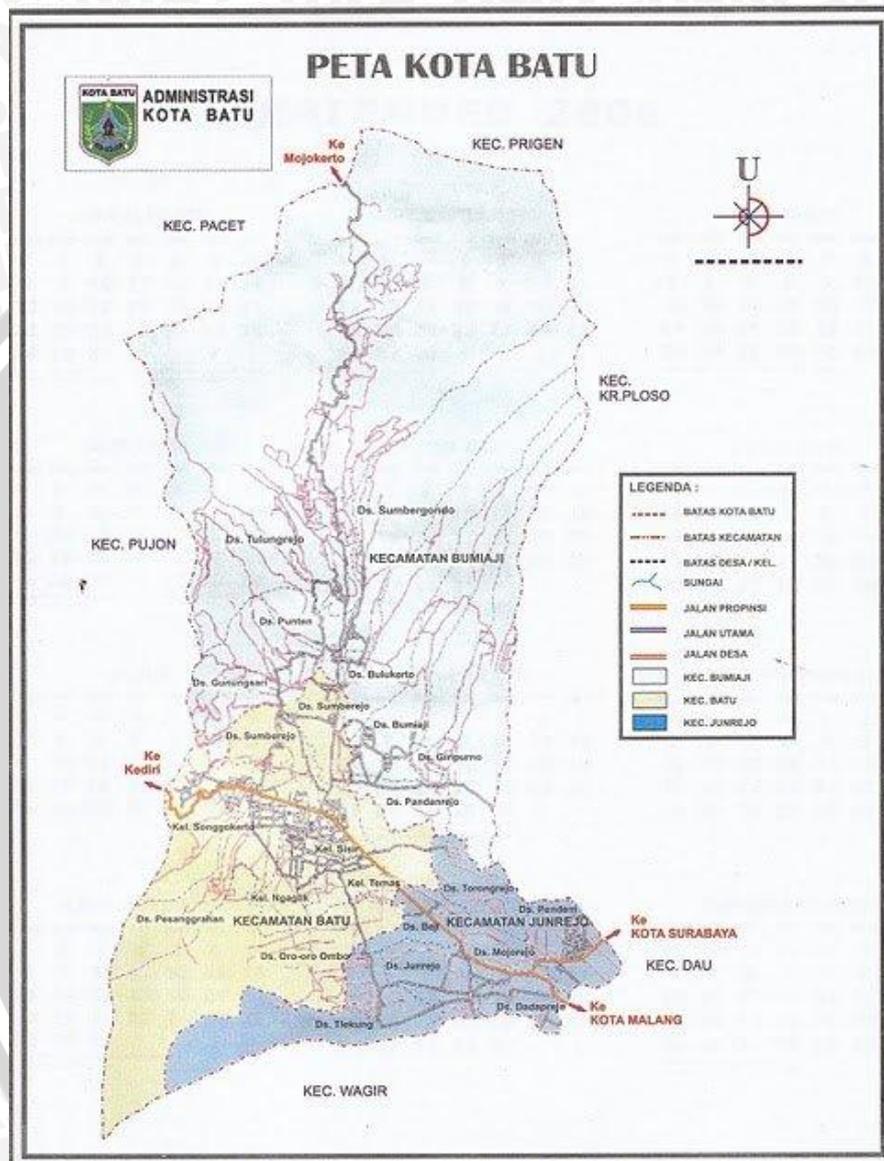
Tabel 8
Daftar Desa Wisata di Kota Batu

No	Desa Wisata	Potensi Wisata
1	Desa Tulungrejo	Merupakan desa wisata dengan potensi “petik apel” sekaligus pengolahan apel menjadi kripik apel, jenang apel, sirup apel, dll. Disamping juga memiliki daya tarik wisata alam yaitu berupa air terjun yang dinamakan “Coban Talun”.
2	Desa Punten	Desa yang dikenal dengan “kampung wisata Kungkuk” yang menyediakan <i>homestay</i> yang indah sebagai tempat istirahat dengan fasilitas wahana outbond dan <i>camping groundnya</i> . Disamping juga dilengkapi dengan petik jeruk keprok Punten khas Batu, ada juga wisata perah susu sapi dan jalan-jalan desa dengan menunggang kuda. Tak ketinggalan budidaya jamur yang dikelola langsung oleh masyarakat desa.
3	Desa Gunungsari	Desa yang indah dengan ciri khas tanaman bunga mawar di seluruh desanya sehingga desa ini dikenal dengan nama “desa wisata petik bunga mawar”. Wisatawan bisa datang dan memetik sendiri bunga-bunga mawar tersebut dan bahkan juga bisa belajar merangkai bunga.
4	Desa Wisata Sumberejo	Desa ini dikenal dengan “desa wisata petik sayur”. Masyarakat desa menyiapkan paket-paket wisata untuk petik sayur dan <i>homestay</i> .

No	Desa Wisata	Potensi Wisata
5	Desa Wisata Sidomulyo	Desa yang dikenal dengan nama “desa wisata bunga” yang mempunyai ciri khas semua halaman rumah warga dipakai untuk mengelola bunga dari berbagai macam jenis bunga. Disamping itu kelompok pemuda mengelola wisata air dengan <i>rafting</i> tubing di sungai yang melintas di tengah desa tersebut.
6	Desa Wisata Bumiaji	Merupakan desa wisata petik apel, <i>homestay</i> , <i>outbond</i> , <i>rafting</i> .
7	Desa Wisata Bulukerto	Desa ini memiliki potensi sebagai “kampung wisata kelinci”. Warga desa yang tergabung dalam GAPOKTAN (gabungan kelompok tani) membuat kandang terpadu untuk ternak kelinci. Masyarakat juga mengelola kelinci menjadi abon kelinci, rica-rica kelinci, sate kelinci, dan berbagai jenis masakan lainnya. Tidak ketinggalan bulu-bulunya bisa digunakan untuk <i>souvenir</i> berupa topi, gantungan kunci, tas, dll.
8	Desa Wisata Oro-Oro Ombo	Di desa inilah BNS, Museum Satwa, <i>Secret Zoo</i> , <i>Eco Green Park</i> yang tergabung dalam <i>Jatim Park Group</i> berada yang dikelola oleh swasta, sehingga masyarakat banyak membuka usaha <i>homestay</i> dan jasa-jasa pariwisata sebagai pemandu, kuliner untuk melayani wisatawan yang berkunjung kesana.
9	Desa Wisata Temas	Temas merupakan salah satu kelurahan yang sudah siap menjadi desa wisata. Disana terdapat wisata petik sayur, gazebo, dan <i>homestay</i> , dan juga terdapat air mancur (gravitasi air dari dalam bumi).
10	Desa Wisata Torongrejo	Desa ini salah satu pendukung visi walikota batu yaitu kota batu sebagai sentra pertanian organik, desa ini adalah sentra pertanian organik terutama tanaman hortikultura, sayur-sayuran. Para pemuda yang tergabung dalam kelompok karangtaruna dan pecinta alam membuat wisata minat khusus “ <i>rafting</i> ”.

Sumber: Olahan Penulis

Sedangkan untuk 14 (empat belas) desa/kelurahan yang lain sedang dipersiapkan untuk menjadi desa wisata seperti yang tersebut diatas.



Gambar 3
Peta Kota Batu
Sumber: Batu Dalam Angka 2011

2. Gambaran Umum Desa Oro-Oro Ombo

Desa Oro-Oro Ombo adalah salah satu Desa Wisata yang terletak di Kota Batu. Desa Oro-Oro Ombo merupakan desa wisata yang perkembangan pariwisata serta ekonominya pesat. Hal tersebut dikarenakan Desa Oro-Oro Ombo terletak dekat dengan Daerah Tujuan Wisata dan pusat Kota Batu. Di Desa Oro-Oro Ombo sendiri terdapat berbagai tempat wisata, baik tempat wisata alami maupun buatan.

Sepintas mengenai asal usul Desa Oro-Oro Ombo pada zaman dahulu adalah sebuah wilayah yang disana terdapat tanah kosong yang cukup luas dan digunakan sebagai tempat berkumpul para Petinggi Kerajaan Mataram untuk beristirahat dalam perjalannya. Secara geografis, Desa Oro-Oro Ombo yang terletak di kaki lereng Gunung Panderman dengan panorama yang indah serta hawanya yang sangat sejuk saat itu menjadikan daya tarik tersendiri bagi siapapun yang sedang dalam perjalanan untuk beristirahat di tempat ini. Awal adanya birokrasi di Desa Oro-Oro Ombo ini adalah pada tahun 1913-1918 dengan Kepala Desa yang pertama Singo Leksono, sejak era kependudukan Hindia-Belanda sampai saat ini, telah ada 13 orang yang menjabat sebagai Kepala Desa. Seiring bergantinya Kepala Desa di Desa Oro-Oro Ombo, desa ini terbagi menjadi beberapa wilayah kecil yang disebut Dusun, yaitu Dusun Krajan, Dusun Dresel, dan Dusun Gondorejo.

Berikut adalah struktur organisasi Desa Oro-Oro Ombo:



Gambar 4
Struktur Organisasi Desa Oro-Oro Ombo
Sumber: Profil Desa Oro-Oro Ombo 2014

a. Karakteristik Umum Desa Oro-Oro Ombo

Desa Oro-Oro Ombo adalah sebuah desa yang berada di wilayah perkotaan dengan ketinggian 850 s/d 970 di atas permukaan laut, curah hujan rata-rata pertahun antara 2000s/d 3000 mm, dengan bulan basah rata-rata 7 bulan dan bulan kering rata-rata 5 bulan, serta suhu antara 24°C – 26° C, salah satu dari 4 (empat) desa dan 4 (empat) kelurahan yang berada di wilayah administratif Kecamatan Batu. Pada pembagian kewilayahan, Desa Oro-Oro Ombo terdiri atas 3 (tiga) wilayah Dusun antara lain:



- a. Dusun Dresel
- b. Dusun Krajan
- c. Dusun Gondorejo

Adapun pembagian kewilayahan kerja dalam penyelenggaraan pemerintahan, Desa Oro-Oro Ombo terbagi atas 3 (tiga) wilayah kerja yang masing-masing dikepalai oleh seorang Kepala Dusun/Kamituwo. Jumlah penduduk di Desa Oro-Oro Ombo sekitar 11.052 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga sekitar 2540 yang terdiri atas 3 wilayah Dusun dan keseluruhan dusunnya yang mempunyai 13 Rukun Warga (RW) dan 36 Rukun Tetangga (RT) yaitu Dusun Dresel yang menaungi 3 RW (8,9,10), Dusun Krajan yang menaungi 7 RW (1,2,3,4,5,6,7) dan Dusun Gondorejo menaungi 3 RW (11,12,13).

Batas wilayah Desa Oro-Oro Ombo adalah sebagai berikut:

- (1) Utara berbatasan dengan Kelurahan Temas dan Kelurahan Sisir;
- (2) Timur berbatasan dengan Desa Beji;
- (3) Selatan berbatasan dengan Desa Tlekung dan Perhutani; dan
- (4) Barat berbatasan dengan Gunung Panderman dan Perhutani.

Desa Oro-Oro Ombo memiliki topografi berbukit, dimana lahan yang ada ditanami sayur dan buah-buahan yang menjadi sumber pendapatan masyarakat sekitar. Oro-Oro Ombo memiliki klasifikasi jarak ke Kota Batu sejauh 5 km, lalu jarak ke Kecamatan Batu 2 km dan jarak ke ibukota provinsi (Surabaya) sejauh 110 km sedangkan untuk jarak ke

ibukota negara (Jakarta) sejauh 914 km. Luas wilayah desa adalah sekitar 363 Ha, dengan pembagian wilayah sebagai berikut:

Tabel 9
Pembagian Wilayah Desa Oro-Oro Ombo

NO	WILAYAH	LUAS
		Ha
1	Wilayah Desa	363
2	Pemukiman dan pekarangan	72
3	Sawah irigasi teknis	18
4	Sawah irigasi setengah teknis	24
5	Pertanian lahan kering	196
6	Perhutani / hutan lindung	650
7	Tanah kas desa	41
8	Tanah lapangan	1
9	Perkantoran	0.5
10	Pegunungan	1.5
11	Jalan	14

Sumber: Profil Desa Oro-Oro Ombo (2014:14)

b. Gambaran Perekonomian Desa Oro-Oro Ombo

Desa Oro-Oro Ombo terletak di pusat kawasan wisata Kota Batu yang tentunya akan membawa dampak pada perkembangan ekonominya. Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat dikatakan berkembang pesat, setelah hadirnya *Batu Night Spectacular* (BNS), *Jawa Timur Park II*, *Echo Green Park*, serta wisata kuda Jalibar, kini kawasan Desa Oro-Oro Ombo semakin ramai didatangi wisatawan.

Perkembangan pariwisata tersebut menyebabkan bertambahnya fasilitas pendukung berupa hotel, *villa/homestay*, restoran serta minimarket disekitarnya. Hal tersebut menyebabkan pekerjaan masyarakat semakin beragam, diantaranya yakni:

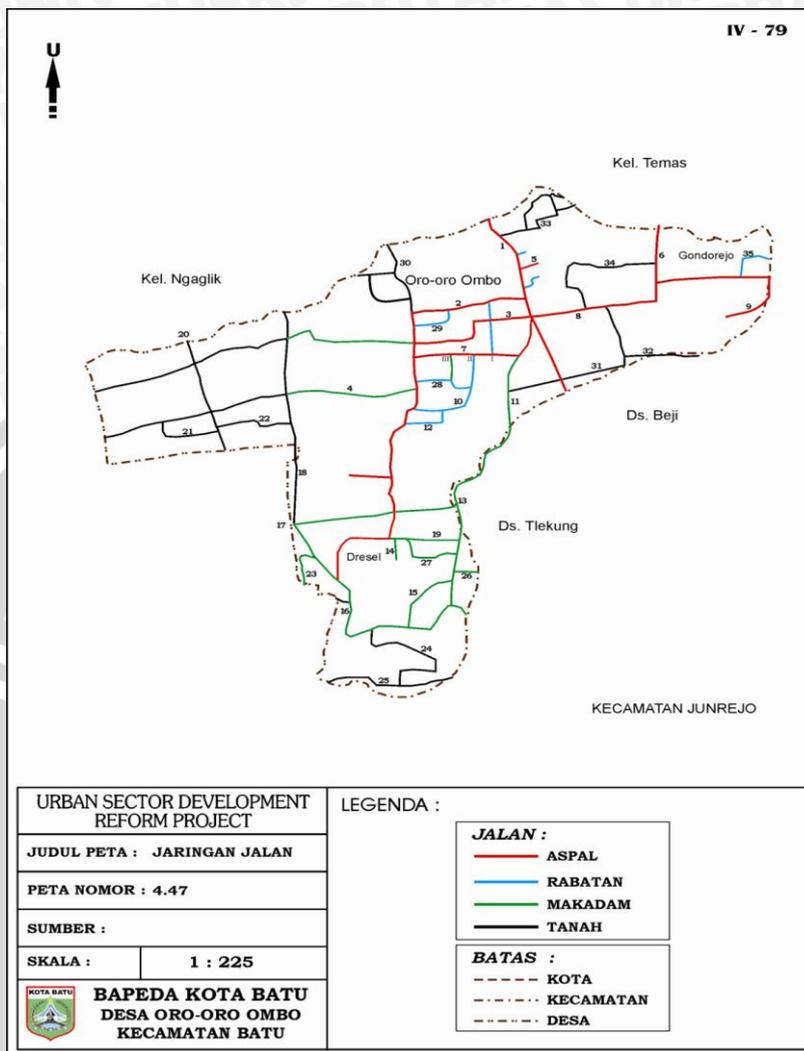
Tabel 10
Pembagian Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi

NO	PROFESI	(JIWA)
1	Belum Bekerja	1853
2	Petani	1653
3	Nelayan	-
4	Pedagang	390
5	Pegawai Negeri Sipil	42
6	ABRI [AD/AU/AL]	16
7	Kepolisian	8
8	Purnawirawan	24
9	Pensiunan	34
10	Guru/Dosen	36
11	Dokter	3
12	Bidan/Tenaga Medis Lain	11
13	Pejabat Tinggi Negara	1
14	Pegawai Swasta/Karyawan	1674
15	Wiraswasta/Swasta	1958
16	Pembantu Rumah Tangga	98
17	Pelajar/Mahasiswa	589
18	Ibu Rumah Tangga	376
19	Sopir	28

NO	PROFESI	(JIWA)
20	Tukang	172
21	Buruh	1637
22	Peternak	326
23	Jasa	115
24	Lain-lain	40
	TOTAL	11.092

Sumber: Profil Desa Oro-Oro Ombo (2014:17)

Berdasarkan data di atas, pekerjaan mayoritas dari penduduk Desa Oro-Oro Ombo adalah wiraswasta yang melakukan migrasi harian (komuter) atau tidak berada di sekitar wilayah Desa Oro-Oro Ombo. Selain wiraswasta, kebanyakan masyarakat bermata pencaharian sebagai petani (sektor agraris). Hal tersebut dikarenakan lahan yang tersedia cukup luas dan dapat ditanami berbagai macam sayuran, karena memang pada awalnya desa ini adalah desa agraris. Lahan yang dijadikan perkebunan atau pertanian kebanyakan ditanami sayur-sayuran (kubis, jagung, kentang, wortel), palawija, dan jeruk.



Gambar 5
 Peta Desa Oro-Oro Ombo
 Sumber: Profil Desa Oro-Oro Ombo 2014

c. Gambaran Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo

Desa Oro-Oro Ombo adalah salah satu Desa Wisata di Kota Batu. Hal yang paling ditonjolkan di Desa Oro-Oro Ombo adalah lokasinya yang tepat di pusat pariwisata Kota Batu, yakni di sekitar kompleks Jawa Timur *Park Group* (Museum Satwa, *Secret Zoo*, *Echo Green Park*) dan *Batu Night Spectacular*. Tidak hanya lokasinya yang dekat dengan tempat wisata buatan, namun Desa Oro-Oro Ombo juga memiliki pesona pada



tempat wisata alamnya. Desa Oro-Oro Ombo dapat dikatakan termasuk desa dengan perkembangan pariwisata yang terus meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data pada tabel kunjungan wisatawan berdasarkan Objek Daerah Tujuan Wisata di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

Tabel 11
Kunjungan Wisatawan di Daerah Tujuan Wisata Desa Oro-Oro Ombo

No	Nama DTW	Kunjungan					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	BNS	266.733	291.092	323.303	206.445	309.226	271.901
2	Museum Satwa dan Secret Zoo	0	3.480	209.485	231.888	184.017	178.044
3	Echo Green Park	0	0	0	0	73.078	87.790
Total		266.733	294.572	532.788	438.333	566.321	537.735

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu (2015)

Berdasarkan data pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Kota Batu bersifat fluktuatif (naik-turun). Namun dapat dikatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan semakin stabil dapat dilihat dari kenaikan signifikan jumlah wisatawan dari tahun 2010 ke 2011. Kemudian, tahun-tahun berikutnya jumlah wisatawan stabil sekitar 400rb hingga 500rb kunjungan per tahunnya. Maka dapat dikatakan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada sektor pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo.

Selain ketiga Daerah Tujuan Wisata yang terkenal tersebut, masih banyak pula daerah wisata lain Desa Oro-Oro Ombo, namun masih belum ada data kunjungannya. Contohnya saja adalah Bumi Perkemahan yang

terdapat di RW 10, serta Air Terjun Coban Rais yang juga terletak di RW 10. Kedua daerah tersebut juga dapat dikatakan memiliki jumlah pengunjung yang cukup banyak meskipun tidak sebanyak di tempat wisata buatan (BNS, Museum Satwa dan *Secret Zoo*, *Eco Green Park*). Hal tersebut dibenarkan oleh pernyataan Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Selain wisata buatan, Desa Oro-Oro Ombo juga punya wisata alami yang cukup digemari wisatawan terutama yang suka berkemah, ada Bumi Perkemahan dan Air Terjun Coban Rais di RW10.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.50 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Tidak hanya itu, namun ada pula daerah wisata lainnya yang baru diresmikan di Desa Oro-Oro Ombo, yakni Arena Penangkaran Kuda di Jalibar yang terletak di RW 10. Pada daerah wisata tersebut, pengunjung dapat melihat penangkaran kuda, dapat berfoto dengan kuda, menaiki, hingga memberi makan kuda-kuda. Di arena penangkaran kuda tersebut juga terdapat kebun bunga matahari yang dapat dijadikan tempat berfoto. Selain itu, ada pula Taman Wisata Tirta Buana yang berada di RW 11 Desa Oro-Oro Ombo yakni taman wisata yang berisikan kolam renang berbagai ukuran dengan air yang mengalir langsung dari sumber, mulai kolam bagi balita, anak-anak, remaja, hingga kolam bagi dewasa. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Selain itu, ada tempat wisata yang baru saja selesai pembangunannya dan mulai ramai dikunjungi wisatawan, yakni Arena Penangkaran Kuda di Jalibar RW10. Ada juga di RW 11, Taman Wisata Tirta Buana, itu isinya kolam renang untuk anak

hingga dewasa ada.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.55 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo).

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo semakin baik, sehingga jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo juga semakin meningkat setiap tahunnya. Perkembangan jumlah wisatawan tersebut juga didukung dengan tersedianya berbagai fasilitas yang ditujukan bagi wisatawan di Desa Oro-Oro Ombo, misalnya saja tersedianya *homestay* milik warga asli Desa Oro-Oro Ombo, pusat informasi pariwisata, serta *restarea*.

Selain dukungan akan tersedianya akomodasi wisatawan, tempat pariwisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo juga sangat beragam, mulai wisata buatan hingga wisata alami. Hal tersebut memberikan banyak pilihan bagi wisatawan yang ingin berwisata ke Desa Oro-Oro Ombo. Banyaknya pilihan menjadikan Desa Oro-Oro Ombo dijadikan salah satu tujuan wisata bagi semua kalangan.

- Pemahaman Desa Wisata Oro-Oro Ombo

Desa Oro-Oro Ombo adalah salah satu Desa Wisata yang menjadi program dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu. Untuk memahami secara lebih jelas konsep dari Desa Wisata tersebut, maka peneliti mendapatkan penjelasan dari Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sebagai berikut:

“Desa Wisata adalah desa yang memiliki potensi, atraksi, dan faktor pendukung pariwisata lainnya dimana secara integral mampu menarik wisatawan untuk berkunjung dan menjadikannya Daerah Tujuan Wisata (DTW).” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.00 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Kemudian, Bapak Syaiful Rochani menjelaskan mengenai sejarah pembentukan Desa Wisata di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Pada tahun 2009, Desa Oro-Oro Ombo dijadikan sebagai salah satu pilar projek/rintisan pengembangan Desa Wisata. Untuk itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu berupaya memfasilitasi dengan mengusulkan ke Kementrian supaya memperoleh Bantuan Desa Wisata (BDW) melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) pariwisata. Di samping itu pada tahun 2010, melalui APBD telah dibangun Gapura Wisata dengan harapan menjadi *branding* dan mendukung perkembangan Desa Wisata Oro-Oro Ombo.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.00 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani Kota Batu)

Selanjutnya, Bapak Syaiful Rochani juga menjelaskan mengenai potensi Desa Wisata yang dimiliki oleh Desa Oro-Oro Ombo yakni sebagai berikut:

“Desa Oro-Oro Ombo termasuk Desa Wisata berbasis alam, karena potensi yang dimiliki pada awalnya mengunggulkan petik sayur sebagai Daya Tarik Wisata, tetapi pada perkembangannya ternyata lebih berorientasi pada faktor pendukung pariwisata, khususnya akomodasi yang dalam hal ini adalah *homestay*.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.05 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani Kota Batu)

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Desa Oro-Oro Ombo merupakan salah satu Desa Wisata yang memiliki potensi pada penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Awalnya, Desa Oro-Oro Ombo merupakan Desa Wisata dengan memanfaatkan potensi

sayurnya serta pertaniannya yang subur. Seiring dengan perkembangan pariwisatanya, Desa Oro-Oro Ombo mampu menyediakan fasilitas-fasilitas dan akomodasi bagi wisatawan, sebagai contoh adalah semakin banyaknya *Homestay* di Desa Oro-Oro Ombo.

Secara lebih khusus, Bapak MApada Seksi Bimbingan dan Pelatihan, menjelaskan mengenai pengembangan desa wisata di Desa Oro-Oro Ombo:

“Desa Oro-Oro Ombo itu salah satu desa yang menjadi program pemerintah yakni Desa Wisata. Desa Oro-Oro Ombo ini termasuk terkenal, karena posisinya di pusat keramaian/pusat pariwisata di Kota Batu. Desa Oro-Oro Ombo sangat unggul dalam hal penyediaan akomodasi bagi wisatawan, yakni *homestay*, hotel, *restarea*, pusat oleh-oleh, semuanya tersedia di Desa Oro-Oro Ombo, sehingga kami terus mengembangkan potensi Desa tersebut agar kedepannya dapat terus memberi manfaat terutama secara ekonomi bagi masyarakat.” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.30, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Bentuk kegiatan dan program pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo bermacam-macam, hal tersebut dijelaskan oleh Bapak MA, sebagai berikut:

“Untuk pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, kami dari Dinas Pariwisata memberikan beberapa stimulus, berupa membantu promosi, pembentukan POKDARWIS dan paguyuban *homestay*, membangun sarana dan prasarana, serta mengawasi jalannya pengembangan pariwisata.” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.35, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Berdasarkan pemaparan dari Bapak MA tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa strategi pemerintah dalam mengembangkan pariwisata, khususnya di Desa Wisata Oro-Oro Ombo.

- Perkembangan Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dari tahun ke tahun

Pemahaman tersebut dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan peran pemerintah dalam hal ini pemerintah Desa Oro-Oro Ombo sendiri dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu serta masyarakat sekitar terhadap perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo bahwa:

“Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat dikatakan terus meningkat, bahkan semakin banyak *event-event* yang diadakan di Desa Oro-Oro Ombo yang akan menarik banyak wisatawan, salah satunya yang akan diadakan di bulan empat nanti, yakni *event* paralayang.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 09.15 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang serupa juga dijelaskan oleh Pak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo bahwa:

“Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo semakin meningkat dari tahun ke tahun, yang mengawali adalah dibangunnya Batu *Night Spectacular* (BNS) sehingga kemudian dibangunlah tempat wisata – tempat wisata lainnya, dan wisata alam juga dapat terekspos sejak itu. Jumlah wisatawan juga semakin meningkat.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.55 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Kemudian Pak Kasiadi, selaku pemilik salah satu *Homestay* di Desa Oro-Oro Ombo juga menambahkan bahwa:

“Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo semakin membaik, dibuktikan dengan peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung, selain itu juga banyak pembangunan tempat wisata baru yang sangat diminati oleh wisatawan, tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo ini lengkap, wisata buatanya ada, wisata alamnya juga ada” (wawancara tanggal 27 Februari 2016, Pukul 14.00 WIB, di Rumah Bapak Kasiadi, Oro-Oro Ombo RT 01 RW 03)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Pariwisata di sini lebih baik, wisatawan yang berkunjung juga semakin banyak, sehingga jumlah wisatawan yang menginap di *homestay* juga meningkat.”(wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.00 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Hal yang sama disebutkan oleh Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Pariwisata di desa Oro-Oro Ombo semakin meningkat, karena jumlah wisatawan juga meningkat. Mungkin dikarenakan tempat wisata di Batu yang semakin banyak dan beragam.” (wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.30 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Ditambahkan lagi oleh Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan yang menyatakan bahwa:

“Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat dikatakan semakin bagus tiap tahunnya, karena terpengaruh dari adanya pembangunan tempat-tempat wisata baru di sekitarnya, seperti yang baru-baru ini dibangun itu, Arena Penangkaran Kuda di Jalibar, itu kan masih dalam cakupan Desa Wisata Oro-Oro Ombo, jadi diharapkan tempat wisata tersebut nantinya akan mendatangkan lebih banyak manfaat pariwisata bagi Desa Oro-Oro Ombo. Tapi tidak hanya itu saja, kedepannya kita juga akan berusaha untuk memperbaiki tempat wisata di sana, serta menambah daerah tujuan wisata lainnya juga.” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.30, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Hal tersebut kemudian dipertegas oleh Bapak Syaiful Rochani selaku seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo memang dapat dikatakan sangat berkembang. Hal tersebut dikarenakan hadirnya tempat-tempat wisata baik alam maupun buatan. Ada BNS, Coban Rais, Tirta Buana, Jawa Timur Park II, dan lain sebagainya.” (wawancara tanggal 23 Februari

2016, pukul 10.00 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani Kota Batu)

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo semakin berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo mulai terlihat secara signifikan sejak dibangunnya Batu *Night Spectacular* (BNS) yang diikuti dengan dibangunnya beberapa tempat wisata baru lainnya, dan yang paling baru saat ini adalah Arena Penangkaran Kuda yang terletak di Jalibar yang termasuk dalam wilayah RW 11 Desa Oro-Oro Ombo. Tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo terdiri dari Wisata Alami dan Buatan, contoh tempat wisata alami di Desa Oro-Oro Ombo adalah Coban Rais, yang merupakan air terjun yang cantik dan mulai dikenal oleh wisatawan, serta Bumi Perkemahan, yang merupakan arena untuk berkemah. Sedangkan wisata buatanya adalah BNS, Museum Satwa, *Secret Zoo*, *Eco Green Park*, Taman Wisata Tirta Buana, dan yang baru-baru ini selesai di bangun adalah Arena Penangkaran Kuda.

Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo tentunya tidak terlepas dari peran pemerintah. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Syaiful selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Batu:

“Peran Disparbud dalam pengembangan kepariwisataan dibagi menjadi 3 macam, yakni: *pertama*, dalam hal ini memberikan berbagai fasilitas demi perkembangan kepariwisataan Kota Batu atau sebagai fasilitator, misalnya: membangun berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti gapura wisata, papan nama, fasilitas outbound, dan lain-lain, selain itu juga memberikan pertimbangan dan rekomendasi pada investor yang akan membangun di bidang pariwisata; *kedua*, adalah sebagai motivator, maksudnya disini adalah dengan mendorong perkembangan kepariwisataan,

mulai dari sadar wisata (Darwis) sampai dengan pengembangan potensi yang dimiliki, melalui berbagai kegiatan yang bersifat propaganda dan promosi. Contohnya adalah dengan membentuk dan membina Pokdarwis, *Table Top*, pameran, *Batu Flower Festival* (BFF), dan sebagainya.; dan yang *ketiga* adalah sebagai fungsi pemberdayaan dan pembinaan.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016 pukul 10.35, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu memiliki 3 peran dalam perkembangan pariwisata di Kota Batu, diantaranya yakni: 1. Sebagai fasilitator; 2. Sebagai motivator; dan 3. Fungsi pemberdayaan dan Pembinaan. Peran pemerintah tersebut memiliki kedudukan yang sangat penting dalam perkembangan pariwisata.



Gambar 6

Gapura Kota Wisata Batu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar tersebut, terlihat bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu telah melaksanakan beberapa perannya. Yakni

dengan membangun sebuah gapura untuk menunjukkan kepada wisatawan bahwa wisatawan telah mencapai Kota Wisata Batu. Selain itu, Dinas Pariwisata dan kebudayaan telah membuat baliho besar di tempat strategis (di perbatasan Kota Batu dan Kabupaten Malang) untuk menarik perhatian wisatawan. Hal tersebut menunjukkan peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sebagai fasilitator yang menyediakan kebutuhan pariwisata.

3. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Pengembangan kepariwisataan Kota Batu sebagai bagian integral dari seluruh aspek pembangunan daerah Kota Batu didasarkan kepada arah kebijakan yang dilakukan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah. Karena itu perlu dilakukan langkah-langkah penguatan kewenangan, efisiensi, akuntabilitas kinerja kelembagaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai upaya mewujudkan pemerintahan yang baik. Untuk menjalankan kewenangan di bidang pariwisata serta untuk meningkatkan kelancaran tugas-tugas teknis operasional di bidang pariwisata itulah maka dibentuk Dinas Pariwisata Kota Batu berdasarkan Peraturan Daerah Kota Batu No 15 Tahun 2003 tentang struktur organisasi dan tata kerja Dinas Pariwisata Kota Batu. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu beralamat di Gedung Block Office Among Tani jalan Panglima Sudirman, Kota Batu.

a. Visi Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Visi

Adapun visi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu adalah sebagai berikut:

Terwujudnya Kota Wisata Batu sebagai Kota Kepariwisataan Internasional

Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, misi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk pariwisata yang berwawasan lingkungan
2. Meningkatkan SDM yang berkompetensi yang mampu bersaing di tingkat global
3. Mengembangkan desa/kelurahan menjadi desa wisata yang berbasis potensi dan masyarakat
4. Membangun hubungan kerjasama yang baik dengan *stakeholders* pariwisata baik di tingkat regional, Nasional, dan internasional
5. Melakukan promosi pariwisata secara kontinyu, Nasional, maupun internasional

b. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kota Batu

a. Kedudukan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu mempunyai kedudukan sebagai unsur pelaksana Pemerintah Daerah bidang pariwisata yang

dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah.

b. Tugas

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas sebagai urusan rumah tangga di bidang pariwisata.

c. Fungsi

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis dan strategis pembangunan kepariwisataan.
2. Pembinaan objek dan daya tarik wisata serta pesona wisata budaya sebagai pemikat wisatawan.
3. Penyelenggaraan, pembinaan, pemasaran, dan hubungan kepariwisataan dengan lembaga dan wisata di dalam dan di luar negeri.
4. Penyelenggaraan pembinaan usaha jasa dan usaha sarana pariwisata.
5. Penyusunan program, penyelenggaraan, pembinaan dan pengendalian pengembangan kepariwisataan, seni dan budaya.
6. Pengkoordinasian, pengembangan, pengelolaan, dan pemberdayaan produk wisata.
7. Evaluasi dan pelapor dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian kepariwisataan, seni dan budaya.

8. Pengelolaan administrasi umum meliputi ketatusahaan, keuangan, kepegawaian, peralatan, dan perlengkapan serta kerumahtanggan dinas.
9. Pengelolaan penyelenggaraan Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) dan pembinaan terhadap penyelenggaran kelompok jabatan fungsional.

c. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota

Batu

Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu terangkum dalam kegiatan masing-masing bidang sebagai berikut:

- 1) Kepala Dinas
 - a. Perumusan kebijakan, pengendalian, pengevaluasian rencana strategis dan rencana kerja di bidang pariwisata dan kebudayaan.
 - b. Perumusan dan penetapan *standart operational procedure*(SOP), target capaian Standar Pelayanan Minimal (SPM), Standar Pelayanan Publik (SPP), dan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).
 - c. Perencanaan dan pengendalian anggaran dan administrasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu.
 - d. Pembinaan pengembangan produk, promosi dan pemasaran pariwisata.
 - e. Pembinaan pengembangan SDM, kebudayaan, tradisi, perfilman, kesenian, sejarah dan purbakala.

- f. Penilaian dan pengendalian terhadap pelaksanaan program dan kegiatan.
- 2) Sekretariat
 - a. Pengendalian urusan ketatalaksanaan dan ketatausahaan Dinas.
 - b. Pengendalian Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas.
 - c. Pengendalian data informasi hasil kegiatan Dinas dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui Website Pemda.
 - d. Pengendalian *Standart Operational Procedure* (SOP), target capaian *Standart Pelayanan Minimal* (SPM), *Standar Pelayanan Publik* (SPP), dan *Indeks Kepuasan Masyarakat* (IKM).
 - 3) Bidang Pengembangan Produk Wisata
 - a. Menyusun pedoman teknis program kegiatan pengembangan produk pariwisata.
 - b. Pembinaan potensi usaha kepariwisataan, sarana pariwisata, usaha jasa pariwisata, dan objek serta daya tarik wisata.
 - c. Pengkajian rekomendasi ijin di bidang pengembangan usaha sarana pariwisata, usaha jasa pariwisata, objek dan daya tarik wisata serta rekreasi dan hiburan umum.
 - d. Pelaksanaan kerjasama dengan instansi terkait di bidang usaha sarana pariwisata, usaha jasa pariwisata, objek dan daya tarik wisata serta rekreasi dan hiburan umum.

4) Bidang Promosi dan Pemasaran Pariwisata

- a. Penyusunan pedoman teknis operasional kegiatan promosi, pemasaran, dan kerjasama kebudayaan dan pariwisata.
- b. Perumusan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) skala daerah.
- c. Pembinaan pengembangan sistem informasi pariwisata, pameran kebudayaan dan pariwisata.
- d. Pengkajian kerjasama internasional pengembangan destinasi wisata.
- e. Pengendalian pusat pelayanan informasi pariwisata dan perumusan branding (merk) dan tagline (slogan pariwisata).

5) Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia

- a. Pembinaan pengembangan sumber daya manusia pariwisata.
- b. Penyusunan standarisasi kompetensi profesi di bidang pariwisata dan teknis kerjasama dengan instansi terkait di bidang pengembangan sumber daya manusia pariwisata.
- c. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha pariwisata.

6) Bidang Kebudayaan

- a. Penyusunan teknis kerjasama regional, nasional dan internasional di bidang kebudayaan, kepurbakalaan, nilai tradisional, kesenian, perfilman dan sejarah.

- b. Pembinaan inventaris dan dokumentasi di bidang kebudayaan, keurbakalaan, nilai tradisional, kesenian, perfilman dan sejarah.
- c. Pengendalian perawatan dan pengamanan aset atau benda kesenian, benda cagar budaya, dan situs warisan budaya.

B. Penyajian Data Fokus Penelitian

Pada tahap penyajian ini penulis akan memaparkan lalu kemudian mendeskripsikan hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan gambaran dan jawaban akhir dari permasalahan yang diteliti. Hasil penelitian ini dibatasi oleh fokus penelitian yang telah ditetapkan mengenai Pengembangan Pariwisata dalam rangka Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa (Studi pada Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Batu Kota Batu). Fokus penelitian yang akan dikaji oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo:

Pada tahun 2010, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata mengadakan program melalui Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata. PNPM tersebut menjadi pijakan dasar bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk memformulasikan kebijakan dalam rangka mewujudkan pengembangan pariwisata di Kota Batu. Kebijakan mengenai pembentukan desa wisata tersebut menjadikan Desa Oro-Oro

Ombo sebagai salah satu desa wisata dengan perkembangan pariwisata yang semakin baik tiap tahunnya.

Sebelum mengetahui strategi pemerintah terkait pengembangan desa wisata Oro-Oro Ombo, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai upaya yang dilakukan untuk mengembangkan pariwisata di Kota Batu secara umum, pelaksanaan pembangunan atau penyediaan sarana dan penataan lingkungan kepariwisataan di Kota Batu diarahkan kepada hal-hal berikut (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014):

- 1) Menggali dan mengembangkan obyek wisata yang belum tersentuh hingga menjadi layak untuk dijadikan daerah tujuan wisata;
- 2) Mendorong dan memotivasi pelaku pariwisata untuk ikut serta menggerakkan industri pariwisata di daerah dengan berbagai aktivitas untuk menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara;
- 3) Memberikan pembinaan pada desa wisata serta kelompok sadar wisata dalam rangka mendukung program pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi kerakyatan;
- 4) Meningkatkan promosi pariwisata baik dalam daerah maupun luar daerah melalui *website*, *booklet*, *brosure*, *leaflet*, pameran, bando jalan, tv bandara, serta berbagai kegiatan yang termuat dalam kalender *event* tahunan.
- 5) Pembangunan sarana seperti *paving*, *gapuro*, pagar pembatas trotoar, gazebo, sarana *outbound*, *guest house*, sarana landing paralayang, peta wisata;
- 6) Bekerjasama dengan instansi terkait untuk melakukan gerakan yang sinergis dalam mengembangkan pariwisata daerah.

Mengacu pada arah kebijakan di atas, maka tujuan dan sasaran kegiatan pengembangan kepariwisataan di Kota Batu adalah sebagai berikut (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, 2014):

- 1) Mendorong pertumbuhan dan perkembangan kepariwisataan daerah yang mampu meningkatkan ekonomi rakyat serta pendapatan daerah;

- 2) Mewujudkan visi misi Kota Batu dan visi misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu;
- 3) Membangun kemitraan yang sinergis antara pemerintah, pelaku pariwisata serta masyarakat dalam rangka meningkatkan pemberdayaan ekonomi kerakyatan.

Pengembangan pariwisata dilakukan oleh pemerintah dengan melaksanakan berbagai upaya sesuai tugas dan fungsinya. Berdasarkan arahan kebijakan di atas, telah dijelaskan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu diharuskan untuk memiliki upaya yang bermanfaat baik bagi pemerintah maupun masyarakat yang dijadikan obyek dalam program tersebut, demi tercapainya tujuan program pengembangan desa wisata.

- a. Promosi yang dilakukan untuk melaksanakan pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo

Promosi merupakan kegiatan memasarkan/memperkenalkan suatu produk kepada orang lain melalui berbagai media. Pengembangan pariwisata di Kota Batu tentunya akan membutuhkan promosi, promosi berguna untuk memberikan informasi-informasi terkait pariwisata di Kota Batu terhadap khalayak ramai. Promosi bermanfaat bagi pengembangan pariwisata, karena dengan adanya promosi, maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk mengadakan perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang melakukan promosi tersebut. Berkaitan dengan kegiatan promosi yang dilakukan untuk pengembangan pariwisata, dapat diketahui melalui wawancara dengan

bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik wisata yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya untuk promosi khusus ke salah satu Desa Wisata itu tidak ada, karena kami membuat promosi yang ditujukan untuk semua DTW di Kota Batu. Tapi Desa oro-Oro Ombo adalah salah satu Desa Wisata yang di dalamnya terdapat banyak tempat wisata, sehingga Desa Oro-Oro Ombo mendapatkan perhatian khusus pula dari wisatawan.”(wawancara tanggal 23 Februari 2016 pukul 10.15, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan yang menyatakan bahwa:

“Kita untuk melakukan promosi melalui berbagai media, itu secara luas, jadi tidak terpusat di Desa Oro-Oro Ombo saja, tapi kami juga mempromosikan wisata di seluruh Kota Batu.” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.40, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tidak membuat promosi secara khusus bagi Desa Wisata, melainkan promosi keseluruhan tempat wisata di Kota Batu. Promosi keseluruhan tempat wisata tersebut akan membuat seluruh Desa Wisata juga dikenal. Bentuk promosi yang digunakan dalam melaksanakan promosi dijelaskan dalam pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Bentuk promosi yang kami lakukan antara lain: mengadakan pameran, mengadakan Festival (Batu Flower Festival, Festival 1000 Banteng, dsb), *event-event* yang bersifat regional maupun internasional, seperti Festival Bunga Hias, Parade Mobil Bunga, Festival Paralayang, Pameran dan Lomba Fotografi, Parade Dokar Hias, Batu Ashion Festival Show, Dan Gebyar Batu Expo,*roadshow*, pembuatan brosur, pamflet, majalah, pemasangan

Media Elektronik di tempat-tempat strategis, dan masih banyak lagi.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016 pukul 10.20, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Pernyataan tersebut ditambahkan oleh Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan yang menyatakan bahwa:

“Bentuk promosi dari kami biasanya berupa iklan-iklan yang kami sebar berupa brosur, video, pamflet, baliho, dan lain-lain. Selain itu kami juga memasang video promosi Kota Wisata Batu di TV bandara, sehingga orang yang hendak bepergian akan menontonnya dan jadi tertarik mengunjungi Kota Wisata Batu. Untuk semua Daerah Tujuan Wisata bentuk promosinya kami sama ratakan, berupa penjelasan saya tersebut.” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.45, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Hal senada disampaikan oleh Bapak Irviandi Ramadani, selaku wisatawan asal Kalimantan yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo yakni sebagai berikut:

“Saya mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo ini melalui internet seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, selain itu juga informasi dari teman-teman di Kampus, serta berbagai artikel dan brosur yang dapat saya temukan dengan mudah di Pusat Informasi Pariwisata.” (wawancara tanggal 5 Maret 2016 pukul 19.00 WIB di Batu Night Spectacular (BNS))

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Abdillah Majdi, selaku wisatawan asal Bangil yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo yakni sebagai berikut:

“Infonya dari internet, media sosial, dan teman yang pernah berkunjung ke sini.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 09.45 WIB di Museum Satwa)

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Bapak Rizqy Afdhali, selaku wisatawan asal Malang yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Dari promosi-promosi di internet, *Youtube*, *Google*, juga dari akun-akun sosial media teman. Selain itu juga dari baliho-baliho dan informasi mulut ke mulut” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 13.00 WIB di Museum Satwa)

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dari I Gusti Ratu Ayu selaku seorang wisatawan dari Bali yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Saya tahu mengenai Desa Oro-Oro Ombo ini dari internet, liputan di TV, baliho-baliho yang mana di Bali juga ada, terus dari pengalaman teman juga yang pernah ke sini” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.00 WIB di Museum Satwa)

Sebuah bentuk promosi pasti memerlukan media untuk memasarkan produknya, media promosi di Kota Wisata Batu sendiri dapat diketahui berdasarkan pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

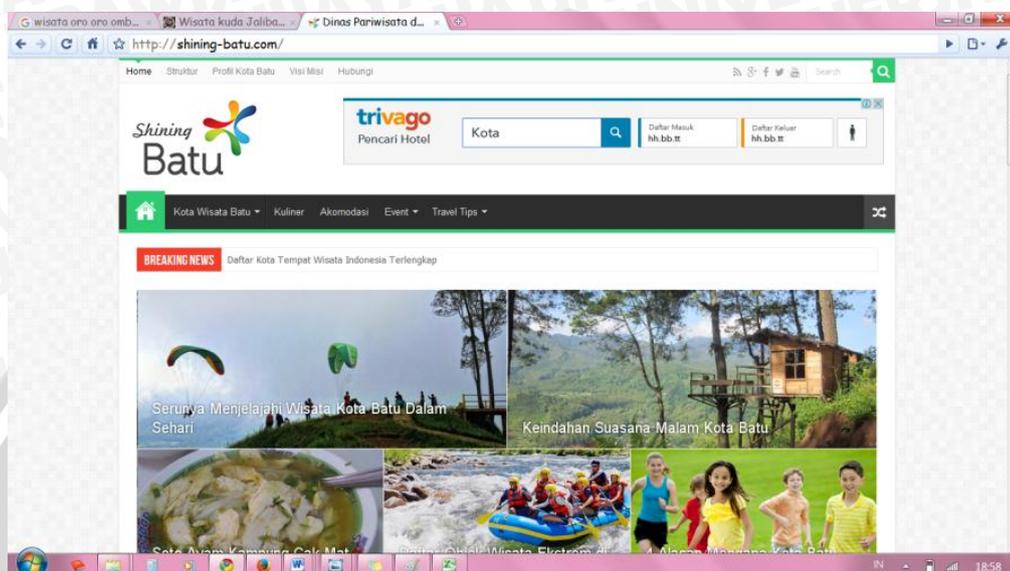
“Media untuk melaksanakan promosi tersebut ada banyak, yakni media elektronik (iklan di TV, situs-situs, upload video di Youtube, situs resmi Dinas Pariwisata, dan lain-lain); Forum/Diskusi/Dialog; Media cetak (memasang iklan di koran, majalah, serta baliho-baliho di pinggir jalan di wilayah pusat keramaian). Kemudian, seiring dengan semakin berkembangnya teknologi maka semakin memudahkan kami dalam melaksanakan promosi dengan media yang paling bisa dijangkau seluruh lapisan masyarakat, yakni televisi. Kita sudah banyak mengundang Stasiun TV baik lokal maupun nasional untuk meliput pariwisata Kota Batu, dimana imbas dari media tersebut cukup signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung Ke Kota batu. (wawancara tanggal 23 Februari 2016 pukul 10.25, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Sejalan dengan hal tersebut, Bapak MA menambahkan bahwa:

“Media yang digunakan ya dari internet, situs resmi kami, media cetak, sampai tv bandara. Kami juga membuat tv di pusat keramaian Kota Batu sendiri yang nantinya dapat menjadi perhatian bagi wisatawan, contohnya adalah tv di sebelah Alun-Alun Kota Batu dan di Pasar Tradisional Kota Batu. selain itu kita juga melakukan promosi dengan media *booklet*, CD, lalu pemilihan duta wisata (Kangmas-Nimas), web pariwisata, brosur, *leaflet*, dan lain-lain” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.45, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam upaya pengembangan pariwisatanya, Kota Batu melakukan berbagai macam bentuk promosi melalui berbagai media pula. Promosi yang dilaksanakan berupa pemilihan dan pengiriman Duta Wisata (Kangmas-Nimas) ke luar daerah, Pembuatan Web Resmi Dinas Pariwisata yang berisi mengenai informasi pariwisata di Kota Batu, pengaduan brosur, *leaflet*, DVD, *banner*, *booklet*, stiker, Buku Panduan Wisata, dan adanya *event-event* untuk menarik pengunjung, seperti berbagai Festival (Festival Bunga Hias, Festival 1000 Banteng, Festival Paralayang, Pameran dan Lomba Fotografi dan Kesenian, Parade Dokar Hias, Batu Ashion Festival Show, Gebyar Batu Expo, Pawai Bunga, Batu *Race Championship*, dan lain sebagainya. Media yang digunakan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga sangat beragam, terutama dari internet dan mengundang stasiun TV, baik TV lokal maupun TV Nasional. Berbagai usaha promosi tersebut telah membawa dampak bagi perkembangan pariwisata di Kota Batu, selain itu wisatawan juga berdatangan dari berbagai wilayah. Berikut adalah beberapa contoh

promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu:

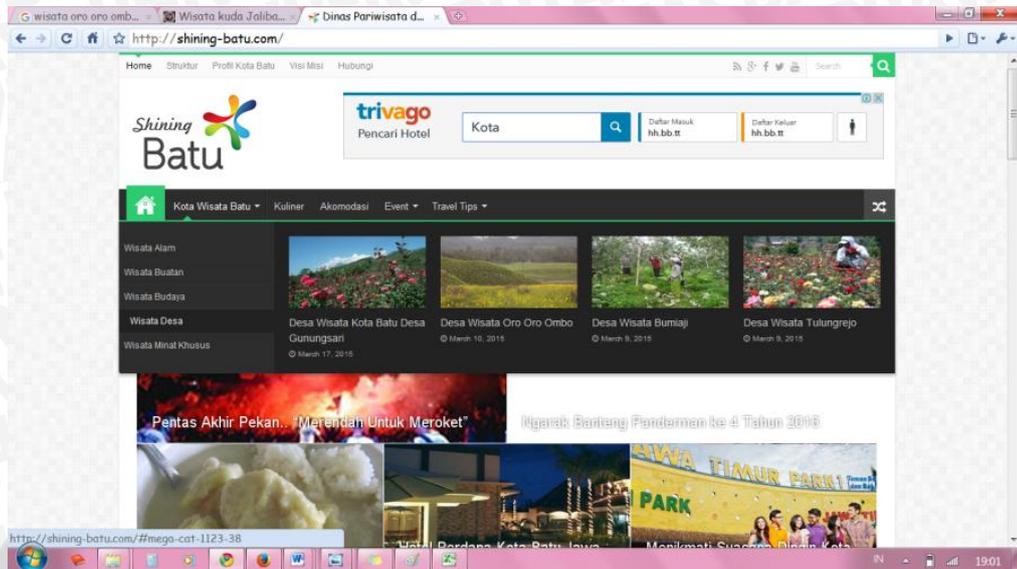


Gambar 7

Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

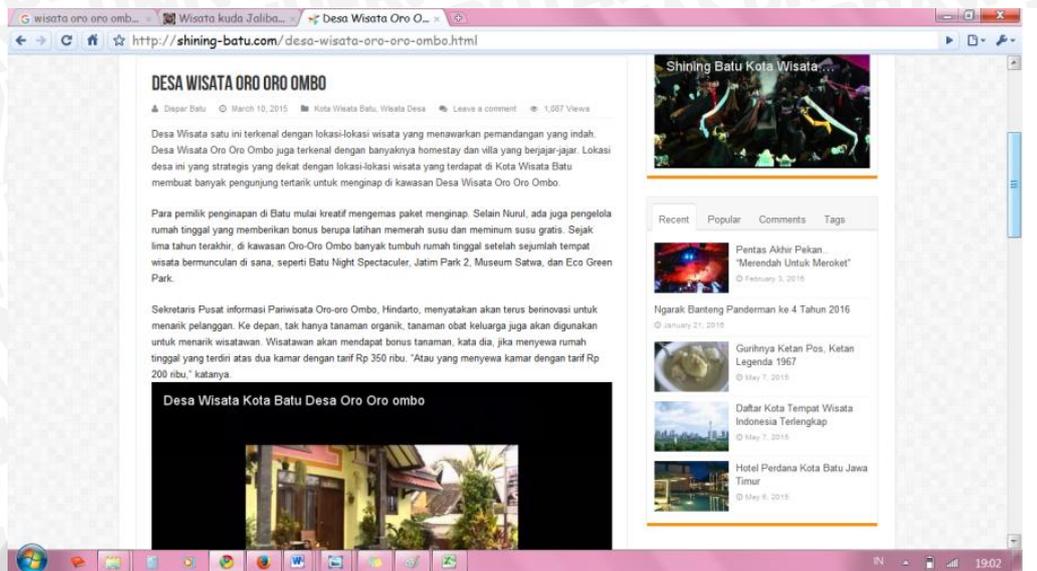
Sumber: <http://shining-batu.com/>

Gambar tersebut menunjukkan contoh tampilan halaman depan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, yakni <http://shining-batu.com/>. Website Disparbud merupakan salah satu media promosi pariwisata yang dilakukan dan dikelola oleh Dinas Pariwisata sendiri. Gambar diatas merupakan gambar tampilan awal website memberikan informasi mengenai semua tempat wisata di Kota Batu. Mayoritas wisatawan mendapatkan informasi mengenai pariwisata dari website Disparbud. Tampilan awal dari website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu memberikan deskripsi-deskripsi mengenai pesona wisata Kota Batu secara luas.



Gambar 8
Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
Sumber: <http://shining-batu.com/>

Gambar tersebut menunjukkan tampilan website yang memberikan penjelasan, informasi, serta promosi mengenai desa wisata. Menu informasi dikhususkan untuk beberapa Desa Wisata, sehingga wisatawan dapat memiliki serta mengetahui informasi desa wisata secara lebih spesifik. Menu – menu yang ada pada website berkaitan dengan program pemerintah dalam rangka pengembangan pariwisata di tiap Desa. Tiap artikel memberikan deskripsi serta gambaran pesona wisata tiap Desa Wisata yang disertai dengan foto-foto. Pada website Disparbud terdapat beberapa menu lain selain desa wisata, yakni informasi seputar kuliner serta hotel. Menu tersebut juga membedakan antara wisata alami serta wisata buatan yang terdapat di Kota Batu. Selain itu juga ada penjelasan mengenai wisata budaya, serta wisata minat khusus yang terdapat di Kota Batu. Menu yang ada pada website akan memudahkan wisatawan dalam memilih tempat wisata sesuai motivasi berwisatanya.



Gambar 9
Contoh Tampilan Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
Sumber: <http://shining-batu.com/>

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa website yang dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu menjelaskan mengenai potensi desa wisata dengan menu tersendiri. Terdapat informasi dan penjelasan mengenai Desa Wisata Oro-Oro Ombo. Pada websitenya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyebutkan pesona pariwisata Desa Oro-Oro Ombo serta berbagai fasilitas yang ada di dalamnya. Informasi pada website tersebut menarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo. Artikel tersebut juga dilengkapi dengan foto-foto tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo sehingga akan memudahkan wisatawan dalam memilih tempat wisata. Baik wisata alami, wisata buatan, wisata budaya, serta wisata minat khusus.



Gambar 10. Batu Flower Festival (BFF)

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar diatas merupakan salah satu bentuk promosi yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Batu, yakni Batu Flower Festival. Festival bunga di Kota Batu menampilkan peserta festival yang mengenakan kostum bunga yang juga menjadi *icon* pariwisata di Kota Batu. Batu Flower Festival sangat efektif untuk menarik minat wisatawan mengunjungi sekaligus mendapatkan informasi mengenai Kota Batu. Selain Batu *Flower Festival*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu juga membuat berbagai Festival dengan tema yang lain, misalnya saja Festival Film Indonesia, Festival 1000 banteng, serta berbagai tema-tema lain yang rutin diadakan.



Gambar 11
Baliho Kota Wisata Batu
Sumber: Dokumentasi penulis

Gambar diatas menunjukkan Baliho mengenai informasi pariwisata serta penunjuk jalan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu. Baliho tersebut dipasang di tempat yang sangat strategis, karena berada di perbatasan antara Kota Batu dengan Kabupaten Malang, yang sering dilalui kendaraan, sehingga sering terjadi keramaian di tempat tersebut. Beberapa wisatawan juga mendapatkan informasi dari baliho-baliho yang dibuat Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Batu yang terdapat di berbagai daerah.

b. Peningkatan Kualitas Aksebilitas

Aksebilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut lintas sektoral, kemudahan dan keefektifan mencapai kawasan. Dengan aksebilitas yang baik, maka wisatawan dapat mengunjungi DTW dengan mudah, sehingga

akan menarik wisatawan lebih banyak. Jika wisatawan merasa sulit mengakses atau menuju DTW, maka hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut. Pemahaman mengenai aksesibilitas menuju Desa Wisata Oro-Oro Ombo dapat diketahui melalui pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata yang menyatakan bahwa:

“Aksesibilitas ke Desa Oro-Oro Ombo sekarang sangat mudah karena sudah difasilitasi prasarana jalan menjadi dua alternatif yakni lewat Kecamatan Junrejo dan lewat Pasar Batu. Di samping itu, apabila sedang *peak season* ada rekayasa lalu lintas untuk akses jalan ke Daerah Tujuan Wisata” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.30 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Hal yang sedikit berbeda disampaikan oleh Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Akses menuju Desa Oro-Oro Ombo sekarang ini memang sudah bagus, ada 2 jalur kalau dari arah Malang, bisa lewat Beji, atau bisa juga lewat Junrejo. Selain itu kami juga sudah membuka jalan di Jalibar, itu sudah bisa di lewati. Tapi tidak dapat kami pungkiri kalau masalah utamanya adalah macet. Kemacetan tersebut kadang juga bisa diperparah oleh adanya bus-bus pariwisata berukuran besar. Ukuran bus yang besar tersebut tidak diimbangi dengan luas jalan di Desa Oro-Oro Ombo, sehingga seringkali Bus yang mau masuk ke tempat wisata seperti jalan di depan BNS dan Museum Satwa itu menyebabkan macet yang parah. Untuk saat ini solusi dari kami masih membuat rekayasa lalu lintas, itu dengan membuat lalu lintas satu arah. Seringkali kemacetan tersebut akan membuat wisatawan menghabiskan waktunya di jalan, sehingga menjadi jenuh di jalan dan kapok berwisata kembali ke Batu. Kami masih berupaya mengurai kemacetan ini dengan berbagai rencana, seperti membuat kendaraan khusus pariwisata, dan rekayasa lalulintas lagi, serta memperlebar jalan di Desa Oro-Oro Ombo. Kalo untuk jalan di Jalibar, menurut pemantauan kami jarang digunakan wisatawan dan malah digunakan masyarakat kampung untuk *trek-trek* an. Hal tersebut juga pastinya akan mengganggu, tapi kami masih belum membicarakan solusi untuk masalah tersebut.”(wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul

10.50 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Sama halnya dengan pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Irvandi Ramadani selaku wisatawan asal Kalimantan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Ada 2 jalur ke Desa Oro-Oro Ombo, kalau yang lewat Beji itu masih lumayan lancar, karena jalannya lebar, tapi kalau lewat Junrejo jalannya sempit namun lebih lancar karena kendaraan yang lewat lebih sedikit. Kalau untuk kemudahan ke tempat wisata menurut saya sudah cukup mudah, kecuali ke Coban Rais. Jalan ke Coban rais benar-benar masih alami, jadi tidak bisa dilewati kendaraan sehingga saya harus berjalan dengan jarak yang jauh, sekitar 5 - 7 Km berjalan kaki. Selain itu belum ada jembatan yang layak menuju air terjunnya, kami melewati pipa dengan tingkat keselamatan yang rendah. Tapi kalau ke tempat wisata buatan seperti di sini (BNS) atau ke Museum Satwa menurut saya cukup mudah.” (wawancara tanggal 5 Maret 2016 pukul 19.00 WIB di Batu Night Spectacular (BNS))

Hal serupa dinyatakan oleh Bapak Abdillah Majdi selaku wisatawan asal Bangil yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo

“Meskipun ada 2 jalur ke Oro-Oro Ombo, tapi keduanya seringkali macet, sehingga akses ke tempat wisata jadi terganggu.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 09.45 WIB di Museum Satwa)

Hal yang sedikit berbeda dikatakan oleh Bapak Rizqy Afdhali selaku wisatawan asal Malang yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo

“Lancar-lancar saja sih, perjalanan saya tidak terlalu macet, karena saya lewat jalan di pasar yang dibuat satu arah.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 13.00 WIB di Museum Satwa)

Serupa dengan pernyataan tersebut, I Gusti Ratu Ayu selaku wisatawan asal Bali yang berkunjung ke Desa Wisata Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Menurut saya akses ke tempat wisata sudah cukup baik, karena tempat wisatanya ada tepat di pinggir jalan, sehingga mudah masuknya. Tapi saya kurang tau dengan wisata alaminya, karena saya belum pernah ke wisata alami.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.15 WIB di Museum Satwa)

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas ke wisata di Desa Oro-Oro Ombo memang ada 2 jalur, namun seringkali terjebak lalu lintas yang macet di hari libur. Pemerintah Kota Batu sendiri telah memberikan solusi berupa rekayasa lalu lintas dengan satu arah pada hari libur, beberapa wisatawan telah merasakan manfaatnya dan menganggap bahwa rekayasa tersebut bermanfaat, namun masih ada saja wisatawan yang merasakan macet meskipun sudah dibuat satu arah. Solusi lain yang masih menjadi rencana dari pemerintah adalah dengan mencanangkan kendaraan pariwisata, serta memperlebar jalan utama. Selain itu, sebagian besar wisatawan tidak pernah melewati jalur alternatif Jalibar, padahal Jalibar adalah jalur alternatif yang baru dibuka untuk umum dengan jalan yang lebar serta kondisi aspal yang masih bagus. Hal tersebut dikarenakan belum adanya tanda jalan yang jelas dan seringnya wilayah tersebut digunakan arena balap motor bagi anak muda yang jelas akan sangat mengganggu perjalanan wisatawan.



Gambar 12
Kondisi Jalan dan Jembatan di Jalibar
Sumber: Dokumentasi penulis

Gambar diatas merupakan jalan alternatif yang terdapat di RW 11 Desa Oro-Oro Ombo, yakni Jalur Lintas Barat atau biasa disingkat Jalibar. Jalur tersebut tampak lebar dengan jembatan yang baru dibangun dan masih bagus. Namun jalur tersebut belum efektif untuk mengatasi kemacetan serta kepadatan kendaraan wisatawan dikarenakan masih banyak wisatawan yang belum mendapatkan informasi mengenai jalan tersebut.

Pengembangan aksesibilitas juga dilakukan dengan meningkatkan kualitas prasarana wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya, pembangunan prasarana wisata tersebut

mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang nantinya akan menarik wisatawan. Mengenai perkembangan prasarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui melalui pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Kalau untuk penyediaan prasarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo itu menurut saya sudah cukup memenuhi, apalagi kalau untuk kebutuhan dasar seperti listrik, air, dan jalan. Jalan di depan BNS juga sudah diaspal beberapa yang rusak. Akses desa Oro-Oro Ombo menuju terminal juga sangat mudah, hanya satu jalur saja kalau naik *angkot* kuning. Kalau untuk telekomunikasi menurut saya lumayan baik. (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.40 WIB di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Hal yang hampir serupa juga dikatakan oleh Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Listrik dan air di Desa Oro-Oro Ombo sudah cukup memenuhi bagi wisatawan, yang menjadi kendala adalah jalan di Desa Oro-Oro Ombo yang relatif sempit, sehingga kalau dilewati kendaraan besar secara bersamaan seringkali menyebabkan kerepotan dan kesulitan. (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.50 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Bapak Irviandi Ramadhani selaku wisatawan asal Kalimantan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo menyatakan sebagai berikut:

“Prasarana dasar seperti listrik dan air bersih mudah di dapat, namun saya masih menemukan jalan-jalan yang rusak dan terlalu sempit untuk dilewati kendaraan besar. Sedangkan Oro-Oro Ombo merupakan salah satu desa dengan destinasi wisata yang banyak jadi seharusnya diimbangi dengan fasilitas jalan yang lebar dan memadai agar dapat menampung kendaraan pariwisata. Selain itu juga perlu ada pembangunan jembatan di jalan menuju Air Terjun Coban Rais, karena sangat disayangkan, air terjun yang indah sulit dijangkau karena medan yang sulit dan belum adanya jembatan

yang layak”(wawancara tanggal 5 Maret 2016 pukul 19.10 WIB di Batu Night Spectacular (BNS))

Hal serupa dinyatakan oleh Bapak Abdillah Majdi selaku wisatawan asal Bangil yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Jalan menuju *homestay* yang saya tuju agak sulit karena jalannya sempit dan banyak berlubang, padahal jalan tersebut masih terbilang sangat dekat dari jalan besar dan pusat destinasi pariwisata” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 09.50 WIB di Museum Satwa)

Pernyataan berikutnya disampaikan oleh Rizqy Afdhalli selaku wisatawan asal Malang yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Prasarana di Desa Oro-Oro Ombo ini secara garis besar sudah cukup memenuhi kebutuhan wisatawan, karena untuk listrik dan telekomunikasi mudah, airnya juga sangat bersih dan dingin. Selain itu, jalannya juga sudah lumayan memadai meskipun masih banyak yang berlubang dan tambalan jalan yang kurang rapi. Lubang paling banyak saya temui di depan BNS, mungkin karena faktor seringnya dilewati bus-bus besar. Namun tidak terlalu mengganggu kenyamanan saya dalam berwisata.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 13.05 WIB di Museum Satwa)

Selanjutnya ditambahkan oleh I Gusti Ratu Ayu selaku wisatawan asal Bali yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Ketersediaan listrik dan air menurut saya sudah sangat memadai, yang kurang adalah jalan yang menurut saya perlu diperlebar. Untuk ketersediaan sarana telekomunikasi saya kira sudah memenuhi kebutuhan saya karena sinyal lumayan, tapi kalau di bandingkan dengan di Bali masih lebih lancar di Bali. Kemudian kalau untuk akses ke terminal saya kurang tahu, karena saya tidak menggunakan angkutan umum, tapi dari pengamatan saya ada angkutan umum yang melewati Desa Oro-Oro Ombo ini, sehingga untuk akses ke terminal menurut saya cukup mudah.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.30 WIB di Museum Satwa)

Atas dasar keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi kekurangan terbesar pada prasarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo adalah kondisi jalan nya. Jalan di Desa Oro-Oro masih sempit dan banyak ditemukan lubang-lubang, selain itu, tambalan pada lubang juga seringkali tidak rapi sehingga mengganggu kenyamanan, lubang pada jalan di Desa Oro-Oro Ombo tidak hanya di jalan utama saja, namun juga ditemukan di jalan menuju *homestay* yang terletak di dalam gang besar.

Lubang di jalan-jalan yang berada di Desa Oro-Oro Ombo tentunya sangat berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan. Pemerintah telah memiliki upaya untuk pelebaran jalan serta menambal lubang-lubangnya. Beberapa prasarana lainnya seperti listrik dan air tergolong mudah didapat, akses ke terminal juga mudah karena ada angkutan umum yang melewati jalan di Desa Oro-Oro Ombo (angkutan umum berwarna kuning). Telekomunikasi di Desa Oro-Oro Ombo juga tergolong bagus karena sinyal penuh.



Gambar 13
Contoh Jalan yang Rusak di Desa Oro-Oro Ombo
Sumber: Dokumentasi penulis

Gambar diatas merupakan contoh jalan yang rusak yang terletak di Desa Oro-Oro Ombo. Terlihat bahwa jalan sudah tidak layak dilewati. Padahal jalan tersebut termasuk jalan yang sering dilewati kendaraan wisatawan, karena banyak *homestay* yang berlokasi di tempat yang harus melewati jalan tersebut. Kerusakan jalan terlihat sangat parah, sehingga sulit dilalui serta menimbulkan ketidaknyamanan bagi wisatawan yang akan melintasinya.

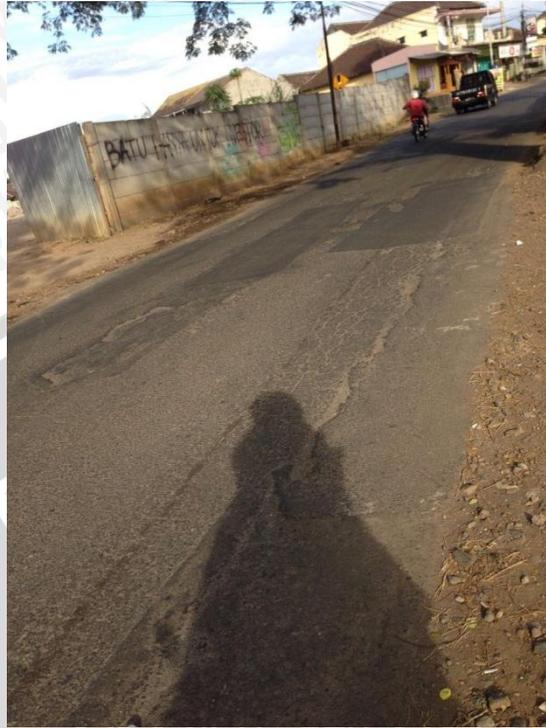


Gambar 14

Contoh Tambalan Jalan yang Rusak di Sekitar BNS

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut menunjukkan kualitas jalan di sekitar tempat wisata Batu *Night Spectacullar* (BNS) yang terbilang buruk. Buruknya kualitas jalandisebabkan oleh tambalan jalan yang tidak rata dan sudah rusak. Jalan yang tidak rata tentu saja akan mengurangi kenyamanan wisatawan dalam perjalanan. Seharusnya jalan di depan BNS tersebut ditambal dengan bahan jalan kualitas tinggi, hal tersebut dikarenakan jalan tersebut kerap dilalui oleh kendaraan wisatawan serta bus-bus pariwisata dengan ukurang yang besar. Apabila pemerintah memperhatikan kondisi jalan tersebut, maka akan menambah kenyamanan bagi wisatawan yang berwisata ke Desa Oro-Oro Ombo.



Gambar 15
Contoh Jalan yang Rusak di Desa Oro-Oro Ombo
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut menunjukkan jalan yang rusak yang terletak di depan Gedung Kesenian Oro-Oro Ombo. Seperti yang terlihat, jalan tidak rata dikarenakan kualitas tambalan yang kurang bagus. Jalan tersebut merupakan salah satu jalan yang paling sering dilalui wisatawan, karena menghubungkan beberapa tempat wisata, yakni menghubungkan tempat wisata Jawa Timur *Park 2* dengan BNS, hal tersebut berarti jalan tersebut sangat perlu dibenahi lagi dalam rangka meningkatkan kenyamanan wisatawan.

c. Pengembangan Kawasan Wisata

Kawasan wisata memerlukan pengembangan agar tercipta kenyamanan bagi wisatawan, serta menarik minat wisatawan. Kawasan

wisata yang rapi, indah serta bersih akan menimbulkan dampak positif bagi kepuasan wisatawan. Pada upaya pengembangan Daerah Tujuan wisata yang ada di Oro-Oro Ombo dapat dijelaskan melalui pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Obyek dan daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Untuk pariwisata buatan, itu adalah wewenang dari pihak swasta itu sendiri. Pihak swasta akan memperbaiki dan memperindah tempat wisatanya sendiri, sedangkan dari kami adalah pemberian ijin serta fasilitas.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.00 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan meningkatkan Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Pembangunan objek wisata tersebut harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut. Pemahaman mengenai pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata di Desa Oro-Oro Ombo tersebut dapat dipahami melalui pernyataan dari Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Daya tarik wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo ini sebenarnya banyak, selain tempat wisatanya yang banyak, ada juga penyediaan akomodasi yang lengkap, mulai dari *homestay*, toilet umum, pusat informasi pariwisata, hingga *restarea*. Selain itu akan ada beberapa *event* yang nantinya akan membuat wisatawan datang ke Desa Oro-Oro Ombo, yakni *event* paralayang. Selain itu dari pemerintah desa juga terus berupaya untuk mendorong pihak pengelola tempat wisata untuk terus memperbaiki dan memperindah tempat wisatanya.

(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 09.35 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Kemudian, Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo menyatakan sebagai berikut:

“Untuk peran pemerintah terhadap pengembangan Daya Tarik Wisata buatan belum begitu nyata, namun untuk menarik wisatawan, pemerintah terus melakukan upaya dengan melalui Pokdarwis untuk mulai memperbaiki fasilitas serta sarana dan prasarana di tempat alami seperti Coban Rais sendiri kan masih sangat berat dan sulit dilalui. Selain itu, yang menjadi daya tarik wisata di di Oro-Oro Ombo adalah banyaknya *homestay* yang menjadi akomodasi wisatawan, sehingga kami terus mendukung pembangunan *homestay* tersebut dengan memberikan pelatihan kepada penduduk. (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.00 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Selain itu, Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata menyatakan sebagai berikut:

“Dari pihak pemerintah biasanya memberikan *stimulus* berupa rekomendasi kepada para investor untuk semakin memperindah atraksi atau daya tarik wisata yang mereka miliki. Selain itu kami juga memberikan bantuan kepada Desa berupa dana yang bersumber dari BDW (Bantuan Desa Wisata) diharapkan, dengan disalurkan dana tersebut, pihak Desa mampu mengembangkan secara mandiri obyek pariwisata di daerahnya. (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.30 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tanu, Kota Batu)

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan daya tarik wisata dilakukan dengan memberikan rekomendasi kepada pihak investor untuk terus melakukan pengembangan atraksi wisatanya, serta dengan menyalurkan dana Bantuan Desa Wisata yang nantinya digunakan untuk memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di wisata-wisata alami, seperti Air Terjun Coban Rais.

d. Pengembangan Produk Wisata

Merupakan upaya untuk menampilkan produk wisata yang bervariasi dan mempunyai daya saing yang tinggi. Produk wisata tersebut dapat berupa pengalaman, oleh-oleh, kuliner, tempat wisata, atraksi yang ada di DTW, dan lain sebagainya. Produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui berdasarkan pernyataan dari Bapak Syaiful Rochani selaku seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Pengembangan produk wisata yang telah dilaksanakan di Desa Oro-Oro Ombo antara lain adalah akomodasi (*homestay*), serta peternakan, pacuan, dan usaha berkuda, karena kami ingin membuat Desa Oro-Oro Ombo sebagai tempat wisata dengan atraksi kuda. Untuk perlindungan khusus terhadap produk wisata tersebut hingga saat ini masih belum ada.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.40 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Kemudian Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Produk wisata yang ada di Oro-Oro Ombo ada beragam, kami memberikan bantuan-bantuan serta sosialisasi bagi masyarakat untuk terus membuat kreasi. Rencananya, kami ingin memberdayakan masyarakat agar membuat gantungan kunci, kemudian kami beli semua dan diberikan kepada wisatawan secara gratis sebagai oleh-oleh, selain tempat wisata, hotel dan penginapan juga diharapkan bisa memberikan *souvenir* bagi wisatawan. Dengan begitu kami akan mendapatkan dua manfaat, yakni peningkatan kreatifitas dan perekonomian masyarakat serta manfaat bagi kepuasan wisatawan sekaligus ajang promosi, karena rencananya gantungan kunci tersebut akan kami beri identitas khas Kota Wisata Batu. Kami ingin segera melaksanakan rencana tersebut apabila nantinya turun bantuan dari pemerintah. Selain itu, untuk mengembangkan wisata, kami menginginkan pembangunan taman pada pintu masuk tempat wisata, dimana taman tersebut nantinya akan menjadi identitas Kota Batu. Selain itu, atraksi yang rutin kami lakukan untuk menarik wisatawan adalah mengadakan Pentas

Akhir Pekan yang dilaksanakan di Gedung Kesenian yang bertempat di Desa Oro-Oro Ombo, berupa pertunjukan Band-Band lokal. Kemudian untuk kuliner lokal Desa Oro-Oro Ombo yang perlu terus dikembangkan adalah berbagai olahan susu, karena Desa Oro-Oro Ombo ini memiliki produksi susu yang hasilnya melimpah, sehingga perlu diolah agar dapat menjadi kuliner khas Desa Oro-Oro Ombo, misalnya saja dibuat yoghurt, tahu susu, serta permen susu. (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 11.00 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Pendapat tersebut dipertegas oleh Bapak Trisno Aji selaku

Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo yang menyatakan bahwa:

“Pengembangan produk wisata biasanya kami lakukan dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk membuat berbagai kerajinan yang nantinya dapat digunakan sebagai oleh-oleh atau *souvenir*.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.25 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo saat ini terus dikembangkan. Beberapa strategi dari pemerintah muncul, yang nantinya akan direalisasikan apabila dana desa telah turun, salah satu strateginya adalah dengan memberdayakan masyarakat untuk membuat kerajinan yang nantinya akan di beli pemerintah untuk dibagikan kepada wisatawan secara gratis. Selain mendapatkan manfaat ekonomi bagi masyarakat, cara tersebut juga dijadikan sebagai ajang promosi. Beberapa pengembangan yang telah dilakukan adalah pengembangan penyediaan akomodasi bagi wisatawan seperti penginapan dan *homestay*. Selain itu, kini telah dikembangkan jenis wisata baru di Desa Oro-Oro Ombo, yakni wisata pacuan kuda.

Selain itu, terdapat pengembangan pada sarana wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo. Sarana wisata merupakan kelengkapan kawasan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Gambaran mengenai ketersediaan sarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui berdasarkan pernyataan Bapak Syaiful Rochani selaku seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Sarana di Desa Oro-Oro Ombo sudah cukup lengkap, terutama dengan banyaknya *homestay* yang semakin menjamur.” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.40 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Ditambahkan oleh Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Sarana yang ada di Desa Oro-Oro Ombo terbilang cukup lengkap. Ada beberapa hotel serta banyak *homestay* yang merupakan milik masyarakat sekitar sebagai penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Selain itu Desa Oro-Oro Ombo juga dilengkapi dengan berbagai sarana lain seperti musholla di depan BNS, minimarket, restaurant, rumah makan, serta *restarea* seperti yang ada di sebelah bawah kantor Desa ini yang lengkap dengan toilet serta pusat oleh-oleh yang akan melengkapi perjalanan wisatawan. Untuk Biro pariwisata, sudah ada berbagai pusat informasi pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, salah satu milik POKDARWIS kami yang tidak jauh dari Kantor Desa” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.10 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Irviandi Ramadhani selaku wisatawan asal Kalimantan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Sarana di Desa Oro-Oro Ombo menurut saya sudah memenuhi kebutuhan wisatawan, selain itu juga memberikan tawaran yang menarik. Contohnya saja seperti *homestay* saya yang memberikan bibit sayur dan buah-buahan serta memberikan susu segar setiap pagi dengan gratis sehingga menarik wisatawan untuk menginap. Selain itu saya juga sangat mudah menemukan tempat ibadah dan minimarket. Selain itu banyak restoran serta rumah makan di sekitar tempat wisata, bahkan ada semacam pusat rumah makan di depan BNS sehingga memudahkan saya untuk mencari makan. Kalau untuk pusat oleh-oleh saya menemukan di sebelah BNS ini sudah ada.”(wawancara tanggal 5 Maret 2016 pukul 19.10 WIB di Batu Night Spectacular (BNS))

Kemudian juga dijelaskan oleh Abdillah Majdi selaku wisatawan dari Bangil sebagai berikut:

“Sangat mudah menemukan *homestay*, karena di depan tempat pariwisata saya juga menemukan pusat informasi mengenai penyewaan *homestay*. Untuk sarana lain seperti Musholla dan tempat makan juga relatif mudah ditemui, di depan tempat wisata juga banyak ditemui rumah makan seperti di depan Museum Satwa.”(wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 09.55 WIB di Museum Satwa).

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pernyataan dari Rizqy Afdhalli selaku wisatawan dari Malang sebagai berikut:

“Berdasarkan yang saya lihat, sangat mudah dan banyak informasi penginapan bagi wisatawan sehingga cukup memudahkan terutama bagi wisatawan dari luar kota. Kalau untuk sarana lain seperti musholla dan rumah makan menurut saya di Desa Oro-Oro Ombo sangat mudah dijumpai.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 13.10 WIB di Museum Satwa)

Hal yang sedikit berbeda dinyatakan oleh I Gusti ratu Ayu selaku wisatawan dari Bali yang menyatakan bahwa:

“Penginapan sangat mudah ditemukan, mulai dari hotel hingga *homestay* semua ada di Oro-Oro Ombo, bahkan dapat saya katakan bahwa Oro-Oro Ombo ini merupakan pusat *homestay* di Kota Batu. kalau untuk rumah makan atau restoran lebih banyak di sekitar alun-alun, kalau di Desa Oro-Oro Ombo hanya ada di depan tempat wisata saja, seperti di depan BNS dan di depan Jatimpark II.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.35 WIB di Museum Satwa)

Berdasarkan hasil wawancara di atas ditemukan bahwa untuk penginapan (hotel dan *homestay*) sangat mudah ditemukan di Desa Oro-Oro Ombo karena Desa Oro-Oro Ombo sendiri sebagai pusat *homestay* di Kota Batu, informasi serta kemudahan untuk mendapatkan *homestay* juga dirasa cukup mudah, karena terdapat berbagai fasilitas yang memberikan informasi mengenai penginapan *homestay* yang ada juga menawarkan fasilitas yang sangat beragam dan unik, seperti memberi susu gratis serta bibit buah dan sayur. Tidak hanya *homestay*, di Desa Oro-Oro Ombo juga terdapat hotel yang diperuntukkan bagi wisatawan dengan *budget* yang lebih besar. Tempat ibadah dan tempat oleh-oleh juga relatif mudah ditemui karena berada di sekitar tempat wisata, contohnya adalah musholla yang tersedia di depan BNS. Pendapat yang berbeda muncul dari tersedianya rumah makan, mayoritas menjawab bahwa rumah makan mudah ditemui karena berada tepat di depan tempat wisata BNS dan Jawa Timur *Park II* di depan tempat wisata tersebut terdapat semacam *foodcourt* dengan beragam pilihan yang disesuaikan dengan selera wisatawan.

Berikut adalah data akomodasi wisatawan yakni Hotel dan *Homestay* yang ada di Desa Oro-Oro Ombo:

Tabel 12
Daftar Hotel dan *Homestay* di Desa Oro-Oro Ombo

No	Fasilitas	Jumlah	Kepemilikan	Alamat		
				Jalan	RT	RW
A	HOTEL	2				
1	Surya Indah		Pribadi / Andreas	Oro-Oro ombo	03	03
2	Rumah YWI		Yayasan	Oro oro ombo	03	03
B	Villa / Homestay	93				
1	Villa Bunder			Oro oro ombo	03	03
2	Vivi HomeStay		Wahyudi	Panderman	01	05
3	Darmo Home Stay		Sholeh	Panderman	01	05
4	Akbar Home Stay		H. Gianto	Panderman	02	05
5	Palem Sari		Ali	Gondorejo	01	10
6	Fortuna Home Stay		Lestari	Panderman	02	05
7	Kiki Home Stay		Hartatik	TVRI	01	03
8	Yahya Home Stay		Sudiono	Panderman	01	05
9	Ferdi Home Stay		Agus	Panderman	02	05
10	Sumber rejeki		Kasianik	Oro oro ombo	01	05
11	Cemara's		Oken Sanjaya	Oro oro Ombo	03	03

No	Fasilitas	Jumlah	Kepemilikan	Alamat		
				Jalan	RT	RW
12	Samiatun		Samiatun	Kenanga	02	06
13	Surya		Suliatun	Oro oro ombo	01	07
14	Vilik		Ninik K	TVRI	02	03
15	Nikmat		Kariasih	Gondorejo	01	05
16	Sagita		Istining	Kenanga	02	06
17	Yanto		Yanto	Panderman	01	04
18	Eny K		Eny K	Panderman	01	04
19	Margaret		Sumono	TVRI	01	03
20	Supeno		Supeno	Sumber darmi	02	08
21	Kriswanto		Kriswanto	Dresel	01	08
22	Rumah Desa		Priyadi S	TVRI	01	01
23	O3 Hs 1		Hanafi	Gondorejo	01	11
24	O3 Hs 2		Cokorda	Kenanga	02	06
25	O3 Hs 3		Fajar	Gondorejo	01	05
26	Nani		Ngatiani	Kenanga	01	06
27	Pelangi		H.Kamit	Panderman	01	05
28	Mariyam Homestay		Mariyam	Panderman	01	05
29	Darmo 3		Kusmiaji	Dresel	03	10
30	Fortuna 2		Lestari	Panderman	02	05
31	Majapahit		Hadi Pothon	Kenanga	01	07
32	M N		Mamat	Panderman	02	05

No	Fasilitas	Jumlah	Kepemilikan	Alamat		
				Jalan	RT	RW
34	Griya Asri 2		Kasiani	Panderman	02	05
35	Diksa Homstay		Ulum	Panderman	01	05
36	Anis		Anis	Panderman	02	05
37	Jumari		Jumari	TVRI	01	01
38	Abah Sugu		Sukardi	TVRI	01	01
39	Hari		Hari	Panderman	01	04
40	Rauner		Suyono	Panderman	01	04
41	Samsul		Samsul	Kenanga	01	06
42	Pelangi		Ahmad	Gondorejo	01	05
43	Asolole		Giando	TVRI	02	02
44	Dewata		Siami	Kenanga	01	07
45	Vincent Home Stay		Mokamat	Panderman	01	05
46	Sugiono		Sugiono	Kenanga	02	06
47	Supriyanto		Supriyanto	Kenanga	02	06
48	Sukaria		Sukari	Kenanga	02	06
49	Margono		Margono	Kenanga	02	06
50	Bakron		Subakri	Kenanga	02	06
51	Dini home stay		Sunarko	Kenanga	02	06
52	Fortuna 2		Rahman	Panderman	02	05
53	Novi		Novi	Panderman	02	05
54	Agus		Agus Kariyono	Gondorejo	01	11
55	Dea		Heni	Panderman	02	05

No	Fasilitas	Jumlah	Kepemilikan	Alamat		
				Jalan	RT	RW
56	Sampur		Sampur	TVRI	01	02
57	Pelangi		Kari	Panderman	01	05
58	Akbar		H. Gianto	Panderman	02	05
59	Fortuna 1		Purwanto	Panderman	02	05
60	Ardas		Samali	Panderman	01	05
61	Anggrek		Alimo	Kenanga	01	07
62	Thania		Kriswati	Kenanga	01	07
63	Twins		Parman	Kenanga	01	07
64	Nanik		Yasin	Kenanga	02	06
65	Sagita 2		Sugianto	Kenanga	02	06
66	Ass		Astutik	Kenanga	02	06
67	Sinta		Bento	Kenanga	02	06
68	Vilix 1&2		B Lis	TVRI	02	03
69	Dini		Rini	TVRI	02	03
70	Mangga Asri		Waljimat	TVRI	02	03
71	Lancar		Mustakim	TVRI	03	03
72	Diva		Gatot	TVRI	02	02
73	Ria		Sugianto	TVRI	02	02
74	Arjuna		Hari	TVRI	02	02
75	Danis		Tunah	TVRI	02	02
76	Alpukat 1&2		Sumarto	TVRI	01	01
77	Mahkota 1,2&3		Nariyo	TVRI	01	02

No	Fasilitas	Jumlah	Kepemilikan	Alamat		
				Jalan	RT	RW
78	Debrita		Munir	TVRI	02	02
79	Kurnia		Matsyahri	TVRI	01	02
80	Ika		Sutomo	TVRI	01	02
81	Dwi Intan		Supomo	TVRI	01	02
82	RR		Ismawati	TVRI	02	02
83	Mutiara		Sholeh	TVRI	02	02
84	Wulan sari		H.Na'im	Gondorejo	02	05
85	Nyoto		H.Adi Wiyono	Panderman	01	04
86	Mama		Riyati	Panderman	01	04
87	Panorama		H.Na'im	Gondorejo	01	11
88	Vima		Jumani	Gondorejo	01	11
89	Jambu 1&2		Tutik	Panderman	01	04
90	Vila Ataka		Gunawan	Gondorejo	01	11
91	Andri		Andri	Gondorejo	01	11
92	Ika		Pa'i	Panderman	01	04
93	Abi		Mistun	Kenanga	01	06

Sumber: Profil Desa Oro-Oro Ombo 2014

Namun data tersebut belum lengkap, karena berdasarkan keterangan Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo menyatakan sebagai berikut:

“*Homestay* yang ada di Desa Oro-Oro Ombo kini sudah mencapai sekitar 120-an, tapi beberapa belum masuk di data desa karena belum didaftarkan.”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.50 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Desa Oro-Oro menjadi pusat penyedia akomodasi bagi wisatawan. Desa Oro-Oro Ombo memiliki banyak *homestay*, bahkan hingga berjumlah 120-an. *Homestay* di Desa Oro-Oro Ombo memiliki harga yang beragam, mulai yang sangat murah hingga villa besar dengan harga mahal.



Gambar 16
Salah Satu Rumah Makan di Depan BNS
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar diatas merupakan gambar restaurant dan rumah makan yang terdapat di depan Tempat Wisata BNS. Tempat makan tersebut berbentuk *foodcourt* yang terdiri dari beberapa restaurant. Makanan yang disediakan oleh beberapa restaurant tersebut juga beragam, mulai makanan barat, hingga makanan Jawa. Tempat makan tersebut sangat ramai dipadati wisatawan ketika malam tiba, yakni bersamaan dengan buka nya BNS.

Lokasinya yang tepat berada di tempat wisata memudahkan wisatawan untuk mencari tempat makan, sehingga ramai dikunjungi.



Gambar 17

Salah Satu Rumah Makan di Depan Jawa Timur Park 2
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar diatas merupakan gambar beberapa wisata kuliner yang dapat ditemukan tepat di depan tempat wisata Jawa Timur Park 2. Sama dengan *foodcourt* yang terdapat di depan BNS, tempat makan tersebut juga menyediakan berbagai menu, sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan akan rumah makan, karena lokasinya yang strategis. Dengan adanya rumah makan di sekitar tempat wisata, maka akan mempermudah wisatawan untuk mencari tempat makan. Kemudahan wisatawan dalam menemukan berbagai fasilitas tersebut akan membawa manfaat tersendiri bagi bertambahnya kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo.



Gambar 18
Hotel Surya di Desa Oro-Oro Ombo
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut merupakan gambar dalam satu akomodasi yang sangat diperlukan wisatawan, yakni sebuah hotel. Hotel tersebut terletak tepat di sebelah tempat wisata BNS. Hal tersebut menunjukkan bahwa Desa Oro-Oro Ombo tidak hanya menyediakan *homestay* saja bagi wisatawan, tetapi juga hotel. Lokasinya yang tidak jauh dari tempat wisata juga merupakan salah satu faktor terpenting bagi kenyamanan wisatawan. Kebutuhan wisatawan akan hotel merupakan kebutuhan yang mutlak perlu untuk disediakan. Hotel akan memberikan pengalaman bagi wisatawan untuk merasakan pelayanan-pelayanan khas hotel. Hotel Surya di Desa Oro-Oro Ombo tersebut merupakan salah satu Hotel yang terletak tepat di sebelah tempat wisata, sehingga akan memudahkan wisatawan mengaksesnya.



Gambar 19
Informasi *Homestay*
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar diatas merupakan gambar papan informasi penyedia *homestay* yang ada di Desa Oro-Oro Ombo. Pemilik *homestay* memasang papan tersebut di pinggir jalan yang dilalui wisatawan agar wisatawan mendapatkan informasi penginapan dengan lebih mudah. Pada papan tersebut disebutkan kontak yang dapat dihubungi, sehingga wisatawan dapat memesan kamar via kontak tersebut.



Gambar 20
Pasar Pariwisata / *Market Fair* Oro-Oro Ombo
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut merupakan gambar *market fair* atau sentra pemasaran potensi wisata Oro-Oro Ombo yang dibuat oleh pemerintah desa menggunakan tanah desa yang terletak di sebelah BNS. Pada tempat tersebut, tersedia berbagai fasilitas bagi wisatawan, mulai *restarea*, hingga restoran dan toko oleh-oleh. Sentra wisata tersebut merupakan ide pemerintah desa untuk memanfaatkan tanah kas desa serta memberdayakan warga sekitar untuk membuka usaha di tempat tersebut. Lokasi *Market Fair* tersebut sangat strategis, karena terletak tepat di sebelah tempat wisata Batu *Night Spectacular* (BNS), faktor lokasi tersebut menarik minat wisatawan untuk mengunjungi *market fair*, sehingga akan memberikan manfaat bagi wisatawan serta penjual atau pengusaha yang memiliki usaha di tempat tersebut.



Gambar 21
Transit Pariwisata Desa Oro-Oro Ombo
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut merupakan transit pariwisata yang terletak di *Market Fair* Desa Oro-Oro Ombo. Tempat tersebut menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan, seperti toilet, kamar mandi, serta musholla. Keberadaannya sangat membantu kebutuhan wisatawan karena lokasinya sangat berdekatan dengan tempat wisata BNS. Namun tempat tersebut biasanya lebih ramai pada malam hari, karena aktifitas wisata di tempat wisata BNS dimulai pada malam hari. Keberadaan transit pariwisata tersebut merupakan bukti bahwa pemerintah desa mendukung penyediaan fasilitas pariwisata bagi wisatawan.



Gambar 22
Masjid di Depan Tempat Wisata BNS
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar tersebut menunjukkan fasilitas ibadah yang terletak di depan tempat wisata BNS. Tempat ibadah tersebut sangat memudahkan bagi wisatawan untuk melaksanakan ibadah karena lokasinya sangat dekat dengan tempat wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa sarana wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo telah memenuhi kebutuhan wisatawan.

e. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kondisi masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, dengan terbinaanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif terhadap kualitas pelayanan

serta kepuasan wisatawan. Pemahaman mengenai kondisi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui berdasarkan pernyataan Bapak MA pada seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Kondisi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo tergolong masyarakat madani atau modern, mereka sudah memiliki kreativitas untuk memanfaatkan keberadaan pariwisata di desanya, terbukti dengan sebagian besar dari mereka membuat rumahnya menjadi *homestay* yang nyaman ditempati wisatawan. Selain itu mereka juga berdagang dan berjualan bermacam-macam makanan dan minuman. Hal tersebut berarti masyarakat desa Oro-Oro Ombo memiliki inisiatif untuk menambah kenyamanan wisatawan. Kami dari Disparta sering memberikan dukungan berupa sosialisasi dan penyuluhan untuk terus meningkatkan UMKM di Desa Oro-Oro Ombo. Namun yang masih menjadi masalah adanya beberapa orang yang memanfaatkan keberadaan pariwisata untuk menambah penghasilan dengan meningkatkan harga-harga secara tidak wajar. Yang menjadi perhatian utama saya adalah tukang parkir. Seringkali tukang parkir menaikkan biaya parkir terutama bagi wisatawan yang berasal dari luar Kota hingga 10.000 rupiah, padahal biasanya hanya 2.000 hingga 3.000 rupiah saja, atau 5.000 untuk mobil besar dan bus. Saya kira hal tersebut memerlukan perhatian serta tindakan khusus, karena akan menyebabkan ketidaknyamanan bagi wisatawan.”(wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 10.55 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Kemudian Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo menyatakan sebagai berikut:

“Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo sama dengan tipikal masyarakat desa lainnya, tinggal dengan guyub rukun serta memiliki keramahan terhadap wisatawan. Selain itu, kreatifitas masyarakat Desa Oro-Oro Ombo juga dapat dikatakan sangat tinggi, karena dengan adanya pariwisata ini mereka memiliki usaha yang beragam, mulai dari membuka *homestay* hingga berjualan oleh-oleh.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.20 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal serupa dinyatakan oleh Bapak Irviandi Ramadhani selaku wisatawan asal Kalimantan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Masyarakat desa Oro-Oro Ombo relatif ramah terhadap wisatawan, selain itu mereka juga menyediakan fasilitas yang lengkap bagi wisatawan” (wawancara tanggal 5 Maret 2016 pukul 19.10 WIB di Batu Night Spectacular (BNS))

Senada dengan pernyataan sebelumnya, Bapak Abdillah Majdi selaku wisatawan asal Bangil yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Masyarakatnya ramah, sama saja dengan mayoritas warga Indonesia yang memang ramah. Memang yang menjadi masalah adalah masyarakat yang menarik parkir sedikit lebih tinggi. Untuk sepeda motor saja ditarik hingga 5.000 rupiah, tanpa karcis retribusi parkir.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.00 WIB di Museum Satwa).

Hal yang sedikit berbeda dinyatakan oleh I Gusti Ratu Ayu selaku wisatawan asal Bali yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Masyarakat ramah terhadap wisatawan, saya kira tidak ada masalah dengan keramahan warga. Terutama pemilik *homestay* sangat memperhatikan kenyamanan penyewa. Untuk masalah parkir saya kira tidak terlalu bermasalah, karena di Bali sendiri juga harganya relatif sama, bahkan bisa jauh lebih mahal kalau sedang ada *event*.” (wawancara tanggal 6 Maret 2016 pukul 10.40 WIB di Museum Satwa)

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Oro-Oro Ombo dapat dikatakan dapat mendukung industri pariwisata, terbukti dengan keramahan masyarakat. Hal yang masih menjadi masalah adalah beberapa tukang parkir yang

memanfaatkan pariwisata sebagai ajang menambah penghasilan dengan menaikkan tarif parkir. Hal tersebut tentu saja akan membuat wisatawan menjadi kurang nyaman apabila tidak ada tindakan yang tegas.

SDM merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata, sumber daya manusia harus memiliki keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk memberi jasa pelayanan pariwisata. Sumber daya manusia memiliki peran yang penting, yakni sebagai pelaku dan penyedia sarana dan prasarana pariwisata itu sendiri, sehingga pengembangan sumber daya manusia akan berpengaruh terhadap proses pengembangan pariwisata. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Oro-Oro Ombo dapat dijabarkan berdasarkan pernyataan dari Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Kami melakukan berbagai pengembangan SDM di Desa Oro-Oro Ombo yang nantinya diharapkan bermanfaat bagi peningkatan wisatawan sehingga akan meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Oro-Oro Ombo itu sendiri. Kami sering melaksanakan acara-acara seperti Lokakarya, Seminar, Bimbingan Teknis, dan lain sebagainya, pada acara tersebut kami memberikan ilmu serta motivasi yang ditujukan pada masyarakat untuk meningkatkan kreatifitas. Selain itu, desa memiliki spesialisasi sendiri-sendiri, maka dari itu kami menggerakkan melalui Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), Pemerintah Desa, serta *stakeholders* untuk menggali potensi desa masing-masing. Selanjutnya, pengembangan SDM yang kami lakukan adalah dengan meningkatkan partisipasi dari sisi petani. Di sini kami berharap petani tidak hanya sebagai obyek, tapi juga pelaku. Jadi, nantinya kami akan terus menciptakan wisata-wisata berbasis alam, dengan memberikan pengalaman bagi wisatawan untuk merasakan menjadi petani, petani dapat berinteraksi secara langsung dengan wisatawan dan memberikan

gambaran mengenai kehidupan desa. Tidak hanya di bidang pertanian, tapi juga peternakan, seperti di Desa Oro-Oro Ombo, kami berharap nantinya wisatawan dapat merasakan kehidupan desa dengan berternak, seperti pemerah susu sapi.”(wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 11.05 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Hal yang serupa dinyatakan oleh Bapak Syaiful Rochani selaku seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Strategi untuk mengembangkan SDM dilaksanakan secara menyeluruh sesuai potensi masing-masing desa” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.45 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Pernyataan ini juga dipertegas oleh Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Desa berperan sebagai pemberi pelatihan dan keterampilan, kami memberikan berbagai penyuluhan untuk membuat kerajinan serta pengolahan bahan mentah untuk terus mengembangkan *homeindustry*. Pelatihan tersebut terutama kami khususkan bagi warga di usia produktif namun menganggur.”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.30 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Di sini kami mengembangkan SDM dengan berbagai cara seperti pelatihan dan lain sebagainya. Selain itu kami juga membentuk paguyuban kelompok pemilik *homestay* untuk terus mengembangkan dan menambah jumlah *homestay* yang saat ini sudah mencapai 120-an. Kemudian untuk mengembangkan usaha masyarakat tersebut kami juga memberikan dana bantuan secara langsung berupa dana pinjaman dengan bunga rendah.”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 09.50 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Pernyataan tersebut juga dipertegas oleh pernyataan dari Ibu Yayuk Sulistyawati selaku Pedagang Kaki Lima di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Saya mendapatkan bantuan modal dari pemerintah berupa bantuan dana pinjaman sebesar 1 juta yang saya pergunakan untuk membeli gerobak dorong kecil”(wawancara tanggal 13 Februari 2016 pukul 18.30 WIB di depan BNS)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam upaya pengembangan Sumber Daya Manusia, pemerintah telah melakukan berbagai usaha. Upaya paling umum yang pemerintah lakukan adalah dengan memberikan pelatihan terhadap masyarakat mengenai pengembangan usaha untuk mendukung kegiatan pariwisata. Selain itu, disediakan bantuan berupa dana pinjaman yang ditujukan bagi warga pemilik usaha dengan bunga rendah dari desa. Pemerintah desa juga membentuk paguyuban pemilik *homestay* yang nantinya para pemilik *homestay* akan saling bekerjasama untuk menyediakan kebutuhan akomodasi wisatawan. Setiap desa memiliki potensi yang berbeda, sehingga pemerintah membentuk Pokdarwis untuk terus mengembangkan potensi yang ada pada desa masing-masing.

f. Pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata

Kampanye Nasional Sadar Wisata adalah upaya memasyarakatkan Sapta Pesona agar menciptakan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengembangan pariwisata. Di Desa Oro-Oro Ombo sendiri, kampanye tersebut telah dilakukan dengan membentuk POKDARWIS.

Penjelasan mengenai Kampanye Nasional Sadar Wisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat dijelaskan melalui pernyataan dari Bapak Syaiful Rochani selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Kami membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang telah dilatih dan dibina oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam memasarkan atau mempromosikan semua daerah tujuan wisata agar dapat dikenal oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Serta peranan penting dari masyarakat untuk ikut serta dalam melakukan promosi pariwisata. POKDARWIS memiliki peran penting, yakni untuk mencari potensi yang ada di desanya. Untuk itu, setiap desa dan kelurahan di Batu termasuk Desa Oro-Oro Ombo wajib memiliki POKDARWIS” (wawancara tanggal 23 Februari 2016, pukul 10.45 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Kota Batu)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak MA pada Seksi Bimbingan dan Pelatihan sebagai berikut:

“Kami mempunyai lembaga POKDARWIS yang sudah dibentuk bahkan sudah di SK-kan semua desa dan kelurahan punya kelompok sadar wisata. Di POKDARWIS tersebut ada seksi jasa sarana, seni, pengembangan produk dan lain sebagainya. Peran POKDARWIS ini harus bisa menggerakkan anggotanya dan bekerjasama dengan pelaku industri pariwisata misalnya saja kelompok kesenian menggagendakan untuk masuk di hotel dikala para tamu hotel mengadakan acara atau kegiatan. Untuk produknya dalam hal souvenir, bagaimana cara pemerintah mengajak masyarakat untuk masuk ke dalam POKDARWIS untuk saling berperan dan kreatif mengembangkan produk pariwisata. Jika masyarakat tersebut sudah berkarya misalnya saja dalam industri rumah tangga seperti produk olahan makanan maupun minuman, peran POKDARWIS adalah memikirkan bagaimana caranya produk tersebut dapat masuk di lingkungan hotel ataupun masuk di industri-industri pariwisata lainnya. Jadi antara mitra kerja tersebut harus bersinergi, di mana peran masyarakat itu sendiri melakukan pembinaan agar produk yang dihasilkan baik secara kualitas maupun kuantitas dapat menghasilkan produk yang baik..” (wawancara tanggal 16 Februari 2016 pukul 11.05 WIB, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Gedung *Blockoffice* Among Tani, Batu)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo yang menyatakan bahwa:

“Desa Oro-Oro Ombo memiliki POKDARWIS yang merupakan kelompok masyarakat yang membantu pemerintah menggali potensi daerah yang dimilikinya. POKDARWIS yang ada di Desa Oro-Oro Ombo juga menyediakan pusat informasi pariwisata bagi wisatawan.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.45 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kota Batu atau dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Batu membentuk kelompok Sadar Wisata atau biasa disebut POKDARWIS. Kelompok tersebut berkewajiban untuk mencari potensi desa nya untuk nantinya dikembangkan. Selain potensi pada tempat wisata, POKDARWIS juga harus mencari potensi pada budaya, sehingga budaya tersebut dapat dijadikan alat penarik wisatawan. tidak hanya itu, peran POKDARWIS juga sangat besar untuk membantu perkembangan berbagai industri kecil.

2. Dampak pengembangan pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo:

a. Dampak positif:

- 1) Peningkatan Pendapatan Masyarakat dari Usaha atau Bisnis Pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo

Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari perusahaan, organisasi atau masyarakat yang melakukan usaha dan bisnis di sektor pariwisata. Banyaknya jumlah wisatawan merupakan pasar bagi

produk lokal. Masyarakat dapat meningkatkan pendapatan dengan berbagai kreatifitas untuk memanfaatkan adanya pariwisata di daerahnya. Penjelasan mengenai peningkatan pendapatan masyarakat dari usaha atau bisnis pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui melalui pendapat dari Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Seiring dengan berkembangnya pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, serta masyarakat desa yang memiliki kreatifitas, maka dapat dikatakan bahwa beberapa masyarakat yang memiliki usaha di bidang pariwisata ini akan mengalami peningkatan pendapatan.”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 09.50 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang serupa disampaikan oleh Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Tentu saja akan ada peningkatan pendapatan. Terutama bagi pemilik *homestay*, dulu rumah-rumah warga hanya dijadikan sebagai tempat tinggal dan tidak menghasilkan apa-apa. Tapi semenjak ada pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, rumah warga jadi memiliki nilai ekonomis dan dapat dijadikan alat untuk menambah pendapatan. Tidak hanya menyediakan *homestay*, biasanya masyarakat juga menyediakan alat transportasi dengan menyewakan kendaraan kepada wisatawan yang tidak membawa kendaraan untuk mempermudah mengakses tempat-tempat wisata yang berjarak sedikit jauh. (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.35 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Pernyataan tersebut dipertegas oleh Ibu Yayuk Sulistyawati selaku Pedagang Kaki Lima di sekitar lokasi pariwisata Oro-Oro Ombo yang menyatakan bahwa:

“Pendapatan saya sangat meningkat semenjak pariwisata di sini berkembang, dulu sehari hanya mendapatkan Rp 50.000 s/d Rp 70.000, sekarang bisa Rp 200.000 s/d Rp 300.000, laba bersihnya bisa mencapai sekitar Rp 150.000 sehari. Kalau

musim wisata sedang ramai, bisa lebih banyak lagi. Pendapatan sehari bisa sampai Rp 500.000.” (wawancara tanggal 13 Februari 2016 pukul 18.35 WIB di depan BNS)

Senada dengan pernyataan tersebut, Bapak Kasiadi selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyatakan bahwa:

“Sangat meningkat, dulu sebagai supir angkot saya sehari hanya mendapat Rp 100.000 s/d Rp200.000, yang Rp 75.000 disetorkan kepada pemilik angkot. Tapi sekarang pendapatan saya sangat meningkat. Kalau lagi ramai, sehari *homestay* ini saya sewakan dengan harga Rp 600.000 s/d Rp 700.000 per hari. Satu bulan saya bisa mendapatkan uang sampai Rp 6.000.000 an. Tapi kalau pariwisata sedang sepi, saya menyewakan *homestay* antara Rp 300.000 s/d Rp 400.000 per hari, itu keuntungannya juga sudah banyak.” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 15.00 WIB di *homestay* Bapak Kasiadi Oro-Oro Ombo)

Pendapat yang sama diutarakan oleh Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo yang menyatakan sebagai berikut:

“Pendapatan tentu sangat meningkat, dulu pendapatan hanya dapat dari bertani, sekarang ada tambahan menyewakan *homestay*, tambahannya sangat lumayan, bisa sampai Rp 2.000.000 satu bulan kalau wisatanya ramai.”(wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.05 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Hal yang senada disampaikan oleh Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* yang ada di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Pendapatan sangat meningkat, dari usaha *homestay* saja tiap liburan saya menyewakan Rp 750.000 per hari kalau sedang liburan. Itu sudah untung banyak, dikurangi biaya bersih-bersih dan gratis sarapan dan susu sapi. Jadi menurut saya pariwisata ini sangat membantu perekonomian saya serta warga, terutama pemilik *homestay*.” (wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.35 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Sama halnya dengan pernyataan Bapak Tamin selaku pegawai di Tempat Wisata Batu Night Spectacular yang menyatakan sebagai berikut:

“Pendapatan saya sangat meningkat mbak, karena dulu saya hanya kerja serabutan dan menganggur, sekarang sudah memiliki pekerjaan tetap, jadi pariwisata ini sangat membantu perekonomian saya.” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 12.00 WIB di Rumah Bapak Tamin Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat mendapatkan manfaat ekonomi yang besar seiring dengan perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Pendapatan masyarakat dapat dikatakan sangat meningkat. Mulai dari pedagang yang berjualan di tempat pariwisata, pemilik *homestay*, serta pegawai yang bekerja di tempat wisata mendapatkan peningkatan pada penghasilannya.

2) Ketersediaan Lapangan Pekerjaan bagi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo

Industri pariwisata masuk ke dalam kategori padat karya, hal ini dikarenakan kemampuan menciptakan kemampuan lapangan kerja yang (cukup) besar, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga tak berketerampilan (*unskilled*) sampai dengan setengah trampil dan trampil, bahkan sampai dengan tingkat eksekutif. Dikarenakan hal tersebut, maka banyak pemerintah yang sangat kuat mendorong pengembangan pariwisata karena melihat kemampuan industri

pariwisata membuka lapangan kerja baru. Penciptaan lapangan pekerjaan dibagi menjadi tiga kelompok: lapangan kerja langsung (semua pekerjaan yang tersedia untuk melayani wisatawan dalam perjalanan), lapangan kerja tidak langsung (pariwisata mencakup bidang yang sangat luas, yakni dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, sampai dengan sektor industri manufaktur dan industri jasa), lapangan kerja ikutan (lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada industri pariwisata). Gambaran mengenai ketersediaan lapangan pekerjaan di Desa Oro-Oro Ombo dapat dijabarkan melalui pernyataan dari Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Untuk penyediaan lapangan pekerjaan dari sektor pariwisata, kami telah mengadakan kerjasama dengan pihak swasta, yakni manajemen BNS, mengenai penyerapan tenaga kerja. Kami mewajibkan 60% berasal dari masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, 30% dari masyarakat di luar Desa Oro-Oro Ombo, namun masih disekitarnya, dan 10% dari mekanisme wisata.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.40 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang sama disampaikan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo yang menyatakan bahwa:

“Kami melakukan kerjasama dengan BNS untuk menyediakan lapangan pekerjaan sebesar 60% diambil dari warga asli Desa Oro-Oro Ombo.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 09.55 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal tersebut dipertegas oleh pernyataan dari Bapak Tamin selaku Karyawan Tempat Wisata BNS sebagai berikut:

“Saya dulunya hanya pengangguran, tapi kemudian sejak BNS dibangun saya melamar kerja disana dan diterima sebagai penjaga arena *boom-boom car*.” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 12.05 WIB di Rumah Bapak Tamin Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah melakukan kerjasama dengan swasta untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Di desa Oro-Oro Ombo sendiri ada kerjasama antara Pemerintah Desa dengan pihak swasta atau dalam hal ini adalah Batu *Night Spectacular* untuk pembagian jumlah karyawan yang harus di rekrut di Desa Oro-Oro Ombo. 60% dari perekrutan pegawai diharuskan berasal dari Desa Oro-Oro Ombo itu sendiri.

Selain lapangan pekerjaan dari sektor penyerapan tenaga kerja tempat wisata, perkembangan pariwisata juga membawa perubahan jenis pekerjaan masyarakat Desa Oro-Oro Ombo yang dapat dijabarkan melalui pendapat dari Ibu Yayuk Sulistyawati selaku Pedagang Kaki Lima di Tempat Wisata Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Ada perubahan jenis pekerjaan, sebelumnya saya berjualan mainan dan kue di sekolah-sekolah, kemudian sekarang berjualan jagung serut keju di tempat-tempat wisata di sini karena lebih menguntungkan dan lebih laris. Biasanya pembelinya adalah wisatawan. Apalagi kalau saya berjualan di BNS, karena jam buka BNS malam hari, jagung serut saya lebih laku.” (wawancara tanggal 13 Februari 2016 pukul 18.40 WIB di depan BNS)

Selain pernyataan tersebut, Bapak Kasiadi selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyatakan bahwa:

“Sebelum ada tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo, saya adalah supir angkot, sekarang saya sudah berhenti dan menyewakan rumah saya sebagai *homestay* dan beternak sapi perah.” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 15.05 WIB di *homestay* Bapak Kasiadi Oro-Oro Ombo)

Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyebutkan bahwa:

“Sebelumnya saya hanya bekerja sebagai petani, sekarang saya juga menyewakan rumah saya untuk dijadikan *homestay*. Tapi juga tetap bertani.”(wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.10 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyatakan bahwa:

“Saya ibu rumah tangga, sekarang sambil menyewakan rumah untuk *homestay*, dan mengurus serta membersihkan *homestay*, sangat membantu perekonomian keluarga saya, karena saya juga dapat menambah penghasilan.” (wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.40 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa selain menyediakan lapangan pekerjaan di tempat wisata, keberadaan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo juga membuat masyarakat memilih jenis pekerjaan baru yang berhubungan dengan penyediaan kebutuhan pariwisata dan meninggalkan pekerjaan lamanya.

3) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif

Dalam beberapa kasus, keberadaan pariwisata mampu meningkatkan nilai tanah/lahan, terlebih bagi lahan pertanian yang subur. Solusinya, pembangunan fasilitas pariwisata menysasar daerah atau lahan yang kurang bernilai ekonomi tinggi, kurang produktif,

lahan kering, dan sejenisnya. Hal ini akan membantu pengembangan daerah, yang sebelumnya kurang bernilai ekonomi kemudian menjadi lebih bermanfaat dibanding jika harus memakai lahan pertanian yang subur. Pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif di Desa Oro-Oro Ombo dapat diketahui melalui pernyataan dari Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Dulunya lokasi desa Oro-Oro Ombo memang merupakan lokasi yang cukup strategis karena dekat dengan pusat kota. Namun sejak dibangun berbagai tempat wisata, eksistensi Desa Oro-Oro Ombo semakin berkembang dengan pesat. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, pihak swasta membeli beberapa tanah yang dulunya adalah sawah warga dengan harga tinggi untuk dibangun tempat wisata, sebagai contoh adalah BNS. Penawaran tinggi tersebut memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat, selanjutnya masyarakat mulai mengimbangi pembangunan pariwisata dengan menyediakan akomodasi atau kebutuhan dengan memanfaatkan lahan kosong yang kurang produktif, contohnya adalah dengan membuat *restarea*, musholla, dan tempat parkir, sehingga dapat dikatakan bahwa lahan yang tidak produktif kini sudah memiliki manfaat tersendiri.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.40 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Memang semakin banyak lahan warga yang kurang subur untuk pertanian yang laku mahal. Biasanya lahan tersebut akan dibangun berbagai fasilitas, maupun perumahan.(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.00 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa banyak lahan kurang subur/kurang produktif milik warga yang laku dengan harga tinggi sejak adanya pariwisata. Pada lahan-lahan tersebut dibangun fasilitas yang berkaitan dengan pariwisata serta

perumahan. Lakunya tanah kurang produktif tersebut membawa manfaat ekonomi yang sangat besar bagi masyarakat.

4) Penyebaran infrastuktur ke pelosok wilayah

Lokasi objek wisata yang menyebar ke daerah pinggiran memerlukan infrastruktur (jalan, rel kereta api, sarana komunikasi, air bersih, listrik, gas, dan sebagainya) untuk mendukungnya. Hal ini merupakan manfaat balik dari kegiatan pariwisata sebab pendapatan dari pariwisata dimanfaatkan untuk membangun fasilitas penunjang. Infrastruktur ini sebagian dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk memperlancar kegiatan ekonomi di luar sektor pariwisata. Dengan begitu masyarakat lokal pun dapat ikut menikmati infrastuktur dengan kualitas internasional. Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah dapat diketahui melalui pernyataan dari Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Untuk memfasilitasi wisatawan, ada pembangunan infrastruktur di seluruh pelosok desa, yakni untuk memperbaiki jalan, selain itu juga ada pembukaan jalan di Jalibar, yakni RW 11 yang ditujukan untuk jalan alternatif bagi wisatawan. Selain wisatawan, masyarakat sekitar juga merasakan hasilnya, yakni mempermudah masyarakat untuk melancarkan kegiatan ekonominya.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.45 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Seiring dengan pembangunan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, tentu saja dibangun fasilitas infrastruktur yang memadai, seperti jalan, air, dan listrik. Infrastruktur tersebut juga pastinya dimanfaatkan oleh warga sekitar”(wawancara tanggal 9

Februari 2016, pukul 10.05 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh Bapak Kasiadi selaku pemilik salah satu *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Semenjak ada pembangunan pariwisata, saya juga bisa merasakan bahwa banyak fasilitas yang disediakan baik oleh pihak swasta maupun pihak pemerintah untuk wisatawan, namun kami juga dapat memanfaatkannya. Salah satu yang dapat saya rasakan manfaat terbesarnya adalah Jalan Jalibar, yang diperuntukkan sebagai jalan alternatif bagi wisatawan, jalan tersebut sangat lebar dan aspalnya bagus, sehingga memudahkan kami sebagai warga untuk bepergian melintasi jalan tersebut.”(wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 15.15 WIB di *homestay* Bapak Kasiadi Oro-Oro Ombo)

Hal yang senada disampaikan oleh Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Banyak fasilitas yang bisa dipakai warga, yang paling utama jalan Jalibar” (wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.15 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Hal yang sama dinyatakan oleh Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo yang menyatakan bahwa:

“Fasilitas yang bisa dinikmati jalan raya yang sudah banyak diperbaiki, dan jalan alternatif Jalibar.”(wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.45 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo diimbangi dengan pembangunan berbagai infrastruktur, mulai dari pembangunan jalan baru, air, hingga listrik. Semua infrastuktur tersebut juga dapat dimanfaatkan warga sekitar untuk memperlancar kegiatan

ekonominya. Salah satu infrastruktur yang membawa dampak paling besar adalah dibangunnya jalan alternatif baru Jalibar yang juga dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.

b. Dampak negatif:

1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata

Beberapa daerah tujuan wisata sangat menggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Sebagaimana diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu. Ada kalanya isu yang tidak menguntungkan (teror, penyakit, konflik, dan lain sebagainya) akan memengaruhi minat wisatawan untuk pergi berwisata ke daerah tersebut. Akibatnya, kegiatan ekonomi juga mengalami penurunan tajam akibat proporsi terbesar di sumbangkan dari aktivitas pariwisata. Begitu pariwisata mengalami penurunan, langsung atau tidak hal itu akan menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi secara berantai. Ketergantungan terhadap pariwisata tersebut dapat dijabarkan berdasarkan pernyataan dari Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Sebenarnya tidak ada ketergantungan terlalu besar pada pariwisata, karena mayoritas warga disini memiliki usaha lain, seperti bertani, beternak, atau menjadi karyawan swasta di luar desa. Tapi tidak menutup kemungkinan bagi warga yang tidak memiliki pekerjaan lain selain yang berhubungan dengan pariwisata, mungkin mereka akan mengalami penurunan pendapatan. (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.40 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Biasanya sektor pariwisata hanya dijadikan sampingan bagi masyarakat, mereka memiliki pekerjaan lain seperti bertani dan berternak”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.05 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Hal yang berbeda disampaikan oleh Bapak Kasiadi selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Kalau pariwisata sedang sepi, atau tidak ada libur panjang, penghasilan saya menurun sangat drastis, karena saya hanya menggantungkan kehidupan saya pada *homestay* dan telah berhenti menjadi supir. Selain *homestay* saya hanya berternak, yang hasilnya sangat jauh di bawah hasil penyewaan *homestay*. Tapi apabila pariwisata sedang ramai, penghasilan saya pun meningkat.” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 15.20 WIB di *homestay* Bapak Kasiadi Oro-Oro Ombo)

Hal yang sama disampaikan oleh Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Kalau tidak musim liburan pendapatan saya menurun, karena hanya menggantungkan dari hasil bertani yang tidak seberapa. Sedangkan *homestay* hasilnya sangat banyak.” (wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.20 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Senada dengan pernyataan tersebut, Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro menyatakan sebagai berikut:

“Sangat menurun, karena saya hanya ibu rumah tangga, dan pendapatan saya berasal hanya dari *homestay*, jadi kalau pariwisata sepi hanya menggantungkan pendapatan dari suami aja.” (wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.50 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Hal yang senada disampaikan oleh Ibu Yayuk Sulistyawati selaku Pedagang Kaki Lima di Tempat Wisata Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Kalau pariwisata disini sedang sepi penghasilan saya menurun drastis, karena mayoritas pembeli saya adalah wisatawan, jadi kalau pariwisata sepi saya berjualan di sekitar Alun-Alun Kota Batu yang biasanya masih lumayan ramai meskipun bukan hari libur.” (wawancara tanggal 13 Februari 2016 pukul 18.45 WIB di depan BNS)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat mengalami ketergantungan terhadap aktifitas pariwisata. Hal tersebut dikarenakan pendapatan masyarakat akan menurun apabila pariwisata sedang sepi. Beberapa warga juga hanya menggantungkan hidupnya pada sektor pariwisata dan tidak memiliki pekerjaan tetap lainnya, sehingga akan mengalami kesulitan apabila tidak ada pemasukan dari pariwisata. Usaha pedagang kaki lima akan dialihkan ke tempat yang lebih ramai apabila pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo sedang sepi sehingga tetap mendapatkan penghasilan.

2) Peningkatan Harga barang dan Tanah

Perputaran uang dalam aktifitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu laju inflasi. Disisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut sampai harga yang tidak masuk akal. Penjelasan mengenai inflasi dan kenaikan harga tanah dapat dijelaskan berdasarkan

pernyataan dari Bapak Trisno Aji selaku Sekretaris Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Seiring dengan perkembangan pariwisata, memang harga sejumlah barang dan makanan menjadi lebih mahal, terutama harga barang-barang yang dibutuhkan oleh wisatawan semakin mahal. Selain barang-barang dan makanan, harga tanah dan perumahan di sekitar Desa Oro-Oro Ombo juga sangat meningkat dibanding sebelum ada pariwisata dulu. Harga tanah disekitar BNS naik hingga 50% tergantung letaknya. Dulu tanah yang terdapat di pinggir jalan hanya berharga Rp 300.000 s/d Rp 350.000 per meter², namun sekarang harga tanah mencapai Rp 1.200.000 s/d Rp 1.600.000 per meter². Sedangkan lahan yang berada di area kampung atau masuk gang harganya sekarang mencapai Rp 850.000 s/d Rp 1.100.000 per meter².”(wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 11.45 WIB, di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Senada dengan pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Wiweko selaku Kepala Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Sejak adanya pariwisata, harga tanah di Desa Oro-Oro Ombo memang terus naik dan sulit untuk dikendalikan, untuk tanah yang berada tepat di pinggir jalan dijual dengan harga sangat mahal. Kalau untuk harga makanan dan minuman yang dijual di rumah makan di sekitar tempat wisata juga cenderung lebih mahal daripada di tempat lain.” (wawancara tanggal 9 Februari 2016, pukul 10.10 WIB di Kantor Desa Oro-Oro Ombo)

Sama halnya dengan pernyataan tersebut, Bapak MA pada Seksi Pelatihan dan Bimbingan menyatakan bahwa:

“Harga-harga barang dan makanan di sekitar tempat wisata memang biasanya lebih mahal. Bahkan bisa sampai 2 atau 3 kali lipat daripada harga normal. Biasanya itu adalah ulah masyarakat sendiri yang menetapkan harga lebih mahal. Tindakan kami, untuk persaingan penjualan tersebut adalah dengan melindungi secara hukum melalui standarisasi. Selain itu juga melakukan perlindungan harga produk wisata yang bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan Perdagangan. Selain itu, biasanya harga tanah juga naik dengan harga yang sangat tinggi. Terutama yang ada di sekitar tempat wisata.”

Sama halnya dengan pernyataan tersebut, Bapak Kasiadi selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyatakan sebagai berikut:

“Harga tanah dan rumah memang sangat naik, dulunya saya ingin mengembangkan usaha *homestay* dengan membeli tanah di dekat BNS, tapi harganya mencapai Rp 1.700.000 per meter², jauh lebih mahal daripada tanah di Malang atau tempat lain” (wawancara tanggal 14 Februari 2016 pukul 15.25 WIB di *homestay* Bapak Kasiadi Oro-Oro Ombo)

Hal yang sama dinyatakan oleh Bapak Kusmiaji selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo sebagai berikut:

“Banyak harga tanah dan rumah yang naik, sejak pariwisata semakin berkembang, mungkin karena tanah di Desa Oro-Oro Ombo ini lokasinya strategis dan dapat dipakai usaha.” (wawancara tanggal 11 Mei 2016 pukul 16.25 WIB di Rumah Bapak Kusmiaji, Oro-Oro Ombo RT 03 RW 10)

Ibu Rini selaku salah satu pemilik *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo menyatakan bahwa:

“memang harga-harga barang banyak yang lebih mahal, tapi memang dimaklumi karena dekat dengan tempat wisata, tapi kami sering berbelanja di pasar tradisional karena jaraknya dekat dan harganya lebih murah” (wawancara tanggal 11 Mei pukul 18.50 WIB di Rumah Ibu Rini, Oro-Oro Ombo RT 02 RW 03.)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa banyak harga barang dan makanan yang dihargai lebih mahal dari biasanya. Bahkan bisa mencapai 2 sampai 3 kali lipat, namun pemerintah sendiri telah berusaha mengendalikan harga tersebut dengan menetapkan standarisasi harga, sehingga nantinya harga-harga akan disamakan. Tidak hanya makanan dan minuman, harga

tanah pun naik drastis, terutama bagi harga tanah yang ada di sekitar tempat pariwisata.

C. Analisis Data

1. Pengembangan Pariwisata dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo:

Pada tahun 2010, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata mengadakan program melalui Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata melalui Desa Wisata. PNPM tersebut menjadi pijakan dasar bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk memformulasikan kebijakan dalam rangka mewujudkan pengembangan pariwisata di Kota Batu. Kebijakan mengenai pembentukan desa wisata tersebut menjadikan Desa Oro-Oro Ombo sebagai salah satu desa wisata dengan perkembangan pariwisata yang semakin baik tiap tahunnya.

Pengembangan pariwisata dilakukan oleh pemerintah dengan mekaskanakan berbagai upaya sesuai tugas dan fungsinya, diantaranya adalah:

- a) Promosi yang dilakukan untuk melaksanakan pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo

Promosi merupakan kegiatan yang berguna untuk mengenalkan dan memasarkan suatu produk. Sebuah kegiatan pariwisata juga membutuhkan promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan potensi pariwisata di daerahnya. Seperti yang dinyatakan oleh



Suwantoro (2004:56) promosi memiliki manfaat bagi pengembangan pariwisata, dengan adanya promosi, maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas. Setelah suatu destinasi pariwisata telah dikenal oleh masyarakat luas, maka akan menimbulkan ketertarikan atau keinginan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat tersebut. Selain itu, promosi juga akan menjadi media untuk menginformasikan produk wisata yang ada di DTW. Sesuai dengan pernyataan dari Suwantoro tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu melaksanakan promosi pariwisatanya. Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan promosi mampu menarik minat/kunjungan wisatawan ke Kota Batu atau secara khusus ke Desa Oro-Oro Ombo.

Promosi dalam bidang pariwisata dapat dilakukan dengan beberapa cara melalui berbagai media pula. Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan media promosi juga makin banyak dan beragam serta mudah. Promosi pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo juga dilakukan oleh pemerintah atau dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota batu. Namun, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tidak melaksanakan promosi secara terpusat untuk Desa Oro-Oro Ombo saja, melainkan promosi pariwisata untuk seluruh tempat wisata di Kota Batu. Tapi pada perkembangannya Desa Oro-Oro Ombo adalah salah satu desa yang di dalamnya terdapat banyak tempat wisata serta menyediakan akomodasi yang sangat

lengkap, sehingga Desa Oro-Oro Ombo mendapatkan perhatian khusus dari wisatawan.

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sangat beragam, diantaranya adalah:

- Mengadakan pameran: pameran yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu berupa foto-foto serta produk wisata (sayuran, *souvenir*, hasil peternakan, buah-buahan, dan lain-lain). Adanya pameran akan menarik minat pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai produk wisata serta keindahan tempat wisata.
- Mengadakan Festival: Festival yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki berbagai tema. Misalnya saja Batu Flower Festival, Festival 1000 Banteng, Festival Bunga Hias, Parade Mobil Bunga, Festival Paralayang, Parade Dokar Hias, Gebyar Batu Expo dsb) berbagai festival tersebut efektif dan dapat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi Kota Batu ketika Festival digelar. Wisatawan akan tertarik untuk melihat atraksi-atraksi serta keindahan yang ditampilkan pada saat Festival berlangsung. Festival yang diadakan di Kota Batu seringkali merupakan Festival yang bertema, serta mengunggulkan produk-produk wisata yang ada.
- *Roadshow*: acara *roadshow* digelar untuk mempromosikan pariwisata ke seluruh tempat yang dilewati *roadshow*. Cara ini cukup efektif

untuk memperkenalkan tempat wisata, karena dengan cara ini wisatawan akan mendapatkan informasi sehingga tertarik untuk mengunjungi Kota Batu.

- Pembuatan brosur, pamflet, dan majalah: ketiga bentuk promosi tersebut sudah lazim dilakukan untuk mempromosikan pariwisata. Cara ini juga sangat efektif untuk menggambarkan keindahan pariwisata, karena wisatawan akan mendapatkan informasi dan gambaran dengan jelas mengenai tempat wisata.
- Baliho: pemasangan baliho di tempat strategis juga sangat efektif karena akan memberikan gambaran keindahan pariwisata dan dapat di pasang di tempat yang mudah dilihat serta dilalui orang-orang di seluruh daerah.
- Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu: Saat ini seiring dengan perkembangan teknologi maka internet dapat dipergunakan untuk media memperkenalkan tempat wisata. Melalui Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, pariwisata di Kota Batu dapat dipromosikan dengan memberikan deskripsi. Selain itu juga dibagi menjadi beberapa pilihan mengenai desa wisata, yang mendeskripsikan potensi dari semua desa wisata yang dimiliki. Selain informasi mengenai deskripsi tempat wisata, terdapat pula informasi mengenai akomodasi wisatawan, yakni informasi mengenai hotel, *homestay*, *restarea*, dan lain sebagainya. Website tersebut sangat memudahkan bagi wisatawan yang akan berkunjung

ke Kota Batu yang berasal dari berbagai daerah. Kebanyakan wisatawan mendapatkan informasi mengenai tempat wisata di Kota Batu dari website tersebut.

- Video: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu juga membuat video mengenai pesona keindahan Kota Batu. Video tersebut memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pariwisata. Video yang dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu di upload di *youtube* serta dibuat DVD, sehingga semua orang dari berbagai daerah dapat mengaksesnya. Selain itu video tersebut juga di pasang di TV bandara, sehingga orang yang bepergian melalui bandara akan mendapatkan informasi mengenai Kota Batu. Selain TV bandara, video juga dipasang di TV-TV besar yang juga dipasang di temoat-tempat strategis.

Berbagai bentuk promosi yang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu menggunakan media dalam pelaksanaannya. Beberapa media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu adalah sebagai berikut:

- Media Elektronik: media ini merupakan media yang paling sering digunakan karena selain informasinya mudah diserap, media elektronik juga dapat disebarakan ke seluruh daerah. Media elektronik tersebut berupa iklan di TV, situs-situs, Video di *youtube*, situs resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, dan lain sebagainya.

- Forum/Diskusi/Dialog: media ini merupakan media yang cukup efektif dalam memberikan informasi mengenai pariwisata di Kota Batu karena dapat menggambarkan pariwisata di Kota Batu secara verbal, sehingga dapat menarik semua kalangan yang sedang mengikuti forum, diskusi, dan dialog.
- Media Cetak: media cetak juga merupakan media yang efektif dalam memperkenalkan pariwisata, yakni memasang iklan di koran, majalah, serta baliho-baliho di pinggir jalan di pusat keramaian. Media cetak tersebut disebarakan atau dipasang di tempat-tempat strategis yang dilewati banyak orang disetiap daerah, sehingga orang akan melihat dan merasa tertarik.

Promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dapat dinilai berhasil karena menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Kota Wisata Batu dan khususnya adalah Desa Oro-Oro Ombo. Sebuah promosi mutlak diperlukan dalam industri pariwisata untuk terus mengembangkan potensinya. Meskipun sebagian besar promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tidak terpusat pada satu desa/tempat wisata saja, namun Oro-Oro Ombo tetap menjadi tujuan utama wisatawan. Hal tersebut dikarenakan Desa Oro-Oro Ombo merupakan desa wisata yang memiliki fasilitas lengkap bagi wisatawan. Tidak hanya unggul dalam hal tempat wisata (alami dan buatan) namun juga unggul dalam penyediaan akomodasi wisatawan yakni Hotel dan *Homestay*.

Meskipun begitu, pada websitenya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tetap mempromosikan tiap desa wisata secara khusus. Begitu pula dengan Desa Oro-Oro Ombo, dalam websitenya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Oro-Oro Ombo memberikan deskripsi khusus mengenai potensi pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Dinas Pariwisata juga memberikan informasi mengenai penyediaan akomodasi yang ada di Desa Oro-Oro Ombo, yang menurut wisatawan, informasi tersebut sangat bermanfaat dan menarik perhatian. Selain itu, ada pula promosi secara khusus untuk Desa Oro-Oro Ombo berupa brosur mengenai penjelasan tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo.

Berdasarkan hasil penelitian, promosi yang paling efektif untuk dilakukan adalah promosi melalui media internet. Karena selain mudah dibuat, promosi dengan media internet juga dapat ditujukan bagi wisatawan di berbagai daerah, baik wisatawan lokal maupun wisatawan yang berasal dari luar daerah/luar negeri. Promosi melalui internet dapat disebarluaskan dengan sangat mudah seiring dengan perkembangan aplikasi dan teknologi, terutama promosi melalui website dan media sosial. Sebagian besar wisatawan juga mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo melalui internet.

Semua bentuk promosi melalui berbagai media tersebut dapat dikatakan efektif untuk memperkenalkan dan menginformasikan potensi Desa Oro-Oro Ombo. Tidak hanya potensi tempat wisatanya saja, tapi promosi juga bermanfaat bagi pengenalan produk wisata,

sejalan dengan pendapat Suwanto (2004:56) yang menyatakan bahwa promosi juga akan menjadi media untuk menginformasikan produk wisata yang ada di DTW. Promosi yang dilakukan saat ini sangat berguna untuk mengenalkan produk wisata Desa Oro-Oro Ombo, mulai dari kerajinan tangan, hasil pertanian, hingga hasil peternakan, yakni susu sapi segar.

Promosi yang dilakukan pada sektor pariwisata berbeda dengan sektor pasar/produk umum. Pitana dan Diarta (2009:155) mengungkapkan bahwa pariwisata memiliki beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umum yang ditemui di pasaran, yakni sebagai berikut:

- *Intangibility*

Produk/jasa layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa kita temui dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang di pasar, toko, atau tempat penjualan lainnya. Hal tersebut menyebabkan pariwisata tidak dapat dievaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai atau dibeli. Oleh karenanya pemasar produk pariwisata akan menghadapi tantangan yang besar karena tempat dan waktu selalui berubah dan memengaruhi kualitas produk. Salah satu solusi untuk membantu pemasar pariwisata adalah dengan membuat brosur, video, dan berbagai sarana informasi mengenai jenis produk pariwisata yang ditawarkan guna meningkatkan *tangibility* produk tersebut.

Pemasaran pariwisata harus mampu menyediakan *branding* yang jelas dan terkelola dengan baik atas produk pariwisata.

Berdasarkan pernyataan tersebut, promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mengatasi masalah produk pariwisata yang *intangibility* telah dilakukan. Pemerintah telah membuat berbagai brosur, video, dan sarana informasi mengenai jenis produk wisata. Brosur atau pamflet menjelaskan mengenai informasi pariwisata di salah satu tempat wisata, brosur atau pamflet dapat ditemukan dengan mudah di pusat informasi pariwisata serta beberapa tempat wisata. Selain itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu juga telah membuat video promosi pariwisata, video tersebut dapat ditemukan di media internet seperti *Youtube*, promosi dalam bentuk video juga dapat di temui pada TV bandara serta TV-TV yang mudah ditemui di tempat-tempat strategis di Kota Batu.

- *Perishability*

Produk jasa/layanan pariwisata tidak seperti barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk dijual di kemudian hari. Hal seperti ini menyebabkan industri pariwisata memiliki resiko yang cukup tinggi. Pemasar dalam industri pariwisata harus mengombinasikan beragam kebijakan harga dan promosi dalam usaha menjual produk dalam masa sepi (*off-season*) dan membuat sinkronisasi yang lebih baik antara penawaran dengan permintaan pasar.

Untuk mengantisipasi sifat produk yang *perishability* ini diperlukan usaha pemasar untuk membuat pemasaran produk dan mengelola permintaan pasar yang *smooth* dengan melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Perlu juga menggunakan sistem reservasi terkomputerisasi untuk meramalkan dan menyusun strategi pemasaran jika permintaan ada di bawah rata-rata.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam mengatasi masalah *perishability* pariwisata, pemerintah belum melakukan tindakan yang terlihat. Pemerintah masih menyusun berbagai strategi kebijakan harga, yakni dengan menstandarisasi harga serta mutu produk pariwisata. Belum ada strategi khusus untuk meramalkan permintaan pasar atas produk pariwisata.

- *Inseparability*

Produk jasa/pelayanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai produk pendukung yang terpisah-pisah. Misalnya mulai dari *tour* dan *travel*, *airlines*, hotel, restoran, dan sebagainya. Hal yang demikian mengandung resiko sebab tiap produk pendukung digerakkan oleh organisasi yang berbeda dan juga memiliki standar kualitas pelayanan yang berbeda.

Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membuat program penjaminan mutu mengingat sifat produk jasa pariwisata menyangkut hubungan interpersonal dimana *performance* karyawan

atau penyedia layanan secara langsung berhubungan dan menentukan tingkat kepuasan dan pengalaman konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, solusi yang ditawarkan oleh pemerintah untuk mengatasi *inseparability* pada pariwisata di Kota Batu adalah memberikan standarisasi mutu dan harga produk wisata, serta mengembangkan sumber daya manusia yang berhubungan langsung dengan wisatawan untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman wisatawan yang berlibur ke Kota Batu.

Apabila ketiga perbedaan dimensi pemasaran produk pasar dan produk pariwisata dijalankan dengan lebih baik, maka promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu akan lebih efektif. Untuk itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu memerlukan strategi untuk meramalkan permintaan wisatawan akan produk wisata untuk mengatasi masalah *perishability*. Karena saat ini, belum ada strategi dari pemerintah untuk mengatasi *perishability* yang merupakan salah satu dimensi yang ada pada pariwisata. Berdasarkan analisa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mempromosikan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo masih belum efektif.

b) Peningkatan Kualitas Aksebilitas

Aksebilitas adalah hal yang sangat penting bagi faktor pendukung pariwisata. Aksebilitas berhubungan dengan lintas sektoral, kemudahan,

serta keefektifan bagi wisatawan dalam mencapai kawasan wisata. Aksesibilitas yang baik merupakan hal yang sangat dibutuhkan bagi wisatawan, karena aksesibilitas ini berhubungan dengan kenyamanan pengunjung. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Suwanto (2004:56) yang menyatakan bahwa dengan aksesibilitas yang baik, maka wisatawan dapat mengunjungi DTW dengan mudah, sehingga akan menarik wisatawan lebih banyak. Jika wisatawan merasa sulit mengakses atau menuju DTW, maka hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut.

Seiring dengan pernyataan Suwanto tersebut, aksesibilitas pada Desa Oro-Oro Ombo merupakan salah satu faktor penarik kunjungan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata. Beberapa tempat wisata yang memiliki aksesibilitas lebih mudah lebih dipilih oleh wisatawan, sebagai contoh adalah tempat wisata Jawa Timur Park 2 dan BNS yang terletak di pinggir jalan. Sedangkan untuk pariwisata alami seperti Air Terjun Coban Rais kurang diminati wisatawan karena aksesnya yang masih sangat sulit untuk dilalui. Selain itu, yang menjadi masalah aksesibilitas di desa Oro-Oro Ombo adalah kepadatan kendaraan yang berlebihan pada saat *high season*.

Aksesibilitas menuju Desa Oro-Oro Ombo sebenarnya memiliki beberapa jalur, namun apabila terjadi liburan panjang atau *high season*, jalur-jalur menuju tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo kurang

memadai karena banyaknya kendaraan wisatawan, sehingga menyebabkan kemacetan parah. Ada dua alternatif mengakses pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, yakni melewati Kecamatan Junrejo dan Jalan Raya Beji. Selain itu, ada pula satu jalur alternatif yang belum lama dibuka oleh Pemerintah Kota Batu, yakni Jalur Lintas Barat (Jalibar).

Jalur melewati Kecamatan Junrejo lebih jarang dilewati karena jalan lebih sempit dan sulit untuk dilewati kendaraan besar (karena jalan yang menanjak serta banyaknya tikungan tajam) selain itu, terdapat larangan melintasi jalan tersebut bagi bus Pariwisata besar dan Truk. Jalur melewati Beji biasanya lebih banyak dilalui oleh wisatawan karena jalannya yang lebar dan aksesnya yang mudah, namun hal tersebutlah yang menyebabkan seringnya terjadi kemacetan parah di jalur tersebut. Sedangkan Jalibar (Jalur Lintas Barat), adalah jalur yang masih harus melewati Kecamatan Junrejo, dan Bus Pariwisata masih belum dapat mengakses karena lebar jalan yang sempit. Selain itu, meskipun jalan di Jalibar sangat lebar dan masih bagus serta telah dilengkapi dengan jembatan-jembatan baru, namun di wilayah tersebut masih belum dilengkapi dengan rambu-rambu lalu lintas yang jelas, sehingga akan mengurangi kenyamanan pengunjung untuk melewatinya. Tidak hanya itu, seringkali ada kegiatan warga berupa balap liar menyebabkan wisatawan enggan melewati jalur tersebut.

Banyaknya jalur tersebut masih belum dapat membendung kemacetan yang terjadi di Desa Oro-Oro Ombo di musim liburan, untuk itu pemerintah Kota Batu bekerja sama dengan Dinas Perhubungan membuat rekayasa lalu lintas, yakni menjadikan lalu lintas satu arah di beberapa titik. Jalur satu arah yang ditetapkan pemerintah diberlakukan setiap *weekend* atau liburan panjang, sehingga tidak terlalu mengganggu aktivitas warga pada hari biasa. Jalur satu arah tersebut dapat dibidang cukup efektif mengatasi masalah kemacetan.

Selain aksesibilitas menuju tempat wisata buatan (BNS, JatimPark2, dan Eco Green Park), yang masih menjadi masalah adalah aksesibilitas menuju wisata alami, yakni Air Terjun Coban Rais. Jalur menuju Air Terjun Coban Rais saat ini masih dapat dikatakan sangat sulit, karena masih belum dapat dilewati kendaraan. Wisatawan masih diharuskan berjalan sejauh 5-7 km dari tempat parkir. Selain itu, terdapat beberapa jalur berbahaya, yakni melewati jembatan yang merupakan pipa dengan tingkat keamanan sangat rendah. Aksesibilitas yang sangat sulit membuat Air Terjun Coban Rais masih kurang diminati oleh wisatawan, hal tersebut sangat disayangkan, karena air terjun Coban Rais memiliki pesona yang cukup indah dan dapat dijadikan salah satu potensi pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka aksesibilitas merupakan faktor penting untuk melaksanakan pengembangan pariwisata. Aksesibilitas yang mudah akan mendorong wisatawan untuk

berwisata ke Desa Oro-Oro Ombo, baik ke wisata buatan maupun wisata alam. Selain itu, kemudahan aksesibilitas akan mendorong wisatawan untuk berlibur kembali ke Desa Oro-Oro Ombo. Diperlukan strategi khusus dari pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut. Pemerintah Kota Batu kedepannya telah memiliki strategi lagi yakni dengan membuat rekayasa lalu lintas yang lebih besar serta memperlebar jalan terutama di depan tempat wisata di Desa Oro-Oro Ombo.

Selain itu, pengertian kemudahan aksesblitas menurut Pitana dan Diarta (2009:130) adalah “Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, jalan tol, rel kereta api, dan sejenisnya. Termasuk di dalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.”. Berdasarkan hasil penelitian, akses yang berkaitan dengan transportasi telah ada di Desa Oro-Oro Ombo, yakni berupa angkutan umum yang menuju terminal bus. Namun untuk alat transportasi lainnya seperti lapangan udara dan kereta api masih belum tersedia, wisatawan yang menggunakan transportasi tersebut harus transit di Kota Malang, kemudian menuju Kota Batu. keterbatasan akses yang berkaitan dengan sistem transportasi perlu mendapatkan perhatian lebih, untuk memfasilitasi wisatawan yang berasal dari luar daerah/luar negeri, sehingga akan menarik lebih banyak wisatawan.

Pada upaya pengembangan atau peningkatan kualitas aksesibilitas, diperlukan perbaikan pada prasarana wisata. Prasarana wisata adalah hal yang mutlak dibutuhkan dalam perjalanannya ke Daerah Tujuan Wisata oleh wisatawan, sehingga harus terus dikembangkan. Menurut Suwanto (2004:21) prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan yang dibutuhkan wisatawan, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya.

Perkembangan prasarana pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo memang telah diupayakan oleh pemerintah. Pemerintah telah menambal dan memperbaiki beberapa jalan yang rusak di sekitar Batu Night Spectacular (BNS). Selain itu pemerintah juga telah membuat beberapa jembatan dan pelebaran jalan di Jalur Lintas Barat (Jalibar). Namun, jalan-jalan yang ada di Desa Oro-Oro Ombo masih sempit, sehingga sulit dilewati bus-bus besar. Desa Oro-Oro Ombo adalah salah satu desa dengan banyak tujuan wisata, sehingga harus siap dengan kedatangan bus-bus pariwisata besar.

Jalan yang ada di Desa Oro-Oro Ombo saat ini juga masih banyak yang rusak meskipun telah ditambal atau diperbaiki oleh pemerintah. Sebagai contoh adalah jalan disekitar dan di depan BNS, masih ditemui banyak jalan yang rusak dan berlubang, bahkan meski telah ditambah/diperbaiki, jalan tersebut masih saja belum rata, sehingga mengurangi kenyamanan wisatawan dalam berkendara. Tidak hanya kerusakan jalan, lebar jalan di Desa Oro-Oro Ombo juga terbilang

sempit untuk dilewati kendaraan pariwisata yang relatif besar. Sulitnya kendaraan besar melintasi jalan tersebut menyebabkan kemacetan yang tentu saja merugikan baik bagi wisatawan maupun warga sekitar. Seiring dengan pernyataan Suwantoro, prasarana merupakan kebutuhan yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan, namun prasarana di Desa Oro-Oro Ombo yakni sektor jalan masih belum memenuhi kebutuhan wisatawan.

Selain jalan di depan BNS, masih banyak pula jalan di pemukiman warga yang rusak parah dan terlalu sempit untuk dilewati mobil. Jalan di pemukiman warga tersebut seharusnya juga mendapatkan perhatian khusus bagi pemerintah, karena jalan tersebut merupakan akses bagi wisatawan untuk menuju beberapa *homestay* yang terletak di pemukiman. Beberapa jalan tersebut harus diperbaiki, sehingga dapat mempermudah wisatawan untuk menuju tempat penginapan atau *homestay*.

Jalan menuju tempat wisata alami Air Terjun Coban Rais juga masih belum dapat dikatakan layak, karena sangat sulit dilewati dan belum di aspal atau masih bebatuan. Buruknya kondisi jalan menuju Air Terjun Coban Rais membuat wisata alami tersebut kurang diminati oleh wisatawan. tidak hanya jalan, Air Terjun Coban Rais tersebut juga harus mendapat perhatian pada pembangunan jembatan, karena belum adanya jembatan yang layak.

Prasarana lainnya dapat dikatakan cukup memenuhi kebutuhan wisatawan. kebutuhan listrik telah memenuhi karena telah tersebar ke seluruh pelosok desa. Pasokan air bersih pun telah memenuhi, karena air di Desa Oro-Oro Ombo berasal dari dua sumber, sehingga dapat memenuhi kebutuhan air wisatawan. Selain itu, untuk masalah telekomunikasi juga terbilang cukup baik, karena komunikasi tetap lancar di Desa Oro-Oro Ombo. Untuk akses Desa Oro-Oro Ombo ke terminal sangat mudah, karena adanya angkutan umum yang melewati desa tersebut, sehingga memudahkan wisatawan untuk menuju terminal. Jarak Desa Oro-Oro Ombo ke terminal pun relatif dekat, yakni sekitar 3 – 4 km.

c) Pengembangan Kawasan Wisata

Kawasan Wisata atau Daerah Tujuan Wisata merupakan faktor terpenting dalam pengembangan pariwisata. Kawasan wisata memerlukan pengembangan agar tercipta kenyamanan bagi wisatawan, serta menarik minat wisatawan. Kawasan wisata yang rapi, indah serta bersih akan menimbulkan dampak positif bagi kepuasan wisatawan (Suwantoro, 2004:56). Berdasarkan hasil penelitian, kawasan wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo telah memenuhi kebutuhan wisatawan dalam hal tuntutan kerapian, keindahan, serta kebersihan. Dalam rangka upaya pengembangan Daerah Tujuan Wisata yang ada di Oro-Oro Ombo, pemerintah memiliki peran sebagai pemberi ijin dan fasilitas bagi pihak yang akan mengembangkan tempat wisatanya. Pihak swasta

diberikan wewenang untuk mengembangkan tempat wisatanya sendiri untuk menarik kedatangan wisatawan.

Menurut Suwanto (2004:19) terdapat beberapa unsur yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan.

Daya tarik wisata menjadi salah satu motivasi kedatangan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata. Menurut Suwanto (2004:142), "Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata". Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Pembangunan objek wisata tersebut harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan. Seiring dengan pernyataan dari Suwanto tersebut, objek dan daya tarik wisata di Desa Oro-Oro Ombo telah dikembangkan dengan baik. Pembangunan objek wisata yang terdapat di Desa Oro-Oro Ombo telah dirancang berdasarkan potensi daya tarik yang ada di desa tersebut. berdasarkan penelitian, daya tarik wisata yang ada di Desa Oro-Oro Ombo telah berhasil mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo.

Daya tarik wisata yang dimiliki Desa Oro-Oro Ombo sangat beragam, baik daya tarik wisata buatan, alami, maupun minat khusus. Selain didukung dengan banyaknya tempat wisata, penyediaan akomodasi bagi wisatawan di Desa Oro-Oro Ombo juga sangat lengkap dan memenuhi kebutuhan wisatawan. Selain itu, pemerintah juga mendukung pengembangan daya tarik wisata di Desa Oro-Oro Ombo dengan pemberian izin terhadap berbagai *event-event* yang akan dilakukan untuk mengembangkan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Salah satunya yang terakhir dilakukan adalah diadakannya *event* paralayang yang berlangsung pada bulan April 2016.

Pengembangan daya tarik wisata buatan yang menjadi milik swasta dibebankan kepada pihak swasta itu sendiri. Pemerintah hanya memberikan izin dan rekomendasi untuk memperindah tempat wisatanya. Pada pengembangan daya tarik wisata alami, pemerintah bekerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) untuk mulai memperbaiki fasilitas serta sarana prasarana di tempat alami seperti Air Terjun Coban Rais yang aksesibilitasnya masih sulit. Selain itu, yang menjadikan Oro-Oro Ombo salah satu Desa tujuan wisata adalah lengkapnya penyediaan akomodasi wisatawan di Oro-Oro Ombo, sehingga pemerintah juga memberikan dukungan terhadap pembangunan *homestay* dengan membentuk berbagai perkumpulan pemilik *homestay*.

Pemerintah juga terus memberikan dukungan berupa Bantuan Desa Wisata (BDW) yang disalurkan kepada pihak desa. Dengan BDW tersebut, diharapkan pemerintah desa dapat menyalurkan dana tersebut kepada pihak yang membutuhkan untuk terus memperbaiki serta memperindah tempat wisata.

Selain perbaikan pada Objek dan daya Tarik Wisata, sarana wisata juga merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi wisatawan yang berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. (Suwantoro, 2004:22).

Berdasarkan hasil penelitian, sarana di Desa Oro-Oro Ombo dapat dikatakan telah memenuhi kebutuhan wisatawan, hal tersebut dikarenakan sarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo tersedia sangat beragam dan banyak.

Menurut Yoeti (2008:82) Sarana pariwisata adalah fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya

banyak tergantung pada wisatawan. Berikut adalah jenis sarana yang dibuthkan oleh wisatawan:

1) Sarana pokok pariwisata

Adalah fasilitas minimal yang harus terdapat pada suatu daerah tujuan wisata. Terdiri dari: hotel atau penginapan, rumah makan. Sarana pokok wisatawan yang terdapat di Desa Oro-Oro Ombo telah sangat memenuhi kebutuhan wisatawan, hal tersebut didukung dengan kemudahan wisatawan dalam menemukan penginapan. Selain itu, rumah makan juga sangat mudah ditemukan di Desa Oro-Oro Ombo, karena banyak rumah makan yang berbentuk *foodcourt* dengan beragam menu yang berlokasi tepat di depan tempat wisata.

2) Sarana pelengkap pariwisata

Adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sehingga fungsi sarana pelengkap ini dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan. Adapun yang termasuk dalam sarana ini adalah sarana musholla, olahraga. Berdasarkan hasil penelitian, sarana peribadahan yakni mushlla dan masjid sangat mudah ditemukan di Desa Oro-Oro Ombo, terdapat sebuah masjid yang berlokasi di depan tempat wisata BNS, selain itu terdapat pula musholla yang berlokasi di Transit Wisata yang terletak tepat di sebelah tempat wisata BNS.

3) Sarana penunjang pariwisata

Adalah sarana yang diperlukan untuk menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ke tempat yang dikunjungi. Misalnya, *souvenir*. Berdasarkan hasil penelitian, sarana penunjang wisata yakni toko *souvenir* juga dapat ditemukan wisatawan di *market fair* yang terletak di sebelah tempat wisata BNS. Selain itu, masing-masing tempat wisata juga telah menyediakan pusat oleh-oleh disetiap pintu keularnya, sehingga wisatawan dapat menemukannya dengan mudah.

Berdasarkan hasil penelitian, sarana wisata yang paling banyak disediakan di Desa Oro-Oro Ombo adalah penginapan bagi wisatawan, ada hotel maupun *homestay* yang berjumlah cukup banyak, yakni hingga 120-an. *Homestay-homestay* yang ada di Desa Oro-Oro Ombo merupakan *homestay* yang dikelola sendiri oleh masyarakat Desa Oro-Oro Ombo. Terdapat berbagai penawaran menarik di beberapa *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo untuk menarik wisatawan. ada beberapa *homestay* yang menyediakan susu sapi perah segar setiap pagi bagi wisatawan yang menginap di *homestay* nya, selain itu juga ada *homestay* yang memberikan bibit sayur dan buah-buahan. Tawaran-tawaran tersebut membuat wisatawan menjadi tertarik untuk menginap di *homestay* warga. Wisatawan yang menginginkan informasi mengenai *homestay*, dapat mendatangi pusat informasi pariwisata yang

menyediakan informasi fasilitas dan harga *homestay* di Desa Oro-Oro Ombo. Salah satu pusat informasi yang ada adalah pusat informasi yang dikelola oleh POKDARWIS Desa Oro-Oro Ombo yang tidak jauh dari tempat wisata.

Selain *homestay*, ada pula hotel di Desa Oro-Oro Ombo yang terletak di sebelah BNS, yakni hotel Surya. Hotel tersebut tentu sangat cocok bagi wisatawan yang ingin menginap. Keberadaan hotel dan *homestay* yang sangat mudah ditemui menunjukkan bahwa Desa Oro-Oro Ombo mampu menyediakan sarana dengan baik bagi wisatawan.

Sarana lainnya yang terdapat di Desa Oro-Oro Ombo adalah *restarea* yang terdapat di sebelah BNS. Pada *restarea* tersebut telah tersedia berbagai fasilitas bagi wisatawan. Beberapa diantaranya adalah musholla, toilet, rumah makan, serta pusat oleh-oleh. *Restarea* tersebut merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi wisatawan.

Rumah makan dan restaurant juga sangat mudah ditemukan di Desa Oro-Oro Ombo, karena terletak tepat di depan tempat wisata. Beberapa rumah makan dan restaurant dapat ditemukan di depan BNS dan Jatimark 2. Rumah makan di kedua tempat tersebut berbentuk *foodcourt* yang menyediakan bermacam makanan, sehingga wisatawan memiliki banyak variasi pilihan makanan, mulai dari makanan khas Indonesia hingga makanan khas Barat tersedia di rumah makan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Desa Oro-Oro Ombo telah memenuhi kebutuhan dasar wisatawan yakni penyediaan sarana pariwisata. Sesuai dengan pendapat dari Suwanto (2004:19) ketersediaan sarana pariwisata diperlukan untuk melengkapi kebutuhan wisatawan untuk menikmati perjalanan wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara, wisatawan telah merasa kebutuhan akan sarana dapat dipenuhi, sehingga merasa puas berwisata ke Desa Oro-Oro Ombo.

d) Pengembangan Produk Wisata

Produk wisata adalah suatu hasil yang khas dari tempat wisata tertentu. Menurut Suwanto (2004:56) pengembangan produk wisata merupakan upaya untuk menampilkan produk yang bervariasi dan mempunyai daya saing tinggi. Produk wisata tersebut dapat berupa pengalaman, oleh-oleh, kuliner, tempat wisata, atraksi yang ada di DTW, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah telah melaksanakan pengembangan produk wisata yang bervariasi serta memiliki daya saing tinggi, yakni tempat wisata yang beragam di Desa Oro-Oro Ombo, pemberdayaan masyarakat untuk membuat oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo, dan lain sebagainya. Pengembangan produk wisata tersebut sangat mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo.

Pengembangan produk wisata yang telah dilaksanakan di Desa Oro-Oro Ombo antara lain adalah akomodasi (*homestay*), peternakan,

pacuan kuda, dan usaha berkuda. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu berencana akan membuat Desa Oro-Oro Ombo sebagai tempat atraksi kuda. Selain itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga berencana untuk mengembangkan potensi desa Oro-Oro Ombo pada susu sapi perah. Produksi susu di Desa Oro-Oro Ombo yang melimpah dapat dimanfaatkan untuk membuat kuliner lokal khas Desa Oro-Oro Ombo, misalnya saja dengan dibuat Yoghurt, tahu susu, permen susu dan lain sebagainya. Hingga saat ini, produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo masih terbatas dan belum ada perlindungan khusus terhadap produk wisata. Pengembangan produk wisata masih dilakukan dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk membuat berbagai kerajinan yang nantinya akan dapat digunakan sebagai oleh-oleh atau *souvenir*.

Produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo saat ini terus dikembangkan. Beberapa strategi dari pemerintah muncul, yang nantinya akan direalisasikan apabila dana desa telah turun, salah satu strateginya adalah dengan memberdayakan masyarakat untuk membuat kerajinan yang nantinya akan dibeli pemerintah untuk dibagikan kepada wisatawan secara gratis. Selain mendapatkan manfaat ekonomi bagi masyarakat, cara tersebut juga dapat dijadikan sebagai ajang promosi wisata.

e) Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kondisi Masyarakat/Sumber Daya Manusia adalah faktor yang sangat penting dalam perkembangan pariwisata di suatu daerah.

Menurut Suwantoto (2004:23) Masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, dengan terbinanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan.

Berdasarkan penelitian, sesuai dengan pernyataan Suwantoro tersebut kondisi masyarakat yang ada di Desa Oro-Oro Ombo telah dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. masyarakat Desa Oro-Oro Ombo tergolong masyarakat madani atau modern, masyarakat Desa Oro-Oro Ombo memiliki kreatifitas untuk memanfaatkan keberadaan industri pariwisata di desanya. Hal tersebut dibuktikan dengan banyak masyarakat yang membuat rumahnya menjadi *homestay* yang nyaman ditempati wisatawan.

Selain membuat *homestay*, masyarakat juga berdagang oleh-oleh serta makanan dan minuman di sekitar tempat wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Desa Oro-Oro Ombo memiliki inisiatif untuk mengembangkan perekonomiannya dengan memanfaatkan adanya pariwisata di desanya. Kondisi masyarakat yang mendukung terhadap perkembangan pariwisata membuat wisatawan menjadi lebih nyaman berwisata.

Meskipun begitu, masih ada beberapa masyarakat yakni tukang parkir yang memanfaatkan keberadaan pariwisata untuk menambah

penghasilkan dengan menaikkan harga parkir. Seringkali tukang parkir menaikkan biaya parkir terutama kepada wisatawan luar kota hingga tiga kali lipat harga biasanya. Hal tersebut memerlukan tindakan khusus, karena akan menyebabkan ketidaknyamanan bagi wisatawan. Namun meskipun begitu, beberapa wisatawan tidak terlalu keberatan dengan biaya parkir tersebut, karena dianggap masih masuk akal meskipun tidak diberi karcis retribusi parkir. Selain itu wisatawan juga tetap menganggap masyarakat ramah dan sama dengan mayoritas warga Indonesia yang memang ramah.

Pengembangan sumber daya manusia merupakan faktor penting untuk mengembangkan pariwisata. Menurut Suwanto (2004:56) pengembangan Sumber Daya Manusia merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata, sumber daya manusia harus memiliki keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk memberi jasa pelayanan pariwisata. Sumber Daya Manusia memiliki peran yang penting, yakni sebagai pelaku dan penyedia sarana dan prasarana itu sendiri, sehingga akan berpengaruh terhadap proses pengembangan pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian, Sumber Daya Manusia yang ada di Desa Oro-Oro Ombo telah memiliki keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk memberi pelayanan pariwisata. Hal tersebut menyebabkan wisatawan semakin nyaman untuk berwisata ke Desa Oro-Oro Ombo.

Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilaksanakan di Desa Oro-Oro Ombo diberikan oleh Pemerintah. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu sendiri sering melaksanakan acara seperti Lokakarya, Seminar, Bimbingan Teknis, dan lain sebagainya. Pada acara tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu memberikan ilmu serta motivasi yang ditujukan pada masyarakat untuk meningkatkan kreatifitas. Selain itu, Desa memiliki spesialisasi dan potensi yang berbeda, maka dari itu dibentuklah POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) untuk menggali dan mengembangkan potensi desanya.

Selanjutnya, pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dilakukan dengan meningkatkan partisipasi dari sisi petani. Diharapkan petani tidak hanya sebagai obyek, tapi juga pelaku. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu akan terus menciptakan wisata-wisata berbasis alam, dengan memberikan pengalaman bagi wisatawan untuk merasakan menjadi petani, petani dapat berinteraksi secara langsung dengan wisatawan dan memberikan gambaran mengenai kehidupan desa. Tidak hanya di bidang pertanian, tapi juga peternakan, seperti di Desa Oro-Oro Ombo, diharapkan nantinya wisatawan dapat merasakan kehidupan desa dengan berternak, seperti pemerah susu sapi.

Peran pemerintah desa dalam pengembangan SDM adalah sebagai pemberi pelatihan dan keterampilan dengan memberikan

penyuluhan untuk membuat kerajinan serta pengolahan bahan mentah untuk terus mengembangkan *homeindustry*. Pelatihan tersebut dikhususkan bagi warga di usia produktif namun masih menganggur. Selain itu pemerintah Desa juga memberikan bantuan dana secara langsung berupa dana pinjaman dengan bunga rendah.

f) Pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata

Menurut Suwantoro (2004:56) Kampanye Nasional Sadar Wisata merupakan upaya masyarakat untuk mempromosikan dan memperkenalkan jati diri dan karakteristik daerah dengan beberapa kelebihannya. Berdasarkan hasil penelitian, Kampanye Nasional Sadar Wisata tersebut telah dilaksanakan di Desa Oro-Oro Ombo, yakni dengan adanya pembentukan POKDARWIS. Sesuai dengan pernyataan Suwantoro tersebut, POKDARWIS dibentuk untuk mempromosikan dan memperkenalkan jati diri dan karakteristik daerah dengan berbagai kelebihannya. POKDARWIS tersebut merupakan kelompok yang terdiri dari masyarakat desa, sehingga dapat dikatakan bahwa POKDARWIS merupakan salah satu upaya masyarakat untuk semakin mengembangkan pariwisata di Desanya.

POKDARWIS memiliki berbagai peran pada sektor pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, beberapa peran POKDARWIS diantaranya adalah mencari, mengenalkan, serta meempromosikan potensi yang dimiliki desanya yang dapat dijadikan potensi pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Tidak hanya sebatas itu, POKDARWIS di Desa Oro-Oro Ombo

juga memiliki tugas untuk melindungi serta turut memasarkan produk wisata yang dibuat masyarakat sehingga akan saling mengembangkan potensi pariwisatanya.

2. Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo

Pengembangan pariwisata tentu membawa dampak terhadap perekonomian masyarakat Desa Oro-Oro Ombo. Dampak yang dibawa oleh pengembangan pariwisata bisa berupa dampak positif maupun negatif. Berikut adalah hasil penelitian mengenai dampak pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo:

a. Dampak positif:

1) Peningkatan pendapatan masyarakat dari usaha atau bisnis pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo

Perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo yang semakin pesat menyebabkan dampak positif terhadap perekonomian masyarakatnya. Salah satunya adalah meningkatnya pendapatan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Peningkatan pendapatan secara langsung yakni bagi masyarakat yang secara langsung mengambil keuntungan dari wisatawan, sebagai contoh adalah pemilik *homestay* dan Pedagang Kaki Lima. Sedangkan peningkatan pendapatan secara tidak langsung contohnya adalah karyawan tempat wisata.

Menurut Wahab (2003:77) Wisata yang tiba di suatu negara, baik secara individu maupun dalam kelompok, tentu akan membelanjakan uangnya selama berada di sana untuk membayar jasa atau barang – barang wisata. Semakin bertambah konsumsi wisatawan semakin banyak pula jasa – jasa wisata. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa wisata menjadi sumber pendapatan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa konsumsi wisatawan di Desa Oro-Oro Ombo terbilang tinggi dan meningkat pada waktu-waktu tertentu, hal tersebut disebabkan pula oleh peningkatan jumlah wisatawan. Konsumsi wisatawan tersebut menyebabkan semakin bertambahnya jasa – jasa wisata di Desa Oro-Oro Ombo, sehingga makin beragamnya jasa tersebut akan menjadi sumber pendapatan bagi sebagian masyarakat.

Selain penyedia fasilitas pariwisata, pemilik usaha di sektor pariwisata juga mendapatkan keuntungan dengan adanya perkembangan pariwisata. Menurut Pitana dan Diarta (2009:186) “Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal. Masyarakat secara perseorangan juga mendapat penghasilan jika mereka bekerja dan mendapat upah dari pekerjaan tersebut.” berdasarkan hasil penelitian, masyarakat Desa Oro-Oro Ombo mendapatkan penghasilan dengan memanfaatkan jumlah wisatawan sebagai pasar bagi produk lokal.

Seiring dengan perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, kreatifitas masyarakat pun semakin meningkat. Dapat dikatakan bahwa masyarakat pemilik usaha di bidang pariwisata akan mengalami

peningkatan. Terutama bagi pemilik *homestay*, dulunya rumah-rumah warga hanya dijadikan tempat tinggal dan tidak menghasilkan apa-apa, namun kini rumah warga telah memiliki nilai ekonomis dan dapat dijadikan sebagai alat penambah pendapatan.

Tidak hanya pemilik *homestay*, para pedagang kaki lima juga mendapatkan manfaat ekonomi dan meningkatkan pendapatan semenjak adanya perkembangan pariwisata. Sebelum adanya pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, para pedagang kaki lima hanya mendapatkan penghasilan dari berjualan kepada masyarakat sekitar atau berjualan di alun-alun yang saat itu masih menjadi pusat pariwisata. Namun kini, pedagang kaki lima telah dapat berjualan di sekitar tempat wisata sehingga menambah pembeli. Selain itu, peningkatan pendapatan juga terjadi pada karyawan yang bekerja di tempat wisata. Dengan adanya perkembangan pariwisata, karyawan tempat wisata akan mendapatkan kesejahteraan lebih baik sehingga meningkatkan pendapatan.

Menurut (Yoeti, 2008:28) Beberapa usaha peningkatan pendapatan oleh masyarakat dapat dilakukan dengan menyediakan hal – hal berikut ini:

a. *Transportation*

Yaitu yang melayani angkutan wisatawan dari satu daerah ke daerah lain, dari satu kota ke kota lain, atau dari daerah tujuan wisata (DTW) ke DTW lain. Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo telah menyediakan jasa penyewaan kendaraan sebagai alat

transportasi bagi wisatawan yang tidak membawa kendaraan. Penyewaan kendaraan yang dilakukan oleh masyarakat akan memberikan pendapatan yang lebih lagi bagi masyarakat.

b. *Accomodation*

Yaitu yang melayani wisatawan untuk kebutuhan akomodasi bagi wisatawan seperti: hotel, motel, *village*, *apartment*. Desa Oro-Oro Ombo terkenal dengan banyaknya *homestay*, usaha *homestay* tersebut akan menambah pendapatan masyarakat secara langsung dari wisatawan.

c. *Restaurant*

Yaitu yang melayani wisatawan untuk kebutuhan makan dan minum selama kunjungan wisatawan pada suatu DTW seperti: *restaurant*, *cafe*. Penyediaan restoran juga dilakukan oleh masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, hal tersebut dibuktikan dengan adanya *foodcourt* yang menjual berbagai jenis makanan di depan tempat wisata.

d. *Shopping Center*

Termasuk dalam kelompok ini adalah: toko cinderamata, toko barang kesenian, toko lukisan. Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo juga mendapatkan peningkatan pendapatan dengan membuka toko *souvenir*, salah satunya adalah toko *souvenir* yang terletak di *market fair* Desa Oro-Oro Ombo. *Shopping center* juga disediakan di dalam tempat wisata itu sendiri, yakni di BNS.

2) Ketersediaan Lapangan Pekerjaan bagi Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo

Lapangan pekerjaan yang semakin luas membawa dampak positif pariwisata terhadap perekonomian masyarakat. menurut Sammeng (2001:199) Industri pariwisata masuk ke dalam kategori padat karya, hal ini dikarenakan kemampuan menciptakan lapangan kerja yang (cukup) besar, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga tak berketerampilan (*unskilled*) sampai dengan setengah trampil dan trampil, bahkan sampai dengan tingkat eksekutif. Berdasarkan hasil penelitian, sesuai dengan pernyataan Sammeng tersebut, industri pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo menyerap semua tenaga kerja di semua level, sebagai contoh adalah penyerapan tenaga kerja *unskilled* yang merupakan seorang mantan pengangguran dapat dipekerjakan sebagai pegawai di tempat wisata seperti BNS. Dikarenakan hal tersebut, maka banyak pemerintah yang sangat kuat mendorong pengembangan pariwisata karena melihat kemampuan industri pariwisata membuka lapangan kerja baru.

Penciptaan lapangan pekerjaan dibagi menjadi tiga kelompok: lapangan kerja langsung (semua pekerjaan yang tersedia untuk melayani wisatawan dalam perjalanan), lapangan kerja tidak langsung (pariwisata mencakup bidang yang sangat luas, yakni dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, sampai dengan sektor

industri manufaktur dan industri jasa), lapangan kerja ikutan (lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada industri pariwisata).

Menurut Pitana dan Diarta (2009:187) Banyak individu yang menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa pariwisata merupakan lapangan pekerjaan yang menyerap begitu banyak tenaga kerja. Hal yang serupa terjadi di Desa Oro-Oro Ombo.

Pemerintah Desa Oro-Oro Ombo memiliki kesepakatan dengan sektor swasta, yakni manajemen Batu Night Spectacular (BNS) mengenai penyerapan tenaga kerja. Pemerintah Desa mewajibkan 60% berasal dari masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, 30% dari masyarakat di luar Desa Oro-Oro Ombo namun masih disekitarnya, dan 10% dari mekanisme wisata itu sendiri. Kerjasama tersebut membawa dampak yang sangat besar bagi penyerapan tenaga kerja di Desa Oro-Oro Ombo sehingga akan mengurangi jumlah pengangguran.

Selain lapangan pekerjaan dari sektor penyerapan tenaga kerja tempat wisata, perkembangan pariwisata juga membawa perubahan jenis pekerjaan masyarakat Desa Oro-Oro Ombo. Sebelum adanya perkembangan pariwisata, masyarakat menggantungkan hidupnya dari pekerjaan-pekerjaan diluar industri pariwisata yang hasilnya lebih sedikit daripada pekerjaan yang berhubungan dengan pariwisata. Keberadaan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo membuat masyarakat

memilih jenis pekerjaan baru yang berhubungan dengan penyediaan kebutuhan pariwisata dan meninggalkan pekerjaan lamanya.

3) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif

Keberadaan pariwisata mampu meningkatkan nilai tanah/lahan yang dulunya kurang produktif. Menurut Pitana dan Diarta (2009:189) pembangunan pariwisata dilakukan dengan menyasar daerah atau lahan yang kurang produktif atau kurang bernilai ekonomi tinggi, kurang produktif, lahan kering, dan sejenisnya sehingga lahan tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik. Hal ini akan membantu pengembangan daerah, yang sebelumnya kurang bernilai ekonomi kemudian menjadi lebih bermanfaat dibanding jika harus memakai lahan pertanian yang subur. Berdasarkan hasil penelitian, seiring dengan pernyataan Pitana dan Diarta tersebut, pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo memanfaatkan daerah atau lahan yang kurang produktif sehingga menimbulkan manfaat ekonomi bagi pemilik lahan.

Lokasi Desa Oro-Oro Ombo dari awalnya merupakan lokasi yang cukup strategis karena dekat dengan pusat kota. Seiring dengan dibangunnya tempat wisata, eksistensi Desa Oro-Oro Ombo semakin berkembang dengan pesat. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, pihak swasta atau pengembang tempat wisata membeli beberapa tanah yang dulunya adalah sawah warga dengan harga tinggi untuk dibangun tempat wisata, sebagai contoh adalah Batu Night Spectacular (BNS).

Penawaran tinggi tersebut memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat, selanjutnya masyarakat mulai mengimbangi pembangunan pariwisata dengan menyediakan akomodasi pariwisata atau kebutuhan dengan memanfaatkan lahan kosong yang kurang produktif, contohnya adalah dengan membuat *restarea*, musholla, dan tempat parkir, sehingga lahan yang kurang produktif kini telah memiliki manfaat tersendiri. Selain banyak lahan yang dibangun untuk kebutuhan pariwisata, lahan tersebut juga digunakan untuk membangun perumahan bagi masyarakat. Iakunya lahan kurang produktif tersebut membawa manfaat ekonomi yang sangat besar bagi masyarakat

4) Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah.

Seiring dengan perkembangan pariwisata, terdapat salah satu manfaat terbaik dari adanya pariwisata adalah penyebaran infrastruktur ke berbagai pelosok wilayah desa. Menurut Pitana dan Diarta (2009:190) lokasi objek wisata yang menyebar ke daerah pinggiran memerlukan infrastruktur (jalan, rel kereta api, sarana komunikasi, air bersih, listrik, gas, dan sebagainya.). Hal tersebut merupakan manfaat balik dari kegiatan pariwisata sebab pendapatan dari pariwisata dimanfaatkan untuk membangun fasilitas penunjang. Berdasarkan hasil penelitian, seiring dengan pendapat dari Pitana dan Diarta, infrastruktur yang ada di Desa Oro-Oro Ombo menyebar ke seluruh pelosok desa.

Infrastruktur tersebut sebagian dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk memperlancar kegiatan ekonomi di luar sektor

pariwisata. Dengan begitu, masyarakat lokal pun dapat ikut menikmati infrastruktur dengan kualitas internasional. Hal yang sama terjadi di Desa Oro-Oro Ombo, terdapat penyebaran infrastruktur hingga ke pelosok desa, yakni memperbaiki jalan, serta adanya pembukaan jalan baru atau Jalibar yang ditujukan untuk jalan alternatif bagi wisatawan.

Jalibar merupakan salah satu jalan yang baru saja dibuka oleh pemerintah, jalan di Jalibar sangat lebar dan aspalnya masih bagus. Masyarakat yang berada di pelosok dapat memanfaatkan jalan tersebut untuk dilintasi dan mempermudah akses ke desa lain.

Selain jalan, pemerintah juga menyediakan infrastruktur penting lainnya, yakni penyediaan air dan listrik. Perkembangan pariwisata akan menuntut pemerintah menyediakan air bersih yang melimpah untuk memfasilitasi wisatawan. Air bersih yang melimpah akan membawa manfaat bagi masyarakat sekitar, terutama yang berada di pelosok. Begitu pula dengan penyebaran listrik yang mencapai seluruh penjuru desa.

b. Dampak negatif

Selain membawa dampak positif, pariwisata juga membawa beberapa dampak negatif bagi perekonomian masyarakat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata

Menurut Mathieson dan Wall dalam Leiper yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:191) beberapa daerah tujuan wisata sangat

menggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu. Ada kalanya isu yang tidak menguntungkan (terror, penyakit, konflik, dan lain sebagainya) akan mempengaruhi minat wisatawan untuk pergi berwisata ke daerah tersebut. akibatnya, kegiatan ekonominya juga mengalami penurunan tajam akibat proporsi terbesar di sumbangkan dari aktivitas pariwisata. Begitu pariwisata mengalami penurunan, langsung atau tidak langsung hal tersebut akan menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi secara berantai. Berdasarkan hasil penelitian, sejalan dengan pendapat Pitana dan Diarta tersebut, terjadi penurunan kegiatan ekonomi secara berantai apabila terjadi penurunan kegiatan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo. Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo merasakan bahwa pendapatannya akan menurun apabila kegiatan pariwisata juga menurun.

Menurut pemerintah desa, masyarakat tidak mengalami ketergantungan yang terlalu besar pada pariwisata, karena mayoritas warga Desa Oro-Oro Ombo memiliki usaha lain, seperti bertani, berternak, atau menjadi karyawan swasta di luar kegiatan pariwisata di desa. Namun tidak menutup kemungkinan bagi warga yang tidak memiliki pekerjaan lain selain yang berhubungan dengan pariwisata, mungkin masyarakat akan mengalami penurunan pendapatan. Sektor pariwisata biasanya hanya dijadikan sampingan bagi masyarakat, karena masyarakat memiliki pekerjaan lain.

Hal yang sebaliknya diungkapkan oleh masyarakat desa sendiri yang menyebutkan bahwa terjadi ketergantungan masyarakat terhadap pariwisata. Apabila musim liburan sedang sepi atau *low season*, penghasilan masyarakat menurun sangat drastis. Karena apabila masyarakat hanya menggantungkan perekonomiannya pada pertanian dan peternakan, penghasilan masyarakat berkurang dan tidak sebanyak penghasilan yang berhubungan dengan pariwisata.

Usaha pedagang kaki lima juga akan semakin sepi apabila pariwisata sedang sepi. Namun pedagang kaki lima di Desa Oro-Oro Ombo menyalahi sepi pariwisata dengan berjualan di tempat lain yang lebih ramai dan strategis, yakni di sekitar alun-alun Kota Batu untuk tetap mendapatkan penghasilan. Kebanyakan pedagang kaki lima tidak memiliki usaha lain sehingga hanya mengalihkan tempat berjualannya di tempat yang lebih ramai.

2) Peningkatan Harga Barang dan Tanah

Perkembangan pariwisata selalu membuat kenaikan harga barang dan harga tanah. Hal tersebut akan merugikan masyarakat secara ekonomi. Menurut Mathieson dan Wall dalam Leiper yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:191) perputaran uang dalam aktifitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu laju inflasi. Di sisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut. berdasarkan hasil penelitian, dapat

diketahui bahwa perputaran uang yang terjadi di Desa Oro-Oro Ombo juga sangat besar, permintaan akan barang konsumsi terus meningkat, sehingga meningkatkan harga sebagian barang.

Seiring perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo, harga sejumlah barang dan makanan menjadi lebih mahal. Terutama harga barang yang menjadi kebutuhan pariwisata. Hal tersebut membawa dampak terhadap harga yang diberlakukan bagi masyarakat sekitar desa Oro-Oro Ombo pula, sehingga akan mempersulit perekonomian masyarakat. Selain barang-barang dan makanan, harga tanah dan perumahan di sekitar Desa Oro-Oro Ombo juga sangat meningkat dibanding sebelum adanya perkembangan pariwisata.

Kenaikan harga tanah yang paling signifikan terjadi di sekitar tempat wisata, yakni BNS. Harga tanah di sekitar tempat wisata dan pinggir jalan besar naik drastis bahkan hingga mencapai 50%. Kenaikan harga tidak hanya terjadi di lahan-lahan di pinggir jalan, tetapi juga di lahan yang berada di perkampungan. Kenaikan harga tersebut sulit dikendalikan oleh pemerintah, pemerintah mengambil tindakan berupa perlindungan secara hukum melalui standarisasi harga, sehingga tidak memberatkan wisatawan maupun masyarakat sekitar itu sendiri. Selain itu, pemerintah juga melakukan perlindungan harga produk wisata bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan Perdagangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan pengembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo telah dilaksanakan oleh semua *stakeholders*, yakni pemerintah, swasta, serta masyarakat. pengembangan pariwisata yang dilaksanakan dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya yakni:
 - a) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tidak melaksanakan promosi secara terpusat untuk Desa Oro-Oro Ombo saja, melainkan promosi pariwisata untuk seluruh tempat wisata di Kota Batu. Promosi yang dilaksanakan memang telah efektif meningkatkan jumlah wisatawan, namun yang perlu diketahui adalah pemerintah memerlukan solusi untuk masalah produk wisata yang *perishability*, yakni dimensi produk pariwisata yang tidak menentu, sehingga memerlukan peramalan terhadap permintaan wisatawan dikemudian hari.
 - b) Peningkatan kualitas aksesibilitas yang ada di Desa Oro-Oro Ombo merupakan salah satu faktor penarik kunjungan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata. Yang menjadi masalah aksesibilitas di desa Oro-Oro Ombo adalah kepadatan kendaraan yang berlebihan yang menyebabkan kemacetan pada saat *high season*.
 - c) Pengembangan kawasan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan di Desa Oro-Oro Ombo

dilakukan dengan cara bekerjasama dengan semua *stakeholder* untuk mengembangkan tempat wisata serta menyediakan sarana wisata. Penyediaan sarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo telah dapat memenuhi kebutuhan wisatawan karena banyaknya jumlah *homestay* dan Hotel serta restoran.

- d) Pengembangan Produk Wisata di Desa Oro-Oro Ombo telah dilaksanakan dengan cukup baik. Pemerintah telah melaksanakan pengembangan produk wisata yang bervariasi serta memiliki daya saing tinggi, yakni tempat wisata yang beragam di Desa Oro-Oro Ombo, pemberdayaan masyarakat untuk membuat oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa oro-Oro Ombo, dan lain sebagainya. Pengembangan produk wisata tersebut sangat mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Oro-Oro Ombo. Hanya saja, yang masih menjadi masalah adalah pemerintah belum menyediakan perlindungan terhadap produk wisata tersebut.
- e) Pengembangan Sumber Daya Manusia yang ada di Desa Oro-Oro Ombo dilakukan dengan melaksanakan pelatihan dan bimbingan kepada masyarakat desa oleh Pemerintah Desa dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu. Kegiatan pengembangan yang dilakukan adalah Lokakarya, Seminar, Bimbingan Teknis, serta pembentukan paguyuban *homestay*.
- f) Kampanye Nasional Sadar Wisata juga telah dilaksanakan di desa Oro-Oro Ombo dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

yang mencari potensi desa masing-masing untuk kemudian di kembangkan. POKDARWIS di Desa Oro-Oro Ombo juga memiliki peran untuk mengembangkan dan memasarkan berbagai produk wisata seperti *souvenir*, dll.

2) Pengembangan pariwisata yang semakin pesat di desa Oro-Oro Ombo membawa berbagai dampak bagi perekonomian warga sekitar..

a) Dampak positif terhadap perekonomian yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat Desa Oro-Oro Ombo yakni dapat dirasakannya peningkatan pendapatan yang disebabkan karena adanya pengeluaran wisatawan. ketersediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, dikarenakan pariwisata merupakan industri padat karya yang mampu menyerap tenaga kerja dari semua kalangan. Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif, lahan kurang produktif dan kurang subur di Desa Oro-Oro Ombo dapat dimanfaatkan dan menimbulkan manfaat ekonomi, dan yang terakhir adalah adanya infrastruktur ke pelosok wilayah untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

b) Selain dampak positif, pengembangan pariwisata juga membawa dampak negatif bagi masyarakat di Desa Oro-Oro Ombo. Dampak negatif tersebut dirasakan baik oleh pelaku usaha, pedagang kaki lima, maupun masyarakat desa Oro-Oro Ombo. Dampaknya yakni timbulnya ketergantungan yang terlalu besar pada pariwisata, meskipun memiliki usaha atau pekerjaan lain diluar pariwisata, namun

masyarakat merasakan terjadi penurunan pendapatan apabila kondisi pariwisata sedang sepi. Selain itu, perkembangan pariwisata juga meningkatkan angka inflasi dan meroketnya harga tanah, hal tersebut dikarenakan pada industri pariwisata terjadi perputaran uang yang cukup besar, sehingga mendorong kenaikan berbagai harga.

B. Saran

Adapun saran yang dapat bermanfaat untuk pengembangan potensi pariwisata dan pembangunan ekonomi di Desa Oro –Oro Ombo adalah sebagai berikut:

1. Pada pelaksanaan pengembangan pariwisata, sebaiknya pemerintah terus konsisten dengan programnya, sebagai contoh adalah untuk terus mengupdate informasi pariwisata yang disediakan di website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, selain itu pemerintah juga harus melakukan peramalan terhadap kegiatan pariwisata kedepannya untuk tetap menjaga produk wisata. Pemerintah perlu menambah staf ahli IT yang ditugaskan secara khusus untuk mengelola website tersebut.
2. Pemerintah Kota Batu juga harus terus memperhatikan pembangunan jalan dan kemudahan aksesibilitas menuju Desa Wisata Oro-Oro Ombo, terutama dengan memberikan informasi atau papan penunjuk arah yang lebih jelas mengenai jalur-jalur alternatif seperti Jalibar, serta mengamankan jalur-jalur tersebut. Papan penunjuk arah dapat

diletakkan di beberapa titik strategis, yakni di sekitar tempat wisata Jawa Timur Park 1.

3. Pemerintah tidak hanya dituntut tanggap pada pengembangan pariwisata buatan, tapi juga pariwisata alami. Desa Oro-Oro Ombo sendiri memiliki potensi yang cukup besar pada wisata alaminya karena memiliki Air Terjun yang cantik, yakni Coban Rais, sayangnya wisatawan masih jarang yang berkunjung ke Air Terjun Coban Rais karena aksesnya yang masih sulit. Maka dari itu, pemerintah harus mempermudah aksesibilitas ke Air Terjun Coban Rais dengan memperbaiki jalan serta membuat sebuah jembatan di beberapa titik terutama yang masih menggunakan pipa air sebagai jembatan.
4. Dalam hal mengatasi sumber daya manusia juga masih perlu mendapat perhatian, masyarakat Desa Oro-Oro Ombo masih harus dibekali dengan cara untuk membuat wisatawan nyaman, terutama hal tersebut ditujukan bagi tukang parkir yang seringkali meminta uang retribusi lebih tinggi dan bahkan tidak memberikan karcis retribusi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan dua pihak sekaligus, yakni pemerintah sebagai penerima retribusi parkir serta wisatawan yang harus membayar lebih. Disini pemerintah harus bekerjasama dengan berbagai SKPD untuk mengamankan serta mengatur atau menstandarisasi harga parkir dengan lebih baik.
5. Terkait dengan dampak negatif pengembangan pariwisata terhadap ekonomi, yang pertama untuk mengatasi ketergantungan masyarakat

dan pemilik usaha pariwisata terhadap pariwisata adalah dengan memberikan bimbingan dan pelatihan untuk masyarakat agar memiliki usaha lain di luar pariwisata. Hal tersebut dikarenakan pariwisata merupakan bisnis yang fluktuatif dan tidak menentu pendapatannya. Pemerintah dapat mendukung masyarakatnya dengan memberikan pelatihan dan bimbingan mengenai peternakan, hal tersebut dikarenakan Desa Oro-Oro Ombo memiliki potensi yang sangat besar pada sektor peternakan, yakni susu sapi.

6. Kemudian untuk mengatasi dampak negatif pengembangan pariwisata terhadap ekonomi yakni mengatasi inflasi barang-barang dan harga tanah, pemerintah diharapkan mampu menerapkan standarisasi harga. Harga diatur sesuai mutu barang, sehingga tidak akan ada wisatawan yang merasa dirugikan. Selain itu, perlu ada pengendalian harga tanah yang mulai tidak terkontrol di Desa Oro-Oro Ombo, pemerintah diharapkan mampu mentafsir dan membatasi harga tanah tertinggi.

Daftar Pustaka

- Adisasmita, Rahardjo. 2013. *Pembangunan Perdesaan (Pendekatan Partisipatif, Tipologi, Strategi, Konsep Desa Pusat Pertumbuhan)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Arsyad, Loncolin. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Budiman, Arief. 1995, *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daymon, Christine., dan Immy Holloway. 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Dunn, William N. 2003. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ibrahim, Amin. 2009. *Pokok-Pokok Administrasi Publik dan Implementasinya*. Bandung: Refika Aditama.
- Inpres No. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata.
- Keban, Jeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Kusmayadi, dan Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang kepariwisataan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Marhaeni, Kadek Dewi. 2013. *Dampak Pariwisata Terhadap Aktivitas Ekonomi Masyarakat Bali (Perspektif : Ketimpangan Distribusi Hasil Pariwisata)*.
- Masriah dan Mujahid. 2011. *Pembangunan Ekonomi Berwawasan Lingkungan*. Malang: Universitas Negeri Malang (UM Press)
- Miles, Mathew, B.A. Michael Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: A methods Sourcebook*. United States of America: Sage Publications.
- Nasution. 2003. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pendit, Nyoman S. 1990. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Pitana, I Gde, dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

_____, Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Safi'i, H.M. 2008. *Paradigma Baru Kebijakan Pembangunan Ekonomi Daerah*, Malang: Averroes Press.

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

Siagian, Sondang P. 2005. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Silalahi, Uber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Rafika Aditama.

Spillane, James J. 1989. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

_____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.

Suryono, Agus. 2004. *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: Universitas Negeri Malang (UM Press).

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Undang – Undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional

Usman, Husaini dan R. Purnomo Setyadi Akbar. 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataan Cetakan Ke Empat*. Jakarta: PT Pradnya Paramita

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Yoeti, Oka A. 2008. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

_____. 2008. *Ekonomi Pariwisata (Introduksi, Informasi, dan Implementasi)*. Jakarta: Kompas.



LAMPIRAN



Interview Guide

Kantor Desa Oro-Oro Ombo

1. Apa sajakah DTW di Desa Oro-Oro Ombo?
2. Bagaimana perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dari tahun ke tahun?
3. Apa upaya pemerintah Desa Oro-Oro Ombo untuk memperbaiki DTW alami maupun buatan?
4. Apa upaya pemerintah Desa Oro-Oro Ombo untuk memperbaiki sarana wisata?
5. Bagaimana kondisi infrastruktur di Desa Oro-Oro Ombo?
6. Apa upaya pemerintah Desa Oro-Oro Ombo untuk mengembangkan SDM di Desa Oro-Oro Ombo?
7. Bagaimana kondisi lingkungan di Desa Oro-Oro Ombo?
8. Bagaimana pengembangan budaya di Desa Oro-Oro Ombo?
9. Bagaimana upaya pengembangan produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
10. Bagaimana pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
11. Apakah ada peningkatan pendapatan masyarakat sejak pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo berkembang?
12. Bagaimana penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat sejak pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo berkembang?
13. Apakah pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo mampu memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif?
14. Adakah penyebaran infrastruktur di Desa Oro-Oro Ombo?
15. Apakah pendapatan masyarakat Desa Oro-Oro Ombo hanya bergantung pada pariwisata?
16. Adakah peningkatan harga barang dan tanah di Desa Oro-Oro Ombo?

Interview Guide

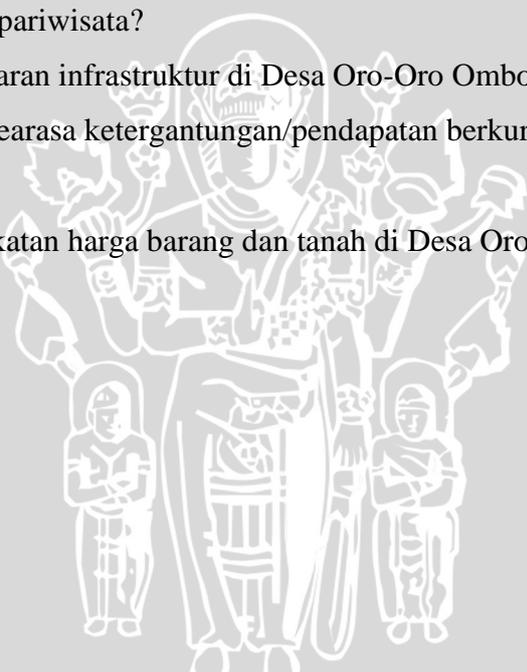
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

1. Apa yang dimaksud dengan desa wisata? Desa Oro-Oro Ombo termasuk Ddesa wisata dengan potensi apa?
2. Apa saja upaya dan bentuk pengembangan desa wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu?
3. Apa peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam pengembangan desa wisata Oro-Oro Ombo?
4. Bagaimana perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dari tahun ke tahun?
5. Apa sajakah bentuk dan media promosi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk Desa Oro-Oro Ombo?
6. Bagaimana kondisi aksesibilitas ke Desa Oro-Oro Ombo? Apa usaha Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk meningkatkan kualitas aksesibilitas di Desa Oro-Oro Ombo?
7. Apa upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk memperbaiki DTW alami maupun buatan?
8. Apa saja upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mengembangkan prasarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
9. Apa saja upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mengembangkan sarana wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
10. Apa saja upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mengembangkan tata laksana/infrastruktur wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
11. Apa saja upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk mengembangkan masyarakat wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
12. Bagaimana kondisi lingkungan dan upaya menjaga kelestariannya di Desa Oro-Oro Ombo?
13. Apa saja upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam pengembangan dan perlindungan terhadap produk wisata di Desa Oro-Oro Ombo?
14. Bagaimana pelaksanaan Kampanye Nasional Sadar Wisata di Desa Oro-Oro Ombo?

Interview Guide

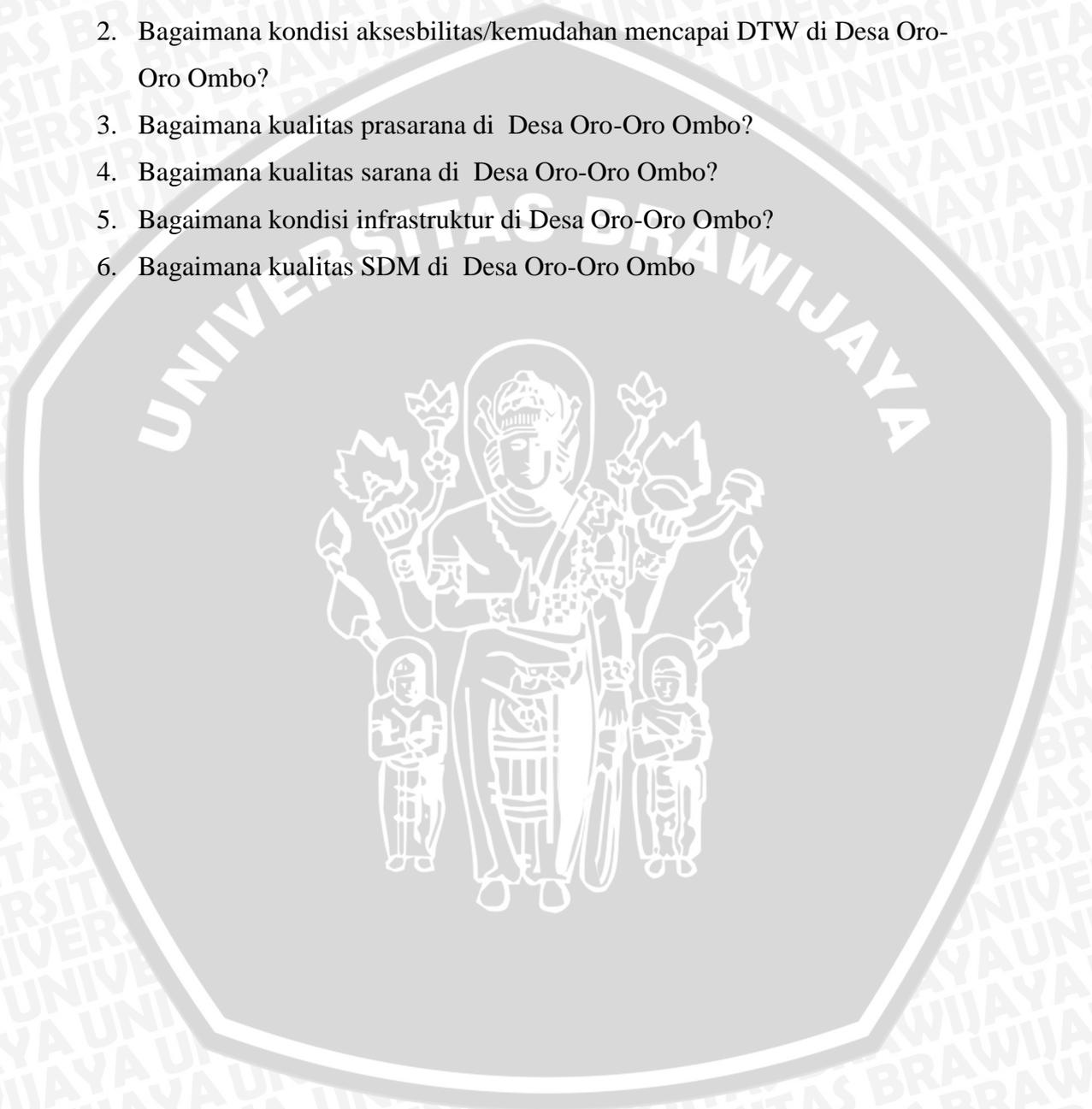
Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo (pemilik *homestay*, PKL, dan karyawan BNS)

1. Bagaimana perkembangan pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo dari tahun ke tahun?
2. Apakah anda mendapat bantuan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha?
3. Apakah anda merasa ada peningkatan pendapatan dengan adanya pengembangan pariwisata? Berapakah perbandingan rata-rata penghasilan sebelum dan sesudah pengembangan pariwisata?
4. Bagaimana kondisi lapangan pekerjaan sebelum dan sesudah pengembangan pariwisata?
5. Adakah penyebaran infrastruktur di Desa Oro-Oro Ombo?
6. Apakah anda mearasa ketergantungan/pendapatan berkurang bila pariwisata sepi?
7. Adakah peningkatan harga barang dan tanah di Desa Oro-Oro Ombo?



Interview Guide Wisatawan

1. Darimana/ media apa anda mendapatkan info pariwisata di Desa Oro-Oro Ombo?
2. Bagaimana kondisi aksesibilitas/kemudahan mencapai DTW di Desa Oro-Oro Ombo?
3. Bagaimana kualitas prasarana di Desa Oro-Oro Ombo?
4. Bagaimana kualitas sarana di Desa Oro-Oro Ombo?
5. Bagaimana kondisi infrastruktur di Desa Oro-Oro Ombo?
6. Bagaimana kualitas SDM di Desa Oro-Oro Ombo?





PEMERINTAH KOTA BATU
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Jenderal Sudirman 507 Block Office Gedung B Lantai 2

KOTA BATU

Batu, 26 Januari 2016

Kepada

Nomor : 072/01251422.207/2016 Yth. 1. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
 Sifat : Segera Kota Batu
 Lampiran : - 2. Camat Batu Kota Batu
 Perihal : Ijin Penelitian

di-

BATU

Menunjuk surat pengantar dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal 25 Januari 2016 Nomor : 1257/UN.10.3/PG/2016 Perihal Riset, bersama ini diberitahukan bahwa :

Nama : ALLIN INDRASWARY
 NIM : 125030100111088
 Jurusan : Administrasi Publik
 Fakultas/Universitas : FIA / Universitas Brawijaya Malang
 Alamat : Jl. MT Haryono 163 Malang

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

Judul : Pembangunan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata (Studi pada Desa Oro-oro Ombo Kota Batu)
 Data Yang Dicari : Data Penunjang Penelitian Skripsi mengenai pariwisata dan masyarakat Desa Oro-oro Ombo
 Lokasi : 1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
 2. Desa Oro-oro Ombo Kota Batu
 Peserta : -
 Waktu : 01 Februari 2016 s/d 30 Maret 2016

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

THOMAS MAYDO, S.Sos
 Pembina

NIP. 19731209 199303 1 003

Tembusan :
 Yth.Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi





PEMERINTAH KOTA BATU
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Jenderal Sudirman 507 Block Office Gedung B Lantai 2

KOTA BATU

Batu, 26 Januari 2016

Kepada

Nomor : 072/0125/422.207/2016
 Sifat : Segera
 Lampiran : -
 Perihal : Ijin Penelitian

Yth. 1. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
 Kota Batu
 2. Camat Batu Kota Batu

di-

BATU

Menunjuk surat pengantar dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal 25 Januari 2016 Nomor : 1257/UN.10.3/PG/2016 Perihal Riset, bersama ini diberitahukan bahwa :

Nama : ALLIN INDRASWARY
 NIM : 125030100111088
 Jurusan : Administrasi Publik
 Fakultas/Universitas : FIA / Universitas Brawijaya Malang
 Alamat : Jl. MT Haryono 163 Malang

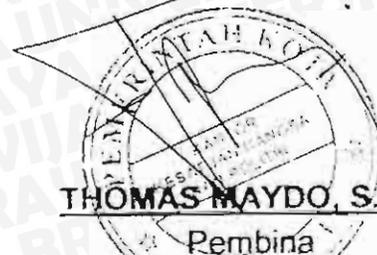
Bermaksud mengadakan Penelitian pada Instansi yang Saudara pimpin dengan ketentuan sebagai berikut :

Judul : Pembangunan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata (Studi pada Desa Oro-oro Ombo Kota Batu)
 Data Yang Dicari : Data Penunjang Penelitian Skripsi mengenai pariwisata dan masyarakat Desa Oro-oro Ombo
 Lokasi : 1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
 2. Desa Oro-oro Ombo Kota Batu
 Peserta : -
 Waktu : 01 Februari 2016 s/d 30 Maret 2016

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



THOMAS MAYDO, S.Sos

Pembina

NIP. 197312091993031003

Tembusan :

Yth. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
 Universitas Brawijaya Malang



PEMERINTAH KOTA BATU KECAMATAN BATU

Jl. Sultan Agung 2 Telp. (0341) 596677
B A T U - 65314

Batu, 1 Februari 2016

Nomor : 072/39 /422.310/2016
Sifat : Segera
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

Kepada
Yth. **Kades Oro-oro Ombo**
di
B A T U

Menunjuk Surat Kepala Kantor KESBANGPOL DAN LINMAS Kota Batu tanggal 26 Januari 2016 Nomor : 072/0125/422.207/2016 perihal tersebut pada pokok surat dengan ini di beritahukan bahwa :

Nama : ALLIN INDRASWARY
NIM : 125030100111088
Jurusan : Administrasi Publik/FLA Universitas Brawijaya Malang
Alamat : Jl. MT Haryono 163 Malang

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

Judul : Pembangunan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata (studi pada Desa Oro-oro Ombo).
Data yang dicari : Data pariwisata dan masyarakat Desa Oro-oro Ombo.
Lokasi : Desa oro-oro Ombo Kecamatan Batu.
Peserta : -
Waktu : 1 Februari 2016 s.d 30 Maret 2016

Selama kegiatan wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku dan melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Camat Batu.

Demikian untuk menjadikan maklum.

CAMAT BATU
Kasubbag Umum dan Kepegawaian



MYKE RIANA, SH

Penata

NIP 19670521 198908 2 002

Tembusan :

Yth. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang

