

ANALISIS DAMPAK SEKTOR UNGGULAN KOTA MALANG TERHADAP PEMBERLAKUAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Eko Valianto¹, Riza Saadiah²

Bidang Penelitian dan Pengembangan Kota Malang
Email: e.valianto@gmail.com, rizasaadiah@yahoo.com

Abstrak: Penelitian ini ingin melihat sejauh mana kesiapan Kota Malang dalam menghadapi MEA, kendala yang dihadapi dan strategi yang dilakukan pemerintah Kota Malang dalam menghadapi MEA. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menghimpun data primer dari dinas terkait Kota Malang, pelaku UKM, perguruan tinggi dan swasta dan data sekunder yang bersumber dari referensi-referensi yang ada. Hasil dari penelitian ini secara garis besar dari tiga sektor utama ekonomi Kota Malang yang paling menonjol yaitu industri dan UKM, Pariwisata, dan Perdagangan dapat dikatakan cukup berhasil jika dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang rata-rata diatas pertumbuhan ekonomi Jawa Timur dan nasional. Upaya Pemerintah Kota Malang belum optimal karena masih dalam posisi *on going process* membangun sektor ekonomi Kota Malang. Dibutuhkan terbangunnya kohesivitas kerja lintas OPD dalam pemerintah Kota Malang serta menggalang kerjasama yang sinergis antara pemerintah daerah se Malang Raya untuk mendukung sistem saling ketergantungan positif yang secara alamiah telah tercipta antara masyarakat di Malang Raya sehingga dapat menimbulkan simbiosis mutualisme ekonomi ketiga pemerintah daerah di Malang Raya dan saling mendukung untuk bersama-sama menghadapi era pasar bersama ASEAN.

Kata kunci: MEA, UKM, Pariwisata, perdagangan

Abstract: *This research wanted to see how far the preparation of Malang in facing MEA, obstacles faced and strategy which done by government of Malang in facing MEA. The research used descriptive method with qualitative approach by collecting primary data from related offices of Malang, SME actors, universities, private and secondary data sourced from existing references. The results of this study outline of the three main sectors of Malang's economy are the most prominent of industry and SMEs, Tourism and Trade can be quite successful when viewed from the economic growth above average economic growth of East and national Java. Efforts of Malang Government has not been optimal because it is still in a position on going process to build economic sector of Malang. It is necessary to build a working cohesiveness across OPD in Malang Government and to build a synergic cooperation between local government of Malang Raya to support the positive interdependence system that has been naturally created among the people in Malang Raya so that it can give symbiosis of mutualism of the three local governments in Malang Raya and mutual support to jointly face the era of ASEAN joint market.*

Keyword: MEA, SME, trade, tourism

PENDAHULUAN

Akhir tahun tahun 2015, ASEAN sebagaimana komitmen regionalnya mulai memasuki era komunitas bersama yang disebut *ASEAN Community* yang terdiri dari tiga pilar utama yaitu *ASEAN Economic Community* (Masyarakat Ekonomi ASEAN-MEA), *ASEAN Political Security Community* (Masyarakat Politik dan Keamanan ASEAN), dan *ASEAN Socio Cultural Community* (Masyarakat Sosial Budaya ASEAN).

Sehubungan dengan pilar ekonomi-MEA merupakan isu menarik dan menjadi perhatian banyak kalangan mulai dari pemerintah, akademisi, hingga masyarakat pelaku usaha. MEA merupakan sebuah agenda integrasi ekonomi yang bertujuan meminimalisasi hambatan-hambatan ekonomi lintas kawasan baik hambatan tarif (*Tarrif barrier*) maupun hambatan non tarif (*non tarrif Barrier*) seperti perdagangan barang, jasa, dan investasi. Berdasarkan piagam ASEAN, tujuan MEA adalah untuk meningkatkan perekonomian kawasan dengan meningkatkan daya saing baik tingkat regional maupun internasional agar mencapai kesetaraan ekonomi dan taraf hidup yang sama dalam masyarakat ASEAN (Setditjen ASEAN, 2012:30).

Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensial alam dan iklim yang dimiliki. Letak Kota Malang yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang dan Kota Batu yang merupakan daerah destinasi wisata nasional membawa pengaruh perkembangan ekonomi yang cukup signifikan. Kota Malang juga merupakan wilayah penghubung dan transit bagi wisatawan yang akan menuju Kota Batu maupun Kabupaten Malang. Ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan sektor usaha dan industri kecil dan menengah baik di bidang perdagangan maupun jasa, perhotelan hingga pusat-pusat perbelanjaan.

Eksistensi Kota Malang sebagai Kota Pendidikan telah menjadikan kota Malang sebagai salah satu tujuan pendidikan yang telah ikut mengangkat perekonomian masyarakatnya yang ditandai dengan banyaknya industri kuliner sebagai subsektor ekonomi kreatif.

Dengan hadirnya MEA, tantangan perekonomian Kota Malang ke depan semakin berat. Di satu sisi era MEA akan memberi peluang yang besar khususnya di sektor pariwisata, perdagangan, maupun industri/usaha kecil menengah karena lalu lintas orang, barang maupun jasa akan semakin tinggi dan di sisi lain, menjadi ancaman apabila Kota Malang tidak memiliki kesiapan dalam menghadapinya.

Ancaman-ancaman tersebut dapat diatasi melalui kerjasama dan sinkronisasi pendapat *stakeholder* untuk menyusun sebuah strategi bagi peningkatan potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang, sehingga mampu menghasilkan kebijakan pariwisata yang mampu memajukan kekuatan dan peluang potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang.

Dalam rangka menyiapkan diri era MEA, pemerintah daerah harus mengetahui peluang yang dapat dimanfaatkan serta tantangan dan ancaman yang harus dihadapi ke depan agar masyarakat senantiasa ikut bekerjasama mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan menciptakan daya saing masyarakat Kota Malang. Peluang-peluang tersebut sangat ditentukan oleh ketepatan dalam melakukan pemetaan permasalahan ekonomi (*economic mapping*), pembacaan akan potensi yang dimiliki hingga menghasilkan strategi ekonomi yang mampu menjawab peluang dan tantangan kedepan.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak diberlakukannya MEA terhadap ekonomi di Kota Malang, terutama pada beberapa sektor unggulan yaitu Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan dan Pariwisata.
2. Untuk melakukan pemetaan potensi ekonomi bertujuan mengetahui keunggulan komparatif yang dimiliki sehingga memudahkan dalam penyusunan strategi pembangunan ekonomi yang berdaya saing. *Mapping* potensi dan sumber daya ekonomi akan berguna bagi optimalisasi perencanaan pembangunan berdasarkan potensi daerah serta dapat merangsang investasi.
3. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi pemerintah Kota Malang untuk menghadapi MEA dengan menyelenggarakan program-program pembangunan daerah yang berbasis pengembangan sumber daya ekonomi kreatif UKM yang berorientasi ekspor.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif yaitu menggambarkan atau menjelaskan fenomena sosial yang terjadi di tempat penelitian. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Meleong, 2007). Teknik Pengambilan Sampling yang dikenal sebagai *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini dengan kecenderungan peneliti

untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap. Kemudian teknik *puspositive sampling* dilanjutkan dengan teknik *Snowball sampling*. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Pemerintah Daerah, dalam hal ini Dinas Kota Malang terkait dan *Stake Holder* yaitu pelaku UKM, perguruan tinggi dan swasta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar, perekonomian Kota Malang yang dipilah menjadi tiga sektor utama yang paling menonjol di Kota Malang yaitu industri dan UKM, Pariwisata, dan Perdagangan. Pengelompokan tiga sektor ini didasarkan pada keunggulan, utama, dan yang sektor yang menjadi andalan Kota Malang sebagaimana tertuang dalam Misi dan Tujuan Pemerintah Kota Malang Tahun 2013-2018.

Berkaitan dengan pencapaian tiga sektor tersebut, kontribusi sektor industri, perdagangan dan pariwisata dengan indikator pertama yaitu persentase sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap total PDRB dari target tahun 2015 sebesar 39,92% telah teralisasi sebesar 37,67%, artinya dari target tersebut capaian tiga sektor mencapai sebesar 94,37%. Kemudian pada indikator kedua yaitu persentase sektor industri pengolahan terhadap total PDRB dengan target pada tahun 2015 sebesar 32,02% mampu direalisasikan sebesar 22%, artinya capaian target sebesar 67,16%. Sementara itu, kontribusi UKM terhadap total PDRB Kota Malang tahun 2015 tercapai sebesar 65,78% dari target semula sebesar 54,51% mampu direalisasi sebesar 35,86% (LAKIP, 2015).

1. Usaha Kecil dan Menengah

Sebagai bentuk upaya menghadapi MEA, melalui Dinas Perindustrian dan Dinas Perdagangan melakukan pengembangan ekonomi Kota Malang pada sektor UKM dengan melakukan strategi pembinaan yang bertujuan mengembangkan Industri Kecil dan Menengah yang terdiri dari:

- a. Peningkatan kapasitas IPTEK Sistem Produksi
- b. Peningkatan kemampuan teknologi industri
- c. Pengembangan Sentra-Sentra Industri Potensial
- d. Penataan Struktur Industri

Dinas Perindustrian Pemkot Malang menjadi wadah bagi masyarakat dan pemilik usaha dalam memajukan usaha masyarakat. Dinas Perindustrian Kota Malang membantu masyarakat Malang dalam memberikan edukasi, seperti pelatihan dan aktivitas yang bertujuan untuk mendukung para pemilik industri dan juga masyarakat dalam mengembangkan *skill* mereka dan Dinas Koperasi dan UKM yang berfungsi dalam peningkatan kapasitas UKM.

Kemudian untuk mendukung industri kreatif oleh bidang Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (*ILMETA*), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (*IATT*) Dinas Perindustrian Kota Malang telah melakukan beberapa pelatihan atau *workshop* seperti Pelatihan *Service smartphone*, Pelatihan Sablon, Pelatihan Peningkatan Produk *Fashion*, Pelatihan Membuat Alas Kaki Berbahan Kulit, pelatihan-pelatihan dan *workshop* yang berkaitan dengan teknologi digital, termasuk animasi yang direncanakan akan menjadi sarana pendukung semua industri yang ada di Kota Malang.

Selain itu juga Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dengan bersinkronisasi dengan Dinas Perindustri dalam menyediakan bantuan tenaga ahli yang berkompeten untuk menjadi narasumber di berbagai pelatihan untuk memfasilitasi UKM agar bisa mendapatkan dana hibah dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur maupun Kementerian Koperasi dan UKM RI; Penguatan *Networking* bagi UKM bekerja sama

dengan pihak swasta untuk memberikan pendampingan “klinik UKM” bagi UKM yang bermasalah maupun yang dapat menyalurkan produk-produk UKM; Optimalisasi marketing melalui pameran dan promosi untuk mengenalkan produk-produk UKM; dan pelatihan tentang prosedur kepengurusan hak paten, hak merk, legalitas usaha, desain produk, kewirausahaan dan manajemen; Program Rumah Produksi untuk industri kecil dan menengah; Pembuatan pusat industri kreatif digital; Validasi Data Usaha Mikro; Maksialisasi kerjasama dengan stake holder melalui skema *penthahelix*; menyediakan layanan konsultasi untuk para pelaku usaha yang bermasalah dan untuk pelaku ekonomi pemula; Digitalisasi Ekonomi –*Startup*; membuat paguyuban Amangtiwi yang berkembang menjadi Koperasi Amangtiwi yang menaungi UKM.

Pelatihan industri kreatif untuk menyiapkan sektor UKM yang berdaya saing masih belum begitu optimal, dikarenakan Dinas Perindustrian Kota Malang masih baru dalam mengembangkan industri kreatif yaitu awal tahun 2014. Selain itu pada prinsipnya program pembinaan dilakukan oleh Pemkot Malang melalui OPD terkait dilakukan secara bertahap dari tahun ke tahun hingga mencapai target pembinaan secara menyeluruh.

2. Perdagangan

Pada sektor ini, Kota Malang didukung oleh banyaknya pusat perbelanjaan modern seperti mall dan ruko. Pertumbuhan ruko di Kota Malang dari tahun 2011 meningkat signifikan hingga tahun 2013, dari 327 ruko tahun 2011 meningkat menjadi lebih dari 600 pada tahun 2013. Jika total secara keseluruhan, toko modern di Kota Malang hingga pertengahan tahun 2017 telah berdiri 257 toko modern.

Sedangkan jumlah pasar tradisional total terdapat 13 pasar untuk jenis pasar tradisional kelas 1 yang tersebar di lima kecamatan. Untuk pasar kelas 2 sebanyak tujuh pasar, kelas 3 sebanyak empat pasar, kelas 4 sebanyak tiga pasar, dan hanya ada satu pasar tradisional kelas 5.

Pasar merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat yang sangat penting. Data di atas menunjukkan bahwa kondisi pasar tradisional yang ada di Kota Malang saat ini cukup baik. Lonjakan Ruko yang sangat tinggi terjadi pada tahun 2011 ke 2012, dan tidak banyak peningkatan pada tahun 2012 ke 2013. Sektor perdagangan telah menunjukkan peranan yang penting dan strategis bagi perekonomian Kota Malang. Kontribusi sektor perdagangan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terus meningkat tiap tahun. Sebagai contoh kita dapat berkaca pada peningkatan PDRB Kota Malang dari tahun 2008-2012. Selain itu, sektor perdagangan juga telah menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi dianding sektor yang lain yaitu sebesar 118.257 orang dari total angkatan kerja sebesar 392.727 orang atau menyerap 30.1% angkatan kerja.

Kegiatan ekspor yang tercatat di Dinas Perdagangan Kota Malang selama Tahun 2014 senilai 20.775.604,47 US\$ dari sepuluh jenis komoditi yang diekspor ke sepuluh negara. Dalam kurun waktu satu tahun terjadi peningkatan ekspor dengan total sebesar 28.393.324.360 pada tahun 2015 dengan total 12 komoditi.

Realisasi impor kota Malang jika dilihat dari negaranya tidak sebanyak realisasi ekspor. Adapun jumlah totalnya 5.551.850.001 US Dolar dengan negara sasaran impor China, Malayasia, Korea, Qatar, Hongkong, Perancis, Jepang, dan Belanda. Untuk kebutuhan impor, Kota Malang lebih banyak menasar negara China Raya termasuk di dalamnya Hongkong yang menempati urutan kedua jumlah impor sebesar 1.111.344.200 US Dolar. Perkembangan ekonomi Kota Malang yang cukup berhasil jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Ini terlihat dari realisasi ekspor kota Malang pada tahun 2015 yang masih lebih tinggi dibanding realisasi impor. Total realisasi ekspor 28.393.324.360 US dolar di 10 negara sasaran ekspor.

Perkembangan sektor perdagangan Kota Malang berhubungan erat dengan perkembangan dunia industri. Selama tahun 2010-2013 jumlah usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) mencapai 853 unit kecil dan menengah. Untuk selengkapnya, perkembangan industri pada tahun 2013 dikelompokkan menjadi industri logam, mesin, elektronik, tekstil dan aneka serta IATT (Industri Alat Transportasi dan Telematika) yang mencapai 374 unit usaha kecil dan menengah sedangkan industri Agro, kimia, dan hasil hutan mencapai 479 unit usaha kecil dan menengah.

Penerapan perdagangan bebas (*single market and single production*) dalam MEA menjadi tantangan bagi pembangunan industri dan perdagangan di Kota Malang. Apalagi sebelum MEA diberlakukan, telah masuknya produk-produk asing terutama dari Negara-negara mitra perdagangan bebas yang telah ada AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) dan CAFTA (*China-ASEAN Free Trade Agreement/Area*) menuntut upaya perlindungan konsumen yang lebih berat. Pasalnya, pasca diratifikasinya CAFTA oleh Indonesia, telah mendorong arus perdagangan barang dari China dalam jumlah besar. Politik ekspansi pasar China melalui CAFTA ini sebenarnya sangat merugikan Indonesia sendiri karena setelah hambatan tarif dan non tarif diturunkan sejatinya produk-produk Indonesia belum siap memasuki pasar China. Sementara di sisi lain, China sendiri menerapkan aturan produk masuk ke negaranya dengan sangat ketat. Hal ini menyulitkan produk-produk Indonesia.

Secara objektif, ancaman ekonomi nasional dan daerah yang sebenarnya adalah berbagai macam produk China yang membanjiri pasar dalam negeri. Apabila terdapat kekhawatiran akan adanya MEA, seharusnya pemerintah lebih mengkhawatirkan akan serangan produk-produk China dan melakukan persiapan yang matang menelaah CAFTA. Perjanjian kawasan perdagangan bebas sebetulnya telah dimulai semenjak AFTA dan CAFTA, bukan ketika MEA diberlakukan pada tahun 2015 yang lalu.

3. Sektor Pariwisata

Kota Malang memiliki potensi wisata, seperti daya tarik wisata dan produk wisata yang bisa menjadi destinasi wisata baru. Daya tarik wisata Kota Malang bersumber dari banyak sektor, yaitu: daya tarik alam, daya tarik bangunan, serta daya tarik sosial budaya.

Kesiapan sektor pariwisata Kota Malang sangat didukung oleh adanya sarana pariwisata yang memadai seperti hotel, restoran/rumah makan, kuliner, agen atau biro perjalanan, *money changer*, situs-situs bernilai sejarah/ *heritage* dan lain sebagainya.

Dengan potensi alam, sejarah, pendidikan maupun potensi industri dan perdagangan yang saling menunjang satu sama lain. Sektor penunjang pariwisata Kota Malang adalah adanya penyediaan sarana akomodasi. Jumlah Akomodasi di Kota Malang sebanyak 104 hotel dan akomodasi lainnya dengan fasilitas kamar 4.079 kamar dan 6.376 tempat tidur. Dari Kamar yang tersedia untuk hotel berbintang tingkat hunian kamar yang terjual pada tahun 2014 sebesar 52,75 % dan hotel non bintang 35,81 % dengan rata-rata tingkat hunian selama 1,88 - 2,25 hari. Menurut data yang tahun 2015, tingkat hunian hotel berbintang meningkat menjadi 53,54% dan untuk hotel non berbintang meningkat 39,93%. (Disbudpar, 2015)

Jumlah wisatawan asing yang datang ke Kota Malang pada tahun 2015 sebesar 8.754 orang dan jumlah wisatawan domestik 3.376.722 orang. Sedangkan jumlah tamu asing yang menginap di hotel berbintang sebanyak 60.195 orang, sedangkan tamu domestik sebanyak 1.146.080 orang. Tamu asing yang menginap di hotel non bintang sebanyak 1.900 orang dan tamu domestik 569.75 orang. Jumlah kunjungan warga negara asing yang memiliki Ijin Tinggal Terbatas sampai dengan Desember 2014 sebanyak 37.649 orang. Jumlah ini mengalami penurunan sebesar 5.775 orang pada tahun 2015 menjadi sebesar 31 874 orang.

Adapun sarana pendukung pariwisata seperti perhotelan di Kota Malang cukup banyak dengan jumlah 104 hotel dengan kelas berbintang hingga kelas melati. Dukungan sarana lainnya yaitu restoran dengan jumlah yang cukup banyak 723. Hal ini belum lagi ditambah dengan banyaknya *gastro kulinari* di Kota Malang yang menawarkan kuliner-kuliner yang sangat unik dan kreatif.

Pembangunan dan pengembangan produk wisata juga telah banyak dilakukan oleh Pemkot Malang melalui Dinas Pariwisata seperti: pengembangan daya tarik, aksesibilitas, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan investasi asing. Peningkatan tersebut dilakukan dengan peningkatan kualitas destinasi pariwisata dan peningkatan infrastruktur pendukung pariwisata. Infrastruktur pendukung diantaranya: pembangunan dan pengembangan hotel, bandara, stasiun, transportasi umum, restoran, jalan, dan lanskap kota.

Meski Kota Malang memiliki potensi wisata yang cukup banyak dan dapat dikembangkan dengan baik, namun Kota Malang memiliki tantangan tersendiri. Hal ini terkait dengan data data statistik menunjukkan banyak wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Malang dan Kota Batu dari pada Kota Malang sendiri. Hal tersebut dibuktikan dengan perbandingan data kunjungan di tahun 2014, jumlah wisatawan ke Kota Malang mencapai 1,5 juta wisatawan, untuk Kota Batu mencapai 3,8 juta wisatawan, dan Kabupaten Malang mencapai 3,2 juta wisatawan.

Berdasarkan beberapa permasalahan mendasar dalam urusan pariwisata, belum optimalnya pengelolaan kepariwisataan dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan obyek pariwisata di Kota Malang. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata adalah melakukan perbaikan sistem dan meningkatkan SDM dari para pelaku wisata maupun aparat birokrasi Dispar Kota Malang.

KESIMPULAN

Meningkatnya kontribusi sektor industri, perdagangan dan pariwisata dengan indikator pertama, persentase sumbangan sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap total PDRB realisasi tahun 2014 sebesar 39,86% dan realisasi tahun 2015 sebesar 37,67%. Sedangkan indikator kedua yaitu persentase sumbangan sektor industri pengolahan terhadap total PDRB teralisasi 11,55% pada tahun 2014 dan 22% pada tahun 2015. Jika dilihat dari capaian-capaian tersebut, kontribusi tiga sektor terhadap perekonomian Kota Malang dapat dikatakan cukup berhasil karena rata-rata capaian diatas 50% persen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang dilakukan oleh pemerintah pusat khususnya Pemkot Malang untuk melakukan pengembangan UKM meliputi banyak aspek yang terkait dengan penciptaan iklim bisnis, pendampingan, inovasi yang menyangkut pengembangan produk, aspek informasi serta pengetahuan yang akan mendukung dalam menentukan keberhasilan pengembangan UKM itu sendiri.

Pada sektor perdagangan, perannya terhadap perkembangan perekonomian Kota Malang menunjukkan peningkatan yang signifikan. Kontribusi sektor perdagangan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terus meningkat dan tinggi dibanding sektor yang lain serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang lebih besar.

Daya tarik menjadi salah satu faktor penting penunjang sektor pariwisata. Daya tarik menjadi magnet tersendiri untuk menjaring banyak wisatawan agar berkunjung. Oleh karena itu Pemkot Malang terus melakukan berbagai inovasi dalam melakukan penataan dan pengembangan objek wisata. Wisatawan yang berkunjung di Kota Malang bertambah tiap tahunnya. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Malang pada tahun 2015 yaitu sebanyak 1,5 juta

wisatawan dari 500 wisatawan pada tahun 2014. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pariwisata Kota Malang masih banyak diminati oleh wisatawan dan masih didominasi oleh wisatawan nusantara, meskipun masih kalah dengan Kota Batu dan Kabupaten Malang. hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Pemkot Malang khususnya dinas terkait untuk melakukan berbagai terobosan wisata dan pengembangan SDM melalui kerjasama yang komprehensif dengan dunia pendidikan, swasta, dan masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil pengkajian, pengamatan lapangan, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD) mengenai dampak MEA terhadap Kota Malang, berikut rekomendasi yang dapat disampaikan terkait isu MEA dan kesiapan Kota Malang. Rekomendasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu sektor UKM, sektor perdagangan, dan sektor pariwisata dan Rekomendasi untuk perumusan Kebijakan.

Sektor Industri/Usaha Kecil dan Menengah

1. Optimalisasi dan penguatan pemberdayaan pelaku ekonomi sektor formal dan informal. Dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Kota Malang, maka perlu dikembangkan sektor koperasi, UKM, dan sektor informal. Pembangunan koperasi, usaha kecil menengah, dan sektor informal memiliki potensi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kebijakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah antara lain melalui kemudahan permodalan, kerja sama perbankan, penyediaan zona perdagangan, akses dan jaringan pasar, penyebarluasan informasi, dan pelatihan penggunaan fasilitas ekonomi digital (online);
2. Lebih memacu tumbuhnya sektor UKM dan menjaga kontinuitas usaha menuju angka ideal jumlah UKM. Dari 70 ribu UMKM di Malang hanya sekitar 3.000 pelaku UKM eksis. Jumlah tersebut masih sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Malang. Dari total penduduk keseluruhan hanya ada 0,3% yang aktif dalam kegiatan perekonomian. Jika mengacu pada Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UKM di Kota Malang masih kurang 13.000 pelaku usaha atau pengusaha UKM;
3. Pemkot Malang harus lebih pro aktif merangkul, menghimpun, dan menggerakkan perusahaan-perusahaan asing (MNC) untuk lebih banyak mengalokasikan anggaran *Corporate Social Responcibility* (CSR) pada optimalisasi sektor UKM menyambut MEA dengan cara membentuk konsorsium perusahaan asing yang secara khusus mendukung upaya pemerintah menyambut MEA;
4. Membuat portal khusus UKM yang terintegrasi dengan portal pariwisata yang berbasis android untuk memudahkan akses bagi para pengusaha, pelaku wisata, dan konsumen. Portal berbasis android ini juga dapat membantu marketing sektor UKM dan Pariwisata;
5. Mengupayakan jaminan bahan baku lokal lebih terjangkau, minimal pemindahan subsidi ranah publik kepada penyediaan bahan baku yang terjangkau;
6. Mendorong IKM/UKM yang ada untuk memiliki izin usaha dan berbadan hukum yang sah;

Sektor Perdagangan.

1. Meningkatkan program revitalisasi pasar tradisional untuk menjagha kesinambungan pasar tradisional dan para pelaku ekonomi mikro. Revitaliasi pasar tradisional dapat mendukung sektor pariwisata sebagai objek wisata berbasis kearifan lokal;
2. Peningkatan daya saing produk lokal dengan mengupayakan peningkatan kualitas promosi perdagangan. Setiap even promosi harus diupayakan untuk meningkatkan transaksi dan pangsa pasar bagi IKM yang mengikuti. Selain itu, pemerintah bisa

- mengupayakan penyediaan informasi pasar ekspor yang terbuka yang dapat diakses oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan diversifikasi produk dan pasar ekspor;
3. Menyusun regulasi yang kuat tentang komoditas ilegal yang beredar di pasar. Selain merugikan sektor fiskal, banyaknya barang ilegal akan merusak pasar serta menurunkan kepercayaan dunia usaha kepada pemerintah. Untuk itu pengawasan terhadap barang beredar dan jasa perlu diintensifkan dengan didukung kebijakan dan payung hukum yang memadai;

Sektor Pariwisata:

1. Memaksimalkan pembangunan sarana dan prasarana pendukung pariwisata melalui revitalisasi sektor transportasi umum dan pengadaan *central park* yang didukung oleh sarana transportasi khusus untuk wisatawan. Minimnya sarana pendukung sektor pariwisata ini menimbulkan kemacetan terutama pada hari libur. Terdapat 2.960 ruas jalan yang terbentang sepanjang 1.027.112,20 meter belum bertambah sejak tahun 2016. Sementara itu, konflik antara penyedia sarana transportasi berbasis online dan konvensional cukup mengganggu kenyamanan wisatawan;
2. Meningkatkan lagi *city branding* “Beautiful Malang” agar terbentuk *city image* yang diinginkan. Untuk Melakukan survei tentang persepsi wisatawan terhadap potensi dan objek wisata yang ada untuk mengukur sejauh mana pengaruh *City Branding* Pemerintah Kota Malang dalam bidang pariwisata;
3. Mengembangkan atraksi wisata di Kota Malang dengan mengemas atraksi lebih menarik berupa paket perjalanan wisata, festival, dan pameran. Melakukan pengembangan seni dan budaya atraksi pada beberapa objek wisata populer seperti kampung tematik (Kampung Warna Warni dan Kampung 3D) untuk menambah daya tarik objek wisata yang ada serta sebagai untuk memberdayakan dan meningkatkan SDM masyarakat lokal.
4. Memperkaya khasanah pariwisata Kota Malang dengan mengembangkan cerita maupun atraksi yang menggambarkan tentang keluhuran nilai-nilai dan falsafah warisan budaya tak benda (*intangible cultural heritage*) sebagai pendukung warisan budaya benda (*tangible cultural heritage*). Daya tarik dunia pariwisata selain terletak pada objek fisik (*tangible*) juga terletak pada cerita dibalik objek fisik yang mereka kunjungi. Jika hal-hal seperti ini bisa digali, dikembangkan dan diperluas akan sangat menarik minat wisatawan, terutama wisatawan manca negara;
5. Optimalisasi pengembangan manajemen kepariwisataan. Salah satunya dengan membuat pengantaran wisatawan dengan sistem estafet. Perlu adanya regulasi yang mengatur tentang pembatasan masuknya *tour leader* atau pemandu wisata (*guide*) yang membawa wisatawan dari kota lain. Dalam artian, keperluan pengantaran wisatawan di area lokal Kota Malang akan dilanjutkan oleh pemandu wisata lokal Kota Malang. Oleh karena itu, perlu dilakukan pembinaan dan peningkatan SDM bagi *local guide* dengan bekerjasama dengan perguruan tinggi yang memiliki bidang studi pariwisata seperti Universitas Merdeka Malang, Universitas Brawijaya, dan sebagainya;

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga dan Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, Sdkk, 2004, *Kerjasama Perdagangan Internasional: Peluang dan Tantangan bagi Indonesia*, Jakarta, Elex Media Komputindo.
- CPF. Luhulima, 2008, *Masyarakat Asia Tenggara Menuju Komunitas ASEAN 2015*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Departemen Perindustrian. 2007. *Membangun Daya Saing Industri Daerah: Dengan*

- Pendekatan Kompetensi Inti Industri Daerah*, Jakarta: Departemen Perindustrian.
- Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ikbar, Yanuar Ikbar, 2006, *Ekonomi Politik Internasional 1 Konsep dan Teori*, Bandung, Refika Aditama.
- Mas'ood, M 1990, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, Jakarta, LP3ES.
- Meleong, J L, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Miles, Matthew B dan Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI-Press.
- Siswaningsih, Dwi, 2015 *Peluang Dan Tantangan Indonesia Pasar Bebas Asean Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*, Ditjen.
- Suwarsono, M 2012, *Strategi Pemerintahan Manajemen Organisasi Publik*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Tambunan, Tulus, 2004, *Globalisasi dan perdagangan Internasional*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Todaro, M P 1983, *Pembangunan Ekonomi Dunia Ketiga*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Triyuwono, I dan Ahmad Erani Yustika (eds.), 2003, *Emansipasi Kebijakan Lokal: Ekonomi dan Bisnis Pascasentralisasi Pembangunan*, Malang, Bayumedia.