

**ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN
MANCANEgara BERKUNJUNG
KE KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

RACHEL N APRILYANTI

NIM. 155030800111007



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG**

2019

“Do not lose hope, nor be sad”

(The Quran, Surah al-Imran:139)



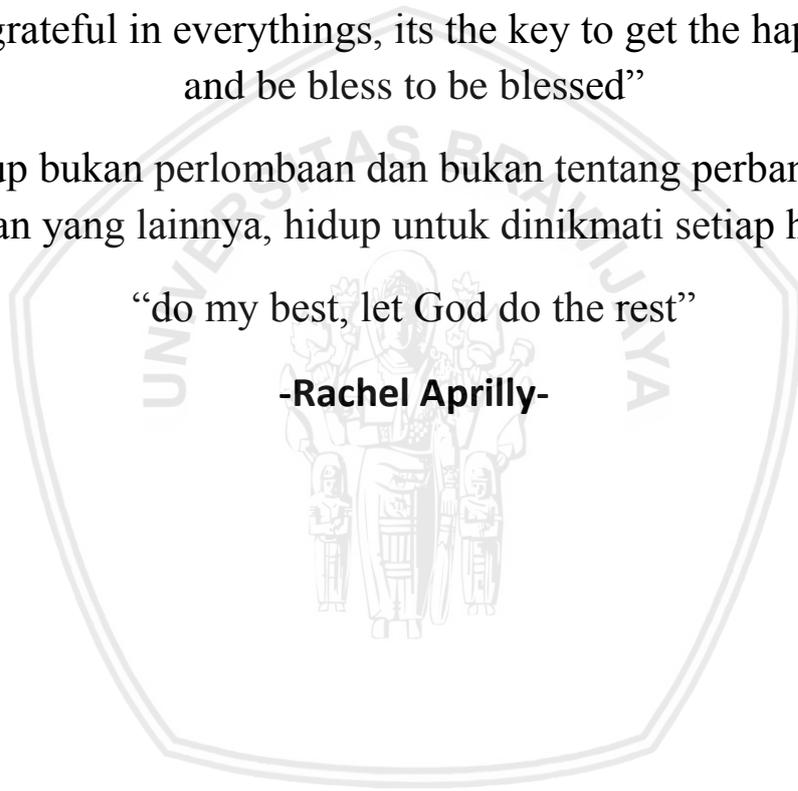
MOTTO

“Be grateful in everythings, its the key to get the happiness
and be bless to be blessed”

“Hidup bukan perlombaan dan bukan tentang perbandingan
dengan yang lainnya, hidup untuk dinikmati setiap halnya”

“do my best, let God do the rest”

-Rachel Aprilly-



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Malang
Disusun oleh : Rachel Nur Apriliyanti
NIM : 155030800111007
Fakultas : Ilmu Administrasi
Program Studi : Pariwisata
Konsentrasi/Minat : Hotel

Malang, 30 April 2019
Dosen Pembimbing



Supriono, S.Sos., M.AB
NIP. 2011078404271001



TANDA PENGESAHAN

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

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Juni 2019

Jam : 09.00

Skripsi atas nama: Rachel Nur Apriliyanti

Judul : Analisis Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota
Malang

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Supriono, S.Sos., M.AB
NIP.2011078404271001

Anggota,

Anggota,



Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA
NIP. 197703212003122001



Aniesa Samira Bafadhal, S.AB., M.AB
NIP. 19880706201832001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKIRPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam 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 terketip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplak, saya bersedia untuk 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, 30 April 2019



Rachel Nur Apriliyanti
155030800111007

RINGKASAN

Rachel NurApriliyanti. 2019.

Analisis Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Kota Malang. Supriono.
S.sos., M.BA

Kota Malang sebagai salah satu destinasi wisata di Jawa Timur yang tidak pernah sepi dari kunjungan wisatawan mancanegara. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara membuktikan bahwa Kota Malang memiliki berbagai daya tarik wisata yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan. Adanya kenaikan yang signifikan dalam kunjungan wisatawan mancanegara di Kota Malang tersebut, menjadikan landasan utama penelitian ini dalam mengetahui motivasi apa yang mendasari para wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke Kota Malang. sehingga peneliti ini mengangkat judul “Analisis Motivasi Wisatawan Mancanegara Dalam Berkunjung Ke Kota Malang”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif.

dengan dua rumusan masalah, yaitu (1) Apa motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang? (2) Bagaimana ketersediaan komponen pariwisata dalam menunjang keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Kota Malang? Sumber data diperoleh dari informan, observasi, dokumen dan juga dokumentasi. Analisis data menggunakan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang ada 4 (empat) hal, yaitu 1 *Physical motivation*, 2 *Culture Motivation*, 3 *Social Motivation* dan 4 *Fantasy Motivation*. (2) ketersediaan komponen pariwisata dalam aspek aksesibilitas, atraksi dan amenitas sudah baik, akan tetapi kondisi ancillary service khususnya ketersediaan Tourism Information Center (TIC) perlu diadakan perbaikan.

Berdasarkan uraian, peneliti memberi rekomendasi yaitu kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang bekerjasama dengan Pengelola Atraksi yang ada di kota Malang, seperti mengadakan pelatihan bahasa di kampung tematik/ kampung budayadan memberipelatihan untuk membuat handcraft kesenian tradisional agar lebih menarik lagi bagi wisatawan mancanegara serta mengangkat kebudayaan Kota Malang lebih sering agar dapat dikenal lebih luas lagi. Merevitalisasi bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kota Malang mengingat sejarah yang ada di Kota Malang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara. Pemerintah Kota

Malang perlu melakukan koordinasi dan bersinergi dengan stake holder pariwisata yang ada di Kota Malang seperti pelaku usaha Pariwisata, PHRI, HPI serta dinas perhubungan dan stake holder terkait lainnya yang ada di Kota Malang, agar dapat melakukan pengembangan Pariwisata kota Malang yang lebih baik lagi serta dapat menarik minat berkunjung wisatawan mancanegara.



SUMMARY

Rachel Nur Apriliyanti. 2019. **Analysis of Foreign Tourists Motivation in Visiting Malang City**. Supriono. S.sos., M.BA

Malang City as one of the tourist destinations in East Java that has never been quiet from foreign tourists visiting. Reviewing the number of tourist arrivals proves that Malang has a choice of tourist attractions that can attract tourists. The existence of a significant increase in foreign tourist visits in the city of Malang, making the main foundation of this research in understanding the motivations that underlie the foreign tourists on their way to Malang City. Thus, this researcher raised the title "Analysis of Foreign Tourists Motivation in Visiting Malang City". This study uses descriptive methods using qualitative approach.

With two formulation of the problem, namely (1) What drives foreign tourists to visit Malang City? (2) How do tourist cities support foreign tourist visits to Malang City? Data sources were obtained from informants, observations, documents and also documentation. Data analysis uses four steps, namely collecting data, reducing data, presenting data, and gathering conclusions. The results of the study showed that (1) the motivation of tourists visiting Malang City have 4 (four) things, namely 1 Physical Motivation, 2 Cultural Motivation, 3 Social Motivation and 4 Fantasy Motivation. (2) related to accessibility components, competition and amenities are good, but special support services for the availability of the Tourism Information Center (TIC) need to be improved.

Based on the description, the researcher gave a recommendation that is to Culture and Tourism Office of Malang City to collaborate with the Attraction Manager in Malang, such as holding language training in thematic villages in Malang City and giving training to make traditional art handcraft more interesting for foreign tourists and raise the culture of Malang City more often so that it can be known more widely. Revitalizing historical buildings in Malang City considering the history in Malang City is a main attraction for foreign tourists. The Malang City Government needs to coordinate and synergize with tourism stakeholders in Malang City such as Tourism, PHRI, HPI and transportation agencies and other relevant stakeholders in Malang, in order to develop Malang City Tourism better and can attract interest in visiting foreign tourists.

Key Word : Motivation, Foreign Tourists, Malang City

KATA PENGANTAR

PujiSyukursayapanjatkanataskehadirat Allah SWT, yang telahmemberikanrahmatdanhidayahsertarizki,sehinggapenulisdapatmenyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGERA DALAM BERKUNJUNG KE KOTA MALANG**.Skripsiiniimerupakantugasakhir yang ditujukanuntukmemenuhisyaratdalammemperolehgelarSarjanaPariwisata (S.Par) padaFakultasIlmuAdministrasiBisnisUniversitasBrawijaya Malang.Penulisanskripsiinitidakakanterlaksanatanpabantuandandorongandariberbagaipihak. Olehkarenaitupadakesempataninipenulismengucapkanterimakasihsebesar-besaryakepada:

1. Bapak Prof. BambangSupriyono, MS, selakuDekanFakultasIlmuAdministrasiUniversitasBrawijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Mochammad Al Musadieg, MBAselakuKetuaJurusanAdministrasiBisnisUniversitasBrawijaya.
3. IbuSunarti, Dr., S.Sos., M. AB selakuKetua Prodi PariwisataFakultasIlmuAdministrasiUniversitasBrawijaya
4. Bapak Supriyono, S.Sos.,M.AB selakuDosenPembimbing yang telahsabar membimbing dan memberikanwaktu, ilmudansemangat yang sangatberartidalampenyelesaianskripsiini.
5. Mama Lili Hidayatiselaku orang tua dan keluarga yang tanpa henti memberikan semangat, motivasi dan doa hingga saat ini.

6. Rosita Shahnaz , Henggar Prawira, Hadiid Akbar, SulthonMaulana, danSalsa Hamdunselaku Sahabat yang selalumenemani dan mendukungdi saat dalam proses mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-temanPariwisata FIA UB, Teman-teman Pariwisata FIA UB angkatan 2015 dansemuapihak yang telahmembantudalampenyelesainskripsi ini.
8. SeluruhAnggotadan khususnya keluarga Dewan Pimpinan Pusat Himpunan Mahasiswa Pariwisata Indonesia yangtelahmemberikansemangat yang luarbiasadalammengerjakanskripsiini.

Semogasegalabantuan yang telahdiberikanmendapatkanbalasandari Allah SWT.Penulismenyadaribahwamasihbanyakkekurangandalampenulisanskripsiiniba ikdalamsegipenulisanmaupunmateri.Semogaskripsiinidapatbermanfaatbagipemba cadandapatbagipihak yang membutuhkan.

Malang, 30 April 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. PenelitianTerdahulu	11
1. Yiamjanya dan Wongleedee	11
2. Fiki Nur Rohman	12
3. Yahua Zhan dan Yiqian Peng	13
4. Rafidola Mareta R.....	14
5. Pratminingsih dkk	15
B. TinjauanTeoritis.....	23
1. Definisi Pariwisata	23
2. Wisatawan.....	24
3. Karakteristik Wisatawan.....	27
4. Motivasi Wisatawan.....	29
5. Komponen Pariwisata	30
C. Kerangka Berfikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	36
B. Fokus Penelitian.....	37

C. Lokasi dan Situs Penelitian	38
D. Sumber Data Penelitian	39
E. Teknik Pengambilan Informan	40
F. Teknik Pengumpulan data	41
G. Instrument Penelitian	45
H. Analisis Data.....	46
I. Keabsahan Data (Validalitas).....	47

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum.....	50
B. Penyajian Data.....	63
1. Motivasi Wisatawan Mancanegara.....	63
a. Physical Motivation	63
b. Culture Motivation.....	67
c. Sosial Motivation	70
d. Fantasy Motivation	74
2. Ketersediaan Komponen Pariwisata	77
a. Atraksi.....	77
b. Aksesibilitas.....	80
c. Amenitas	83
d. Ancillary Service	86
C. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Motivasi Wisatawan Mancanegara.....	89
a. Physical Motivation	91
b. Culture Motivation.....	94
c. Sosial Motivation	98
d. Fantasy Motivation	101
2. Ketersediaan Komponen Pariwisata	103
a. Atraksi.....	104
b. Aksesibilitas.....	105
c. Amenitas	106
d. Ancillary Service	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

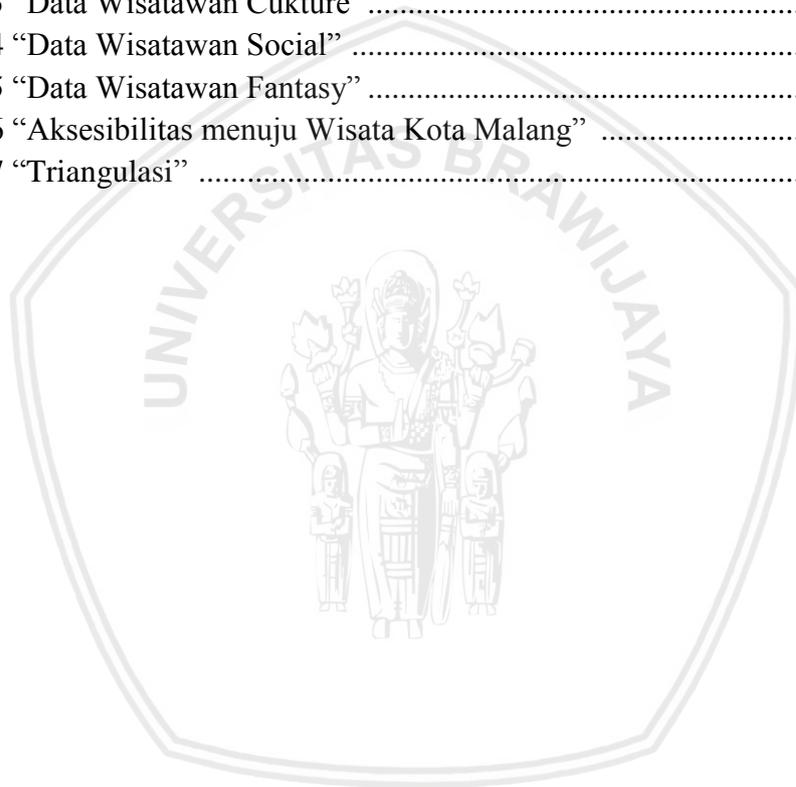
I. Kesimpulan	113
J. Saran	114

DAFTAR PUSTAKA	116
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	118
----------------------	------------

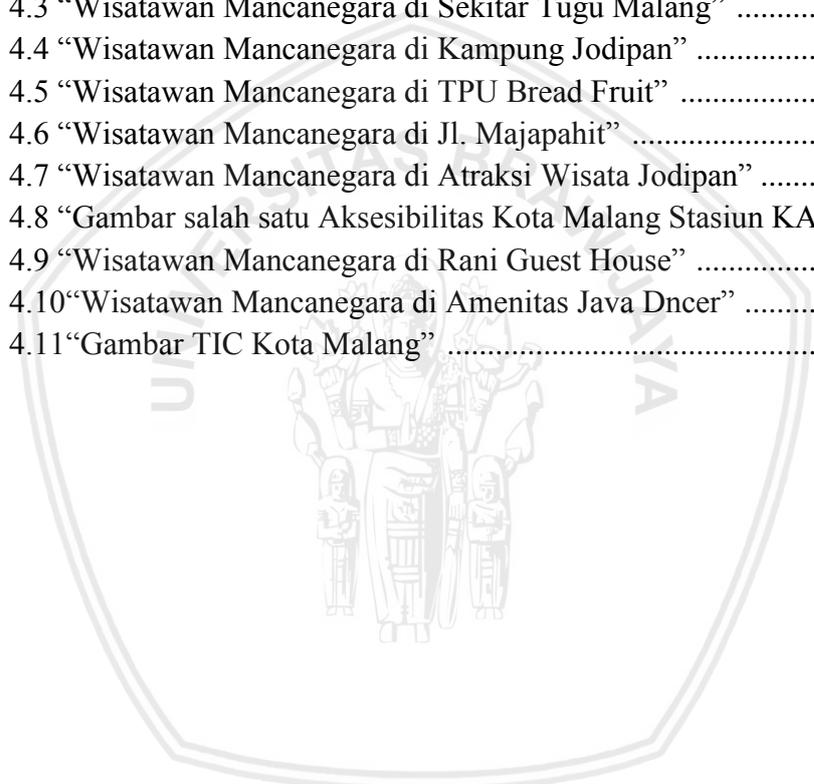
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 “Kunjungan Wisatawan Mancanegara” 3
 Tabel 2.1 “Penelitian Terdahulu” 15
 Tabel 4.1 “Data Wisatawan Mancanegara” 88
 Tabel 4.2 “Data Wisatawan Physical” 90
 Tabel 4.3 “Data Wisatawan Cukture” 93
 Tabel 4.4 “Data Wisatawan Social” 96
 Tabel 4.5 “Data Wisatawan Fantasy” 98
 Tabel 4.6 “Aksesibilitas menuju Wisata Kota Malang” 106
 Tabel 4.7 “Triangulasi” 109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 “Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara Kota Malang”	4
Gambar 2.1 “Kerangka Berfikir”	36
Gambar 4.1 “Peta Administrasi Geografi Kota Malang”	60
Gambar 4.2 “Wisatawan Mancanegara di Jl.Ijen”	64
Gambar 4.3 “Wisatawan Mancanegara di Sekitar Tugu Malang”	64
Gambar 4.4 “Wisatawan Mancanegara di Kampung Jodipan”	68
Gambar 4.5 “Wisatawan Mancanegara di TPU Bread Fruit”	72
Gambar 4.6 “Wisatawan Mancanegara di Jl. Majapahit”	75
Gambar 4.7 “Wisatawan Mancanegara di Atraksi Wisata Jodipan”	78
Gambar 4.8 “Gambar salah satu Aksesibilitas Kota Malang Stasiun KAI ”	81
Gambar 4.9 “Wisatawan Mancanegara di Rani Guest House”	84
Gambar 4.10 “Wisatawan Mancanegara di Amenitas Java Dncer”	84
Gambar 4.11 “Gambar TIC Kota Malang”	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 “Draft Wawancara”	111
Lampiran 2 “Foto Peneliti bersama Wisatawan Mancanegara ke Kota Malang”	114
Lampiran 3 “CatatanLapang”	115
Lampiran 4 “Curriculum Vitae”	115



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan alam yang melimpah dengan berbagai macam kebudayaan, adat, serta agama yang tentunya dapat dimanfaatkan dalam bidang kepariwisataan sebagai sektor komoditi yang sangat baik bagi perekonomian dan sebagai penghasil devisa negara setelah minyak bumi dan gas alam. Indonesia dikenal dengan potensi pariwisatanya di mancanegara mulai dari wisata pantai, kebudayaan, pegunungan dan danau danaunya yang sangat indah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyebutkan Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Ada tiga jenis objek dan daya tarik wisata, yaitu (1) objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna; (2) objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan; dan (3) daya tarik wisata minat khusus seperti berburu, mendaki

gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat berbelanja, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah (UU No 10 Tahun 2009).

Indonesia sebagai negara yang memiliki begitu banyak potensi pariwisata sudah menjadi salah satu destinasi pariwisata di dunia, tetapi dari wisatawan mancanegara masih mengenal beberapa destinasi saja. Salah satu contoh yang sudah dikenal wisatawan nusantara dan mancanegara seperti di Bali mulai dari alam nya yang indah hingga kekayaan budayanya mempunyai citra positif di mata wisatawan mancanegara. Keragaman potensi pariwisata dan budaya yang ada di Indonesia membuat seluruh provinsi mengembangkan potensi wisata, keragaman budaya dan keindahan alam di daerah masing-masing. Hal ini menjadi kekuatan dari daerah mereka tersendiri untuk memajukan pariwisata di daerah masing masing, salah satu daerah yang memiliki banyak potensi wisata adalah Jawa Timur.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai banyak objek wisata andalan alam maupun buatan dan didukung dengan keberagaman seni budaya serta makanan khas daerah. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur, pada tahun 2012 terdapat 763 objek wisata. Yaitu terdiri atas 264 wisata alam, 307 objek wisata budaya serta 192 objek wisata buatan (kominfo.jatimprov.go.id, 2012).

Berdasarkan keberagaman jumlah objek wisata yang ada di Jawa Timur tingkat kunjungan wisatawan mancanegara meningkat setiap tahunnya. Hal itu dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, sesuai data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur. Kunjungan wisatawan

mancanegara ke Jawa Timur melalui Bandara Juanda dari tahun 2015 sampai dengan Februari 2018 dapat dilihat dari tabel dibawah ini

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara

BULAN	2015	2016	2017	2018
Total	200851	220570	247166	49794
Januari	15366	11674	17279	26700
Februari	14003	14955	11998	23094
Maret	16338	17894	15844	-
April	16063	18186	21461	-
Mei	17355	18386	20447	-
Juni	15004	14755	19658	-
Juli	17134	20424	25252	-
Agustus	18311	19029	25330	-
September	18167	19907	21890	-
Oktober	15798	20819	20439	-
November	20449	23126	24360	-
Desember	16863	21415	23208	-

Sumber: <https://jatim.bps.go.id/> 2018

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara membuktikan bahwa Provinsi Jawa Timur memiliki berbagai daya tarik wisata yang menarik minat kunjungan wisatawan. Salah satu kota yang menarik untuk dikunjungi wisatawan mancanegara adalah Kota Malang. Hal tersebut sesuai dengan data kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Malang yang terbukti cenderung terus meningkat.



Gambar 1. Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara Kota Malang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang 2018

Berdasarkan data yang didapat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2013 yakni 5.498 pengunjung. Jumlah tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2014 yang mencapai angka 6.025 pengunjung. Selanjutnya pada tahun 2015, kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Malang meningkat hingga 8.625 pengunjung. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang pada tahun 2017 berjumlah 8.144 pengunjung, hal ini mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun 2016 berjumlah 9.535 pengunjung. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Malang kembali mengalami kenaikan yang signifikan

pada 2018, yang berjumlah 14.000 pengunjung dan kemungkinan bisa bertambah lagi sampai akhir tahun.

Menurut *pra research* yang penulis lakukan dengan mewawancarai Bapak Agung Harjaya (2018) selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang mengatakan bahwa tren kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat setiap tahunnya, yang disebabkan dengan berbagai hal diantaranya adalah semakin terbukanya akses ke Kota Malang. Bapak Agung juga mengatakan sebagai kota yang posisinya strategis mudah dijangkau, Kota Malang juga memiliki potensi wisata yang tinggi untuk menarik wisatawan. Kota Malang yang juga dikenal sebagai kota pendidikan yang bertaraf internasional juga menjadi motivasi yang mendorong wisatawan mancanegara untuk datang.

Pitana (2005:56) mengatakan bahwa motivasi merupakan faktor penting bagi wisatawan dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Begitu pentingnya motivasi wisatawan dalam melakukan suatu perjalanan wisata ke suatu destinasi karena motivasi adalah hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri. Hakikatnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu yang pertama *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis),

antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya, yang kedua *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (bangunan bersejarah) dan yang ketiga *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai *prestige*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya, serta yang keempat *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis, disebut juga sebagai status and *prestige motivation*.

Menurut penelitian yang telah dilakukan Rafidola Mareta R (2016) di Kota Bukit Tinggi dengan judul “Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Bukittinggi”, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi ada 4 (empat) hal yaitu (1) relaksasi; (2) bermain; (3) belajar; dan 4) bertemu teman/ keluarga. Persepsi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi lebih terfokus kepada 5 (lima) hal, yaitu (1) aksesibilitas; (2) objek wisata; (3) Interaksi sosial; (4) kebersihan; dan 5) harga.

Penelitian selanjutnya yang sesuai ialah penelitian Fiki Nur Rohman (2016) dengan judul “Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan”. Hasil temuan di lapangan menunjukkan faktor dominan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu adalah istirahat dan relaksasi (*rest and relaxation*) untuk faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan untuk datang ke Kota Batu adalah fasilitas wisata/ *recreation facilities* (wahana di wisata buatan, akomodasi, transportasi, dll).

Bertambahnya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang tidak lepas dari dorongan atau motivasi yang membuat mereka ingin melakukan perjalanan dan mendatangi Kota Malang, dan seperti yang diketahui bahwa Kota Malang belum mempunyai atraksi wisata yang unggul dibanding daerah lainnya terkhusus di provinsi Jawa Timur, Namun kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Malang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui motivasi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kota Malang, sehingga dibutuhkan penelitian yang mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini peneliti diberi judul “Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Kota Malang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dapat diangkat sebagai perumusan masalah diantaranya:

1. Motivasi apa sajakah yang melatar belakangi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang ?
2. Bagaimana ketersediaan komponen pariwisata dalam menunjang kunjungan wisatawan mancanegaraberkunjung ke Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari permasalahan diatas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang
2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberkan nilai baik secara akademisi maupun praktis, terhadap pengembangan suatu daya tarik wisata serta bermanfaat bagi berbagai pihak. Adapun kontribusi yang ingin dicapai antara lain:

1. Kontribusi Teoritis :

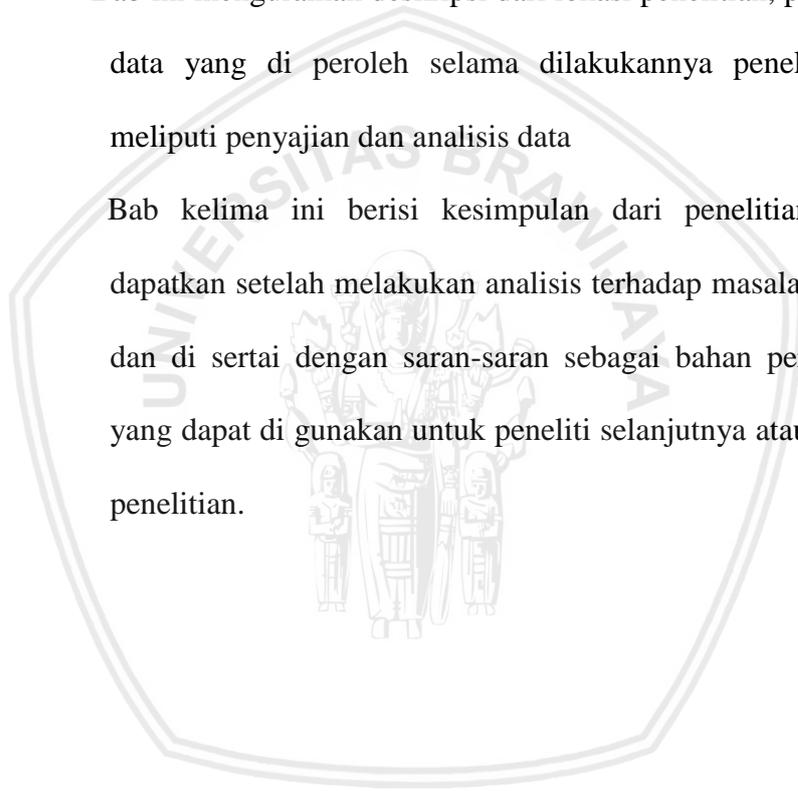
- a. Sebagai salah satu bahan kajian Administrasi Bisnis di bidang Pariwisata khususnya terkait analisis motivasi wisatawan Mancanegara dalam menganbil keputusan berkunjung
 - b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, dan memberikan informasi bagi peneliti berikutnya. terkait motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan mancanegara khususnya di kota Malang
2. Kontribusi Praktis:
- a. Bagi Peneliti menambah wawasan peneliti mengenai Motivasi yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan Mancanegara.
 - b. Pemerintah Kota Malang khususnya sebagai sumbangan pemikiran untuk pengembangan objek dan daya tarik pariwisata di Kota Malang

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dirinci sebagaiberikut:

- BAB I** Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.
- BAB II** Bab kedua memuat tentang teori-teori, kerangka pemikiran yang digunakan sebagai dasar dalam pembahasan, dan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjang topik dan masalah penelitian

- BAB III** Bab ketiga ini berisi langkah-langkah teknis serta praktis sehingga tujuan penelitian dapat diperoleh, yang terdiri dari jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta metode analisis.
- BAB IV** Bab ini menguraikan deskripsi dari lokasi penelitian, pembahasan data yang di peroleh selama dilakukannya penelitian yang meliputi penyajian dan analisis data
- BAB V** Bab kelima ini berisi kesimpulan dari penelitian yang di dapatkan setelah melakukan analisis terhadap masalah yang ada dan di sertai dengan saran-saran sebagai bahan pertimbangan yang dapat di gunakan untuk peneliti selanjutnya ataupun lokasi penelitian.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan referensi bagi peneliti dalam penelitian ini. Banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang Analisis motivasi wisatawan. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang terkait dengan Analisis motivasi berkunjung wisatawan

1. Yiamjanya dan Wongleedee (2014)

Penelitian ini dilakukan oleh Siripen Yiamjanya dan Kevin Wongleedee dengan judul *“International Tourists’ Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice”*. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi motivasi perjalanan melalui faktor pendorong dan faktor penarik yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan internasional dalam memilih Thailand sebagai daerah tujuan wisata. Besar sampel penelitian sejumlah 200 wisatawan mancanegara yang melakukan perjalanan ke Thailand pada Januari hingga Februari 2014. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar di Kota Bangkok. Penelitian ini terdiri dari 30 atribut yang mewakili kedua faktor psikologis sebagai “faktor berdasarkan push” dan tujuan wisata sebagai “faktor berdasarkan pull”. Rata-rata dan standar deviasi yang digunakan untuk menemukan sepuluh motif wisata penentu yang penting dalam responden proses pengambilan

keputusan untuk memilih Thailand sebagai pilihan tujuan wisata. Hasil penelitian ini mengungkapkan 10 motivasi wisatawan yang mempengaruhi wisatawan internasional untuk memilih Thailand sebagai pilihan tujuan, antara lain: (1) mendapatkan pengalaman di luar negeri; (2) makanan Thai; (3) belajar budaya baru; (4) bersantai di luar negeri; (5) ingin belajar hal-hal baru; (6) tertarik pada budaya Thai dan pasar tradisional; (7) melarikan diri dari kehidupan sehari-hari; (8) menikmati aktifitas wisata; (9) petualangan; dan (10) cuaca yang baik.

Klasifikasi berdasarkan faktor pendorong dan faktor penarik, pengalaman di negeri asing adalah faktor pendorong yang paling penting dalam memotivasi wisatawan internasional untuk melakukan perjalanan, sementara makanan Thai menunjukkan signifikansi tertinggi sebagai faktor penarik. Persamaan pada penelitian peneliti adalah informan yaitu wisatawan mancanegara serta membahas motivasi wisatawan mancanegara yang datang. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, jenis motivasi, dan jenis metode penelitian yang di gunakan.

2. Fiki Nur Rohman (2016)

Penelitian ini di lakukan oleh Fiki Nur Rohman dengan judul “Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan”. Penelitian menggunakan *Mix-Method*, Hasil temuan di lapangan menunjukkan faktor dominan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu adalah istirahat dan relaksasi (*rest and relaxation*) untuk faktor pendorong dan

faktor penarik wisatawan untuk datang ke Kota Batu adalah fasilitas wisata/ *recreation facilities* (wahana di wisata buatan, akomodasi, transportasi, dll). Sedangkan, hasil penelitian mengenai tingkat pengetahuan wisatawan tentang produk industri kreatif sektor kerajinan menunjukkan wisatawan masih memiliki pengetahuan yang rendah terkait adanya berbagai produk industri kreatif terutama dari sektor kerajinan. Minimnya pengetahuan wisatawan selaras dengan sedikit informasi yang didapatkan oleh wisatawan mengenai produk industri kreatif sektor kerajinan di Kota Batu, Jawa Timur. Wisatawan lebih banyak mendapatkan informasi tentang produk unggulan wisata di Kota Batu yang berbasis wisata buatan (*man-made*). Persamaan pada penelitian peneliti adalah membahas motivasi wisatawan yang datang. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, jenis motivasi, dan jenis metode penelitian yang di gunakan.

3. Yahua Zhan dan Yiqian Peng (2014)

Penelitian ini dilakukan oleh Yahua Zhang dan Yiqian Peng dengan judul “*Understanding Travel Motivation Of Chinese Tourist Visiting Crains,Australi*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa motivasi turis cina mengunjungi kota Crains di Australia dan ingin mengetahui apa motivasi yang paling besar pada turis cina yang mendasari mereka melakukan perjalanan tersebut. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 4 jenis motivasi ada 3 motivasi yang mendominasi wisatawan cina untuk berkunjung ke Crains Australia yaitu:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan.
- b. *Social motivation atau interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestige),
- c. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*.

Persamaan pada penelitian peneliti adalah informan yaitu wisatawan mancanegara dan metode penelitian yang sama serta membahas motivasi wisatawan mancanegara yang datang. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian yang di gunakan.

4. Rafidola Mareta R (2016)

Penelitian ini di lakukan oleh Rafidola Mareta R dengan judul “Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Bukittinggi”. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode analisis deskriptif. Pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan metode accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terhadap informan yang merupakan wisatawan mancanegara yang sedang berwisata di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian dan pembahasan pada tulisan ini, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan mancanegara

yang berkunjung ke Kota Bukittinggi ada 4 (empat) hal yaitu (1) relaksasi; (2) bermain; (3) belajar; dan 4) bertemu teman/ keluarga. Persepsi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi lebih terfokus kepada 5 (lima) hal, yaitu (1) aksesibilitas; (2) objek wisata; (3) Interaksi sosial; (4) kebersihan; dan 5) harga. Persamaan pada penelitian peneliti adalah informan yaitu wisatawan mancanegara dan jenis metode penelitian yang sama serta membahas motivasi wisatawan mancanegara yang datang. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan jenis motivasi

5. Pratminingsih dkk (2014)

dalam jurnal *“Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung–Indonesia”*, meneliti faktor-faktor penguat yang mempengaruhi niat untuk re-visit pada daerah tujuan wisata. Hasil penelitian Pratminingsih dkk menunjukkan bahwa motivasi dan gambaran tujuan wisata menjadi variabel yang sangat penting bagi mereka yang melakukan revisit ke daerah wisata dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung adalah untuk melepaskan lelah dari rutinitas sehari-hari dan untuk bersantai. Persamaan pada penelitian peneliti adalah informan yaitu wisatawan mancanegara serta membahas motivasi wisatawan mancanegara yang datang. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan jenis motivasi.

Tabel penelitian terdahulu 2.1

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1	Yiamjanya dan Wongleedee (2014)	<i>“International Tourists’ Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice”</i> .	Untuk mengidentifikasi motivasi perjalanan melalui faktor pendorong dan faktor penarik yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan internasional dalam memilih Thailand sebagai daerah tujuan wisata	Kualitatif deskriptif	Klasifikasi berdasarkan faktor pendorong dan faktor penarik, pengalaman di negeri asing adalah faktor pendorong yang paling penting dalam memotivasi wisatawan internasional untuk melakukan perjalanan, sementara makanan Thai menunjukkan signifikansi tertinggi sebagai faktor penarik

Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.2

No	ti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
2	Fiki Nur Rohman (2016)	“Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan”.	Bertujuan untuk mengetahui motivasi berkunjung wisatawan dalam derkunjung ke kota batu dan untuk mengetahuit tingkat pengetahuan wisatwan	mix method	Temuan di lapangan menunjukkan faktor dominan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu adalah istirahat dan relaksasi (<i>rest and relaxation</i>) untuk faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan untuk datang ke Kota Batu adalah fasilitas wisata/ <i>recreation facilities</i> (wahana di wisata buatan, akomodasi, transportasi, dll).

Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.3

No		Judul	Tujuan	Metode	Hasil

2					<p>Sedangkan, hasil penelitian mengenai tingkat pengetahuan wisatawan tentang produk industri kreatif sektor kerajinan menunjukkan wisatawan masih memiliki pengetahuan yang rendah terkait adanya berbagai produk industri kreatif terutama dari sektor kerajinan. Minimnya pengetahuan wisatawan selaras dengan sedikit informasi yang didapatkan</p>
---	--	--	--	--	---

Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.4

No	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
----	-------	--------	--------	-------

2				<p>oleh wisatawan mengenai produk industri kreatif sektor kerajinan di Kota Batu, Jawa Timur. Wisatawan lebih banyak mendapatkan informasi tentang produk unggulan wisata di Kota Batu yang berbasis wisata buatan (<i>man-made</i>)</p>
---	--	--	--	--



Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.5

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
3	Yahua Zhan dan Yiqian Peng (2014)	<i>“Understanding Travel Motivation Of Chinese Tourist Visiting Crains,Australi”</i>	untuk mengetahui apa motivasi turis cina mengunjungi kota Crains di Australia dan ingin mengetahui apa motivasi yang paling besar pada turis cina yang mendasari mereka melakukan perjalanan tersebut.	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 4 jenis motivasi ada 3 motivasi yang mendominasi wisatwan cina untuk berkunjung ke Crains Australia yaitu Physical or physiological motivation, Social motivation atau interpersonal motivation, Fantasy motivation (motivasi karena fantasi).

Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.6

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
----	----------	-------	--------	--------	-------

4	Rafidola MaretaR (2016)	“Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Bukittinggi”.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi dan persepsi wisatawan mancanegara dalam mengambil keputusan berkunjung ke Bukit Tinggi	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian dan pembahasan pada tulisan ini, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi ada 4 (empat) hal yaitu (1) relaksasi; (2) bermain; (3) belajar; dan (4) bertemu teman/ keluarga. Persepsi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi lebih terfokus kepada 5 (lima) hal, yaitu (1) aksesibilitas; (2) objek wisata; (3) Interaksi sosial; (4) kebersihan; dan 5) harga.
---	-------------------------	---	--	-----------------------	--

Lanjutan Tabel penelitian terdahulu 2.7

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
----	----------	-------	--------	--------	-------

5	Pratminingsih dkk (2014)	<p><i>“Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung–Indonesia”</i>,</p>	<p>meneliti faktor-faktor motivasi penguat yang mempengaruhi niat untuk re-visit pada daerah tujuan wisata</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian Pratminingsih dkk menunjukkan bahwa motivasi dan gambaran tujuanwisata menjadi variabel yang sangat penting bagi mereka yang melakukan revisit ke daerah wisata dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung adalah untuk melepaskan lelah dari rutinitas sehari-hari dan untuk bersantai.</p>
---	--------------------------	---	--	-------------------	---

Sumber: diolah oleh penulis 2019

B. Tinjauan Teoritis

1. Definisi Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Menurut etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12).

McIntosh dan Gupta (dalam Yoeti, 1996) menyebutkan 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 serta para pengunjung lainnya. Sedangkan Richard Sihite (dalam Marpaung dan Bahar, 2000) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut :

"Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam".

Wahab (1975:55) mengemukakan definisi pariwisata yaitu salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan

lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektorsektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi. Pada hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwanto, 2004). Freuler (dalam Yoeti, 1996) merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan sebagai berikut :

“Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan”

2. Wisatawan

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menyebutkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Burkart dan Medlik, 1981 (dalam Ross, 1998), menyebutkan wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri ini adalah :

- a. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal berbagai tempat tujuan.
- b. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja di tempat tujuan wisatawan.
- c. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan karena itu perjalannya bersifat sementara dan berjangka pendek.
- d. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap di tempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

Smith (1998), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Sedangkan, World Tourism Organization (WTO) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

- a. Pengunjung Setiap orang yang berhubungan ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
- b. Wisatawan Setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - 1) Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.

2) Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.

- c. Darmawisata atau excursionist adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Pitana dan Gayatri (2005: 43) menyatakan “batasan mengenai wisatawan juga sangat bervariasi, mulai dari umum sampai dengan yang sangat teknis spesifik”. *United Conference on Travel and Tourism* di Roma (1963) memberikan batasan yang lebih umum, tetapi menggunakan istilah “*visitor*” (pengunjung), yaitu setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi pekerjaan atau kehidupan dari negara yang dikunjungi. Pengunjung yang dimaksud meliputi dua kategori, yaitu :

- a. Wisatawan yaitu pengunjung yang datang ke suatu negara yang dikunjunginya tinggal selama 24 jam dan dengan tujuan untuk bersenang– senang, berlibur, kesehatan, belajar, keperluan agama dan olahraga, bisnis, keluarga, utusan dan pertemuan.
- b. Excursionist yaitu pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjunginya tanpa bermalam.

Smith (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu:

- a. *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan.

- b. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu negara
- c. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain. d. Internal tourism adalah merupakan kombinasi antara domestik dan outbound tourism.
- e. *International tourism* adalah merupakan kombinasi inbound dan outbound tourism. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan internasional (mancanegara) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya.

3. Karakteristik Wisatawan

Berbagai macam karakter/tipologi wisatawan telah dikembangkan dengan menggunakan berbagai macam klasifikasi. Menurut Murphy (1985) pengklasifikasian tersebut dikelompokkan menjadi dua, yaitu atas dasar interaksi (*interactional type*) dan atas dasar kognitif-normatif (*cognitivenormative models*). Dasar interaksi berarti sifat-sifat interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan dasar kognitif normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan seorang wisatawan ke suatu obyek. Lebih lanjut, Cohen (1972) dikutip Pitana (2005:53-54) dengan pendekatan interaksi mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi. Atas dasar ini Cohen membedakan wisatawan atas 4, yaitu: *drifter, explorer, individual mass tourist, dan Organized Mass Tourist*. Kemudian Smith (1977) dikutip Pitana (2005:54-

55) juga membedakan karakter wisatawan menjadi beberapa klasifikasi diantaranya: Explorer, Elite, Off-beat, Unusual, Incipient mass, Mass, dan Charter. Menggunakan pendekatan lain, Cohen (1979) dikutip Pitana (2005:65) mencoba membedakan tipikal wisatawan menjadi dua, modern pilgrimage (wisata ziarah modern) dan *search for pleasure* (mencari kesenangan). Menggunakan dua pendekatan ini, dia mengelompokkan wisatawan menjadi beberapa kelompok: Existensial, Experimental, Experiential, Diversionary, dan Recreational. Beberapa tipologi yang dijabarkan oleh Smith dan Cohen di atas, terlihat penggambaran jenis-jenis wisatawan bersifat teoritis, statis dan deskriptif dengan pendekatan yang sangat makro. Kenyataan di obyek wisata sangat berbeda. Beberapa jenis wisatawan sangat mungkin tidak akan ditemukan di satu obyek wisata. Ada obyek wisata yang hanya mempunyai satu tipikal wisatawan saja misalnya. Oleh karena itu untuk tujuan perencanaan kepariwisataan di suatu obyek harus diperlukan data karakteristik wisatawan berdasarkan kebutuhan atas riil kelompok/segmentasi wisatawan bukan berdasarkan atas variabel tunggal yang bersifat linier. Tipologi wisatawan harus bersifat multi dimensional yang mengkombinasikan berbagai karakteristik wisatawan (Pitana, 2005:57). Oleh karena itu untuk tujuan perencanaan kepariwisataan di suatu obyek harus diperlukan data karakteristik wisatawan berdasarkan kebutuhan atas riil kelompok/ segmentasi wisatawan bukan berdasarkan atas variabel tunggal yang bersifat linier. Tipologi wisatawan

harus bersifat multi dimensional yang mengkombinasikan berbagai karakteristik wisatawan (Pitana, 2005:57).

4. Motivasi Wisatawan

Pada umumnya orang berwisata bertujuan untuk lepas dari rasa lelah dan rutin sehari-hari, namun bila diteliti motivasinya berbeda-beda (Samsuridjal & Kaelany, 1997). Ada orang berwisata karena semata-mata menghindari ketegangan akibat pekerjaan, tetapi ada pula yang ingin memenuhi kepuasan intelektualnya. Bagi kalangan tertentu berwisata sering diartikan mencari suasana baru yang sama sekali berlainan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan meninggalkan kebiasaan sehari-hari dan mengalami hal yang belum pernah dialami mereka berharap dapat menumbuhkan rasa sukaria dan suasana bahagia.

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu sebagai berikut:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objekinggalan budaya (bangunan bersejarah).

- c. *Social motivation atau interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestige), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
- d. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Motivasi berwisata untuk melepaskan diri dari rutinitas, bermanfaat untuk mengembalikan keharmonisan, sehingga pariwisata dapat disebut sebagai salah satu bentuk terapi sosial (Krippendorff & Sharpley dalam Pitana, 2005). Motivasi seseorang melakukan kegiatan wisata tidak hanya dipengaruhi oleh satu kebutuhan tetapi merupakan perpaduan dari beberapa hirarki kebutuhan dan faktor secara ekstrinsik

5. Komponen Pariwisata

Wisatawan yang melakukan perjalanan ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya. Wisatawan juga membutuhkan makan dan minum, tempat menginap, serta alat transportasi dari satu tempat ke tempat lainnya. Memenuhi kebutuhan dan pelayanan tersebut Daerah Tujuan Wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah “4A” yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary service* (Suwena

dan Widyatmaja, 2010: 86-87). Menurut Cooper dkk (dalam Prasiasa, 2013: 52) daerah tujuan wisata (destinasi wisata) harus memiliki empat komponen antara lain (a) daya tarik (*attraction*), (b) mudah dicapai karena ada transportasi lokal dan terminal (*access*), (c) tersedianya berbagai fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan pelayanan lain (*amenities*), dan (d) organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary service*). Menurut Teguh (2015: 60) ketersediaan dan peningkatan jumlah infrastruktur/ fasilitas inti dan pendukung pariwisata menjadi unsur penting dalam tata kelola destinasi pariwisata. Fasilitas berfungsi memberikan kemudahan terhadap aktivitas dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengalaman berwisata.

a. Atraksi

Atraksi adalah komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan dan merupakan alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Wisatawan datang untuk menikmati hal-hal yang tidak dapat mereka temukan sehari-hari. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu (1) *natural resources* (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit (2) atraksi wisata budaya seperti arsitektur, rumah tradisional di desa, situs arkeologi, benda-benda seni dan kerajinan, ritual atau upacara budaya, festival budaya, kegiatan dan kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan dan (3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi, festival musik (Suwena dan Widyatmaja, 2010: 88-89).

Menurut Prasiasa (2013: 23) atraksi pada suatu destinasi dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu atraksi alam, budaya dan buatan manusia. Atraksi alam berupa laut, pantai, gunung, danau, sungai, fauna flora langka, kawasan lindung, cagar alam dan pemandangan alam. Atraksi budaya dapat berupa upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, pertunjukan tradisional, adat istiadat lokal dan museum. Sementara itu, atraksi buatan manusia dapat berupa sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, ketangkasan, taman rekreasi dan pusat-pusat perbelanjaan.

b. Aksesibilitas

Salah satu komponen penting dari destinasi adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan tersebut bisa dalam jarak dekat, menengah dan jauh. Untuk melakukan perpindahan tersebut, dibutuhkan alat-alat transportasi dengan berbagai moda transportasi. Pemilihan berbagai moda transportasi tersebut didasarkan pada motivasi wisatawan, ketersediaan waktu, serta kemampuan secara ekonomi. Berbagai moda transportasi itulah yang menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan destinasi pariwisata (Prasiasa, 2013: 24).

Aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju

lokasi wisata dan sebagainya (Hadiwijoyo, 2012: 96). Sedangkan menurut Sunaryo (2013: 30) aksesibilitas adalah segenap fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

c. Amenitas

Menurut Pendit (2003: 56) amenities merupakan semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di DTW yang dikunjunginya termasuk didalamnya akomodasi, restoran, bar, cafe dan lain-lain. Sedangkan menurut Hadiwijoyo (2012: 96) amenities adalah fasilitas pendukung demi kelancaran kegiatan pariwisata yang juga ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas tersebut terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, sarana komunikasi, ketersediaan air bersih dan listrik. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2010: 90) secara umum pengertian amenities adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata.

d. Ancillary service

Menurut Cooper dkk (dalam Prasiasa, 2013: 52) bahwa ancillary service merupakan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2010: 98) pelayanan tambahan atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, misalnya tersedianya jasa pemandu. Pemandu tidak hanya sekedar memberikan informasi, tapi juga harus dapat

meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menghormati alam dan budaya setempat. Jasa pendukung tersebut sangat tergantung pada daerah dan tujuan wisata, semakin terpencil maka jasa pendukung akan semakin minim. Namun hal ini dapat dimaklumi karena wisatawan yang memilih pergi ke tempat terpencil sudah mempersiapkan diri dengan kondisi lapangan yang terbatas.



Kerangka Berfikir

Kota Malang sebagai salah satu destinasi wisata yang tidak pernah sepi dari kunjungan wisatawan mancanegara

Jumlah Wisatawan Mancanegara meningkat setiap tahunnya

Motivasi Wisatawan

- *physiological motivation*
- *Cultural motivation*
- *Social motivation*
- *Fantasy motivation*

Komponen Pariwisata

- atraksi
- aksesibilitas
- amenitas
- *ancillary service*

Kunjungan Wisatawan Mancanegara

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sebelum membahas mengenai jenis penelitian, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai metode penelitian. “Metodologi penelitian” berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan “Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu menggunakan pikiran secara seksama dalam mencapai suatu tujuan (Narbuko, 2012: 1). Menurut Wardiyanta (2006: 1) metodologi merupakan kerangka teoritis digunakan untuk menganalisis, mengerjakan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2013:4) metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Wardiyanta (2010:5) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi dari suatu fenomena sosial atau alam secara sistematis, faktual, dan akurat.

Peneliti akan terjun langsung ke lokasi dan situs penelitian dengan menggunakan catatan lapangan, teknik wawancara, dokumentasi yang kemudian akan diubah menjadi sebuah rangkaian representatif pada penelitian kualitatif.

Sekumpulan data yang diperoleh oleh peneliti selanjutnya akan diolah dengan teknik-teknik yang biasanya digunakan pada penelitian kualitatif. Peneliti dalam hal ini akan menganalisis dan menjelaskan mengenai manajemen tata kelola Gunung Semeru dalam menghadapi tren kegiatan wisata minat khusus jenis *trekking* yang harus seimbang dengan penerapan konsep pariwisata berkelanjutan.

B. Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian ini akan membatasi peneliti dalam mendapatkan data yang relevan dengan rumusan masalah. Fokus menurut Sugiyono (2010: 285) yaitu batasan dalam suatu penelitian kualitatif yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Fokus penelitian harus diungkapkan secara eksplisit untuk mempermudah peneliti sebelum melaksanakan observasi. Fokus penelitian menurut Moleong (2006:7) adalah sebagai pusat perhatian untuk membatasi suatu permasalahan yang diteliti agar tidak terjadi pembiasan dengan mempersepsikan maupun mengkaji permasalahannya. Tujuan menentukan fokus penelitian menurut Moleong (2006:237) adalah:

1. Penetapan fokus yang membatasi studi yaitu dengan adanya fokus itu berarti penentuan tempat penelitian menjadi layak.
2. Penentuan secara efektif menetapkan cerita inklusi, eksklusif untuk menjaring info yang masuk, jika data menarik tetapi tidak relevan maka tidak dihiraukan.

Jadi informasi juga data yang diperoleh harus relevan dan sesuai. Sehubungan dengan topik penelitian yang diteliti, maka peneliti memberi fokus penelitian ini

berdasarkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang
 - a. *Physical or phy physiological* motivasi
 - b. *Cultural motivation* atau motivasi budaya
 - c. *Social motivation* atau *interpersonal motivation*
 - d. *Fantasy motivation* atau motivasi karena fantasi
2. Ketersediaan komponen pariwisata untuk gambaran umum motivasi yang mendasari wisatawan mancanegara mengambil keputusan berkunjung ke Kota Malang
 - a. Atraksi
 - b. Aksesibilitas
 - c. Amenitas
 - d. *Ancillary service*

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau letak dimana peneliti melakukan penelitian. Berdasarkan lokasi ini, peneliti akan memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan tema, masalah, serta fokus penelitian. Lokasi penelitian ini yaitudi Kota Malang. Alasan peneliti memilih Kota Malang adalah selain kunjungan wisatwan mancanegara kota Malang terus bertambah setiap tahunnya, Kota Malang juga memiliki beragam objek wisata dan merupakan kota pendidikan bertaraf internasional, peneliti juga melihat sebagai kota transit potensi

yang ada di Kota Malang dalam menarik minat kunjungan wisatawan mancanegara Kota Malang cukup tinggi.

Situs penelitian terletak di kawasan Kota Malang khususnya area Ijen Boulevard, Balaikota dan Kayu Tangan. Selanjutnya yaitu kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai *stake holder* pariwisata Kota Malang, berdasarkan pengamatan penulis, wisatawan mancanegara selama ini banyak tersebar di ke empat situs tersebut, serta ke empat situs itu memiliki daya tarik heritage yang dimana di minati oleh wisatawan mancanegara. Situs penelitian tersebut diambil berdasarkan pihak-pihak yang dapat menjadi narasumber pada penelitian ini.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian kualitatif terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah yang langsung memberikan data kepada peneliti, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti (Satori, 2009: 103). Penelitian ini menggunakan sumber data primer didapat dari informan sebagai berikut:

Sumber data primer adalah:

1. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang
2. Kepala Seksi Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang
3. Travel Agent
4. Wisatawan Mancanegara

Sumber data sekunder adalah:

1. Data kunjungan wisatawan mancanegara Kota Malang
2. Data kunjungan wisatawan mancanegara Jawa timur melalui bandar udara Juanda Badan Pusat Statistik Jawa Timur
3. Data jumlah objek wisata Jawa Timur kominfo Jatim

E. Teknik Pengambilan Informan

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *accidentalsampling* atau teknik secara kebetulan. *accidentalsampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013: 85).

Aspek kebetulan dalam teknik ini adalah bila yang bersangkutan memenuhi persyaratan atau sesuai dengan sumber data yang diperlukan dalam penelitian (Effendi dan Tukiran, 2014: 173). Pengambilan sampel secara kebetulan adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara peneliti berdiam diri pada suatu tempat aktivitas bagi objek yang diteliti, setelah memenuhi jumlah sampel yang diperlukan, maka pengambilan sampel telah selesai (Wisadirana, 2005: 89).

Kriteria sampel yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini yaitu seseorang yang masuk kriteria wisatawan Mancanegara. Wisatawan mancanegaraterebut sedang berkunjung di kota Malang, negara asal wisatawan, jumlah wisatawan dan umur wisatawan tidak menjadi batas dalam pengambilan informan. Peneliti akan melakukan pengambilan sampel di tempat-tempat seperti

Tourist Information Center, Dinas Pariwisata Kota Malang, kawasan jalan Ijen Boulevard, Kayutangan, Balaikota dan tempat-tempat resataurant atau cafe yang biasa di kunjungi wisatawan mancanegara lainnya.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. penelitian kualitatif memiliki teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan melalui setting dari berbagai sumber dan berbagai cara. Data dapat dikumpulkan dengan menggunakan sumber primer dan sumber sekunder (Satori, 2009: 103). Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Observasi

Pengamatan / observasi adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan jalan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang sedang berlangsung. Cara ini dapat memperoleh data faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 84). Pendapat lain dikemukakan oleh Satori (2009: 105) bahwa observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke kawasan Kota Malang yang menjadi tempat sebaran Wisatawan Mancanegara berkunjung Pengamatan di kawasan Kota Malang dilakukan agar peneliti memperoleh gambaran yang jelas mengenai bagaimana motivasi wistawan manca negara dalam mengambil

keputusan berkunjung ke Kota Malang. Hal tersebut nantinya juga akan mengetahui dan membuktikan bagaimana motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung di Kota Malang.

2. Wawancara

Merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data dengan bertanya langsung kepada responden, dan jawaban-jawabanya dapat dicatat atau direkam dengan alat perekam (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 83). Pendapat lain dikemukakan oleh Satori (2009: 130) bahwa wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini peneliti akan mengumpulkan data-data primer. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *in-deep interview*. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Wawancara dalam penelitian ini terbagi pada saat *pra research* dan pada saat *research* itu sendiri. Wawancara *pra research* dilakukan dalam kurun waktu dua minggu yakni pada tanggal 27 November 2018 sampai dengan 28 November 2018 dan wawancara saat *research* dilakukan 1 Februari 2019 sampai dengan 08 April 2019. Narasumber pada saat *research* adalah wisatawan mancanegara, Kepala Bagian Pemasaran Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang dan tourguide / karyawan pada Smartine tour and travel, terkait beserta rincian waktunya yaitu :

- a. Bapak Agung Harjaya, Kepala Bidang Pemasaran dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang wawancara dilakukan pada tanggal 28 November 2018, 25 Februari 2019 dan Senin, 08 April 2019
- b. Enggar J, guide dan karyawan Smartine tour & travel, wawancara dilakukan pada tanggal 03 Maret 2019
- c. Ame yang wisatawan berasal dari Netherland wawancara dilakukan pada tanggal 05 Maret 2019
- d. Charlotte yang wisatawan berasal dari Jerman wawancara dilakukan pada tanggal 07 Maret 2019
- e. Lynda yang wisatawan berasal dari Republik Ceko wawancara dilakukan pada tanggal 13 Maret 2019
- f. Anya yang wisatawan berasal dari Netherland wawancara dilakukan pada tanggal 13 Maret 2019
- g. Chatarina yang wisatawan berasal dari perancis wawancara dilakukan pada tanggal 20 Maret 2019
- h. Climont yang wisatawan berasal dari German wawancara dilakukan pada tanggal 20 Maret 2019
- i. Tessa yang wisatawan berasal dari Bergium wawancara dilakukan pada tanggal 22 Maret 2019
- j. Timm yang wisatawan berasal dari German wawancara dilakukan pada tanggal 25 Maret 2019
- k. Margo yang wisatawan berasal dari Netherland wawancara dilakukan pada tanggal 26 Maret 2019

- l. Max yang wisatawan berasal dari Turkey wawancara dilakukan pada tanggal 26 Maret 2019
- m. Lotte yang wisatawan berasal dari Finlandia wawancara dilakukan pada tanggal 29 Maret 2019
- n. Darek Paul yang wisatawan berasal dari Canada wawancara dilakukan pada tanggal 01 April 2019
- o. Corina yang wisatawan berasal dari Perancis wawancara dilakukan pada tanggal 02 April 2019
- p. Birgit yang wisatawan berasal dari US wawancara dilakukan pada tanggal 03 April 2019
- q. Eric yang wisatawan berasal dari UK wawancara dilakukan pada tanggal 04 April 2019
- r. Gamille yang wisatawan berasal dari Swedia wawancara dilakukan pada tanggal 06 April 2019
- s. Limmo yang wisatawan berasal dari German wawancara dilakukan pada tanggal 07 April 2019

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara yang merupakan data sekunder bersumber dari instansi-instansi dengan cara pengambilan gambar-gambar, peraturan-peraturan yang berlaku, kebijakan serta lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu

ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian saat kejadian. Studi dokumentasi dalam penelitian ini diambil dari data-data yang terdapat di Kawasan Kota Malang serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk membantu dan mempermudah dalam pengumpulan data. Mengumpulkan data dengan satu metode dapat digunakan satu atau lebih instrument demikian pula sebaliknya (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 78). Instrumen penelitian diperlukan untuk mendukung proses pengumpulan data dan juga memperoleh data yang diinginkan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti sendiri. Melakukan penelitian akan dilakukan oleh peneliti itu sendiri, data akan terkumpul dengan menggunakan panca indra untuk mengamati segala fenomena yang terjadi saat di lapangan.
2. Pedoman wawancara (*interview guide*), digunakan sebagai panduan dalam melakukan wawancara kepada narasumber agar tetap terarah.
3. Alat pendukung lain, misalnya buku catatan lapangan dan handphone yang digunakan untuk mencatat informasi yang diperoleh, merekam dan mendokumentasikan foto selama penelitian di lapangan.

H. Analisis Data

Menurut Stainback (dalam Sugiyono, 2010: 88) bahwa analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi. Analisis data diperlukan untuk mendapatkan sumber data yang diolah dan berupa informasi yang berarti agar dapat mengungkap permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Miles dan Huberman (2013:11) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas pada analisis data yaitu pengumpulan, kondensasi, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperoleh di lapangan, rangkuman wawancara, dokumen-dokumen pendukung melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Kondensasi Data

Data kondensasi mengacu pada proses pemilihan, fokus, menyederhanakan, abstrak, dan/atau mengubah data yang muncul dalam kerangka pemikiran dari catatan yang ditulis di lapangan, wawancara transkrip, dokumen, dan bahan empiris lainnya.

3. Penyajian Data

Penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Penyajian data

akan memahami apa yang terjadi dan kemudian merencanakan kerja selanjutnya yang telah dipahami tersebut.

4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan untuk penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Berdasarkan penjelasan teori tersebut, penelitian ini menggunakan model metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Hal ini dikarenakan model interaktif analisis data berlangsung terus menerus. Ketika melakukan wawancara tetapi jawabannya kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai dengan tahap tertentu memperoleh data yang kredibel.

I. Keabsahan Data (Validitas)

Penelitian kualitatif akan dikatakan absah bila mengandung nilai-nilai terpercaya. Menurut Moleong (2013:330-332) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Data tersebut digunakan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut. Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Melalui triangulasi, peneliti dapat melihat ulang temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Oleh karena itu peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan,
2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data,
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Menurut (Moleong, 2013:330-332) penelitian kualitatif memiliki beberapa macam teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber, yakni membandingkan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.
2. Triangulasi Metode dilakukan melalui dua strategi yakni pengecekan kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi Penyidik, yakni dengan cara membantu mengurangi penyimpangan dalam pengumpulan data.
4. Triangulasi Teori, yakni berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber pada penelitian ini. Triangulasi sumber dapat ditempuh dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, hasil wawancara

dengan isi suatu dokumen yang berkaitan juga membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan seperti masyarakat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, juga pemerintahan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dan Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Kota Malang

Kota Malang seperti kota-kota lain di Indonesia pada umumnya baru tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Belanda. Fasilitas umum direncanakan sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan keluarga Belanda. Kesan diskriminatif itu masih berbekas hingga sekarang. Misalnya Ijen Boulevard kawasan sekitarnya, hanya dinikmati oleh keluarga-keluarga Belanda dan bangsa Eropa lainnya, sementara penduduk pribumi harus puas bertempat tinggal di pinggiran kota dengan fasilitas yang kurang memadai. Kawasan perumahan itu sekarang bagai monumen yang menyimpan misteri dan seringkali mengundang keluarga-keluarga Belanda yang pernah bermukim di sana untuk bernostalgia.

Pada Tahun 1879, di Kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu Kota Malang berkembang dengan pesatnya. Berbagai kebutuhan masyarakat semakin meningkat terutama akan ruang gerak melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi lahan mengalami perubahan sangat pesat, seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.

Sejalan perkembangan tersebut di atas, urbanisasi terus berlangsung dan kebutuhan masyarakat akan perumahan meningkat di luar kemampuan pemerintah, sementara tingkat ekonomi urbanis sangat terbatas, yang selanjutnya akan berakibat timbulnya perumahan-perumahan liar yang pada umumnya berkembang di sekitar daerah perdagangan, di sepanjang jalur hijau, sekitar sungai, rel kereta api dan lahan-lahan yang dianggap tidak bertuan. Selang beberapa lama kemudian daerah itu menjadi perkampungan, dan degradasi kualitas lingkungan hidup mulai terjadi dengan segala dampak bawaannya. Gejala-gejala itu cenderung terus meningkat, dan sulit dibayangkan apa yang terjadi seandainya masalah itu diabaikan.

b. Gelar yang disandang Kota Malang

1. Paris of Java

Paris of Java merupakan salah satu gelar yang disandang kota Malang. Gelar didapat karena kondisi alamnya yang indah, iklimnya yang sejuk dan kotanya yang bersih, bagaikan kota Paris nya Jawa Timur.

2. Kota pesiar

Kota pesiar juga merupakan salah satu Gelar yang di dapat kota Malang. Kondisi alam yang elok menawan, bersih, sejuk, tenang dan fasilitas wisata yang memadai merupakan ciri-ciri sebuah kota tempat berlibur

3. Kota peristirahatan

Kota Peristirahatan merupakan yag didapat kota Malang. Suasana Kota yang damai sangat sesuai untuk beristirahan, terutama bagi orang dari luar

kota Malang, baik sebagai turis maupun dalam rangka mengunjungi keluarga/famili.

4. Kota pendidikan

Kota Pendidikan merupakan salah satu gelar yang disandang kota Malang. Situasi kota yang tenang, penduduknya ramah, harga makanan yang relatif murah dan fasilitas pendidikan yang memadai sangat cocok untuk belajar/menempuh pendidikan

5. Kota militer

Kota Malang terpilih sebagai kota Kesatrian, oleh karena itu Malang mendapat gelar kota Militer. Di Kota Malang ini didirikan tempat pelatihan militer, asrama dan mess perwira disekitar lapangan Rampal., dan pada jaman Jepang dibangun lapangan terbang di kawasan Perumnas sekarang

6. Kota sejarah

Kota Malang yang menyimpan misteri embrio tumbuhnya kerajaan-kerajaan besar, seperti Singosari, Kediri, Mojopahit, Demak dan Mataram oleh karena hal itu kota Malang juga di sebut kota Sejarah. Di Kota Malang juga terukir awal kemerdekaan Republik bahkan Kota Malang tercatat masuk nominasi akan dijadikan Ibukota Negara Republik Indonesia

7. Kota bunga

Kota Bunga juga merupakan gelar yang di sandang kota Malang. Cita-cita yang merebak dihati setiap warga kota senantiasa menyemarakkan sudut kota dan tiap jengkal tanah warga dengan warna warni bunga.

c. Penduduk Dan Sosiologi

1. Jumlah

Kota Malang memiliki luas 110.06 Km². Kota dengan jumlah penduduk sampai tahun 2010 sebesar 820.243 jiwa yang terdiri dari 404.553 jiwa penduduk laki-laki, dan penduduk perempuan sebesar 415.690 jiwa. Kepadatan penduduk kurang lebih 7.453 jiwa per kilometer persegi. Tersebar di 5 Kecamatan (Klojen = 105.907 jiwa, Blimbing = 172.333 jiwa, Kedungkandang = 174.447 jiwa, Sukun = 181.513 jiwa, dan Lowokwaru = 186.013 jiwa). Terdiri dari 57 Kelurahan, 536 unit RW dan 4.011 unit RT

2. Komposisi

Etnik Masyarakat Malang terkenal religius, dinamis, suka bekerja keras, lugas dan bangga dengan identitasnya sebagai Arek Malang (AREMA). Komposisi penduduk asli berasal dari berbagai etnik (terutama suku Jawa, Madura, sebagian kecil keturunan Arab dan Cina)

3. Agama

Masyarakat Malang sebagian besar adalah pemeluk Islam kemudian Kristen, Katolik dan sebagian kecil Hindu dan Budha. Umat beragama di Kota Malang terkenal rukun dan saling bekerja sama dalam memajukan

Kotanya. Bangunan tempat ibadah banyak yang telah berdiri semenjak jaman kolonial antara lain Masjid Jami (Masjid Agung), Gereja (Alun2, Kayutangan dan Ijen) serta Klenteng di Kota Lama. Malang juga menjadi pusat pendidikan keagamaan dengan banyaknya Pesantren dan Seminari Alkitab yang sudah terkenal di seluruh Nusantara

4. Seni budaya

Kekayaan etnik dan budaya yang dimiliki Kota Malang berpengaruh terhadap kesenian tradisional yang ada. Salah satunya yang terkenal adalah Tari Topeng, namun kini semakin terkikis oleh kesenian modern. Gaya kesenian ini adalah wujud pertemuan gaya kesenian Jawa Tengah (Solo, Yogya), Jawa Timur-Selatan (Ponorogo, Tulungagung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi). Untuk mengetahui lebih jauh tentang daerah2 lain disekitar Kota Malang silahkan kunjungi : Daerah Sekitar Kota Malang

5. Bahasa

Bahasa Jawa dialek Jawa Timuran dan bahasa Madura adalah bahasa sehari-hari masyarakat Malang. Dikalangan generasi muda berlaku dialek khas Malang yang disebut 'boso walikan' yaitu cara pengucapan kata secara terbalik, contohnya : seperti Malang menjadi Ngalam. Gaya bahasa di Malang terkenal kaku tanpa unggah-ungguh sebagaimana bahasa Jawa kasar umumnya. Hal menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa-basi

6. Pendatang

Kebanyakan pendatang adalah pedagang, pekerja dan pelajar / mahasiswa yang tidak menetap dan dalam kurun waktu tertentu kembali ke daerah asalnya. Sebagian besar berasal dari wilayah disekitar Kota Malang untuk golongan pedagang dan pekerja. Sedang untuk golongan pelajar / mahasiswa banyak yang berasal dari luar daerah (terutama wilayah Indonesia Timur) seperti Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur, Irian Jaya, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan.

d. Visi dan Misi kota Malang

Visi merupakan sesuatu yang ingin dicapai ke depan dalam jangka waktu tertentu yang menjadi arah pencapaian bagi seluruh stakeholder. Visi adalah cita-cita atau impian yang ingin di wujudkan di masa depan. Visi kota Malang adalah “Kota Malang Bermatabat” Hakekat Bermatabat: Perwujudan dan Implementasi dari Kewajiban dan Tanggung Jawab Manusia Sebagai Khalifah, Kepada Masyarakat yang Dipimpin. Bermartabat Merujuk Pada Sebuah Nilai Harga Diri Kemanusiaan, yang Memiliki Arti Kemuliaan. Baldatun thoyiban wa robbun ghofur: Tercipta Situasi, Kondisi, Tatanan Dan Karakter Yang Mulia Bagi Kota Malang Beserta Segenap Masyarakatnya.

Misi:

1. Meningkatkan akses dan kualitas pendidikan, kesehatan dan layanan dasar lainnya bagi semua warga.

2. Mewujudkan kota produktif dan berdaya saing berbasis ekonomi kreatif, keberlanjutan dan keterpaduan.
3. Mewujudkan kota yang rukun dan toleran berazaskan keberagaman dan keberpihakan terhadap masyarakat rentan dan gender.
4. Memastikan kepuasan masyarakat atas layanan pemerintah yang tertib hukum, profesional dan akuntabel.

e. Tri Bina Cita Kota Malang

Dalam salah satu Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962 ditetapkan Kota Malang sebagai :

1. Kota Pelajar / kota pendidikan

Kota Malang dipenuhi oleh berbagai sekolah, kampus perguruan tinggi, lembaga pendidikan non formal atau tempat-tempat kursus, serta sejumlah pondok pesantren. Selain itu juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang cukup memadai seperti tempat pemondokan, toko buku, super market, plaza, pusat pelayanan kesehatan masyarakat serta fasilitas penunjang lainnya yang tak kalah penting adalah adanya angkutan umum (transpotasi) yang tersedia ke penjuru kota (memiliki 25 jalur), yang menghubungkan 3 (tiga) terminal yang ada di Kota Malang, yaitu terminal Arjosari (arah Surabaya), terminal Gadang (arah Blitar), terminal Landungsari (arah Jombang/Kediri). Krisis ekonomi yang berkepanjangan membawa dampak ekonomi yang sangat berat bagi warga Kota Malang. Hal ini ditandai dengan meningkatnya angka pengangguran dan

menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Namun dengan segala keyakinan dan senantiasa memanjatkan doa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, maka krisis yang berkepanjangan ini sedikit-demi sedikit dapat teratasi. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi krisis tersebut adalah dengan menciptakan lapangan kerja dan usaha yang seluas-luasnya serta menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar kerja.

2. Kota Industri

Kota Malang sejak dulu sangat dikenal dengan industri rokok kreteknya. Diversifikasi produk industri kecil dan menengah yang mulai bangkit sejak berlangsungnya krisis ekonomi, masih memerlukan bimbingan dalam hal peningkatan mutu, teknis dan penanam modal untuk mempercepat pemulihan pembangunan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan, serta untuk perkembangannya di masa mendatang. Sedangkan industri besar yang ada di Kota Malang masih perlu adanya wahana untuk diperkenalkan secara luas, sehingga semakin mendukung produktivitas Kota Malang sebagai Kota Industri.

3. Kota Pariwisata

Dengan potensi alam dan sejarah yang dimiliki oleh Kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan-bangunan kuno peninggalan Belanda, Kota Malang layak menjadi tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Berbagai pilihan tempat perbelanjaan, baik yang bersifat tradisional maupun modern

yang tersebar di berbagai penjuru kota sangat menunjang Kota Malang sebagai Kota Pariwisata. Perkembangan pusat-pusat perbelanjaan modern ini seiring dengan perkembangan kawasan perumahan yang melaju dengan pesat seakan tidak ada lagi lahan yang tersisa di Kota Malang. Di era otonomi daerah dan era globalisasi saat ini upaya pembangunan di segala bidang yang telah dilaksanakan merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi dan peran Kota Malang dalam percaturan hubungan antar Kota, antar Propinsi, maupun antar Bangsa. Sekaligus merupakan sebuah peluang dan harapan yang bisa memberi manfaat bagi masyarakat Kota Malang sendiri.

Ketiga pokok tersebut menjadi cita-cita masyarakat Kota Malang yang harus dibina. Oleh karena itu kemudian disebut. Ketiga pokok juga merupakan potensi daerah yang memiliki nilai jual dan daya saing baik di tingkat regional maupun nasional. Dalam era globalisasi dunia pendidikan menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi perubahan yaitu dengan adanya tuntutan masyarakat memperoleh fasilitas pendidikan yang baik dan berkualitas. Upaya yang dilaksanakan adalah dengan menciptakan visi dan misi pendidikan Kota Malang, menjalin mitra dengan lembaga perguruan tinggi baik dalam bidang pengkajian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dalam pengembangan kualitas Kota Malang pada umumnya.

f. **Keadaan Geografi**

Kota Malang yang terletak pada ketinggian antara 440 – 667 meter di atas permukaan air laut, merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak $112,06^{\circ}$ – $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ – $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kec. Karangploso Kabupaten Malang
 2. Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
 3. Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
 4. Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang
- Serta dikelilingi gunung-gunung :

1. Gunung Arjuno di sebelah Utara
2. Gunung Semeru di sebelah Timur
3. Gunung Kawi dan Panderman di sebelah Barat
4. Gunung Kelud di sebelah Selatan

g. **Iklim**

Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2008 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara $22,7^{\circ}\text{C}$ – $25,1^{\circ}\text{C}$. Sedangkan suhu maksimum mencapai $32,7^{\circ}\text{C}$ dan suhu minimum $18,4^{\circ}\text{C}$. Rata kelembaban udara berkisar 79% –

86%. Dengan kelembaban maksimum 99% dan minimum mencapai 40%. Seperti umumnya daerah lain di Indonesia, Kota Malang mengikuti perubahan putaran 2 iklim, musim hujan, dan musim kemarau. Dari hasil pengamatan Stasiun Klimatologi Karangploso Curah hujan yang relatif tinggi terjadi pada bulan Pebruari, Nopember, Desember. Sedangkan pada bulan Juni dan September Curah hujan relatif rendah. Kecepatan angin maksimum terjadi di bulan Mei, September, dan Juli.

h. Keadaan Geologi

Keadaan tanah di wilayah Kota Malang antara lain :

1. Bagian selatan termasuk dataran tinggi yang cukup luas, cocok untuk industri
2. Bagian utara termasuk dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian
3. Bagian timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan kurang subur
4. Bagian barat merupakan dataran tinggi yang amat luas menjadi daerah pendidikan

Jenis Tanah

1. Alluvial kelabu kehitaman dengan luas 6,930,267 Ha.
2. Mediteran coklat dengan luas 1.225.160 Ha.
3. Asosiasi latosol coklat kemerahan grey coklat dengan luas 1.942.160 Ha.
4. Asosiasi andosol coklat dan grey humus dengan luas 1.765,160 Ha

Struktur tanah pada umumnya relatif baik, akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian adalah penggunaan jenis tanah andosol yang memiliki

sifat peka erosi. Jenis tanah andosol ini terdapat di Kecamatan lowokwaru dengan relatif kemiringan sekitar 15 %.

Situs penelitian

1. Ijen Boulevard

Jalan besar Ijen atau boulevard Ijen merupakan jalur hijau yang dihiasi bunga bougenvil dan pohon palem dengan latar belakang perumahan bergaya kolonial Belanda. Terdapat juga museum TNI yang menyimpan senjata tradisional dan modern yang pernah dipakai pada perang kemerdekaan

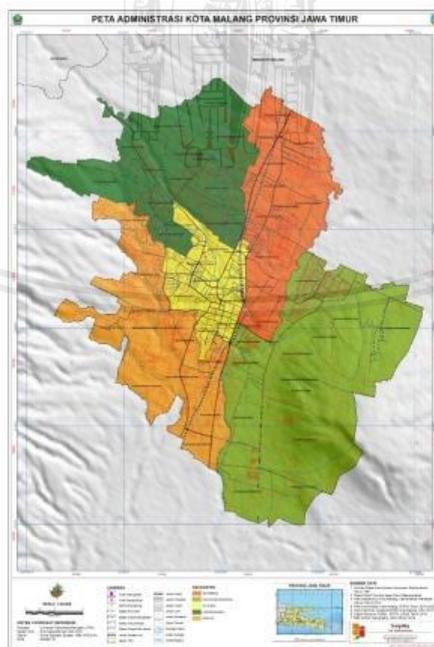
2. Kayutangan

Kayutangan (Kajoetangan) banyak terdapat di buku laporan Belanda tahun 1890 hingga masih diucapkan sampai sekarang. Kompleks pertokoan di sepanjang Jalan Kayutangan (sekarang Jalan Basuki Rahmad) mulai dari pertigaan depan PLN sampai di depan Gereja Katolik Kayutangan dibangun antara tahun 1930-1940, yang saat itu bergaya atap datar dan berbentuk kubus. Sampai sekarang kompleks pertokoan ini masih relatif terjaga keasliannya. Sekitar 1960-1970-an pertokoan itu membuat pusat keramaian di Kota Malang dengan ragam usaha. Antara lain, perdagangan umum, perkantoran, gedung bioskop, pakaian jadi, kelontong, dan lain-lain. Di sepanjang Jalan Kayutangan terdapat perempatan yang terkenal, yang dulu sering disebut perempatan Rajabaly. Yang menarik adalah keunikan bentuk arsitektur pertokoannya yang terdapat tepat di perempatan Jalan Kayutangan (sekarang Jalan Basuki

Rahmat, Jalan Kahuripan, dan Jalan Semeru).Pertokoan itu dibangun pada tahun 1936 oleh arsitek *Karel Bos*. Bentuk kembar bangunan sebelah kanan dan kiri itu bukan hanya menggambarkan pintu gerbang menuju Jalan Semeru, tapi menurut beberapa tokoh masyarakat di sana, bangunan kembar tersebut terinspirasi dari sang arsitek yang baru dikaruniai putra kembar.

3. Kawasan balaikota

Gedung Balai Kota adalah salah satu gedung berarsitektur kolonial Belanda yang terletak di lingkaran jalan Tugu Malang dan merupakan gedung peninggalan pemerintah Belanda. Gedung ini tampak menarik dan mudah di temui karena berda di jantung Kota Malang dan menjadi salah satu icon Kota Malang



Gambar 4.1 Peta Administrasi Kota Malang

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang 2019.

B. Penyajian Data dan fokus penelitian

1. Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Malang

Kota Malang adalah kota Pariwisata yang sudah terkenal sejak lama dan memiliki citra yang bagus bagi wisatawan domestik, khususnya juga bagi wisatawan mancanegara. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, diketahui beberapa motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang. Motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang sangat beragam, seperti dipaparkan oleh beberapa informan dalam uraian berikut.

a. *Physical or physiological motivation* (motivasi bersifat fisik atau fisiologis)

Berkunjung ke sebuah destinasi baru tentu saja memberikan sesuatu hal baru bagi wisatawan mancanegara. Rasa relaksasi dan nyaman pada saat mengunjungi sebuah destinasi wisata tidak dapat di rasakan di semua tempat. Begitu juga dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang, wisatawan yang datang tidak hanya menghabiskan waktu di suatu objek tetapi mereka juga ingin merasakan kepuasan secara fisik. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...I want to know the culture here, want to explore something new and get something refresh in my holiday. Its really nice and relax for my body not too busy like jakarta the city i stop before and really has a good time here and will revisit here if i come to indonesia again....” (“....saya ingin mengetahui budaya yang ada disini, ingin mengetahui sesuatu dan mendapatkan hal baru di liburan ku, Kota Malang sangatlah bagus,

relax, membuat saya *refresh* dan Kota Malang tidak terlalu ramai seperti Jakarta yang saya kunjungi sebelumnya. Tentu saya akan datang kembali ke Kota Malang jika berkesempatan datang ke Indonesia lagi....”), (wawancara dengan Max salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Turkey, Pada hari Selasa 26 Maret 2019, Pukul 15.00)

Dalam wawancara tersebut wisatawan yang Berasal dari Turki tersebut mengungkapkan bahwa Kota Malang adalah kota yang yang bagus serta dapat menenangkan baginya. Selain kotanya bagus dan dapat menenangkan, Kota Malang juga dianggap tidak terlalu besar dan tidak terlalu sibuk seperti kota besar yang ada di Indonesia dan hal tersebut membuatnya senang untuk kembali lagi ke Kota Malang jika dia mempunyai kesempatan di lain waktu. Kota Malang juga merupakan destinasi wisata yang cukup mempunyai citra baik di mata wisatawan mancanegara hal tersebut juga di buktikan dalam wawancara dengan wisatawan mancanegara yang lainnya dapat dilihat dari wawancara berikut.

“...I search in internet before taking holiday and i look up country cheap to travel and safe for solo female traveler then Indonesia in really high on the list and after some searching i decide to go to Indonesia and here just randomly but i have main destination, and i feel comfort here, good ambience so greeny here and i love the friendly people here...” (“... saya mencari info di internet sebelum liburan dan saya mencari negara yang cukup murah dan aman untuk female solo traveler lalu Indonesia ada di urutan yang paling atas setelah mengumpulkan info saya memutuskan untuk pergi ke Indonesia dan di Indonesia saya sangat random tetapi saya memilih Malang karena saya nyaman disini mempunyai suasana yang bagus, kotanya sangat hijau dan saya sangat menyukaik eramahannya orang-orang yang ada disini...”), (wawancara dengan Anya salah

satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Netherland pada hari rabu 13 Maret 2019, pukul 19.00)

Hasil wawancara dengan salah satu wisatawan mancanegara berasal dari Jerman yang bernama Anya tersebut di ketahui bahwa Kota Malang memang mempunyai citra yang bagus dan mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara, selaian mengatakan bahwa Kota Malang adalah kota yang aman bagi *solofemale traveller* dan merasa Kota Malang sangatlah hijau kerana banyak pepohonan, wisatawan mancanegara tersebut mengungkapkan bahwa dirinya merasa nyaman serta merasakan suasana yang bagus di Kota Malang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara berikut.

“...i love walking around here its all about ambience here, for me the hole city is one of big attraction because malang is different with jakarta and sukabumi. I love learning the culture here and see the different people. I think its perry cool spotlight, a small city with interesting atmostphere make me relax and i have a good feeling here i wish i can stay longer here, and its because near bromo too and good city good place too stay a few days before go to bromo its interesting, so far so nice” (“...saya suka berjalan di sekitar sini bagi saya kota malang adalah atraksi wisata yang menarik bagi saya karena malang berbeda dengan kota yang saya kunjungi sebelumnya seperti jakarta dan sukabumi, saya suka mempelajari budaya baru disini melihat kebiasaan orang yang berbeda and aku pikir kota malang adalah kota yang bagus sebuah kota kecil namun membunyai seasana dan atmosphere yang bagus, mempuat saya tenang dan saya mempunyai perasaan suka disini, saya berharap saya bisa stay lebih lama lagi disini dan karena kota mlang dekat dengan bromo dan tempat yang bagus untuk tinggal sebentar disini. Sejauh ini semua tentang malang sangatlah bagus...”), (wawancara dengan Lynda salah satu wisatawan mancanegara dari replublik ceko pada hari rabu 13 Maret 2019, pukul 16.00)

Sesuai hasil wawancara dengan wisatawan mancanegara yang berasal dari Republik Cekoyang bernama Lynda tersebut mengatakan bahwa Kota Malang merupakan kota yang dia sukai karena mempunyai udara dan suasana yang bagus dan meraskan kenyamanan di kota Malang. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber wisatwan mancanegara, peneliti menyimpulkan bahwa Kota Malang merupakan kota yang nyaman dan memberikan rasa relaksasi.



Gambar 4.2 Wisatawan Mancanegara Jl. Besar Ijen
Sumber : Olahan Penulis 2019



Gambar 4.3 Wisatawan di Tugu Malang
Sumber : Olahan Penulis 2019

b. Cultural motivation (motivasi budaya)

Bagi Wisatawan Mancanegara yang datang ke Kota Malang juga tertarik dengan kebudayaan yang ada di Kota Malang,kebudayaan di suatu tempat bisa menjadi berbeda karena hal tersebut setiap kebudayaan yang dimiliki setiap daerah menjadi sesuatu hal yang menarik. Kebudayaan merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi wisatawan mancanegara untuk berkunjung, Hal tersebut dapat dilihat dalam hasil wawancara berikut.

“...Here have so many cultural things and i want to know i,t get to know a new social life, its good for my self and new things in my holiday. This city already so lovely for me, specially the temple tour i went to candi badut, candi jago, and the another i forget the name i visited 5 temple then the old building in ijen street, the old cruch also the tugu malang its really nice to know the history here..” (“... disini mempunyai banyak kebudayaan dan saya ingin mengetahuinya serta kehidupan masyarakat sosial disini. Saya merasa itu bagus untuk diri saya dan hal baru yang ada pada liburan saya. Saya jatuh cinta dengan kota ini dan specialnya lagi tetang tur candi yag saya lakukan, saya mengunjungi 5 candi disini, lalu ada bangunan tua belanda yang ada di jalan ijen, bangunan gereja tua dan daerah sekitar tugu malang, saya sangat suka mengetahui sejarah yang ada disini...”), (wawancara dengan corina salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Perancis pada hari selasa tanggal 2 April 2019)

Dalam wawancara yang dilakukan dengan Corina salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Perancis mengatakan bahwa dia datang ke Kota Malang karena tertarik dengan kebudayaan yang ada di kota malang dengan adanya candi yang di kunjungi dia merasa bahwa hal itu yang menjadikan ketertarikan baginya serta bangunan tua dan gereja tua yang ada di jalan besar ijen dan kawasan kayutangan Selain adanya

bangunan tuaserta candi yang ada di kota malang, tradisi masyarakat sekitar juga menjadi hal yang menarik bagi wisatawan mancanegara itu sendiri. Hal tersebut juga di lihat berdasarkan wawancara berikut ini.

“...Beside malang city is good city and has a good ambience also in here have so many cultural things that i want to learn. i went to temple called candi badutand i going to bird market, around tugu malang and ijen street with the old church there, that place so rich with history and local people tradition im so glad to know it...” (“...selain kota Malang adalah kota yang bagus dan mempunyai suasana yang bagus. Disini juga mempunyai berbagai kebudayaan yang ingin saya pelajari dan ketahui tentang kehidupan sosial masyarakat sekitar. Saya juga mengunjungi candi Badut, pergi ke pasar burung, berjalan di sekitar Tugu Kota Malang dan ke jalan ijen dengan gereja tuanya disana. Tempat-tempat itu sangat kaya akan sejarah dan kebudayaan masyarakat lokal. Saya sangat senang mengetahuinya...”) (wawancara dengan Eric salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Inggris pada hari kamis tanggal 4 April 2019)

Berdasarkan wawancara yang di lakukan dengan wisatawan mancanegara Eric yang berasal dari Inggris dapat di ketahui bahwa banyak sekali kebudayaan dan sejarah yang dapat diketahui sera di pelajari. sejarah yang ada di Kota Malang tidak bisa didapat di daerah lain yang ada di Indonesia, begitupun dengan kebudayaan serta kebiasaan masyarakat lokal yang ada di Kota Malang memepunyai keunikan tersendiri bagi wisatwan Mancanegara seperti kesenian tradisional yang ada di Kota Malang juga menjadikan daya tarik bagi wistawan mancanegara. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini.

“...i really like indonesian food here and Very impressive the historical things in around the city and I love rainbow village so much, i adore it beause its slum location before. Very

beautiful now, and i saw traditional dancing topeng malang and i love it i've never seen it before and the local people make some handcraft its a good things and they are show me how to make it. Thats really nice..." (... saya sangat menyukai makanan indonesia disini serta sejarah yang ada di kota ini sangat mengesankan bagi saya dan saya sangat menyukai kampung warna-warni dimana sebelumnya itu tempat yang kumuh sekarang menjadi sangat indah lalu saya melihat tari tradisional topeng malangan aku anagt menyukainya dan tidak pernah meilihat kesenian seperti itu sebelumnya dan warga lokal yang ada disana membuat kerajinan tangan yang sangat unik serta mereka juga mengajari ku cara membuatnya. Itu sangat menyenangkan...') (wawancara dengan Gamille salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Swedia pada hari Sabtu tanggal 06 April 2019)

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Gamille wisatawan mancanegara yang berasal dari Swedia tersebut dapat diketahui bahwa sejarah dan kebudayaan yang ada di Kota Malang adalah hal yang menarik baginya begipun dengan kesenian tradisional yang dimiliki Kota Malang seperti Tari topeng dan pemahat topeng malang yang ia jumpai adalah hal yang menyenangkan baginya

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa wisatwan mancanegara tersebut dapat diketahui bahwa Kota Malang merupakan kota yang memiliki daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Motivasi utama salah satu wisatawan mananegara untuk berkunjung ke Kota Malang karena sejarah dan kebudayaan yang ada di Kota Malang seperti kesenian tradisional yang dimiliki kota Malang dan didukung juga dengan daya tarik objek wisata seperti candi-candi yang ada di Kota Malang, kampung warna-warni Jodipan,

bangunan-bangunan tua peninggalan zaman penjajahan Belanda yang ada di kawasan jalan besar Ijen, Kayutangan dan kawasan Tugu.

Gambar



4.4

Wisatawan Mancanegara Kampung Jodipan

Sumber : Olahan Penulis 2019

c. Social Motivation atau Interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial)

Berbicara tentang Bangunan Tua pada masa penjajahan Belanda berarti ada sesuatu hal yang menarik bagi wisatawan mancanegara dan mempengaruhi motivasi berkunjung mereka ke Kota Malang, seperti ingin mengetahui sejarah yang ada dibaliknya atau bahkan mengunjungi keluarga atau sekedar melakukan napak tilas. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...I visit the temathic vilage colorful vilagge and the tugu, bird market, ijen street i love the history and the culture, and visited my grand father grief in sukun. I want visit my grandpa grief before it my family live in here and they build a christian

school here...” (“... saya mengunjungi kampung tematik, Tugu Malang, pasar burung dan jalan ijen saya sangat suka sejarah dan kebudayaan yang ada. Dan saya mengunjungi makam kakek saya yang ada di sukun kenapa saya ingin mengunjungi kuburan kakek saya juga di karenakan keluarga saya dulu tinggal di kota Malang dan membangun sekolah keagamaan kristen disini...”) (wawancara dengan Margot salah satu wisatawan mancanegara berasal dari Netherland pada hari selasa tanggal 26 Maret 2019 pukul 14.00)

Berdasarkan informasi yang didapat dari wawancara dengan wisatawan mancanegara bernama Margot yang berasal dari Netherland diketahui bahwa alasan atau motivasi mengunjungi kotanya Malang adalah ingin melihat dan melakukan ziarah ke makam keluarganya yang berada di kecamatan Sukun Kota Malang, wisatawan tersebut mengatakan bahwa sebelumnya keluarganya tinggal di Kota Malang dan keluarganya membangun sekolah kristen di kota Malang sehingga wisatawan tersebut memutuskan mengunjungi Kota Malang. Jika dilihat sejarah yang ada memang pada zaman dahulu banyak sekali orang Belanda yang tinggal di Kota Malang dan banyak juga generasi yang sebelumnya tinggal di Kota Malang lalu berpindah kembali ke negara asalnya sehingga mereka bisa bercerita tentang Kota Malang dan mempengaruhi anggota keluarga yang lain untuk mengunjungi kota Malang. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...i choose Malang city as one of my destination in Indonesia Because the cemetery of our grand father and grand mother, and my family said Malang is the the city in indoneisa that our family lived. so i want to know the city that my old family live in here before and the collorful village and the historical tugu

and anything else i think...” (“... saya memilih kota Malang menjadi salah satu tujuan saya di Indonesia adalah karena saya mengunjungi makam kakek dan nenek saya serta saya ingin mengetahui kota tempat keluarga saya tinggal sebelumnya dan saya suka dengan kampung warna-warni lalu tempat bersejarah Tugu serta ya masi banyak lagi saya pikir...”) (wawancara dengan Ame salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Belanda pada hari selasa tanggal 5 Maret 2019 pukul 11.00)

Dari wawancara dengan wisatawan mancanegara Ame yang berasal dari Netherland juga berkata bahwa alasan yang mendorong wisatawan tersebut mengunjungi Kota Malang adalah ingin mengetahui makam keluarganya yang ada di Kota Malang dan ingin mengetahui bagaimana Kota Malang tempat keluarga tinggal sebelumnya. Bahkan bukan hanya tempat keluarga tinggal sebelumnya namun ada juga yang berkunjung ke Kota Malang yang memang ingin mengunjungi keluarganya yang masih tinggal dan menetap di Kota Malang, hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...I just visit my family here its my graduation holiday. for sure my grandma in here with my uncle they life here because long time a go my grandpa its a teacher in here till the end of his life in here, and my another uncle still in here he’s marriage with indonesian woman and stay in malang he’s has some guest house called John Hauze and i just plan visit the attraction in this city like colorfull vilage tomorrow and candi badut you know and just walking around the tugu and go to bromo tomorrow...” (“... saya mengunjungi keluarga saya disini sekarang adalah liburan dalam rangka kelulusan saya, nenek dan paman saya tinggal disini, mereka tinggal disini karena kakek saya dulu menjadi guru disini sampai masa tuanya dia di sini dan paman saya yang lainnya menikani dengan wanita indonesia yang tinggal disini dan mempunyai usaha guest house yang bernama john Hauze dan i berencana mengunjungi kampung warna warni besok dan aku

mengunjungi candi badut kemaren dan besok aku juga akan pergi ke bromo...” (wawancara dengan Myrthe salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Perancis pada hari senin tanggal 18 Maret 2019)

Dari informasi seperti yang didapat dari wawancara dengan Myrthe salah satu wisatawan mancanegara asal Belanda mengatakan bahwa keluarganya juga masih tinggal disini dan kakeknya dulu juga menjadi guru di kota Malang serta keluarganya juga mempunyai usaha yang bergerak dalam bidang akomodasi yaitu sebuah guest house, karena alasan ingin mengunjungi keluarga itulah dia mengunjungi kota Malang

Berdasarkan dari wawancara beberapa narasumber wisatawan mancanegara tersebut dapat di ketahui bahwa mengunjungi keluarga atau teman juga merupakan alasan yang mendasari mengapa mereka mengunjungi Kota Malang. Tentu hal tersebut juga menguntungkan bagi pariwisata kota malang dengan hal tersebut juga membantu kota malang dapat di ketahui bagi orang-orang di luar sana sehingga dapat menjadi pilihan destinasi wisata bagi wisatwan mancanegara yang ingin mengetahui daerah lain untuk di kunjungi dan tidak terlalu umum bagi mereka.



Gambar 4.5 Wisatawan Mancanegara di TPU Bread Fruit

Sumber : Olahan Penulis 2019

d. Fantasy Motivation (motivasi karena fantasi)

Keuntungan dari terkenalnya Kota Malang sebagai destinasi pariwisata yang unik dan menarik bagi wisatawan mancanegara menimbulkan rasa penasaran dan keingintahuan seseorang. Dengan adanya rasa ingin tahu seseorang munculah ekspektasi bagi seseorang untuk mengunjungi sebuah destinasi tersebut tentunya juga keinginan mendapat sesuatu. Begitu juga dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang, hal tersebut dapat di lihat dari wawancara berikut ini.

“...i choose Malang City and i read malang its nice to stop and enjoy before i go to bromo, and here has a unique cultural and than i can realised from my routine in Big city. i fell calm here, i loved being here...” (“... saya memilih kota Malang dan saya membaca bahwa Kota Malang adalah tempat yang bagus untuk saya nikmati sebelum pergi ke bromo dan saya mersa terlepas dr rutinitas saya di kota besar dan saya merasa tenang...”) (wawancara dengan salah satu wisatwan mancanegara Tessa yang bersal dari Belgium pada hari jumat 22 Maret 2019)

Sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu wisatwan mancanegara Tesaa yang berasal dari Belgium mengatakan bahwa Ia memilih Kota Malang karena ingin lepas dari kejenuhan rutinitas yang di alaminya dan dia merasakan kepuasan berada di Kota Malang serta menjadi tempat yang bagus untuk singgah. Dari hal tersebut dapat penulis mengetahui juga bahwa Kota Malang adalah kota yang dipilih wisatawan mancanegara untuk singgah dan mendapat apa yang mereka inginkan di Kota Malang . Hal tersebut dapat di lihat dari wawancara berikut ini.

“...Because in Germany start a winter so i want to travel out from my country to feel a warm in Indonesia, i got bored with winter and i choose malang city because they said malang city has a good food, good city and culture, cheap pricetag here and nice tourist destination to get new things...” (“...kerena di German mulai musim dingin dan aku ingin berlibur keluar dari negara ku untuk merasakan suasana yang hangat di Indonesia, saya bosan dengan musim dingin dan saya memilih kota Malang karena mempunyai makanan yang enak, kota yang bagus dan kebudayaan yang kaya, harga yang murah dan tujuan yang bagus untuk berlibur untuk mendapatkan hal yang baru...”) (wawancara dengan salah satu wisatawan mancanegara Timm yang berasal dari German pada hari senin tanggal 25 Maret 2019 pukul 16.00)

Dapat diketahui dari hasil wawancara dengan salah satu wisatawan mancanegara bernama Timm yang berasal dari Jerman bahwa di negara asalnya mulai musim dingin sehingga udara disana mulai dingin dan wisatawan tersebut merasa bosan dengan keadaan yang dialaminya. Kecenderungan ingin mendapatkan hal baru serata lepas dari yang kejenuhan dan memberikan rasa hilang pada penasaran. Hal tersebut dapat diketahui dari wawancara berikut ini

“...i plan to discover new experience in the city before and decide in here so if i go back to my country i can tell a new things in my comunity that i’ve already travel around the Indonesia and i going to malang city that not so many people in my circle going here, usually they going to Bali but im different so i can tell them that im first one...” (“... saya mempunyai rencana untuk menemukan pengalaman baru sebelum memutuskan untuk pergi ke Kota Malang jadi ketika saya kembali ke negara saya dan saya bisa menceritakan hal baru di komunitas saya bahwa saya telah berlibur ke Indonesia dan ke tempat dimana tidak semua orang pergi kesini dan saya termasuk org yang pertama dan mereka biasanya hanya pergi ke bali...”) (wawancara dengan salah satu wisatwan

mancanegara Eitiene yang berasal dari perancis pada hari senin tanggal 8 April 2019).

Dari hasil wawancara dengan Eiteine salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari perancis adalah dia berkunjung ke kota malang karena dia ingin menjadi orang yang pertama di komunitasnya yang mengunjungi kota malang dan dia mendapatkan kepuasan secara psikologis ketika bisa menjadi org ang pertama dalam komunitasnya dan dengan mengunjungi kota malang rasa keingintahuannya terpenuhi. Berdasarkan dari wawancara degan beberapa narasumber wisatwawan mancanegara dapat penulis simpulkan bahwa dengan mengunjungi kota malang mereka mendapat apa yang mereka harapkan seperti lepas dari rutinitas yang menjenuhkan dan mendapat kepuasan psikologis dengan tersebut mereka juga mereka mendapatkan nilai prestis



Gambar 4.4 Wisatawan Mancanegara di Jl. Majapahit

Sumber : Olahan Penulis 2019

2. Ketersediaan Komponen Pariwisata dalam mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang

a. Atraksi

Malang adalah salah satu kota di Pulau Jawa yang memiliki berbagai macam keunikan atraksi yang tentunya tidak dapat dijumpai di tempat lain. Keunikan dari atraksi itulah yang merupakan faktor pendorong motivasi wisatawan mancanegara mengunjungi Kota Malang. Semakin populer Kota Malang dengan berbagai atraksi atau destinasi yang dimiliki, membuat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut hasil wawancara dengan beberapa wisatawan mancanegara bahwa keunikan atraksi yang terdapat di Kota Malang mampu menarik minat mereka (wisatawan mancanegara) yang berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dalam hasil wawancara berikut:

“...Atraksi Kota Malang adalah heritage yang kita miliki dan memang minat mereka wisatawan mancanegara kepada wisata heritage Kota Malang dan perkembangan minat wisatawan tujuannya memang culture dan heritage sehingga kita kembangkan itu, untuk spot heritage dan culture yang ada di kota malang adalah daerah kayu tangan, tugu, sekitaran balaikota, kampung kampung tematik, candi, museum dan ijen...” (wawancara dengan kepala bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang pada hari Senin tanggal 25 februari 2019 pukul 10.00)

Berdasarkan dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa *wisataculture* dan *heritage* adalah daya tarik utama dari Kota Malang. Wisatawa *culture* dan *heritage* tersebut tersebar dikawasan Tugu dan balaikota Kota Malang, Kayu Tangan, Jalan besar Ijen dan Museum-

museum, beberapa candi yang ada di Kota Malang dan kampung-kampung tematik yang ada di Kota Malang, serta keseharian dan kebudayaan masyarakat Kota Malang adalah salah satu atraksi yang menarik bagi mereka. Hal tersebut juga di sampaikan oleh pelaku usaha tour & travel seperti wawancara berikut ini

“...Di samping bromo ya ini sih mereka suka heritage kota Malang kebudayaan kota Malang dan masyarakatnya, mereka tertarik tentang topeng malangan sama local food keripik tempe bakso soto gado gado malah ga mau di kasi makan pasta sama yang vegetarian ya gado gado, Kota Malang juga seharusnya di bikin heritaganya lebih menarik ya, kalau bawa tamu yang dari Eropa ke Ijen boulevard dan jalan ke daerah Tugu Balai Kota alun-alun sana mereka senang dan exited, terus mereka juga takjub banget sama kampung warna-warni jodipan...” (wawancara dengan Enggar salah satu pegawai/guide pelaku usaha Smartine tour and travel yang melayani wisatawan mancanegara pada hari senin tanggal 03 Maret 2019)

Menurut hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Kota Malang mempunyai atraksi yang menarik bagi wisatawan mancanegara yang mengandung unsur budaya dan heritage. Tidak dipungkiri lagi jika Kota Malang adalah kota yang mempunyai kebudayaan yang unik bagi wisatawan mancanegara. Serta mempunyai cerita sejarah yang membuat mereka ingin tahu akan hal itu juga diakui oleh wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang

“...going to rainbow village yesterday so much culture there people in there show to me what is topeng malangan and the museum, ijen street and around the tugu i loved the historical and the culture here, the old building while the dutch here its interesting enough and i going to bird and flowers market i saw a local people interaction there than tomorrow will visited badut temple and go to bromo...” (“... saya mengunjungi

kampung warna-warni kemaren disana kaya akan kebudayaan dan waraga lokal disana menunjukkan saya apa itu topeng malangan dan saya mengunjungi museum jalan ijen dan sekeliling Tugu Kota Malang saya sangat suka sejarah yang ada lalu kebudayaan yang dimiliki bangunan tua masa belanda juga menarik bagi saya lalu saya mengunjungi pasar burung dan pasar bunga disana saya melihat interaksi warga lokal disana dan besok saya akan ke candi badut lalu ke bromo...”) (wawancara dengan Birgit wisatawan asal US pada hari Selasa tanggal 26 Maret 2019)

Sesuai dengan wawancara dengan salah satu wisatawan mancanegara Birgit yang berasal dari US diketahui bahwa kota malang memiliki banyak atraksi pariwisata yang menarik bagi wisatawan mancanegara, selain dengan adanya gunung bromo yang juga dapat menarik datangnya wisatwan mancanegara ke kota malang, ternyata bagi wisatwan mancanegara kota malang memiliki atarksi yang menarik yaitu Jalan besar ijen yang di kenal mempunyai banyak bangunan tua peninggalan zaman belanda, kawasan kayutangan dengan gereja tua dan toko-toko tua, sekitar Tugu Kota malang yang merupakan pemerintahan di Kota Mlanag dari zaman penjajahan belanda sampai saat ini juga menarik bagi wisatwan mancanegara bahkan candi badut yang ada di kota malang juga mampu menarik wisatawan mancanegara yang peneliti jumpai dan kota Malang mempunyai atraksi wisata yang cukup terkenal juga bagi wisatwan mancanegara yaitu wisata kampung warna warni beserta kesenian yang di miliki kota malang yaitu topeng malangan.

Berdasarkan wawancara dari beberapa narasumber tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa kota Malang mempunyai atraksi yang menarik bagi wisatawan mancanegara. Khususnya atraksi Budaya dan sejarah atau yang di sebut Culture and heritage. Dengan adanya atraksi yang menarik tersebut munculah dorongan utnuk mengunjungi kota Malang.



Gambar 4.7 Wisatawan Mancanegara di Kampung Jodipan

Sumber : Olahan Penulis 2019

b. Aksesibiitas

Kota Malang sebagai kota pariwisata dengan jumlah kunjungan wisatawannya yang semakin meningkat setiap tahunnya, haruslah ditunjang dengan aksesibilitas yang baik menuju destinasi destinasi wisata yang dimiliki Kota Malang. Menurut hasil petikan wawancara dengan beberapa wisatawan mancanegara bahwa aksesibilitas yang terdapat di Kota Malang mampu menarik minat mereka (wisatawan mancanegara) yang berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dalam hasil wawancara berikut:

“...ya kalau aksesibilitas untuk ke Kota Malang dan di kota Malang sih menurut saya sudah cukup mudah dan bagus ya, kerena untuk menuju kota malang ini kan gampang ada kereta ada pesawat ada bus juga kan dan di kota malang pun ada transportasi umum yang cukup memadai sekarang juga di tambah ada grab dan gojek ya transportasi online itu juga kan. Dan ya kalau sama PT KAI ya kita Disbudpar Kota Malang ya strandart aja si koordinasi ya bersinergi gitu aja, sama Bandara Malang kan ya langsung Jatm yang handle ya kita kan ga punya fungsi pengawasan kita hanya pembinaan aja dan kalau tour kelilingan kita punya MACITO...” (wawancara dengan pak Agung Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata pada hari senin tanggal 25-02-2019)

Dari wawancara diatas dapat di ketahui bahwa akses menuju Kota Malang sudah cukup baik serta wisatawan mancanegara juga mendapat banyak pilihan untuk menuju Kota Malang dan di dalam koa Malang pun wisatawan mancanegara mendapat kemudahan dari segi aksesibilitas, bahkan untuk sekedar keliling menikmati kota malang pemerintah kota Malang menyediakan bus atau biasa di sebut Malang City Tour, kemudahan dalam segi aksesibilitas juga dikatakan oleh pelaku usaha tour & travel. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...mereka (wisatawan mancanegara) kalau dikota malang sih ya selama ini yang kita tau sih mereka ga pernah komplain sih soal aksesibilitas mereka di sini juga rata rata menikmati kendaraan yang ada kayak ojek online, angkot biru itu malah mereka juga seng jalan kaki masuk masuk gang melihat-lihat rumah warga lokal kadang juga nyobain becak dan kalau akses untuk ke kota Malang juga mereka banyak kereta, bus dari surabaya dan juga pakai pesawat juga ada...” (wawancara dengan Enggar pelaku usaha tour & travel smartine pada hari Senin tanggal 04 Maret 2019)

Dapat dilihat dari wawancara dengan pelaku *tour* dan *travel* bahwa wisatawan mancanegara mendapat kemudahan aksesibilitas di kota Malang. Beragamnya pilihan transportasi yang mudah dijangkau bagi wisatawan mancanegara tersebut juga dapat menarik minat wisatawan mancanegara untuk datang. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.



“...with my friends here from surabaya and by bus to get here and I walking around and use the mini blue bus its cheap dan i get move little bit far, also i use online transportation, its good make me easier to get strolling around the city and than i want to try tourism bus that the color is green but i didn't get it, i miss the scheedule. In first time i want to rent some scooter or car but malang city its not too big so i think the public transportation is enough...” (“... dengan teman saya dan menggunakan bus untuk datang ke Kota Malang dan saya berjalan untuk berkeliling and menggunakan angkot kecil berwarna biru cukup murah dan bisa mengantarkan saya dengan jarak yang cukup jauh juga saya menggunakan transportasi online yang ada semuanya cukup bagus dan memudahkan saya untuk berkeliling kota dan saya ingin mencoba menggunakan bus pariwisata yang berwarna hijau namun saya tidak bisa karena saya tertinggal dengan jadwal yang ada, di awal saya ingin menyewa sebuah motor atau mobil tapi ternyata Kota Malang tidk lah begitu besar maka saya pikir angkutan umum sudah cukup...”) (wawancara dngan salah satu wisatawan mancanegara yang bernama limmo yang berasal dari Jerman pada hari senin tanggal 25 Maret 2019)

Wawancara dengan wisatwan mancanegara bernama Limmo yang berasal dari Jerman tersebut peneliti mendapatkan infomasi bahwa aksesibilitas yang ada di Kota Malang sudah cukuo memudahkan wisatawan yang ada di Kota Malang

Gambar 4.8 Stasiun Kota Malang

Sumber : Olahan Penulis 2019

c. Amenitas

Wisatawan yang berkunjung ke suatu daya tarik wisata tentu membutuhkan fasilitas penunjang selama mereka berada disana. Ketersediaan fasilitas penunjang bagi wisatawan merupakan hal yang sangat penting, Menurut hasil petikan wawancara dengan beberapa wisatawan mancanegara bahwa amenities yang terdapat di Kota Malang mampu menarik minat mereka (wisatawan mancanegara) yang berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dalam hasil wawancara berikut:

“...ya saya kira kalau soal hotel dan restaurant juga sudah banyak ya di Kota Malang sudah banyak variasi lah dan juga berbagai pilihan harga, restaurant dan juga rumah makan apa lagi banyaknya dari yang tradisional sampai modern saya kira juga ada. Kalau peranan Disbudpar Kota Malang sendiri ya kita tidak punya fungsi pengawasan dan hanya pembinaan seperti PHRI gitu gitu saja kalau toko oleh oleh juga banyak oleh oleh makanan souvenir juga ada banyak di kota malang...”
(wawancara dengan pak Agung Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata pada hari senin tanggal 25-02-2019)

Sesuai dengan hasil wawancara dnegan Kabid pemasaran Disbudpar Kota Malang diketahui bahwa amenities di Kota Malang sudah cukup bagus. Banyak usaha perhotelan dan restaurant yang ada di Kota Malang mulai dari *homestay*, *guesthouse*, *restaurant*, rumah

makan serta toko oleh-oleh. Berbagai fasilitas pendung sudah tersedia bagi wisatawan mancanegara. peran serta pengusaha dalam bidang pariwisata juga tidak kalah penting dalam menyediakan fasilitas penunjang bagi kebutuhan wisatwan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...turis itu mereka sangat well prepared ya rata rata mereka melalkukan online booking biasanya lewat lonely planet kadang juga booking.com atau traveloka, ada juga yang langsung datang kesini juga dan kalau pilihannya sih di Kota Malang banyak ya. Rata rata yang kesini sih sudah booking online dan kalau makan sih mereka bisa milih banyak tempat disini biasanya mereka itu breakfast di hostel lalu pergi jalan terus nyari snack di toko oen itu atau biasanya makan di warung-warung jalan terus kadang mereka itu ke restaurant inggil dan restaurant melati atau ga java dancer buat chilling, ga pernah sih mereka komplain soal hal itu kalau saya tanyain...”(wawancara dengan Enggar salah satu pegawai pelaku usaha Smartine tour and travel yang melayani wisatawan mancanegara pada hari senin tanggal 03 Maret 2019)

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pegawai pelaku usaha *tour & travel* yang ada di Kota Malang di ketahui bahwa fasilitas pendung yang ada di Kota Malang sudah cukup baik. wisatawan pun mendapat kemudahan untuk merencanakan liburan mereka melalui booking online yang dapat mereka akses. Kemudahan mendapat fasilitas penunjang pariwisata tersebut juga menjadi pertimbangan bagi wisatawan mancanegara dalam memilih destinasi wisata mereka. Hal tersebut juga di ungkapkan oleh salah satu wisatawan yang berhasil peneliti wawancari dapat di lihat seperti berikut ini.

“...yea its a good city a good restaurant here and i stayed in hotel i booked from booking.com and i feel statisfying with the

service friendly staff in every restaurant i visit and in hotel i stayed. And the taste of the food is really good here...” (“... ini adalah kota yang bagus yang mempunyai restaurant yang bagus dan hotel yang saya pesan lewat booking.com dimana tempat saya tinggal juga bagus. Saya merasa puas dengan pelayanan yang ada, dan semua pegawai di hotel dan di resataurant yang saya kunjungi juga ramah dan rasa makanan indonesia sangatlah enak..”) (wawancaradengan salah satu wisatawan mancanegara yang berasal dari Jerman bernama Climont pada hari Selasa tanggal 13 Maret 2019)

Sesuai dari wawancara dengan salah satu wisatawan tersebut peneliti mendapat info bahwa dia merasa puas dan mendapat kemudahan dengan adanya fasilitas penunjang pariwisata di Kota Malang. Berbagai fasilitas penunjang pariwisata sudah tersedia di Kota Malang dan sudah menjadi kebutuhan seorang wisatawan adalah hotel untuk mereka tinggal dan *restaurant* untuk mereka membeli makanan dan minuman atau sekedar mereka bersantai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, peneliti menyimpulkan bahwa amenitas atau fasilitas pendukung yang ada di Kota Malang sudah cukup baik. Sudah tersedia berbagai pilihan *homestay*, *hostel*, *hotel*, *restaurant*, *warung makan*, *cafe* dan tempat oleh-oleh. Segala fasilitas penunjang yang tersedia di kota Malang sebagai kota yang menjadi destinasi Wisata yang tak pernah sepi dari Wisatawan Mancanegara, dinilai sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang



Gambar 4.9 Wisatawan Mancanegara di Java Dancer

Sumber : Olahan Penulis 2019



Gambar 4.10 Wisatawan Mancanegara di Rani Guest House

Sumber : Olahan Penulis 2019

d. Ancillary Service(Pelayanan Tambahan)

Kota Malang sebagai kota pariwisata dengan jumlah kunjungan wisatawannya yang semakin meningkat setiap tahunnya, tentu harus dilengkapi dengan *ancillary service* atau fasilitas bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang. Menurut hasil petikan wawancara dengan beberapa wisatawan mancanegara bahwa *ancillary aervice* yang terdapat di Kota Malang mampu menarik minat mereka (wisatawan mancanegara) yang berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dalam hasil wawancara berikut:

“...kalau soal informasi ya wisatawan mancanegara dapat mereka akses di internet juga sudah mudah, sudah banyak juga informasi tentang kota Malang kan. Kalau soal TIC ya di sini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Malang dan yang di alun-alun itu cukup kecil sih memang, ya memang kurang layak juga, ya semoga wisatawan mancanegara bisa terbantu dengan adanya internet dan kalau untuk keamanan kota Malang ini cukup aman bagi saya untuk wisatawan mancanegara...” (wawancara dengan Pak Agung Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata pada hari Senin tanggal 25-02-2019)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabid Pemasaran Disbudpar Kota Malang dapat peneliti ketahui bahwa memang TIC atau *Tourism Information Center* yang dimiliki Kota Malang kurang memadahi mengingat keberadaannya TIC ini cukup penting dalam membantu wisatawan mancanegara dalam mendapatkan informasi. Tetapi selama ini wisatawan mancanegara tertolong dengan adanya internet sehingga mereka bisa mandiri untuk mencari informasi yang diinginkan serta untuk keamanan kota Malang juga sudah cukup aman. Hal tersebut juga di katakan oleh salah satu pegawai pelaku usaha *tour & travel* yang ada di kota Malang berikut ini.

“...mereka juga biasanya minta antarkan untuk city tour sih karena mereka kadang ada yang bingung untuk jalan dan rutenya kalau mereka minta antarkan kita juga antarkan dengan guide kita atau kalau mereka mau sendiri gitu kita kasih map kita kasih instruksi gitu kesini kesininya gitu karena kadang mereka kesusahan sudah jalan nyari TIC kadang mereka ga nemu juga makanya mereka kadang balik untuk minta maps dan instruksi...”

Sesuai dengan hasil wawancara dengan pegawai pelaku usaha *tour & travel* peneliti mendapat informasi bahwa terkadang wisatawan

mancanegara kesulitan untuk mendapatkan informasi atau sekedar untuk mendapatkan *print maps* untuk membantu memberi referensi bagi wisatawan mancanegara. meskipun sudah ada jasa tour & travel kebanyakan wisatawan mancanegara ingin berkeliling dan mengexplore kota Malang dengan dirinya sendiri. Kesulitan tersebut juga di sampaikan oleh salah satu wisatawan yang peneliti wawancarai. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut ini.

“...So far its nice but its too hard to know about tourism information here and i didn't get the maps copy then i ask to my hotel to give me some maps copy and the public transportation already good but still need to develop here and some people they cant talk english its lil bit hard for me to get the information while im asking to them...” (“...sejauh ini Kota Malang sudah bagus tapi sangat susah untuk menemukan pusat informasi pariwisata disini dan saya sangat susah untuk mendapatkan peta sampai pada akhirnya saya memindah di hotel saya untuk memberikan peta untuk membantu saya dalam berkeliling kota malang dan transportasi umum sudah lumayan bagus namun perlu di tingkatkan, terkadang juga beberapa orang yang aku jumpai dan aku bertanya juga mereka tidak bisa bahasa inggris jadi itu sedikit susah...”) (wawancara dengan corina salah satu wisatawan mancanegara berasal dari perancis pada hari selasa tanggal 2 April 2019)

Sesuai dengan wawancara di atas peneliti mengetahui bahwa terkadang wisatawan mancanegara kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan adanya TIC atau *Touris Information Centre* yang kurang memadai di Kota Malang ternyata cukup memberi kesulitan tersendiri bagi wisatawan mancanegara di kota Malang. Serta tidak semua warga yang ada di kota Malang pun dapat mengerti dan berbicara bahasa asing juga sedikit menjadi kendala

bagi Wisatawan Mancanegara, meskipun semuanya telah bagus bagipara Wisatawan Mancanegara yang peneliti jumpai

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, maka peneliti menyimpulkan bahwa komponen *ancillary service* yang tersedia bagi wisatwan mancanegara tidak cukup baik. Pelaku usaha perhotelan mungkin sudah menyiapkan namun tidak begitu mendukung kesediaannya da juga pihak pemerintah Kota Malang atau dinas kebudayaan memiliki TIC atau *Tourism Information Centre* namun juga tidak cukup baik.



Gambar 4.11 TIC Kota Malang

Sumber : Malang Today 2019

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Malang

Kota Malang merupakan salah satu destinasi pariwisata di Provinsi Jawa Timur yang tak pernah sepi dari kunjungan wisatwan mancanegara. Kota Malang mempunyai keunikan tersendiri bagi wisatawan mancanegara, setiap kunjungan wisatawan mancanegara ke

Kota Malang selalu mempunyai alasan tersendiri, alasan atau motivasi itulah yang mendorong wisatawan akan melakukan perjalanan. Motivasi merupakan keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan (Dharmneta dan Handoko, 1982). Berikut adalah bukti tabel wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Malang sesuai data yang peneliti dapatkan di lapangan :

Tabel 4.1 Data wisatawan mancanegara

No	Nama	Asal	Motivasi/alasan berkunjung
1	Charlotte	Germany	Physical Motivation
2	Chatarina	Perancis	Physical Motivation
3	Climont	Germany	Culture Motivation
4	Lynda	RepublikCeko	Physical motivation
5	Anya	Netherland	Physical motivation
6	Myrthe	Netherland	Social Motivation
7	Lotte	Finland	Culture Motivation
8	Tessa	Belgium	Fantasy Motivation
9	Darek Paul	Canada	Culture Motivation
10	Timm	Germany	Fantasy Motivation
11	Limmo	Germany	Fantasy Motivation
12	Margo	Netherland	Social Motivation
13	Ame	Netherland	Social Motivation
14	Birgit	US	Culture Motivation
15	Max	Turkey	Physical motivation
16	Corina	Perancis	Culture Motivation

17	Eric	UK	Culture Motivation
18	Etiene	Perancis	Fantasy Motivation
19	Gamille	Swedia	Culture Motivation

Sumber : Olahan Penulis (2019)

Informan dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang pada saat bersamaan sedang berwisata di Kota Malang. Dalam penelitian ini jumlah wisatawan mancanegara yang bisa dijadikan sebagai informan berjumlah 19 orang wisatawan mancanegara. Dari tabel di atas dapat di ketahui jumlah wisatwan yang berasal dari Jerman adalah 5 orang, dari Perancis 3 orang, dari Netherland 4 orang, dari Republik Ceko 1 orang, dari Finland 1 orang, dari Canada 1 orang, dari US 1 orang, dari UK 1 orang, dari Swedia 1 orang dan yang terakhir dari Turki 1 orang. Wisatawan mancanegara tersebut datang dengan berbagai motivasi yang mendorong mereka untuk ke Kota Malang.

a. *Physical or physiological motivation* (motivasi bersifat fisik atau fisiologis)

Physical motivatioan atau motivasi yang bersifat fisik adalah kecenderungan seseorang untuk ingin mendapatkan relaksasi dan kenyamanan dengan baru bersantai bahkan alasan kesehatan pun dapat menjadi salah satu dorongan dalam mengunjungi sebuah destinasi. Dalam konteks pariwisata, *physical motivation* dapat dikategorikan ke dalam kegiatan yang menyenangkan bagi wisatawan itu sendiri selama berada di suatu destinasi wisata. Kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan di daerah tempat mereka berkunjung sangat berbeda-beda,

ada yang sekedar berjalan untuk mencari udara segar dan mendapat suasana baru, ada yang meraka bersantai di sebuah *cafe*, ada yang menikmati pemandangan kota yang baru mereka kunjungi ada pula yang hanya duduk di sebuah *cafe* untuk mendapatkan ketenangan pada saat waktu berliburnya di sebuah destinasi yang telah wisatawan tersebut pilih. Adapun beberapa wisatawan yang peneliti jumpai dan tergolong pada *physical motivation* di sajikan dalam tabel berikut

Tabel 4.2 Wisatawan Mancanegara Physical

No	Nama	Asal Negara	Motivasi
1	Max	Turkey	<i>Physical motivation</i>
2	Anya	Netherland	<i>Physical motivation</i>
3	Lynda	Repuplic Ceko	<i>Physical motivation</i>

Sumber : Olahan Penulis (2019)

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa beberapa wisatawan mancanegara yang peneliti jumpai dan wawancarai menyatakan bahwa meraka menikmati kota Malang dengan suasana yang bagus, udaranya yang sejuk, lingkungan sekitar yang bagus mereka mendapatkan rasa tenang, nyaman dan relaksasi, hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara dari wisatawan mancanegara yang bernama Max yang berasal dari Turkey pada tanggal 26 Maret 2019, bahwa max berkunjung ke Kota Malang ingin mengexplore sesuatu yang baru. Wisatawan selanjutnya bernama Anya yang berasal dari Netherland pada tanggal 13 Maret 2019, menyatakan bahwa Kota

Malang aman untuk *female solo traveller*, serta merasakan kenyamanan dan suasana yang bagus dengan kehijauan Kota Malang yang dimiliki. Wisatawan selanjutnya Lynda berasal dari Republik Ceko pada tanggal 13 Maret 2019, menyatakan bahwa atmosphere yang dimiliki Kota Malang terbilang bagus dan baik untuk membuatnya rilex

Keindahan alam yang terjaga yang dimiliki Kota Malang membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang. Hal ini dari informasi yang diberikan oleh wisatawan mancanegara di atas. Mereka sangat tertarik untuk melihat keindahan alam di Kota Malang, dan sangat cocok untuk relaksasi melepaskan kepenatan sehari-hari. Jika merujuk kepada teori motivasi wisatawan berdasarkan pendapat dari Pitana (2005) yang menyebutkan bahwa salah satu motivasi yang mendasari orang untuk berwisata adalah relaksasi, maka terdapat kesamaan motif yang mendorong wisatawan mancanegara untuk datang ke Kota Malang. Relaksasi adalah kegiatan untuk penyegaran fisik dan mental. Meskipun penyegaran fisik dan mental ini tidak dijelaskan secara detail, di sini bisa dilihat bahwa motivasi wisatawan mancanegara untuk melihat dan menikmati keindahan alam masih cenderung menjadi alasan kuat mengapa mereka datang ke Kota Malang. Berdasarkan hasil pengamatan dan temuan di lapangan menunjukkan bahwa beberapa wisatawan

mancanegara yang menjadi informan dalam penelitian ini ditemui pada saat mereka sedang menikmati keindahan Kota Malang.

Hal tersebut didukung sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa Physical or physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya. Berdasarkan teori tersebut dapat kita ketahui bahwa Kota Malang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara yang ingin mencari relaksasi, ketenangan, kenyamanan bahkan hanya ingin bersantai menikmati Kota Malang, berdasarkan hal tersebut *physical motivation* juga dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan mancanegara ke kota Malang.

Hal tersebut juga di dukung oleh penelitian Nurohman dengan judul “Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan” dengan hasil penelitian menunjukkan faktor dominan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu adalah istirahat dan relaksasi (*rest and relaxation*) untuk faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan untuk datang ke Kota Batu adalah fasilitas wisata/ *recreation facilities* (wahana di wisata buatan, akomodasi, transportasi, dll).

b. Cultural motivation (motivasi budaya)

Kebudayaan adalah hal yang dimiliki oleh setiap destinasi wisata. kebudayaan itulah yang menjadi unik bagi wisatawan mancanegara karena mereka tidak dapat menjumpai kebudayaan yang sama di destinasi lainnya. Beruntungnya kota Malang mempunyai beragam kebudayaan, tradisi, kesenian dan sejarah, hal itu membuat ketertarikan bagi wisatawan mancanegara datang berkunjung untuk ingin mengetahui bahkan memelajarinya. mengetahui tentang suatu objek budaya atau objek sejarah yang sudah berusia lama juga menjadi hal yang menarik bagi wisatawan untuk mereka ketahui karena hal yang baru tersebut tidak akan mereka temui di negara asal mereka, Begitu juga dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang. Yang dimaksud dengan daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang di kembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) maupun nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*) dalam kehidupan disuatu masyarakat, yang dapat berupa upacara atau ritual, adat istiadat, seni-pertunjukan, seni-karya, seni-sastra maupun seni-rupa, maupun keunikan kehidupan sehari-hari yang di punyai oleh suatu masyarakat (Sunaryo, 2013:26). Wisatawan yang datang tidak hanya menghabiskan waktu di suatu objek tanpa hal yang baru yang ingin mereka dapatkan, Adapun beberapa wisatawan yang peneliti jumpai dan tergolong pada *culture motivation* di sajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.3 Wisatawan Mancanegara culture

No	Nama	Asal Negara	Motivasi
1	Corina	Perancis	<i>Culture Motivation</i>
2	Eric	UK	<i>Culture Motivation</i>
3	Gamille	Swedia	<i>Culture Motivation</i>

Sumber : Olahan Penulis (2019)

Dari tabel di atas berdasarkan wawancara yang di lakukan di lapangan dapat peneliti ketahui bahwa Kota Malang mempunyai Kebudayaan dan Sejarah yang sangat menarik bagi wisatawan mancanegara, terbukti dengan adanya wisatawan mancanegara yang datang ke kota malang bukan hanya untuk singgah sebelum pergi ke gunung bromo bahkan mereka memang memilih Kota Malang untuk mengetahui kebudayaan dan sejarah yang ada di Kota Malang. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara dari wisatawan mancanegara yang bernama Corina yang berasal dari Prancis pada tanggal 2 April 2019,, bahwa berkunjung ke Kota Malang karena memiliki beragam *Culture* dan Corina menyukai sejarah yang dimiliki Kota Malang, seperti bangunan peninggalan Belanda, dan candi yang berada di Kota Malang. Wisatawan selanjutnya bernama Eric yang berasal dari UK pada tanggal 4 April 2019, menyatakan bahwa ingin mempelajari kebudayaan dan mengetahui tradisi masyarakat lokal yang ada di Kota Malang, Eric mengunjungi pasar burung dan bunga tradisional, mengunjungi candi, berjalan di sekitar daerah jalan Ijen dan Tugu Kota Malang. Wisatawan

selanjutnya Gamille berasal dari Swedia pada tanggal 6 April 2019, menyatakan bahwa ia menyukai kesenian tradisional yang di miliki Kota Malang yaitu topeng malangan dan dia belajar membuat *handy craft* berbentuk topeng malangan pada saat berkunjung di Kampung Warna-warni Jodipan dan ia merasa takjub dengan kesenian tradisional yang di miliki Kota Malang tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (bangunan bersejarah). Kota Malang pun juga banyak memiliki kebudayaan, kesenian dan Sejarah dengan adanya aset kebudayaan dan sejarah yang di miliki kota Malang bisa mendatangkan wisatawan mancanegara meskipun pada saat ini juga kebudayaan dan sejarah kota malang masi kalah eksistensinya dengan kota Malang yang identik dengan Bromo namun ternyata Kebudayaan dan sejarah yang ada mempunyai magnet cukup besar bagi wisatawan mancanegara. oleh karena itu *culture motivation* juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke kota Malang

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Yahua Zhang dan Yiqian Peng yang berjudul “*Understaming Travel Motivation Of Chinese Tourist Visiting Crains,Australi*”, dengan hasil

penelitian . Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 4 jenis motivasi ada 3 motivasi yang mendominasi wisatawan Cina untuk berkunjung ke Crains Australia yaitu:

Physical or physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan. Social motivation atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestige), Fantasy motivation (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

c. *Social Motivation atau Interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial)

Salah satu motivasi wisatawan mancanegara melakukan suatu perjalanan wisata adalah untuk bertemu teman atau keluarga yang ada di lain tempat. Beberapa wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Malang juga datang karena akan bertemu teman. Mereka (wisatawan mancanegara) diundang datang maupun yang sengaja datang untuk saling mempererat hubungan sosial. Adapun beberapa wisatawan yang peneliti jumpai dan tergolong pada *social motivation* di sajikan dalam tabel berikut

Tabel 4.4 Wisatawan Mancanegara social

No	Nama	Asal Negara	Motivasi
1	Margot	Netherland	<i>Social Motivation</i>
2	Ame	Netherland	<i>Social Motivation</i>
3	Myrthe	Perancis	<i>Social Motivation</i>

Sumber : Olahan Penulis (2019)

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa negara yang mendominasi *social motivation* adalah wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke kota Malang adalah Wisatawan yang berasal dari Netherland. Hal tersebut dikarenakan pengaruh dari masa penjajahan Belanda lalu mereka menetap di kota Malang untuk berkerja bahkan membangun usaha. Hal itu menyebabkan mereka tinggal menetap di Kota Malang sehingga teman atau keluarga yang tinggal di daerah asalkanya ingin mengunjungi mereka. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Pitana (2005 : 67) menyebutkan salah satu motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata adalah *strengthening family bond* atau dengan kata lain ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks *visiting friend and relatives* atau mengunjungi teman atau kerabat.

Hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara dari wisatawan mancanegara yang bernama Margot yang berasal dari Netherland, pada tanggal 26 Maret 2019, bahwa berkunjung ke Kota Malang karna ia ingin mengunjungi makam sang kakek dan ingin mengunjungi sekolah keagamaan kristen disini, karena menurut cerita yang disampaikan sang

kakeklah yang membangun sekolah tersebut. Wisatawan selanjutnya bernama Ame yang berasal dari Netherland pada tanggal 5 Maret 2019, menyatakan bahwa ingin mengunjungi makam keluarganya yang berada di Kota Malang, dan ingin mengetahui bagaimana Kota Malang sebagai tempat tinggal keluarganya semasa hidup. Wisatawan selanjutnya yakni Myrthe berasal dari Perancis pada tanggal 18 Maret 2019, Myrthe menyatakan bahwa ia mengunjungi Kota Malang karena sang kakek dulunya berprofesi sebagai guru di Kota Malang. Bahkan hingga saat ini salah satu anggota keluarga Myrthe mempunyai usaha akomodasi di Kota Malang.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestige), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya. Kota Malang diuntungkan dengan adanya warga negara lain yang menetap di Kota Malang selain bisa menyebarluaskan cerita dan nama Kota Malang di dunia internasional juga dapat mendatangkan wisatawan Mancanegara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan mancanegara dapat dipengaruhi oleh *social motivation*.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan penelitian yang di gunakan Rafidola Mareta R, dengan hasil penelitian Hasil penelitian dan pembahasan pada tulisan ini, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan mancanera yang berkunjung ke Kota Bukittinggi ada 4 (empat) hal yaitu (1) relaksasi; (2) bermain; (3) belajar; dan 4) bertemu teman/ keluarga

d. *Fantasy Motivation* (motivasi karena fantasi)

Fantasy motivation adalah salah satu motivasi yang mendorong wisatwan mancanegara untuk datang ke Kota Malang. *Fantasy motivation* kerap di hubungkan dengan angan anagan seseorang tentang sebuah destinasi dan rasa ingin mengeksplor serta ingin lepas dari rutinitas keseharan yang menjenuhkan. Adapun beberapa wisatwan mancanegara yang peneliti jumpai di lapangan yang tergolong pada *fantasy motivation*.

Tabel 4.5 Wisatawan Mancanegara fantasy

No	Nama	Asal Negara	Motivasi
1	Tessa	German belgium	<i>Fantasy motivation</i>
2	Timm	German	<i>Fantasy motivation</i>
3	Etiene	Perancis	<i>Fantasy motivation</i>

Sumber : Olahan Penulis (2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat peneliti simpulkan bahwa Kota Malang juga kota yang wisatawan mancanegara inginkan dan mereka

merasa kota Malang juga mempunyai sesuatu hal yang berbeda untuk mendapatkan keinginan mereka untuk mengeksplere sesuatu dan untuk mendapatkan kepuasan psikologis serta prestise. sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh (Pitana, 2005:68) Self-fulfilment, Keinginan untuk menemukan diri sendiri (*discovery*), karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.

Hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara dengan wisatawan mancanegara yang bernama Tessa yang berasal dari Belgium pada tanggal 22 Maret 2019, bahwa berkunjung ke Kota Malang karena ia ingin melepas kejenuhan atas rutinitas sehari-hari dan Kota Malang merupakan salah satu Kota yang cocok dan bagus untuk singgah. Wisatawan selanjutnya bernama Timm yang berasal dari Jerman pada tanggal 25 Maret 2019, menyatakan bahwa ingin mendapatkan hal baru dan ingin melepaskan kejenuhan dari rutinitas yang ada. Wisatawan selanjutnya Eitine berasal dari Prancis pada tanggal 8 April 2019, menyatakan bahwa ia mengunjungi Kota Malang karna ia ingin menjadi orang yang pertama di komunitasnya yang mengunjungi Kota Malang.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa *Fantasy Motivation* yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*. Keunikan kota Malang pun ternyata membuat

wisatawan mancanegara mempunyai motivasi berkunjung dan harapan untuk bisa mendapat apa yang mereka inginkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fantasy motivation* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Kota Malang.

Hasil penelitian ini terkait dengan beberapa motivasi wisatawan mancanegara dalam mengambil keputusan berkunjung ke Kota Malang. Diantaranya *Physical motivation*, *Culture Motivation*, *Social Motivation* dan *Fantasy Motivation* merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan mancanegara. Empat hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McIntosh dan Murphy (dalam Ross, 1998) bahwa motivasi yang mendorong wisatawan untuk melakukan sebuah perjalanan.

2. Ketersediaan Komponen Pariwisata dalam mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang

Ketersediaan berbagai komponen pariwisata merupakan bukti tersedianya sarana dan prasarana di suatu tempat tujuan daerah wisata yang dapat menunjang segala kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Teguh (2015: 60), ketersediaan dan peningkatan jumlah infrastruktur/ fasilitas inti dan pendukung pariwisata menjadi unsur penting dalam tata kelola destinasi pariwisata. Fasilitas berfungsi memberikan kemudahan terhadap aktivitas dan

pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengalaman berwisata ke suatu tempat daerah tujuan wisata.

Menurut Cooper dkk (dalam Prasiasa, 2013: 52) daerah tujuan wisata (destinasi wisata) harus memiliki empat komponen antara lain daya tarik (attraction), mudah dicapai karena ada transportasi lokal dan terminal (access), tersedianya berbagai fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan pelayanan lain (amenities), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary service*). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kota Malang sudah terdapat atraksi, aksesibilitas, amenities dan *ancillary service* yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara dalam berkunjung. Selanjutnya setiap komponen-komponen tersebut akan dibahas lebih lanjut secara terperinci.

a. Atraksi

Komponen yang pertama akan dibahas yaitu objek dan daya tarik (*attractions*). Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suwena dan Widyatmaja (2010: 88-89) bahwa atraksi adalah komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan dan merupakan alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Berdasarkan hasil penelitian dengan mewawancarai beberapa narasumber pada bulan Maret yang lalu, diketahui bahwa beragam keunikan atraksi wisata yang dapat ditemui di Kota Malang tidak dapat ditemui di Kota lain di Indonesia. Beberapa atraksi yang dimiliki Kota Malang tersebut diantaranya

Kampung Tematik Jodian, Tugu Malang, jalan besar Ijen, *bird & flower market*, daerah pertokoan tua kayu tangan serta candi yang berada di Kota Malang merupakan atraksi yang menarik bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kota Malang.

b. Aksesibilitas

Komponen yang kedua yaitu aksesibilitas (*accessibility*). Teori yang dikemukakan oleh Sunaryo (2013: 30) bahwa aksesibilitas adalah segenap fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Berdasarkan fakta yang ditemukan oleh peneliti ketika di lapangan dan mewawancarai beberapa narasumber pada bulan Maret yang lalu, diketahui bahwa kondisi jalan untuk menuju ke setiap atraksi wisata yang ada di Kota Malang terbelang dalam keadaan baik. Disisi lain transportasi dan petunjuk menuju tempat wisata di Kota Malang sudah tersedia dengan cukup baik.

Menuju tempat wisata di Kota Malang dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda empat dan dua. Hal tersebut didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Prasiasa (2013: 24) bahwa berbagai moda transportasi itulah yang menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan destinasi pariwisata. Petunjuk arah menuju tempat wisata di Kota Malang juga sudah dapat dijumpai dengan mudah bagi para wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang, dikarenakan memiliki berbagai kemudahan fasilitas untuk

para wisatawan khususnya wisatawan mancanegara. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Hadiwijoyo (2012: 96) bahwa aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat tujuan wisata. tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan sebagainya. Berikut ini tabel aksesibilitas menjelaskan aksesibilitas menuju tempat wisata di Kota Malang.

Tabel 4.6 Aksesibilitas menuju Objek di Kota Malang

Aksesibilitas	Keterangan
Transportasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat dicapai mengenakan kendaraan roda 2 atau 4 2. Juga tersedia Macito (<i>Malang City Tour</i>) fasilitas khusus untuk bagi para wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara
Jalan	Keadaan atau kondisi jalan yang berada di Kota Malang terbilang baik, dan tidak menjadi penghambat bagi para wisatawan dalam negeri maupun mancanegara dalam berwisata di Kota Malang
Petunjuk arah	Semua tersedia di setiap sudut Kota Malang
Bandara	Terdapat Bandara Abdul Rahman Shaleh di daerah Kabupaten Malang
Terminal	Terdapat terminal Arjosari di daerah Arjosari Malang
Stasiun	Terdapat Stasiun di Malang Kota Baru.

Sumber : Olahan Penulis (2019)

c. Amenitias

Komponen yang ketiga yaitu amenities (amenities). Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Pendit (2003: 56) bahwa amenities merupakan semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di DTW yang dikunjunginya termasuk didalamnya akomodasi, hotel, restoran, bar, cafe dan lain-lain. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa amenities yang ada di Kota Malang sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang berujung ke Kota Malang.

Fakta yang ditemukan oleh peneliti ketika di lapangan dan mewawancarai beberapa narasumber pada bulan Maret yang lalu, diketahui bahwa terdapat tempat menginap Hostel seperti Kampong turis, woodlot, hauze john dan mador hostel, Hotel seperti Tugu Hotel, Ibis hotel, Whiz hotel, Atria hotel, max one hotel dan city hub hotel, Guest House seperti kertanegara, de corner guest house, bandung guest house. Cafe dan *restaurant* seperti *restaurant melati*, *restaurant inggil*, Java dancer, toko oen, kfc, legi pait dan mcd. serta pusat oleh-oleh seperti *tio souvenir*, lancar jaya oleh-oleh dan bakpia mangkok Malang. Tempat-tempat ibadah umum yang disediakan untuk menunjang kebutuhan wisatawan maupun untuk masyarakat Kota Malang itu sendiri.

d. Ancillary Service

Komponen yang keempat yaitu ancillary service. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Cooper dkk (dalam Prasiasa, 2013: 52)

bahwa ancillary service merupakan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitiandengan mewawancarai beberapa narasumber pada bulan Maret yang lalu menyatakan bahwa ancillary service yang tersedia di Kota Malang bagi para wisatawan mancanegara sudah cukup baikmulai dari pelaku usaha pariwisata yangmenyediakan paket wisata danjasa guide hingga tersedianya TIC.

Ancillary service yang ada di Kota Malang selain tourguide dan biro perjalanan juga tersedia TIC atau *Tourism Information Centeryang* di sediakan oleh Pemerintah Kota Malang. Wisatawan dapat menemukan TIC tersebut di pojok timur alun-alun Kota Malang dan terletak di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suwena dan Widyatmaja (2010: 98) pelayanan tambahan atau sering disebutjuga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata.

Menanggapi TIC atau Tourism Information Center, TIC yang di miliki kota Malang masih bisa di katakan belum cukup baik dan masih harus di lakukan pembenahan agar terciptanya ancillary service yang baik bari wistawan dan mampu memberi pelayanan yang baik. Dikarenakan TIC yang terletak di pojok timur alun-alun Kota Malang sangatlah sempit dan kurang layak untuk disebut TIC tidak adanya petugas yang standby untuk menjaga dan tidak adanya informasi-informasi tentang pariwisata Kota Malang.

Tabel 4.7 Triangulasi Sumber

Narasumber	
------------	--



	Wisatawan mancanegara 1		Wisatawan mancanegara 2		Wisatawan mancanegara 3		
	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	
Information	✓		✓		✓		Para wisatawan mancanegara yang datang ke Malang ingin mengexplore sesuatu yang baru agar lepas dari rutinitasnya, lalu para wisatawan mancanegara merasa Kota Malang aman untuk <i>female solo traveller</i> , serta merasakan kenyamanan dan suasana yang rindang sejuk dan dapat membuat rilex
Information	✓		✓		✓		Para wisatawan mancanegara menyukai sejarah yang dimiliki Kota Malang, seperti bangunan peninggalan Belanda, candi dan juga ingin mempelajari kebudayaan, mengetahui tradisi masyarakat lokal yang ada di Kota Malang, serta wisatawan mancanegara menyukai kesenian tradisional yang dimiliki Kota Malang seperti topeng Malang
Information	✓		✓		✓		Para wisatawan mancanegara datang ke Kota Malang juga untuk Mengunjungi Keluarga, berziarah ke makan keluarga yang ada di Kota Malang dan melakukan napak tilas
Information	✓		✓		✓		Para wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Malang mereka ingin mengeksplor hal baru dalam liburan mereka dan mereka mendapatkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Analisis Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Malang” yang dikaji sesuai hasil di lapangan dan pembahasan terhadap fokus penelitian, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Apa motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Malang ?

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada tulisan ini, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang ada 4 (empat) hal, yaitu (1) *Physical motivation*, (2) *Culture Motivation*, (3) *Social Motivation* dan (4) *Fantasy Motivation*. Kekayaan Budaya dan sejarah serta keindahan alam yang terdapat di Kota Malang masih menjadi magnet kuat dalam menarik minat wisatawan mancanegara untuk datang dan melihat secara langsung. Hal ini juga didukung oleh keberadaan beberapa objek wisata yang terletak tidak jauh dari Kota Malang. Beberapa kegiatan alam yang bisa dilakukan juga menjadi penarik minat wisatawan mancanegara untuk datang.

2. Bagaimana ketersediaan komponen pariwisata dalam menunjang keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Kota Malang?

Ketersediaan komponen pariwisata di Kota Malang dalam hal atraksi sudah sangat baik. Berbagai macam atraksi yang unik tidak dapat di jumpai di kota lain dan atraksi tersebut dapat dijangkau dengan mudah di Kota Malang. Selanjutnya aksesibilitas khususnya menuju Kota Malang Sudah baik. Terdapat banyak pilihan transportasi untuk menuju Kota Malang seperti Bus, kereta bahkan pesawat dan di dalam kota Malang sendiri pun mempunyai aksesibilitas yang sangat bagus serta wisatawan mancanegara mempunyai beragam pilihan. Amenitas yang tersedia di Kota Malang sudah cukup baik untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Mancanegara, mulai dari hotel, *cafe*, *restaurant* sampai tempat ibadah Kota Malang memilikinya lengkap dan mempunyai banyak pilihan. Komponen pariwisata yang terakhir yaitu *ancillary service* bagi wisatawan, dalam hal ini *Ancillary service* yang tersedia di Kota Malang sudah cukup baik dilihat dari pelaku usaha dibidang pariwisata mereka memberikan pilihan dan pelayanan yang bagus, namun ada hal yang harus di benahi seperti halnya TIC atau *Tourism Information Center* yang di kelola oleh Pemerintah Kota Malang masih kurang cukup baik. Apabila komponen 4A (atraksi, aksesibilitas, amenities dan *ancillary service*) dikaitkan dengan motivasi wisatawan, dua Aspek tersebut saling berkaitan untuk menarik minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Malang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan fenomena yang ditemukan di lapangan, maka berikut ini merupakan saran dari peneliti antara lain:

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang bekerja sama dengan Pengelola Atraksi yang ada di kota Malang, seperti mengadakan pelatihan bahasa di kampung tematik Jodipan dan memberi pelatihan untuk membuat handcraft kesenian tradisional agar lebih menarik lagi bagi wisatawan mancanegara serta mengangkat kebudayaan Kota Malang lebih sering agar dapat dikenal lebih luas lagi. Merevitalisasi bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kota Malang mengingat sejarah yang ada di Kota Malang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara.

2. Pemerintah Kota Malang perlu melakukan koordinasi dan bersinergi dengan stake holder pariwisata yang ada di Kota Malang seperti para pelaku usaha Pariwisata, PHRI, HPI serta dinas perhubungan dan *stake holder* terkait lainnya yang ada di Kota Malang, agar dapat melakukan pengembangan Pariwisata kota Malang yang lebih baik lagi serta dapat menarik minat berkunjung wisatawan mancanegara

3. Mengingat motivasi wisatawan dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mengetahui hal yang mendorong wisatawan mancanegara untuk datang, diharapkan hasil penelitian ini dapat di pakai sebagai acuan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan motivasi lain seperti teori *push and pull* motivasi wisatawan

DAFTAR PUSTAKA**BUKU DAN JURNAL**

- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. 2000. *Metode Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, H dan Bahar, H. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Moelong, J. 2006. *Metode Penelitan Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2012. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Pitana, I Gede dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta; Salemba Humanika
- Ross, Glenn. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Samsuridjal, D. 1997. *Peluang di Bidang Pariwisata*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya
- Smith, Stephen L.S. 1998. *Tourism Analysis: A Handbook*, Harlow. England: Longman Group
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung; Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Teguh, Frans. 2015. *Tata Kelola Destinasi Membangun Ekosistem Pariwisata*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Wahab, Salah. 1975. *Tourism Management*. London: Tourism International Press.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Yoeti, A. Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Undang-Undang Reublik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

JURNAL

Yiamjanya dan Wongleedee (2014) “*International Tourists’ Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice*”. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, Sep.-Oct. 2016, Vol. 4, No. 5

Fiki Nur Rohman (2016) “*Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan*”. Vol. 32, No. 16

Yahua Zhan dan Yiqian Peng (2014) “*Understaming Travel Motivation Of Chinese Tourist Visiting Crains,Australi*” [Journal of Hospitality and Tourism Management](#) 21:44–53 · December 2014

Rafidola MaretaR (2016) “*Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Kota Bukittinggi*”. Universitas Gajah Mada 2010

Pratminingsih dkk (2014) “*Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung–Indonesia*”, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 5, No. 1, February 2014

WEBSITE

kominfo.jatimprov.go.id, 2012 di akses pada 22 November 2018

<https://jatim.bps.go.id/> 2018 di akses pada 20 November 2018

LAMPIRAN 1

Name: Rachel N Apriliyanti
Undergraduate Student of Tourism Business
Faculty of Administrative Science
Brawijaya University
+6285249678909
Rachel.aprilly@gmail.com

Title of minithesis: Analysis of Motivation of foreign tourists to visit Malang city

Draft interview foreign tourist :

1. With whom you do your trip to malang city?
2. How many times have you visited Malang city?
3. What kind of local transportation you use while you are in Malang City?
4. Please mention the places (tourist destinations) you plan to visit in malang city during your trip?
5. Please mention the places (tourist destinations) you have already visited during your trip in Malang?
6. How long you will be in Malang?
7. Where are your destinations beside Malang city?
8. What kind of accommodation during your trip in Malang city?
9. Where are you usually having lunch and dinner during your trip in Malang city?
10. How do you know Malang?
11. Why do you choose Malang city as your destination?
12. What is your motivation to visit Malang City and what do you want get in your trip?
13. Is there any difficulties during your trip in Malang city?
14. What is the most favorite destination or tourist attraction in Malang city?
15. What do you think about Malang city?

Name: Rachel N Apriliyanti
Undergraduate Student of Tourism Business
Faculty of Administrative Science
Brawijaya University
+6285249678909
Rachel.aprilly@gmail.com

Title of minithesis: Analysis of Motivation of foreign tourists to visit Malang city

Corina french

Draft interview foreign tourist :

1. With whom you do your trip to malang city?
Two of us here, with my husband.
2. How many times have you visited Malang city?
Its is our first time here to holiday, landed in Jakarta and jogjakarta and surabaya then Malang city
3. What kind of local transportation you use while you are in Malang City?
We are trying find our private rent car here cause the public transportation here not good enough but everything its okay but for me personally not good enough
4. Please mention the places (tourist destinations) you plan to visit in malang city during your trip?
We just plan a temple tour here and mount bromo , and the another is spontaneous
5. Please mention the places (tourist destinations) you have already visited during your trip in Malang?
We do a temple tour and we going to bird market, around tugu malang and ijen street the old church
6. How long you will be in Malang?
5 days we are here
7. Where are your destinations beside Malang city?
Jakarta, Jogja and bali
8. What kind of accommodation you use during your trip in Malang city?

- We use hostel and a tugu hotel just one night here
9. Where are you usually having lunch and dinner during your trip in Malang city?
In Indonesian food restaurant like Melati restaurant, Inggil restaurant, Java Dancer they have good coffee too and in street food
10. How do you know Malang?
I know from friend who already here and from internet
11. Why do you choose Malang city as your destination?
Because I think Malang is a good city, and easy to get here easy access, has a good hotel and so many choices of the restaurant here, it's good for foreigner tourists
12. What is your motivation to visit Malang City and what do you want to get in your trip?
Here have so many cultural things, I'm curious and I want to know it to get to know a new social life, it's good for myself and new things in my holiday
13. Is there any difficulties during your trip in Malang city?
So far it's nice but it's too hard to know about tourism information here and I didn't get the map copy then I ask to my hotel to give me some map copy and the public transportation already good but still need to develop here and some people they can't talk English it's a little bit hard for me to get the information while I'm asking to them.
14. What is the most favorite destination or tourist attraction in Malang city?
This city already so lovely for me, specially the temple tour, the old building in Ijen street, the old church also the Tugu Malang it's really nice to know the history here.
15. What do you think about Malang city?
Small city not too busy good place to stop before going to home tomorrow
o, and yeah I hope can visit here again someday.

LAMPIRAN 2

BUKTI DOKUMENTASI WAWANCARA



LAMPIRAN 3

No	Hari & Tanggal	jam	Jenis Kegiatan yang Dilakukan
1.	Rabu, 28 November 2018	10:00	Wawancara untung pra research dan meminta data wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Malang dengan Bapak Agung harjaya kepala bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang
2.	Senin, 21 January 2019	09:00	Observasi di situs penelitian daerah Ijen, Tugu dan Alun Alun Kota Malang
3.	Jumat, 25 January 2019	09:00	Observasi di situs penelitian daerah Ijen, Tugu dan Alun Alun Kota Malang
4.	Senin, 28 January 2019	09:00	Observasi di situs penelitian daerah Ijen, Tugu dan Alun Alun Kota Malang
5.	Rabu, 13 Februari 2019	09:00	Observasi di situs penelitian daerah Ijen, Tugu dan Alun Alun Kota Malang
6.	Senin, 25 Februari 2019	10:00	Wawancara Lanjutan dengan Bapak Agung harjaya kepala bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang
7.	Senin, 03 Maret 2019	10:00	Mewawancarai Tourguide dan karyawan Smartine tour and travel
8.	Selasa, 05 Maret 2019	17:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Ame yang berasal dari

			Netherland
9.	Kamis, 07 Maret 2019	19:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Charlotte yang berasal dari Jerman
10.	Rabu, 13 Maret 2019	13:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Lynda yang berasal dari Replublic Ceko
11.	Rabu, 13 Maret 2019	16:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Anya yang berasal dari Netherland
12.	Rabu, 20 Maret 2019	18:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Chatarina yang berasal dari Perancis
13.	Rabu, 20 Maret 2019	15:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Climont yang berasal dari German
14.	Jumat, 22 Maret 2019	15:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Tessa yang berasal dari Belgium
15.	Senin, 25 Maret 2019	14:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Timm yang berasal dari Jerman
16.	Selasa, 26 Maret 2019	15:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Margo yang berasal dari Netherland

17.	Selasa, 26 Maret 2019	16:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Max yang berasal dari Turkey
18.	Jumat, 29 Maret 2019	19:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Lotte yang berasal dari Finlandia
19.	Senin, 01 April 2019	09:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Darek Paul yang berasal dari Canada
20.	Selasa, 02 April 2019	11:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Corina yang berasal dari Perancis
21.	Rabu, 03 April 2019	14:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Birgit yang berasal dari US
22.	Kamis 04 April 2019	11:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Eric yang berasal dari UK
23.	Sabtu, 06 April 2019	16:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Gamille yang berasal dari Swedia
24.	Minggu, 07 April 2019	17:00	Wawancara dengan wisatawan Mancanegara Limmo yang berasal dari German
25.	Senin, 08 April 2019	10:00	Bertemu Bapak Agung Harjaya untuk meminta data gambaran umum kota Malang

LAMPIRAN 4

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Data Pribadi**

Nama Lengkap : Rachel Nur Apriliyanti
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 14 April 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Asal : Jl. Transpapua Distrik Mandobo, Merauke,
Papua
Alamat di Malang : Jl. Bunga pinang merah II no 41, Kota
Malang
Minat : Perhotelan
Program Studi : Pariwisata
Jurusan : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Administrasi
Universitas : Brawijaya
No. Hp : 085249678909
E-mail : rachel.aprilly@gmail.com

B. Pendidikan Formal

2002-2003 : TK Dharmawanita
 2003-2009 : SDN Munder 02
 2009-2012 : SMP 01 Sukodono
 2012-2015 : SMA Brawijaya Smart School
 2015-2019 : Universitas Brawijaya Malang

C. Pengalaman Magang Kerja

2018 : KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK
 INDONESIA

D. Pengalaman Organisasi

2016-2019 : Dewan Pimpinan Pusat Himpunan Mahasiswa
 Pariwisata Indonesia
 2015-2016 : Dewan Pimpinan Wilayah Himpunan Mahasiswa
 Pariwisata Indonesia
 2017-2018 : Generasi Pesona Indonesia
 2015-2017 : Himpunan Mahasiswa Pariwisata FIA UB
 2016-2017 : Member Indonesia Marketing Assosiation

