

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah.....	5
1.6.2 Ruang Lingkup Materi.....	11
1.7 Kerangka Pemikiran	13
1.8 Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Operasional.....	16
2.2 Tinjauan Kepariwisata	17
2.2.1. Istilah dalam Pariwisata	17
2.2.2. Jenis-Jenis Pariwisata Kota.....	18
2.2.3. Unsur-unsur Pokok Pengembangan Pariwisata.....	23
2.3 Tinjauan Analisis <i>A Basic Policy Analysis</i>	28

2.4 Tinjauan Kebijakan	38
2.4.1 RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No 4 Tahun 2011 Tentang RTRW Kota Malang	38
2.4.2 RPJPD Kota Malang Tahun 2005-2025	46
2.4.3 Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kota Malang Tahun 2007	47
2.5 Kerangka Teori.....	49
2.6 Penelitian Terdahulu.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Variabel Penelitian	53
3.3 Diagram Alir Penelitian.....	55
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	55
3.5 Penentuan Informan	59
3.6 Metode Analisis Data	60
3.6.1 Analisa Deskriptif Karakteristik Pariwisata Kota Malang	61
3.6.2 Analisa Deskriptif <i>overlay</i> persebaran lokasi potensi pariwisata Kota Malang.....	61
3.6.3 Analisa Evaluatif Penentuan Kriteria Evaluasi.....	61
3.6.4 Analisa Preskriptif Penentuan Alternatif Strategi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang	62
3.6.5 Analisa Evaluasi Setiap Alternatif	62
3.6.6 Analisa Preskriptif Memaparkan dan memilih alternatif	63
3.7 Desain Survei	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Pariwisata Kota Malang.....	69
4.1.1. Karakteristik <i>Attraction</i>	69
4.1.2. Karakteristik <i>Services</i>	73
4.1.3. Karakteristik <i>Transportation</i>	74
4.1.4. Karakteristik <i>Promotion</i>	93
4.1.5. Perubahan Jumlah Wisatawan Kota Malang	95

4.2. Analisis Strategi Potensi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang.....	96
4.2.1. Analisis <i>overlay</i> persebaran lokasi potensi pariwisata Kota Malang.....	96
4.2.2. Analisis Penentuan Kriteria Evaluasi.....	106
4.2.3. Analisis Penentuan Alternatif Strategi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang.....	120
4.2.4. Evaluasi Setiap Alternatif.....	142
4.2.5. Memaparkan dan memilih alternatif	151

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	151
5.2. Saran.....	153

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

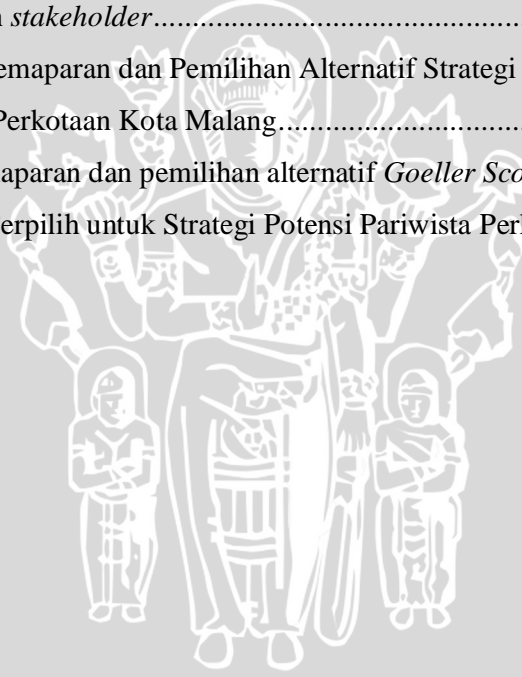


DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Persebaran lokasi wisata Kota Malang menurut kebijakan dan pemahaman masyarakat.....	8
Tabel 2.1	Persyaratan Penelitian Daya Tarik Pariwisata.....	23
Tabel 2.2	Skala Banding Secara Berpasangan Menurut Saaty (1994).....	29
Tabel 2.3	Contoh <i>Matrix (scorecard) display systems Goeller Scorecard</i>	36
Tabel 2.4	Perbedaan Monitoring dan Evaluasi	37
Tabel 2.5	Potensi Obyek Wisata Menurut RTRW Kota Malang 2008-2028	40
Tabel 2.6	Pengembangan Obyek Wisata Menurut RTRW Kota Malang 2008-2028	41
Tabel 2.7	Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1	Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2	Data yang Diperlukan dan Tujuan Kuisisioner.....	57
Tabel 3.3	Daftar Kebutuhan Data Sekunder.....	59
Tabel 3.4	Kriteria Penilaian Kebijakan yang Mendukung	62
Tabel 3.5	Tabel Evaluasi Setiap Alternatif.....	63
Tabel 3.6	Penilaian Pemaparan dan pemilihan alternatif Strategi Potensi Pariwisata Perkotaan Kota Malang.....	63
Tabel 3.7	Desain Survei.....	64
Tabel 4.1	Persebaran lokasi wisata Kota Malang menurut kebijakan dan pemahaman masyarakat	69
Tabel 4.2	Jenis Trayek Angkot yang melintasi lokasi wisata Kota Malang.....	75
Tabel 4.3	Model Promosi Langsung Pariwisata Kota Malang	93
Tabel 4.4	Model Promosi Tidak Langsung Pariwisata Kota Malang	94
Tabel 4.5	<i>Overlay</i> lokasi potensi wisata Kota Malang menurut kebijakan <i>stakeholder</i> Kota Malang dan pemahaman masyarakat.....	99
Tabel 4.6	Identifikasi variabel baru yang mempengaruhi Strategi wisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	109

Tabel 4.7	Perbandingan Berpasangan Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 1</i>	114
Tabel 4.8	<i>Priority Vector (VP)</i> Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 1</i>	114
Tabel 4.9	Perbandingan Berpasangan Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 2</i>	115
Tabel 4.10	<i>Priority Vector (VP)</i> Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 2</i>	115
Tabel 4.11	Perbandingan Berpasangan Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 3</i>	116
Tabel 4.12	<i>Priority Vector (VP)</i> Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 3</i>	116
Tabel 4.13	Perbandingan Berpasangan Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 4</i>	116
Tabel 4.14	<i>Priority Vector (VP)</i> Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 4</i>	117
Tabel 4.15	Perbandingan Berpasangan Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 5</i>	117
Tabel 4.16	<i>Priority Vector (VP)</i> Variabel Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang <i>Expert 5</i>	118
Tabel 4.17	Hasil Gabungan Pendapat <i>Stakeholder</i> terhadap Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang	118
Tabel 4.18	Normalisasi Hasil Gabungan Pendapat <i>Stakeholder</i> terhadap Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang	118
Tabel 4.19	<i>Priority Vector, Eigen Value & Consistency Index</i> Hasil Gabungan Pendapat <i>Stakeholder</i> terhadap Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang	119
Tabel 4.20	Potensi & Peluang, Masalah & Ancaman Pariwisata Perkotaan Kota Malang	121
Tabel 4.21	<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	124
Tabel 4.22	Strategi Pariwisata Kota Malang berdasarkan dokumen kebijakan	126
Tabel 4.23	Intepretasi Kuadran Strategu Matriks IFAS-EFAS sebagai Strategi	

	Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	128
Tabel 4.24	Kriteria Pembobotan Variabel IFAS-EFAS Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	132
Tabel 4.25	Matriks IFAS Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	136
Tabel 4.26	Matriks EFAS Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	138
Tabel 4.27	Alternatif Strategi pada kuadran <i>Stable Growth Strategy</i> Potensi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	141
Tabel 4.28	Kriteria Penilaian Kebijakan yang Mendukung	143
Tabel 4.29	Syarat Keberhasilan	143
Tabel 4.30	Evaluasi Alternatif Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	145
Tabel 4.31	Penilaian Pemaparan dan Pemilihan Alternatif Strategi Potensi Pariwisata Perkotaan Kota Malang.....	152
Tabel 4.32	Matrix Pemaparan dan pemilihan alternatif <i>Goeller Scorecard</i>	152
Tabel 4.33	Alternatif Terpilih untuk Strategi Potensi Pariwisata Perkotaan	153



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Peta Wilayah Studi.....	13
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 2.1	Macam wisata historis perkotaan.....	19
Gambar 2.2	Macam urban tourism	20
Gambar 2.3	Proses Analisis Kebijakan (Menurut Patton dan Sawicky).....	28
Gambar 2.4	Matrik IFAS-EFAS.....	33
Gambar 2.5	Kerangka Teori Penelitian.....	49
Gambar 3.1	Diagram Alir Penelitian	56
Gambar 4.1	Jenis Daya tarik wisata di Kota Malang.....	72
Gambar 4.2	Jumlah Sarana Pokok Hotel di Kota Malang	73
Gambar 4.3	Presentase Daya tarik wisata di Kota Malang yang Dilalui Angkutan Kota.....	77
Gambar 4.4	Lokasi Persebaran Hotel Berbintang	78
Gambar 4.5	Lokasi Wisata Monumen di Kota Malang	79
Gambar 4.6	Lokasi Wisata Museum di Kota Malang.....	80
Gambar 4.7	Lokasi Wisata Taman Rekreasi di Kota Malang	81
Gambar 4.8	Lokasi Wisata Candi di Kota Malang.....	82
Gambar 4.9	Lokasi Wisata Belanja di Kota Malang	83
Gambar 4.10	Lokasi Wisata Belanja di Kota Malang.....	84
Gambar 4.11	Lokasi Wisata Belanja di Kota Malang.....	85
Gambar 4.12	Lokasi Wisata Spiritual di Kota Malang	86
Gambar 4.13	Lokasi Wisata Makam di Kota Malang.....	87
Gambar 4.14	Lokasi Wisata Olahraga di Kota Malang	88
Gambar 4.15	Lokasi Wisata Warisan Arsitektur di Kota Malang	89
Gambar 4.16	Lokasi Wisata Warisan Arsitektur di Kota Malang	90
Gambar 4.17	Lokasi Wisata Boulevard di Kota Malang	91
Gambar 4.18	Lokasi Wisata Kawasan di Kota Malang	92
Gambar 4.19	Prosentase Jumlah Wisatawan	95

Gambar 4.20 Skema analisis tahap pertama.....	96
Gambar 4.21 Presentase <i>Overlay</i> lokasi potensi pariwisata menurut <i>stakeholder</i> terhadap lokasi menurut masyarakat.....	98
Gambar 4.22 Presentase <i>Overlay</i> lokasi potensi pariwisata menurut masyarakat terhadap lokasi menurut <i>stakeholder</i>	98
Gambar 4.23 Peta Lokasi Potensi Pariwisata Perkotaan yang tidak diketahui <i>stakeholder</i>	103
Gambar 4.24 Peta Lokasi Potensi Pariwisata Perkotaan yang tidak diketahui masyarakat.....	104
Gambar 4.25 Peta Lokasi Potensi Pariwisata Perkotaan yang diketahui masyarakat dan <i>stakeholder</i>	105
Gambar 4.26 Skema analisis tahap kedua.....	107
Gambar 4.27 Peta <i>Overlay</i> Persebaran Lokasi Potensi Pariwisata Perkotaan Kota Malang.....	108
Gambar 4.28 Skema analisis tahap ketiga.....	120
Gambar 4.29 Matriks Strategi IFAS-EFAS Strategi Pariwisata Perkotaan Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	140
Gambar 4.30 Skema analisis tahap keempat.....	144
Gambar 4.31 Skema analisis tahap kelima.....	151

