

KAJIAN PENINGKATAN FASILITAS SARANA PRASARANA PENUNJANG DESTINASI PARIWISATA

Zakaria

Bidang Penelitian dan Pengembangan Kota Malang
Email : zakaria.abuarfa@gmail.com

Abstrak: Fasilitas Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata Pemerintah Kota Malang diharapkan dapat memfasilitasi bahkan meningkatkan sarana prasarana penunjang destinasi pariwisata di Kota Malang. Tujuan dari kegiatan ini adalah menyusun Dokumen Kajian Peningkatan Fasilitas Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata. Kajian ini menggunakan jenis penelitian diskriptif kualitatif dengan menyimpulkan berdasarkan data, observasi lapangan dan wawancara, juga teori untuk menjelaskan gambaran tentang kondisi eksisting sarana dan prasarana. Pembangunan kawasan wisata baru harus mencermati kepentingan pelestarian lingkungan dan memperhatikan tata ruang kota yang telah diundangkan dalam peraturan daerah. Peninggalan sejarah dan budaya perlu dilindungi peraturan daerah, dengan upaya merevitalisasi, melakukan renovasi, dan upaya-upaya pelestarian. Sementara usaha mikro masyarakat dapat dikembangkan dengan berbagai kemudahan mendapatkan kredit usaha yang mendukung pariwisata. Ketiga hal ini merupakan kerangka model pengembangan pariwisata Kota Malang. Adapun beberapa rekomendasi yang ditawarkan yaitu terkait dengan Pembangunan Destinasi Wisata Alam, Pembangunan dan Perbaikan Destinasi Wisata Budaya, Pengembangan Fasilitas Pendukung, Pengembangan paket wisata, Peningkatan pangsa pasar, dan Peningkatan Sumber daya Manusia.

Kata kunci: pariwisata, peningkatan, sarana, prasarana.

Abstract: The Facilities of Tourism Destination Support Infrastructure Facilities of the Malang City Government are expected to facilitate and even improve the supporting facilities for tourism destinations in Malang City. The purpose of this activity is to compile a Study Document for Improving Tourism Destination Support Infrastructure Facilities. This study uses a type of qualitative descriptive research by concluding based on data, field observations and interviews, as well as theories to explain the description of the existing conditions of facilities and infrastructure. The construction of new tourist areas must look at the interests of environmental preservation and pay attention to the urban spatial planning that has been enacted in regional regulations. Historical and cultural heritage needs to be protected by regional regulations, with efforts to revitalize, carry out renovations, and preserve efforts. While community micro-enterprises can be developed with various facilities to obtain business loans that support tourism. These three things are the framework of the Malang City tourism development model. The recommendations offered are related to the Development of Nature Tourism Destinations, Development and Improvement of Cultural Tourism Destinations, Development of Supporting Facilities, Development of tour packages, Increased market share, and Improvement of Human Resources

Keywords: tourism, improvement, facilities, infrastructure.

PENDAHULUAN

Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dalam pasal 1 angka (3) mendiskripsikan bahwa pengertian dari pariwisata adalah Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Adapun definisi pariwisata Definisi pariwisata menurut Yoeti adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain, dengan

maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beranekaragam (Yoeti : 1996,108). Sedangkan menurut *The Ecotourism Society* mendefinisikan pariwisata sebagai berikut: "Pariwisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat".

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut diatas dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan wisata yang mendapatkan dukungan dan fasilitas tidak saja dari masyarakat melainkan dari pemerintah dan jajarannya, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Pariwisata merupakan bagian yang melekat dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial, ekonomi dan merupakan kebutuhan jiwa. Kegiatan wisata ini pada awalnya hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja, yang notabene hanya bisa dinikmati oleh orang-orang yang relatif kaya, namun saat ini wisata sudah menjadi kebutuhan sekunder yang merupakan hak asasi manusia.

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Sejalan dengan Visi Pembangunan Kepariwisata Kota Malang yang tertuang dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Malang adalah Terwujudnya Destinasi Pariwisata Yang BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Adil, Religius, Toleran, Terkemuka, Berbudaya, Asri, dan Terdidik) di tingkat

nasional, maka dipandang perlu untuk melakukan Kajian Peningkatan Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata Kota Malang. Mengingat pentingnya sarana dan prasarana pariwisata yang dapat menunjang peningkatan pariwisata merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata, maka Kajian Peningkatan Fasilitas Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata Pemerintah Kota Malang diharapkan dapat memfasilitasi bahkan meningkatkan sarana prasarana penunjang destinasi pariwisata di Kota Malang. Maksud dari kegiatan ini adalah menyusun Dokumen Kajian Peningkatan Fasilitas Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata. Tujuan dari kegiatan Kajian Peningkatan Fasilitas Sarana Prasarana Penunjang Destinasi Pariwisata adalah:

1. Mengetahui kondisi eksisting destinasi pariwisata di Kota Malang serta sarana dan prasarana di destinasi pariwisata tersebut.
2. Mengetahui sarana dan prasarana apa saja yang perlu diperbaiki, ditambah, atau ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitasnya.
3. Menganalisis fasilitas sarana prasarana apa saja yang perlu dibangun atau ditingkatkan untuk menunjang destinasi pariwisata di Kota Malang.
4. Bagaimana strategi kebijakan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan fasilitas maupun sarana prasarana penunjang destinasi pariwisata di Kota Malang.

Lingkup Wilayah studi kegiatan ini terbatas pada wilayah Kawasan obyek wisata yang diprioritaskan dikembangkan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang tahun 2010 – 2030 yaitu: Stadion Gajayana, Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang, Taman Rekreasi Tlogomas Permai, Sentra Industri Keramik Dinoyo, Kawasan Alun-alun Merdeka Malang, Hutan Kota Malabar, Kompleks Perguruan Tinggi, Taman Rekreasi Kota Malang, Sentra Industri

Tempe Sanan, Pasar Besar Malang, dan Kawasan Alun-Alun Tugu, Stasiun Kereta Api, serta perumahan yang ada di sepanjang Jalan Besar Ijen, Gedung Sarinah dan Masjid Agung Jami'. Sesuai dengan hasil diskusi ditam-bahkan bangunan kuno dan makam.

METODE

Kajian ini menggunakan jenis penelitian diskriptif kualitatif dengan menyimpulkan berdasarkan data, observasi lapangan dan wawancara, juga teori untuk menjelaskan gambaran tentang kondisi eksisting sarana dan prasarana yang dianalisis meliputi daya tarik/atraksi, aksesibilitas, transportasi, pelayanan, informasi, kenyamanan dan keamanan. dan juga untuk mendapatkan karakteristik, persepsi dan preferensi wisatawan di Kota Malang.

Teknik analisis pada penelitian tentang kajian peningkatan fasilitas sarana dan prasarana penunjang destinasi pariwisata di Kota Malang meliputi: Analisis Deskriptif Kualitatif, Analisis Sarana dan Prasarana Destinasi pariwisata (Analisis ini dilandaskan pada potensi, kendala, dan *amenities* yang ada pada tapak, ditinjau dari tujuan pengembangannya sebagai destinasi pariwisata), Analisis SWOT dan Analisis Kebijakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan pariwisata dalam suatu wilayah merupakan bentuk dari perkembangan Perkembangan dan sejarah konsep pembangunan wilayah mengalami perubahan yang dinamis. Pertama konsep teori *central place* yang bertujuan ingin menjelaskan pilihan-pilihan lokasi untuk sektor-sektor publik dan pribadi, serta dimana posisi pemerintah mengambil keputusan sehingga menghasilkan alokasi yang optimal bagi berbagai fungsi layanan ekonomi. **Kedua**, konsep neoklasik yang menyatakan bahwa penggunaan sumberdaya dapat menjadi optimum dan distribusi pendapatan dan pertumbuhan antar wilayah akan merata apabila mekanisme pasar berfungsi sebagaimana mestinya.

Ketiga, teori *growth pole*, konsep yang berkembang di Perancis tahun 1950 dimana suatu industri tertentu perlu dikem-bangkan dengan berbagai fasilitas pendukungnya sehingga menstimulasi berbagai aktifitas ekonomi di wilayah sekitarnya. **Keempat**, teori *export base*, berkembang di Amerika Serikat pada awal tahun 50 an, dimana pertumbuhan wilayah dipicu oleh permintaan eksternal. **Kelima**, *centre-periphery-models*, dicetuskan oleh Gunard Myrdal tahun 1957. Myrdal mengatakan bahwa negara berkembang tidak mungkin berdampingan dengan negara maju dalam kerangka mekanisme pasar, karena akan menghasilkan kesenjangan yang makin parah (Iwan Nugroho : 2008, 175).

Berdasarkan teori-teori tersebut diatas, yang sesuai dengan tema yang dibahas dalam artikel ini adalah teori *central place*, dimana adanya tujuan untuk menjelaskan pilihan-pilihan lokasi untuk sektor-sektor publik dan pribadi, yang didalamnya terdapat pilihan teknologi yang akan digunakan untuk pengembangan lokasi tersebut. Kebijakan tentang pilihan teknologi (*technology choice*) yang akan dikembangkan dalam suatu wilayah memang harus terkait langsung dengan strategi untuk menciptakan keunggulan daya saing (Alkadri : 1999, 12).

Kebijakan bisa merupakan upaya pemerintah untuk memperkenalkan model pembangunan baru berdasarkan masalah lama. Kebijakan juga adalah upaya untuk mengatasi kegagalan dalam proses pembangunan. Kegagalan itu bisa kegagalan kebijakan itu sendiri, kegagalan pemerintah dan negara, kegagalan dalam bidang kelembagaan, kegagalan dalam ekonomi, perdagangan dan pemasaran dan sebagainya (Tony Djogo, 10).

Di negara berkembang, ini menciptakan peluang untuk ekspor, produksi dan penciptaan pekerjaan. Selain itu, manfaat pariwisata tidak terbatas pada kepentingan ekonomi tetapi juga membantu kita memperkenalkan budaya suatu negara ke

negara lain. Karakteristik pariwisata dari setiap lokasi di Indonesia dipengaruhi oleh pentingnya validitas, sifat, peran dan fungsi dari berbagai agama, budaya, tempat rekreasi, komersial, dan umum lokasinya (Allen, 1998). Di sisi lain, sudah telah dipengaruhi oleh karakteristik sosial, budaya (kepercayaan agama) dan penduduk setempat dan ekonomi pariwisata. (Inskeep, 1991).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pemanfaatan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Spillane, 1994, 20).

• **Alun-alun Merdeka Kota Malang**

Alun-alun Kota Malang sebagai ruang terbuka publik memiliki fungsi-fungsi yaitu tempat olahraga, tempat bersantai, tempat komunikasi sosial, tempat peralihan, tempat menunggu, & tempat mendapatkan udara segar dari lingkungan. Alun-alun Malang kini bergeser peran, menjadi penyangga kegiatan komersial kawasan sekitarnya. Alun-alun menjadi tempat parkir, menjadi tempat para PKL mencari rezeki, selain untuk rekreasi masyarakat kota. Saat ini Alun-Alun Kota Malang telah berubah. Renovasi besar besaran dilakukan untuk Wajah Alun-Alun Kota Malang yang kumuh telah di-*face-off* menjadi taman ber-konsep hijau modern.

Alun-Alun Kota Malang sudah memiliki fasilitas sarana dan prasarana pariwisata yang memadai. Dalam pengembangannya, ada beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam mewujudkan alun-alun Kota Malang sebagai pusat publik yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung, yaitu:

1. Optimalisasi fungsi sosial dan ekologis alun-alun sebagai ruang terbuka publik.
2. Perlunya akses *free wifi*.
3. Manajemen parkir yang lebih baik.
4. Mengadakan event-event yang dapat mena-rik perhatian masyarakat.
5. Pemasangan CCTV
6. Membangun tempat bermain dan olahraga.
7. Pengadaan *tourism information center* di alun-alun.

• **Masjid Agung Jami**

Masjid ini merupakan salah satu penung-galan sejarah yang dimiliki Kota Malang dan menjadi salah satu pusat ibadah bagi kaum muslim. Beberapa fasilitas di Masjid ini sudah dikelola dan di jaga dengan baik. Namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diperbaiki sebagai upaya untuk menjadikan masjid ini tidak hanya menjadi tempat ibadah, namun juga menjadi salah satu peninggalan yang terjaga keaslian dan keasriannya.

Tabel 1. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT Masjid Jami'

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cagar budaya 2. Pusat dakwah dan kegiatan islam 3. Fasilitas pendukung masjid lengkap (perputakaan, klinik) 4. Tempat kegiatan pendidikan non formal 5. Tempat berkumpulnya para alim ulama 6. Dekat dengan fasilitas public lainnya (mall, kuliner, pusat perbelanjaan, bank, ATM) dll 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Area parkir terbatas 2. Halaman depan sempit 3. gelandangan pengemis banyak ada di sekitar masjid
Eksternal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjadi pusat kebudayaan islam di Kota Malang 2. menjadi pusat pendidikan keagamaan 3. bekerjasama membangun kemitraan pelestarian cagar budaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penyelenggaraan kegiatan keislaman 2. bekerjasama dengan kantor, pusat belanja dan masyarakat sekitar untuk menjaga kelestarian masjid
		Alternatif Strategi:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Larangan gelandangan pengemis (penertiban area masjid dari gepeng) 2. Bekerjasama dengan sekeliling masjid untuk pemanfaatan parkir

islam			tengah Kota Malang	mendukung pariwisata	pengunjung dengan menambah dan memperbaiki fasilitas
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:			
1. hanya menjadi tempat Ibadah dan persinggahan	1. Optimalisasi fungsi pengawasan dan penjaga masjid (Takmir masjid)	1. Meningkatkan kegiatan keislaman	2. Destinasi wisata alam yang menyediakan konsep "HIJAU" untuk wisatawan		
2. Sentimen kelompok masyarakat					

Sumber : Data di olah, 2015

• **Hutan Kota Malabar**

Perkembangan Kota Malang yang cenderung mengalihfungsikan RTH (ruang terbuka hijau) menjadi kawasan terbangun menyebabkan menurunnya produksi oksigen Kota Malang. Di Kota Malang terdapat sebuah taman hutan kota yang letaknya berada di jalan Malabar yaitu Hutan Kota Malabar. Hutan ini sangat kurang adanya perawatan sehingga hutan menjadi banyak nyamuk. Hutan kota ini belum digarap secara maksimal oleh pemerintah Kota Malang. Ini terlihat belum adanya fasilitas yang memadai, seperti kursi untuk tempat duduk-duduk dan juga kurang terawatnya spesies yang hidup disini. Terdapat beberapa petugas yang tiap pagi memotong rumput dan membersihkan sampah-sampah yang ada di dalam taman ini, tetapi masih sangat kurang maksimal, karena para pengunjung belum banyak yang tertarik untuk datang ke taman kota ini, hanya beberapa saja.

Tabel 2. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW

Internal	Kekuatan (Strenghts):	Kelemahan (weakness) :
	1. Terletak di area strategis dan mudah dijangkau (tengah kota) 2. Jaraknya dekat dengan rumah makan maupun restoran 3. Masih memiliki suasana yang asri dar pohon-pohon yang rindang	1. Kebersihan masih belum optimal 2. Kurangnya petugas keamanan
Eksternal		
Peluang (opportunity)	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Menjadi salah satu RTH yang masih bertahan di tengah-	1. Meningkatkan pengelolaan kebersihan 2. Meningkatkan petugas keamanan 3. Penambahan fasilitas, sarana dan prasarana yang	1. Meningkatkan petugas pengelola hutan (kebersihan dan keamanan) 2. meningkatkan kenyamanan

	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Alih fungsi lahan menjadi perumahan maupun ruko	1. Kerjasama pemerintah dan masyarakat serta pengelola destinasi	1. Manajemen yang baik dari pemerintah yang bekerjasama dengan masyarakat sekitar	
2. Penebangan pohon			
3. Perusakan sarana wisata di dalam area hutan			

Sumber : Data di olah, 2015

• **Gedung Sarinah**

Gedung Sarinah merupakan salah satu peninggalan sejarah Kota Malang yang keberadaannya masih bertahan sampai saat ini dan berfungsi menjadi salah satu destinasi wisata sebagai pusat perbelanjaan. Selain menjadi pusat perbelanjaan, gedung ini juga menyediakan lokasi bioskop untuk pengunjung yang akan menonton film-film terbaru. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan destinasi ini adalah:

1. Penataan lahan parkir di sekitar gedung;
2. Pengelolaan kebersihan di area gedung Sarinah;
3. Optimalisasi fungsi petugas keamanan;
4. Mengadakan event promo;
5. Penambahan ruang bioskop;
6. Penataan *foodcourt*

Tabel 3. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Gedung Sarinah

Internal	Kekuatan (Strenghts):	Kelemahan (weakness) :
	1. Memiliki monumen KNPI 2. Memiliki tempat belanja sekaligus bioskop 3. Terletak di tengah Kota	1. Monumen tidak terawat 2. Petugas kemanan belum optimal 3. Hanya terdapat 3 ruang bioskop 4. Kebersihan masih kurang

Malang					
Eksternal					
Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:			
1. Mall tempat belanja sekaligus bioskop	1. Mengadakan promo atau event belanja	1. Memaksimalkan fungsi petugas keamanan 2. Memaksimalkan fungsi petugas kebersihan	4. Di lewati banyak jenis angkutan kota 5. Harga terjangkau dan bisa ditawar		
2. Memiliki monument yang sering dibuat lokasi foto oleh pengunjung	2. Memaksimalkan fungsi manajemen		3. Masih banyak PKL liar yang berjualan di sekitar pasar 4.Keamanan kurang 5. Beberapa penjual melayani tidak ramah 6.Sering mati lampu 7. Keberadaan toilet masih sangat kurang dan kebersihannya juga belum terjaga		
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Keamanan pengunjung	1. Memaksimalkan fungsi petugas keamanan dan kebersihan	1. Memaksimalkan manajemen mall 2. Perawatan monumen KNPI	1. Menjadi salah satu lokasi favorit untuk belanja	1. Membuat klasifikasi/ blok sesuai dengan produk yang dijual 2. Manajemen pasar yang lebih baik	1. Menambah dan mengoptimalkan fungsi petugas keamanan dan kebersihan 2. Penataan dan penertiban PKL liar 3. pengelolaan pasar yang lebih baik
2. Bersaing dengan mall lain di Kota Mahal			2. Menjual berbagai macam produk		

Sumber : Data di olah, 2015

• **Pasar Besar**

Sebelum tahun 1914, di Malang hanya ada satu pasar milik swasta di Pecinan. Dewan wilayah yang berkedudukan di Pasuruan hendak membangun pasar di daerah Kayutangan, tetapi akhirnya mengambil alih pasar Pecinan dan mulai dibangun pada 1920. Sekarang kita kenal sebagai Pasar Besar.

Pasar Besar Malang ini sering kali disebut-sebut sebagai salah satu sight and activities di Malang. Hal tersebut bisa jadi dikarenakan Pasar Besar Malang ini memiliki banyak sekali spot menarik yang bisa dikunjungi. Pasalnya, Pasar Besar Malang dan kawasan sekitarnya merupakan wilayah yang dikenal tumbuh berkembang secara bersamaan dengan Kota Malang. Bahkan rumah dan ruko yang berdiri di tempat ini sebagian besar masih merupakan warisan dari jaman kolonialisme Belanda, Ngalamers.

Tabel 4. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Pasar Besar

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	1. Sebagai pusat belanja	1. Lahan parkir yang tidak maksimal dan manajemen parkir yang kurang optimal
	2. Menyediakan berbagai macam kebutuhan	2. Kebersihan belum terjaga
	3. Lokasinya mudah dijangkau karena berada di tengah kota	

Sumber : Data di olah, 2015

• **Kompleks Perguruan Tinggi**

Bidang pendidikan memiliki peran strategis di era Global, karena pengelolaan pendidikan yang bermutu, relevan dan memiliki akuntabilitas yang tinggi dapat menyiapkan SDM berdaya saing tinggi. Menyadari hal tersebut, dalam pengelolaan pendidikan diperlukan strategi dengan mengedepankan manfaat, membangun pelayanan, komunikasi, transparansi, dengan menekankan kepada sinergi, harmonisasi dan mewujudkan profesionalisme. Program wisata pendidikan Dinas Pendidikan Kota Malang dikemas sebagai akses kerjasama dalam strategi tersebut, yang didukung oleh kondisi Kota Malang sebagai Kota Wisata, Kota Industri, dan Kota Pendidikan dalam bingkai Tri Bina Cita Kota Malang.

Tabel 5. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Kompleks Perguruan Tinggi

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness):	Eksternal	4. Tersedia loker	3. Pelayanan belum maksimal
	1. Memiliki daya tarik wisata pendidikan	1. Sering banjir saat musim hujan		5. Fasilitas ruang serbaguna di belakang perpustakaan	4. Ruang serbaguna belum difungsikan secara maksimal
Eksternal	2. Berada di tengah kota (strategis)	2. Sering mengalami kemacetan	Peluang (opportunity):	6. Gratis	Alternatif Strategi:
	3. Menjadi tujuan studi banding/ study tour	3. Masih adanya PKL liar di sekitar lokasi yang mengganggu lalu lintas		7. Adanya kantin di belakang	
Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:	Tantangan (treats):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
	1. Menjadi destinasi wisata pendidikan	1. Kerjasama dalam mengadakan event budaya			
2. Tempat pagelaran konser	2. Mengadakan event pendidikan	2. Perbaikan sarana infrastruktur jalan	2. Tempat mencari referensi	2. Memaksimalkan fungsi ruang serbaguna	2. Peningkatan kenyamanan runag baca
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:	3. Dapat dikembangkan sebagai sarana belajar secara gratis dan dapat dikunjungi semua kalangan	3. Menambah jumlah koleksi buku	3. Manajemen perpustakaan yang lebih baik
1. Drainase yang buruk sehingga sering terjadi banjir	1. Kerjasama dengan pemerintah dan swasta dalam perbaikan sistem drainase	1. Perbaikan sistem drainase	1. Koleksi buku yang kurang upodate	4. Meningkatkan kenyamanan ruang baca	1. Peningkatan pelayanan oleh petugas perpustakaan
		2. Penataan lalu lintas			2. Peningkatan kenyamanan runag baca
		3. Penataan dan penertiban PKL			3. Manajemen perpustakaan yang lebih baik

Sumber : Data di olah, 2015

Sumber : Data di olah, 2015

• **Perpustakaan Umum dan Arsip**

Perpustakaan kota ini menyediakan deretan meja-meja untuk membaca, dan juga tempat-tempat lesehan dengan karpet bagi pengunjung yang ingin membaca dengan santai. Adapun beragam fasilitas yang disediakan di perpustakaan kebanggaan Kota Pendidikan yakni koleksi puluhan ribu buku, penelusuran bahan pustaka, CD Ilmu Pengetahuan, Warung Internet, Hotspot, Ruang Baca Anak, Ruang Baca Umum, Ruang Pameran, Ruang Diskusi, Data Penelitian, Sarana Bermain Anak, Ruang Pertemuan, Bis Layanan Keliling, Bedah Buku, Cafe, Ruang Publik, dan masih banyak lagi lainnya

Tabel 6. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Perpustakaan Kota Malang

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness):
	1. Tempat mencari referensi buku	1. Koleksi buku masih terbata
	2. Arena baca anak	2. Penerangan belum maksimal
	3. Free wifi	

• **Perumahan jalan Ijen**

Jalan Ijen adalah kawasan jalan paling prestisius di Kota Malang, merupakan satu dari sekian peninggalan arsitektur Belanda yang masih berdiri kokoh hingga sekarang. Jalan Ijen ditetapkan sebagai kawasan cagar budaya dan menjadi pilihan venue favorit untuk menggelar berbagai festival. Yang paling terkenal, tentu saja, festival tahunan Malang Tempo Doeloe yang digelar setiap pertengahan tahun. Selain Malang Tempo Doeloe, Malang Flower & Fashion Festival.

Kini Pemerintah Kota Malang, Jawa Timur, secara bertahap menjadikan kawasan Jalan Ijen sebagai daerah tujuan wisata sejarah. Sebab, di sepanjang jalan itu banyak bangunan kuno yang bisa dinikmati wisatawan. Selain itu, Jalan Ijen di jadikan sebagai Heritage Space Public, tempat khusus pejalan kaki yang ingin berwisata sejarah.

Tabel 7. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Perumahan Ijen

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :	Eksternal	2. memiliki sarana olahraga lainnya seperti lapangan basket	1. Pengelolaan parkir yang masih kurang terutama saat ada pertandingan
	1. Adanya <i>Car Free Day</i> pada hari minggu	1. Masih terdapat genangan air saat musun hujan		3. Memiliki kolam renang indoor dengan harga terjangkau	2. Kenyamanan tribun yang masih belum optimal
Eksternal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	4. Dekat dengan Mall (MOG)	3. Petugas penjaga/keamanan yang masih belum optimal
	1. Lokasi Fotografi	1. Pengoptimalam fungsi petugas kebersihan		5. Berada di tengah kota	4. Masih terlihat sampah di mana-mana
Internal	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Eksternal	6. di lalui beberapa rute angkot	4. Masih terlihat sampah di mana-mana
	1. Perusakan taman saat CFD	1. Bekerjasama dalam mengadakan event budaya		7. Di sekitarnya terdapat banyak wisata kuliner	
Internal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	8. Menjadi lokasi pasar minggu saat hari Minggu	
	1. Banyak turis yang datang	2. Mengadakan event budaya		1. Menjadi salah satu stadion berstandart internasional	
Internal	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Eksternal	2. Sebagai tempat latihan para atlete	
	1. Perusakan taman saat CFD	2. Pengoptimalam fungsi petugas kebersihan dan keamanan		1. Mengadakan event secara rutin	
Internal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	3. Perbaikan sarana prasarana yang rusak	
	1. Banyak turis yang datang	1. Pengoptimalam fungsi petugas kebersihan dan keamanan		2. Pengelolaan stadion yang lebih optimal	
Internal	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Eksternal	4. Penambahan kapasitas tribun	
	1. Perusakan taman saat CFD	1. Bekerjasama dalam mengadakan event budaya		3. Perbaikan sarana prasarana yang rusak	
Internal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	5. Meningkatkan kenyamanan ruang tiket	
	1. Banyak turis yang datang	2. Mengadakan event budaya		4. Penambahan kapasitas tribun	
Internal	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Eksternal	6. Penataan parkir	
	1. Perusakan taman saat CFD	2. Pengoptimalam fungsi petugas kebersihan dan keamanan		5. Meningkatkan kenyamanan ruang tiket	
Internal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	1. Perusakan sarana prasana olahraga oleh oknum tidak bertanggung jawab	
	1. Banyak turis yang datang	1. Pengoptimalam fungsi petugas kebersihan dan keamanan		1. Optimalisasi fungsi petugas keamanan	
Internal	Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Eksternal	2. Perbaikan sarana prasana yang rusak	
	1. Perusakan taman saat CFD	1. Bekerjasama dalam mengadakan event budaya		2. Perbaikan sarana prasana yang rusak	
Internal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Eksternal	3. Penambahan sarana prasana yang kurang	
	1. Banyak turis yang datang	2. Mengadakan event budaya		3. Penambahan sarana prasana yang kurang	

Sumber : Data di olah, 2015

• **Stadion Gajayana**

Stadion Gajayana merupakan stadion tertua di Jawa Timur dan merupakan salah satu stadion tertua di Indonesia. Pengelolaan Stadion Gajayana Malang berada di bawah Pemerintah Kota Malang lewat salah satu unitnya, Unit Pelaksana Teknis Dinas(UPTD) Stadion Gajayana. Di lokasi tersebut banyak di datangi masyarakat lokal yang ingin melakukan olahraga serta wisatawan yang berkunjung. Tidak hanya menawarkan lokasi sebagai tempat latihan olahraga, keberadaan stadion ini juga sangat dekat dengan pusat perbe-lanjaan Malang Olympic Garden (MOG) sehingga lokasi tersebut tidak pernah sepi pengunjung.

Tabel 8. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	1. Bangunan olahraga	

Sumber : Data di olah, 2015

• **Sentra Industri Keramik Dinoyo**

Sejak lama, warga Kelurahan Dinoyo yang terletak di Jalan MT Haryono ini telah memproduksi kerajinan keramik sebagai mata pencarian. Akhirnya pada tahun 2010 lalu diresmikanlah wilayah ini sebagai Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Di sentra kerajinan tersebut terdapat sekitar 30 toko yang menjual kerajinan keramik khas Kota Malang. Baik peralatan dapur, perlengkapan terapi, atau hiasan unik. Kampung keramik dinoyo memang terkenal luas bagi warga Malang, sebagai kawasan untuk mencari pernak pernik souvenir

ataupun aksesoris rumah yang berkualitas dengan harga terjangkau.

Tabel 9. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Keramik Dinoyo

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (Weakness):
	1. barang yang diproduksi original	1. modal terbatas
	2. harga lebih murah	2. sdm terbatas
	3. banyak model	3. pemasaran skala kecil
Eksternal	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
Peluang (opportunity):		
1. menciptakan lapangan pekerjaan	1. mengadakan pelatihan kepada generasi muda	1. pelatihan atau kursus singkat bekerjasama dengan universitas
2. mendatangkan turis local dan mancanegara	2. promosi lewat media sosial	2. membuat website
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. akses jalan yang tidak memadai bagi bus pariwisata	1. perluasan jalan	1. perbaikan jalan-jalan berlubang atau rusak
2. persaingan dalam menghadapi MEA	2. menyiapkan sdm dan hak paten	2. bekerjasama dengan pihak swasta dalam usaha promosi
3. model barang yang terus berkembang	3. membuat catalog fisik dan non fisik	3. bekerjasama dengan hotel atau lokasi pariwisata dalam pemasaran

Sumber : Data di olah, 2015

• **Taman Rekreasi Tlogomas**

Tempat wisata banyak tersebar di seluruh wilayah Malang. Mulai wisata gunung, pantai, mall, tempat rekreasi, semua ada di kota ini. Salah satu tempat rekreasi keluarga yang bisa menjadi jujugan untuk wisata kota adalah Taman Rekreasi (TR) Tlogomas. TR Untuk masuk ke TR Tlogomas, pengunjung cukup membayar Rp 12.000 per orang. Jam operasionalnya mulai pukul 06.00 hingga pukul 17.00.

Tabel 10. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Taman Tlogomas

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (Weakness):
	1. parkir luas dapat menampung ribuan pengunjung	1. wahana bermain anak yang kurang apdate
	2. harga terjangkau dibanding waterpark lainnya	2. lokasi yang masuk ke dalam gang
	3. terdapat diorama yang merupakan satu-satunya di kota malang	3. kurangnya fasilitas
Eksternal	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
Peluang (opportunity):		
1. menjadi tujuan wisata di tengah kota	1. mengadakan promosi bekerjasama dengan media televisi atau radio	1. mengganti wahana yang telah berkarat dan usang
2. mengadakan event-event bersama instansi pendidikan	2. mengadakan lomba-lomba mewarnai atau menggambar bertema taman rekreasi tlogomas	2. promosi dengan spanduk atau baliho
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. pengadaan wahana permainan	1. menambah wahana bermain bagi anak-anak dan dewasa seperti roller coster, bomboacar ,dll	1. menambah dengan fasilitas wifi
2. perbaikan wahana kolam renang	2. merubah konsep kolam renang dengan waterpark	2. penjual makanan yang lebih variatif
3. menciptakan satu rute masuk hingga keluar wahana	3. rute masuk tidak bercabang	3. menambah kios untuk souvenir

Sumber : Data di olah, 2015

• **Sentra Industri Tempe Sanan**

Awalnya kampung ini merupakan kampung dari para pengrajin tempe yang sudah turun temurun, dan mereka yang berprofesi sebagai pengrajin keripik tempe dulunya masih sedikit, belum banyak seperti sekarang. Sekitar sepuluh tahun yang lalu produksi keripik tempe mulai meluas, kemudian lima tahun yang lalu, mulailah dibentuk home industri keripik tempe seperti sekarang ini

Tabel 11 Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Sentra Industri Keripik Tempe Sanan

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (Weakness):
----------	-----------------------	-----------------------

	1. nama tempe sanan yang sudah melegenda	1. parkir yang kurang luas
	2. rasa yang khas dari kripik tempe malang	2. kemasan yang kurang menarik
	3. rasa yang beragam	3. harga bersaing antar kios di sanan
Eksternal		
Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. mendatangkan turis lokal dan internasional	1. menyediakan lahan parkir khusus atau terpusat	1. penyediaan wc umum untuk pengunjung
2. menjadi wahana wisata edukasi pembuatan kripik tempe	2. mengadakan studi tour secara berkala, bekerjasama dengan instansi pendidikan atau swasta	2. penyediaan rest area di kawasan sanan
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. persaingan penjualan kripik tempe dengan kota lain	1. membuat website terpusat yang berisi informasi berbagai merk, termasuk harga	1. mengenalkan melalui workshop sanan tidak hanya sebagai produk tempe namun juga buah-buahan
2. pengiriman kripik tempe ke luar daerah agar tidak mudah hancur	2. menyediakan jasa pengepakan bagi pembeli dengan jumlah banyak	2. tampilan kios dicat atau ditata lebih menarik

terdapat pasar burung yang sangat ramai dikunjungi pembeli saat hari libur. Pasar burung dan ikan Splendid ini menjadi pusat penjualan unggas dan ikan terbesar di Kota Malang. Aneka macam hewan peliharaan juga terlihat di sekitar pasar burung, antara lain anjing, kucing, monyet, ayam, tupai dan hewan lainnya. Berbagai macam makanan hewan peliharaan juga tersedia disepanjang jalan pasar burung

Tabel 12. trategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Pasar Bunga Splendid

	Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
		1. produk yang lengkap	1. lokasi yang naik turun
		2. harga yang terjangkau dan dapat ditawarkan	2. parker yang tidak tertata dengan baik
		3. terletak di pusat kota	3. banjir bila musim hujan
Eksternal			
Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. menciptakan lapangan pekerjaan	1. pengadaan jalan bagi yang berkursi roda	1. memperkenalkan kawasan tersebut menjadi wisata edukasi melalui website atau medsos	1. memperkenalkan kawasan tersebut menjadi wisata edukasi melalui website atau medsos
2. menjadikan kawasan tersebut menjadi pasar bunga dan burung terbesar di jawa timur	2. penambahan fasilitas taman bermain bagi anak-anak di satu sudut	2. mengadakan lomba menghias kios setiap tahun, sebagai tambahan daya tarik pengunjung	2. mengadakan lomba menghias kios setiap tahun, sebagai tambahan daya tarik pengunjung
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. persaingan dengan toko bunga atau pet shop	1. penataan untuk kios dapat lebih diperindah dengan klasifikasi jenis produk	1. penataan untuk kios dapat lebih diperindah dengan klasifikasi jenis produk	1. penataan untuk kios dapat lebih diperindah dengan klasifikasi jenis produk
2. menambahkan konsep edukasi bagi anak-anak	2. pengecatan setiap kios dengan warna-warna menarik	2. mengadakan event dikawasan pasar bunga atau pasar burung, misalnya lomba fotografi	2. mengadakan event dikawasan pasar bunga atau pasar burung, misalnya lomba fotografi

Sumber : Data di olah, 2015

• **Pasar Bunga & Burung Spendid**

Lokasi ini ditata oleh arsitek andalan Belanda *Ir.Herman Karsten* untuk mendukung penghijauan Kota Malang. Kontur tanah yang dibuat terasiring ke arah sungai, membuat pasar bunga ini sangat indah dilihat dari atas jalan raya. Di tingkat atas, dijual bermacam-macam tanaman hias di dalam pot, rumput, dan aksesoris taman. Setingkat di bawahnya anda bisa menjumpai aneka tanaman potong taman sampai tanaman keras, sedang yang paling bawah menjual aneka tanaman potong dan bunga untuk keperluan hiasan rumah dan pesta. Harga tanaman dan bunga di sini jauh lebih murah dibanding harga di florist. pasar bunga ini lokasinya juga tidak terlalu besar tapi penataan tempatnya yang bersih membuat lokasi tersebut terlihat sangat asri.Tepat di sebelah pasar bunga splendid,

Sumber : Data di olah, 2015

• **Stasiun Kereta Api Kota Baru**

Stasiun kota baru merupakan salah satu pusat transportasi terbesar di Kota

Malang dan sudah memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang baik dan memadai.

Tabel 13. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT Stasiun Kota Baru

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. bangunan yang legendaris 2. lokasi strategis 3. kota tujuan kereta api beragam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. keamanan yang perlu diperketat, terutama dari copet 2. kebersihan dari sampah dan aroma yang kurang sedap 3. penerangan terutama di dalam lorong-lorong
Eksternal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjadikan lokasi wisata edukasi 2. menjadikan kawasan sekitar stasiun lebih kondusif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengadakan event-event rutin seperti fotografi atau film pendek bertema stasiun 2. menjadikan kawasan sekitar stasiun lebih kondusif dan tertib dari becak dan angkutan kota
Tantangan (treaths) :	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. persaingan terhadap transportasi lain 2. kenyamanan dan keamanan di dalam stasiun dan kereta api 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mempercantik wc umum 2. mempercantik tampilan luar dan dalam stasiun
		<ol style="list-style-type: none"> 1. kios oleh-oleh diperbanyak dan diklarifikasi sesuai produknya 2. p engadaan kios souvenir dengan harga terjangkau

Sumber : Data di olah, 2015

• Taman Rekrasi Senaputra-Brawijaya

Taman Rekreasi Senaputra merupakan salah satu obyek wisata favorit warga Malang untuk mengisi hari libur bersama keluarga. Hingga saat ini, Taman Rekreasi Senaputra juga menjadi salah satu kawasan ruang terbuka hijau di Kota Malang. Saat ini Taman Senaputra dikelola oleh Kodam V Brawijaya, sedangkan operasional sehari-hari dijalankan oleh Koramil Klojen yang bertindak sebagai pengawas.

Tabel 14. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Taman Senaputra

	Kekuatan	Kelemahan
--	-----------------	------------------

Internal	(Strengths):	(weakness) :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. letak strategis 2. harga tiket masuk terjangkau 3. ruang terbuka yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kurang terawat 2. kebersihan yang kurang memadai 3. wahana bermain anak yang usang
Eksternal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjadikan taman rekreasi yang besar di tengah kota 2. menjadikan pusat edukasi wisata, radio, dan tari tradisional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. memperbaiki sarana dan prasana, missal dengan pengecatan ulang 2. mengubah gaya dan tatanan di dalam taman rekreasi menjadi lebih modern
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. persaingan dengan taman rekreasi modern lainnya 2. persaingan dengan waterpark yang bermunculan di kota Malang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengganti semua alat permainan yang rusak dan berkarat 2. membersihkan lumut-lumut pada tangga agar tidak membahayakan
		<ol style="list-style-type: none"> 1. pengadaan cctv agar lokasi lebih aman dan tertib 2. kamar mandi dan kamar ganti agar diperbaharui, agar lebih nyaman

Sumber : Data di olah, 2015

• Taman Rekreasi Kota Malang

Taman Rekreasi Kota Malang atau Tarekot terletak tepat di jantung kota, tepatnya di belakang Gedung Balai Kota Malang. Taman ini dibangun bertujuan untuk memfasilitasi keinginan masyarakat Malang akan tempat rekreasi di tengah kota yang memadai dan terjangkau. Dibangun pada tahun 2002, Taman Rekreasi Kota Malang adalah untuk memenuhi keinginan masyarakat akan sarana rekreasi atau tempat bermain anak-anak di tengah kota yang memadai dan terjangkau. Tareko menyediakan berbagai macam fasilitas yang dapat dinikmati masyarakat, seperti jogging track untuk berolah raga, kolam renang, taman bermain anak-anak, hingga stan-stan yang menjual berbagai produk khas Malang.

Tabel 15. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW “Taman Rekreasi Kota Malang”

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki taman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Area parkir

Eksternal	bermain anak	yang belum maksimal
	2. Koleksi flora dan fauna	sebab masih jadi satu dengan parkir balakang
	3. Kolam renang untuk anak-anak	kantor BKD dan Bappeda
	4. Terdapat beberapa kantin	2. Banyak binatang yang mati
	5. Jogging track	3. fasilitas belum memadai
Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Menjadi taman rekreasi keluarga	1. Peningkatan manajemen taman rekreasi secara optimal	1. Perbaikan fasilitas rekreasi
2. Sarana edukasi bagi anak-anak	2. Peningkatan petugas yang merawat binatang	2. Peningkatan manajemen taman rekreasi secara optimal
	3. penambahan jenis flora dan fauna agar lebih menarik	3. Penataan parkir
	4. Pengelolaan fungsi taman bermain secara optimal	4. Optimalisasi fungsi petugas keamanan dan kebersihan
	5. Perbaikan fasilitas yang rusak	
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Banyak binatang yang mati	1. Optimalisasi fungsi petugas keamanan dan kebersihan	1. Optimalisasi fungsi petugas keamanan dan kebersihan
2. Perusakan koleksi tanaman/flora yang dimiliki	2. Peningkatan kualitas petugas yang merawat binatang	2. Peningkatan kualitas petugas yang merawat binatang
		3. Perbaikan sarana dan prasarana rekreasi

Sumber : Data di olah, 2015

• Kawasan Bundaran Tugu Balai Kota

Alun-alun Tugu Malang pada awalnya hanya terdiri dari sebuah taman bundar yang memiliki air mancur di tengahnya. Tugu yang berada di Alun-Alun Tugu Malang saat ini baru dibangun pada tahun 1950-an yang kemudian diresmikan oleh presiden Soekarno. Untuk menarik pengunjung maupun para wisatawan, Bundaran Tugu dipasang lampu berwarna-warni berbentuk bunga sudah dipasang di beberapa titik Bundaran Tugu. Tugu ini adalah sebagai icon Kota Malang sehingga banyak para wisatawan yang mengabadikan melalui foto-foto di tugu.

Tabel 16. Strategi Alternatif Pengembangan Analisis SWOT DTW Kawasan Bundaran Tugu Balai Kota

Internal	Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (weakness) :
	1. Berada di tengah kota	1. Tidak memiliki lahan parkir
	2. Berada dekat dengan stasiun Kota Baru Malang	
	3. Dilalui berbagai rute angkot dan mudah dijangkau	
	4. Lokasinya dekat dengan kantor walikota Malang	
	5. Memiliki taman yang indah dan air mancur	
	6. Menjadi salah satu lokasi fotografi	
	7. Memiliki keindahan lampu di malam hari	
Eksternal	Peluang (opportunity):	Alternatif Strategi:
	1. Sebagai icon Kota Malang	1. Peningkatan manajemen secara optimal
	2. Menjadi salah satu spot untuk fotografi	2. Menyelenggarakan event-event budaya
		Alternatif Strategi:
		1. Pengadaan dan penataan lahan parkir
		2. Peningkatan manajemen secara optimal
Tantangan (treaths):	Alternatif Strategi:	Alternatif Strategi:
1. Perusakan taman oleh pengunjung yang tidak bertanggung jawab	1. Optimalisasi petugas keamanan dan kebersihan	1. Pengadaan dan penataan lahan parkir
		2. Optimalisasi petugas keamanan dan kebersihan

Sumber : Data di olah, 2015

ANALISA KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KOTA MALANG

Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain-lain.¹

Majunya pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, hal ini karena diakui atau tidak nya suatu tempat wisata dapat dilihat dari tinggi rendahnya minat wisatawan yang mengunjungi tempat wisata tersebut. Selain harus dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas penunjang,

tempat wisata tersebut juga harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata sehingga tempat pariwisata akan berkembang dengan baik. Kota Malang merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah yang dapat mendukung perkembangan sektor industri pariwisata di Kota Malang sendiri.

Visi Pembangunan Kepariwisata Kota Malang adalah terwujudnya Destinasi Pariwisata yang BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Adil, Religius, Toleran, Berbudaya, asri dan Terdidik) di tingkat Nasional.

Misi pembangunan Kepariwisata Daerah sebagai berikut:

1. Melestarikan dan mengembangkan nilai sejarah dan nilai tradisional yang religius
2. Mengembangkan Daya Tarik Wisata berbasis Edukasi dan Industri
3. Meningkatkan daya saing Pariwisata pada tingkat nasional sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan;
4. Mengembangkan tujuan Wisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
5. Mengembangkan pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan baik nusantara maupun mancanegara;
6. Mengembangkan industri Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, mampu menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab atas kelestarian dan keseimbangan lingkungan alam dan sosial Edukasi (Edukasi, Industri dan Budaya);
7. Mengembangkan organisasi kelembagaan Pemerintah, swasta, dan masyarakat;
8. Mengembangkan sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya

Kepariwisata yang berkelanjutan

Tujuan Pembangunan Kepariwisata Kota Malang meliputi:

1. Meningkatkan pelestarian nilai sejarah dan nilai tradisional yang di dasarkan pada nilai religius
2. Mewujudkan pariwisata berbasis Edukasi (Edukasi, Industri dan Budaya) yang kreatif dan inovatif sebagai sektor unggulan dan prioritas pembangunan Daerah;
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas Daya Tarik Wisata yang mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan;
4. Meningkatkan devisa Daerah, produk domestik regional bruto, pendapatan asli Daerah, dan pendapatan masyarakat, dengan tetap memelihara kelestarian lingkungan;
5. Meningkatkan media pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra Kawasan Pariwisata Daerah sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan ulang Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara;
6. Mewujudkan industri Pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian Daerah melalui peningkatan investasi di bidang
7. Pariwisata, kerjasama antarusaha Pariwisata, memperluas lapangan kerja, dan melaksanakan upaya-upaya untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat;
8. Mengembangkan lembaga Kepariwisata dan sistem tata kelola yang mampu menyinergikan pembangunan industri Pariwisata, Kawasan Pariwisata, dan pemasaran Pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.

Sasaran Pembangunan Kepariwisata Kota Malang meliputi:

1. Peningkatan kesadaran terhadap nilai budaya lokal yang religius
2. Peningkatan Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara;

3. Peningkatan jumlah pergerakan wisatawan nusantara;
 4. Peningkatan jumlah perolehan devisa daerah
 5. Peningkatan jumlah pengeluaran dari wisatawan nusantara
 6. Peningkatan PDRB (Produk domestic regional bruto) sector pariwisata
 7. Peningkatan pelestarian lingkungan;
- Semua program dan kegiatan pembangunan pariwisata dilakukan bersama-sama oleh Pemerintah, swasta dan masyarakat yang mendukung terhadap pembangunan Kepariwisata sesuai dengan kedekatan fungsi.

Peluang pengembangan wisata kota, nantinya dapat dikembangkan sebuah model hipotetik pola pengembangan pariwisata terpadu yang bertumpu pada model pemberdayaan masyarakat. Dasar-dasar pertimbangan model adalah aspek-aspek

1. konservasi lingkungan,
2. revitalisasi dan konservasi sejarah dan budaya,
3. pemberdayaan masyarakat.

Adapun Kerangka Model Hipotetik yang dikembangkan adalah: 1).diversifikasi; 2). daya tarik; 3). Keterpaduan; 4). keterlibatan antar dan lintas sektor.

Fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan yang mencukupi penting untuk berhasilnya pengembangan pariwisata. Adapun jenis pelayanan-pelayanan yang mendukung berkembangnya tempat wisata yaitu diantaranya (James, 1987, 121-123).

- a. fasilitas-fasilitas dan pelayanan sosial
fasilitas-fasilitas ini mencakup : keamanan umum untuk mengawasi kejahatan, sehingga wisatawan merasa aman dan dilindungi; pemadam kebakaran; dan pelayanan-pelayanan pengobatan.
- b. sistem pelayanan umum (*Utility System*)pelayanan umum disini adalah persediaan air, tenaga listrik, pembuangan air, saluran telepon, telegram, radio, televisi dan lainnya.

- c. Akomodasi Wisatawan
Akomodasi wisatawan ini berupa hotel, atau tempat penginapan yang dekat dan memudahkan wisatawan untuk menuju tempat wisata.

KESIMPULAN

Pembangunan kawasan wisata baru harus mencermati kepentingan pelestarian lingkungan dan memperhatikan tata ruang kota yang telah diundangkan dalam peraturan daerah. Peninggalan sejarah dan budaya perlu dilindungi peraturan daerah , dengan upaya merevitalisasi, melakukan renovasi, dan upaya-upaya pelestarian. Sementara usaha mikro masyarakat dapat dikembangkan dengan berbagai kemudahan mendapatkan kredit usaha yang mendukung pariwisata. Ketiga hal ini merupakan kerangka model pengembangan pariwisata Kota Malang.

Hal ini melibatkan keterkaitan antar sektor dan lintas sektor dalam sistem pemerintahan kota. Oleh sebab itu nantinya perlu diberdayakan pengelolaannya, baik pengelolaan oleh Desa/Kelurahan, Komunitas, Pelaku Pariwisata, Pemerintah, Badan Pengelola maupun kelompok-kelompok adat dan sejarah.

1. Malang mempunyai taman rekreasi yang sudah ada sejak jaman Belanda. Taman rekreasi tersebut banyak terdapat di tengah maupun di pinggir kota Warga sudah sering berkunjung ke taman-taman rekreasi walaupun hanya pada hari tertentu dan baru taman tertentu yang menjadi tujuan warga kota. Selain hal tersebut, bangunan bersejarah berarsitektur Belanda menjadi ciri yang kuat Kota Malang sehingga bisa dijadikan salah satu faktor penentu pembangunan sektor pariwisata. Bangunan-bangunan tersebut sebagian masih sangat terawat rapi dan masih sesuai dengan bentuk aslinya. Selain itu, masih ditemukan beberapa taman yang kondisinya tidak terawat dan belum memenuhi syarat sebagai taman rekreasi yang hijau atau RTH sebesar 20-30 persen. Taman

tersebut belum berfungsi secara maksimal Hanya taman-taman tertentu yang banyak dikunjungi warga karena dari segi keamanan dan kenyamanan dan keindahan kurang. Masyarakat juga belum sadar sepenuhnya akan fungsi taman sehingga bila datang ke taman rekreasi bukannya merawat tetapi malah merusak atau mengambil tanaman

2. Bangunan-bangunan bersejarah sebagian digunakan sebagai tempat pendidikan dan pemerintahan sehingga mudah bagi para tamu/wisatawan apabila ingin berkunjung Ciri yang kuat sebagai kota yang penuh sejarah belum betul-betul melekat dan disadari sebagai salah satu ciri khas kota Malang. Sebagian bangunan bersejarah lain dibiarkan kosong tak berpenghuni dan tak terawat Sebagian bangunan bersejarah lain sudah berubah bentuk dan fungsi sehingga bentuk bangunan di suatu tempat yang seharusnya senada dengan bangunan lain menjadi tidak serasi lagi.
3. Pembangunan kota seringkali tidak mematuhi peraturan yang sudah ditetapkan, sehingga banyak kawasan yang sudah ditetapkan menjadi kawasan perumahan misalnya, kini banyak yang berubah fungsi menjadi kawasan bisnis dan arsitekturnya dirubah. Hal ini akan mengurangi kesan dan citra yang kuat akan kawasan tertentu, dan akan mengurangi rasa yang menyaksikan atau mengunjungi bangunan tersebut.

REKOMENDASI

- **Pembangunan Destinasi Wisata Alam**

Kota Malang tidak memiliki pantai dan gunung tetapi Malang memiliki taman dan berbagai macam bunga. Termasuk dalam destinasi wisata alam adalah taman dan bunga termasuk dalam kategori flora, disamping fauna, pantai, gunung dan pemandangan alam. Taman dan bunga adalah dua sisi yang

tidak bisa dipisahkan. Taman tanpa bunga akan tampak kering, begitu pula bunga yang ditanam di tempat yang tidak diatur secara rapi tidak akan memberikan kesan yang kuat bagi yang menikmatinya. Julukan Kota Malang sebagai kota bunga sangat tepat juga julukan *Parijs Van Oost Java* karena Yang Maha Kuasa telah memberikan anugerah alam yang sangat cantik dan indah, tinggal bagaimana warga mengatur dan memelihara sehingga akan bisa dinikmati dalam jangka waktu yang lama.

- **Pembangunan dan Perbaikan Destinasi Wisata Budaya**

Aset wisata arkeologi, arsitektur dan yang lainnya semua ada di Kota Malang. Bahkan untuk wisata arsitektur Malang mempunyai keunikan tersendiri sehingga Kota Malang mempunyai ciri khas yang kuat. Bangunan-bangunan berarsitektur Belanda dan berarsitektur Cina masih banyak. Bangunan adalah saksi hidup yang menyimpan banyak kenangan oleh karena itu bisa menjadi media atau tempat belajar, merenung dan introspeksi apa yang telah dilakukan oleh para pendahulu dan generasi penerus bisa terus belajar melalui peninggalan-peninggalan yang sarat akan nilai sejarah. Pepatah mengatakan bangsa yang besar adalah bangsa yang menghargai sejarahnya.

- **Pengembangan Fasilitas Pendukung**

Fasilitas pendukung wisata menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan suatu Kota menjadi Kota Wisata. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan fasilitas pendukung seperti: Area parkir yang lebih memadai, pengembangan dan perbaikan mushola, perbaikan toilet, penyediaan fasilitas tempat duduk (*sitting group*), petunjuk informasi nama tanaman, gerbang taman, halte kendaraan umum,

- penambahan lampu taman dan lampu jalan, penambahan tempat sampah, dan sebagainya.
- **Pengembangan paket wisata**
 - a. Pembuatan paket wisata Kota Malang (Malang City Tours);
 - b. Peningkatan paket wisata yang lebih beragam dengan wilayah sekitar (lingkup Malang Raya);
 - c. Pengembangan kawasan Kampung wisata yang memiliki ciri khas (Arab, Madura, Pecinan dan Arema) untuk meningkatkan produk wisata kuliner.
 - **Peningkatan pangsa pasar**
 - a. Peningkatan dan pengembangan pro-mosi dan publikasi;
 - b. Peningkatan dan pengembangan informasi wisata;
 - c. Peningkatan dan pengembangan kerja sama wisata yang berkaitan dengan pariwisata;
 - d. Peningkatan dan pengembangan kalender wisata yang ada.
 - **Peningkatan Sumber daya Manusia**
 - a. Peningkatan dan pembinaan peran serta masyarakat sekitar Daya Tarik Wisata;
 - b. Peningkatan dan pembinaan peran serta masyarakat dalam melestarikan dan menjadikan budaya sebagai produk wisata;
 - c. Peningkatan dan pembinaan pengrajin tradisional dan lain-lain;
 - d. Peningkatan dan pembinaan masyarakat dalam menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan;
 - e. Pembentukan dan pembinaan para pelaku wisata secara terkoordinasi;
 - f. Meningkatkan peranan BKPM untuk memaksimalkan hubungan kerjasama pemerintah dan swasta.
- Anonim. 1996. *Aliansi-Ecotourism : Teman atau Lawan ? Aliansi Media Bagi Persahabatan Indonesia-Kanada*.
- Djogo, Tony; Sunaryo; Suharjito, Didik; Sirait, Martua, Kelembagaan dan Kebijakan dalam Pengembangan Agroforestri, Tony Djogo, Sunaryo, Didik Suharjito dan Martua Sirait , World Agroforestry Centre (ICRAF).
- Spillane, J James. 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Iwan Nugroho. 2008. Aropolitan: Suatu Kerangka Berpikir Baru Dalam Pembangunan Nasional. *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 2 No. 2 Oktober 2008, 174-186
- Spillane, J James. 1994. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11.
- Yoeti, Oka, A., 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
<http://cvinspireconsulting.com/konsep-pengembangan-pariwisata/>

DAFTAR PUSTAKA

- Alkadri dkk. 1999. *Manajemen Teknologi untuk Pengembangan Wilayah, Direktorat Kebijakan Teknologi Untuk Pengembangan Wilayah BPPT*.