

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sasaran pembangunan ekonomi dewasa ini tidak hanya terfokus pada bidang industri yang umumnya berupa pabrik, namun juga terfokus pada pengembangan industri pariwisata. Secara spesifik, kepariwisataan dapat digunakan sebagai alat yang dapat memperkecil kesenjangan dan saling pengertian antar daerah maupun antar negara yang sudah berkembang. Industri pariwisata sebagai salah satu industri model baru yang menyediakan pertumbuhan ekonomi dengan cepat. Pertumbuhan ekonomi dengan cepat berkembang dengan hasil dari industri pariwisata berupa kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain di daerah yang memiliki dan mengembangkan potensi pariwisatanya.

Pariwisata mampu memberikan kemajuan bagi suatu daerah jika suatu daerah tersebut mampu mengelola potensi pariwisata yang dimiliki. Hal tersebut diperkirakan akan semakin berkembang seiring dengan perkembangan jaman. Pariwisata telah menjadi industri paling dinamis dan tercepat pertumbuhannya dikarenakan oleh keikutsertaan penduduk di seluruh dunia dalam kegiatan berwisata (Wahab, 2003). Pembangunan ekonomi untuk membangun kemajuan daerah melalui kepariwisataan, bergantung pada suatu kebijakan yang mengatur mengenai kepariwisataan itu sendiri.

Keberadaan suatu kebijakan didukung oleh peran serta *stakeholder*, dimana *stakeholder* merupakan individu-individu atau kelompok-kelompok yang ahli dalam bidangnya dan mempunyai andil di dalam suatu kebijakan. Selain itu, *stakeholder* juga merupakan individu maupun kelompok yang melihat kondisi eksisting dan menyalurkan aspirasi dari berbagai golongan (Dunn, 2003) yang selanjutnya aspirasi tersebut disesuaikan dengan ketentuan peraturan kemudian didiskusikan bersama dengan seluruh *stakeholder* lain hingga akhirnya menghasilkan kebijakan yang tepat, efektif dan efisien. *Stakeholder* tidak hanya berperan dalam mengambil keputusan bersama untuk kebijakan pengembangan pariwisata, namun juga berperan dalam mengelola daya tarik wisata yang tersebar di Kota Malang Selain itu, *stakeholder* pariwisata di Kota Malang juga berperan dalam usahanya melalui berbagai strategi guna mewujudkan Tri Bina Cita Kota (Pendidikan-Pariwisata dan Industri). Secara garis besar, kebijakan pariwisata akan lebih efektif jika dibuat oleh seluruh *stakeholder* yang ada di Kota Malang,

khususnya *stakeholder* yang berperan penting dalam pariwisata Kota Malang. Stakeholder dapat merumuskan kebijakan pariwisata Kota Malang yang lebih efektif dalam mengatasi kelemahan, ancaman dan mengembangkan kekuatan serta peluang yang dapat mencapai sebuah kebijakan pariwisata yang efektif dan efisien.

Pada dasarnya Kota Malang tidak memiliki potensi pariwisata alam untuk menarik wisatawan seperti halnya Kabupaten Malang dan Kota Batu. Namun potensi kepariwisataan Kota Malang yang termasuk dalam Malang Raya sudah tidak diragukan lagi keberadaannya. Malang Raya merupakan tujuan wisata unggulan bagi propinsi Jawa Timur. Malang Raya yang meliputi tiga daerah administrasi yaitu Kabupaten Malang, Kota Malang, dan Kota Batu yang dipandang dari Kebijakan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata dan Rencana Tata Ruang Wilayah Propinsi Jawa Timur fungsi pariwisatanya adalah Kota Malang adalah Pusat Akomodasi, Kabupaten Malang adalah Wisata Budaya dan Lautnya, sedangkan Kota Batu adalah Wisata Alam Pegunungan dan Wisata Konvensi (RPJPD Kota Malang tahun 2005-2025).

Kota Malang meski tidak memiliki potensi pariwisata alam, namun masih memiliki fungsi wilayah yang berpotensi untuk memberikan peluang dalam menarik wisatawan, potensi tersebut berupa kegiatan wisata belanja dan wisata warisan arsitektur. Wisata belanja dan wisata warisan arsitektur merupakan potensi wisata perkotaan yang menjadi daya tarik Kota Malang bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut juga didukung oleh pemaparan *stakeholder* yang tertuang dalam RTRW Kota Malang bahwa Kota Malang potensial sebagai tempat berkembangnya bisnis pariwisata, terutama wisata kota. Selain itu, Kota Malang merupakan Kota bersejarah sebagai kota hasil penjajahan Belanda, merupakan kota orde kedua di Propinsi Jawa Timur yaitu kota kedua setelah Surabaya, dan Malang Raya merupakan pusat pelayanan (*services centre*) yang terdiri dari Kabupaten Malang, Kota Batu dan juga termasuk Kota Malang. (RTRW Kota Malang tahun 2008-2028). Bahkan wisatawan juga tertarik untuk berwisata di Kota Malang dengan tujuan berkunjung dan menikmati keindahan Kota Malang dengan persepsi atas kesejukan dan keasrian lingkungan kota. Namun kondisi kesejukan dan keasrian lingkungan tersebut saat ini telah mengalami degradasi karena tingginya tuntutan penggunaan lahan dan upaya pemanfaatan nilai ekonomis lahan selain akibat perubahan iklim global. (RPJPD Kota Malang 2005-2025).

Peran *stakeholder* dalam mewujudkan kegiatan wisata belanja dan warisan arsitektur dengan rencana tata ruang masih belum berjalan secara berkesinambungan.

Hal tersebut terbukti dengan adanya permasalahan yang muncul terkait dengan sektor pariwisata di Kota Malang yang seharusnya perlu diperhatikan oleh *stakeholder* yaitu adanya pengalokasian dana untuk pariwisata di Kota Malang yang cenderung sedikit dan kurang mampu mendukung perkembangan pariwisata Kota Malang, yaitu hanya sebesar 3 Milyar (Surabaya post, 4 November 2011) yang dinilai sangat kontras dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang pada tahun 2010 yang mencapai lebih dari 100 miliar dengan 40% di antaranya berasal dari sektor pariwisata. Selain itu, berbagai permasalahan dalam tata ruang yang muncul di Kota Malang juga secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap kegiatan pariwisata kota. Berbagai hal tersebut menyebabkan sektor pariwisata kurang diperhatikan, padahal sektor pariwisata juga turut andil dalam perkembangan kota. Hal ini didukung bahwa melalui sektor pariwisata dapat mendatangkan wisatawan untuk mempromosikan wilayah yang berarti mampu mengundang investor untuk turut berperan serta dalam pengembangan Kota Malang. Selain itu, melalui pariwisata dapat menjadikan perkembangan teknologi dan informasi bahkan industri lain juga berkembang untuk memajukan perkotaan.

Kelemahan dan ancaman pariwisata perkotaan yang dimiliki oleh Kota Malang dapat diatasi melalui kerjasama dan kesesuaian pendapat *stakeholder* dalam mengambil keputusan untuk menyusun sebuah strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang, sehingga mampu menghasilkan strategi kebijakan pariwisata yang terbaik guna memajukan kekuatan dan peluang potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kondisi pariwisata yang terdapat di Kota Malang, diketahui beberapa isu yang telah berkembang di masyarakat mengenai sektor pariwisata Kota Malang, antara lain:

1. Pariwisata Kota Malang masih belum dapat secara kontinyu menyuguhkan pariwisata yang menarik bagi wisatawan. Hal ini terbukti dengan adanya jumlah wisatawan yang tidak stabil, yaitu wisatawan nusantara yang pada tahun 2001 berjumlah 191.424 jiwa menurun sebesar 11,6% menjadi 169.166 jiwa pada tahun 2004, sedangkan wisatawan mancanegara pada tahun 2001 berjumlah 702 jiwa juga menurun sebesar 47% pada tahun 2004 menjadi 369 jiwa. Namun, pada tahun 2008, kunjungan wisatawan meningkat khususnya wisatawan nusantara sebesar 50,26% yakni 340.108 jiwa dan wisatawan mancanegara sebesar 42%

yakni menjadi 634 jiwa. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Timur (2004) & Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang (2009))

2. Tri Bina Cita Kota Malang (Pendidikan, Pariwisata dan Industri), relevansinya yaitu sektor pendidikan merupakan bidang yang sangat relevan untuk dikembangkan. Sedangkan sektor pariwisata pengembangannya lebih ditekankan pada pariwisata pendidikan atau penunjang pendidikan, karena Kota Batu dahulu merupakan bagian dari Kabupaten Malang sehingga memberikan dampak citra wisata yang baik bagi Kota Malang. Kota Malang saat ini sudah terpisah dengan Kota Batu, sehingga Kota Malang tidak mendapatkan dampak citra wisata alam yang dimiliki oleh Kota Batu (RPJPD Kota Malang 2005-2025). Oleh karena itu, diperlukan kebijakan pengembangan terhadap potensi pariwisata yang telah dimiliki oleh Kota Malang.
3. Isu permasalahan lokasi potensi wisata di Kota Malang
  - a. Kawasan Kayutangan adalah pusat sektor ekonomi dan pariwisata ikon Kota Malang, akan tetapi menjadi hilang dan terbengkalai akibat tata bangunan dan fasilitas yang tidak benar. (RTRW Kota Malang 2008-2028)
  - b. Kebutuhan konsumsi dan kebutuhan rohani serta hobi jalan-jalan yang dipenuhi dengan wisata kuliner pada jalan-jalan utama menyebabkan kemacetan pada sebagian jalan utama Kota Malang. (RTRW Kota Malang 2008-2028)
  - c. Terdapat daerah di Kota Malang yang teridentifikasi memiliki Benda Cagar Budaya (BCB) yang terbengkalai dan perlu dilindungi serta dilestarikan keberadaannya karena berpotensi sebagai pariwisata budaya. (RPJPD Kota Malang 2005-2025)

### 1.3 Rumusan Masalah

Pendapat *stakeholder* dikaji dan strategi pariwisata perkotaan di Kota Malang dirumuskan secara tepat berdasarkan kondisi potensi pariwisata yang ada serta didukung dengan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah, maka rumusan masalah yang perlu dikemukakan pada penelitian ini adalah “Bagaimana kajian potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*?”.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ditelaah, maka tujuan penulisannya yaitu mengkaji potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*, maka diharapkan hasil penelitian ini mendatangkan manfaat bagi:

##### 1. Pemerintah

- Dapat dijadikan bahan evaluasi hasil kebijakan pariwisata Kota Malang yang telah disusun.
- Dapat dijadikan sebagai masukan dalam menyusun kebijakan pariwisata Kota Malang yang lebih tepat.

##### 2. Masyarakat

- Dapat menumbuhkan rasa kepedulian masyarakat terhadap kebijakan yang disusun oleh pemerintah, sehingga mendorong masyarakat untuk ikut serta dalam pelaksanaan dan pengawasan kebijakan.
- Dapat mendorong masyarakat untuk ikut serta dalam menumbuh kembangkan potensi pariwisata Kota Malang.

##### 3. Mahasiswa

- Dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengajukan solusi bagi masalah kebijakan pariwisata yang disusun.
- Dapat menjadi media latihan dalam penelitian mahasiswa serta sebagai motivasi dalam penelitian berikutnya.

#### 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

##### 1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah

Wilayah yang menjadi obyek studi dalam penelitian ini adalah Kota Malang. Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur yang memiliki luas 110,06 Ha. Secara geografis, Kota Malang terletak antara 112,06 BT dan 7,06-8,02 LS . Secara administratif Kota Malang berbatasan dengan:

- Sebelah timur : Kecamatan Dau (Kota Batu), Kecamatan Wagir (Kabupaten Malang)

- Sebelah barat : Kecamatan Pakis, Kecamatan Tumpang (Kabupaten Malang)
- Sebelah selatan : Kecamatan Pakisaji, Kecamatan Tajinan (Kabupaten Malang)
- Sebelah utara : Kecamatan Karangploso, Kecamatan Singosari (Kabupaten Malang)

Kota Malang terbagi menjadi lima kecamatan dengan jumlah desa/kelurahan adalah sebanyak 57 desa/kelurahan (505 RW dan 3.718 RT). Ditinjau dari ketinggian tempatnya, wilayah Kota Malang berada pada ketinggian antara 440-667 m dpl. Sedangkan untuk kemiringan lahan, sebagian besar wilayah Kota Malang berada pada kemiringan 0-15%. Berdasarkan RTRW Kota Malang 2008-2028, Kota Malang ditinjau dari bidang pariwisata memiliki potensi besar pada pusat pelayanan sarana wisata terutama pada akomodasi, perbelanjaan, fasilitas umum dan sosial serta jasa. Kota Malang memiliki obyek wisata buatan yang beranekaragam berupa monumen, museum, taman rekreasi, candi, belanja, spiritual, makam, olahraga, warisan arsitektur, *boulevard*, dan kawasan. Selain itu, Kota Malang merupakan kota orde II di Provinsi Jawa Timur yang berpotensi menjadi kota metropolitan pada perkembangannya. Isu yang sedang berkembang mengenai pariwisata di Kota Malang adalah pengembangan wisata belanja di salah satu kecamatan di Kota Malang yaitu Kecamatan Klojen dengan pengembangan berupa *mall* dan pusat pertokoan. Tabel 1.1 merupakan beberapa lokasi objek wisata yang tersebar di Kota Malang menurut RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No 4 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang, RIPP Kota Malang 2007 dan persebaran obyek wisata menurut pemahaman masyarakat Kota Malang (Wurianto, 2006).

Berdasarkan data persebaran lokasi yang dijadikan potensi pariwisata menurut kebijakan terdapat perbedaan dengan pemahaman lokasi potensi pariwisata menurut masyarakat Kota Malang, maka lingkup wilayah tersebut yang menjadi wilayah penelitian strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*. Persebaran lokasi wisata yang menjadi ruang lingkup wilayah penelitian pada Gambar 1.1.

**Tabel 1.1 Persebaran lokasi wisata Kota Malang menurut kebijakan dan pemahaman masyarakat**

Lokasi wisata menurut stakeholder (berdasarkan RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No.4 Th 2010 dan RIPP Th 2007)	Lokasi	Lokasi wisata menurut Pemahaman Masyarakat (berdasarkan hasil penelitian Arif Budi Wuriyanto-Penelitian P2U Universitas Muhammadiyah Malang, 2006)	Lokasi
<b>Monumen/Tugu/Patung</b>			
Monumen Juang Patung Pahlawan Trip	Jl. Kartanegara Jl.Pahlawan Trip	Monumen Tugu Kemerdekaan (Alun-alun Bunder) Monumen Selamat Datang Monumen Sudirman Monumen Melati Monumen Adipura Patung Chairil Anwar Patung Hamid Rusdi Patung Ken Dedes Monumen Juang Patung Pahlawan Trip	Jl. Tugu Jl. A Yani Utara Jl. P.Sudirman Jl. Ijen Jl. Semeru Jl. Basuki Rahmat Jl. Simpang Balapan Jl. A yani Utara Jl. Kartanegara Jl.Pahlawan Trip
<b>Museum</b>			
Museum Brawijaya Museum Bentoel	Jl. Ijen Jl. Wiromargo	Museum Brawijaya Museum Pribadi Museum Mpu Purwa	Jl. Ijen Hotel Tugu Jl.Sukarno Hatta
<b>Taman Rekreasi</b>			
Taman Wisata Rakyat Taman Rekreasi Senaputra Taman Rekreasi Tlogomas Permai Playground De Rumah Taman alun-alun Masjid Jamik Hutan Kota Malabar Taman Krida Budaya	Jl. Majapahit Jl. Kahuripan Jl. Raya Tlogomas Jl. Veteran Jl. Basuki Rahmat Jl. Malabar Jl. Sukarno Hatta	Taman Rekreasi Kota (Tarekot) Taman Rekreasi Senaputra Taman Rekreasi Tlogomas Taman Rekreasi Dieng Taman alun-alun Masjid Jamik Taman Krida Budaya	Jl. Majapahit Jl. Kahuripan Jl. Raya Tlogomas Perumahan Dieng Jl. Basuki Rahmat Jl. Sukarno Hatta

<b>Lokasi wisata menurut stakeholder</b> (berdasarkan RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No.4 Th 2010 dan RIPP Th 2007)	<b>Lokasi</b>	<b>Lokasi wisata menurut Pemahaman Masyarakat</b> (berdasarkan hasil penelitian Arif Budi Wurianto-Penelitian P2U Universitas Muhammadiyah Malang, 2006)	<b>Lokasi</b>
<b>Candi</b>			
-	-	Candi Badut Peninggalan Arkeologi Watugong	Perumahan Dieng/Karangbesuki Jl. Tlogosuryo
<b>Belanja</b>			
Pasar Burung, Pasar Ikan dan Pasar Bunga	Jl. Kahuripan	Pasar Burung, Pasar Ikan dan Pasar Bunga	Jl. Kahuripan
Pasar Tugu (Sabtu-Minggu)	Stadion Luar Gajayana	Pasar Tugu (Sabtu-Minggu)	Stadion Luar Gajayana
Pasar Besar	Jl. Pasar Besar	Pasar Besar	Jl. Pasar Besar
Pasar buku	Jl. Wilis	Pecinan	Jl. Ade Irma Suryani
Plasa Araya	Jl. Pondok PBI	Plaza Araya	Jl. Pondok PBI
Mall Mitra I	Jl. Agus Salim	Mall Mitra I	Jl. Agus Salim
Pasar Barang Bekas Comboran	Jl. Comboran	Plaza Gajahmada	Jl. Agus Salim
Plasa Dieng	Jl. Raya Langsep	Plaza Dieng	Jl. Raya Langsep
Sentra Industri Mebel	Kemirahan	Plaza Malang	Jl. Agus Salim
Sentra Industri Keramik	Dinoyo	Sarinah	Jl. Basuki Rahmat
Sentra Industri Kripik Tempe	Sanan	Matahari Dept. Store	Jl. Pasar Besar
Sentra Industri Rotan	Balearjosari	Ramayana Dept. Store	Jl. Merdeka Timur
Malang Town Square	Jl. Veteran	Carrefour Supermarket	Jl. A. Yani
MOG ( <i>Mall Olympic Garden</i> )	Jl. Kawi	Mall Malang Town Square	Jl. Veteran
Rumah Makan & <i>Souvenir Shop</i> Inggil	Jl. Gajahmada		
<b>Spiritual</b>			
Masjid Agung Malang	Jl. Merdeka Barat	Masjid Agung Malang	Jl. Merdeka Barat
Gereja Katolik Paroki	Jl. Ijen	Gereja Katolik Katedral	Jl. Basuki Rahmat
Klenteng Eng An Kiong	Jl. Martadinata	Gereja Protestan	Jl. Merdeka Barat
		Gereja Katolik Paroki	Jl. Ijen



<b>Lokasi wisata menurut stakeholder</b> (berdasarkan RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No.4 Th 2010 dan RIPP Th 2007)	<b>Lokasi</b>	<b>Lokasi wisata menurut Pemahaman Masyarakat</b> (berdasarkan hasil penelitian Arif Budi Wuriyanto-Penelitian P2U Universitas Muhammadiyah Malang, 2006)	<b>Lokasi</b>
		Pura Hindu Klenteng Eng An Kiong	Buring Malang Jl. Martadinata
<b>Makam</b>	-	Makam Ki Ageng Gribig	Jl. Ki Ageng Gribig Kd.kandang
<b>Olahraga</b>			
Velodrom	Sawojajar	Velodrome	Sawojajar
GOR Ken Arok	Jl. Bumiayu Buring	GOR Ken Arok	Jl. Bumiayu Buring
Stadion Gajayana	Jl. Semeru	Stadion Gajayana	Jl. Semeru
Lapangan Brawijaya (Lapangan Rampil)	Jl. Brawijaya		
Buring dan Sirkuit Sepeda Gunung	Jl. Buring		
<b>Warisan Arsitektur</b>			
Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang	Jl. Ijen	Bangunan SMA Cor Jesu	Jl. J.A. Suprpto
Bangunan Kompleks SMA Tugu	Jl. Tugu	Bangunan SMP Vrateran	Jl. J.A. Suprpto
Bangunan Balaikota Malang	Jl. Tugu	Bangunan Kompleks SMA Tugu	Jl. Tugu
Bangunan dan Rumah Makan Oen	Jl. Basuki Rahmat	Bangunan Balaikota Malang	Jl. Tugu
Bangunan Stasiun Baru Kota Malang	Jl. Kertanegara	Bangunan dan Rumah Makan Oen	Jl. Basuki Rahmat
		Bangunan Gedung KPN	Jl. Merdeka Selatan
		Bangunan Hotel Pelangi	Jl. Merdeka Selatan
		Bangunan Bank Mandiri	Jl. Kauman
		Bangunan Bank Indonesia	Jl. Merdeka Utara
		Bangunan Penjara Lowokwaru	Jl. Karya Timur
		Bangunan SMA Dempo	Jl. Talang
<b>Boulevard</b>			
Jalan Raya Ijen	Jl. Ijen	Jalan Raya Ijen	Jl. Ijen

<b>Lokasi wisata menurut stakeholder</b> (berdasarkan RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No.4 Th 2010 dan RIPP Th 2007)	<b>Lokasi</b>	<b>Lokasi wisata menurut Pemahaman Masyarakat</b> (berdasarkan hasil penelitian Arif Budi Wurianto-Penelitian P2U Universitas Muhamadiyah Malang, 2006)	<b>Lokasi</b>
Kota Araya	Jl. Blimbing Indah Megah		
<b>Kawasan</b>			
Kawasan Perguruan Tinggi	Jl. Veteran	Kawasan Pulosari	Jl. Pulosari
Kawasan Pulosari	Jl. Pulosari		
Kawasan Kayu Tangan	Kayutangan		
Kawasan Kawi	Jl. Kawi		
Kawasan Sutoyo	Jl. Letjen Sutoyo		

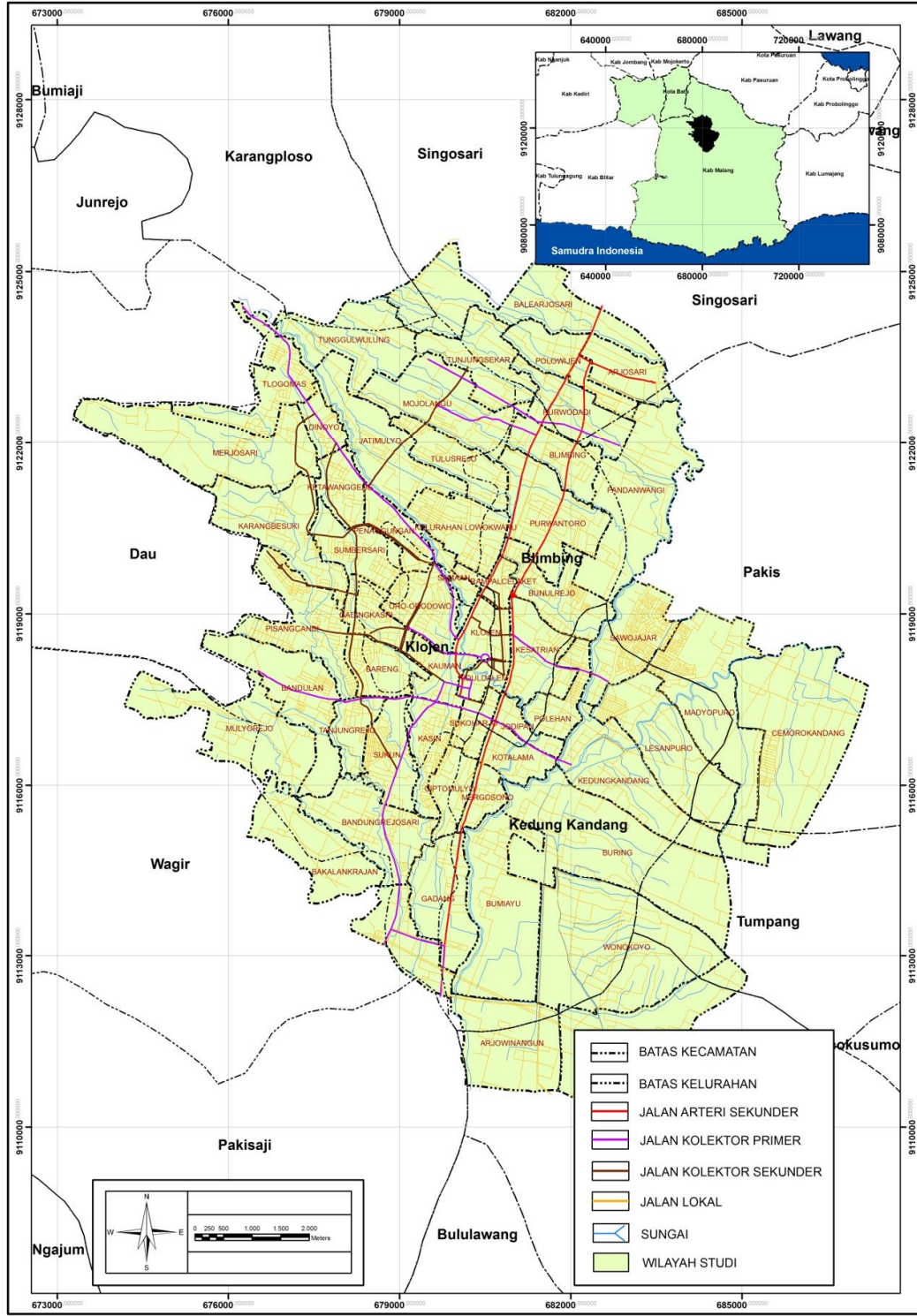


### 1.6.2 Ruang Lingkup Materi

Materi yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi berdasarkan pada kajian terhadap pendapat *stakeholder* yaitu pemerintah, akademisi dan lembaga swasta yang memiliki pengetahuan dan kontribusi dalam pariwisata perkotaan di Kota Malang. Penelitian kajian potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder* memiliki ruang lingkup materi sebagai berikut:

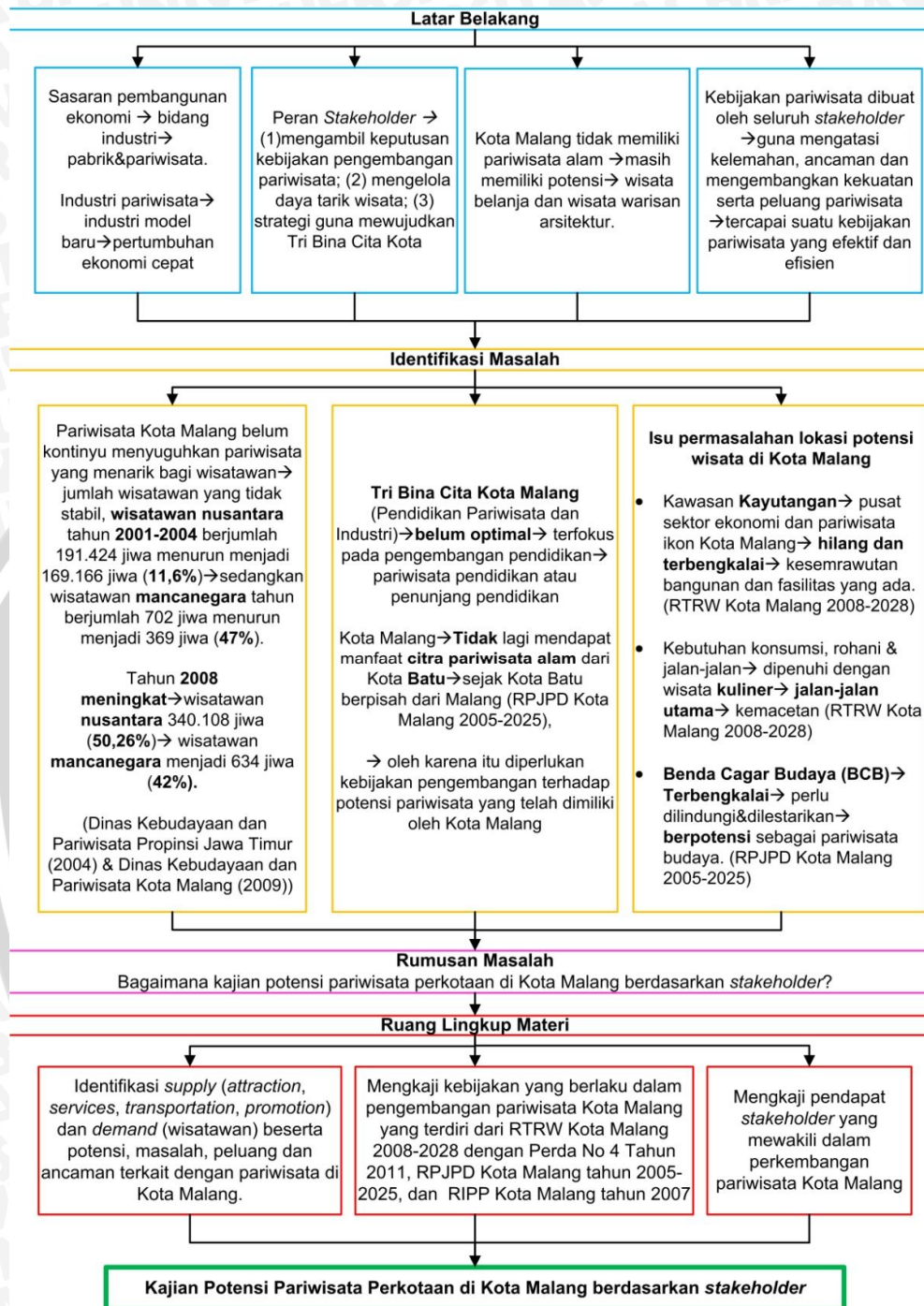
1. Identifikasi *supply* dan *demand* beserta potensi, masalah, peluang dan ancaman terkait dengan pariwisata di Kota Malang. Identifikasi yang akan dibahas adalah sebagai berikut:
  - a. Karakteristik *attraction*
  - b. Karakteristik *services*
  - c. Karakteristik *transportation*
  - d. Karakteristik *promotion*
  - e. Karakteristik Jumlah Wisatawan
2. Mengkaji kebijakan yang berlaku dalam strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang yang terdiri dari:
  - a. RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No 4 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang
  - b. RPJPD Kota Malang tahun 2005-2025
  - c. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Kota Malang tahun 2007.
3. Mengkaji pendapat *stakeholder* yang mewakili dalam strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang.

Berdasarkan ruang lingkup materi dalam penelitian ini, maka hasil yang akan dicapai yaitu terumuskan strategi untuk potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang sesuai dengan prioritas variabel kepariwisataan yang diidentifikasi melalui pendapat *stakeholder*.



Gambar 1.1 Peta Wilayah Studi

## 1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

## 1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menjelaskan tentang urutan dan isi setiap bab dalam penelitian.

### BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang mencakup ruang lingkup wilayah, ruang lingkup materi, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan kerangka pemikiran dan sistematika pembahasan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang literatur yang menjadi acuan dalam analisis data, penelitian sejenis yang menjadi penunjang penelitian, dan serta kerangka teori yang dibuat untuk memudahkan dalam mengidentifikasi dan pengaplikasian tiap-tiap teori yang dijadikan acuan dalam menganalisis tiap permasalahan.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi metode-metode yang digunakan dalam penelitian yang dimulai dari jenis penelitian, diagram alir penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan desain survei yang berfungsi sebagai pedoman penelitian.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang data yang diperoleh dari survei primer dan survei sekunder, analisis data dan strategi yang dihasilkan dari analisis yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

### BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan temuan baru dari hasil analisis. Selain itu, peneliti juga akan memberikan saran sebagai rekomendasi bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian “Kajian potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*”.