

**TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI)**

**MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**



**Disusun Oleh :  
FRENGKY ELISTO LAKAPU  
02.24.034**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
(TEKNIK PLANOLOGI)  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
2013**

5013

INDONESIA. DEPARTMENT OF MINISTRY OF  
INTERNAL AFFAIRS. BUREAU OF  
(SECRETARY GENERAL)  
KABUPATEN BANDUNG. DEPARTMENT OF  
INTERNAL AFFAIRS.

021111334

KEMENTERIAN DALAM NEGERI  
KABUPATEN BANDUNG

DEPARTMENT OF MINISTRY OF  
INTERNAL AFFAIRS. BUREAU OF

(SECRETARY)  
KABUPATEN BANDUNG

# LEMBAR PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR (SKRIPSI)

### MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Disusun oleh  
Nama : Frengky Elisto Lakapu  
NIM : 02.24.034

Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Jenjang Strata Satu (S1)

Di  
Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota  
(Teknik Planologi)  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Nasional Malang

Dinyatakan Lulus dan Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Pada Hari : Rabu  
Tanggal : 20 Februari 2013  
Dengan Nilai :

#### Anggota Penguji :

Penguji I



(Agung Witjaksono, ST, MT)

Penguji II



(Mira Setiawati, ST)

Penguji III



(Ir. Hutomo Moestadjab)

#### Menyetujui,

Pembimbing I



(Ir. Agustina Nurul H, MT)

Pembimbing II



(Arief Setiyawan, ST, MT)

#### Mengetahui,

Dekan

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Nasional Malang



(Dr. Ir. Kustamar, MT)

Ketua Jurusan

Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota  
FTSP-ITN Malang



(Dr. Ir. Ibnu Sasongko, MT)



**LEMBAR PERBAIKAN**

Dalam Seminar Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota (Planologi) :

Nama : FRENGKY ELISTO LAK'APU

Nim : 02.24.034

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Februari 2013

Judul : MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Terdapat pertanyaan dan masukan yang meliputi:

1. Perbaiki laporan/penyajian tabel, daftar isi dan lain-lain.
2. Pemahaman mengenai rekreasi dan wisata.
3. Responden sederajat, antara SMU, SMK dan MAN dan kaitannya dengan Motivasi?
4. Karakteristik asal wisatawan yang mempunyai motivasi berkunjung ke Kota Malang?
5. Lingkup responden penelitian mengapa hanya di Matos?
6. Konsistensi data, analisis dan konsep?
7. Dasar-dasar penentuan konsep:
  - Wisata kewirausahaan?
  - Wisata Pendidikan?

**Penguji I**

**(AGUNG WITJAKSONO, ST, MT)**



# INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

## FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA (TEKNIK PLANOLOGI)

Jl. Bendungan Sigura-gura No.2 Malang Telp/Fax : (0341) 567154

### LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Seminar Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota (Planologi) :

Nama : FRENGKY ELISTO LAK'APU

Nim : 02.24.034

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Februari 2013

Judul : MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Terdapat pertanyaan dan masukan yang meliputi:

1. Pertimbangan terhadap Matos sebagai salah satu tempat tempat rekreasi, dilihat dari sebelum dan sesudah dari Matos?
2. Konsep wisata seperti apa jika penyebaran wisatawan pelajar bermula dari Matos?
3. Hasil penelitian masih melebar dan belum fokus pada tujuan penelitian yang diharapkan.

Penguji II

(MIRA SETIAWATI, ST)



**LEMBAR PERBAIKAN**

Dalam Seminar Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota (Planologi) :

Nama : FRENGKY ELISTO LAK'APU

Nim : 02.24.034

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Februari 2013

Judul : MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Terdapat pertanyaan dan masukan yang meliputi:

1. Perlu membedakan antara Kota Malang sebagai tujuan utama wisata atau hanya sebagai turunan/pendukung wisata utama yaitu Kota Batu?
2. Judul yang lebih tepat adalah "Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar SMA/K atau Sederajat".
3. Kota Malang merupakan daerah transit wisata, oleh karena itu tidak mudah untuk menentukan segmentasi.
4. Obyek wisata yang menjadi kandidat harus mempunyai hubungan dengan pangsa pasar (relevan).

Penguji III

**(Ir. HUTOMO MOESTADJAB)**

LEMBAR PERBAIKAN

Dalam rangka kompetensi Tugas Akhir Teknik Sipil Jurusan Teknik  
Perencanaan Wilayah dan Kota (Planning) :  
Nama : FRENKY ULIS TO LAKAPU  
Nim : 02.24.034  
Hari/Tanggal : Rabu, 20 April 2017  
Judul : MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PASAR PASAR TRADISIONAL

terdapat pertanyaan dan masalah yang meliputi:

1. Perlu membedakan antara Kota Malang sebagai tujuan utama wisata alam  
yang sebagai sarana pendukung wisata utama yaitu Kota Malang?
2. Judul yang lebih tepat adalah Merumuskan Konsep Wisata Di Kota  
Malang Berdasarkan Pasar Pasar BAK dan Sebelah?
3. Kota Malang merupakan daerah transit wisata oleh karena itu tidak  
mudah untuk mendapat pengunjung.
4. Objek wisata yang menjadi kandidat harus mempunyai hubungan dengan  
pasar pasar (tourism).

Revisi III



REVISI (KORREKTUR)

i

**FORMULATE THE CONCEPT TOUR IN MALANG  
BASED ON MARKET SHARE OF STUDENTS**

**ABSRTACT**

Modern man now make tourism as a basic needs after busy with various activity. Similarly, students who are likely to be confronted with activities in the school give rise to saturation among students. so hopefully with the activities of tourism activities can be a solution to eliminate fatigue. Often Malang is one travel destination that comes with students using buses. Therefore, needs concept formulation tour in Malang by market share student and expect students are not just traveled but it can also to add the knowledge that acquired in school on the real situation.

In this study authors use qualitative descriptive research with ollection of data from the questionnaires, interviews, observations and literature and then grouped on primary and secondary data.

Based on the method used, the results showed that the development of tourism in the city of Malang directed learners based on two main concepts namely the concept of entrepreneurship and concept tour educational supported by direction of travel route for students who visit the city of Malang.

**Keywords:** Concept, Tour, Market Share, Student



## MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

### ABSTRAKSI

Manusia modern sekarang ini menjadikan pariwisata sebagai kebutuhan pokok setelah disibukkan dengan berbagai aktivitas. Demikian halnya dengan pelajar yang cenderung diperhadapkan dengan kesibukkan di sekolah sehingga cenderung menimbulkan kejenuhan dikalangan pelajar, sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan wisata dapat menjadi solusi untuk menghilangkan kepenatan. Seringkali Kota Malang merupakan salah satu tujuan perjalanan wisata pelajar yang datang dengan menggunakan bus pariwisata. Oleh karena itu perlu adanya *rumusan konsep wisata* di Kota Malang berdasarkan *pangsa pasar pelajar* sehingga diharapkan pelajar tidak hanya sekedar berwisata semata-mata tetapi juga dapat menambah pengetahuan yang diperoleh di sekolah pada keadaan yang sesungguhnya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dari hasil kuisisioner, wawancara, observasi dan kepustakaan yang kemudian dikelompokkan kepada data primer dan sekunder.

Berdasarkan metode yang digunakan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata pelajar di Kota Malang diarahkan berdasarkan dua konsep utama yaitu konsep wisata kewirausahaan dan konsep wisata pendidikan yang didukung dengan arahan rute perjalanan wisata bagi pelajar yang berkunjung ke Kota Malang.

Kata kunci: *Konsep, Wisata, Pangsa Pasar, Pelajar.*

## KATA PENGANTAR

Setelah mengalami proses yang cukup lama, penulis merasa bahwa tugas akhir ini merupakan suatu yang penting untuk mengukur kemampuan dalam menyerap ilmu yang telah di dapat, baik secara langsung melalui kuliah maupun pengalaman lain dalam bersinggungan dan berinteraksi dengan masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh jenjang perkuliahan, penulis dengan sungguh-sungguh dan kaidah-kaidah ilmiah yang ada mencoba menyajikan yang terbaik bagi perkembangan dunia ke-planologi-an.

Segala sesuatu dibuat tidak dengan tanpa alasan, begitu juga dengan tugas akhir ini. Seringkali pelajar diperhadapkan dengan rutinitas dan jadwal pelajaran yang cukup padat sehingga tidak sedikit dari mereka yang jenuh dengan rutinitas yang ada. Oleh karena itu, perlu adanya suatu kegiatan diluar sekolah yang mampu memberikan penyegaran fisik dan mental pelajar. Salah satu yang pantas diberikan kepada pelajar adalah melakukan perjalanan wisata. Dengan adanya kegiatan wisata pelajar, diharapkan dapat meningkatkan rasa cinta dan pengenalan terhadap kekayaan alam, seni budaya dan peninggalan sejarah, juga meningkatkan sikap kemandirian pelajar dalam berkreasi dan inovatif. Selain itu, wisata pelajar akan berdampak luas bagi pengembangan ekonomi di daerah tujuan wisata karena dapat mendukung pergerakan ekonomi rakyat sekaligus membuka kantong-kantong seni dan budaya yang perlu diketahui pelajar.

Yang menarik disini adalah seringnya peneliti menjumpai bus pariwisata yang berkunjung ke Kota Malang khususnya Malang Town Square. Setelah diamati keberadaan bus pariwisata tersebut, diketahui bahwa bus pariwisata datang bersama rombongan siswa/siswi dari berbagai sekolah diluar Kota Malang dengan tujuan berwisata. Dapat disimpulkan bahwa Kota Malang seringkali menjadi pilihan bagi sebagian besar pelajar dari berbagai daerah di sekitarnya untuk melakukan perjalanan wisata, sebagai ajang untuk melarikan diri dari rutinitas mereka setiap hari. Akan tetapi setelah berkunjung ke Kota Malang apa ada kepuasan yang diperoleh, atautkah sebaliknya. Hal inilah yang

melatarbelakangi peneliti untuk merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar.

Penulis berharap studi ini dapat menjadi masukan bagi dunia kepariwisataan untuk lebih memperhatikan aspek pembinaan mental bagi para wisatawan usia pelajar, sehingga pada akhirnya “liburan” bagi usia pelajar tidak menjadi sekadar pelengkap dan bersifat hanya kesenangan sementara tetapi dapat dimanfaatkan untuk menambah wawasan pengetahuan atau bahkan menerapkan pengetahuan yang diperoleh di sekolah pada keadaan yang sesungguhnya.

Ucapan terimakasih yang besar kepada kedua pembimbing Ibu Ir.Agustina Nurul Hidayati,MT dan Bapak Arief Setiyawan,ST,MT, yang dengan diskusinya telah banyak membuka cakrawala berpikir penulis untuk berpandangan obyektif terhadap realita. Penulis juga tak lupa mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Dengan keterbatasan sebagai seorang mahasiswa, tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar menjadi masukkan dalam menyempurnakan tugas akhir ini.

Malang, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Abstrack</b> .....	i
<b>Abstraksi</b> .....	ii
<b>Kata Pengantar</b> .....	iii
<b>Daftar Isi</b> .....	v
<b>Daftar Peta</b> .....	viii
<b>Daftar Gambar</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Diagram</b> .....	xii
<b>Daftar Bagan</b> .....	xiii
 <b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Sasaran .....	7
1.3.1 Tujuan .....	7
1.3.2 Sasaran .....	7
1.4 Lingkup Penelitian .....	7
1.4.1 Lingkup Materi .....	7
1.4.2 Lingkup Studi... ..	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.6 Sistematika Pembahasan .....	13
 <b>BAB II</b>	
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Tinjauan Pustaka .....	17
2.1.1 Definisi dan Konsep Penelitian .....	17
2.1.2 Wisata .....	19
2.1.2.1 Definisi Wisata dan Rekreasi .....	21
2.1.2.2 Ciri-ciri Rekreasi .....	26
2.1.2.3 Hubungan Rekreasi dengan Pelajar .....	27
2.1.2.4 Hubungan Wisata dengan Pendidikan ( <i>Education</i> ) .....	28
2.1.2.5 Produk Wisata .....	30
2.1.2.6 Dimensi Pariwisata .....	31
2.1.2.7 Atraksi dan Ciri-ciri Destinasi .....	35
2.1.2.8 Sistem Fungsional Pariwisata .....	37
2.1.2.9 Daerah Tujuan Wisata .....	38

2.1.2.10 Syarat-syarat Atraksi Wisata Yang Baik .....	38
2.1.2.11 Jenis-jenis Pariwisata .....	39
2.1.2.12 Perjalanan Wisata .....	42
2.1.2.13 Motivasi Berwisata .....	44
2.1.2.14 Klasifikasi Motif dan Tipe Wisata .....	45
2.1.2.15 Kerangka Dasar Kepariwisata .....	50
2.1.2.16 Pengaruh-pengaruh Yang Timbul Dari Pariwisata .....	53
2.1.3 Pangsa/Segmentasi Pasar .....	55
2.1.3.1 Definisi Pangsa/Segmentasi Pasar .....	55
2.1.3.2 Pentingnya Segmentasi Pasar .....	56
2.1.3.3 Dasar-dasar Asumsi Pangsa/Segmentasi Pasar .....	57
2.1.3.4 Macam-macam Segmentasi Pasar .....	58
2.2 Rumusan Landasan Penelitian .....	61

### **BAB III**

<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
3.1. Metode Pengumpulan Data .....	65
3.1.1 Tahap Persiapan .....	65
3.1.2 Survey Primer .....	66
3.1.3 Survey Sekunder .....	70
3.2. Metode Analisa .....	70
3.2.1 Tahap Pengolahan Data .....	71
3.2.2 Tahap Analisis .....	71
3.3. Kerangka Kerja .....	74

### **BAB IV**

<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>75</b>
4.1. Gambaran Umum Kota Malang.....	75
4.1.1 TriBina Cita Kota Malang.....	77
4.1.2 Potensi Kota Malang.....	79
4.1.3 Penduduk dan Sosiologi.....	80
4.1.4 Sekilas Tentang Wisata di Kota Malang.....	82
4.1.5 Pintu Masuk/ <i>Gateway</i> Wisatawan ke Kota Malang.....	94
4.1.6 Potensi Kota Malang Sebagai Kota Wisata .....	96
4.2. Persepsi Wisatawan Pelajar Terhadap Potensi Wisata Kota Malang .....	97
4.3. Perspektif Guru dan Pelajar Terhadap Potensi Wisata Kota Malang .....	108
4.3.1. Hasil Wawancara Terhadap Guru/pendamping .....	108
4.3.2. Hasil Wawancara Terhadap Siswa/siswi .....	113

### **BAB V**

<b>ANALISA DAN ARAHAN RENCANA.....</b>	<b>117</b>
5.1. Analisa Konsep Wisata Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar .....	117
5.1.1 Analisa hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan pelajar.....	117

5.1.2.1	Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi pemilihan Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan.....	118
5.1.2.2	Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan tempat yang disenangi di Kota Malang (selain Matos) .....	122
5.1.2.3	Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang.....	124
5.1.2	Analisa Obyek Wisata Kota Malang.....	127
5.1.2.1.	Karakteristik Obyek wisata .....	127
5.1.2.2.	Klasifikasi Motif/Tipe Wisata .....	133
5.1.3	Analisa Kebutuhan Produk Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.....	134
5.1.4	Analisa Hubungan Fungsional Produk Wisata.....	139
5.1.4.1.	Wisata Pendidikan dan Wisata Belanja.....	139
5.1.4.2.	Akses Utama Menuju ke Kota Malang.....	141
5.2.	Arahan Konsep Wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar.....	145
5.2.1	Arahan Pengembangan Tempat/Jenis Wisata .....	145
5.2.1.1	<i>Entrepreneur Tourism Concept</i> (Konsep Wisata Kewirausahaan) .....	146
5.2.1.2	<i>Educational Tourism Concept</i> (Konsep Wisata Pendidikan) .....	149
5.2.2	Arahan Rute Perjalanan Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.....	152

## **BAB VI**

<b>PENUTUP</b> .....	160
6.1. Kesimpulan.....	160
6.2. Rekomendasi .....	163

<b>Daftar Pustaka</b> .....	xiv
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	xvi
-----------------------	-----

**DAFTAR PETA**

Peta 1.1	Orientasi Kota Malang .....	11
Peta 1.2	Batas Administrasi Kota Malang .....	12
Peta 1.4	Obyek Wisata dan Rekreasi di Kota Malang .....	95
Peta 5.1	Jalan Utama Menuju Kota Malang .....	143
Peta 5.2	<i>Entrepreneur Tourism Concept</i> .....	150
Peta 5.3	<i>Education Tourism Concept</i> .....	151

## DAFTAR GAMBAR

142	Gambar 2.4	Gerbang Masjid Kota Malang dari arah Kebarjan
142	Gambar 2.5	Gerbang Masjid Kota Malang dari arah timur
141	Gambar 2.6	Gerbang Masjid Kota Malang dari arah Surabaya
118	Gambar 2.1	Asal Wisatawan Belajar Berbahasakan Responden
91	Gambar 4.29	Universitas Islam Malang
93	Gambar 4.28	Politik Negeri Malang
93	Gambar 4.27	Universitas Merdeka Malang
93	Gambar 4.26	Universitas Muhammadiyah Malang
92	Gambar 4.25	Universitas Islam Negeri Malang
92	Gambar 4.24	Universitas Negeri Malang
92	Gambar 4.23	Universitas Brawijaya Malang
91	Gambar 4.22	Institut Teknologi Nasional Malang
91	Gambar 4.21	Pepustakaan Kota Malang
91	Gambar 4.20	Wisata Kuliner Pulauan
90	Gambar 4.19	Toko Online
90	Gambar 4.18	Taman Wisata Tlogomas
90	Gambar 4.17	Taman Rekreasi Sembura
89	Gambar 4.16	Aran-aran Tugu
88	Gambar 4.15	Alan-Alun Kota Malang
88	Gambar 4.14	Tarokot (Taman Rekreasi Kota)
88	Gambar 4.13	Industri Keripik Tempa
87	Gambar 4.12	Kerajinan Kotan
87	Gambar 4.11	Semua industri keramik
87	Gambar 4.10	Pasar Buku Willis Kota Malang
86	Gambar 4.9	Pasar Tugu
86	Gambar 4.8	Pasar Burang dan Pasar Kemang Selandi
85	Gambar 4.7	Pasar Besar Kota Malang
85	Gambar 4.6	Malina I Department Store, Ramayana, Malina I Dcpr store dan Kawasan Pasar Perbelanjaan Malang Plaza (adish Malina Plaza)
84	Gambar 4.5	Malang Town Square
84	Gambar 4.4	Mall Olympic Garden
84	Gambar 4.3	Museum Bawijayan
83	Gambar 4.2	Jen Bawejan
83	Gambar 4.1	Festival Malang Komunitas Tempoe Doctoe (MTD)
82	Gambar 4.1	Taman Krida Budaya
70	Gambar 3.2	Luas Populasi dan Sampel
7	Gambar 2.1	Teknik Sampel Random Sampling
8	Gambar 1.1	Bus Pariwisata dan Kapasitas



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Antara Wisata Dan Rekreasi .....	25
Tabel 2.2	Motivasi Wisatawan Untuk Berwisata .....	45
Tabel 2.3	Rumusan Landasan Penelitian .....	63
Tabel 4.1	Waktu Yang Digunakan Untuk Melakukan Perjalanan Wisata Berdasarkan Asal Pelajar .....	98
Tabel 4.2	Pelajar Yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang .....	98
Tabel 4.3	Lama Kunjungan ke Kota Malang .....	99
Tabel 4.4	Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Matos .....	100
Tabel 4.5	Tujuan Perjalanan Sebelum ke Matos .....	100
Tabel 4.6	Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan .....	101
Tabel 4.7	Motivasi Berkunjung Ke Matos .....	102
Tabel.4.8	Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos .....	102
Tabel 4.9	Manfaat Adanya Matos.....	103
Tabel 4.10	Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos .....	104
Tabel 4.11	Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang .....	104
Tabel 4.12	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar. ....	105
Tabel 4.13	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.....	106
Tabel 4.14	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	106
Tabel 5.1	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.....	119
Tabel 5.2	Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ ) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar Dengan Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Tujuan Perjalanan..	120
Tabel 5.3	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.....	122
Tabel 5.4	Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ ) Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	123
Tabel 5.5	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	125
Tabel 5.6	Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ ) Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	126
Tabel 5.7	Karakteristik dan Potensi Wisata di Kota Malang .....	127
Tabel 5.8	Klasifikasi Motif/Tipe Wisata .....	133
Tabel 5.9	Lama Kunjungan ke Kota Malang .....	134
Tabel 5.10	Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Matos .....	135

Tabel 5.11 Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan .....	136
Tabel 5.12 Motivasi Berkunjung Ke Matos .....	136
Tabel 5.13 Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos .....	137
Tabel 5.14 Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos .....	138
Tabel 5.15 Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang .....	138
Tabel 5.16 Manfaat Adanya Matos .....	145
Tabel 5.17 Jenis Obyek dan Lokasi .....	147
Tabel 5.18 Kategori dan Jenis Kegiatan .....	148
Tabel 5.19 Jenis Obyek dan Lokasi .....	149
Tabel 5.20 Kategori dan Jenis Kegiatan .....	152
Tabel 5.21 Asal Pengunjung dan Rute Perjalanan Melalui Kota Malang .....	153
Tabel 5.22 Kategori, Jenis Kegiatan dan Manfaat <i>Entrepreneur Tourism Concept</i> .....	157
Tabel 5.22 Kategori, Jenis Kegiatan dan Manfaat <i>Educational Tourism Concept</i> .....	158

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1	Prosentase Pelajar Yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang.....	98
Diagram 4.2	Prosentase Lama Kunjungan ke Kota Malang .....	99
Diagram 4.3	Prosentase Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Matos.....	100
Diagram 4.4	Prosentase Tujuan Perjalanan Sebelum ke Matos.....	101
Diagram 4.5	Prosentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan.....	101
Diagram 4.6	Prosentase Motivasi Berkunjung Ke Matos.....	102
Diagram 4.7	Prosentase Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos.....	103
Diagram 4.8	Prosentase Manfaat Adanya Matos.....	103
Diagram 4.9	Prosentase Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos....	104
Diagram 4.10	Prosentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang.....	104
Diagram 4.11	Prosentase Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.....	105
Diagram 4.12	Prosentase Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	106
Diagram 4.13	Prosentase Usulan Pengembangan Jenis Wisata di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	107
Diagram 5.1	Prosentase Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Wisata Berdasarkan Asal Wisatawan .....	119
Diagram 5.2	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar .....	122
Diagram 5.3	Asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang .....	125
Diagram 5.4	Prosentase Lama Kunjungan ke Kota Malang .....	135
Diagram 5.5	Prosentase Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Malang Town Square (Matos).....	135
Diagram 5.6	Prosentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan .....	136
Diagram 5.7	Prosentase Motivasi Berkunjung Ke Matos.....	137
Diagram 5.8	Prosentase Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos .....	137
Diagram 5.9	Prosentase Manfaat adanya Matos .....	138
Diagram 5.10	Prosentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang .....	139
Diagram 5.11	Prosentase Manfaat Adanya Matos.....	145

DAFTAR ISI

Diagram 4.11 Persentase Manfaat Adanya Motos ..... 142

Diagram 4.10 Persentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang ..... 139

Diagram 4.9 Persentase Manfaat adanya Motos ..... 138

Diagram 4.8 Persentase Kegiatan/Aktivitas Selain Berada Di Motos ..... 137

Diagram 4.7 Persentase Motivasi Berkunjng Ke Motos ..... 137

Diagram 4.6 Tujuan Pejalan ..... 136

Diagram 4.5 Persentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Malang Town Square (Motos) ..... 135

Diagram 4.4 Persentase Tempat Yang Dikunjungi Sebelum Ke ..... 135

Diagram 4.3 Persentase Lama Kunjungan Ke Kota Malang ..... 134

Diagram 4.2 Persentase Jenis wisata di Kota Malang ..... 133

Diagram 4.1 Asal jejalan/pejalan dengan usulan pengembangan ..... 132

Diagram 5.1 Berdasarakan Asal Wisatawan Pejalan ..... 107

Diagram 5.2 Tujuan Pejalan Wisata Berdasarakan Asal Wisatawan ..... 107

Diagram 5.3 Persentase Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Berdasarakan Asal Wisatawan Pejalan ..... 107

Diagram 5.4 Persentase Usulan Pengembangan Jenis Wisata di Kota Malang ..... 106

Diagram 5.5 Persentase Tempat Yang Dिसcanngi Di Kota Malang (Selain Motos) ..... 105

Diagram 5.6 Tujuan Pejalan Berdasarakan Asal Wisatawan Pejalan ..... 105

Diagram 5.7 Persentase Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu ..... 104

Diagram 5.8 Persentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang ..... 104

Diagram 5.9 Persentase Tempat Yang Dikunjungi Di Kota Malang Selain Motos ..... 103

Diagram 5.10 Persentase Manfaat Adanya Motos ..... 103

Diagram 5.11 Persentase Kegiatan/Aktivitas Selain Berada Di Motos ..... 103

Diagram 5.12 Persentase Motivasi Berkunjng Ke Motos ..... 102

Diagram 5.13 Tujuan Pejalan ..... 101

Diagram 5.14 Persentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu ..... 101

Diagram 5.15 Persentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang ..... 100

Diagram 5.16 Persentase Tempat Yang Dikunjungi Sebelum Ke Kota Malang ..... 99

Diagram 5.17 Persentase Lama Kunjungan Ke Kota Malang ..... 98

Diagram 5.18 Persentase Jenis wisata di Kota Malang ..... 98

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Kerangka Pemikiran .....	15
Bagan 2.1	Sistem Perencanaan Pariwisata .....	37
Bagan 2.2	Kerangka Kepariwisata .....	51
Bagan 2.3	Proses Pengambilan Keputusan Oleh Wisatawan .....	52
Bagan 5.1	Rute Perjalanan Wisata Pelajar Berdasarkan hasil Kuisisioner.....	144
Bagan 5.2	Alur Perjalanan Wisatawan Melalui Kota Malang.....	155
Bagan 5.3	Alur Perjalanan Wisatawan Pelajar Menuju Destinasi Wisata di Kota Malang.....	156

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata sudah sedemikian pesat dan terjadi fenomena yang sangat global dengan melibatkan jutaan manusia baik dikalangan masyarakat, industri pariwisata maupun kalangan pemerintah, dengan biaya yang cukup tinggi. Perkembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat perkembangan itu sendiri. Wisata atau *Tourism* juga sudah merupakan salah satu *trend* yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Wisata tak lagi dipandang sebagai suatu yang menjadi milik kelompok masyarakat yang mapan saja, tapi juga bagi semua kalangan masyarakat; meski dalam apresiasi dan *budget* yang berbeda. Dari berbagai bentuk apresiasi wisata dalam konteks tempat, *urban tourism* atau wisata kota termasuk bentuk wisata yang sedang menjadi trend. Hampir 50% pariwisata di dunia berkaitan dengan objek-objek di perkotaan (*Harun, 2008*).

Pertumbuhan kegiatan pariwisata akan merangsang pertumbuhan industri pariwisata. Industri pariwisata dapat berupa industri transportasi, akomodasi, jasa boga, dan pengembangan bagi kegiatan pengeksploitasian atau pemberdayaan obyek wisata atau atraksi wisata.<sup>1</sup> Konstelasi serta keadaan dunia kepariwisataan dua puluh lima tahun lalu serta perkembangan dan kemungkinannya dimasa-masa mendatang, industri pariwisata Tanah Air kita ini kalaupun tadinya hanya baru merupakan suatu “kemungkinan” kini sudah dapat dikatakan tampil dalam suatu kehadiran nyata<sup>2</sup>.

Harus disadari bahwa suatu daerah tujuan wisata itu adalah daerah yang merupakan kesatuan fungsional dari berbagai unsur, baik yang material maupun yang sosio-kultural. Atraksi wisata seperti bangunan kuno, tari-tarian rakyat,

---

<sup>1</sup> Tata Nurita, 1999, *Perencanaan Perjalanan Wisata*, CV, Amelia Bakti Jaya, Jakarta, hal 3

<sup>2</sup> Pendi S Nyoman, 2006, *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, Hal 31

BAB I  
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata sudah semakin pesat dan terjadi fenomena yang sangat global dengan melonjaknya jumlah manusia baik dikalangan masyarakat industri maupun kalangan pencinta dengan biaya yang cukup tinggi. Perkembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola bentuk dan sifat kegiatan, दौरान orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat perkembangan itu sendiri. Wisata atau *Wawawa* juga sudah merupakan salah satu *Wawawa* yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Wisata tak lagi dipandang sebagai suatu yang menjadi milik kelompok masyarakat yang mapan saja, tapi juga semua kalangan masyarakat meski dalam apresiasi dan *Wawawa* yang berbeda. Dari berbagai bentuk apresiasi wisata dalam konteks tempo, *Wawawa* atau *Wawawata* kota termasuk bentuk wisata yang sedang menjadi trend. Hampir 50% pariwisata di dunia berkaitan dengan objek-objek di perkotaan (Wahana, 2002).

Peran utama kegiatan pariwisata akan terus mengalami pertumbuhan industri pariwisata. Industri pariwisata dapat berupa industri transportasi, akomodasi, jasa loga, dan pengembangan bagi kegiatan pariwisata atau pengembangan objek wisata atau atraksi wisata.<sup>1</sup> Konstitusi serta kegiatan dunia pariwisata dua puluh lima tahun lalu serta perkembangan dan kemungkinannya dimasa-masa mendatang. Industri pariwisata Tanah Air kita ini kalupun tadinya hanya baru merupakan suatu "ketanggungan", kini sudah dapat dikatakan tumbuh dalam suatu kehidupan nyata.<sup>2</sup>

Harus disadari bahwa suatu daerah tujuan wisata itu adalah daerah yang merupakan kesatuan fungsional dan terpadat yang baik yang memiliki nuansa yang sosio-kultural. Atraksi wisata seperti bangunan komor, tari-tarian rakyat,

<sup>1</sup> Fatmahanik, 1999, Perkembangan Pariwisata Wisata, CV. Ananda Bahari Jember, Jember, hal 3.  
<sup>2</sup> Cahit, 2000, *Wawawa* dan *Wawawata* sebagai *Wawawa* Pariwisata, Jember, hal 31.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

angkutan setempat, penjaan makanan, persediaan penginapan, itu semua harus disampaikan di pasar sebagai gambaran yang menarik, sebagai citra pariwisata. Citra pariwisata harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, produk itu harus sesuai dengan permintaan segmen pasar yang bersangkutan, yaitu kelompok-kelompok orang calon konsumen yang berdasarkan indikator-indikator sosio-profesional dan indikator-indikator turistik lainnya serta permintaan semacamnya. Untuk menyesuaikan citra pariwisata dengan permintaan segmen pasar tentu harus diketahui betul-betul apa yang diminta oleh segmen pasar yang bersangkutan, baik permintaan yang bersifat fisik (makanan, toilet, alat angkutan dan sebagainya) maupun yang bersifat psikologis: kondisi yang bagaimanakah yang dapat memberi kepuasan kepada wisatawan (bentuk jasa, keramahtamahan, kondisi atraksi dan sebagainya)<sup>3</sup>. Atraksi wisata yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung.

Untuk menjalani hidupnya menurut alam, manusia dibekali dengan kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya, yang dapat diklasifikasikan menjadi kebutuhan fisik, psikis dan sosial. Yang termasuk kebutuhan fisik itu antara lain makan dan minum, beristirahat, kesehatan, mandi dan sebagainya. Diantara kebutuhan psikis dapat disebut hasrat ingin tahu, hasrat untuk menyelidiki, kebosanan yang menimbulkan keinginan untuk mencari kesenangan dan lainnya. Mengenai kebutuhan sosial, *Plato* sudah mengatakan bahwa manusia itu suatu "*zone politikon*", makhluk sosial dengan hasrat untuk berkawan dan yang hanya dapat mencapai kesempurnaannya dalam pergaulannya dengan sesama manusia.<sup>4</sup>

Pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan jika dikembangkan dan dikelola secara baik dan profesional. Apalagi Jawa Timur punya obyek wisata alam, budaya, dan sejarah. Wisata alam yang ada di Jawa Timur antara lain

---

<sup>3</sup>Soekadjo G.R, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal 238

<sup>4</sup>*Ibid* hal 33



menyebutkan sebagai penelitian tindakan, penelitian ini secara luas dipandang sebagai penelitian yang memiliki sifat partisipatif. Ilmu pendidikan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, yaitu ilmu harus sesuai dengan pertumbuhan segmen pasar yang berkembang. Para kelompok-kelompok orang calon konsumen yang berkembang indikator sosial-profesional dan indikator-indikator lainnya serta pertumbuhan sosialnya. Untuk menyesuaikan diri pendidikan dengan pertumbuhan segmen pasar tentu harus dilakukan bertahap apa yang diminta oleh segmen pasar yang bersangkutan baik pertumbuhan yang bersifat fisik (makanan, hotel, alat angkutan dan sebagainya) maupun yang bersifat psikologis (konsep yang berhubungan yang dapat membuat kepuasan kepada wisatawan (bank jasa, ketamahan, dan sebagainya). Aksi yang harus dapat diwujudkan wisatawan sebagai-banyaknya. Menganalisis secara di tempat aksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung.

Untuk menjelaskan hubungan antara manusia dibekali dengan kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya yang dapat diklasifikasikan menjadi kebutuhan fisik, psikis dan sosial. Yang termasuk kebutuhan fisik itu antara lain makan dan minum, beristirahat, kesehatan, mandi dan sebagainya. Di antara kebutuhan psikis dapat disebut hiasan, mainan, hiasan untuk menyedikit, kesenangan yang menimbulkan keinginan untuk mencari kesenangan dan lainnya. Mengingat kebutuhan sosial, ilmu sudah mengemukakan bahwa manusia itu suatu "sozialwesen", makhluk sosial dengan pasar untuk berkeadilan dan yang hanya dapat mencapai kesempurnaan dalam pergaulannya dengan sesama manusia.

Pendidikan merupakan sektor yang sangat penting jika dikembangkan dan dikelola secara baik dan profesional. Apalagi Jawa Timur punya obyek wisata alam, budaya dan sejarah. Wisata alam yang ada di Jawa Timur antara lain

1. Wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 10 Desember 2006. Wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 10 Desember 2006. Wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 10 Desember 2006.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Telaga Sarangan, Tretes, Taman Nasional Gunung Bromo, Tengger, Gunung Ketanggungan di Arjuna, Gunung Semeru, Alas Purwo dan Baturetno di Malang, Pantai Pasir Putih di Situbondo, Pantai Popoh, Pantai Pacitan, Pantai Ngliyep, dan wisata bahari di beberapa daerah Jawa Timur.

Wisata budayanya antara lain Candi Panataran, Candi Jawi, Candi Jago dan Candi Singosari di Malang, Karapan Sapi di Madura, upacara labuhan di sepanjang Pantai Laut Selatan, kesenian tradisional reog Ponorogo, dan ludruk. Wisata sejarahnya antara lain makam para wali seperti Sunan Ampel, Sunan Giri, Sunan Bonang, Sunan Mojoagung, Sunan Drajat, makam Bung Karno, Trowulan yang merupakan peninggalan kerajaan Majapahit, dan Museum Empu Tantular.<sup>5</sup>

Salah satu kota di Jawa Timur yang mempunyai banyak tujuan wisata adalah kota Malang. Kota yang berdiri pada tanggal 1 April 1914 tersebut, letaknya secara astronomis berada pada posisi  $112.06^{\circ}$  –  $112.07^{\circ}$  Bujur Timur,  $7.06^{\circ}$  –  $8.02^{\circ}$  Lintang Selatan. Luas wilayah Kota Malang sebesar 110.06 Km<sup>2</sup> yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, dan Lowokwaru.

Kota Malang dikenal sebagai tempat peristirahatan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari Negeri Belanda. Iklim tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan indah serta lingkungan yang alami dikelilingi oleh perkebunan, pegunungan, sungai dan taman menjadikan Kota Malang dikenal sebagai Paris Van East Java dan Switzerland of Indonesia. Kota Malang juga merupakan pusat pertemuan beragam etnik, agama, kepercayaan dan budaya khas Jawa Timur yaitu Jawa Tengahan, Jawa Kulonan, Jawa Wetanan (Blambangan), Pesisir Lor dan Kidul, Madura, Osing (Jawa - Bali) dan Mandalungun (Madura - Jawa) sehingga memiliki keunikan serta daya tarik tersendiri.

Visi pengembangan Kota Malang tertuang dalam *sasanti* yang berbunyi “*Tri Bina Cita Kota Malang*”, yang terdiri atas: (1) Malang Kota Pendidikan, (2) Malang Kota Pariwisata, dan (3) Malang Kota Industri. Visi pengembangan Kota Malang tersebut tentu punya cukup alasan. Semenjak masa Pemerintahan Hindia-

---

<sup>5</sup> Pariwisata Propinsi Jawa Timur, dikutip dari [http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3010&Itemid=1578](http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=3010&Itemid=1578)

Ketanggungan di Arjuna Gunung Senora, Alas Purwo dan Baranangsi di Malang. Kelangkaan Tiroes, Tumbuhan Nasional Gunung Senora, Gunung Gamping, Gunung Pantai Putih di Sindoro, Pantai Putih, Pantai Ngilyeq, dan wisata bahari di beberapa daerah Jawa Timur.

Wisata budayanya antara lain Candi Panataran, Candi Jawi, Candi Jago dan Candi Singosari di Malang, Kampung Sopo di Malinau, upacara adat di sepanjang Pantai Liat, Sabana, kesenian tradisional reog Ponorogo, dan lain-lain. Wisata sejarahnya antara lain makam para wali seperti Sunan Amal, Sunan Giri, Sunan Bonang, Sunan Mojopahit, Sunan Prajelan, makam Bung Karno, Trowulan yang merupakan peninggalan kerajaan Majapahit dan Museum Tugu Pahlawan.

Salah satu kota di Jawa Timur yang mempunyai banyak tujuan wisata adalah Kota Malang. Kota yang berdiri pada tanggal 1 April 1914 tersebut letaknya secara astronomis berada pada posisi 112.06° - 112.07° Bujur Timur, 7.00° - 8.02° lintang Selatan. Luas wilayah Kota Malang sebesar 110,00 km<sup>2</sup> yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kejurukan, Sukun, Kojoran, Blimbing, dan Lowokwaru.

Kota Malang dikenal sebagai tempat pendidikan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari negeri Belanda. Klien tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan inilah serta lingkungan yang alami dikitari oleh perkebunan, pegunungan, sungai dan taman menjadikan kota Malang juga sebagai Paris Van IJsa dan Switzerland of Indonesia. Kota Malang juga merupakan pusat pertemuan berbagai etnik, agama, kebudayaan dan budaya khas Jawa Timur yaitu Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat (Blimbingan), Pesisir dan Kuala, Madura, (Singi (Jawa - Bali) dan Mandailing (Arabia - Jawa) sehingga memiliki keanekaragaman daya tarik tersendiri.

Visi pengembangan Kota Malang tertuang dalam raswa yang terbagi 7: Visi Wira CWA Kota Mawang, yang terdiri atas: (1) Jalang Kota Pendidikan, (2) Malang Kota Pariwisata, dan (3) Malang Kota Industri. Visi pengembangan Kota Malang tersebut tentu punya cukup alasan. Semajlis masa Pemerintahan Hindia-

<sup>1</sup> Pantainya Pantai Jati Timur, diteliti dan dipaparkan di <http://www.indonesia.go.id/indonesia/indonesia.com/content/view/full/30102> pada 12/07/2007

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Belanda (Nederlandsche-Indie), Kota Malang telah tampil sebagai sentra pendidikan, pariwisata dan industri yang penting di wilayah Jawa Timur.

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada RPJM Daerah dimana didalamnya termuat VISI Kota Malang, yaitu "Terwujudnya Kota Malang Sebagai Kota Pendidikan Yang Berkualitas, Kota Sehat Dan Ramah Lingkungan, Kota Pariwisata Yang Berbudaya, Menuju Masyarakat Yang Maju Dan Mandiri".<sup>6</sup>

Kota Pariwisata yang Berbudaya, mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang diarahkan untuk mewujudkan Kota Malang sebagai kota tujuan wisata dengan tetap melestarikan budaya khas malangan. Pengertian Kota Pariwisata yang berbudaya adalah sebagai berikut : Kota pariwisata adalah kota yang menjadi tujuan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Obyek wisata yang akan dikembangkan adalah obyek wisata pendidikan, wisata sejarah, wisata belanja maupun wisata lainnya; Kota pariwisata yang berbudaya adalah kota pariwisata yang tetap melestarikan budaya khususnya beserta nilai-nilai yang dikandungnya.

Dengan slogan Tribina Citra Kota Malang, kota ini makin memacu dirinya untuk memajukan pembangunan di segala bidang. Industri-industri seperti industri keramik, tempe, meubel, dan banyak lagi berkembang dengan suburnya. Kemajuan sektor pendidikan pun telah diakui secara nasional. Terbukti dengan banyaknya siswa dari luar Malang yang "menyerbu" lembaga-lembaga pendidikan di kota ini. Julukan "Malang Kota Pendidikan" semakin mengukuhkan fakta tersebut. Sektor ekonomi pun semakin menggeliat dan melaju pesat. Fasilitas-fasilitas publik diperbanyak dan dijamin memanjakan masyarakat. Mall, pusat perbelanjaan, klinik dan rumah sakit, perpustakaan, toko buku, dan fasilitas lainnya.

Kota Malang juga merupakan tempat persinggahan/transit dan tujuan perbelanjaan serta souvenir/kerajinan rakyat bagi turis domestik dan mancanegara. Kebanyakan lokasi wisata di Jawa Timur berada di wilayah eks

---

<sup>6</sup> Visi dan Misi Kota Malang, dikutip dari <http://www.malangkota.go.id/index2.php?id=1606073>

Holland (Netherlands Indis) Kota Malang telah menjadi sebagai sumber

pendidikan pariwisata dan industri yang penting di wilayah Jawa Timur.

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpendirian pada RUM Dahar dimana didalamnya terdapat VISI Kota Malang yaitu "Terwujudnya Kota Malang Sebagai Kota Pendidikan Yang Berkualitas, Kota Sehat Dan Ramah Lingkungan, Kota Pariwisata Yang Berbudaya, Mandiri, Masyarakat Yang Maju Dan Mandiri".

Kota pariwisata yang berbudaya mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang dimaksudkan untuk mewujudkan Kota Malang sebagai kota tujuan wisata dengan tetap memperhatikan budaya khas Malang. Pengertian Kota Pariwisata yang berbudaya adalah sebagai berikut: Kota pariwisata adalah kota yang menjadi tujuan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Kota pariwisata yang akan dikembangkan adalah objek wisata pendidikan, wisata agama, wisata belanja, maupun wisata lainnya. Kota pariwisata yang berbudaya adalah kota pariwisata yang tetap memertakan budaya khasnya beserta nilai-nilai yang dikandungnya.

Dengan slogan "India Kita, Kota Malang, Kota ini makin menarik ditanya untuk melanjutkan pembangunan di segala bidang, industri-industri seperti industri keramik, tempur, mobil, dan banyak lagi berkembang dengan sendirinya. Kemajuan sektor pendidikan pun telah diakui secara nasional. Terbuti dengan bangkanya siswa dan guru Malang yang "menyembur" lembaga-lembaga pendidikan di kota ini. Bahkan "Malang Kota Pendidikan" semakin mengukuhkan fakta tersebut. Sektor ekonomi pun semakin menggalis dan menjadi pesat. Fasilitas-fasilitas publik diperbaiki dan dijamin memanjakan masyarakat. Mall, pusat perbelanjaan, klinik dan rumah sakit, perputokan, toko buku, dan fasilitas lainnya.

Kota Malang juga merupakan tempat pariwisata yang menjanjikan dan tujuan perbelanjaan serta konvektifitasnya telah bagi rumah domestik dan mancanegara. Kembangkan lokasi wisata di Jawa Timur berada di wilayah eks

1. Untuk lebih lanjut informasi mengenai kota ini, anda dapat mengunjungi [www.malang.go.id](http://www.malang.go.id)

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Karesidenan Malang (sekarang wilayah Pembantu Gubernur di Malang). Terutama di wilayah Kabupaten Malang dan Kota Batu, namun fasilitas pariwisata terlengkap ada di Pusat Kota Malang. Maka Kota Malang telah mantap menjadikan wilayahnya sebagai tempat bermukim sementara bagi para turis mancanegara dan domestik. Kota Malang juga sebagai salah satu kota tujuan wisata dan rekreasi telah menyediakan berbagai atraksi yang dapat dinikmati oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.

Apa yang dimaksudkan dengan wisata itu? Menurut Hunziger dan Krapf dari Swiss dalam *Grundriss Der Allgemeinen Fremderverkehrslehre*, menyatakan pariwisata adalah keserluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing disuatu tempat dengan syarat orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting (*Major Activity*) yang memberi keuntungan yang bersifat permanent maupun sementara<sup>7</sup>. Definisi lain yang dikemukakan oleh Prof. Salah Wahab dalam Oka A Yoeti (1994, 116.). Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Bagi anak-anak, remaja dan orang tua, wisata dan rekreasi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hidup. Jika kita melihat pada masa yang akan datang, masalah-masalah untuk menyediakan tempat-tempat wisata dan rekreasi yang bermanfaat bisa meningkat semakin banyak dan dalam. Para orang tua dan pemimpin sekolah memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan anak-anak dan remaja dalam membimbing mereka agar dapat menggunakan waktu luangnya dengan bijaksana.

### 1.2. Rumusan Masalah

Jika berbicara tentang pelajar, khususnya SD, SMP dan SMA, terlintas dalam pikiran kita sebuah pertanyaan. Apa yang mereka inginkan dibalik rutinitas

---

<sup>7</sup> Dikutip dari <http://mangkuak.wordpress.com/2009/01/05/dasar-pengertian-pariwisata/>



## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

mereka setiap hari? Rutinitas dimana mereka menghabiskan sebagian waktu mereka di sekolah, mereka selalu diperhadapkan dengan angka-angka, bacaan-bacaan, dan lain sebagainya yang terkadang menimbulkan rasa lelah, kejenuhan dan kepenatan.

Pendidikan dan pembelajaran yang diselenggarakan di sekolah sering menimbulkan kejenuhan bagi siswa/siswi sehingga cenderung mereka terpacu dengan aneka tawaran dari media hiburan. Hiburan yang berlebihan jelas membuat generasi muda kurang tanggap terhadap lingkungan, kurang memiliki daya juang, dan keberanian menghadapi resiko. Hiburan, baik melalui televisi, internet, game, maupun media lainnya, menanamkan semangat seakan-akan hidup ini penuh tekanan, sehingga hiburan sering menjadi prioritas. Bahwa siswa harus belajar giat dan bekerja keras serta memiliki semangat untuk berprestasi. Melalui kegiatan wisata diharapkan siswa/i sekolah dapat menggali dan mengembangkan potensi dirinya sesuai minat dan kegemarannya serta mampu menumbuhkembangkan suatu sikap percaya diri, kreatif, kepemimpinan, inovatif, dan berani menanggung resiko.

Adapun fenomena yang cukup menarik dimana seringkali ditemukan bus pariwisata yang datang dari luar kota Malang dengan membawa pelajar untuk sekedar melakukan rekreasi di beberapa tempat yang ada di kota Malang. Dapat disimpulkan bahwa Kota Malang seringkali menjadi pilihan bagi sebagian besar pelajar dari berbagai daerah di sekitarnya untuk melakukan perjalanan wisata, sebagai ajang untuk melarikan diri dari rutinitas mereka setiap hari.

Berawal dari pertanyaan sederhana tadi, timbullah pertanyaan, mengapa Kota Malang yang menjadi pilihan mereka? Ini sudah memberikan suatu gambaran yang mana ternyata Kota Malang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Tapi sudah puaskah mereka dengan atraksi-atraksi yang ada? Oleh karena itu diharapkan adanya suatu rumusan konsep wisata yang sesuai dengan permintaan pasar (dalam hal ini pelajar) sehingga nantinya bisa lebih banyak menarik minat pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang.



ուսումը արդյալ եղանակ ստեղծելու համար կոչում ենք:

Երկրորդը՝ քաղաքացիական (զբոսը ինչ ինչ եղանակով) արտադրողականության բնագավառում լայն շրջանակներում զարգացնելու համար կոչում ենք: Ինչպես արդեն ասեցինք, այսօր լայն շրջանակներում կառուցվում են նոր արտադրամասեր, որոնք կարող են արտադրել արտադրանքներ, որոնք կարող են արտադրվել նաև արտասահմանում: Ինչպես արդեն ասեցինք, այսօր լայն շրջանակներում կառուցվում են նոր արտադրամասեր, որոնք կարող են արտադրել արտադրանքներ, որոնք կարող են արտադրվել նաև արտասահմանում:

Երկրորդը՝ քաղաքացիական (զբոսը ինչ ինչ եղանակով) արտադրողականության բնագավառում լայն շրջանակներում զարգացնելու համար կոչում ենք: Ինչպես արդեն ասեցինք, այսօր լայն շրջանակներում կառուցվում են նոր արտադրամասեր, որոնք կարող են արտադրել արտադրանքներ, որոնք կարող են արտադրվել նաև արտասահմանում:

Երկրորդը՝ քաղաքացիական (զբոսը ինչ ինչ եղանակով) արտադրողականության բնագավառում լայն շրջանակներում զարգացնելու համար կոչում ենք: Ինչպես արդեն ասեցինք, այսօր լայն շրջանակներում կառուցվում են նոր արտադրամասեր, որոնք կարող են արտադրել արտադրանքներ, որոնք կարող են արտադրվել նաև արտասահմանում:

Երկրորդը՝ քաղաքացիական (զբոսը ինչ ինչ եղանակով) արտադրողականության բնագավառում լայն շրջանակներում զարգացնելու համար կոչում ենք:

Երկրորդը՝ քաղաքացիական (զբոսը ինչ ինչ եղանակով) արտադրողականության բնագավառում լայն շրջանակներում զարգացնելու համար կոչում ենք: Ինչպես արդեն ասեցինք, այսօր լայն շրջանակներում կառուցվում են նոր արտադրամասեր, որոնք կարող են արտադրել արտադրանքներ, որոնք կարող են արտադրվել նաև արտասահմանում:

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi sejauh ini yaitu:

- Potensi dasar wisata pelajar apa saja yang dimiliki Kota Malang, sehingga dapat menarik lebih banyak pangsa pasar pelajar?
- Konsep wisata pelajar seperti apa yang seharusnya ditawarkan kepada pelajar?

### 1.3. Tujuan dan Sasaran

Dalam bab ini akan menjelaskan maksud penelitian ini dan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

#### 1.3.1. Tujuan

Pada prinsipnya, tujuan penelitian diarahkan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang akan diteliti. Setiap kegiatan tentu memiliki tujuan baik yang akan terwujud dalam waktu singkat maupun yang akan terwujud dalam waktu relatif lama. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah “Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar”.

#### 1.3.2. Sasaran

Berdasarkan tujuan di atas, maka sasaran dalam studi ini adalah :

1. Mengidentifikasi penyebab tertariknya pelajar, untuk berkunjung ke tempat tujuan wisata yang ada di Kota Malang,
2. Identifikasi potensi produk wisata pelajar di Kota Malang,
3. Mengidentifikasi preferensi/keinginan wisatawan pelajar,
4. Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan permintaan pangsa pasar pelajar.

### 1.4. Lingkup Penelitian

Mengingat keterbatasan peneliti terhadap objek yang diteliti, maka lingkup penelitian harus disajikan. Dalam penelitian ini, lingkup penelitian dibagi atas lingkup materi dan lingkup lokasi, yaitu dijelaskan sebagai berikut:

#### 1.4.1 Lingkup Materi

Lingkup materi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberi batasan terhadap pembahasan permasalahan penelitian. Lingkup materi yang akan dibahas

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi seperti ini yaitu:

- 1. Potensi dasar/wisata belajar apa saja yang dimiliki Kota Malang sehingga dapat menarik lebih banyak bangsa pada belajar?
- 2. Konsep wisata belajar seperti apa yang seharusnya ditawarkan kepada belajar?

### 1.3. Tujuan dan Sasaran

Dalam bab ini akan menjelaskan maksud penelitian ini dan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

#### 1.3.1. Tujuan

Ada prinsipnya tujuan penelitian diartikan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang akan diteliti. Setiap kegiatan tentu memiliki tujuan baik yang akan terwujud dalam waktu singkat maupun yang akan terwujud dalam waktu relatif lama. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah "Menentukan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pemasaran Pemasaran Belajar".

#### 1.3.2. Sasaran

Berdasarkan tujuan di atas, maka sasaran dalam studi ini adalah :

1. Mengidentifikasi penyebab perbedaan termanisnya belajar untuk berkunjung ke tempat tujuan/wisata yang ada di Kota Malang.
2. Mengidentifikasi potensi produk wisata belajar di Kota Malang.
3. Mengidentifikasi preferensi/keinginan wisatawan belajar.
4. Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pertimbangan pemasaran belajar.

### 1.4. Lingkup Penelitian

Mengingat keterbatasan peneliti terhadap objek yang diteliti, maka lingkup penelitian harus disempitkan. Dalam penelitian ini, lingkup penelitian dibatasi atas lingkup materi dan lingkup lokasi yaitu dijelaskan sebagai berikut:

#### 1.4.1. Lingkup Materi

Lingkup materi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberi batasan terhadap permasalahan permasalahan penelitian. Lingkup materi yang akan dibahas

---

 LAPORAN TUGAS AKHIR
 

---

dalam studi ini meliputi:

1. Pelajar yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelajar dengan tingkat pendidikan SMA/K atau sederajat yang datang dari luar Kota Malang dengan menggunakan bus pariwisata.
2. Wisata yang bernuansa pendidikan merupakan prioritas utama dalam penelitian ini.
3. Bus pariwisata yang digunakan terdiri dari beberapa jenis, yaitu bus dengan daya tambung 14 orang (mini bus), 31 orang, 39 orang, 45 orang, 55 orang, 59 orang dan 63 orang. Namun dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan bus pariwisata dengan kapasitas penumpang 63 orang. Hal ini dimaksudkan agar dapat mempermudah peneliti dalam menentukan jumlah responden. Adapun tipe atau jenis bus pariwisata dengan kapasitas penumpang yang dimaksud dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1. Bus Pariwisata dan Kapasitas



Sumber: <http://www.karyajasa.co.id/>

4. Pangsa pasar dalam konteks penelitian ini adalah pangsa pasar pelajar SMA/K atau sederajat yang datang dari luar Kota Malang.
5. Potensi produk wisata yang dimaksud difokuskan pada *attractions* atau daya tarik wisata yang memungkinkan pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang, termasuk diantaranya adalah perguruan tinggi yang ada di Kota Malang.
6. Penjelasan secara umum menyangkut keberadaan produk wisata yang meliputi penggabungan data dan informasi yang menggambarkan potensi dan permasalahan yang ada.

dalam studi ini meliputi:

1. Pelajar yang dimungkinkan dalam penelitian ini adalah pelajar dengan tingkat pendidikan SMA/SMK atau sederajat yang datang dari luar Kota Malang dengan menggunakan bus pariwisata.
2. Wisata yang berminat pendidikan merupakan prioritas utama dalam penelitian ini.
3. Bus pariwisata yang digunakan terdiri dari beberapa jenis, yaitu bus dengan daya tampung 14 orang (mini bus), 31 orang, 39 orang, 45 orang, 55 orang, 59 orang dan 65 orang. Namun dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan bus pariwisata dengan kapasitas penumpang 63 orang. Hal ini dimaksudkan agar dapat memperoleh peneliti dalam menentukan jumlah responden. Adapun tipe atau jenis bus pariwisata dengan kapasitas penumpang yang dimaksud dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1.1. Bus Pariwisata dan Kapasitas



Sumber: <http://www.karyasasa.co.id/>

4. Pangsa pasar dalam konteks penelitian ini adalah pangsa pasar pelajar SMA/SMK atau sederajat yang datang dari luar Kota Malang.
5. Potensi produk wisata yang dimaksud difokuskan pada wawancara atau daya tarik wisata yang memungkinkan pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang, termasuk diantaranya adalah perguruan tinggi yang ada di Kota Malang.
6. Penjelasan secara umum menyangkut keberadaan produk wisata yang meliputi pengembangan data dan informasi yang menggambarkan potensi dan permasalahan yang ada.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

7. Keinginan pelajar bertujuan untuk menggambarkan kondisi atau kebiasaan pelajar itu sendiri sebagai pelaku wisata dan juga bertujuan untuk mengetahui aspirasi mengenai pengembangan produk wisata pelajar di Kota Malang.
8. Keterkaitan/hubungan fungsional antara produk wisata yang memungkinkan adanya alternatif rute perjalanan menuju tempat wisata. Dengan dasar pertimbangan antara lain karakteristik obyek serta maksud dan tujuan perjalanan wisata pelajar.
9. Konsep wisata di Kota Malang ditentukan berdasarkan karakteristik produk wisata, kebutuhan produk wisata, karakteristik wisatawan pelajar, hubungan fungsional masing-masing atraksi termasuk alternatif rute perjalanan wisata.
10. Pemaknaan konsep dalam penelitian ini adalah memberikan rekomendasi tindakan-tindakan yang perlu diambil berupa konsep maupun arahan yang berhubungan dengan kegiatan wisata pelajar di Kota Malang.

### 1.4.2 Lingkup Studi

Lingkup wilayah studi penelitian ini secara administratif terletak di Kota Malang, Sebagaimana diketahui secara umum Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan wisata dan rekreasi di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak pada posisi  $112.06^{\circ}$  –  $112.07^{\circ}$  Bujur Timur ,  $7.06^{\circ}$  –  $8.02^{\circ}$  Lintang Selatan dengan batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kec. Singosari dan Kec. Karangploso Kab. Malang.

Sebelah Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang Kab Malang.

Sebelah Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang

Sebelah Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau Kab Malang.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.1 dan peta 1.2

Luas wilayah Kota Malang sebesar 110.06 Km<sup>2</sup> yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, dan Lowokwaru. Potensi alam yang dimiliki Kota Malang adalah letaknya yang cukup tinggi yaitu 440 – 667 meter di atas permukaan air laut.

Dari lima kecamatan yang ada terbagi atas 57 desa/kelurahan, 509 unit

7. Keinginan belajar bertujan anak menggunakan kondisi atau kebiasaan belajar ini sendiri sebagai belaka belajar dan juga bertujan untuk mengetahui aspirasi mengenai pengembangan produk wisata belajar di Kota Malang.
8. Keterkaitan hubungan fungsional antara produk wisata yang memunculkan adanya alternatif rute perjalanan menuju kota wisata. Dengan dasar pertimbangan antara lain karakteristik objek serta maksud dan tujuan perjalanan wisata belajar.
9. Konsep wisata di Kota Malang ditentukan berdasarkan karakteristik produk wisata. Karakteristik wisata karakteristik wisatawan belajar hubungan fungsional masing-masing analisis terasak alternatif rute perjalanan wisata.
10. Bagaimana konsep dalam penelitian ini adalah memberikan rekomendasi tindakan-tindakan yang perlu diambil berupa konsep maupun arahan yang berhubungan dengan kegiatan wisata belajar di Kota Malang.

1.4.2. Lingkup Studi

Lingkup wilayah studi penelitian ini secara administratif terletak di Kota Malang. Sebagaimana diketahui secara umum Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan wisata dan kelas di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak pada posisi 112.00° - 112.07° Bujur Timur, 7.00° - 8.02° Lintang Selatan dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Selatan Utara : Kec. Singasari dan Kec. Karangploso Kab. Malang.
- Selatan Timur : Kec. Pakis dan Kec. Pangreh Kab. Malang.
- Selatan Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang.
- Selatan Barat : Kec. Wagir dan Kec. Daa Kab. Malang.

Titik lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.1 dan peta 1.2. Luas wilayah Kota Malang sebesar 110,00 Km<sup>2</sup> yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kedungkandang, Sekeloa, Klojen, Blimbing, dan Bowokwaru. Potensi alam yang dimiliki Kota Malang adalah letaknya yang cukup tinggi yaitu 440 – 667 meter di atas permukaan air laut.

Dari lima kecamatan yang ada terbagi atas 23 desa/kelurahan, 209 mnt

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

---

RW dan 3783 unit RT (dari hasil Registrasi Penduduk). Berdasarkan klasifikasi dari kemampuan desa /kelurahan dalam membangun wilayahnya tercatat seluruh desa/kelurahan masuk ke dalam kategori desa Swa Sembada. Artinya hampir seluruh desa/kelurahan yang ada telah mampu menyelenggarakan pemerintahannya dengan mandiri.

Potensi alam yang dimiliki Kota Malang adalah letaknya yang cukup tinggi yaitu 440 – 667 meter di atas permukaan air laut. Salah satu lokasi yang paling tinggi adalah Pegunungan Buring yang terletak di sebelah barat Kota Malang. Dari atas pegunungan ini terlihat jelas pemandangan yang indah antara lain dari arah Barat terlihat barisan Gunung Kawi dan Panderman, sebelah utara Gunung Arjuno, sebelah Timur Gunung Semeru dan jika melihat ke bawah terlihat hamparan Kota Malang, sedangkan sungai yang mengalir di Wilayah Kota Malang adalah Sungai Berantas, Amprong, dan Bango.

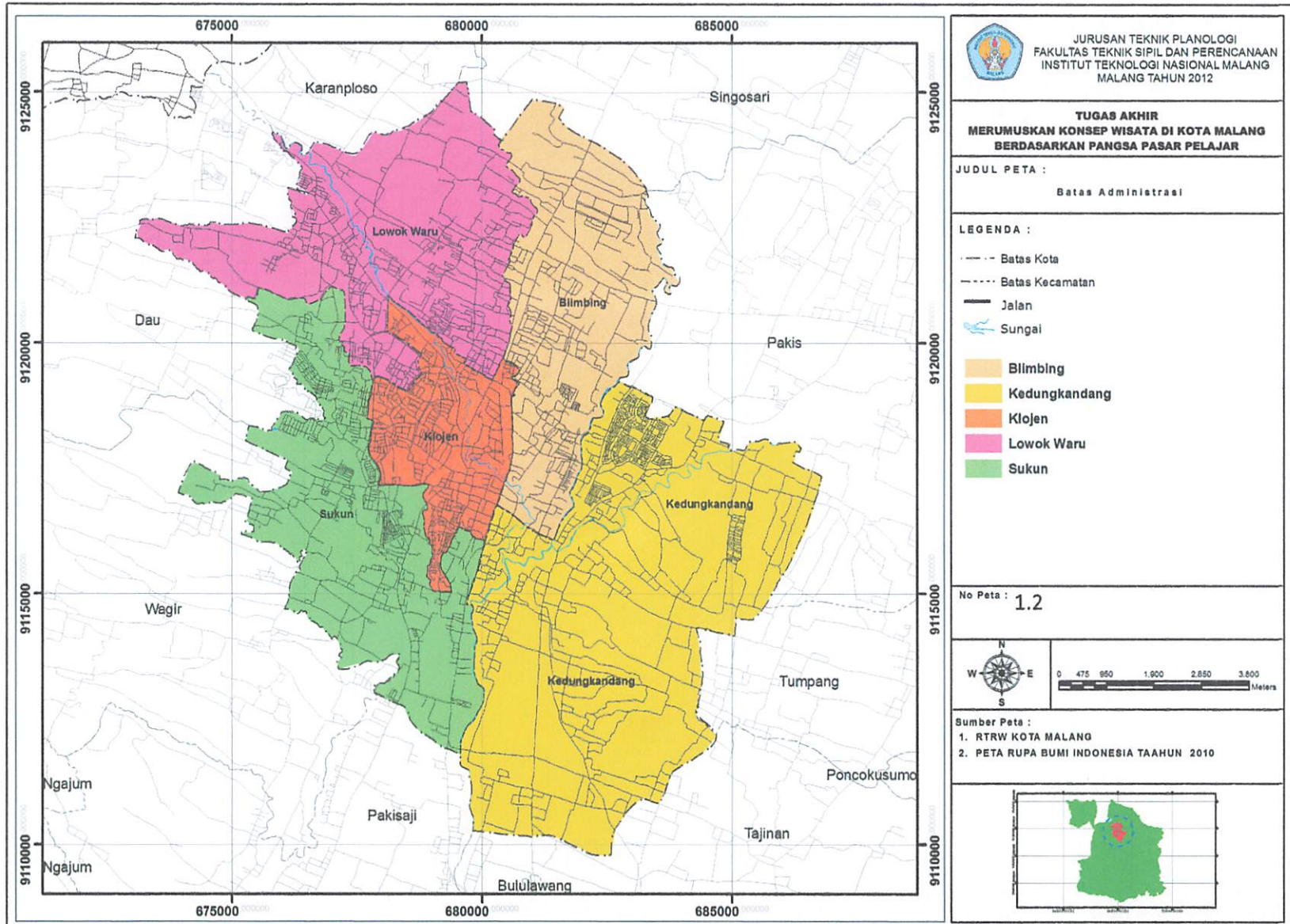
Potensi wisata dan rekreasi yang dimiliki Kota Malang tidak kalah jika dibandingkan dengan wilayah-wilayah lainnya, adapun tempat wisata, rekreasi, perbelanjaan dan industri di Kota Malang antara lain Museum Brawijaya, Malang Town Square, Mall Olympic Garden, Alun-alun Bunder, Alun-alun Kota Malang, Pasar Burung dan Ikan Spledid, Pasar Bunga Splendid, Taman Rekreasi Senaputra, Keramik Dinoyo, Kripik Tempe, Mebel, Industri Rokok Rakyat, Toko Oen, Taman Makam Pahlawan, Taman Tlogomas, Ijen Boulevard, Taman Krida Budaya, Pasar Tugu, Perpustakaan Kota Malang, Institut Teknologi Nasional Malang, Universitas Brawijaya Malang, Universitas Negeri Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Islam Negeri Malang, Universitas Merdeka Malang, Politeknik Negeri Malang, Universitas Islam Malang dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.3. Keberadaan aneka macam produk dan atraksi wisata yang ada di Kota Malang telah mampu menarik berbagai kalangan untuk datang ke Kota Malang, bukan saja dari kalangan umum tapi diminati oleh kalangan pelajar.

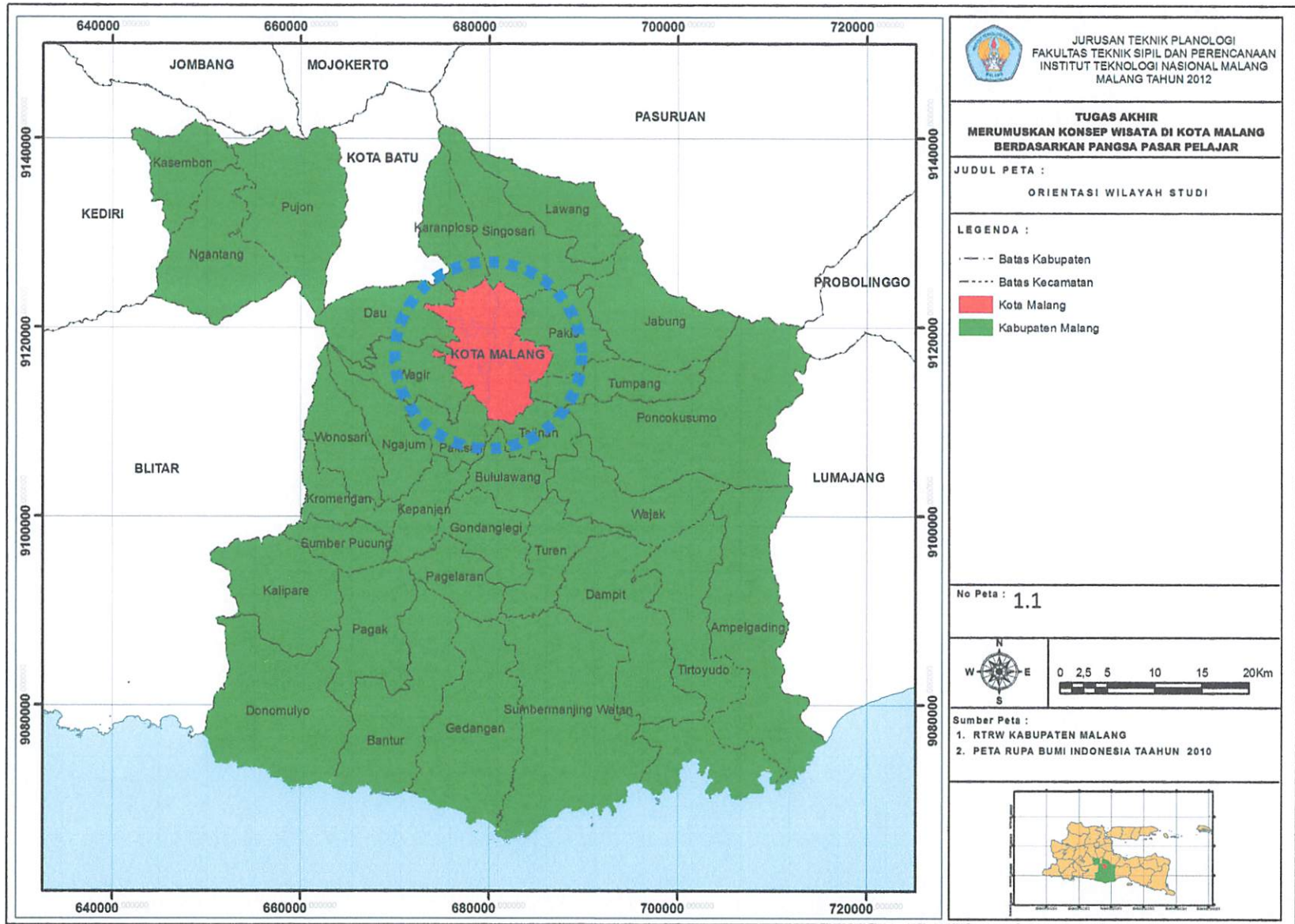


sebelum desakelubahan yang ada telah mampu menyelenggarakan pemertimbangannya dengan mandiri.

Potensi alam yang dimiliki Kota Malang adalah letaknya yang cukup tinggi yaitu 440 - 667 meter di atas permukaan air laut. Salah satu lokasi yang paling tinggi adalah Pegunungan Buing yang terletak di sebelah barat Kota Malang. Dari atas pegunungan ini terlihat jelas pemandangan yang indah antara lain dari arah Barat terlihat kawasan Gunung Kawi dan Pundenman, sebelah utara Gunung Airpanas, sebelah Timur Gunung Semeru dan jika melihat ke bawah terlihat hamparan Kota Malang, sedangkan sungai yang mengalir di Wilayah Kota Malang adalah Sungai Brantas, Arampong dan Banggo.

Potensi wisata dan rekreasi yang dimiliki Kota Malang tidak kalah jika dibandingkan dengan wilayah-wilayah lainnya, adapun tempat wisata rekreasi, perbelanjaan dan industri di Kota Malang antara lain Museum Bawijaya, Malang Town Square, Mall Olympic Garden, Alun-alun Bundar Alun-alun Kota Malang, Pasar Buming dan Ikon Spicedid, Pasar Bunga Spendid, Taman Rekreasi Senapana, Rekreasi Dinoyo, Kuipik, Tempat Mebel, Industri Rokok Rakyan, Toko Oen, Taman Melkum Panayan, Taman Tlogomas, Ijen Bolehant, Taman Krida Budaya, Pasar Lugu, Perputakaan Kota Malang, Institut Teknologi Nasional Malang, Universitas Bawijaya Malang, Universitas Negeri Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Islam Negeri Malang, Universitas Merdeka Malang, Politeknik Negeri Malang, Universitas Islam Malang dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.7. Keberadaan aneka macam produk dan analisis wisata yang ada di Kota Malang telah mampu menarik perhatian kalangan untuk datang ke Kota Malang, bukan saja dari kalangan umum tapi diminati oleh kalangan pejabat.





### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan suatu proses pemikiran dalam merumuskan konsep wisata di Kota Malang, mulai dari tahap awal pengambilan tema sampai hasil akhir dari proses penataan yang akan dilakukan. Kerangka pikir dalam Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar dapat dilihat pada bagan 1.1

### **1.6. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan menjelaskan pokok-pokok pikiran yang dibahas pada setiap Bab. Tujuan utamanya adalah untuk memudahkan dan memahami proses penelitian dan hasil-hasilnya. Secara keseluruhan pembahasan materi “Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar” terdiri dari lima bagian yang meliputi:

#### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini memuat tentang keterangan dan penjelasan mengenai kegiatan penelitian, terdiri dari: latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup penelitian, kerangka pikir, dan sistematika pembahasan.

#### **Bab II Kajian Pustaka**

Dalam bab ini mengulas teori yang digunakan dalam mendukung penelitian, yang terdiri dari: definisi dan konsep penelitian, perspektif mengenai wisata dan rekreasi, pangsa/segmentasi pasar serta rumusan variabel.

#### **Bab III Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini menyajikan metode yang digunakan dalam tahapan proses penelitian meliputi teknik pengumpulan data, teknik analisis, landasan penelitian, serta kerangka kerja.

#### **Bab IV Gambaran Umum Lokasi Studi**

Menguraikan dan menjelaskan mengenai gambaran wilayah perencanaan baik secara makro maupun mikro yang berkaitan

1.2. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan suatu proses penelitian dalam memunculkan konsep *wisata di Kota Malang* mulai dari tahap pengumpulan tema sampai hasil akhir dari proses penemuan yang akan dilakukan kerangka pikir dalam *Memunculkan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Rangsang Pasar* belajar dapat dilihat pada bagan 1.1

1.6. Sistematisasi Pembahasan

Sistematisasi pembahasan menjelaskan pokok-pokok pikiran yang dibahas pada setiap Bab. Tujuan utamanya adalah untuk memudahkan dan memahami proses penelitian dan hasil-hasilnya. Secara keseluruhan pembahasan materi *Memunculkan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Rangsang Pasar* belajar dan tema bagian yang meliputi:

Bab I Pembahasan

Tema bab ini memuat tentang ketertarikan dan penjelasan mengenai kegiatan penelitian terdiri dari latar belakang, permasalahan, masalah, tujuan dan sasaran, lingkup penelitian, kerangka pikir dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teoritis

Dalam bab ini mengenai teori yang digunakan dalam mendukung penelitian yang terdiri dari: definisi dan konsep penelitian, perspektif mengenai *wisata dan rekreasi*, pengembangan *pasar* serta rumusan masalah.

Bab III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini menyajikan metode yang digunakan dalam tahapan proses penelitian meliputi teknik pengumpulan data, teknik analisis, landasan penelitian, serta kerangka kerja.

Bab IV Gambaran Umum Lokasi Studi

Menguraikan dan menjelaskan mengenai gambaran wilayah penelitian baik secara makro maupun mikro yang berkaitan

dengan tujuan diadakannya studi ini yaitu Merumuskan Konsep Wisata di kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.

#### **Bab V Analisa Dan Arahana Rencana**

Menguraikan tentang analisa serta arahan rencana dalam merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar.

#### **Bab VI Penutup**

Berisikan tentang kesimpulan dari laporan studi yang dibuat serta rekomendasi yang ditujukan untuk pengembangan wilayah studi.

искомандани ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро  
бешикане интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро

#### **ҶАДВАЛ VI**

ба ҷаҳони дигар

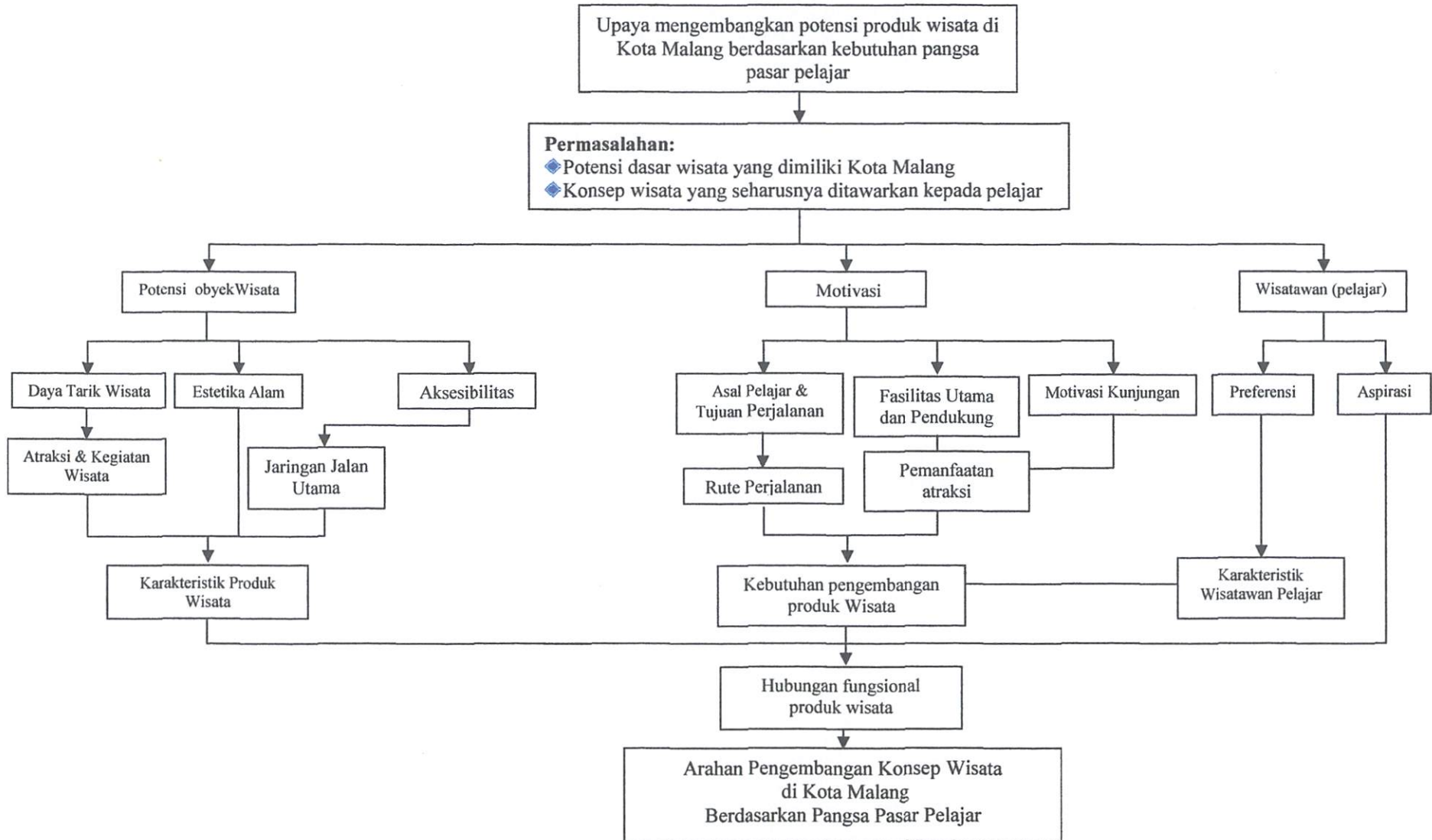
искомандани ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро  
бешикане интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро

#### **ҶАДВАЛ VII**

искомандани ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро

бешикане интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро ба ҷиҳати интиқол ба ҷаҳони дигар ӯро

### Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran







## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian yang bertujuan menjelaskan tentang literatur-literatur penunjang dalam melakukan penelitian sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tinjauan pustaka mencakup semua jenis variabel yang tentunya sangat menunjang dalam mencapai tujuan penelitian.

#### 2.1.1. Definisi dan Konsep Penelitian

Definisi dan konsep penelitian menjelaskan tentang pengertian judul yang diangkat sebagai penelitian, yaitu “Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pngsa Pasar Pelajar”.

Definisi dan konsep yang merupakan unsur pokok dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- ◆ **Merumuskan**<sup>1</sup>: menjadikan rumus; menyebutkan (menyimpulkan) sesuatu dengan ringkas dan tepat.
- ◆ **Konsep** : Pengertian konsep adalah sesuatu yang umum atau representasi intelektual yang abstrak dari situasi, obyek atau peristiwa, suatu akal pikiran, suatu ide atau gambaran mental<sup>2</sup>. Konsep merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu objek. Melalui konsep, diharapkan akan dapat menyederhanakan pemikiran dengan menggunakan satu istilah. Seperti yang diungkapkan *Nasution (2008:161)* yang mengungkapkan bahwa “Bila seseorang dapat menghadapi benda atau peristiwa sebagai suatu kelompok, golongan, kelas, atau kategori, maka ia telah belajar konsep”<sup>3</sup>. Dipertegas oleh *Soedjadi (2000:14)* yang menyatakan bahwa “Konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan

---

<sup>1</sup> Dikutip dari: <http://www.artikata.com/arti-376039-merumuskan.html>

<sup>2</sup> Dikutip dari: <http://id.wikipedia.org/wiki/Konsep>

<sup>3</sup> Dikutip dari: <http://wawan-junaidi.blogspot.com/2011/06/pengertian-konsep.html>

## KATA PENGANTAR

### 2.1. Tujuan Pustaka

Tujuan pustaka adalah merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian yang bertujuan menjelaskan tentang literatur-literatur penelitian dalam melakukan penelitian sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan pustaka mencakup semua jenis variabel yang relevan sangat menunjang dalam mencapai tujuan penelitian.

#### 2.1.1. Definisi dan Konsep Penelitian

Definisi dan konsep penelitian menjelaskan tentang pengertian judul yang diangkat sebagai penelitian yaitu "Menemukan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Prasyarat Pemasaran".

Definisi dan konsep yang merupakan unsur pokok dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- ♦ **Menemukan<sup>1</sup>**: menjadikan rumus, menyebutkan (menyimpulkan) sesuatu dengan ringkas dan jelas.
- ♦ **Konsep<sup>2</sup>**: pengertian konsep adalah sesuatu yang umum atau representasi intelektual yang abstrak dari situasi objek atau peristiwa suatu akal pikiran suatu ide atau gambaran mental.<sup>3</sup> Konsep merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu objek. Melalui konsep diharapkan akan dapat menyederhanakan bentuk dan dengan menggunakan satu istilah. Seperti yang diungkapkan Arikunto (2002:104) yang mengungkapkan bahwa "Bila seseorang dapat membedakan benda atau peristiwa sebagai suatu kelompok golongan kelas atau kategori maka ia telah belajar konsep".<sup>4</sup> Dipertegas oleh Soedjato (2003:14) yang menyatakan bahwa "Konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan

<sup>1</sup> Dikutip dari http://www.wikipedia.com/2007/04/27/03/definisi-menemukan

<sup>2</sup> Dikutip dari http://www.wikipedia.com/2007/04/27/03/definisi-konsep

<sup>3</sup> Dikutip dari http://www.wikipedia.com/2007/04/27/03/definisi-konsep

---

 LAPORAN TUGAS AKHIR
 

---

klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata”.

Dari pengertian konsep yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa konsep adalah ide abstrak untuk mengklasifikasi objek-objek yang biasanya dinyatakan dalam suatu istilah kemudian dituangkan ke dalam contoh dan bukan contoh, sehingga seseorang dapat mengerti suatu konsep dengan jelas. Dengan menguasai konsep seseorang dapat menggolongkan dunia sekitarnya menurut konsep itu.

- ◆ **Wisata** : ialah kegiatan yang menyenangkan yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani kita. Kegiatan-kegiatannya dapat berupa olahraga (tenis, berkuda, mendaki gunung), membaca, mengerjakan hobi, dan sebagainya; juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keadaan ditempat menginap (*sightseeing*) atau dengan sekadar bersanta-santai menikmati hari libur.
- ◆ **Di**<sup>4</sup> : Kata perangkai yang menyatakan ada pada suatu tempat.
- ◆ **Kota Malang** : salah satu kota di Jawa Timur
- ◆ **Berdasarkan**<sup>5</sup> : memakai sebagai dasar; beralaskan.
- ◆ **Segmentasi/Pangsa pasar**<sup>6</sup> : proses pembagian suatu pasar sebagai suatu keseluruhan (*total market*) ke dalam kelompok-kelompok (*groups*) orang yang berbeda dan berarti, yang mempunyai kebutuhan-kebutuhan produk yang relatif sama dan harus digarap melalui strategi pemasaran secara terpisah.
- ◆ **Pelajar**<sup>7</sup> : Sebutan “Pelajar” diberikan kepada peserta didik yang sedang mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran untuk mengembangkan dirinya melalui jalur, jenjang dan jenis pendidikan. Peserta didik dalam arti luas adalah setiap orang yang terkait dengan proses pendidikan sepanjang hayat, sedangkan dalam arti sempit adalah setiap siswa yang belajar di sekolah (Sinolungan, 1997). Peserta didik dalam arti sempit inilah yang

---

<sup>4</sup> Martin dan Baskara, 2002, *Kamus Bahasa Indonesia Millenium*, Karina, Surabaya, hal 151

<sup>5</sup> Dikutip dari: <http://www.artikata.com/arti-362221-Berdasarkan.html>

<sup>6</sup> Suwanto Gamal, 1997, *Dasar-Dasar Pariwisata*, ANDI, Yogyakarta, hal 96

<sup>7</sup> Dikutip dari: <http://pdipmkotabandung.blogspot.com/2010/02/pengertian-pelajar.html>

klasifikasi atau pengelompokan yang pada umumnya didasarkan dengan suatu istilah atau rangkaian kata.

Dari pengertian konsep yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa konsep adalah ide abstrak untuk mengklasifikasi objek-objek yang biasanya dinyatakan dalam suatu istilah kemudian ditunjukkan ke dalam contoh dan bukan contoh. Sehingga seseorang dapat mengerti suatu konsep dengan jelas. Dengan menguasai konsep seseorang dapat mengelompokkan dan menyatukannya menurut konsep itu.

4. **Ysisia** : ialah kegiatan yang menyangkut yang dimaksudkan untuk menumbuhkan kesadaran jasmani dan rohani siswa. Kegiatan-kegiatan yang dapat berupa olahraga (senam, permainan, senam), membaca, mengerjakan hobi, dan sebagainya juga dapat diisi dengan permainan termasuk simbol untuk menandakan keadaan di tempat mengajar (Syaifulzaki) atau dengan simbol peristiwa-santai menikahi hari libur.

♦ **Di** : Kata berawak yang menyatakan ada pada suatu tempat.

♦ **Kota Alimang** : salah satu kota di Jawa Timur.

♦ **Berlatas** : memakai sebagai dasar berlatas.

♦ **Segenerasi** : proses pembagian suatu pasar sebagai suatu keseluruhan (voly wawak) ke dalam kelompok-kelompok (voly) orang yang berbeda dan berarti yang mempunyai kebutuhan-kebutuhan produk yang relatif sama dan harus digrup melalui strategi pemasaran secara terpisah.

♦ **Pelajar** : Seorang "pelajar" diberikan kepada peserta didik yang sedang mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran untuk mengembangkan dirinya melalui jalur jenjang dan jenis pendidikan. Peserta didik dalam arti luas adalah setiap orang yang terikat dengan proses pendidikan sepanjang hayat, sedangkan dalam arti sempit adalah setiap siswa yang belajar di sekolah (Sintungan, 1991). Peserta didik dalam arti sempit inilah yang

1. Mardin dan H. L. (2007). *Konsep Dasar Pendidikan dan Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

2. Dikompilasi dari: *Encyclopedia of Education*, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025.

3. Dikompilasi dari: *Encyclopedia of Education*, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025.

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---



---

disebut sebagai pelajar. Dikatakan pelajar sebab mereka mengikuti pembelajaran dalam konteks pendidikan formal, yakni pendidikan di sekolah.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan makna sekaligus konsep dari judul penelitian ini adalah “bagaimana mengklasifikasikan obyek-obyek wisata sebagai acuan kegiatan yang menyenangkan di Kota Malang, yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani berdasarkan kelompok-kelompok orang dan mempunyai kebutuhan yang relatif sama. Kelompok-kelompok yang dimaksud adalah siswa-siswi SMA/K atau sederajat yang berkunjung ke Kota Malang.

### 2.1.2. Wisata

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata<sup>8</sup>. Selanjutnya menurut *Mathiesen* dan *Wall* (1992) wisata adalah kegiatan bepergian dari dan ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya<sup>9</sup>.

Selain itu, Antinimous (1992) memberi definisi tentang kepariwisataan yang dijelaskan sebagai berikut<sup>10</sup>:

- ✓ Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- ✓ Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.
- ✓ Taman rekreasi adalah suatu usaha yang menyediakan tempat dan berbagai jenis fasilitas untuk memberikan kesegaran jasmani dan rohani yang mengandung unsur hiburan, pendidikan dan kebudayaan sebagai usaha pokok di suatu kawasan tertentu dan dapat dilengkapi dengan penyediaan jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi.

---

<sup>8</sup> *Pengertian Pariwisata*, dikutip dari: <http://andy-saiful.blogspot.com/2009/01/pengertian-pariwisata.html>

<sup>9</sup> Fandeli, 1995, *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta, hal 36

<sup>10</sup> Atonimous, 1995, dikutip dari Fandeli, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta, hal 37

disebut sebagai belajar. Dikatakan belajar sebab mereka memiliki pembelajaran dalam konteks pendidikan formal yakni pendidikan di sekolah. Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan makna sekaligus konsep dari judul penelitian ini adalah "bagaimana mengklasifikasikan objek-objek wisata sebagai acuan kegiatan yang merencanakan di Kota Malang yang dimaksudkan untuk memelihara kesegaran jasmani dan rohani berdasarkan kelompok-kelompok orang dan mempunyai kebutuhan yang relatif sama. kelompok-kelompok yang dimaksud adalah siswa-siswi SMA K atau sekelas yang berkunjung ke Kota Malang.

2.1.3. Wisata

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisatahan Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.<sup>17</sup> Selanjutnya menurut Mawiswaw dan WAW (1992) wisata adalah kegiatan perjalanan dari dan ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya.<sup>18</sup>

Selain itu Arbinings (1992) memberi definisi tentang keparwisatahan yang dijelaskan sebagai berikut<sup>19</sup>:

- ✓ Kepariwisatahan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- ✓ Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan dan menggunakan objek dan daya tarik wisata.
- ✓ Usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.
- ✓ Taman rekreasi adalah suatu usaha yang menyediakan tempat dan berbagai jenis fasilitas untuk memberikan kesegaran jasmani dan rohani yang menguntungkan unsur hiburan, pendidikan dan kebudayaan sebagai pokok di suatu kawasan tertentu dan dapat dijangkau dengan penyediaan jasa pelayanan mata dan minum serta akomodasi.

<sup>17</sup> Menurut Mawiswaw (1992) wisata adalah kegiatan perjalanan dari dan ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya. (Arbinings, 1992) memberi definisi tentang keparwisatahan yang dijelaskan sebagai berikut: 1. Kepariwisatahan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. 2. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan dan menggunakan objek dan daya tarik wisata. 3. Usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. 4. Taman rekreasi adalah suatu usaha yang menyediakan tempat dan berbagai jenis fasilitas untuk memberikan kesegaran jasmani dan rohani yang menguntungkan unsur hiburan, pendidikan dan kebudayaan sebagai pokok di suatu kawasan tertentu dan dapat dijangkau dengan penyediaan jasa pelayanan mata dan minum serta akomodasi.

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

- ✓ Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu : (1) kegiatan perjalanan; (2) dilakukan secara sukarela; (3) bersifat sementara; (4) perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Salah satu unsur yang sangat menentukan berkembangnya industri pariwisata adalah obyek wisata dan atraksi wisata.

Secara pintas produk wisata dengan obyek wisata serta atraksi wisata seolah-olah memiliki pengertian yang sama, namun sebenarnya memiliki perbedaan secara prinsipil. (Yoeti, 1996 : 172) menjelaskan bahwa di luar negeri terminologi obyek wisata tidak dikenal, disana hanya mengenal atraksi wisata yang mereka sebut dengan nama *Tourist Attraction* sedangkan di Negara Indonesia keduanya dikenal dan keduanya memiliki pengertian masing-masing. Adapun pengertian *obyek wisata*, yaitu<sup>11</sup>: semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan pengertian dari pada *atraksi wisata*, yaitu : sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Mengenai pengertian obyek wisata, maka dapatlah dilihat beberapa sumber acuannya, antara lain :

- ✓ Peraturan Pemerintah No. 24/1979 menjelaskan bahwa obyek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.
- ✓ SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87 menjelaskan bahwa obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

---

<sup>11</sup> Dikutip dari: <http://rafansdetik.blogdetik.com/index.php/2012/05/04/pengertian-obyek-wisata-dan-pengertian-atraksi-wisata/>



↳ Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang disediakan untuk mempromosikan kebutuhan pariwisata.

Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu : (1) kegiatan perjalanan; (2) dilakukan secara sukarela; (3) bersifat sementara; (4) perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Selain itu, sangat dianjurkan keberadaannya industri pariwisata adalah objek wisata dan atraksi wisata.

Secara pintas produk wisata dengan objek wisata serta atraksi wisata sudah-sudah memiliki pengertian yang sama namun sebenarnya memiliki perbedaan secara prinsipil (Yow & Aji, 2002: 172) menjelaskan bahwa di luar negeri terminologi objek wisata tidak dikenal, dikenal hanya mengenai atraksi wisata yang merujuk dengan nama *Tourist Attraction* sedangkan di Negara Indonesia keduanya dikenal dan keduanya memiliki pengertian masing-masing. Adapun pengertian objek wisata yaitu: semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau persumber pada alam saja. Sedangkan pengertian dan pada *wisata* yaitu: semua yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dibuktikan dan dimiliki oleh wisatawan yang dibina oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperhatikan kepada wisatawan. Mengenai pengertian objek wisata maka dapatlah dilihat beberapa sumber sebagai berikut :

- ↳ Peraturan Pemerintah No. 24/1990 menjelaskan bahwa objek wisata adalah perjalanan dari cipratan manusia. itu adalah seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.
- ↳ SK. MENPARISOSTEL No. 102 / PW.102 / MPP-87 menjelaskan bahwa objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

<sup>11</sup> Ditinjau dari hukum administratif, objek wisata adalah objek wisata-kegiatan-objek-wisata-kegiatan-wisata

Sedangkan menurut Yoeti, 1996 : 172 dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Pariwisata menjelaskan bahwa obyek wisata dan atraksi wisata memiliki perbedaan yang asasi<sup>12</sup>. Yang dimaksud obyek wisata adalah : kita dapat mengatakan sesuatu sebagai obyek wisata jika kita melihat obyek itu tidak dipersiapkan sebelumnya dengan kata lain obyek tersebut dapat dikatakan tanpa bantuan orang lain. Dan yang dikatakan atraksi wisata adalah : atraksi itu merupakan sinonim dari pengertian entertainment, yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain. Namun pada dasarnya obyek wisata dan atraksi wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat itu.

Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi. Wisata atau rekreasi sering dilakukan untuk bersenang-senang atau bersantai. Berikut ini akan dijelaskan beberapa pengertian wisata dan rekreasi termasuk unsur-unsur terkait di dalamnya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang wisata dan rekreasi itu sendiri.

#### **2.1.2.1. Definisi Wisata dan Rekreasi**

Terkadang kita merasa kesulitan untuk membedakan antara wisata dan rekreasi. Apa sebenarnya perbedaan antara rekreasi dan wisata? Batasan seperti apa yang seharusnya dipakai untuk membedakan rekreasi dan wisata?

##### **A. Wisata**

Kata wisata berhubungan erat dengan piknik, pariwisata, dan lain-lain. Untuk sebagian orang, agenda wisata setiap tahunnya telah menjadi sebuah kebutuhan layaknya kebutuhan primer. Dasar dari pandangan ini maka wisata cenderung digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah sekian hari berkuat dengan pekerjaan yang memiliki jadwal yang ketat. Karena begitu sempitnya makna kata wisata, maka berikut ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan definisi dari wisata. Pariwisata didefinisikan berbeda oleh beberapa orang ahli

---

<sup>12</sup> *Ibid*



Sedangkan menurut Goffé (1996 : 172 dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Pariwisata* menjelaskan bahwa objek wisata dan atraksi wisata memiliki perbedaan yang asasi<sup>12</sup>. Yang dimaksud objek wisata adalah : kita dapat mengatakan sesuatu sebagai objek wisata jika kita melihat objek itu tidak dipersiapkan sebelumnya dengan kata lain objek tersebut dapat dikasikan tanpa bantuan orang lain. Dan yang dikatakan atraksi wisata adalah : atraksi itu merupakan sinonim dari pengertian entertainment yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain. Namun pada dasarnya objek wisata dan atraksi wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat itu.

Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi. Wisata atau rekreasi sering dilakukan untuk bersenang-senang atau bersantai. Berikut ini akan dijelaskan beberapa pengertian wisata dan rekreasi termasuk unsur-unsur terkait di dalamnya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang wisata dan rekreasi ini sendiri.

### 2.1.2.1. Definisi Wisata dan Rekreasi

Perkadang kita merasa kesulitan untuk membedakan antara wisata dan rekreasi. Apa sebenarnya perbedaan antara rekreasi dan wisata? Batasan seperti apa yang seharusnya dipakai untuk membedakan rekreasi dan wisata?

#### A. Wisata

Kata wisata berhubungan erat dengan piknik, pariwisata, dan lain-lain. Untuk sebagian orang, agenda wisata setiap tahunnya telah menjadi sebuah kebutuhan layaknya kebutuhan primer. Dasar dari padangan ini maka wisata cenderung digunakan sebagai pengimbang hidup setelah sekian hari berkulat dengan pekerjaan yang memiliki jadwal yang ketat. Karena begitu sempitnya makna kata wisata, maka berikut ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan definisi dari wisata. Pariwisata didefinisikan berbeda oleh beberapa orang ahli



dibidangnya, antara lain<sup>13</sup> ;

1. Menurut Prof. Humziker dan Prof. Karpf, pariwisata adalah sejumlah hubungan dan gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari nafkah.
2. Menurut Prof. K. Krapf pada tahun 1942 telah memberikan batasan bahwa *“ Tourism is the totality of the relationship and phenomena arising from the travel and stay of strangers provided the stay does not imply the establishment of a permanent residence and is not connected with remunerated activity “* . Dimana kepariwisataan dalam hal ini adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal itu tidak memberikan fasilitas untuk tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dan aktivitas yang bersifat sementara tersebut.
3. Menurut Prof. Salah Wahab dalam bukunya *An Intruduction on Tourism Theory*, mengemukakan bahwa pariwisata terdiri dari tiga unsur yaitu :
  - Manusia (*man*) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata
  - Ruang (*space*) adalah daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan
  - Waktu (*time*) adalah waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar, yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri, meliputi tempat tinggal orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialami dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

---

<sup>13</sup> Musanef, Drs, 1995, *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*, Jakarta, PT Toko Gunung Agung, Hal 10-11

didibidangnya. antara lain:

1. Menurut Prof. Hamaker dan Prof. Kappel pariwisata adalah sejumlah hubungan dan gejala yang dibuktikan dari tanggapan orang-orang asing terhadap tanggapan mereka tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha yang berhasil sementara dan kemudian sebagai usaha mencari nafkah.

2. Menurut Prof. K. Kappel pada tahun 1942 telah mengemukakan bahwa Tourism is the receipt of the reception and phenomena arising from the travel and stay of strangers provided the stay does not imply the establishment of a permanent residence and is not connected with remunerated activity. . . . Dimana kepariwisataan dalam hal ini adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan tindakan orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal dan tidak memperlakukan fasilitas untuk tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dan aktivitas yang berhasil sementara tersebut.

3. Menurut Prof. Selah Wahab dalam bukunya *An Introduction to Tourism Theory* mengemukakan bahwa pariwisata terdiri dari tiga unsur yaitu :

- Manusia ( *man* ) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata
- Ruang ( *space* ) adalah daerah atau ruang hampa tempat melakukan perjalanan
- Waktu ( *time* ) adalah waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat perhatian secara berturut-turut antara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri meliputi tempat tinggal orang-orang dan daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang berwujud rekreasi dan berbeda dengan apa yang dialami dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

<sup>11</sup> Masanjid, Drs. 1992. *Aspek-aspek Utama Pariwisata di Indonesia*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung. Hal 10-11

4. Menurut Robert Mc.Intosh bersama Shashi Kant Gupta memberikan batasan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan ini serta penunjang lainnya.

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau tidak memiliki maksud untuk menghasilkan uang di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan tamasya atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam<sup>14</sup>.

#### B. Rekreasi

Ada beberapa pengertian rekreasi, tergantung dari sudut mana kita memandang dan memaknainya. Secara umum pada saat kita menyebut kata rekreasi, yang terlintas dalam pikiran kita adalah jalan-jalan ke suatu tempat wisata yang menyenangkan, yang dapat memulihkan semangat kita dari kejenuhan rutinitas. Kegiatan rekreasi dapat terjadi kapan dan dimanapun, dengan tujuan yang bervariasi pula, sehingga perlu adanya definisi yang secara tegas memberikan batasan-batasan yang jelas tentang rekreasi.

Rekreasi telah menjadi unsur penting dalam kehidupan moderen. Pendapatan, kondisi pekerjaan dan perkembangan transportasi yang semakin baik telah memberi orang lebih banyak uang, waktu dan pergerakan yang lebih tinggi untuk melakukan rekreasi. Pada saat ini, rekreasi telah menjadi industri besar. Rekreasi umumnya berdampak pada rasa senang, tingkat kesehatan fisik dan mental manusia.<sup>15</sup> Pada dasarnya rekreasi ialah kegiatan yang menyenangkan yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani kita. Kegiatan-kegiatannya dapat berupa olahraga (tenis, berkuda, mendaki gunung), membaca, mengerjakan hobi, dan sebagainya; juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keadaan di tempat

---

<sup>14</sup> Dikutip dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/27395/3/Chapter%20II.pdf>

<sup>15</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, dikutip dari: <http://id.wikipedia.org/wiki/Rekreasi>

4. Menurut Robert Michels bersama Shashi Kant Gupta memberikan alasan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan dengan penduduk serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan menahan wisatawan ini serta penjangkauan lainnya.

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilaksanakan seseorang untuk sementara waktu yang dibelanjakan dan suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan tenaga sendiri dan dengan suatu perencanaan atau tidak memiliki maksud untuk menghasilkan uang di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan tamasya atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.<sup>11</sup>

11. Rekreasi

Ada beberapa pengertian rekreasi tergantung dari sudut mana kita memandang dan memaknainya. Secara umum pada saat ini orang kata rekreasi yang terdapat dalam pikiran kita adalah jeda-jeda ke suatu tempat wisata yang menyenangkan yang dapat menumbuhkan semangat kita dari kehidupan rutinnya. Kegiatan rekreasi dapat terjadi kapan dan dimanapun dengan tujuan yang berbeda-beda sehingga perlu adanya definisi yang secara tegas memberikan batasan-batasan yang jelas tentang rekreasi.

Rekreasi telah menjadi suatu penting dalam kehidupan modern. Pengaparan, kondisi pekerjaan dan perkembangan transportasi yang semakin baik telah membuat orang lebih banyak menggunakan waktu dan pergerakannya yang lebih tinggi untuk melakukan rekreasi. Pada saat ini rekreasi telah menjadi industri besar. Rekreasi umumnya berdasarkan pada masa senang, tingkat kesehatan fisik dan mental manusia.<sup>12</sup> Pada dasarnya rekreasi ialah kegiatan yang menyenangkan yang dimaksudkan untuk menghilangkan kesegaran jasmani dan rohani kita. Kegiatan-kegiatan yang berupa olahraga (tenis, berkebun, mendaki gunung), membaca, menggerakkan bola, dan sebagainya juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keindahan di tempat

<sup>11</sup> Ditinjau dari [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) diakses on 13-04-2012 12:29:25 & dipaparkan 2011/04/11  
<sup>12</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) diakses on 13-04-2012 12:29:25 & dipaparkan 2011/04/11

---

 LAPORAN TUGAS AKHIR
 

---

menginap (*sightseeing*) atau dengan sekadar bersantai-santai menikmati hari libur.<sup>16</sup>

Berdasarkan peninjauan secara terminologi keilmuan, rekreasi berasal dari dua kata dasar yaitu *re* dan *kreasi*, yang secara keseluruhan berarti kembali menggunakan daya pikir untuk mencapai kesenangan atau kepuasan melalui suatu kegiatan. Pengertian rekreasi tersebut memberikan suatu syarat dan batasan, yang terdiri dari:<sup>17</sup>

- Kegiatan rekreasi terjadi pada waktu luang.
- Kegiatan rekreasi bersifat sementara dalam melakukan kegiatan rekreasi tidak terdapat unsur paksaan (dalam artian bersifat sukarela).
- Pelaksanaan kegiatan rekreasi tidak terikat waktu dan tempat, bisa kapan saja dan dimana saja.
- Pelaksanaan kegiatan rekreasi tidak terikat aturan, tapi aturan berlaku jika ada program-program tertentu (misalnya program paket perjalanan rekreasi).

Syarat dan batasan rekreasi tersebut merupakan salah satu pembeda yang nyata dengan terminologi wisata. Sehingga dalam hal ini pun dapat terumuskan bahwa tujuan dari rekreasi adalah:

- Pengisi waktu luang;
- Pelepas lelah, kebosanan dan kepenatan;
- Sebagai imbalan *subsisten activity* (kegiatan pengganti/pelengkap).  
Contoh: pendidikan dan pekerjaan/bekerja;
- Sebagai pemenuh fungsi sosial (fungsi sosial ini dilakukan untuk kegiatan berkelompok serta rekreasi aktif).

Berdasarkan definisi dari wisata dan rekreasi, seperti yang telah disebutkan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa rekreasi secara terminologi lebih luas (*general*) daripada konsep wisata. Berikut pada tabel terdapat

---

<sup>16</sup> Soekadijo R.G, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 39

<sup>17</sup> Dikutip dari <http://www.banjar-jabar.go.id/redesign/?pilih=lihat&id=313>



mengingat (Vygotsky) atau dengan sekawan bersantai-santai menikmati hari libur.<sup>16</sup>

Berdasarkan penelitian secara terminologi keilmuan rekreasi berasal dari dua kata dasar yaitu *re* dan *kreare* yang secara keseluruhan berarti kembali menggunakan daya pikir untuk mencapai kesenangan atau kepuasan melalui suatu kegiatan. Penelitian rekreasi tersebut memberikan suatu syarat dan batasan yang terdiri dari:<sup>17</sup>

- Kegiatan rekreasi terjadi pada waktu luang.
- Kegiatan rekreasi bersifat sementara dalam melakukan kegiatan rekreasi tidak terdapat unsur paksaan (dalam artian bersifat sukarela).
- Pelaksanaan kegiatan rekreasi tidak terikat waktu dan tempat, bisa kapan saja dan dimana saja.
- Pelaksanaan kegiatan rekreasi tidak terikat aturan tapi aturan berlaku jika ada program-program tertentu (misalnya program paket perjalanan rekreasi).

Syarat dan batasan rekreasi tersebut merupakan salah satu perbedaan yang nyata dengan terminologi *wisata*. Sehingga dalam hal ini dapat ditentukan bahwa tujuan dari rekreasi adalah:

- Fungsi waktu luang;
- Belajar telah, kebosanan dan kecapaian;
- Sebagai imbuhan *zweckfrei* (kegiatan pengganggu/pelempar).  
Contoh: pendidikan dan pembelajaran;
- Sebagai pemenuh fungsi sosial (fungsi sosial ini dilakukan untuk kegiatan berkelompok serta rekreasi aktif).

Berdasarkan definisi dari *wisata* dan rekreasi seperti yang telah disebutkan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa rekreasi secara terminologi lebih luas (*kreare*) daripada konsep *wisata*. Berikut pada tabel terdapat

<sup>16</sup> Soedjito R.G. 1996. *Ilmuwan Wisata dan Pembangunan Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.  
<sup>17</sup> Dikutip dari *http://www.kemendagri.go.id/berita/berita/313*

perbedaan mendasar antara wisata dan rekreasi:<sup>18</sup>

**Tabel 2.1.**  
**Perbedaan Antara Wisata dan Rekreasi**

Wisata	Rekreasi
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mutlak melakukan perjalanan,</li> <li>b. Ada tujuan / <i>destination area</i>,</li> <li>c. Selalu dilakukan di luar rumah, dan berada dalam jarak yang jauh dari rumah,</li> <li>d. Konteks kegiatannya cenderung pada pemanfaatan suatu tempat tujuan</li> <li>e. Pelakunya merupakan pengunjung/wisatawan,</li> <li>f. Konteks wisata lebih spesifik dan pasti termasuk rekreasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tidak mutlak melakukan perjalanan.</li> <li>b. Cenderung tidak ada tujuan, karena bisa dilakukan dimana saja,</li> <li>c. Dapat dilakukan di rumah dan di luar rumah (cakupan area kegiatan rekreasi lebih luas),</li> <li>d. Konteks kegiatan lebih cenderung pada pemanfaatan waktu luang (<i>leisure time</i>),</li> <li>e. Pelaku kegiatan rekreasi adalah siapapun dan tidak mendapat panggilan/sapaan khusus,</li> <li>f. Konteks rekreasi lebih luas (<i>general</i>), maka daripada itu konteks rekreasi belum tentu wisata.</li> </ul>

Setelah substansi dasar mengenai wisata dan rekreasi, sekiranya pertanyaan pertama mengenai perbedaan utama antara wisata dan rekreasi dapat diselesaikan pemecahannya. Persoalan selanjutnya pun mengenai konteks penempatan kata yang tepat untuk kegiatan yang dilaksanakan di lokasi mall, pantai, perdesaan dan kawasan lindung lainnya (Taman Wisata Alam, Cagar Alam), hal tersebut dapat timbul berbagai pendapat dimana hal ini disesuaikan dengan tingkat pemahaman seseorang terhadap konteks wisata dan rekreasi.

Sebagai ilustrasi, kita dapat menempatkan konteks “wisata” apabila kita sedang melakukan perjalanan dan hiburan menuju / di *pantai*. Tetapi, kita juga sebenarnya sedang melakukan kegiatan “rekreasi” yang bertempat di *pantai* tersebut. Jadi, substansi utama pemecahan persoalan tersebut adalah pahami dulu bahwa konteks *rekreasi* lebih luas (*general*) daripada konteks *wisata*. Kasus tersebut menyatakan bahwa konteks rekreasi lebih luas sehingga dalam kegiatan wisata yang dilakukan pun sebenarnya kita sedang melakukan rekreasi pula, meskipun begitu hal tersebut belum tentu jika kita melakukan kegiatan rekreasi termasuk ke dalam kegiatan wisata.

Wisata dan rekreasi ini sering dilakukan untuk bersenang-senang atau bersantai. Bersantai merupakan suatu aktivitas yang berbeda dengan aktivitas

<sup>18</sup> *Ibid*

perbedaan mendasar antara *wisata dan rekreasi*.

Tabel 2.1. Perbedaan Antara *Wisata dan Rekreasi*

Rekreasi	Wisata
1. Tidak memerlukan biaya yang mahal	1. Memerlukan biaya yang mahal
2. Tidak memerlukan waktu yang lama	2. Memerlukan waktu yang lama
3. Tidak memerlukan tenaga yang banyak	3. Memerlukan tenaga yang banyak
4. Tidak memerlukan keahlian khusus	4. Memerlukan keahlian khusus
5. Tidak memerlukan persiapan yang matang	5. Memerlukan persiapan yang matang
6. Tidak memerlukan pengetahuan yang mendalam	6. Memerlukan pengetahuan yang mendalam
7. Tidak memerlukan keahlian khusus	7. Memerlukan keahlian khusus
8. Tidak memerlukan keahlian khusus	8. Memerlukan keahlian khusus
9. Tidak memerlukan keahlian khusus	9. Memerlukan keahlian khusus
10. Tidak memerlukan keahlian khusus	10. Memerlukan keahlian khusus

Setelah substansi dalam mengenai *wisata dan rekreasi* selanjutnya pertanyaan pertama mengenai perbedaan antara *wisata dan rekreasi* dapat diselesaikan berdasarkan selanjutnya pun mengenai konteks perbedaan yang tepat untuk kegiatan yang dilaksanakan di lokasi mall, pantai, perdesaan dan kawasan industri lainnya (*Wisata Alam, Cagar Wara*) dan tersebut dapat timbul berbagai pendapat dimana hal ini ditunjukkan dengan adanya perbedaan tersebut terhadap konteks *wisata dan rekreasi*.

Sebagai ilustrasi kita dapat memperhatikan konteks *wisata* apabila kita sedang melakukan perjalanan dan hiburan seperti di *Wayway Terapi*. Kita juga sebenarnya sedang melakukan kegiatan *rekreasi* yang bertujuan di *Wayway Terapi*. Jadi, substansi utama perbedaan tersebut adalah bahwa dulu bahwa konteks *Wayway Terapi* (wisata) daripada konteks *Wayway Terapi* tersebut menyatakan bahwa konteks *rekreasi* lebih luas sehingga dalam kegiatan *wisata* yang dilakukan pun sebenarnya kita sedang melakukan *rekreasi* pula meskipun begitu hal tersebut bukan berarti jika kita melakukan kegiatan *rekreasi* termasuk ke dalam kegiatan *wisata*.

*Wisata dan rekreasi* ini sering dilakukan untuk bersenang-senang atau bermain. Bermain merupakan suatu aktivitas yang berbeda dengan aktivitas

melaksanakan pekerjaan tertentu. Misalnya di sela-sela melaksanakan suatu pekerjaan, kemudian kita duduk ditaman maka hal ini dapat dikatakan sedang bersantai.<sup>19</sup>

#### 2.1.2.2. Ciri-ciri Rekreasi

Berdasarkan rumusan definisi tentang rekreasi tersebut, dapat disebutkan ciri-ciri dari rekreasi sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Rekreasi adalah suatu aktivitas, kegiatan tersebut bersifat fisik, mental maupun emosional. Rekreasi menghendaki aktivitas dan tidak selalu bersifat non aktif.
- b. Aktivitas rekreasi tidak mempunyai bentuk dan macam tertentu, semua kegiatan yang dapat dilakukan oleh manusia dapat dijadikan aktivitas rekreasi asalkan saja dilakukan dalam waktu senggang dan memenuhi tujuan dan maksud-maksud positif dari rekreasi.
- c. Rekreasi dilakukan karena terdorong oleh keinginan atau mempunyai motif.
- d. Rekreasi hanya dilakukan pada waktu senggang (*leisure time*), ini berarti semua kegiatan yang tidak dilakukan dalam waktu senggang tersebut tidak dapat digolongkan sebagai kegiatan rekreasi.
- e. Rekreasi dilakukan secara bebas dari segala bentuk dan macam pelaksanaan. Hal ini penting bagi sifat kegiatan rekreasi sebagai *outlet for the creative powers* dan sebagai sarana untuk menyatakan diri secara bebas. Orang secara bebas dapat memilih salah satu kegiatan rekreasi, ia juga secara bebas dapat melakukan aktivitas tersebut, dan secara bebas pula ia dapat memilih temannya untuk bersama-sama melakukan rekreasi.
- f. Rekreasi bersifat universal; rekreasi hingga batas-batas tertentu telah merupakan bagian dari kehidupan manusia, dari semua bangsa, dan tidak terbatas oleh umur, jenis kelamin, pangkat dan kedudukan sosial.
- g. Rekreasi dilakukan selalu secara sungguh-sungguh dan mempunyai maksud-maksud tertentu. Banyak orang beranggapan rekreasi tidak bersifat sungguh-sungguh karena justru ingin mendapatkan kepuasan dan

---

<sup>19</sup> Chafid Fandeli, 1995, *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta, hal 36

<sup>20</sup> Karyono, 1997, *Kepariwisata*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hal 32

mencapai tujuan tertentu. Misalnya di sela-sela melaksanakan suatu pekerjaan, kemudian kita duduk sebentar untuk istirahat dikamarnya sedang beristirahat.<sup>10</sup>

5.1.2.2. Ciri-ciri Rekreasi

Berdasarkan rumusan definisi tentang rekreasi tersebut dapat disimpulkan ciri-ciri dari rekreasi sebagai berikut:

a. Rekreasi adalah suatu aktivitas kegiatan tersebut bersifat fisik, mental maupun emosional. Rekreasi mengabdikan aktivitas dan tidak selalu bersifat non aktif.

b. Aktivitas rekreasi tidak mempunyai bentuk dan macam tertentu semua kegiatan yang dapat dilakukan oleh manusia dapat dijadikan aktivitas rekreasi asalkan saja dilakukan oleh waktu senggang dan memenuhi tujuan dan maksud-maksud positif dari rekreasi.

c. Rekreasi dilakukan karena terdorong oleh keinginan atau mempunyai motif.

d. Rekreasi hanya dilakukan pada waktu senggang (leisure time) ini berarti semua kegiatan yang tidak dilakukan dalam waktu senggang tersebut tidak dapat digolongkan sebagai kegiatan rekreasi.

e. Rekreasi dilakukan secara bebas dan segala bentuk dan macam pelaksanaan. Hal ini penting bagi sifat kegiatan rekreasi sebagai *unleashed the creative power* dan sebagai sarana untuk melepaskan diri secara bebas. Orang secara bebas dapat memilih salah satu kegiatan rekreasi. Jika secara bebas dapat melakukan aktivitas tersebut dan secara bebas pula ia dapat memilih tempatnya untuk melaksanakan rekreasi.

f. Rekreasi bersifat universal; terdapat berbagai batas-batas tertentu telah menetapkan bagian dari kehidupan manusia dan semua bangsa dan tidak terbatas oleh umur, jenis kelamin, pangkat dan kedudukan sosial).

g. Rekreasi dilakukan secara suka-suka dan mempunyai maksud-maksud tertentu. Banyak orang betagapannya rekreasi tidak bersifat suka-suka karena justru ingin mendapatkan kepuasan dan

<sup>10</sup> Kington, 1967, *Recreation in Leisure Time*, hal. 32.  
<sup>11</sup> United States, 1992, *Recreation and Leisure*, hal. 30.

kesenangan. Anggapan tersebut kurang tepat dan merupakan salah pengertian (*misconception*). Justru karena ingin mendapatkan kesenangan dan kepuasan, kegiatan rekreasi harus dilakukan dengan sungguh-sungguh, atau dengan kata lain, kesungguhan merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan.

- h. Rekreasi adalah fleksibel. Artinya rekreasi tidak dibatasi oleh tempat (*indoor recreation* dan *outdoor recreation*), dimana saja, sesuai dengan bentuk dan macam kegiatan rekreasi.

### 2.1.2.3. Hubungan Rekreasi Dengan Pelajar

Berdasarkan teori-teori tentang rekreasi dan pelajar yang telah dikemukakan sebelumnya dalam tulisan ini, maka dapat disimpulkan hubungan antara rekreasi dan pelajar. Dengan adanya aktivitas rekreasi diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi seorang pelajar, baik secara fisik maupun mental seseorang dan tentunya memberikan keuntungan secara ekonomis.

Wing Haryono dalam bukunya *Pariwisata Rekreasi dan Entertainment* mengatakan kegunaan rekreasi adalah: 1) untuk kesehatan, 2) untuk kesehatan mental, 3) membentuk character building, 4) pencegahan kriminalitas, 5) untuk pendidikan moral, dan 6) untuk tujuan ekonomi.<sup>21</sup>

#### a. Rekreasi dan kesehatan

Rekreasi dapat memelihara dan menambah kesegaran dan kehatan jasmani masing-masing individu. Aktivitas yang mempergunakan otot besar merangsang pertumbuhan dan merupakan esensi bagi perkembangan organ vital, memperlancar peredaran darah, memperlancar pengeluaran zat-zat yang tak berguna, menambah kegiatan pernapasan, dan meningkatkan pencernaan.

#### b. Rekreasi dan kesehatan mental

Rekreasi dapat membina hidup yang sehat dan membahagiakan, kegiatan ini memungkinkan seseorang untuk menyalurkan tenaga fisik, dan daya pikiran yang kurang dimanfaatkan sehari-hari. Di samping itu, rekreasi,

<sup>21</sup> Karyono, 1997, *Kepariwisataan*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hal 33

kesenangan. Anggapan tersebut kurang tepat dan merupakan salah pengertian (misconception), terjadi karena ingin mendapatkan kesenangan dan kepuasan, kegiatan rekreasi harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dan dengan cara lain. Kesenangan merupakan syarat utama untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan.

Rekreasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghilangkan ketegangan dan kelelahan (Wooler, 1970). Rekreasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghilangkan ketegangan dan kelelahan (Wooler, 1970), dimana saja, sesuai dengan bentuk dan macam kegiatan rekreasi.

2.1.3. Hubungan Rekreasi Dengan Belajar

Berdasarkan teori-teori tentang rekreasi dan belajar yang telah dikemukakan sebelumnya dalam tulisan ini, maka dapat disimpulkan hubungan antara rekreasi dan belajar. Dengan adanya aktivitas rekreasi diharapkan dapat memberikan kondisi yang positif bagi seorang pelajar, baik secara fisik maupun mental, sehingga dapat meningkatkan kemampuan secara ekonomis.

Wing (1970) dalam bukunya *Rekreasi dan Kesehatan* mengemukakan kegunaan rekreasi adalah: (1) untuk kesehatan mental, (2) untuk kesehatan fisik, (3) membentuk character building, (4) pencegahan kriminalitas, (5) untuk pendidikan moral, dan (6) untuk tujuan ekonomi.<sup>51</sup>

a. Rekreasi dan Kesehatan

Rekreasi dapat menghilangkan dan meniadakan kesegaran dan ketahanan jasmani masing-masing individu. Aktivitas yang dapat meningkatkan otot-otot dan meningkatkan pertumbuhan dan memperbaiki esensi bagi perkembangan organ vital, merupakan perbedaan antara mempertahankan pertumbuhan manusia yang tak berguna menantang kegiatan pembiasaan dan meningkatkan pembiasaan.

b. Rekreasi dan Kesehatan Mental

Rekreasi dapat meniadakan individu yang sehat dan mempertahankan kegiatan ini memungkinkan seseorang untuk mengeluarkan tenaga fisik dan daya pikiran yang kurang dimanfaatkan sehari-hari. Di samping itu, rekreasi

<sup>51</sup> Kurniawan, 1997, [www.kurniawan.com](http://www.kurniawan.com), PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hal. 33

khususnya musik, kesenian, dan pekerjaan tangan adalah tepat sekali untuk memperbaiki atau merehabilitir rasa harga diri.

c. **Rekreasi dan *character building***

Rekreasi dapat mengembangkan sifat-sifat manusia, dan sangat mempengaruhi perkembangan kehidupan sosial. Membina kerjasama dan menghargai hak-hak orang lain.

d. **Rekreasi dan pencegahan kriminalitas**

Rekreasi dapat digunakan sebagai terapi untuk mencegah terjadinya kenakalan remaja. Rekreasi bukan untuk menghilangkan kenakalan remaja, tetapi berguna sebagai media untuk penyaluran emosi dan ambisi aktivitas remaja ke arah kegiatan yang lebih bermanfaat.

e. **Rekreasi dan moral**

Rekreasi dengan aktivitas-aktivitas yang tepat dapat menimbulkan semangat hidup dan berjuang kembali. Menghilangkan tekanan hidup serta rasa kurang percaya diri. Di samping itu, dengan rekreasi dapat menumbuhkan inspirasi.

f. **Rekreasi dan ekonomi**

Kegiatan rekreasi merupakan investasi jangka panjang untuk kesejahteraan dan perkembangan individu. Rekreasi merupakan suatu alat yang bersifat preventif untuk menghindarkan seseorang dari tindak kejahatan dan sakit jiwa. Oleh karena itu, secara ekonomis menguntungkan, di banding apabila sudah terkena salah satu penyakit, yang tentunya akan membutuhkan perawatan dan biaya yang cukup besar.

#### 2.1.2.4. **Hubungan Wisata dan Pendidikan (*Education*)**

Wisata yang tepat akan membantu pelajar terhindar dari stres dan beban lainnya. Wisata yang cocok untuk pelajar adalah wisata yang dapat membuat anak merasa senang serta sarat dengan *edukasi* atau pendidikan<sup>22</sup>. *Eduwisata* adalah bentuk wisata yang meracik pendidikan kedalam perjalanan wisata yang penuh hiburan. Untuk mendapatkan hasil pendidikan yang baik, kegiatan wisata

<sup>22</sup> Dikutip dari: <http://kumpulan.info/wisata/tempat-wisata/53-tempat-wisata/328-wisata-edukasi-pendidikan-godong-ijo.html>





---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

berperan penting dalam proses belajar mengajar. Anak akan terasa jenuh apabila pembelajaran yang berlangsung hanya disampaikan lewat tanya jawab, bercerita, ataupun bercakap-cakap. Anak pasti akan cepat lupa serta merasa capek. Dari beberapa pengalaman tersebut, kegiatan wisata menjadi metode yang tepat dan menyenangkan untuk anak mengingat yang mana masa kanak-kanak merupakan masa belajar sambil bermain sehingga suasana yang menyenangkan sangat diharapkan oleh para peserta didik.

Yang menarik adalah saat ini wisata edukasi atau *edutainment* begitu variatif. Tidak saja mengadung nilai sejarah seperti museum, monumen atau bangunan kuno. Kini wisata edukasi bisa ditemui dalam konsep seni: sanggar seni, sentra kerajinan, lokasi pembuatan film hingga studio musik atau studio televisi. Ada juga wisata imu pengetahuan modern yang menyajikan instrument fisika, bengkel mesin hingga laboratorium. Bahkan lokasi pabrik yang notabene bukan tujuan wisata, kini justru banyak dikunjungi siswa sekolah dan mendapatkan banyak pemasukan dari kunjungan. Pabrik makanan, minuman, boneka, pabrik batik hingga sentra keramik mulai terbuka untuk wisata edukasi. Belum lagi lokasi peternakan dan kebun pertanian yang kini disulap jadi obyek dan tujuan wisata yang menarik<sup>23</sup>.

Selain itu, diharapkan adanya suatu konsep wisata yang memasukkan unsur pendidikan kewirausahaan bagi wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Pendidikan kewirausahaan terutama bagi kalangan pelajar diharapkan mampu membentuk karakter peserta didik secara utuh (*holistik*), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan ketrampilan sebagai wirausaha. Pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan wisata diharapkan dapat mendidik wisatawan terutama pelajar untuk melakukan perubahan dengan proses kerja yang sistematis. Proses kerja yang dimaksud seperti menghubungkan konsep yang relevan (*connecting the concepts*), melakukan eksplorasi terhadap hasil (*exploring the impact*), berpikir yang tidak lagi bersifat terarah (*convergent thinking*) atau pola pemikiran yang berbeda (*thinking differently*),

---

<sup>23</sup>Dikutip dari: <http://www.piknikyu.com/vendor/travel/jakarta/20120310170434/piknikyu-eduwisata-%E2%80%93-karya-wisata-pendidikan-untuk-siswa-sekolah>



mengorganisasikan sistem (*organizing the system*) dan mengaplikasikan suatu standar dan etika (*applying standard and ethic*).

#### 2.1.2.5. Produk Wisata

Citra wisata dan kesan (*image*) perjalanan seorang wisatawan di suatu daerah pada hakikatnya bergantung pada produk wisata yang tersedia. Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi.

Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis), dan jasa alam.<sup>24</sup>

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa *tour*, dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahtamahan, adat istiadat, seni budaya, dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut dan sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain:

- Atraksi suatu daerah tujuan wisata,
- Fasilitas yang tersedia,
- Aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata.



Jadi pada hakikatnya definisi produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali kerumah dimana ia berangkat semula.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Suwantoro Gamal, 1997, *Dasar-Dasar Pariwisata*, ANDI, Yogyakarta, hal 48

<sup>25</sup> *Ibid*, hal 49

mengorganisasikan sistem (organizing the system) dan mengoptimalkan sistem standar dan etika (copying standard and etc.).

### 2.1.2.5. Produk Wisata

Cita wisata dan kesem (ways) perjalanan seorang wisatawan di suatu daerah pada hakikatnya bergantung pada produk wisata yang tersedia. Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam. walaupun produk wisata ini sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkat laku ekonomi.

Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis), dan jasa alam.<sup>54</sup>

a. jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa sewa, dan sebagainya.

b. jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, kemahkotaan, adat istiadat, seni budaya, dan sebagainya.

c. jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, penggunaan pantai, gua alam, taman lain dan sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara

lain:

- Aksesibilitas suatu daerah tujuan wisata.
- Fasilitas yang tersedia.
- Aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata.

Jadi pada hakikatnya definisi produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diberikan dan diikmati wisatawan sementara ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali kerumah dimasa ia berangkat semula.<sup>55</sup>



<sup>54</sup> Swandoro Gumil, 1997, *Dasar-Dasar Pariwisata*, Andi, Yogyakarta, hal. 48  
Wahid, hal. 49

### 2.1.2.6. Dimensi Pariwisata

Ada empat dimensi pariwisata, yaitu atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan.<sup>26</sup>

#### a. Atraksi

Atraksi menarik orang untuk datang ke sebuah kawasan tujuan wisata. Sebagai sebuah agen penyebab pertumbuhan, bisa jadi atraksi adalah apa yang pertama kali menarik pengunjung ke sebuah kawasan atau dalam artian pembangunan, cenderung dikembangkan lebih dahulu.

Atraksi bisa jadi sebuah tempat tujuan *primer*, dan tempat ini cukup atraktif untuk menjadi motivasi primer bagi sebuah kunjungan. Juga bisa jadi tempat tujuan *sekunder* yaitu sebuah tempat yang menarik untuk dikunjungi selama satu atau dua hari dalam perjalanan menuju tempat tujuan primernya. Tempat seperti ini juga dinamakan *stopover* atau *touring destination*. Tempat tujuan primer diorientasikan pada lokasi pasar (katakan saja *disneyland*) atau kawasan sumber alam.

Atraksi bisa berdasarkan sumber-sumber alam, budaya, etnisitas, atau hiburan:

#### ✓ Sumber-sumber alam.

Setiap kawasan diberkati dengan derajat tertentu sumber-sumber alam, yang berbentuk ciri fisik alam, iklim dan keindahan alam kawasan itu sendiri.

Setiap kawasan mempunyai kombinasi keunikan ciri-ciri sumber alam. ciri terpenting bagi pariwisata adalah keatraktifan yang ditimbulkan oleh perbedaan suhu, ragam pemandangan alam dan sejumlah ciri rekreasional yang dimungkinkan oleh sumber-sumber itu.

Lokasi, atau aksesibilitas, adalah sangat penting bagi keberhasilan sebuah tempat tujuan yang bergantung pada alam. Untuk sebagian besar tempat tujuan pariwisata, ada hubungan langsung antara jarak dengan permintaan dimana semakin jauh seseorang harus pergi ke sebuah tempat tujuan, semakin sedikit jumlah pengunjung tempat tujuan wisata tersebut.

---

<sup>26</sup> Mill Robert Christie, 2000, *Tourism The International Business*, PT.RajaGrafindo, Jakarta: hal 26-32



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

Karena sifat atraktif tempat tujuan wisata adalah yang menarik kedatangan orang-orang. Pengunjung-pengunjung ini meninggalkan tanda mereka (dan kadang-kadang sampah) pada sumber alam. Akibatnya tempat tujuan wisata tersebut menjadi kurang menarik. Kuncinya adalah mengelola sumber alam itu sedemikian rupa sehingga dapat tetap dipertahankan sifat menariknya bagi para wisatawan.

✓ Budaya.

Budaya sebuah kawasan adalah cara hidup masyarakatnya. Itu ditunjukkan oleh hal-hal seperti tempat bersejarah, agama, cara orang hidup, cara mereka diperintah, dan tradisi-tradisi mereka, baik dimasa lalu maupun dimasa sekarang.

✓ Etnisitas

Alasan orang melakukan perjalanan adalah untuk mengunjungi teman atau kerabat mereka. Liburan seringkali dipergunakan oleh sebagian orang untuk memperbaharui ikatan dengan keluarga maupun dengan teman-teman.

✓ Hiburan

Wisatawan seringkali tertarik pada sebuah tempat karena hiburan yang disediakan tempat itu. Hiburan itu bisa menjadi ciri permanen tempat tujuan wisata tersebut seperti taman hiburan atau kebun binatang dan lain sebagainya.

b. Fasilitas-fasilitas

Atraksi menyebabkan orang-orang mendatangi tempat tujuan wisata; fasilitas yang tersedia melayani mereka selama berada di sana. Karena mereka jauh dari rumah, para pengunjung membutuhkan barang-barang tertentu, tempat untuk tinggal, sesuatu untuk dimakan atau diminum. Dukungan fasilitas, bukannya memulai, tetapi menumbuhkan sebuah tempat tujuan wisata. Fasilitas utama adalah tempat menginap, restoran makanan, dan minuman, pelayanan-pelayanan pendukung, dan infrastruktur.



Karena sifat menarik tempat tujuan wisata yang menarik kedatangan orang-orang. Pengembangan-pengembangan ini meningkatkan tanda mereka (dan kadang-kadang sampai) pada sumber alam. Akibatnya tempat tujuan wisata tersebut menjadi kurang menarik. Kuncinya adalah mengelola sumber alam ini sedemikian rupa sehingga dapat tetap dipertahankan sifat menariknya bagi para wisatawan.

✓ Budaya

Budaya sebuah kawasan adalah cara hidup masyarakatnya. Ini ditunjukkan oleh hal-hal seperti tempat persjadian, agama, cara orang hidup, cara mereka berpakaian dan tradisi-tradisi mereka baik di rumah atau di luar rumah.

✓ Fasilitas

Alasan orang melakukan perjalanan adalah untuk mengunjungi tempat atau melihat mereka. Fasilitas seringkali dipergunakan oleh sebagian orang untuk mendapatkan ikatan dengan ketertarikan manusia dengan tempat-tempat.

✓ Hiburan

Wisatawan seringkali tertarik pada sebuah tempat karena hiburan yang disediakan tempat itu. Hiburan ini bisa menjadi ciri pemertanian tempat tujuan wisata tersebut seperti taman hiburan atau kebun binatang dan lain sebagainya.

d. Fasilitas-fasilitas

Ataksi yang diberikan orang-orang mengunjungi tempat tujuan wisata fasilitas yang tersedia misalnya mereka selama berada di sana. Karena mereka jauh dari rumah, para pengunjung membutuhkan barang-barang tertentu tempat untuk tinggal, sesuatu untuk dimakan atau diminum. Dengan fasilitas, bukanya mental, tetapi menumbuhkan sebuah tempat tujuan wisata. Fasilitas utama adalah tempat menginap, restoran, museum, dan minuman, pelayanan-pelayanan pendukung, dan infrastruktur.

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

**✓ Tempat menginap**

Sebuah tempat tujuan wisata membutuhkan akomodasi yang cukup dan cocok untuk bisa menarik kedatangan wisatawan. Itu bisa berarti kawasan untuk berkemah, atau tempat-tempat menginap dalam rumah-rumah pribadi, hotel, motel atau resor.

Jenis akomodasi yang disediakan, untuk sebagian, ditentukan oleh transportasi yang digunakan oleh para pengunjung ke tempat tujuan wisata tersebut.

**✓ Makanan dan minuman**

Proporsi terbesar dolar wisatawan dibelanjakan untuk makanan dan minuman. Sebagian wisatawan, bila mereka melakukan perjalanan, tampaknya makanan dan minuman yang mereka inginkan dengan baik.

Meskipun demikian sejumlah tempat tujuan wisata memasarkan jenis makanan mereka sebagai bagian penambah pengalaman pariwisata. Bila tempat tujuan melakukan hal ini, mereka menciptakan permintaan bagi produk lokal. Pertalian “ke arah belakang” ini berarti industri lokal yang lain ikut serta menikmati keuntungan dari pariwisata.

**✓ Pelayanan pendukung**

Pelayanan pendukung bagi pariwisata termasuk hal-hal seperti cinderamata atau toko-toko bebas pajak, jasa pencucian pakaian, pramuwisata dan fasilitas-fasilitas rekreasi.

Sebagian besar pelayanan pendukung bagi pariwisata adalah bisnis skala kecil. Ini berarti keuntungan sekaligus mendatangkan kesulitan bagi tempat tujuan itu. Sisi positif, fakta bahwa bisnis ini kecil berarti bahwa dolar wisatawan tersebar di antara orang-orang yang berada di tempat tujuan itu. Banyak tuan rumah (dalam artian penduduk setempat yang terlibat) ikut serta menikmati keuntungan yang berasal dari pariwisata.

Dalam banyak kasus belanja menjadi alasan utama melakukan perjalanan ke suatu tempat tujuan tertentu. Bahkan jika berbelanja bukan motivasi utama, adalah penting bagi kebanyakan orang untuk membeli barang-barang sebagai hadiah untuk mereka-mereka yang tetap tinggal di rumah,

✓ Tempat tinggal

Sebuah tempat tinggal adalah suatu tempat tinggal yang memiliki fasilitas untuk tinggal. Fasilitas ini bisa berupa kamar tidur, kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa kamar tidur, kamar mandi, dapur, dan sebagainya.

Tempat tinggal yang digunakan oleh para penghuni ke tempat tinggal tersebut.

✓ Makanan dan minuman

Tempat tinggal adalah suatu tempat tinggal yang memiliki fasilitas untuk makan dan minum. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

Meskipun demikian, jumlah tempat tinggal yang tersedia di suatu tempat tinggal bisa berbeda-beda. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

✓ Pelayanan pendukung

Pelayanan pendukung bagi para penghuni tempat tinggal bisa berupa kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

Sebagian besar pelayanan pendukung bagi para penghuni tempat tinggal adalah kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

Tempat tinggal ini bisa memiliki fasilitas kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

Dalam banyak kasus, pelayanan pendukung bagi para penghuni tempat tinggal adalah kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

Tempat tinggal ini bisa memiliki fasilitas kamar mandi, dapur, dan sebagainya. Fasilitas ini bisa berupa dapur, kamar mandi, dan sebagainya.

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

sebagai cinderamata untuk dijadikan kenang-kenangan bagi perjalanan yang mereka lakukan.

Cenderamata yang benar-benar berasal dari tempat tujuan itu dapat berfungsi banyak, yaitu:

- Barang-barang tersebut membantu “pertalian ke belakang” merangsang perekonomian dengan menciptakan industri kerajinan tangan;
- Cenderamata dapat bertindak sebagai perangkat pemasaran;
- Pembuatan dan penjualan cenderamata yang otentik dapat membantu melestarikan budaya kawasan itu.

Adalah penting pelayanan pendukung itu selalu siap dimanfaatkan oleh wisatawan dan pelayanan tersebut menawarkan mutu dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

✓ **Infrastruktur**

Infrastruktur sebuah kawasan dapat diringkas sebagai berikut: sistem tata air; jaringan komunikasi; fasilitas perawatan kesehatan; terminal transportasi; sumber tenaga (listrik); sistem saluran dan pembuangan; jalan-jalan; sistem keamanan.

Atraksi dan fasilitas sebuah tempat tujuan wisata tidak dapat di datangi dengan mudah oleh wisatawan sampai infrastruktur dasar di atas ada. Akan tetapi, adalah tidak perlu pembangunan infrastruktur yang menyeluruh tersedia lebih dahulu. Bagi sejumlah wisatawan tempat tujuan tertentu yang tidak mempunyai jalan-jalan modern malah mungkin menjadi suatu atraksi.

**c. Transportasi**

Basis pariwisata adalah keinginan orang untuk melakukan perjalanan ketempat yang berbeda dengan tempat yang biasa ditempatinya, budaya yang berbeda, iklim yang berbeda, pemandangan yang berbeda. Tempat-tempat yang berbeda secara fisik saling menggerakkan satu sama lain. Karenanya ada kebutuhan untuk melakuakan perjalanan ke sana. Dan juga karena itu, perlu dan penting adanya transportasi untuk sampai ke sana.

sebagai cinderamata untuk dijadikan kenang-kenangan bagi pelajaran yang mereka lakukan.

Cinderamata yang bentuk-bentuk berasal dari tempat tujuan ini dapat berbagai macam jenis.

o Barang-barang tersebut merupakan "perhatian ke belakang" menyangkut perkembangan dengan menciptakan industri kreatif lainnya.

o Cinderamata dapat bertindak sebagai pertolongan beres-beres. o Perhatian dan perhatian cinderamata yang kecil dapat membantu menstabilkan budaya kawasan ini.

Adalah penting pelajaran pendukung ini selalu siap dimintakan oleh wisatawan dan pelajaran tersebut menawarkan minat dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

✓ Infrastruktur

Infrastruktur sebagai kawasan dapat dibangun sebagai sistem sistem lain air, jaringan komunikasi, fasilitas pelayanan kesehatan, terminal transportasi, sumber tenaga (listrik), sistem saluran dan pembuangan, jalan-jalan, sistem keamanan.

Akses dan fasilitas sebagai tempat tujuan wisata tidak dapat diabaikan dengan mudah oleh wisatawan sebagai infrastruktur dasar di atasnya. Akan tetapi, adalah tidak perlu pembangunan infrastruktur yang mewah tersebut lebih dahulu. Bagi sejumlah wisatawan tempat tujuan tertentu yang tidak mempunyai jalan-jalan modern malah mungkin menjadi suatu masalah.

o. Transportasi

Basis pariwisata adalah keinginan orang untuk melakukan perjalanan ke tempat yang berbeda dengan tempat yang biasa ditempuhnya. Fasilitas yang berbeda, iklim yang berbeda, pemandangan yang berbeda, tempat-tempat yang berbeda secara fisik sering menggerakkan satu sama lain. Karenanya ada kebutuhan untuk melakukan perjalanan ke sana. Dan juga karena ini perlu dan penting adanya transportasi untuk sampai ke sana.

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

Ada hubungan yang penting antara transportasi dengan pariwisata. Peningkatan fasilitas pariwisata merangsang pariwisata itu sendiri, sementara ekspansi pariwisata meningkatkan kebutuhan akan transportasi yang lebih baik.

**d. Keramahtamahan**

Keramahtamahan sebuah kawasan adalah perasaan disambut baik yang diterima oleh wisatawan pada waktu mengunjungi sebuah kawasan. Orang tidak akan pergi ke suatu tempat yang tidak menyambut mereka dengan baik.

Apa yang dipikirkan orang-orang setelah melakukan perjalanan adalah bukan cuaca atau pemandangan alamnya. Sangat sering yang mereka pikirkan adalah orang-orang. Interaksi positif atau negatif dengan wisatawan yang lain, dengan penduduk setempat di tempat tujuan wisata, atau dengan karyawan restoran, hotel, atau toko-toko.

Kapan saja seorang wisatawan bertemu dengan seorang karyawan atau penduduk setempat di sebuah kawasan wisata, keadaan itu merupakan sebuah “momen kebenaran”. Bagaimana seorang karyawan berinteraksi dengan seorang wisatawan bisa meningkatkan makna sebuah liburan atau merusak semua bunyi iklan yang menyebabkan wisatawan pergi ke kawasan wisata dan rekreasi tersebut.

**2.1.2.7. Atraksi dan Ciri-ciri Destinasi**

Atraksi dan ciri-ciri destinasi adalah penting untuk keperluan *sight seeing*, rekreasi, berbelanja, hiburan, dan bentuk-bentuk lain dari suatu hiburan. Jelas, tidak hanya kuantitas atraksi, tetapi juga kualitas yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, khususnya kunjungan liburan.

Yang diartikan atraksi wisata adalah atraksi yang diidentifikasi dalam suatu penelitian, dan telah dikembangkan menjadi atraksi wisata berkualitas dan memiliki aksesibilitas baik. Suatu cara penggolongan atraksi dan ciri-ciri destinasi adalah<sup>27</sup>:

---

<sup>27</sup> Hadinoto K, 1996, *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Universitas Indonesia, Jakarta: hal 18-21

Ada beberapa yang penting untuk diperhatikan dengan peristiwa. Keinginan institusi pemerintah merupakan paradigma itu sendiri. Sementara ekspansi pemerintah meningkatkan ketahanan akan transportasi yang lebih baik.

b. Kelembagaan

Kelembagaan adalah sebagai bagian dari sistem kelembagaan yang dirumuskan oleh pemerintah pada waktu merencanakan sistem kelembagaan. Orang tidak akan pergi ke suatu tempat yang tidak mempunyai akses dengan baik.

Apa yang dipikirkan orang-orang seperti melakukan perjalanan adalah bukan hanya pemenuhan keinginan. Selain sering yang mereka pikirkan adalah orang-orang, termasuk posisi atau negara dengan wawasan yang lain dengan penduduk setempat di tempat tujuan wisata atau dengan karyawan restoran, hotel, atau toko-toko.

Lebih saja seorang wisatawan dengan dengan seorang karyawan atau penduduk setempat di sebuah kawasan wisata. Kawasan itu merupakan sebuah "momento kebaruan". Bagaimana seorang karyawan berinteraksi dengan seorang wisatawan bisa meningkatkan makna sebuah liburan atau merasa semua pun/ jika yang menyebarkan wisatawan pergi ke kawasan wisata dan rekreasi tersebut.

3.1.2.7. Akses dan Destinasi

Akses dan destinasi adalah penting untuk kegiatan wisata sebagai rekreasi, berbelanja, hiburan, dan bentuk-bentuk lain dari suatu liburan. Jelas tidak hanya kualitas akses tetapi juga kualitas yang mempengaruhi kemampuan wisatawan untuk berkunjung, khususnya kunjungan liburan.

Yang ditanyakan akses wisata adalah akses yang dibutuhkan dalam suatu penelitian dan telah dikembangkan menjadi akses wisata berkualitas dan memiliki aksesibilitas baik. Sama cara pengorganisasian akses dan destinasi adalah<sup>13</sup>:

<sup>13</sup> Habito K. 1998. *Aspek-aspek Pengembangan Kawasan Wisata dan Rekreasi*. Jakarta: hal 18-21

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

- a. Sumber daya alam seperti iklim, pantai, hutan.
- b. Sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater dan masyarakat lokal.
- c. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan.
- d. Even seperti Pesta Danau Toba, Pasar Malam.
- e. Aktivitas spesifik seperti kasino di Genting Highland-Malaysia, berbelanja di Hongkong
- f. Daya tarik psikologis seperti romantik, petualangan, keterpencilan.

Sebagai produk yang dijual di pasar wisata, pariwisata merupakan campuran dari 3 komponen utama:

- Atraksi dan destinasi,
- Fasilitas di destinasi, dan
- Aksesibilitas dari destinasi.

Selanjutnya ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan dikunjungi banyak wisatawan. Seperti yang diungkapkan oleh Drs. Oka. A. Yoeti, 1985, karakteristik tersebut antara lain<sup>28</sup>:

- ◆ Daerah tersebut harus memiliki apa yang disebut sebagai “*something to see*”. Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain. Dengan kata lain harus memiliki daya tarik yang khusus dan unik.
- ◆ Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to do*”. Artinya di tempat tersebut selain bayak yang dapat disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau amusement yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- ◆ Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to buy*”. Artinya di tempat tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang – barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh – oleh untuk dibawa pulang.

---

<sup>28</sup> Dikutip dari: <http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=96513>



- a. Sumber daya alam seperti iklim, pantai, hutan.
- b. Sumber daya budaya seperti tempat bersejarah, museum, teater dan masyarakat lokal.
- c. Fasilitas rekreasi seperti taman hiburan.
- d. Even seperti Pesta Makan Lokal Pasar Malam.
- e. Aktivitas spesifik seperti festival di Gunung Higland-Wisayaia, berbelanja di Hongkong.
- f. Daya tarik psikologis seperti romantik, petualangan, ketegangan.

Sebagai produk yang dijual di pasar wisata pariwisata merupakan campuran dari 5 komponen utama:

- Atraksi dan destinasi.
- Fasilitas di destinasi dan
- Aksesibilitas dan destinasi.

Sejauhnya ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan dikunjungi banyak wisatawan. Seperti yang ditunjukkan oleh Drs. Okla A. Yocel (1982) karakteristik tersebut antara lain:

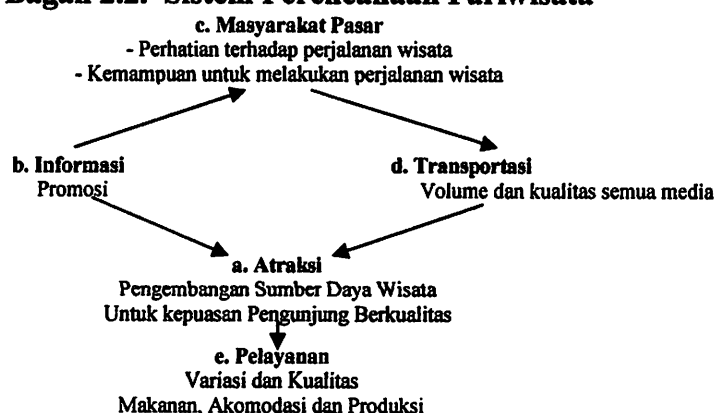
- Lokasi tersebut harus memiliki apa yang disebut sebagai "something to see". Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain. Dengan kata lain harus memiliki daya tarik yang khusus dan unik.
- Lokasi tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "something to do". Artinya di tempat tersebut selain objek yang dapat disaksikan harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau amusemen yang dapat membuat wisatawan lebih senang lebih lama di tempat itu.
- Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "something to buy". Artinya di tempat tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

<sup>20</sup> Ditinjau dari www. www.wikipedia.org diakses pada tanggal 06/03/2013

### 2.1.2.8. Sistem Fungsional Pariwisata

Atraksi adalah penggerak pariwisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada pariwisata, tidak diperlukan transportasi, tidak diperlukan akomodasi dan pelayanan jasa pendukung wisata. Karena pariwisata merupakan topik yang amat kompleks serta menyakut berbagai bidang disiplin, maka studi pariwisata perlu dilakukan dengan menggunakan sistem. Adapun sistem perencanaan pariwisata dapat dilihat pada bagan 2.2.<sup>29</sup>

**Bagan 2.2. Sistem Perencanaan Pariwisata**



Sistem Pariwisata terdiri dari 5 jenis komponen:

#### a. Atraksi

Atraksi adalah daya tarik wisatawan liburan. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia-budaya, dsb) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak akan ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan.

#### b. Promosi

Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi.

#### c. Pasar (Asal Wisatawan)

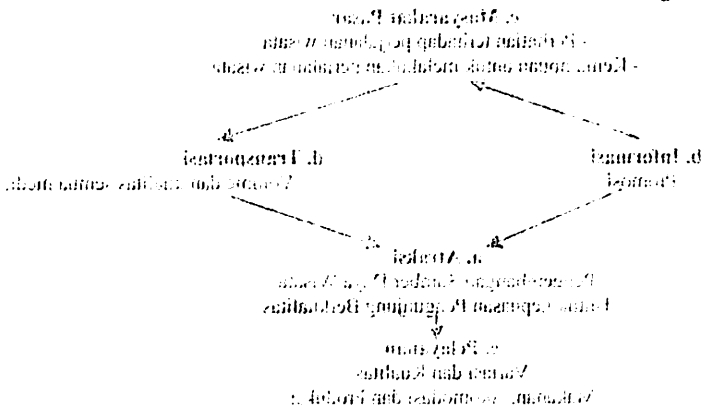
Bagian ini amat penting. Walaupun untuk perencanaan belum (tidak diperlukan) suatu riset yang lengkap dan mendalam, namun informasi

<sup>29</sup> Hadinoto K, 1996, *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Universitas Indonesia, Jakarta: hal 32-35

### 2.1.3.8. Sistem Perencanaan Pemasaran

Analisis adalah penggerak pemasaran. Tanpa analisis tidak ada pemasaran. Tidak diperlukan analisis tidak diperlukan akomodasi dan biaya yang besar untuk pemasaran. Karena pemasaran merupakan objek yang kompleks serta melibatkan berbagai bidang disiplin maka studi pemasaran perlu dilakukan dengan menggunakan sistem. Adapun sistem perencanaan pemasaran dapat dilihat pada bagan 2.1.3<sup>92</sup>

Bagan 2.1.3.1. Sistem Perencanaan Pemasaran



Sistem pemasaran terdiri dari 2 jenis komponen:

#### a. Analisis

Analisis adalah daya tarik *wisatwan* liburan. Analisis yang dibenarkan dalam (sumber daya alam, sumber daya manusia-puncak, dsb) perlu diperbaiki untuk menjadi *wisata* tanpa analisis *wisata* tidak akan ada pariwisata bagian utama lain tidak akan diperlukan.

#### b. Promosi

Promosi merupakan suatu rangkaian untuk memperkerjakan analisis yang ditawarkan dan cara bagaimana analisis dapat dikurangi.

#### c. Pasar (Aspek Wicakawati)

Ruang ini amat penting. Walaupun untuk perencanaan belum tidak diperlukan) suatu pasar yang lengkap dan mendalam namun informasi

<sup>92</sup> Hujianto K. 1997. *Perencanaan Pemasaran*. Yogyakarta: Universitas Indonesia. Jilid 1. hal 22-27.

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

mengenai trend perilaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi dan sebagainya.

d. Transportasi

Pendapat dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat pemasuplai transportasi. Transportasi mempunyai dampak besar pada volume dan lokasi pengembangan pariwisata

e. Fasilitas dan Palayanan

Bagian ini didominasi oleh pihak swasta. Keputusan mengenai rencana dalam bagian ini ada pihak swasta.

### 2.1.2.9. Daerah Tujuan Wisata

Ada tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh suatu daerah untuk menjadi tujuan wisata<sup>30</sup>:

- Memiliki atraksi atau obyek menarik
- Mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan
- menyediakan tempat untuk tinggal sementara

Adapun atraksi atau obyek menarik yang dimaksudkan adalah sesuatu yang dihubungkan dengan keindahan alam, kebudayaan dan perkembangan ekonomi, politik, lalu-lintas, kegiatan olah raga dan sebagainya, tergantung kepada “kekayaan” suatu daerah dalam pemilikan atraksi atau obyek ini.

### 2.1.2.10. Syarat-syarat Atraksi Wisata Yang Baik

Atraksi wisata yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya dan dapat menahan mereka dalam waktu yang lebih lama. Selain itu dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hal itu, beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu:<sup>31</sup>

- Kegiatan (*act*) dan obyek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik;
- Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya (*presentasinya*) harus tepat;

---

<sup>30</sup> Pendi S. Nyoman, 2006, *Ilmu Pariwisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta: hal 65

<sup>31</sup> Soekadijo R.G, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 61

mengalami trend perilaku keinginan, kebutuhan, asal motivasi dan sebagainya.

d. Transparansi

Perbedaan dan keinginan wawasan adalah berbeda dengan pendapat perspektif transparansi. Transparansi merupakan konsep dasar volume dan lokasi pengembangan pariwisata

e. Kualitas dan Pelayanan

Bagian ini dibicarakan oleh pihak swasta. Keputusan mengenai rencana dalam bagian ini ada pihak swasta.

1.1.2.3. *Isu-Isu Utama Wisata*

Ada tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh semua daerah untuk menjadi tujuan wisata<sup>16</sup>.

- Memiliki akses yang mudah menarik
- Mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan
- menyediakan tempat untuk tinggal sementara

Adapun akses yang mudah menarik yang dimaksudkan adalah sesuatu yang dihubungkan dengan kendaraan atau kebutuhan dan perkembangan ekonomi politik, lalu-lintas, kegiatan olah raga dan sebagainya. Sedangkan kepada "kekayaan" suatu daerah dalam bentuk akses yang mudah ini.

1.1.3.10. *Strategi Akses Wisata yang Baik*

Akses wisata yang baik harus dapat memudahkan wisatawan secara fisik dan dapat membuat mereka dalam waktu yang lebih lama. Selain itu dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hal ini beberapa syarat harus dipenuhi yaitu<sup>16</sup>.

- Kegiatan (way) dan objek (way) yang merupakan akses itu sendiri harus dalam keadaan yang baik
- Karena akses wisata itu harus disediakan dihadapan wisatawan maka cara penyajiannya (presentasinya) harus tepat

<sup>16</sup> Pratiwi & Soeman, 2002. *Wawasan 21: Strategi Pembangunan*. Jakarta: Erlangga.  
<sup>17</sup> Zulkadiffa H. D. 1999. *Perencanaan Pembangunan Regional*. Jakarta: Erlangga.  
<sup>18</sup> P.1. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: hal 61

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

- Atraksi wisata adalah terminal dari mobilitas spasial, suatu perjalanan. Oleh karena itu, harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran;
- Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
- Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

**2.1.2.11. Jenis-Jenis Pariwisata**

Jenis-jenis pariwisata merupakan motif pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Menurut A. Hari Karyono, jenis – jenis pariwisata dibagi menjadi <sup>32</sup> :

- a. Wisata Budaya ; yaitu seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mempelajari adat-istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang dikunjungi. Sebagai contoh objek wisata budaya dapat dikategorikan menjadi 8 jenis (Dirjen Pariwisata, 1988: 26), yaitu<sup>33</sup>:
 

- Peninggalan sejarah.	- Atraksi Seni.
- Museum.	- Desa kerajinan/ Seni Rupa.
- Art Gallery.	- Upacara Adat.
- Taman Budaya.	- Perkampungan Tradisional.
- b. Wisata Kesehatan ; seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau untuk memulihkan kesegaran jasmani maupun rohani.
- c. Wisata Olahraga ; seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan mengikuti ataupun menonton kegiatan olahraga.
- d. Wisata Komersial ; yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan yang bersifat komersial atau dagang.
- e. Wisata Industri ; yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa yang berkunjung ke suatu industri guna mempelajari atau meneliti tentang industri yang ada.

---

<sup>32</sup> Hari Karyono A, 1997, *Kepariwisata*, PT Grasindo, Jakarta, hal 17

<sup>33</sup> Dikutip dari: <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/24680/4/Chapter%20II.pdf>

- Ataksi wisata adalah terminal dari mobilitas spasial suatu perjalanan. Oleh karena itu harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial yaitu akomodasi, transportasi dan promosi serta pemasaran.
- Kebutuhan di tempat ataksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
- Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan ataksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

2.1.2.1.1. Jenis-jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata merupakan model pendetong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Menurut A. Han Karyono, jenis – jenis pariwisata dibagi menjadi <sup>27</sup>:

a. *Wisata Budaya* : yaitu seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mempelajari ada-istadat budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang dikunjungi. sebagai contoh objek wisata budaya dapat dikategorikan menjadi 8 jenis (Djohan Pariwisata 1982: 20). yaitu<sup>28</sup>:

- Keninggalan sejarah.
- Ataksi seni.
- Museum.
- Desa Karpajim-Sani Rupa.
- Air Gallery.
- Cagar Wara.
- Taman Budaya.
- Perkampungan Tradisional.

b. *Wisata Kesehatan* : seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau untuk memulihkan keadaan kesehatan maupun rohani.

c. *Wisata Olahraga* : seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan mengikuti suatu acuan kegiatan olahraga.

d. *Wisata Komersial* : yaitu wisata yang dilakukan perjalanan untuk tujuan yang bersifat komersial atau dagang.

e. *Wisata Industri* : yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan belajar atau mahasiswa yang berkunjung ke suatu industri guna mempelajari dan melihat tentang industri yang ada.

<sup>27</sup> Han Karyono A. 1987. *Aspek-Aspek Wisata*. Jakarta: hal 17  
<sup>28</sup> Djohan Han, 1982. *Aspek-Aspek Wisata*. Jakarta: hal 20

## LAPORAN TUGAS AKHIR

- f. Wisata Cagar Alam ; yaitu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke daerah cagar alam guna melihat tumbuhan dan binatang yang langka serta menikmati keindahan alam

Selain itu macam-macam pariwisata menurut Drs. H. Oka Yoeti, MBA dalam bukunya pengantar ilmu pariwisata adalah sebagai berikut <sup>34</sup> ;

- a. Pariwisata menurut alasan atau tujuan perjalanan adalah :
- *Business Tourism*, yaitu pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar atau musyawarah kerja.
  - *Vocational Tourism*, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata untuk tujuan berlibur.
  - *Educational Tourism*, yaitu jenis pariwisata yang pengunjungnya atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan termasuk didalamnya adalah dharmawisata.
- b. Pariwisata menurut saat atau waktu berkunjung adalah :
- *Seasonal Tourism*, yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *summer tourism* atau *winter tourism* yang biasanya ditandai dengan kegiatan olah raga.
  - *Occasional Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian maupun suatu events, seperti misalnya events perayaan hari raya Galungan dan Kuningan di Bali.
- c. Pariwisata menurut obyeknya adalah :
- *Cultural Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah. Jadi obyek kunjungannya adalah warisan nenek moyang benda-benda kuno. Sering perjalanan wisata ini dengan kesempatan untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan

<sup>34</sup> Yoeti, Oka A, 1996, *Pengantar Ilmu Pariwisata* , PT Angkasa, Bandung, hal 120





1. *Wisata Cagar Alam* : yaitu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke daerah cagar alam guna melihat keindahan dan binatang yang langka serta menikmati keindahan alam

Selain itu macam-macam pariwisata menurut Drs. H. Oka Yoen, MBA dalam bukunya pengertian ilmu pariwisata adalah sebagai berikut<sup>11</sup> :

a. Pariwisata menurut istilah atau tujuan perjalanan adalah :

- *Business Tourism* yaitu pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar atau musyawarah kerja.

- *Location Tourism* yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata untuk tujuan hiburan.

- *Educational Tourism* yaitu jenis pariwisata yang pengunjungnya atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan termasuk didalamnya adalah dharmawisata.

b. Pariwisata menurut saat atau waktu berkunjung adalah :

- *Seasonal Tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *summer tourism* atau *winter tourism* yang biasanya ditandai dengan kegiatan olah raga.

- *Occasional Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana perjalanan wisatanya dibubungkan dengan kegiatan seperti *event*, seperti misalnya *event* perayaan hari raya Galungan dan Kuningan di Bali.

c. Pariwisata menurut obyeknya adalah :

- *Cultural Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah. Jadi obyek kunjungannya adalah warisan nenek moyang benda-benda kuno. Sering perjalanan wisata ini dengan kesempatan untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan

<sup>11</sup> Yoen, Oka A. 1996. *Pemanduan Ilmu Pariwisata*, PT Angkasa Bandung, hal 150



kebudayaan itu sendiri ditempat yang dikunjunginya.

- *Recuperational Tourism*, yaitu pariwisata kesehatan yang tujuannya adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh orang-orang untuk menyembuhkan suatu penyakit, seperti, mandi di sumber air panas ataupun lain sebagainya.
- *Commercial Tourism*, yaitu biasanya dikenal dengan istilah pariwisata perdagangan, karena perjalanan wisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional dimana sering diadakan kegiatan Expo, fair, Exhibition dan lain-lain.
- *Sport Tourism*, yaitu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olah raga disuatu tempat atau Negara tertentu, seperti Olympiade, All England dan lain sebagainya.
- *Political Tourism*, yaitu suatu perjalanan orang-orang yang tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu Negara misalnya Ulang Tahun Negara atau peringatan hari tertentu.
- *Social Tourism*, yaitu jenis pariwisata yang ditinjau dari segi penyelenggaraanya tidak menekankan pada segi keuntungan misalnya Study Tour atau Youth Tourism.
- *Religion Tourism*, yaitu pariwisata diman tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan seperti kunjungan ke Lourdes bagi orang-orang beragama Kristen Katholik, atau ikut Haji Umroh bagi orang beragama Islam.

Ada beberapa macam perjalanan wisata jika ditinjau dari segi maksud dan tujuan (Gamal, 2004: 14), diantaranya<sup>35</sup>:

- a. *Holiday Tour* (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.

<sup>35</sup> Dikutip dari: <http://www.docstoc.com/docs/23317075/BAB-II>



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

- b. *Familiarization Tour* (wisata Pengenalan), yaitu suatu perjalanan ajangsana yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
- c. *Educational Tour* (wisata pendidikan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun bidang kerja yang dikunjunginya. Wisata jenis ini juga disebut sebagai *study tour* atau perjalanan kunjungan pengetahuan.
- d. *Scientific Tour* (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
- e. *Pleimage Tour* (wisata keagamaan), yaitu perjalanan yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
- f. *Special Mission Tour* (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu perjalanan yang dilakukan dngan maksud khusus, misalnya misi dagang, kesenian dan lain-lain.
- g. *Special Programe Tour* (wisata program khusus), yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
- h. *Hunting Tour* (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk penyelenggaraan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata.

**2.1.2.12. Perjalanan Wisata**

Perjalanan wisata atau lazim disebut *tur* tetap merupakan sebuah perjalanan yang memiliki ciri-ciri sebuah perjalanan, tetapi dia mempunyai ciri khas yang memperlihatkan kegiatan wisata.<sup>36</sup> *Tur* sebagai suatu perjalanan adalah suatu kegiatan perjalanan yang mempunyai ciri-ciri tersendiri yang memberi warna wisata. Bersifat santai, gembira, bahagia, dan untuk bersenang-senang. Hal itulah yang membedakan antara *tur* dengan perjalanan lainnya. Secara sederhana perjalanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas seseorang yang berpindah

---

<sup>36</sup> Nuriata, 1999, *Perencanaan Perjalanan Wisata*, CV.Amaelia Bhakti Jaya, Jakarta, hal 11



---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

tempat dari satu tempat ke tempat lain dan perpindahan tersebut mempunyai tujuan. Fenomena perjalanan terdiri dari unsur:<sup>37</sup>

- a. *manusia* sebagai pelaku perjalanan,
- b. *tempat* sebagai awal dan akhir dari perjalanan yang menimbulkan adanya jarak,
- c. *gerak* perpindahan dari tempat awal menuju tempat akhir perjalanan,
- d. *tujuan* perjalanan.

Adapun dimensi dari sebuah perjalanan ialah:

- *jarak* perjalanan,
- tempat *asal* orang melakukan perjalanan,
- tempat *tujuan* perjalanan,
- *lama* tinggal di tempat tujuan.

Secara umum ciri utama dari suatu perjalanan adalah sebagai berikut<sup>38</sup>:

- a. perjalanannya merupakan suatu perjalanan keliling dan kembali ke tempat asal,
- b. perjalanannya diadakan dalam keadaan santai,
- c. mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan kepada peserta perjalanan,
- d. perjalanannya dirangkai dari beberapa komponen perjalanan yang diperlukan dalam pencapaian tujuan dari perjalanan,
- e. perjalanannya dilengkapi dengan mengunjungi obyek/atraksi wisata,
- f. perjalanannya tidak mempunyai tujuan untuk mencari nafkah bagi peserta perjalanan,
- g. belanja orang yang mengadakan perjalanan berasal dari uang yang diperoleh di tempat asal peserta perjalanan,
- h. peserta perjalanan tinggal untuk sementara ditempat tujuan perjalanan,
- i. perjalanannya dilaksanakan dalam waktu yang ditentukan.

Dalam melakukan perjalanan wisata, wisatawan akan melalui rute wisata. Pada dasarnya rute adalah jarak/arah yg harus ditempuh atau jalur angkutan yg

---

<sup>37</sup> *Ibid*, hal 10

<sup>38</sup> Dikutip dari: <http://ujp.ucoz.com/TP.2.Smt.Ganjil.pdf>



---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

menghubungkan dua tempat<sup>39</sup>. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa rute wisata yaitu jarak/arah yang akan dilalui seseorang untuk berpindah tempat dari satu tempat ke tempat lain dan perpindahan tersebut mempunyai tujuan untuk berwisata.

### 2.1.2.13. Motivasi Berwisata

Orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan. Wisatawan datang di suatu tempat sangat ditentukan oleh motivasi dan keinginan. Jawaban terhadap pertanyaan mengapa wisatawan datang ke suatu tempat merupakan informasi yang sangat mendasar dalam merencanakan pembangunan kepariwisataan (*Wahab, 1975, Methiesen dan Wall, 1982*).

Pada umumnya tujuan utama wisatawan untuk berwisata adalah mendapat kesenangan. Namun wisatawan modern pada akhir-akhir ini selama perjalanan berwisata ingin meraih beberapa manfaat. Ada 2 (dua) faktor penting yang menentukan kepergian untuk berwisata yaitu<sup>40</sup> :

#### a. Faktor Pendorong

Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas (meskipun hanya sejenak) dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kecepatan lalu-lintas dan hiruk pikuk kesibukan di kota.

#### b. Faktor Penarik

Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat tujuan wisata. Atraksi wisata ini dapat berupa kemashuran akan objek, tempat-tempat yang banyak diperbincangkan orang, serta sedang menjadi berita. Dorongan berkunjung ke tempat teman atau keluarga atau ingin menyaksikan kesenian serta pertandingan olah raga yang sedang berlangsung juga menjadi daya tarik di daerah tujuan wisata.

Pada hakekatnya aspek motivasi adalah aspek yang terdapat pada diri wisatawan. Untuk menimbulkan motivasi sangat tergantung pada diri pribadi wisatawan yang berkaitan dengan umur, pengalaman, pendidikan,

---

<sup>39</sup> Dikutip dari: <http://www.artikata.com/arti-348422-rute.html>

<sup>40</sup> Chafid Fandeli, 1995, *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta, hal 40-41





## LAPORAN TUGAS AKHIR

emosi, kondisi fisik dan psikis. Motivasi wisatawan yang berkaitan dengan keinginan untuk pergi berwisata, dapat dilihat pada label berikut:

**Tabel 2.2**  
**Motivasi Wisatawan Untuk Berwisata**

No.	Kategori	Motivasi Wisatawan
1.	Motivasi Fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyegarkan kembali badan dan jiwa</li> <li>2. Istirahat karena kesehatan</li> <li>3. Olahraga</li> <li>4. Rekreasi: bersenang-senang, pacaran, belanja</li> </ol>
2.	Motivasi kebudayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur sejarah negara lain</li> <li>2. Peristiwa penting (Olahraga, pekan perdagangan, dan lain-lain).</li> </ol>
3.	Motivasi individu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengunjungi keluarga, teman atau mencari teman baru</li> <li>2. Perjalanan bersenang-senang</li> <li>3. Kunjungan spiritual misal : ziarah</li> <li>4. Mencari pengalaman baru pada lingkungan baru</li> </ol>
4	Motivasi prestasi dan status	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyaluran hobi</li> <li>2. Melanjutkan belajar</li> <li>3. Kompetensi, seminar</li> <li>4. Pertemuan untuk menjalin hubungan personal</li> <li>5. Menghadiri konferensi dan seminar.</li> </ol>

Sumber : Chafid Fandeli, 2001, Liberty

#### 2.1.2.14. Klasifikasi Motif dan Tipe Wisata

Pada hakikatnya motif orang untuk mengadakan perjalanan itu tidak terbatas dan tidak dibatasi. McIntosh mengklasifikasikan motif-motif wisata yang dapat diduga menjadi empat kelompok, yaitu<sup>41</sup>:

- a. *Motif fisik*, yaitu motif-motif yang berhubungan dengan kebutuhan badaniah, seperti olahraga, istirahat, kesehatan dan sebagainya;
- b. *Motif budaya*, yang harus diperhatikan di sini adalah yang bersifat budaya itu motif wisatawan, bukan atraksinya. Atraksinya dapat berupa pemandangan alam, flora dan fauna, meskipun wisatawan dengan motif budaya itu sering datang di tempat tujuan wisata untuk mempelajari atau

<sup>41</sup> Soekadijo G.R, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 36

emosi, kondisi fisik dan psikis. Motivasi seseorang yang berkaitan dengan keinginan untuk pergi berwisata dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2  
Motivasi Wisatawan (Lilik, 1998: 14)

No.	Kategori	Motivasi Wisatawan
1.	Motivasi Fisik	1. Menghindari kondisi iklim yang tidak menyenangkan 2. Beristirahat karena kecapekan 3. Olahraga 4. Menikmati pemandangan, panorama, perkebunan, perikanan
2.	Motivasi Kebudayaan	1. Ingin mengetahui budaya seni, musik, arsitektur, sejarah, adat-istiadat 2. Prestasi pariwisata (Olahraga, perikanan, perkebunan, dan lain-lain)
3.	Motivasi Individu	1. Mengunjungi keluarga, teman atau mencari teman baru 2. Perjalanan berwisata-santai 3. Kunjungan spiritual mistik, ziarah 4. Menuntut pengajaran atau pada lingkungan baru
4.	Motivasi prestasi dan status	1. Berwisata hobi 2. Menunjukkan keahlian 3. Kompetisi, seminar 4. Berteman untuk kemajuan individu dan personal 5. Menghadiri konferensi dan seminar

Sumber: (Lilik, 1998: 14)

3.1.2.1.4. Klasifikasi Motivasi Wisata

Pada baklanya motif orang yang mengadakan perjalanan itu tidak terbatas dan tidak dibatasi. Ada yang mengklasifikasikan motif-motif wisata yang dapat dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

- a. *Motif Wisata* yaitu motif-motif yang berhubungan dengan kebutuhan badaniahi seperti istirahat, kesenangan dan sebagainya;
- b. *Motif Wisata* yang harus diperhatikan di sini adalah yang bersifat budaya atau motif wisata-budaya, bukan wisata-santai. Wisatawan dapat berupa wisatawan alam, wisata manusia meskipun wisatawan dengan motif budaya ini sering dianggap di tempat tujuan wisata untuk mempelajari atau

<sup>11</sup> Soekadji, D.R. 1998. *Aspek-Aspek Motivasi Wisatawan*. Yogyakarta: Andi.

sekadar untuk mengenal atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain: kebiasaannya, kehidupannya sehari-hari, kebudayaannya yang berupa bangunan, musik, tarian dan sebagainya;

- c. *Motif interpersonal*, yang berhubungan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, atau berkenalan dengan orang-orang tertentu, atau berjumpa, atau sekadar dapat melihat tokoh-tokoh terkenal: penari, penyanyi, bintang film, tokoh-tokoh politik dan sebagainya;
- d. *Motif status atau motif prestige*. Banyak orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat-tempat lain itu dengan sendirinya melebihi sesamanya yang tidak bepergian. Orang yang pernah bepergian ke daerah-daerah lain dianggap atau merasa dengan sendirinya naik gengsinya, naik statusnya. Dalam *wisata aktif*, motif prestise itu sangat penting untuk negara-negara berkembang atau negara bekas jajahan.

Klasifikasi *McIntosh* tersebut sudah tentu dapat disubklasifikasikan menjadi kelompok-kelompok motif yang lebih kecil. Motif-motif yang lebih kecil itu oleh *IUOTO* digunakan untuk menentukan tipe perjalanan wisata. Misalnya tipe wisata rekreasi, wisata olahraga, wisata ziarah, wisata kesehatan. Di Indonesia, di samping cara itu ada juga kebiasaan untuk menentukan perjalanan wisata berdasarkan modal atraksi wisata, misalnya wisata alam, wisata bahari, wana wisata dan sebagainya, yang berdasarka atas modal alam, laut, hutan dan sebagainya. Menurut sistem *IUOTO*, laut dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata rekreasi, olahraga dan sebagainya.

Sejumlah subkelas motif wisata serta tipe wisatanya yang sering disebut-sebut, yaitu:

- a. Motif bersenang-senang atau tamasya

Motif bersenang-senang atau tamasya, yang melahirkan tipe wisata tamasya (*pleasure tourism*). Wisatawan tipe ini ingin mengumpulkan pengalaman sebanyak-banyaknya, mendengarkan dan menikmati apa saja yang menarik perhatian. Ia tidak terikat pada satu sasaran yang sudah ditentukan dari rumah.



sekarang untuk mengenal atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain. Kelebihannya, kelebihannya adalah, kelebihannya yang berupa bangunan, musik, tari, dan sebagainya.

c. *Motif interpersonal* yang berhubungan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, atau berkenalan dengan orang-orang tertentu, atau bertemu atau sekedar dapat melihat tokoh-tokoh terkenal, pernah, pernah, bintang film, tokoh-tokoh politik dan sebagainya.

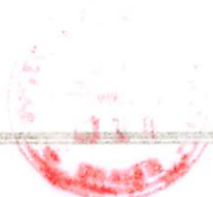
d. *Motif status atau motif prestige*. Banyak orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat-tempat lain itu dengan sendirinya lebih dihormati yang tidak begitu. Orang yang pernah bepergian ke daerah-daerah lain dianggap atau merasa dengan sendirinya naik gengsi, naik status. Dalam kata lain, motif prestige itu sangat penting untuk negara-negara berkembang atau negara bekas jajahan.

Klasifikasi *Motif* tersebut sudah tentu dapat disubklasifikasikan menjadi kelompok-kelompok motif yang lebih kecil. *Motif-motif* yang lebih kecil ini oleh *WVVO* digunakan untuk menentukan tipe perjalanan wisata. Misalnya tipe wisata rekreasi, wisata olahraga, wisata ilmiah, wisata kesehatan. Di Indonesia, di samping cara itu ada juga kebiasaan untuk menentukan perjalanan wisata berdasarkan modal wisata, misalnya wisata alam, wisata bahari, wisata budaya dan sebagainya. Yang berdasarkan modal alam, laut, hutan dan sebagainya. Menurut sistem *WVVO*, laut dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata rekreasi, olahraga dan sebagainya.

Sejumlah subkelas motif wisata serta tipe wisata yang sering disebut-sebut yaitu:

a. *Motif bersenang-senang atau lamanya*

*Motif bersenang-senang* atau lamanya yang melahirkan tipe wisata lamanya (*pleasure tourism*). Wisatawan tipe ini ingin mendapatkan pengalaman sebanyak-banyaknya, mengembangkan dan menikmati apa saja yang menarik perhatian. Ia tidak terikat pada satu sasaran yang sudah ditentukan dari rumah.



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

Wisatawan tamasya berpindah-pindah dari tempat yang satu ke tempat yang lain dengan menikmati pemandangan alam, adat kebiasaan setempat, pesta rakyat, hiruk-pikuk kota besar atau ketenangan tempat yang sepi, monumen, peninggalan sejarah dan sebagainya.

**b. Motif rekreasi**

Motif rekreasi dengan tipe wisata rekreasi (*recreation tourism*). Rekreasi ialah kegiatan yang menyenangkan yang dimaksudkan untuk memulihkan kesehatan jasmani dan rohani manusia. Kegiatan-kegiatannya dapat berupa olahraga (tenis, berkuda, mendaki gunung), membaca, mengerjakan hobi dan sebagainya; juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keadaan di sekitar tempat menginap (*sightseeing*) atau dengan sekadar bersantai-santai menikmati hari libur: bangun siang, ke kolam renang, ke pasar setempat berburu makanan eksotik dan barang-barang aneh, dan sebagainya.

Tipe wisatawan tamasya atau lain-lainnya, sebenarnya sering mengadakan perjalanan untuk rekreasi. Bedanya wisatawan rekreasi itu biasanya hanya menghabiskan waktu di satu tempat saja sedangkan wisatawan tamasya berpindah-pindah tempat.

**c. Motif kebudayaan**

Dalam tipe wisata kebudayaan (*culture tourism*) orang tidak hanya mengunjungi suatu tempat saja untuk menyaksikan dan menikmati atraksi (*pleasure tourism*), akan tetapi lebih dari itu. Ia mungkin datang untuk mempelajari atau mengadakan penelitian tentang keadaan setempat. Seniman-seniman sering mengadakan perjalanan wisata untuk memperkaya diri, menambah pengalaman dan mempertajam penghayatannya.

Mereka itu semua mengadakan perjalanan dengan motif kebudayaan. Jelaslah bahwa atraksinya tidak selalu berupa kebudayaan, dapat juga berupa keindahan alam, atau seniman, atau guru yang terkenal, untuk mengadakan wawancara, bertukar pikiran dan sebagainya.

Dalam wisata budaya itu juga termasuk kunjungan wisatawan ke berbagai peristiwa khusus (*special event*) seperti upacara keagamaan,

Wisatawan tamasya berpindah-pindah dari tempat yang satu ke tempat yang lain dengan menikmati pemandangan alam atau keindahan setempat. Peserta takyal, hirk-pikuk kota besar atau ketenangan tempat yang sepi monument, pertinggalan sejarah dan sebagainya.

b. Motivasi

Motivasi dengan tipe wisata rekreasi (recreational tourism). Rekreasi ialah kegiatan yang menyenangkan yang dilaksanakan untuk menimbulkan kesenangan jasmani dan rohani manusia. Kegiatan-kegiatannya dapat berupa olahraga (tenis, badminton, renang, golf, membaca, mengaji, dan sebagainya) juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keindahan di sekitar tempat menginap (sightseeing) atau dengan sekedar bersantai-santai menikmati hari libur. Dengan masih ke dalam tamasya ke pasar seperti pembelian makanan eksotik dan barang-barang cendek dan sebagainya.

Tipe wisata tamasya dan lain-lainnya sebenarnya sering mengadakan perjalanan untuk rekreasi. Tujuan wisata rekreasi ini biasanya hanya menghabiskan waktu di satu tempat saja sedangkan wisata tamasya berpindah-pindah tempat.

c. Motivasi

Dalam tipe wisata kebudayaan (cultural tourism) orang tidak hanya mengunjungi suatu tempat saja untuk menyaksikan dan menikmati aneka (places of interest) akan tetapi lebih dari itu ia mungkin datang untuk mempelajari atau mengadakan penelitian tentang kebudayaan setempat. Sementaram-sementara sering mengadakan perjalanan wisata untuk mempelajari dan menanda pengalihan dan mempelajari kebudayaannya.

Motivasi ini sangat mengabdikan perjalanan dengan motif kebudayaan. Mestalah bahwa anaknya tidak selalu berupa kebudayaan, dapat juga berupa keindahan alam atau semesta atau yang terkenal untuk mengadakan wawancara, bertukar pikiran dan sebagainya.

Dalam wisata budaya ini juga termasuk kunjungan wisatawan ke berbagai peristiwa khusus (special event) seperti upacara keagamaan.

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

penobatan raja, pemakaman tokoh tersohor, pertunjukan rombongan kesenian yang terkenal, dan sebagainya.

d. Wisata olahraga

Wisata olahraga ialah pariwisata di mana wisatawan mengadakan perjalanan wisata karena motif olahraga. Wisata olahraga merupakan bagian yang penting dalam kegiatan pariwisata. Dalam hubungan dengan olahraga, harus dibedakan antara pesta olahraga atau pertandingan olahraga (*sporting events*) dan olahraga sebagai kegiatan olahraga.

Kalau dalam pesta olahraga, yang menjadi atraksi itu pertandingan olahraga, dalam kegiatan olahraga atraksinya ialah fasilitas untuk kegiatan olahraga: lapangan golf, istana bowling, jalur ski, dan sebagainya. Yang menjadi wisatawan di tempat-tempat itu bukan untuk menyaksikan olahraga, akan tetapi untuk berolahraga.

e. Wisata bisnis

Bisnis merupakan motif dalam wisata bisnis. Banyak hubungan terjadi antara orang-orang bisnis. Ada kunjungan bisnis, ada pertemuan-pertemuan bisnis, ada pekan raya dagang yang perlu dikunjungi, dan sebagainya, ada yang besar, ada yang kecil. Kalau pekan raya perdagangan, pameran bisnis dan sebagainya itu diselenggarakan dengan baik dan berhasil, dampaknya pada arus kedatangan wisatawan akan terus terasa dalam waktu lama.

f. Wisata konvensi

Banyak pertemuan-pertemuan nasional maupun internasional untuk membicarakan bermacam-macam masalah: kelaparan dunia, pelestarian hutan, pemberantasan penyakit tertentu, sekadar untuk pertemuan tahunan antara ahli-ahli di bidang tertentu, dan sebagainya. Perjalanan wisata yang timbul karenanya pada umumnya disebut wisata konvensi.

Banyak masalah-masalah yang sifatnya global, tidak cukup ditangani secara lokal atau nasional, akan tetapi memerlukan kerjasama internasional. Dalam hubungan ini banyak diselenggarakan konferensi. Wisata yang ditimbulkan oleh konferensi itu disebut wisata konferensi (*conference*



penelitian yang berkaitan dengan penelitian komparasi

d. *Walaupun demikian*

Walaupun demikian, dalam penelitian di mana wawasan merupakan bagian dari penelitian, maka akan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan di lapangan (field research) dan di laboratorium (laboratory research) sebagai bagian dari penelitian.

Karena dalam penelitian yang menjadi masalah ini berkaitan dengan penelitian, maka akan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan di lapangan (field research) dan di laboratorium (laboratory research) sebagai bagian dari penelitian.

e. *Walaupun demikian*

Risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian. Risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian. Risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian.

f. *Walaupun demikian*

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian adalah kemampuan peneliti dalam memilih metode penelitian yang tepat. Kemampuan peneliti dalam memilih metode penelitian yang tepat merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian adalah kemampuan peneliti dalam memilih metode penelitian yang tepat. Kemampuan peneliti dalam memilih metode penelitian yang tepat merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penelitian.

*tourism*). Kalau konferensi diadakan antara ahli-ahli seprofesi, perjalanan yang timbul juga disebut wisata profesi (*profession tourism*).

g. Motif spiritual

Motif spiritual dan wisata spiritual (*spiritual tourism*) merupakan salah satu tipe wisata yang tertua. Sebelum orang mengadakan perjalanan untuk rekreasi, bisnis, olahraga, dan sebagainya, orang sudah mengadakan perjalanan untuk berziarah (pariwisata ziarah) atau untuk keperluan keagamaan lain. Tempat-tempat ziarah di Palestina, Roma, Mekah dan Medinah merupakan tempat-tempat tujuan perjalanan pariwisata yang penting. Orang naik haji pun adalah wisatawan. Di Indonesia tipe wisata spiritual itu merupakan salah satu tipe wisata yang penting sekali. Bahkan dalam hari-hari besar salah satu acaranya biasanya ialah berziarah ke makam pahlawan. Di Indonesia orang berkeliling dari makam keramat yang satu ke makam keramat lainnya. Adalah suatu kebiasaan bagi orang Jawa untuk mengunjungi makam orang tua/leluhur dan mohon berkat restu sebelum melakukan perbuatan penting: hendak kawain atau mengadakan pesta perkawinan, mau ke luar negeri dan sebagainya.

Bulan Syaban oleh orang Jawa dianggap sebagai bulan para arwah (disebut bulan ruwah), yang secara khusus disediakan untuk berziarah ke makam leluhur. Sebagai bagian dari wisata tipe spiritual, wisata ke makam itu merupakan tipe tersendiri, yaitu wisata ziarah.

h. Motif interpersonal

Istilah ini belum mapan dalam literatur kepariwisataan. Maksudnya jelas bahwa orang dapat mengadakan perjalanan untuk bertemu dengan orang lain: orang dapat tertarik oleh orang lain untuk mengadakan perjalanan wisata, atau dengan istilah kepariwisataan: manusia pun dapat merupakan atraksi wisata. Banyak tempat-tempat tujuan wisata yang menarik karena atraksi manusianya, khususnya karena gadis-gadisnya.

Pada umumnya orang yang menarik kedatangan orang lain ialah orang-orang yang istimewa karena: kedudukannya, pengaruhnya,



keseniannya, prestasinya di suatu bidang, seperti olahraga, kepandaiannya dan sebagainya.

Kalau orang yang menjadi atraksi kedatangan wisatawan itu sahabat atau keluarga, perjalanan yang timbul di Indonesia disebut wisata keluarga.

i. Motif kesehatan

Wisata kesehatan (*health tourism*) pada zaman dahulu merupakan tipe wisata yang penting sekali. Selalu ada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata di tempat-tempat sumber air mineral (*spa*) yang dianggap memiliki khasiat untuk menyembuhkan penyakit. Sementara itu juga spa kini telah tumbuh menjadi pusat kebugaran jasmani, yang diselaraskan secara ekologis dengan alam yang sehat.

Orang Indonesia sering berobat ke Singapura, ke Jepang, *check up* ke Amerika Serikat, dan sebagainya. Perjalanan pasien-pasien itu adalah perjalanan wisata kesehatan. Juga dukun-dukun terkenal dapat menarik kedatangan wisatawan.

j. Wisata sosial

Tipe wisata sosial (*social tourism*) itu bukan wisata yang berdasarkan motif sosial. Motif wisata sosial biasanya ialah rekreasi, bersenang-senang (*pleasure tourism*) atau sekadar mengisi waktu libur. Akan tetapi perjalanannya dilaksanakan dengan bantuan-bantuan pihak-pihak tertentu yang diberikan secara sosial.

Bantuan itu dapat berupa kendaraan, tempat penginapan seperti pesanggrahan, wisma peristirahatan, hotel remaja (*youth hostel*) dan sebagainya yang hanya menarik sewa yang rendah sekali. Misalnya, wisata sosial buruh suatu pabrik untuk mengisi waktu liburan yang diberi subsidi oleh perusahaan, berupa angkutan, makan, dan wisma peristirahatan.

#### **2.1.2.15. Kerangka Dasar Kepariwisata**

Secara garis besar kerangka dasar kepariwisataan menyangkut beberapa aspek yaitu elemen dinamis, elemen statis, dan elemen akibat. Ketiga elemen ini



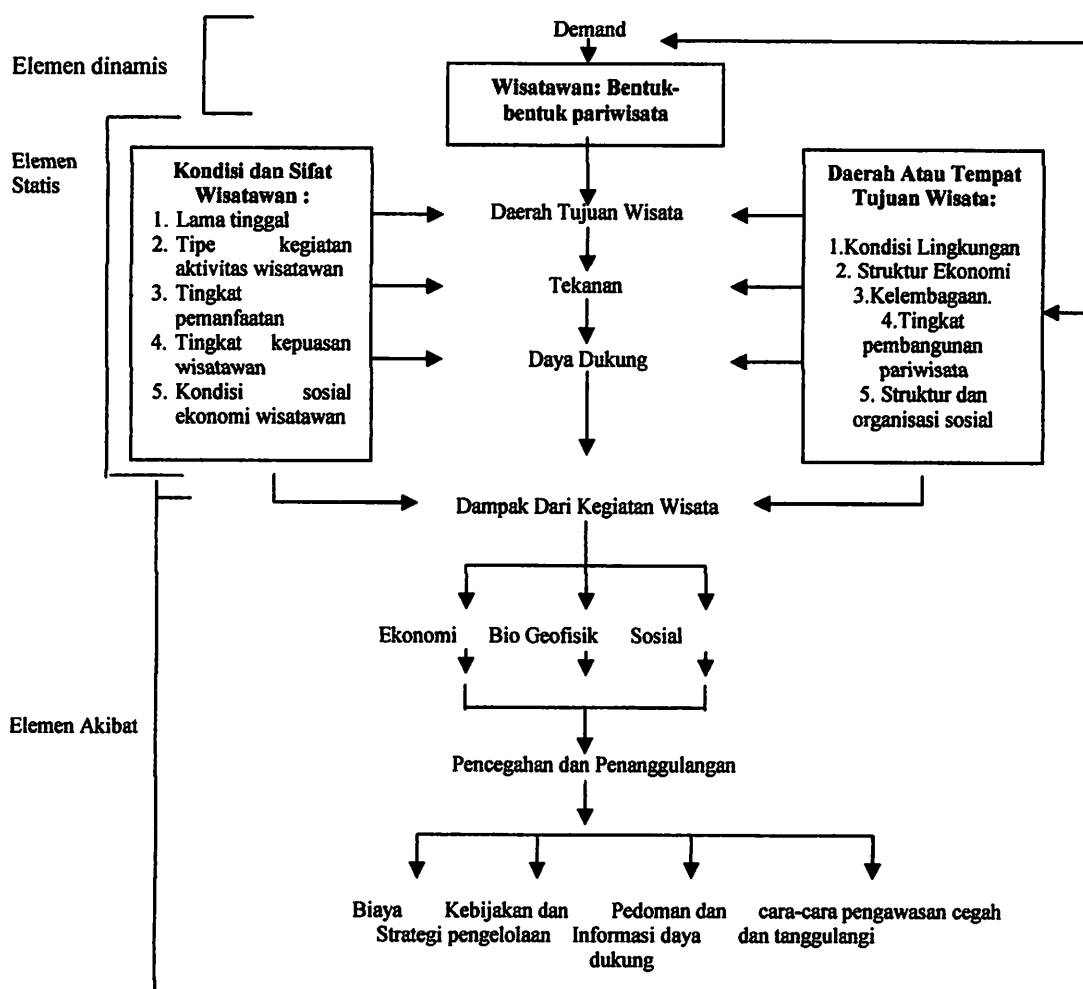
## LAPORAN TUGAS AKHIR

dapat dijabarkan seperti kerangka yang disusun oleh Mathiesen dan wall (1982).<sup>42</sup> (Lihat bagan 2.2).

Dari bagan tersebut terlihat dengan jelas bahwa terdapat 3 elemen dasar yang menentukan kerangka dasar kepariwisataan yaitu :

- a. Elemen dinamis yang menentukan wisatawan berpergian ketempat tujuan yang terpilih.
- b. Elemen statis yang berkaitan dengan wisatawan berada disuatu tempat.
- c. Elemen akibat dari dua elemen yaitu proses bertemunya kondisi tempat wisata dan kondisi dan sifat dari wisatawan dalam berwisata.

**Bagan 2.2. Kerangka Kepariwisataan**



Sumber : Chafid Fandeli, 1995

<sup>42</sup> Chafid Fandeli Ir, 1995, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataan Alam*, Yogyakarta, Liberty, hal 38

gabung dijabarkan seperti kerangka yang disusun oleh Kitchin dan Wall (1981).<sup>12</sup> (lihat bagan 2.2).

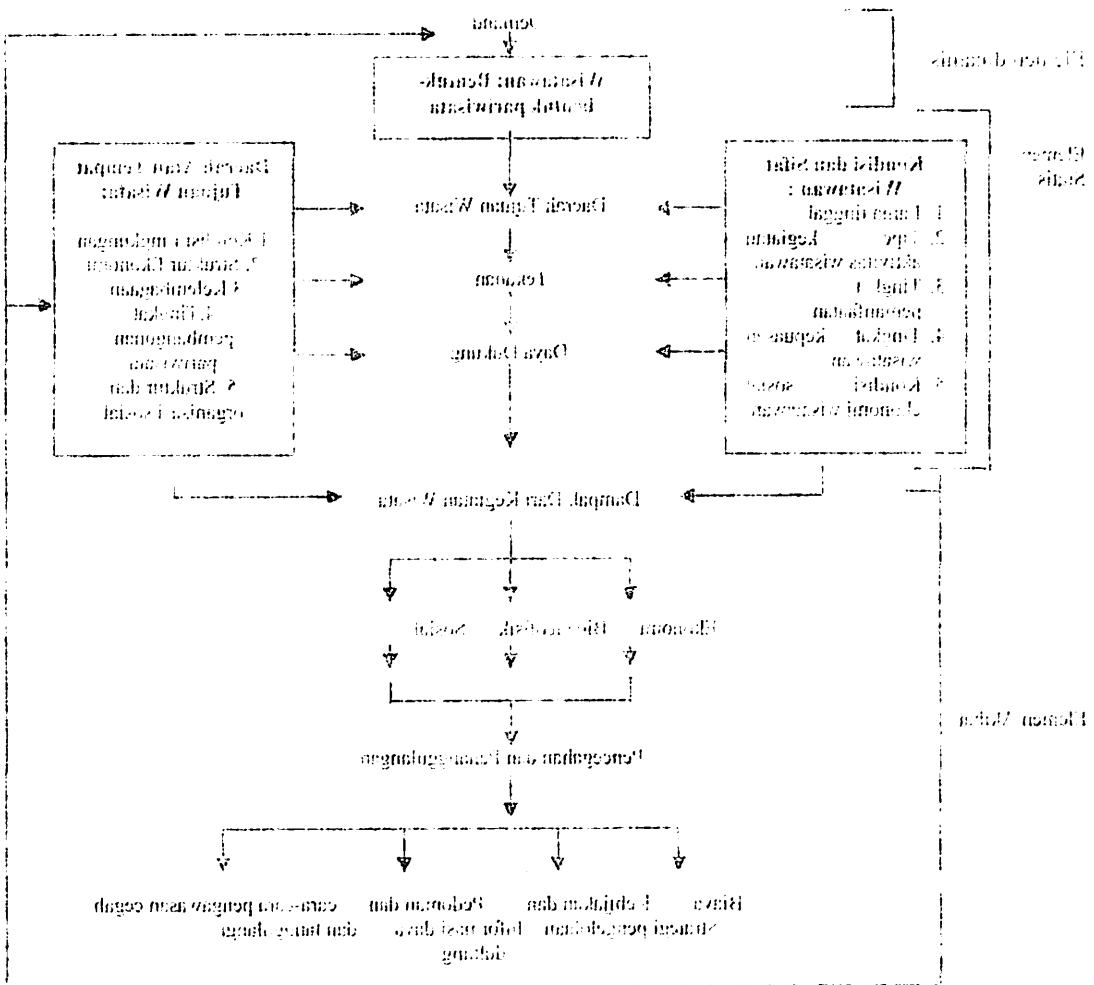
Dari bagan tersebut terlihat dengan jelas bahwa terdapat 3 elemen dasar yang membentuk kerangka dasar kepariwisataan yaitu :

a. Elemen dinamis yang mencakup wisatawan, perilaku, kebutuhan, tujuan yang terdapat.

b. Elemen statis yang berkaitan dengan wisatawan berada di suatu tempat.

c. Elemen akibat dari dua elemen yaitu proses pertumbuhan kondisi tempat wisata dan kondisi dan sifat dari wisatawan dalam perjalanan.

Bagan 2.2. Kerangka kepariwisataan



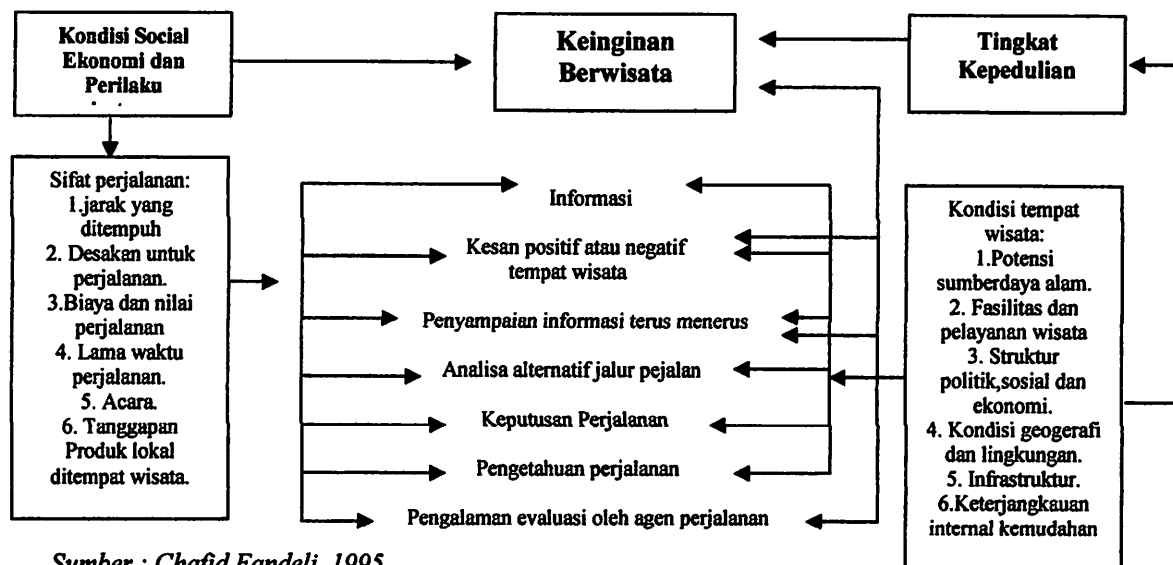
Sumber: Chaffin, 1992, hal 38

<sup>12</sup> Chaffin, 1992, hal 38. Dalam hal ini, kerangka kepariwisataan yang terdapat pada hal 38

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Pada umumnya wisatawan yang akan berwisata kesuatu daerah wisata, memerlukan suatu proses pengambilan keputusan. Proses untuk mengambil keputusan ini menyangkut beberapa aspek yang dapat digambarkan dalam bagan 2.3 berikut.<sup>43</sup>

**Bagan 2.3 Proses Pengambilan Keputusan Oleh Wisatawan**



Sumber : Chafid Fandeli, 1995.

Pada hakekatnya pengambilan keputusan wisatawan berangkat untuk berwisata berkaitan dengan 5 tahapan yaitu:

- a. Keinginan berwisata, faktor ini berkaitan dengan alasan untuk berwisata.
- b. Evaluasi, terhadap banyaknya informasi yang terkumpul yang mendorong wisatawan untuk menghubungi biro perjalanan atau travel agent guna memperoleh dan mempelajari brosur yang tersedia tentang daerah tujuan wisata.
- c. Keputusan berwisata. Hal ini menyangkut macam dan jenis perjalanan yang akan dipergunakan, akomodasi dan aktifitas wisata yang akan dipilih.
- d. Persiapan untuk melakukan perjalanan. Semua hal yang berhubungan dengan perjalanan ini berupa surat, fiskal, paspor, dan peralatan yang diperlukan.
- e. Penilaian terhadap perjalanan berwisata. Selama dan sesudah selesai berwisata, wisatawan biasanya melaksanakan penilaian terhadap pengalaman dan keputusan yang diperoleh selama berwisata.

<sup>43</sup> *Ibid*, hal 39





### **2.1.2.16. Pengaruh-Pengaruh Yang Timbul Dari Pariwisata**

Adapun pengaruh yang timbul dari adanya kegiatan pariwisata dibagi menjadi 2 (dua) yaitu <sup>44</sup> :

#### **1. Pengaruh Positif**

- Makin meluasnya kesempatan usaha  
Lapangan usaha yang dapat tumbuh guna menyediakan keperluan wisatawan cukup luas. Hotel, restoran, biro perjalanan, pramuwisata, tempat rekreasi, tempat penukaran uang, perusahaan angkutan, toko cinderamata, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya.
- Makin meluasnya lapangan kerja  
Untuk menjalankan usaha yang tumbuh dibutuhkan tenaga kerja dan makin banyak wisatawan yang berkunjung, makin banyak pula jenis usaha yang tumbuh sehingga makin luas pula lapangan kerja yang tercipta. Lapangan kerja yang tercipta tidak hanya yang langsung berhubungan dengan pariwisata, tetapi juga dibidang yang tidak langsung berhubungan dengan pariwisata.
- Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah  
Meningkatnya pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahannya.
- Mendorong pelestarian budaya dan penggalan sejarah  
Indonesia memiliki beranekaragam tata cara dan adat istiadat, kesenian, peninggalan sejarah yang menjadi daya tarik pariwisata dan juga menjadi modal utama untuk mengembangkan pariwisata.
- Mendorong terpeliharanya lingkungan hidup  
Kekayaan dan keindahan alam, seperti berbagai macam jenis flora dan fauna, lembah yang hijau dan lain sebagainya merupakan daya tarik wisata. Terjadi kerusakan lingkungan dan pencemaran akan merusak potensi wilayah yang merupakan daya tarik wisata.

---

<sup>44</sup> Hari Karyono A, *op.cit*, hal 95 - 99



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

- Terpeliharanya keamanan dan ketertiban

Tidak akan ada orang yang mau datang ke suatu tempat yang keamanan dan ketertibannya terjamin, oleh karena itu dengan dikembangkannya pariwisata maka keamanan dan ketertiban didorong untuk ditingkatkan.

- Mendorong pertumbuhan sektor lainnya

Salah satu ciri khas pariwisata adalah sifatnya yang tergantung dan terkait dengan bidang atau sektor lainnya. Artinya pariwisata baru bisa berkembang dengan baik apabila bidang pembangunan lainnya juga tumbuh dengan baik. Dengan demikian, berkembangnya pariwisata akan mendorong peningkatan dan pertumbuhan bidang pembangunan lainnya

## 2. Pengaruh Negatif

- Harga di daerah yang menjadi tujuan wisata semakin tinggi

Pada umumnya orang yang akan berwisata telah menyediakan biaya perjalanannya dan jumlah yang disediakan biasanya secukupnya tetapi ada yang mungkin berlebihan. Kunjungan para wisatawan ini dilihat sebagai kesempatan untuk mendapat keuntungan yang lebih besar, sehingga masyarakat setempat yang membuka usahanya baik berdagang cinderamata ataupun menjual barang-barang kebutuhan pokok.

- Timbulnya sikap materialistis

Bagi orang yang tidak kuat imannya dan lemah kepribadiannya, sikap materialistis ini akan mudah timbul di dalam dirinya. Sikap materialistis ini akan menghalalkan segala cara baik cara yang benar atau salah untuk mendapatkan uang pada daerah wisata tersebut.

- Timbulnya sikap meniru wisatawan

Sikap meniru tingkah laku para wisatawan ini banyak terjadi. Walaupun tingkah laku ini janggal dan tidak sesuai dengan tata cara adat istiadat masyarakat setempat, tetapi karena dikatakan modern maka tingkah laku yang asing ini ditiru secara membabi buta.

- Meningkatnya tindak pidana

Masih banyak yang menganggap wisatawan itu terutama wisatawan mancanegara sebagai orang kaya. Karena pandangan yang keliru ini



maka sangat mudah terjadi tindakan pencopetan, pemerasan, perampokan maupun pencurian. Disamping itu, pariwisata juga dapat disalahgunakan untuk mengedarkan obat terlarang.

### 2.1.3. Pangsa/Segmentasi Pasar

Pada sub bab ini, peneliti akan memberikan pemahaman tentang pangsa/segmentasi pasar yang tentunya didasarkan pada teori-teori. Diantaranya adalah:

#### 2.1.3.1. Definisi Pangsa Pasar

Apa yang dimaksud dengan segmen/pangsa pasar? Secara sederhana pengertian segmen/pangsa pasar tidak lain adalah membagi pasar sesuai dengan karakteristik pasar. Dengan kata lain, membagi pasar sesuai dengan perilaku konsumen yang terdapat dalam pasar.

Prinsip pokok pikiran di dalam melakukan suatu pendekatan segmentasi adalah lebih baik untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat bagi suatu segmen dari pasar secara keseluruhan daripada mendesain suatu rencana pemasaran yang diperuntukkan bagi kebutuhan semua orang<sup>45</sup>.

“Segmen/pangsa pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok yang berbeda yang secara relatif kebutuhannya sama dan mengembangkan strategi pemasaran yang terpisah untuk masing-masing kelompok”.

(Mill Robert Christie, 2000)

Berdasarkan pengertian di atas, Mill menyimpulkan bahwa pangsa pasar pada dasarnya adalah bagian pasar yang anggota-anggotanya mempunyai ciri-ciri yang serupa. Dengan cara ini adalah mungkin memasarkan sesuatu pada mereka sebagai sebuah kelompok.

Seringkali orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat tentunya memiliki motivasi, baik itu motivasi bisnis, rekreasi, atau bersenang-senang, berbenlaja, kesehatan dan lain sebagainya. “Dalam pariwisata, segmen utama adalah mereka yang melakukan perjalanan untuk kepentingan bisnis dan mereka-mereka yang melakukan perjalanan untuk kesenangan”<sup>46</sup>.

<sup>45</sup> Suwanto Gamal, 1997, *Dasar-Dasar Pariwisata*, ANDI, Yogyakarta, hal 96

<sup>46</sup> Mill Robert Christie, 2000, *Tourism The International Business*, PT.RajaGrafindo, Jakarta, hal 54





Segmen/pangsa baik di pasar wisata maupun di daerah sumber wisata yang memiliki perbedaan dalam usaha pemasaran perlu dilakukan pendekatan-pendekatan yang berbeda pula. Seperti yang dikemukakan oleh Soekadijo dalam bukunya yang berjudul *Anatomi Pariwisata* berpendapat bahwa:

“Dalam sebuah pasar wisata atau daerah sumber wisatawan, ada golongan-golongan atau kelompok-kelompok orang (segmen/pangsa), yang karena kondisinya yang berbeda-beda dalam usaha pemasaran harus didekati secara berbeda-beda pula. Oleh karena itu, pemasaran yang efektif harus disesuaikan dengan segmen/pangsa pasar kepariwisataan yang terdiri atas orang-orang dengan kondisi yang sama”. (Soekadijo R.G, 1996)<sup>47</sup>

Wisatawan yang melakukan perjalanan itu dikelompokkan dalam beberapa segmen pasar (*market segmentation*) berdasarkan kepentingan dan keinginannya, dengan alasan bahwa tiap segmentasi memiliki perbedaan dalam kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dayabeli (*purchasing power*) dan saluran komunikasi (*channel communication*) yang digunakan. Pengertian segmentasi pasar oleh Philip Kotler, dikatakannya sebagai berikut:

“Yang dimaksudkan dengan segmen pasar adalah membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok wisatawan secara tegas, dan tiap kelompok itu dipilih atau dikelompokkan sebagai target pasar yang akan dipengaruhi dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*)”. (Philip Kotler, 1982)

Pengertian segmen pasar dalam konteks pariwisata akan lebih jelas dari strategi perencanaan seperti yang disusun oleh *The Netherland National Tourist Office (NNTO)*, yang mengatakan demikian:

“Memperhatikan tuntutan atau permintaan wisatawan itu sangat bervariasi, karenanya tidak terhitung banyaknya alternatif untuk melakukan segmentasi pasar seperti menurut: Kelompok umur, kelas sosial, besar pengeluaran, struktur keluarga, pilihan untuk istirahat atau sebaliknya, untuk budaya atau alam, keramaian atau ketenangan, melakukan perjalanan secara individu atau dalam rombongan, untuk air, pantai, hutan, persinggahan, kota-kota, untuk minat khusus atau tujuan keseluruhannya”. (NNTO, 1983)

### 2.1.3.2. Pentingnya segmentasi pasar

Adalah penting jika ada pengelompokan wisatawan ke dalam kelompok khusus berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang sama (*homogeneous*). Ketika kebutuhan, keinginan dan harapan mereka telah kita ketahui maka akan lebih mudah kita menyesuaikan bauran produk bagi masing-masing segmentasi.

Oleh *The Netherland National Tourist Office (NNTO)*, menegaskan bahwa:

<sup>47</sup> Soekadijo G.R, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 211



Segmen yang baik di pasar wisata maupun di daerah sumber wisata yang memiliki perbedaan dalam usaha pemasaran perlu dilakukan pendekatan-pendekatan yang berbeda-beda. Seperti yang dikemukakan oleh Soekadjo dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pariwisata* pendekatan dalam

pendekatan dalam pasar wisata atau daerah sumber wisata ada beberapa pendekatan yang kelompok-kelompok orang (segmentasi) yang karena kondisi yang berbeda-beda dalam usaha pemasaran harus dibedakan secara berbeda-beda pula. Oleh karena itu pemasaran yang efektif harus didasarkan dengan segmentasi pasar pariwisata yang terdiri atas orang-orang dengan kondisi yang sama. (Soekadjo, K.G. 1989)

Wisatawan yang melakukan perjalanan ini dikategorikan dalam beberapa segmen pasar untuk segmen-segmen tersebut berdasarkan kepentingan dan keinginan, dengan alasan bahwa tiap segmen ini memiliki perbedaan dalam kebutuhan wisata yang keinginan wisata dapat bervariasi dan saluran komunikasi ke pasar pariwisata yang digunakan. Persepsi segmen pasar oleh Willy Kover dikemukakan sebagai berikut:

"Yang dimaksudkan dengan segmen pasar adalah membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok wisatawan secara teratur dan tiap kelompok ini dipilih dan dikategorikan sebagai target pasar yang akan dipertahani dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda. (Willy Kover, 1982)

Persepsi segmen pasar dalam konteks pariwisata akan lebih jelas dan strategi perencanaannya seperti yang diuraikan oleh Van Westerland, National Tourist Office (NTO) yang mengemukakan definisi:

"Memperhatikan keadaan dan pertumbuhan wisatawan ini sangat bermanfaat karena tidak terhitung banyaknya wisatawan untuk melakukan segmentasi pasar seperti menurut kelompok umur, kelas sosial, jenis penghasilan, status keluarga, pendidikan, tingkat penghasilan, dan sebagainya yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian secara individual dan dalam kelompok untuk uji pasar, perencanaan, pemasaran untuk pasar dan tingkat kesediaan" (Van Westerland, 1983)

2.1.3.1.1. Segmentasi pasar

Adalah penting jika ada pengelompokan wisatawan ke dalam kelompok khusus berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang sama (homogenitas). Ketika kebutuhan, keinginan dan harapan mereka telah kita ketahui maka akan lebih mudah kita menyangka bentuk produk bagi masing-masing segmentasi.

Oleh Van Westerland, National Tourist Office (NTO) mengemukakan bahwa:

<sup>1</sup> Soekadjo, K.G. 1989. *Manajemen Pariwisata*. Bandung: Soekadjo, K.G. 1989. hal 211  
 P1. Comedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 211

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

“Dengan melakukan segmentasi, kita tidak lagi terkonsentrasi pada istilah *wisatawan* tetapi dengan segmentasi itu kita memperoleh banyak informasi tentang tingkah laku dan pilihan wisatawan, maka karenanya usaha segmentasi sangat diperlukan, karena dengan mengetahui kebutuhan, keinginan dan harapan mereka, kita dapat menyesuaikan bauran produk (*product mix*) bagi masing-masing segmentasi”.(NNTO, 1983)

Perlunya kita melakukan segmentasi pasar dapat pula kita lihat dari apa yang diperkirakan oleh *The Canadian Government Office of Tourism (CGOT)*, sebagai berikut:

”Semakin banyak variasi perjalanan yang dilakukan, itu mencerminkan terjadinya peningkatan tuntutan wisatawan supaya dilakukan diversifikasi atraksi wisata kepada target pasar tertentu dan dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah wisatawan secara konstan untuk mencari pengalaman-pengalaman baru”.<sup>48</sup>

### 2.1.3.3. Dasar-dasar asumsi segmentasi pasar

Untuk menentukan segmentasi pasar tentu perlu adanya dasar-dasar asumsi yang melatarbelakangi pemilihan segmen/pangsa pasar. Beberapa pakar di bidang ini merekomendasikan agar segmentasi pasar itu dilakukan dengan menggunakan empat asumsi, seperti dibawah ini: (*Mill dan Morrison, 1985*)

- a. Pasar hendaknya diciptakan berdasarkan faktor-faktor segmen pasar dan anggota-anggota yang terlibat di dalamnya yang kebutuhan dan keinginannya diketahui secara jelas.
- b. Wisatawan potensial (*potential tourist*) dikelompokkan dalam beberapa kelompok dan setiap kelompok harus memiliki beberapa identitas dan karakteristik yang sama.
- c. Produk tunggal (*single product*) seperti “*scuba diving*”, akan lebih menarik beberapa segmen pasar tertentu dibandingkan dengan yang lainnya.
- d. Daerah tujuan wisata dan industri pariwisata dapat meningkatkan usaha pemasaran secara keseluruhannya dengan mengembangkan produk-produk khusus yang ditawarkan secara khusus pula pada pasar tertentu.

Soekadijo, dalam bukunya *Anatomi Pariwisata* mengatakan bahwa ada tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi segmen/pangsa pasar kepariwisataan sebagai berikut:<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Yoety, 2005, *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta, hal 76

<sup>49</sup> Soekadijo G.R, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai “Systemic Linkage”)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 213

"Dengan melakukan segmentasi kita tidak lagi terkonsentrasi pada seluruh masyarakat tetapi dengan segmentasi kita dapat lebih fokus dalam mencari target pasar dan lebih efisien dalam kampanye. Untuk segmentasi sangat diperlukan karena dengan mengetahui kebutuhan, keinginan dan harapan mereka kita dapat menyesuaikan bentuk produk (Widyawati, 2005: 127-128).

Berikutnya kita melakukan segmentasi pasar dapat kita lihat dari apa yang diperlihatkan oleh *The Canadian Government (Office of Tourism (COO))* sebagai berikut:

"Semakin banyak variabel perbedaan yang dilakukan itu menunjukkan seberapa peningkatan tujuan wisata yang dilakukan diversifikasi analisis wisata kepada target pasar tertentu dan dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah wisatawan secara konstan untuk mencapai pertumbuhan-pendapatan baru."

**2.1.3.3. Dasar-dasar analisis segmentasi pasar**

Tujuan menentukan segmentasi pasar tentu perlu adanya dasar-dasar asumsi yang melatibehakannya penentuan segmentasi pasar. Beberapa pakar di bidang ini merekomendasikan agar segmentasi pasar ini dilakukan dengan

- a. menggunakan empat asumsi seperti dibawah ini (Widyawati, 2005: 127)
  - a. dasar hendaknya dipecah berdasarkan faktor-faktor segmentasi pasar dan anggota-anggota yang terlibat di dalamnya yang kebutuhan dan kebutuhannya diketahui secara jelas.
  - b. *Wish dan potensial (Widyawati, 2005)* dikategorikan dalam beberapa kelompok dan setiap kelompok harus memiliki beberapa fitur dan karakteristik yang sama.
  - c. Produk tunggal seperti *Widyawati*, akan lebih menarik beberapa segmentasi pasar tertentu dibandingkan dengan yang lainnya.
  - d. Daerah tujuan wisata dan industri pariwisata dapat meningkatkan usaha pemasaran secara keseluruhannya dengan mengorganisasikan produk-produk khusus yang ditawarkan secara khusus pada pasar tertentu.
- 2. *Soekadji* dalam bukunya *Widyawati* mengemukakan bahwa ada tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar kepariwisataan sebagai berikut:<sup>10</sup>

<sup>10</sup> *Widyawati*, 2005, *Parwisatawan Sebagai Wisatawan*, Penerbit: Jakarta, hal. 127-128.  
<sup>11</sup> *Soekadji*, 2006, *Analisis Pemasaran (Zona dan Strategi Pemasaran)*, Penerbit: Jakarta, hal. 213.

a. Indikator geografis,

Misalnya Jerman atau Eropa Barat atau Australia. Daerah-daerah tersebut dapat dijabarkan lagi menjadi sejumlah daerah yang lebih kecil, yang masing-masing memiliki ciri-ciri tersendiri. Wisatawannya menjadi wisatawan Jerman, Eropa Barat, Australia dan sebagainya.

b. Indikator sosio-profesional,

Yang termasuk indikator ini ialah lapangan pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, umur, yang semuanya merupakan faktor-faktor yang ikut menentukan diadakannya perjalanan wisata. Segmen pasar ini antara lain: golongan ahli hukum, dokter, dan sebagainya, golongan pedagang, pegawai negeri dan sebagainya.

c. Indikator motivasi wisata,

Yaitu bermacam-macam kebutuhan yang harus dipenuhi dengan mengadakan perjalanan wisata atau motif-motif yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan wisata.

#### 2.1.3.4. Macam-macam segmen/pangsa pasar

Kemudian dengan menggunakan dasar yang berbeda untuk melakukan pendekatan terhadap segmen/pangsa pasar, diharapkan dapat memberikan petunjuk atau keterangan mengenai segmen pasar tersebut.

Selain itu, diharapkan akan lebih memperjelas pemahaman tentang bagaimana menunjukkan ciri-ciri segmen pasar tertentu, misalnya murid-murid sekolah pada waktu-waktu tertentu perlu mengadakan perjalanan untuk rekreasi; ada kongres-kongres periodik untuk orang-orang berprofesi tertentu, misalnya dokter, pemborong, guru dan sebagainya. Mereka itu kelompok orang yang masing-masing merupakan sebuah segmen dari pasar wisata, yang dengan sendirinya dalam pemasaran harus didekati secara khusus.

Macam-macam segmentasi pasar adalah sebagai berikut:<sup>50</sup>

- a. Sosial ekonomi: umur, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, profesi atau pekerjaan, pendidikan, agama, tingkat sosial, kebangsaan.

<sup>50</sup> Wahab S, 2003, *Manajemen Kepariwisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta, Hal 161

a. indikator geografis.  
 Misalnya jurusan atau lokasi Balai atau Universitas. Lokasi-lokasi tersebut dapat dijadikan lagi menjadi sejumlah daerah yang lebih kecil yang masing-masing memiliki ciri-ciri tersendiri. Wiseswatannya menjadi wiseswata atau jurusan Balai, Universitas dan sebagainya.

b. indikator sosio-ekonomi.  
 Yang termasuk indikator ini ialah lapangan pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, umur yang semuanya merupakan faktor-faktor yang ikut menentukan keberhasilan perjalanan wisata. Segmen pasar ini antara lain golongan ahli hukum, dokter dan sebagainya. Kelengkapan pegawai negeri dan sebagainya.

c. indikator motivasi wisata.  
 Yaitu bermacam-macam keinginan yang harus dipenuhi dengan mengabdikan perjalanan wisata atau motif-motif yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan wisata.

2.1.3.4. *Wacana-macam-segmentasi pasar*

Kemudian dengan menggunakan dasar yang berbeda untuk melakukan pembagian terhadap segmentasi pasar diharapkan dapat memberikan petunjuk atau kerangka mengenai segmentasi pasar tersebut.

Selain itu diharapkan akan lebih memperjelas pemahaman tentang bagaimana menajakkan ciri-ciri segmentasi pasar tertentu misalnya untuk mendidik sekolah pada waktu-waktu tertentu untuk mengadakan perjalanan untuk rekreasi; ada kongres-kongres periodik untuk orang-orang berpendidikan tertentu misalnya dokter, pembonan, guru dan sebagainya. Mereka ini kelompok orang yang masing-masing merupakan sebuah segmentasi pasar wisata yang dengan keinginannya dalam pemasaran harus dibekali secara khusus.

Wacana-macam-segmentasi pasar adalah sebagai berikut<sup>20</sup>

a. Sosial ekonomi: umur, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, profesi atau pekerjaan, pendidikan, tingkat sosial, kebangsaan.

<sup>20</sup> Winito, P. 2003. *Manajemen Kewisata*. PT Elexindo Utama, Jakarta. Hal 101

- b. Geografis: daerah, kota, pinggiran kota atau pedesaan, kota besar, kota industri atau bentuk dusun, kepadatannya, iklim.
- c. Kepribadian: otonomi dengan serikat, liberal dengan konservatif, kepemimpinan, ambisi, hasrat bertualang dan lain-lain.
- d. Prilaku pelanggan: loyalitas pada jalur distribusi tertentu (apakah mereka selalu menggunakan jasa agen perjalanan atau tidak), elastisitas harga, kepekaan terhadap iklim dan lain-lain.

Nampaknya, macam segmentasi yang di kemukakan di atas belum sepenuhnya memberikan kejelasan tentang macam segmentasi itu sendiri. Berbeda dengan macam segmentasi yang dikemukakan oleh Yoety, yang antara lain membagi segmentasi pasar berdasarkan empat kategori, yaitu:<sup>51</sup>

a. Segmentasi geografi

Dalam segmentasi geografi, pasar dibagi berdasarkan tempat atau wilayah, dapat berupa suatu negara atau kawasan, dimana kebutuhan dan keinginannya bervariasi berdasarkan tempat tinggal mereka.

“Daerah tujuan wisata sebaiknya menggunakan pendekatan geografi sebagai dasar untuk mengetahui pasar utama, kedua, dan dalam beberapa kasus untuk pasar ketiga organisasi pariwisata daerah juga punya kecenderungan menggunakan segmentasi geografi untuk tujuan perencanaan promosi yang di anggap lebih efektif hasilnya”.  
(*Mill dan Morrison, 1985*)

b. Segmentasi sosio-ekonomi dan demografi

Pengetahuan tentang kependudukan merupakan metode paling populer untuk menentukan segmen pasar (*Health 1988*). Pembagian segmen pasar memberi peluang pada pengatur pasar untuk mengelompokkan wisatawan secara langsung dengan cara yang lebih efisien (*Luck dan Ferrel, 1985*).

Variabel-variabel yang dapat membedakan seperti: umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendidikan, ras, penghasilan, agama dan kebangsaan, selalu digunakan dalam segmentasi sosio-ekonomi dan kependudukan.

<sup>51</sup> Yoety, 2005, *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta, hal 77

b. Geografis, daerah kota pinggiran kota atau pedesaan, kota besar, kota industri atau bentuk dasar keadaannya, iklim.

c. Keperbedaan ekonomi dengan wilayah lain dengan konservatif, keberpihakan, ambisi, dasar pertanahan dan lain-lain.

d. Terjadi perbedaan: terdapat pada jalur distribusi tertentu (pakah mereka selalu menggunakan jasa agen perjalanan atau tidak), klasifikasi barang, perbedaan terhadap k. lain dan lain-lain.

Intipaknya, macam segmentasi yang di kemukakan di atas belum sepenuhnya membedakan kejelasan tentang macam segmentasi ini sendiri. Berbeda dengan macam segmentasi yang dikemukakan oleh Yocoy yang antara lain membagi segmentasi pasar berdasarkan empat kategori, yaitu:

a. Segmentasi geografis

Dalam segmentasi geografis, pasar dibagi berdasarkan tempat atau wilayah, dapat berupa suatu negara atau kawasan dimana konsumen dan kegiatannya beraktivitas bertempat tinggal mereka.

"Dalam kajian ilmu segmentasi menggunakan pendekatan geografis sebagai dasar untuk mengetahui pasar utama, kedua dan dalam beberapa kasus untuk pasar ketiga organisasi pariwisata dasar juga punya kecenderungan menggunakan segmentasi geografis untuk tujuan pemasaran promosi yang di anggap lebih efektif." (KVV dan Alonson, 1987)

b. Segmentasi socio-ekonomi dan demografi

Pengertian tentang keberbedaan menurut metode paling populer untuk menentukan segmen pasar (Meady, 1988). Pembagian segmen pasar menurut belang pada penerapan pasar untuk mengotompekan wawasan secara langsung dengan cara yang lebih efisien (Auck dan Fowly, 1987).

Varibel-varibel yang dapat membedakan seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendidikan, ras, penghasilan, agama dan kebiasaan selalu digunakan dalam segmentasi socio-ekonomi dan keberbedaan.

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

Variabel-variabel kependudukan sering dipakai karena tiga alasan, sebagai berikut: (Kotler dan Fox, 1985)

- ✓ Keinginan, pilihan dan pemahaman tarif yang sering dikaitkan dengan variabel-variabel kependudukan.
- ✓ Variabel-variabel kependudukan lebih mudah ditetapkan atau diukur daripada segmen variabel-variabelnya.
- ✓ Meskipun target pasar sudah digambarkan dalam variabel-variabel non demografi lainnya, untuk mencapai target pasar yang diinginkan pada penentuan karakteristik kependudukan yang mempengaruhi media yang digunakan.

Walaupun metode segmentasi lainnya menyediakan yang cukup substansial untuk suatu keputusan strategis yang dapat ditawarkan, tetap saja kriteria demografi diperlukan untuk mencapai suatu segmen pasar tertentu. Oleh karena itu untuk sementara ini, segmentasi demografi masih dianggap sebagai cara terbaik, relatif sangat sederhana, terutama dalam menentukan karakteristik suatu pasar.

a. Segmentasi psikografi

Dalam segmentasi psikografi, pasar dibagi-bagi berdasarkan kelompok sosial (*sosial-class*), karakteristik kepribadian (*personality characteristic*) dan atau cara hidup (*lifestyle*). Bentuk segmentasi seperti ini, lebih banyak menjelaskan tentang perilaku wisatawan yang diperoleh dari segmentasi geografi dan demografi.

“konsep pribadi dan gaya hidup adalah dua hal yang sangat populer dalam ruang lingkup psikografi untuk melakukan studi mengenai segmentasi pasar”. (Luck dan Ferrel, 1985)

Hubungan antara segmentasi demografi dan psikografi di tempatkan dalam perspektif yang oleh Mill dan Morrison disarankannya sebagai berikut:

“data geografis diibaratkan seperti tulang tengkorak dan data psikografi diibaratkan sebagai daging. Tulang membentuk struktur dasar, tetapi itu hanya bisa terjadi kalau ditutup dengan daging sehingga penampilannya dapat dilihat secara nyata dan diakui kebenarannya”. (Mill dan Morrison, 1985)





### b. Segmentasi perilaku

Pentingnya segmentasi perilaku (*behavioral segmentation*) telah dinyatakan secara tidak langsung pada petikan yang diberikan oleh *Canadian Government Office of Tourism* (1984: 7) yang mengatakan:

“Wisatawan hampir selalu mencari pengalaman sebanyak mungkin. Pengalaman itu dapat berupa petualangan (*adventure*), hal-hal yang berkaitan dengan sejarah atau yang bersifat tradisional (*a taste of history or traditional*), gaya hidup yang bersifat sementara atau pelarian secara total dari keakraban melalui kegiatan-kegiatan dan perubahan-perubahan di sekitarnya”.

Segmentasi perilaku yang timbul memiliki sangkut paut dengan sesuatu daerah yang merupakan daerah tujuan wisata (DTW) yang dengan sendirinya akan memberikan keuntungan.

## 2.2. Rumusan Landasan Penelitian

Sebagai kota pariwisata, pendidikan dan industri, Kota Malang telah menjadi salah satu kota tujuan perjalanan bagi wisatawan terutama wisatawan pelajar. Seringkali peneliti menjumpai pelajar yang berkunjung ke Kota Malang dengan menggunakan bus pariwisata dan tidak jarang dari mereka yang sengaja berkunjung ke salah satu atau bahkan lebih destinasi wisata yang ada di Kota Malang. Maksud dari perjalanan wisata yang dilakukan tidak lain adalah untuk mengisi waktu liburan sekolah dan sekedar melepaskan kejenuhan dari aktivitas/rutinitas mereka. Sebagai pelajar tentu kegiatan wisata sangat bermanfaat akan tetapi diharapkan dengan adanya kegiatan wisata, pelajar dapat memperoleh pengetahuan tambahan yang berhubungan dengan pelajaran di sekolah maupun yang sifatnya membangun karakter serta mental yang mandiri, memiliki daya juang yang tinggi, mampu bersaing dan inovatif.

Dalam rangka mewujudkan hal tersebut adapun tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar. Adapun makna sekaligus konsep dari penelitian ini adalah “bagaimana mengklasifikasikan obyek-obyek wisata sebagai acuan kegiatan yang menyenangkan di Kota Malang, yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani berdasarkan kelompok-kelompok orang dan mempunyai kebutuhan yang relatif sama”. Kelompok-kelompok yang dimaksud adalah siswa-



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

siswi SMA/K atau sederajat yang berkunjung ke Kota Malang sedangkan yang dimaksud dengan kebutuhan yang sama dalam penelitian ini yaitu kebutuhan bagi wisatawan pelajar terutama dari segi pendidikan sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan wisata pelajar juga dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan. Wisata pendidikan saat ini tidak saja berkaitan dengan sejarah atau seni budaya, museum tapi juga dilakukan di tempat-tempat industri atau sentra kerajinan, pusat perbelanjaan, universitas negeri maupun swasta, taman rekreasi dan lain sebagainya. Karena mengingat kebutuhan utama dari kegiatan wisata pelajar adalah untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani maka kegiatan rekreasi lebih diutamakan dibandingkan dengan pendidikan itu sendiri. Selanjutnya untuk meningkatkan kreativitas dan mental pelajar dalam memasuki dunia kerja nantinya, maka diperlukan adanya suatu konsep wisata bagi pelajar yang juga mendukung pembentukan mental serta karakter siswa/i.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, adapun langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengetahui konsep wisata seperti apa yang seharusnya ditawarkan bagi wisatawan pelajar. *Pertama*, perlu diketahui penyebab tertariknya wisatawan pelajar yang ingin berkunjung ke Kota Malang baik yang berhubungan dengan motivasi kunjungan, moda transportasi, aktivitas, hingga waktu kunjungan wisatawan pelajar di Kota Malang. *Kedua*, perlu diketahui pula potensi produk wisata yang ada di Kota Malang serta diklasifikasikan berdasarkan jenis/tipe wisata. Hal ini dilakukan sehingga dapat dengan mudah peneliti mengelompokkan obyek wisata berdasarkan konsep wisata yang menjadi tujuan dari penelitian ini dan yang *ketiga*, keinginan wisatawan pelajar terhadap perkembangan wisata di Kota Malang yang dilihat berdasarkan pemanfaatan atraksi wisata serta rute perjalanan wisatawan pelajar.

Landasan penelitian mencakup unsur dari obyek yang akan diteliti dan merupakan ciri yang melekat pada obyek penelitian. Rumusan landasan penelitian ini akan dijelaskan berdasarkan sasaran yang diinginkan dalam penelitian. Maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

siswi SMAK man sebagai yang berkeinginan ke Kota Malang sehingga yang dimaksud dengan kebutuhan yang sama dalam penelitian ini yaitu kebutuhan bagi wawasan belajar terutama dari segi pendidikan sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan wisata belajar juga dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan. Wawasan pendidikan saat ini tidak saja berkaitan dengan sekolah atau seni budaya museum tapi juga dilakukan di tempat-tempat industri atau sektor kegiatan pasar pembelajaran, universitas negeri maupun swasta, taman rekreasi dan lain sebagainya. Karena kebutuhan akan dari kegiatan wisata belajar adalah untuk meningkatkan kesegaran jasmani dan rohani maka kegiatan rekreasi lebih dirangsangkan dengan pendidikan itu sendiri. Selanjutnya untuk meningkatkan kreativitas dan mental belajar dalam memasuki dunia kerja nantinya maka diperlukan adanya suatu konsep wisata bagi belajar yang juga mendukung pembentukan mental serta karakter siswa.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adapun langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengetahui konsep wisata seperti apa yang sebenarnya ditawarkan bagi wawasan belajar. Yawwawak perlu diketahui perbedaan wawasan belajar yang ingin berkeinginan ke Kota Malang baik yang berhubungan dengan motivasi kunjungan, moda transportasi, aktivitas, hingga waktu kunjungan wawasan belajar di Kota Malang. Karena perlu diketahui pula potensi produk wisata yang ada di Kota Malang serta diklasifikasikan berdasarkan jenis tipe wisata. Hal ini dilakukan sehingga dapat dengan mudah peneliti mengidentifikasi objek wisata berdasarkan konsep wisata yang menjadi tujuan dari penelitian ini dan yang kaitan keinginan wawasan belajar terhadap perkembangan wisata di Kota Malang yang dilihat berdasarkan pemertanian akses wisata serta rute perjalanan wawasan belajar.

Landasan penelitian mencakup unsur dari objek yang akan diteliti dan merupakan ciri yang melekat pada objek penelitian. Rumusan landasan penelitian ini akan dijelaskan berdasarkan sistem yang diteliti dalam penelitian. Akses dapat diidentifikasi sebagai berikut :

**Tabel 2.3**  
**Rumusan Landasan Penelitian**

SASARAN	VARIABEL AMATAN	SUB VARIABEL	KETERANGAN
1. Mengidentifikasi penyebab tertariknya pelajar, untuk berkunjung ke tempat tujuan wisata yang ada di Kota Malang	❖ Motivasi kunjungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motif fisik</li> <li>• Kebudayaan</li> <li>• Motivasi prestasi dan status</li> <li>• Keragaman obyek wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Olahraga, rekreasi, istirahat, kesehatan, dsb.</li> <li>◆ Budaya, seni, musik, arsitektur dan sejarah.</li> <li>◆ Peristiwa penting (olahraga, pekan perdagangan dan lai-lain)</li> <li>◆ Penyaluran hobi, melanjutkan belajar, seminar dan konferensi.</li> <li>◆ Pendidikan</li> <li>◆ Kebudayaan</li> <li>◆ Sejarah</li> <li>◆ Komersial</li> <li>◆ Industri</li> <li>◆ Hiburan</li> </ul>
	❖ Segmentasi pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosial</li> <li>• Geografis</li> <li>• Perilaku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Umur</li> <li>◆ Tingkat pendidikan</li> <li>◆ Asal pelajar</li> <li>◆ Daerah tujuan</li> <li>◆ Jumlah pelajar</li> <li>◆ Moda transportasi</li> <li>◆ Lama perjalanan</li> <li>◆ Kegiatan selama perjalanan</li> <li>◆ Waktu kunjungan (hari biasa, hari libur, akhir minggu)</li> <li>◆ Sistem berkunjung (rombongan)</li> </ul>
	❖ Moda transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kendaraan yang digunakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Bus besar/ mini bus</li> </ul>
	❖ Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan selama perjalanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Bermain</li> <li>◆ Belanja</li> <li>◆ Jalan-jalan</li> <li>◆ Pendidikan dan olahraga</li> </ul>
	❖ Waktu berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lama kunjungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ &lt; 1 jam</li> <li>◆ 1-5 jam</li> <li>◆ &gt; 5 jam</li> </ul>



## LAPORAN TUGAS AKHIR

2. Identifikasi potensi produk wisata pelajar di Kota Malang	❖ Produk wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah wisata</li> <li>• Jenis produk wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Banyaknya produk wisata dan rekreasi yang ditawarkan</li> <li>◆ Budaya,</li> <li>◆ Hiburan,</li> <li>◆ Komersial</li> <li>◆ Industri</li> <li>◆ Pendidikan</li> <li>◆ Vista pemandangan</li> </ul>
3. Mengidentifikasi preferensi/keinginan wisatawan pelajar .	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estetika alam</li> <li>❖ Pemanfaatan atraksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estetika alam</li> <li>• Jenis atraksi</li> <li>• Aspirasi pengembangan produk wisata</li> <li>• Rute perjalanan pengunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Kebudayaan</li> <li>◆ Sejarah</li> <li>◆ Komersial</li> <li>◆ Industri</li> <li>◆ Pendidikan</li> <li>◆ Hiburan</li> <li>◆ Konsep pengembangan wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar</li> <li>◆ <i>Getway</i>/pintu masuk menuju Kota Malang</li> <li>◆ Kemudahan pencapaian</li> </ul>
4. Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Konsep wisata pelajar</li> <li>❖ Arahana rute wisata pelajar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep wisata Kewirausahaan</li> <li>• Konsep wisata pendidikan</li> <li>• Rute wisata pelajar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Beragam produk wisata dalam konsep wisata kewirausahaan</li> <li>◆ Produk wisata yang diklasifikasikan berdasarkan konsep wisata pendidikan</li> <li>◆ Jalur melalui koridor menuju destinasi wisata</li> </ul>

Sumber: Hasil kajian





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi merupakan kerangka teoritis yang digunakan untuk menganalisis, mengerjakan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian, metodologi penelitian adalah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian<sup>1</sup>. Dalam penelitian ini, metodologi penelitian meliputi beberapa tahap yaitu tahap persiapan, tahap survey atau pengumpulan data dan tahap analisa yang digunakan untuk menganalisa data yang telah diperoleh. Untuk lebih jelasnya masing-masing tahap tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **3.1 Metode Pengumpulan Data**

Data adalah catatan mengenai fakta dari fenomena/keadaan yang diamati. Upaya yang dilakukan untuk mendapatkan data yang bermutu merupakan suatu keharusan karena kualitas data akan menjadi penentu kualitas penelitian (Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar).

Dalam hal pengambilan data, ada empat hal prinsip yang perlu diperhatikan yakni akurabilitas, realibilitas, validitas dan variabilitas data yang diperoleh. Akurabilitas berkaitan dengan ketepatan data yang diperoleh. Ini menyangkut ketepatan dalam pengamatan, pengukuran, pencatatan dan penggunaan alat pengumpulan data. Reabilitas berhubungan dengan kemampuan responden untuk menginterpretasikan dan menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti juga kemampuan peneliti untuk menginterpretasikan jawaban responden. Validitas adalah pertimbangan kevaliditan data dikaitkan dengan prinsip keterwakilan dari unsur populasi yang dijadikan sampel. Variabilitas berkaitan dengan keragaman dalam pemilihan responden. (Wardiyanta, 2006).

##### **3.1.1 Tahap Persiapan**

Tahap persiapan yang dilakukan adalah meliputi :

---

<sup>1</sup> Wardiyanta (2006), "Metode Penelitian Pariwisata", Yogyakarta : ANDI OFFSET, hal. 1.

Ընթացիկ հարցերի և խնդիրների շարքի մասին :

**3.1.1 Ընթացիկ հարցեր**

Վերջին քանի տարիների ընթացքում (ընդամենը 2000)

հարկազանի վրա ստան հարկի ևս զգալի քանակ : Այսպիսով հարկային  
ապահովման հարցը կարևոր դեր է խաղում վերջին տարիների  
հարկային խնդիրների կազմում : Ընթացիկ հարցերի կազմում  
կարևոր դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս զգալի  
փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր դեր է խաղում  
հարկային քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ  
հարցերի կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային քաղաքականության  
ևս զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր  
դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները :

Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային  
քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի  
կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս  
զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր  
դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները :

Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային  
քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի  
կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս  
զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր  
դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները :

**3.1.2 Արտադրողականության հարց**

հարցեր :

Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային  
քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի  
կազմում կարևոր դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս  
զգալի փոփոխումները : Ընթացիկ հարցերի կազմում կարևոր  
դեր է խաղում հարկային քաղաքականության ևս զգալի փոփոխումները :

**ՄԵԼՈԴՈԳՈՍԻ ԽԵՂԵՑԻՒՄԸ  
BVB III**

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

- a. Persiapan awal yaitu dengan mengkaji data dan informasi dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.
- b. Persiapan kelengkapan survey, yang terdiri dari :
  - Pembuatan peta dasar lokasi tepi sungai yang akan ditata sebagai obyek wisata keluarga.
  - Menyusun data dan informasi yang dibutuhkan untuk mempermudah proses pengumpulan data.
  - Menyusun daftar pertanyaan baik berupa quisioner dan wawancara.

### 3.1.2 Survey Primer

Survey primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni informasi yang diperoleh dari tangan pertama atau responden. Atau dapat dikatakan bahwa survey primer merupakan kegiatan pengamatan secara langsung di wilayah studi. Peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap keinginan dari masyarakat dan pangsa pasar pelajar dalam hal membantu merumuskan konsep wisata di kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar. Adapun kegiatan ini meliputi:

#### a. Metode Survey,

Merupakan metode yang paling banyak digunakan. Metode survey ini akan dipergunakan dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan merumuskan konsep wisata di kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar. Metode survey menunjuk pada teknik quisioner, yakni mengumpulkan dan mengajukan data pada responden baik secara lisan maupun tertulis. Metode survey yang dilakukan meliputi:<sup>2</sup>

#### ▪ Survey keadaan,

Survey keadaan memiliki arti yang sangat besar dalam pengumpulan data konsep wisata di Kota Malang, dimana responden diminta memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan dalam waktu tertentu.

---

<sup>2</sup> Wardiyanta, 2006, *Metode Penelitian Pariwisata*, Andi, Yogyakarta, Hal 29

a. Persiapan awal yaitu dengan mengkaji data dan informasi dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

b. Persiapan pelaksanaan survey yang terdiri dari :

- Tentukan poin dasar lokasi uji survey yang akan dilata sebagai objek wisata keluarga.
- Menyusun data dan informasi yang dibutuhkan untuk memperluas proses pengumpulan data.
- Menyusun daftar pertanyaan baik berupa pertanyaan dan wawancara.

### 3.1.2. Survey Primer

Survey primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni informasi yang diperoleh dari orang pertama atau responden. Akan dapat dilakukan bahwa survey primer merupakan kegiatan pengumpulan secara langsung di lapangan studi. Penelitian melakukan pengamatan dan pengamatan secara sistematis terhadap kegiatan dari masyarakat dan bangsa pasar belajar dalam hal membantu merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan bangsa pasar belajar. Adapun kegiatan ini meliputi:

a. Metode Survey.

Memeriksa metode yang paling banyak digunakan. Metode survey ini akan dipergunakan dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan bangsa pasar belajar. Metode survey menuntut pada teknik pertanyaan yakni mengumpulkan dan menyajikan data pada responden baik secara lisan maupun tertulis. Metode survey yang dilakukan meliputi:

• Survey Kebaran.

Survey kebaran memiliki arti yang sangat besar dalam pengumpulan data konsep wisata di Kota Malang, dimana responden diminta memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan dalam waktu tertentu.

- **Wawancara/Interview,**

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Sehingga wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data dengan bertanya langsung kepada responden, dan jawaban-jawaban dicatat ataupun dapat direkam dengan alat perekam.<sup>3</sup> Wawancara dilakukan terhadap wisatawan pelajar dan guru pendamping.

- **Quisioner**

Penyebaran quisioner dibagi dua yaitu quisioner kepada masyarakat yang ada disekitar obyek wisata serta kepada pengunjung (pelajar) obyek wisata dan rekreasi di Kota Malang:

1. Penyebaran quisioner kepada masyarakat yang ada disekitar tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang bertujuan untuk mengetahui aspirasi serta harapan/keinginan dari masyarakat terhadap tempat wisata yang ada sehingga nantinya memiliki manfaat serta tujuan yang diinginkan oleh masyarakat sekitar.
2. Penyebaran quisioner kepada pelajar yang berkunjung bertujuan untuk mengetahui pendapat mereka tentang obyek wisata di Kota Malang dan keinginan serta harapan dari pelajar itu sendiri mengenai obyek wisata di kota Malang sehingga selanjutnya dapat dibuat suatu konsep wisata di Kota Malang berdasarkan kebutuhan, keinginan dan harapan dari pangsa pasar pelajar itu sendiri.

- ***Cara Menemukan Responden***

Berdasarkan pada hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengunjung (pelajar) yang datang ke Kota Malang dengan menggunakan bus pariwisata, ditemukan bahwa kunjungan pelajar dari berbagai daerah sering terjadi pada hari sabtu dan minggu serta hari libur lainnya. Namun tidak jarang aktivitas kunjungan dilakukan pada hari biasa (senin-saptu). Maka untuk pembagian quisioner pada pengunjung (pelajar) dilakukan pada hari-hari sibuk (hari minggu atau

<sup>3</sup> Kusmayadi dan Sugiarto, 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal 83

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Sehingga wawancara dapat dilakukan sebagai cara mengumpulkan data dengan berbagai langkah kepada responden dan jawaban-jawaban dicatat tanpa dapat diikhtisarkan dengan cara berkesan. Wawancara dilakukan terhadap wisatawan belajar dan guru pendamping.

Penyebaran disisioner dibagi dua yaitu disisioner kepada masyarakat yang ada di sekitar objek wisata serta kepada pengunjung (pelajar) objek wisata dan rekreasi di Kota Malang.

1. Penyebaran disisioner kepada masyarakat yang ada di sekitar tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang bertujuan untuk mengetahui apakah serta bagaimana tanggapan dan masyarakat terhadap tempat wisata yang ada sehingga nantinya memiliki manfaat serta tujuan yang diinginkan oleh masyarakat sekitar.

2. Penyebaran disisioner kepada pelajar yang berkunjung bertujuan untuk mengetahui pendapat mereka tentang objek wisata di Kota Malang dan keinginannya serta harapan dan belajar itu sendiri mengenai objek wisata di Kota Malang sehingga selanjutnya dapat dibuat suatu konsep wisata di Kota Malang berdasarkan keinginannya, keinginannya dan harapan dari bangsa pada belajar itu sendiri.

Caranya wawancara kepada wisatawan pada hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengunjung (pelajar) yang datang ke Kota Malang dengan menggunakan bus pariwisata. ditanyakan bahwa kunjungan belajar dan berbagai daerah sering terjadi pada hari Sabtu dan Minggu serta hari libur lainnya. Namun tidak jarang kunjungan dilakukan pada hari biasa (Senin-Sabtu). Maka untuk pembagian disisioner pada pengunjung (pelajar) dilakukan pada hari-hari Sabtu (hari Minggu atau

<sup>5</sup> Kusnanto dan Sugiarto, 2000, Metodologi Penelitian dalam Bidang Kesehatan, PT Grafindia Pratama Utama, Jakarta, hal 83

---

 LAPORAN TUGAS AKHIR
 

---

hari libur umum) dan hari-hari biasa pada Pkl. 07.00 – Pkl. 21.00. Quisioner yang ada dibagikan pada pelajar (SMA/K atau sederajat).

- *Teknik pengambilan Sampling*

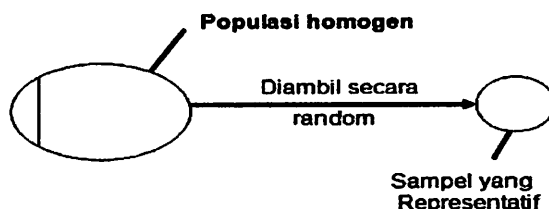
Tujuan dari dilakukannya pengambilan sampel adalah untuk memperoleh data yang representatif dalam kaitannya dengan populasi yang menjadi sasaran penelitian.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu akan diberlakukan untuk populasi.

Sekali lagi ditekankan bahwa responden yang peneliti maksudkan dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMA/K atau sederajat. Berdasarkan latar belakang pendidikan di atas, maka anggota pelajar dianggap homogen sehingga pengambilan sampel pada pelajar dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*.

Teknik ini dapat digambarkan seperti gambar berikut<sup>4</sup>.

Gambar 3.1. *Teknik Simple Random Sampling*



- *Menentukan Ukuran Sampel*

Responden adalah siswa-siswi sekolah lanjutan atas baik umum maupun kejuruan. Ukuran sampel yang dibutuhkan ditetapkan dengan menggunakan formula yang dikembangkan oleh *Slovin (1990)*, sebagai berikut<sup>5</sup>:

---

<sup>4</sup> Sugiyono, 2006, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, Hal 58

<sup>5</sup> Kusmayadi dan Sugiato E, 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal 74

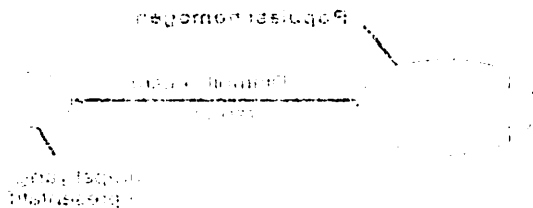


hari libur umum) dan hari-hari biasa pada PRL 07.00 - PRL 21.00.  
Quisioner yang ada dipagikan pada belajar (ZMAK atau sebaliknya).

• Teknik pengumpulan Sampel  
Tujuan dan dilaksanakannya pengumpulan sampel adalah untuk memperoleh data yang representatif dalam kaitannya dengan populasi yang menjadi sasaran penelitian.  
Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu akan dipelajari untuk populasi.

Sekali lagi diingatkan bahwa responden yang peneliti maksudkan dalam penelitian ini adalah siswa-siswa ZMAK atau sederajat. Berasarkan latar belakang penelitian di atas, maka anggota belajar dianggap homogen sehingga pengumpulan sampel pada belajar dilakukan dengan menggunakan teknik simple random sampling.

Teknik ini dapat digambarkan seperti gambar berikut.  
Gambar 3.1. Teknik Simple Random Sampling



• Teknik Pengumpulan Sampel  
Responden adalah siswa-siswa sekolah lanjutan atas baik umum maupun kejuruan. Urutan sampel yang dibutuhkan ditetapkan dengan menggunakan formula yang dikembangkan oleh Sherry (1999) sebagai berikut:

## LAPORAN TUGAS AKHIR

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Ukuran populasinya

e = Margin error (Margin error berkisar antara 5 - 10 persen)

Dari hasil observasi awal, ditemukan bahwa kunjungan pelajar ke tempat-tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang menggunakan bus pariwisata dan atau mini bus. Bus pariwisata yang digunakan terdiri dari beberapa jenis, diantaranya yaitu bus dengan daya tambung 14 orang (mini bus), 31 orang, 39 orang, 45 orang, 55 orang, 59 orang dan 63 orang. Namun dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan bus pariwisata dengan kapasitas penumpang 63 orang. Hal ini dimaksudkan agar dapat mempermudah peneliti dalam menentukan jumlah responden.

Selanjutnya dalam menentukan banyaknya populasi, peneliti menentukan berdasarkan jumlah rata-rata pengunjung (pelajar SMA/K atau sederajat) yang berkunjung ke Malang Town Squer (Matos) selama 1 bulan. Dengan asumsi, jika rata-rata dalam 1 (satu) minggu jumlah pengunjung (SMA/K atau sederajat) berjumlah 2 bus pariwisata (kapasitas 63 orang), maka dalam 1 (satu) bulan jumlah pengunjung berjumlah 504 orang. Berdasarkan asumsi di atas, maka jumlah populasi yang digunakan untuk menentukan responden dalam penelitian ini dapat diketahui berdasarkan rumus *solvin*, yaitu:

Diketahui:

$$N = 504 \quad \text{maka:} \quad n = \frac{504}{1 + 504(0,1)^2} = 99,8$$

e = Margin error 10 % (0.1)

Jadi jumlah pelajar yang dibutuhkan sebagai responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.



$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

$n$  = Ukuran sampel yang dibutuhkan

$N$  = Ukuran populasinya

$e$  = Margin error (Margin error berkisar antara 5 - 10 persen)

Dari hasil observasi awal, ditemukan bahwa kunjungan belajar ke tempat-tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang menggunakan bus pariwisata dan mini bus. Bus pariwisata yang digunakan terdiri dari beberapa jenis, diantaranya yaitu bus dengan daya tampung 14 orang (mini bus), 31 orang, 39 orang, 45 orang, 55 orang, 59 orang dan 63 orang. Namun dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan bus pariwisata dengan kapasitas penumpang 63 orang. Hal ini dimaksudkan agar dapat mempermudah peneliti dalam menentukan jumlah responden.

Selanjutnya dalam menentukan banyaknya populasi, peneliti menentukan berdasarkan jumlah rata-rata pengujung (pelajar SMAK atau sederajat) yang berkunjung ke Malang Town Square (Mats) selama 1 bulan dengan asumsi jika rata-rata dalam 1 (satu) minggu jumlah pengujung (SMAK atau sederajat) berjumlah 2 bus pariwisata (kapasitas 63 orang), maka dalam 1 (satu) bulan jumlah pengujung berjumlah 204 orang. Berdasarkan asumsi di atas, maka jumlah populasi yang digunakan untuk menentukan responden dalam penelitian ini dapat diketahui berdasarkan rumus sebagai berikut:

Diketahui:

$$N = 204 \quad \text{maka:} \quad n = \frac{204}{1 + 204(0,1)^2} = 99,8$$

$e$  = Margin error 10% (0,1)

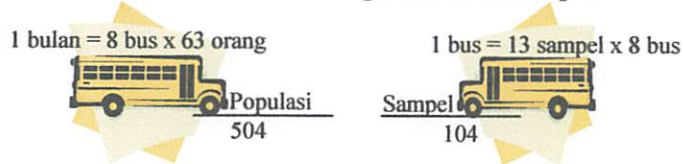
Jadi jumlah belajar yang dibutuhkan sebagai responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.



Dikarenakan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang adalah berkelompok (menggunakan bus pariwisata), dengan demikian masing-masing sampel diperoleh dari jumlah populasi bus pariwisata yaitu 63 orang. Jadi sampel dari masing-masing bus pariwisata adalah  $(63/504 \times 100) = 13$  orang.

Jumlah populasi dan sampel dapat ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 3.2. Jumlah Populasi dan Sampel



#### b. Metode Observasi

*Metode Observasi* adalah cara mengumpulkan data berdasarkan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik obyek wisata dan rekreasi di Kota Malang, dengan metode observasi informasi dapat dikumpulkan dari pengamatan fisik dan mekanis serta menyangkut situasi sosial tentang obyek wisata. Kebutuhan data yang diperoleh berupa data karakter fisik dasar obyek wisata, serta fisik binaan seperti kondisi dan keadaan fasilitas, jumlah fasilitas, serta masalah-masalah kegiatan dan aktifitas pelaku yang ada di obyek tersebut. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah data faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan pada saat peristiwa berlangsung.

#### 3.1.3 Survey Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari laporan hasil penelitian terdahulu, kepustakaan dan internet.

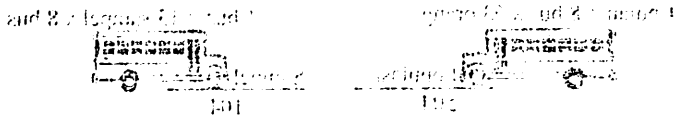
### 3.2 Metode Analisa

Tahap pengolahan dan analisis merupakan tahapan yang sangat penting dan menentukan keberhasilan penelitian. Langkah-langkah dalam tahapan ini adalah sebagai berikut:

Dikembangkan pelajar yang berujung ke Kota Malang adalah berkelompok (menggunakan bus pariwisata) dengan demikian masing-masing sampel diperoleh dari jumlah populasi bus pariwisata yaitu 63 orang. Jadi sampel dari masing-masing bus pariwisata adalah (63:304x100) = 13 orang.

Jumlah populasi dan sampel dapat ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 3.2. Jumlah Populasi dan Sampel



d. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara menggunakan dan memperhatikan pada pengamatan langsung terhadap objek fisik, kimia dan sosial di Kota Malang dengan metode observasi informasi dapat dikumpulkan dari pengamatan fisik dan mekanis serta menggunakan situasi sosial tentang objek wisata. Kemudian data yang diperoleh berupa data karakter fisik dasar objek wisata serta fisik lain seperti kondisi dan keadaan fasilitas jumlah fasilitas serta masalah-masalah kegiatan dan aktivitas objek yang ada di objek tersebut. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah data faktual dan aktual dalam artian data yang dikumpulkan pada saat observasi berlangsung.

3.1.3. Survey Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden tetapi dari pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari laporan hasil penelitian terdahulu, kepustakaan dan internet.

3.2. Metode Analisa

Tahap pengelohan dan analisis merupakan tahapan yang sangat penting dan menentukan keberhasilan penelitian. Langkah-langkah dalam tahapan ini adalah sebagai berikut:

### 3.2.1 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan-permasalahan yang di ajukan dalam penelitian.

- **Editing Data**

Adalah kegiatan memperbaiki kualitas data. Tujuannya yaitu menghilangkan keraguan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut. Atau dapat diartikan sebagai kegiatan meneliti kembali data yang telah dikumpulkan, selanjutnya menilai data yang telah dikumpulkan tersebut cukup baik atau relevan untuk diproses lebih lanjut.

- **Tabulasi**

Tabulasi merupakan proses penyusunan dan analisis data dalam bentuk tabel.

### 3.2.2 Tahap Analisis

Tahap berikut merupakan tahap yang dilakukan untuk mengambil suatu kesimpulan rencana, adapun alat analisa yang akan digunakan yaitu:

1. **Analisa hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan pelajar. Dilakukan dengan mengklasifikasikan kategori jawaban dari quisioner yang ditujukan pada masing-masing kelompok sasaran. Secara garis besar dari kategori jawaban tersebut mewakili perilaku pengunjung dan sikap pengunjung dalam menanggapi keberadaan produk wisata yang ditawarkan. Baik tanggapan positif maupun negatif dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses merumuskan konsep wisata di Kota Malang yang tentu dapat memberikan dampak yang positif.**

Analisa hasil quisioner dilakukan dengan membuat tabulasi dari tiap-tiap variabel yang ditanyakan kepada responden kemudian diprosentasekan berdasarkan hasil quisioner. Analisa ini dilakukan menggunakan distribusi frekuensi untuk menunjukkan berapa banyaknya kategori atau nilai dari

3.2.1 Tahap Pengolahan Data

Tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa keputusan-keputusan yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan-permasalahan yang di ajukan dalam penelitian.

• Editing Data

Adalah kegiatan memperbaiki kualitas data. Tujuannya yaitu meningkatkan ketepatan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut. Akan tetapi disamping sebagai kegiatan memfiksi kembali data yang telah dikumpulkan selanjutnya menjadi data yang telah dikumpulkan tersebut cukup baik akan relevan untuk diproses lebih lanjut.

• Tabulasi

Tabulasi merupakan proses penyusunan dan analisis data dalam bentuk tabel.

3.2.2 Tahap Analisis

Tahap berikut merupakan tahap yang dilakukan untuk mengambili suatu kesimpulan tentang objek yang diteliti yang akan digunakan yaitu:

1. Analisis hubungan antara asal belajar/penjurung dengan motivasi kurangnya tempat yang disesangi dan asutan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan belajar. Dilakukan dengan mengklasifikasi kategori jawaban dan keputusan yang ditunjukkan pada masing-masing kelompok sasaran. Secara garis besar kategori jawaban tersebut memiliki perilaku penjurung dan sikap penjurung dalam menganggapi keberadaan produk wisata yang ditawarkan. Baik tanggapan positif maupun negatif dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses menentukan konsep wisata di Kota Malang yang tentu dapat memberikan dampak yang positif.

Analisis hasil keputusan dilakukan dengan membuat tabulasi dari tiap-tiap variabel yang ditanyakan kepada responden kemudian diproses/analisis berdasarkan hasil keputusan. Analisa ini dilakukan menggunakan distribusi frekuensi untuk menunjukkan berapa banyaknya kategori atau nilai dari

## LAPORAN TUGAS AKHIR

suatu variabel yang didapatkan dari responden. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Df = \frac{n}{Tn} \times 100\%$$

Dimana:

Df : Distribusi frekuensi

n : Jumlah responden

Tn : Total responden

Analisa ini menjadi pertimbangan untuk menentukan zoning dan bentuk atraksi yang seharusnya dikembangkan dalam konteks pemenuhan kebutuhan wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar.

Analisis ini dilakukan dengan merujuk pada jumlah responden quisioner yang telah disebar. Dalam menghitung hubungan/korelasi antar variabel, peneliti menggunakan rumus *Koefisien Kontingensi*. Rumus ini adalah sebagai berikut<sup>6</sup>:

$$C = \sqrt{\frac{x^2}{N + x^2}}$$

Dengan rumus Chi Kuadrat:

$$x^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

N = total banyaknya observasi

c = koefisien kontingensi

r = banyaknya baris pada tabel kontingensi (*crosstabulation*)

k = banyaknya kolom pada tabel kontingensi (*crosstabulation*)

i = 1, 2, ..., baris

j = 1, 2, ..., kolom

$O_{ij}$  = data observasi baris ke-i, kolom ke-j pada tabel kontingensi

$E_{ij}$  = nilai frekuensi harapan keij untuk  $O_{ij}$

$x^2$  = Chi-square hasil perhitungan

Dimana hipotesis statistik yang diajukan dalam analisa ini adalah:

$H_0$  : Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan.

$H_a$  : Ada hubungan yang positif dan signifikan.

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara yang memerlukan pengujian lanjut terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk menguji kebenaran hipotesis dilakukanlah pengumpulan data. Dalam statistika yang diuji adalah hipotesis nol. Hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel). Lawan dari

<sup>6</sup> Sugiyono, 2006, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, Hal 224



suatu variabel yang dibagikan dari responden. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$DF = \frac{n}{m} \times 100\%$$

Dimana:

- DF : Distribusi frekuensi
- n : jumlah responden
- m : Total responden

Analisis ini menjadi pertimbangan untuk menentukan zoning dan bentuk akses yang seharusnya dikembangkan dalam konteks pemerataan kebutuhan wisata berdasarkan pangsa pasar belajar. Analisis ini dilakukan dengan merujuk pada jumlah responden disektor yang telah dibagikan. Dalam menghitung bobung, orlatasi atau variabel, peneliti menggunakan rumus Koefisien Kontingensi. Rumus ini adalah sebagai berikut:

$$K^2 = \frac{\sum_{i=1}^k \frac{O_{ij} - E_{ij}}{E_{ij}}}{\sum_{i=1}^k \frac{O_{ij} + E_{ij}}{E_{ij}}}$$

Dengan rumus Chi Kuadrat

- $N$  = total banyaknya observasi
- $c$  = koefisien kontingensi
- $r$  = banyaknya baris pada tabel kontingensi (observasi)
- $k$  = banyaknya kolom pada tabel kontingensi (observasi)
- $i = 1, 2, \dots, k$
- $j = 1, 2, \dots, k$
- $O_{ij}$  = data observasi baris ke- $i$  kolom ke- $j$  pada tabel kontingensi
- $E_{ij}$  = nilai frekuensi harapan ke- $i$  baris ke- $j$
- $\chi^2$  = Chi-square hasil perhitungan

Dimana hipotesis adalah yang diujikan dalam analisis ini adalah:

- $H_0$  : Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan.
- $H_a$  : Ada hubungan yang positif dan signifikan.

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara yang menentukan pengujian lanjut terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk menguji kebenaran hipotesis dilakukanlah pengumpulan data. Dalam statistika yang diuji adalah hipotesis nol. Hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistika (data sampel). Parameter dari

<sup>0</sup> Sugiono, 2006. Statistika Untuk Para Sarjana, Alfabeta, Bandung, Hal 234

hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah hipotesis alternatif/kerja ( $H_a$ ), yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik<sup>7</sup>.

Inti dari perbedaan antara  $H_a$  dan  $H_0$  yaitu hipotesis alternatif/kerja dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif. Misalnya  $H_0$  dinyatakan tidak terdapat hubungan dan  $H_a$  terdapat hubungan.

## 2. Analisa Obyek Wisata Kota Malang

Pada tahap ini, analisa dilakukan untuk mengetahui gambaran atau karakteristik obyek wisata yang ada di Kota Malang dan selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan tipe/jenis obyek wisata yang dapat memberikan gambaran secara deskriptif mengenai potensi pengembangan obyek wisata di Kota Malang.

## 3. Analisa kebutuhan produk wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar.

Berdasarkan analisis pada tahap ini, diperoleh mengenai potensi, permasalahan, serta prospek pengembangan pada lokasi studi. Dengan memetakan ketiga hal tersebut maka dapat dengan mudah untuk mengelaborasi sejumlah gagasan yang merespon ketiganya. Tanggapan ini (*design respon*) selanjutnya akan dikembangkan menjadi arahan kebutuhan produk wisata di Kota Malang.

## 4. Analisa Hubungan Fungsional Produk Wisata

Merupakan penelaahan hubungan secara makro dan menyeluruh dari suatu produk wisata sebagai suatu sistem yang seharusnya ditawarkan kepada wisatawan pelajar, termasuk akses berupa jaringan jalan utama (penghubung antar wilayah), sehingga diperoleh kondisi/karakteristik serta kemudahan pencapaian tujuan wisata dan rekreasi.

---

<sup>7</sup> Dikutip dari: <http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/03/24/hipotesis/>

hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Uji t dilakukan untuk mengetahui perbedaan antara  $H_0$  dan  $H_1$  yaitu hipotesis alternatif. Uji t dilakukan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif. Misalnya  $H_0$  dinyatakan tidak terdapat perbedaan dan  $H_1$  terdapat perbedaan.

2. Analisis Objek Wisata Kota Malang

Terdapat tiga analisis dilakukan untuk mengetahui gambaran umum karakteristik objek wisata yang ada di Kota Malang dan selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan tipe objek wisata yang dapat memberikan gambaran secara deskriptif mengenai potensi pengembangan objek wisata di Kota Malang.

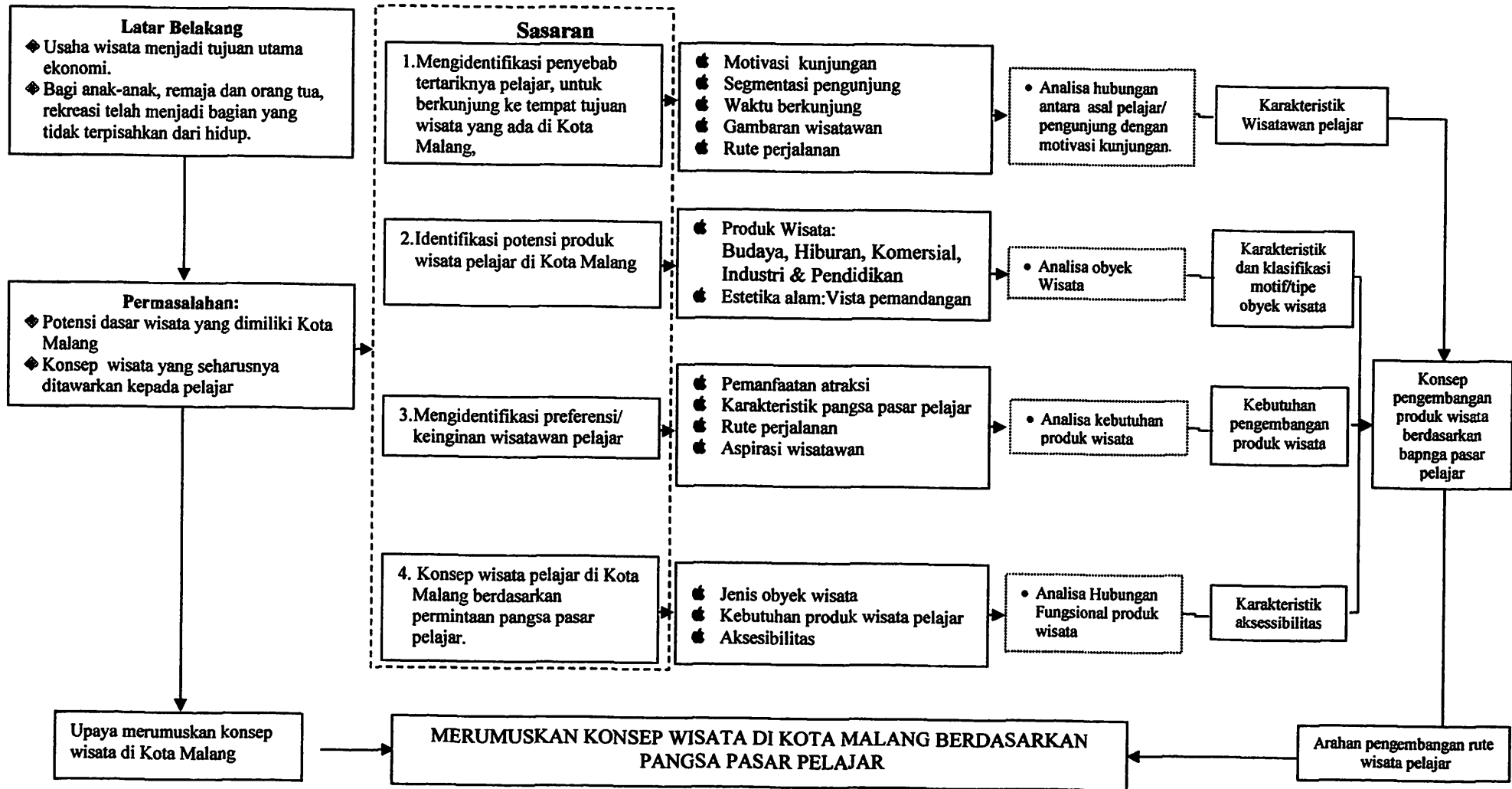
3. Analisis kebutuhan produk wisata berdasarkan pasar belajar

Berdasarkan analisis pada tahap ini diperoleh mengenai potensi permasalahan serta prospek pengembangan pada lokasi studi. Dengan demikian ketiga hal tersebut maka dapat digambarkan untuk mengetahui sejumlah gagasan yang merupakan tanggapan ini (*ide-gya*) selanjutnya akan dikembangkan menjadi arahan kebutuhan produk wisata di Kota Malang.

4. Analisis Hubungan Pengembangan Produk Wisata

Melakukan penelitian hubungan secara makro dan mikro dari suatu produk wisata sebagai suatu sistem yang sebenarnya menawarkan kepada wisatawan belajar termasuk akses berupa jaringan jalan utama (penghubung antar wilayah) sehingga diperoleh karakteristik serta kemandirian perjalanan tujuan wisata dan rekreasi.

### 3.3 Kerangka Kerja



## **BAB IV GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini peneliti ingin memberikan gambaran baik secara makro maupun mikro terhadap wilayah studi yang dimaksudkan dalam penelitian ini. Adapun pembahasan dalam bab ini adalah tentang gambaran umum kota Malang, gambaran umum lokasi studi dan hasil rekapan kuesioner.

### **4.1. Gambaran Umum Kota Malang**

Kota Malang berada dibagian selatan Indonesia dan di bagian timur pulau Jawa dengan ketinggian 500 meter di atas permukaan laut. Kota Malang yang berdiri pada tanggal 1 April 1914 memiliki 3 cita-cita luhur untuk menjadi lebih baik, cita-cita yang dikenal dengan sebutan Tri Bina Cita Kota Malang, yaitu Kota Pelajar/Pendidikan, Kota Industri, dan Kota Pariwisata.

Nama "Malang" berasal dari Candi Malang Kucecwara, sebuah candi yang terletak di kaki Gunung Buring, di timur kota Malang. Candi tersebut dibangun pada abad ke-15.

Kota Malang seperti halnya 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 masih berbekas hingga sekarang, Misalnya Ijen Boulevard dan kawasan sekitarnya. Pada mulanya 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 disana untuk bernostalgia.

Tahun 1879, di kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu kota Malang berkembang dengan pesatnya. Berbagai kebutuhan masyarakat pun semakin meningkat terutama ruang gerak dalam melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun



## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi lahan mengalami perubahan sangat pesat, seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.

Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak pada posisi  $112.06^{\circ} - 112.07^{\circ}$  Bujur Timur ,  $7.06^{\circ} - 8.02^{\circ}$  Lintang Selatan dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kec. Singosari dan Kec. Karangploso Kab. Malang.
- Sebelah Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang Kab Malang.
- Sebelah Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang
- Sebelah Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau Kab Malang.

Luas wilayah Kota Malang sebesar  $110.06 \text{ Km}^2$  yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, dan Lowokwaru (lebih jelasnya lihat peta 2.1). Potensi alam yang dimiliki Kota Malang adalah letaknya yang cukup tinggi yaitu 440 – 667 meter di atas permukaan air laut. Salah satu lokasi yang paling tinggi adalah Pegunungan Buring yang terletak di sebelah barat Kota Malang. Dari atas pegunungan ini terlihat jelas pemandangan yang indah antara lain dari arah Barat terlihat barisan Gunung Kawi dan Panderman, sebelah utara Gunung Arjuno, sebelah Timur Gunung Semeru dan jika melihat ke bawah terlihat hamparan Kota Malang, sedangkan sungai yang mengalir di Wilayah Kota Malang adalah Sungai Berantas, Amprong, dan Bango.

Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2011 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara  $22,8^{\circ}\text{C}$  sampai  $25,2^{\circ}\text{C}$ . Sedangkan suhu maksimum mencapai  $32,6^{\circ}\text{C}$  dan suhu minimum  $17,2^{\circ}\text{C}$ . Rata-rata kelembaban udara berkisar 70% - 78%, dengan kelembaban maksimum 97% dan minimum mencapai 32%. 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 Januari, Pebruari, Maret dan Desember. Sedangkan pada bulan Juni, Juli dan Agustus sudah tidak ada terjadi hujan.





## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Dari lima kecamatan yang ada, terbagi atas 57 desa/kelurahan, 509 unit RW dan 3783 unit RT (dari hasil Registrasi Penduduk). Berdasarkan klasifikasi dari kemampuan desa/kelurahan dalam membangun wilayahnya tercatat seluruh desa/kelurahan masuk ke dalam kategori desa Swa Sembada. Artinya hampir seluruh desa/kelurahan yang ada telah mampu menyelenggarakan pemerintahannya dengan mandiri. Dalam menyelenggarakan pemerintahan, aparatur pemerintah sebagai abdi Negara dan abdi masyarakat mempunyai peran yang penting menyelenggarakan berbagai tugas baik itu tugas-tugas umum pemerintahan, tugas pembangunan maupun dalam tugas dalam pelayanan kepada masyarakat (publik).

Visi pengembangan Kota Malang tertuang dalam *sasanti* berbunyi “*Tri Bina Cita Kota Malang*”, yang terdiri atas: (1) Malang Kota Pendidikan, (2) Malang Kota Pariwisata, dan (3) Malang Kota Industri. Visi pengembangan Kota Malang tersebut tentu punya cukup alasan. Semenjak masa Pemerintahan Hindia-Belanda (Nederlandsche-Indie), Kota Malang telah tampil sebagai sentra pendidikan, pariwisata dan industri yang penting di wilayah Jawa Timur.

### 4.1.1. TriBina Cita Kota Malang

Kadipaten Malang adalah singkatan dari KAwasan pendiDIkan PAriwisata dan poTensi INdustri Kota Malang tak lain halnya adalah TRIBINA CITA MALANG yang menjadi ciri khas dan daya tarik dari Kota Malang. Diantara deskripsi Kadipaten Malang tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut<sup>1</sup>:

#### a). Malang Sebagai Kota Pendidikan

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 umumnya.

---

<sup>1</sup> Dikutip dari: [http://blog-smktelkomsp.malangkota.go.id/?page\\_id=9](http://blog-smktelkomsp.malangkota.go.id/?page_id=9)

Dari lima kecamatan yang ada terbagi atas 27 desa/kelurahan. 209 unit RW dan 3782 unit RT (dari hasil Registrasi Penduduk). Berdasarkan klasifikasi dari kemampuan desa/kelurahan dalam membangun wilayahnya tercantum seluruh desa/kelurahan masuk ke dalam kategori desa 2700. Berbagai upaya hampir seluruh desa/kelurahan yang ada telah mampu menyejahterakan pemerintahannya dengan memadai. Dalam menyejahterakan pemerintahan aparat pemerintah sebagai abdi Negara dan abdi masyarakat mempunyai peran yang penting menyejahterakan berbagai tugas baik itu tugas-tugas umum pemerintahan, tugas pembangunan maupun tugas dalam bidang pekerjaan khusus masyarakat (publik).

Visi pengembangan Kota Malang tertuang dalamzewa kerangka 7M (Mata Cita Kota Jember), yang terdiri atas: (1) Jalang Kota Pendidikan, (2) Malang Kota Pariwisata, dan (3) Malang Kota Industri. Visi pengembangan Kota Malang tersebut tentu punya cukup alasan. Semangat masa Kemerdekaan Hindia-Belanda (Nederlandsch-Indië) Kota Malang telah tumbuh sebagai semangat pendidikan, pariwisata dan industri yang penting di wilayah Jawa Timur.

4.1.1. **Trihinia Cita Kota Malang**

Kabupaten Malang adalah singkatan dari kawasan pendidikan pariwisata dan potensi Industri Kota Malang tak lain halnya adalah TRIHINIA CITA MALANG yang menjadi ciri khas dan daya tarik dari Kota Malang. Di antara deskripsi Kabupaten Malang tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) **Malang Sebagai Kota Pendidikan**

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 menjadi mitra dengan lembaga pendidikan dan tinggi baik dalam bidang pengkajian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dalam pengembangan kualitas Kota Malang utamanya.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

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 (transportasi) 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.

### b). Malang Sebagai Kota Pariwisata

Dengan potensi alam 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,

Kota Malang dipertahankan oleh berbagai sekolah. Kampus perguruan tinggi, lembaga pendidikan non formal atau tempat-tempat kursus serta sejumlah bondok pesantren. Selain itu juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang cukup memadai seperti tempat pemondokan, toko buku, super market, plaza pusat pemerintahan, kesehatan masyarakat serta fasilitas penunjang lainnya yang tak kalah penting adalah adanya angkutan umum (transporasi) yang tersedia ke berbagai kota (memiliki 22 jalur). Yang menghubungkan 3 (tiga) terminal yang ada di Kota Malang, yaitu terminal Aljosani (arah Surabaya), terminal Gedung (arah Blitar), terminal Kadugasan (arah Lomban/Kediri). Krisis ekonomi yang berkembang menimbulkan dampak ekonomi yang sangat berat bagi warga Kota Malang. Hal ini ditandai dengan meningkatnya angka pengangguran dan menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Jumlah dengan segala kesulitan dan semangat memajukan dan kedua Tahun Yang Maha Kuasa maka krisis yang berkembang ini sedikit-demi sedikit dapat teratasi. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi krisis tersebut antara dengan menciptakan lapangan kerja dan usaha yang seluas-luasnya serta menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar kerja.

b) *Malang Sebagai Kota Pariwisata*

Dengan potensi alam yang dimiliki oleh Kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan-bangunan kuno bersejarah Belanda, Kota Malang layak menjadi rujukan 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 semakin tidak ada lagi lahan yang tersisa di Kota Malang. Di era ekonomi daratan dan era globalisasi saat ini upaya pengembangan di segala bidang yang telah dilaksanakan merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi dan peran Kota Malang dalam pertumbuhan hubungan antar Kota antar Provinsi.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

maupun antar Bangsa. Sekaligus merupakan sebuah peluang dan harapan yang bisa memberi manfaat bagi masyarakat Kota Malang sendiri

### c). Malang Sebagai Kota Industri

Kota Malang 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.

Dengan slogan Tribina Citra Kota Malang, kota ini makin memacu dirinya untuk memajukan pembangunan di segala bidang. Industri-industri seperti industri keramik, tempe, meubel, dan banyak lagi berkembang dengan suburnya. Kemajuan sektor pendidikan pun telah diakui secara nasional. Terbukti dengan banyaknya siswa dari luar Malang yang “menyerbu” lembaga-lembaga pendidikan di kota ini. Julukan “Malang Kota Pendidikan” semakin mengukuhkan fakta tersebut. Sektor ekonomi pun semakin menggeliat dan melaju pesat. Fasilitas-fasilitas publik diperbanyak dan dijamin memanjakan masyarakat. Mall, pusat perbelanjaan, klinik dan rumah sakit, perpustakaan, toko buku, dan fasilitas lainnya.

#### 4.1.2. Potensi Kota Malang

Kota Malang dikenal dengan berbagai sebutan, antara lain Kota Dingin, Kota Apel, Paris van Java, Kota Pendidikan, dan Kota Sejarah. Disebut kota dingin karena hawa di kota ini sejuk. Iklim tersebut membuat Kota Malang mendapatkan banyak simpati dari masyarakat Jawa Timur, Indonesia, bahkan manca negara untuk berwisata.

mapan antar bangsa. Sehingga merupakan sebuah peluang dan harapan yang

bisa menjadi manfaat bagi masyarakat Kota Malang sendiri

c) Malang Sebagai Kota Industri

Kota Malang sangat dikenal dengan industri rokok kreteknya. Diversifikasi produk industri kopi dan menengah yang mulai bergairah sejak pertumbuhannya krisis ekonomi masih memberikan tantangan dalam hal peningkatan mutu teknis dan penanaman modal untuk memperoleh pertumbuhan pembangunan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan serta untuk keberembangannya di masa mendatang. Sedangkan industri besar yang ada di Kota Malang masih perlu adanya wahana untuk dipertukarkan secara luas sehingga semakin mendukung produktivitas Kota Malang sebagai Kota Industri.

Dengan slogan *Citra Kota Malang, Kota ini makin memacu dirinya* untuk memajukan pembangunan di segala bidang, industri-industri seperti industri keramik, tempa, mebel, dan banyak lagi berkembang dengan suburnya. Kemajuan sektor pendidikan pun telah diakui secara nasional. Terbutuh dengan banyaknya siswa dari luar Malang yang "menyerbu" lembaga-lembaga pendidikan di kota ini, tolakan "Malang Kota Pendidikan" semakin mengukuhkan fakta tersebut. Sektor ekonomi pun semakin menggeliat dan melaju pesat. Fasilitas-fasilitas publik dipertanyakan dan dijamin memajukan masyarakat. Mall, pusat perbelanjaan, klinik dan rumah sakit, perumahan, toko buku dan fasilitas lainnya.

4.1.2. Potensi Kota Malang

Kota Malang dikenal dengan berbagai sebutan antara lain Kota Dingin, Kota Apel, Paris van Java, Kota Pendidikan dan Kota Segiempat. Disebut kota dingin karena lawa di kota ini sejuk. Iklim tersebut membuat kota Malang mendapatkan banyak simpati dan masyarakat Jawa Timur Indonesia bahkan manca negara untuk betah di sana.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Adapun potensi yang dimiliki Kota Malang, yaitu<sup>2</sup>:

- a). *Paris of East Java*, karena kondisi alamnya yang indah, iklimnya yang sejuk dan kotanya yg bersih, bagaikan kota "PARIS"-nya Jawa Timur.
- b). *Kota Pesiar*, kondisi alam yang elok dan menawan, bersih, sejuk, tenang dan fasilitas wisata yang memadai merupakan ciri-ciri sebuah kota tempat berlibur.
- c). *Kota Peristirahatan*, suasana kota yang damai sangat sesuai untuk beristirahat, terutama bagi orang luar kota Malang, baik sebagai turis maupun dalam rangka mengunjungi keluarga.
- d). *Kota Pendidikan*, situasi kota yang tenang, penduduknya ramah, harga makanan yang relatif murah dan fasilitas pendidikan yang memadai sangat cocok untuk belajar/menempuh pendidikan. Sedikitnya ada lima universitas negeri yang berdiri di Malang: Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Malang, Politeknik Negeri Malang, Politeknik Negeri Kesehatan Malang dan puluhan atau mungkin ratusan PTS.
- e). *Kota Sejarah*, sebagai kota yang menyimpan misteri embrio tumbuhnya kerajaan-kerajaan besar seperti Singosari, Kediri, Mojopahit, Demak dan Mataram. Di kota Malang juga terukir awal kemerdekaan Republik bahkan kota Malang tercatat masuk nominasi akan dijadikan Ibukota Negara Republik Indonesia.
- f). *Kota Bunga*, cita-cita yang merebak dihati setiap warga kota senantiasa menyemarakkan sudut kota dan tiap jengkal tanah warga dengan warna-warni bunga.

### 4.1.3. Penduduk dan Sosiologi

Penduduk dan sosiologi yang dimaksudkan mencakup jumlah, komposisi, agama, seni dan budaya, bahasa dan pendatang, yaitu<sup>3</sup>:

#### a). Jumlah

Kota Malang memiliki luas 124.456 Km. persegi, dihuni oleh 700.000 warganya. Kepadatan penduduk mencapai 5.000 - 12.000 jiwa per

---

<sup>2</sup> Dikutip dari: [http://www.indonesiawisata.com/Obyek\\_Wisata/Jawa\\_Timur/Malang/Malang.htm](http://www.indonesiawisata.com/Obyek_Wisata/Jawa_Timur/Malang/Malang.htm)

<sup>3</sup> *Ibid*



- Adapun potensi yang dimiliki Kota Malang, yaitu:
- Pairs of East Java, karena kondisi alamnya yang indah, iklimnya yang sejuk dan kotanya yg bersih, bagaikan kota "PARIS"-nya Jawa Timur.
  - Kota Besaw, kondisi alam yang elok dan menawan, bersih, sejuk, tenang dan fasilitas wisata yang memadai merupakan ciri-ciri sebuah kota tempo dahulu.
  - Kota Pesisir, suasana kota yang damai sangat sesuai untuk beristirahat, terutama bagi orang luar Kota Malang, baik sebagai turis maupun dalam rangka mengunjungi keluarga.
  - Kota Pendidikan, situasi kota yang tenang, penduduknya tamah, harga makanan yang relatif murah dan fasilitas pendidikan yang memadai sangat cocok untuk belajar/menempuh pendidikan. Sekelilingnya ada lima universitas negeri yang berdiri di Malang: Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Malang, Politeknik Negeri Malang, Politeknik Negeri Kesehatan Malang dan puluhan atau mungkin ratusan PTS.
  - Kota Sewah, sebagai kota yang menyimpan misteri empu tuannya kerajaan-kerajaan besar seperti Singosari, Kediri, Mojopahit, Demak dan Mataram. Di kota Malang juga terdapat awal kemerdekaan Republik bakan kota Malang tercatat masuk nominasi akan dijadikan Ibukota Negara Republik Indonesia.
  - Kota Bawa, cita-cita yang merobek dibati setiap warga kota semaksimalnya menyematkan sudu kota dan tiap jengkal tanah warga dengan warna-warni bunga.

#### 4.1.3. Penduduk dan Sosiologi

Penduduk dan sosiologi yang dimaksudkan mencakup jumlah, komposisi, agama, seni dan budaya, bahasa dan pendatang, yaitu:

- Jumlah
- Kota Malang memiliki luas 124456 Km. persegi, dibagi oleh 700.000 warganya. Kepadatan penduduk mencapai 5.000 - 12.000 jiwa per





## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

kilometer persegi dengan tingkat pertumbuhan 3.9 % per tahun. Tersebar di 5 Kecamatan (Klojen, Blimbing, Kedungkandang, Sukun dan Lowokwaru), 47 Kelurahan, 10 Desa, 442 RW dan 3.208 RT

### b). 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)

### c). 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

### d). Seni dan 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 Tengahan (Solo, Yogya), Jawa Timur-Selatan (Ponorogo, Tulungagung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi).

### e). 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

kilometer persegi dengan tingkat pertumbuhan 3,9 % per tahun. Terdapat 41 5 Kecamatan (Klajan, Blimbing, Kebongkandang, Sukun dan Plosoke/mo), 47 Kelurahan (10 Desa, 443 RW dan 3.208 RT

b). Komposisi

Etik masyarakat Malang tergolong terkemuka sebagai suku bekarya karena luas dan banyak dengan identitasnya sebagai Arab Malangan (ARABIA). Komposisi penduduk yang berasal dari berbagai etnik (terutama suku Jawa) adalah sebagai berikut: 1. Jawa dan Cina

c). Agama

Masyarakat Malang sebagian besar adalah penduduk Islam kemudian Kristen, Katolik dan sebagian kecil Hindu dan Buddha. Untuk sebagian di Kota Malang terkonsentrasi dalam satu daerah dan sebagian lainnya tersebar. Bangunan tempat ibadah yang telah berdiri semesta jaman kolonial antara lain Masjid Jami (Masjid Agung, Gereja) (Aman, Kertanegara dan Jono) serta Klenteng di Kota Lama. Selain itu menjadi pusat pendidikan masyarakat dengan berbagai perguruan dan sekolah. Untuk itu juga sudah terkonsentrasi di seluruh masyarakat

d). Seni dan Budaya

Masyarakat etnik dan budaya yang dimiliki Kota Malang berpengaruh terhadap kesenian tradisional yang ada. Pada seni yang telah terbentuk adalah Tari Topeng, namun seni kesenian tradisional telah mengalami modernisasi. Gaya kesenian ini adalah sebagai penelitian gaya kesenian Jawa Tengah (Solo, Yogyakarta, Jawa Timur-Sleman) (Ponorego, Tulungagung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi).

e). Bahasa

Bahasa Jawa dialek Jawa Timur dan bahasa Melayu adalah bahasa sehari-hari masyarakat Malang. Perkembangan bahasa Melayu adalah bahasa yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Selain itu bahasa Jawa dialek Malang menjadi bahasa komunikasi sehari-hari. Selain itu bahasa Jawa dialek Malang juga merupakan bahasa yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari.

## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

kasar umumnya. Hal menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa-basi

f). **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.

### **4.1.4. Sekilas Tentang Wisata di Kota Malang**

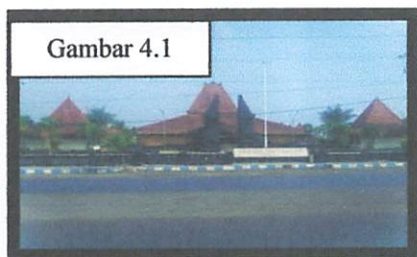
Saat ini Kota Malang selain merupakan tujuan utama wisata juga sebagai tempat persinggahan/transit bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Kebanyakan lokasi wisata di Jawa Timur berada di wilayah eks Karesidenan Malang (sekarang wilayah Pembantu Gubernur di Malang). Terutama di wilayah Kabupaten Malang dan Kotatiff Batu, namun fasilitas pariwisata terlengkap ada di Pusat Kota Malang. Maka Kota Malang telah mantap menjadikan wilayahnya sebagai tempat bermukim sementara bagi para turis mancanegara dan domestik. Sebagai Kota Kenangan bagi turis Eropa terutama Belanda Kota Malang masih tetap sebagai primadona karena banyak peninggalan gedung/bangunan, taman khas warisan kolonial serta tempat bersejarah lainnya tetap dilestarikan oleh Pemerintah Kota Malang.

Untuk memudahkan pengunjung wisata, di Kota Malang telah tersedia berbagai fasilitas penunjang bertaraf nasional dan internasional seperti hotel, tempat hiburan, rumah makan, valuta asing, tourist guide, travel biro, sarana transportasi, pos dan telekomunikasi, instansi pariwisata, pelayanan umum dan keamanan. Sementara itu, obyek wisata dan rekreasi yang ada di Kota Malang sangat beragam, baik wisata budaya dan sejarah, wisata kuliner, wisata belanja, taman rekreasi, dan sebagainya. Beberapa obyek wisata di Kota Malang yang dimaksud antara lain adalah:



## LAPORAN TUGAS AKHIR

### 1. Taman Krida Budaya



Taman Krida Budaya yang berada di Jl. Soekarno Hatta merupakan sarana apresiasi budaya Jawa Timur, di tempat ini sering ditampilkan aneka budaya khas Jawa Timur seperti Ludruk, Ketoprak, Wayang Orang, Wayang Kulit, Reog, Kuda Lumping, Sendra tari, saat ini bertambah kesenian baru yang kian berkembang pesat di kota Malang yaitu kesenian "BANTENGAN" kesenian ini merupakan hasil dari kreatifitas masyarakat asli malang, sejak dahulu sebenarnya kesenian ini sudah dikenal oleh masyarakat malang namun baru sekaranglah "BANTENGAN" lebih dikenal oleh masyarakat tidak hanya masyarakat lokal namun juga luar daerah bahkan mancanegara<sup>4</sup>.

### 2. Festival Malang Kembali/Malang Tempo Doeloe (MTD)



Malang Kembali merupakan salah satu agenda rutin tahunan, yang sekaligus diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang. Malang Kembali atau yang lebih terkenal dengan Malang Tempo Doeloe ini digelar di sepanjang Jalan Ijen. Acara ini menghadirkan berbagai pertunjukan, pameran, gelar budaya, pasar rakyat, dan workshop.

### 3. Ijen Boulevard



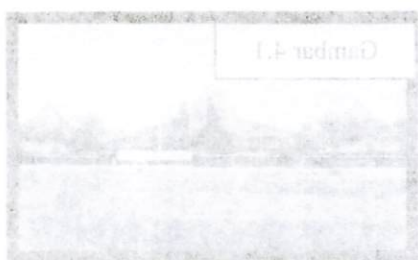
*Ijen Boulevard* yang terletak di Jalan Ijen Kota Malang, begitu indah dan sejuk dipandang mata. Dahulunya komplek bangunan di Jalan Ijen ini sangat kental dengan bangunan Belanda pada umumnya. Namun sayangnya keadaan bangunan banyak yang mulai berubah seiring perkembangan jaman.

<sup>4</sup> Dikutip dari: <http://wisatadanbudaya.blogspot.com/2010/02/kota-malang.html>



## 1. Taman Krida Budaya

Taman Krida Budaya yang berada di Jl. Soekarno Hatta merupakan sarana apresiasi budaya Jawa Timur di tempat ini sering ditampilkan aneka budaya khas Jawa Timur seperti Ludruk, Ketoprak, Wayang Orang, Wayang Kulit, Kecog, Kuda Lumping, Sendra tari, saat ini pertunjukan kesenian baru yang kian berkembang pesat di kota Malang yaitu kesenian "BANTENGAN" kesenian ini merupakan hasil dari kreatifitas masyarakat asli Malang, sejak dahulu sebenarnya kesenian ini sudah dikenal oleh masyarakat Malang namun baru belakangan "BANTENGAN" lebih dikenal oleh masyarakat tidak hanya masyarakat lokal namun juga luar daerah bahkan mancanegara.<sup>4</sup>



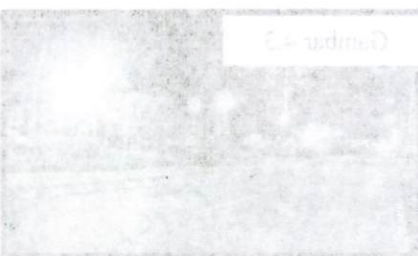
## 2. Festival Malang Kembali (MTD)

Malang Kembali merupakan salah satu agenda rutin tahunan yang sekaligus diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang. Malang Kembali atau yang lebih terkenal dengan Malang Tempo Doeloe ini digelar di sepanjang jalan Jln. Aca ini menghadirkan berbagai pertunjukan pameran, gelar budaya, pasar rakyat, dan workshop.



## 3. Jln Boulevard

Jln Boulevard yang terletak di Jalan Jln Kota Malang, begitu indah dan sejuk dipandang mata. Dahuluanya kompleks perumahan di jalan Jln ini sangat kental dengan bangunan Belanda pada umumnya. Namun sayangnya keadaan bangunan banyak yang mulai berubah seiring perkembangan jaman.



<sup>4</sup> Dikutip dari <http://wisatabudaya.blogspot.com/2010/02/kota-malang.html>



## LAPORAN TUGAS AKHIR

### 4. Museum Brawijaya



Museum yang terletak di Jl. Ijen No.25 ini diresmikan pada tanggal 04 Mei 1968 oleh Kolonel Pur. Dr. Soewondo. Terkenal dengan nama *CITTA UTTHAPANA CAKRA* yang berarti Api Penyebar Semangat dengan luas area mencapai 6825 m<sup>2</sup>, terbagi atas 2 area utama, yaitu area pameran dan perkantoran<sup>5</sup>. Di museum Brawijaya kita dapat melihat peninggalan-peninggalan perjuangan tahun 1945 dan orde Baru yang dilengkapi dengan deskripsi dari masing-masing peninggalan tersebut.

### 5. Mall Olympic Garden, terletak di jalan Kawi



MOG merupakan mall termuda yang berada di jalan Kawi No.24 Kota Malang. Mall yang dibuka pada tahun 2008 ini, hadir dengan beberapa tenant terkenal seperti Giant, Ace Hardware, dan beberapa fast food terkenal yang sebelumnya belum ada di Kota Malang. Banyak tempat makan favorit terdapat di sekitar MOG, misalnya Ayam Goreng Tenes, Ayam Goreng Pemuda, dan Pusat Kaki Lima di Jalan Semeru yang ada pada malam hari.

### 6. Malang Town Square, terletak di jalan Veteran



Malang Town Square (Matos) terletak di kawasan Malang kota, dekat dengan kampus Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang tepatnya di jalan Veteran Malang. Gerai terbesar adalah Matahari Department Store dan Fast Food. Sebagaimana plaza umumnya, tawaran menarik berbagai jenis item misalnya Sepatu, Accesories, Tas, Boutique, Garment, Kosmetik, Fast Food, dapat diperoleh di Matos. Matos dilengkapi dengan gedung bioskop sebanyak dua buah tempat bermain anak-anak *Time*

<sup>5</sup> Dikutip dari: <http://wisatadanbudaya.blogspot.com/2009/10/museum-brawijaya-malang.html>

... ..

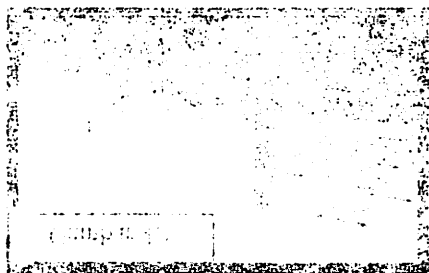
... ..



... ..

... ..

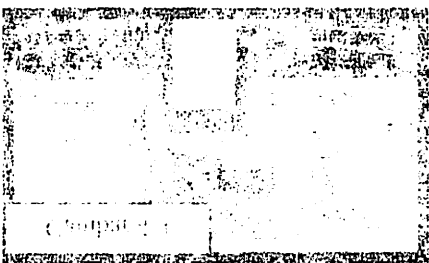
... ..



... ..

... ..

... ..



... ..

... ..



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Zone yang terdiri dari 3 lantai yang masing-masing menyediakan selain *Department Store* ialah gerai makanan dan minuman, *Fashion*, Perhiasan, Tas, Elektronik, kamera, *Mobile Phones*, dan Sport.

### 7. Kawasan Pusat Perbelanjaan Malang Plaza, Gajah Mada Plaza, Mitra I Department Store, Ramayana, Matahari Dept store dan Pasar Besar Kota Malang.

Kawasan wisata belanja ini berada di pusat Kota Malang dan merupakan tempat wisata belanja yang ramai dikunjungi oleh para konsumen di Kota Malang, apalagi ketika musim liburan tiba. Kawasan wisata belanja ini menyediakan berbagai jenis pilihan untuk wisatawan dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari ataupun fashion dengan harga yang relatif terjangkau.



Pasar Besar Malang merupakan pusat perekonomian sejak jaman penjajahan Belanda namun pasar tradisional ini mengalami perubahan total menjadi sebuah gedung bertingkat. Untuk lantai pertama merupakan pasar tradisional sedangkan lantai kedua merupakan pasar konveksi, di lantai 3 ditempati oleh Matahari Dept. Store dan lantai paling atas dinamakan Pusat Grosir Matahari.

### 8. Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid

Pasar burung dan pasar kembang Splendid berada di Jl. Brawijaya, letaknya saling berdampingan serta tidak terlalu jauh dari Balai Kota Malang sehingga lokasinya dapat dikatakan cukup strategis, mudah dijangkau dan area parkir juga cukup luas dan tertata rapi, sehingga para konsumen dapat memperoleh pelayanan yang memuaskan dan tidak mengecewakan.<sup>6</sup>

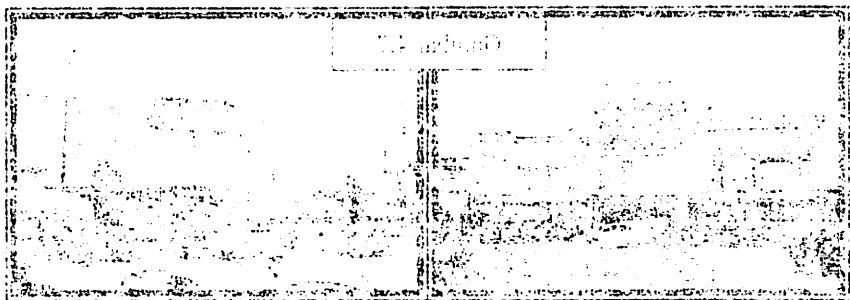
Di tingkat atas, dijual bermacam-macam tanaman hias di dalam pot, rumput, dan aksesoris taman. Setingkat di bawahnya anda bisa menjumpai aneka tanaman potong taman sampai tanaman keras, sedang yang paling bawah

<sup>6</sup> Dikutip dari: <http://cityguide.kapanlagi.com/artikel/belanja/116-pasar-burung-pasar-kembang-splendid-lewati-separuh-abad.html>

Kawasan yang terdiri dari 3 lantai yang masing-masing menyediakan layanan sebagai berikut: lantai pertama dan kedua sebagai layanan elektronik, kamar-kamar, dan dapur.

7. Kawasan Pusat Perbelanjaan Malang Plaza, Gedung Wadha Plaza, Mall di Department Store, Karyawana, Malinarti Dept store dan Pasar Besar Kota Malang.

Kawasan wisata belanja ini berada di pusat kota Malang dan merupakan tempat wisata belanja yang ramai dikunjungi oleh para konsumen di Kota Malang. Apabila ketika musim liburan tiba, kawasan wisata belanja ini menyediakan berbagai jenis pilihan untuk wisatawan dalam berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga yang relatif terjangkau.



Salah satu alasan mengapa kawasan ini mengalami perubahan total menjadi sebuah gedung bertingkat. Untuk lantai pertama merupakan pasar tradisional sedangkan lantai kedua merupakan pasar konvensional di lantai 3 ditumpang oleh malinarti Dept Store dan lantai paling atas merupakan Pasar Wadha Plaza.

8. Pasar Burung dan Pasar Kembang Spiondi

Pasar burung dan pasar kembang spiondi berada di Jl. Brawijaya, Malang yang berdekatan serta tidak terlalu jauh dari Balai Kota Malang sehingga lokasinya dapat dikatakan cukup strategis, mudah dijangkau dan akses parkir juga cukup luas dan terawat rapi, sehingga para konsumen dapat memperoleh berbagai barang yang dibutuhkan dan tidak mengesampingkan.

Di tingkat atas, dijual bermacam-macam tanaman hias di dalam pot, rumput dan aksesoris taman. Sehingga di dalamnya anda bisa menjumpai aneka tanaman potong taman seperti tanaman kembang yang paling banyak

\* Untuk lebih detailnya kunjungi <http://www.kota-malang.com> atau kunjungi ke pasar-pasar-pusat-layanan-spiondi-  
malang.com

## LAPORAN TUGAS AKHIR

menjual aneka tanaman potong dan bunga untuk keperluan hiasan rumah dan pesta. Tepat di sebelah pasar bunga splendid, Anda bisa mampir ke 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. Hampir semua jenis unggas dan ikan ada di sini. Bahkan satwa yang tergolong berbahaya seperti musang, kelelawar, biawak, ular, kera juga bisa dijumpai.



Gambar 4.8 Pasar bunga dan pasar burung Splendid

### 9. Pasar Tugu



Gambar 4.9

Dapat dijumpai pada setiap hari minggu pagi mulai pukul 5.00 hingga 10.00 WIB di stadion luar Gajayana. Berbagai kerajinan dan souvenir dapat di jumpai disini. bahkan segala macam kebutuhan rumah tangga, jenis-jenis makanan tradisional dan produk unggulan dapat ditemukan disini.

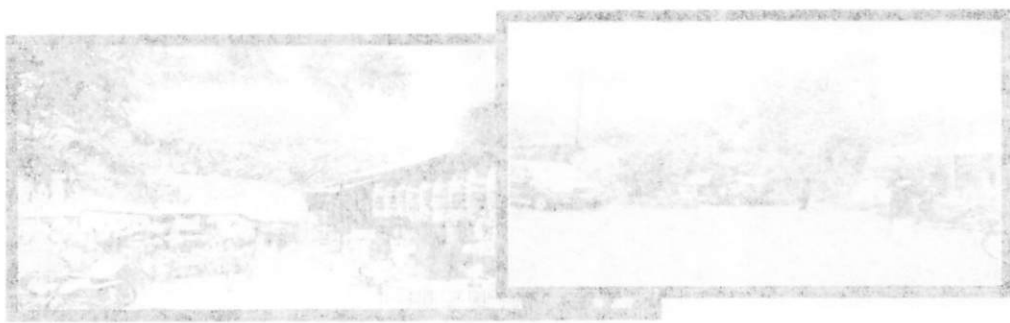
### 10. Pasar Buku Wilis Kota Malang



Gambar 4.10

Pasar Buku Wilis, sentra buku murah dan buku lama yang sudah berdiri sejak tahun 1970-an di Malang, beralamatkan Jl. Simpang Wilis, Klojen, Malang, Jawa Timur. Awalnya, pasar buku Wilis ini merupakan pusat lapak-lapak buku bekas, namun setelah tahun 2003, pemerintah Kota Malang mengatur kios-kios ini agar lebih tertib dan

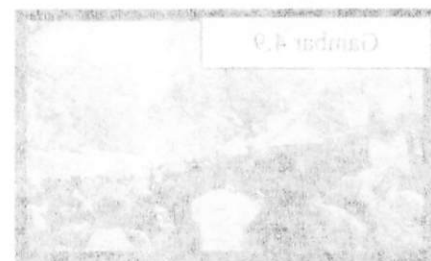
menjual aneka tanaman potong dan bunga untuk keperluan hiasan rumah dan pesta. Tepat di sebelah pasar bunga splendia. Anda bisa sampai ke pasar burung yang sangat ramai dikunjungi pembeli saat hari libur. Pasar burung dan ikan splendia ini menjadi pusat penjualan unggas dan ikan terbesar di kota Malang. Hampir semua jenis unggas dan ikan ada di sini. Bahkan sawa yang tergolong berbahaya seperti musang, ketelawar, biawak, ulat, kata juga bisa dijumpai.



Gambar 4.8 Pasar bunga dan pasar burung Splendia

#### 9. Pasar Tugu

Dapat dijumpai pada setiap hari minggu pagi mulai pukul 5.00 hingga 10.00 WIB di station luar Gajayana. Berisikan kerajinan dan souvenir dapat di jumpai disini bahkan segala macam kebutuhan rumah tangga.



Gambar 4.9

Jenis-jenis makanan tradisional dan produk unggulan dapat ditemukan disini.

#### 10. Pasar Buku Willis Kota Malang

Pasar Buku Willis, secara buku murah dan buku lama yang sudah berdiri sejak tahun 1970-an di Malang, berlatarbelakangi Jl. Simpanang Willis, Klojoran, Malang, Jawa Timur. Awalnya, pasar buku Willis ini merupakan pusat lapak-lapak buku bekas, namun setelah tahun 2003, pemerintah Kota Malang mengantar kios-kios ini agar lebih tertib dan



Gambar 4.10

## LAPORAN TUGAS AKHIR

tampak teratur<sup>7</sup>. Pasar buku Wilis, merupakan surga bagi pecinta buku. Di tempat ini, terdapat banyak jenis buku. Ada buku pelajaran, novel, majalah, komik, kamus, dan lain-lain, mulai dari yang jaman dulu sampai yang terbaru.

Harga buku tersebut lumayan murah, dan masih bisa di tawar. Pasar Buku Wilis Malang memiliki sekitar 40-an kios buku, tiap kios punya produk unggulan yang berbeda dengan kios-kios lainnya. Jenis-jenis buku yang ditawarkan pun lebih variatif, mulai dari genre sastra, sosial, agama, filsafat, dan lain sebagainya.

### 11. Sentra Industri Keramik



Gambar 4.11

Sentra Keramik Dinoyo merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang industri keramik yang memiliki ciri khas dan menjadi salah satu ikon Kota Malang. Salah satu keunikan dari sentra industri keramik

ini yaitu para pengunjung dapat belajar mengenal profesi pengrajin keramik, tahapan membuat produk keramik, dan aneka macam produk keramik yang dijual di show room serta pemasarannya.

### 12. Kerajinan Rotan



Gambar 4.12

Tempat pembuatan dan penjualan kerajinan rotan di Malang dapat kita temui di Arjosari, jaraknya dari pusat kota kurang lebih 5 km.

Beragam produk kerajinan rotan dapat kita jumpai di sana, produk yang dibuat juga dapat disesuaikan berdasarkan permintaan konsumen. Harga bervariasi tergantung pada ukuran dan tingkat kesulitannya.

### 13. Industri Keripik Tempe

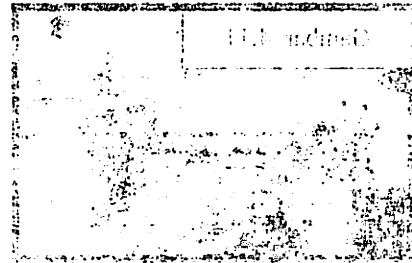
Sentra industri terletak di Jl. Sanan Kel. Purwantoro, dan terdapat kurang lebih 100 Pengusaha tempe. Keripik tempe adalah makanan khas sebagai oleh-oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke kota Malang karena keripik tempe

<sup>7</sup> Dikutip dari: <http://www.liburanseru.com/id/obyek-wisata/wisata-belanja-dan-kuliner/pasar-buku-wilis-kota-malang>

tersebut. Pasar buku Willis merupakan surga bagi pecinta buku. Di tempat ini terdapat banyak jenis buku, ada buku pelajaran, novel, majalah, komik, kanvas, dan lain-lain mulai dari yang jaman dulu sampai yang terbaru.

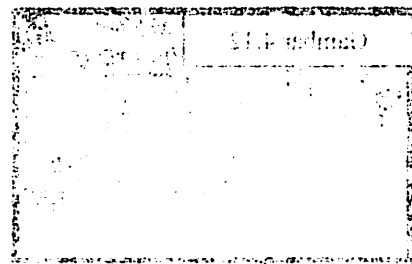
Harga buku tersebut bervariasi mulai dari mulai Rp. 1000,- sampai Rp. 100.000,-. Willis memang memiliki sekitar 40-an kios buku tiap kios punya produk unggulan yang berbeda dengan kios-kios lainnya. Jenis-jenis buku yang ditawarkan pun lebih variatif mulai dari genre sastra, sosial, agama, filsafat, dan lain sebagainya.

11. Sentra Industri Keramik



Sentra Industri Keramik Kinoyo merupakan salah satu IKM yang tergolong di bidang industri keramik yang memiliki ciri khas dan manfaat bagi kota Malang. Salah satu kelebihan dari sentra industri keramik ini yaitu para pengunjung dapat belajar mengenai profesi pengrajin keramik. Hal ini membuat produk keramik dan aneka macam produk keramik yang dijual di show room sentra keramiknya.

12. Kerajinan Kertas



Tempat pembuatan dan penjualan kerajinan kertas di Malang dapat kita temui di Ajosari. Kerajinan dari kertas ini sangat indah & unik. Berbagai produk kerajinan kertas dapat kita jumpai di sana. Produk yang dibuat juga dapat disesuaikan berdasarkan permintaan konsumen. Harga bervariasi tergantung pada ukuran dan tingkat kesulitannya.

13. Industri Keripik Tempé

Sentra industri keripik di Jl. Soeman Kel. Purnawarora dan terdapat kurang lebih 100 pengusaha tempé. Keripik tempé adalah makanan khas sebagai oleh-oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke kota Malang karena keripik tempé

<sup>7</sup> Dikutip dari <http://www.lipsum.com> dan <http://www.wisata-belanja-dan-kuliner-pasar-buku-gitis-kotamalang>

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---



adalah jajanan khas kota Malang. Keripik tempe dibuat dari bahan pokok yaitu kedelai dijadikan tempe yang bertekstur padat dan dipotong tipis, dan tepung beras. kemudian rempah-rempah seperti ketumbar, bawang, kapur, sirih, santan, daun jeruk purut dsb menjadi sebuah bumbu dan tanpa bahan pengawet Sehingga setelah digoreng terasa gurih dan renyah.

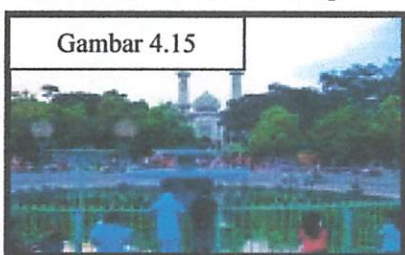
#### 14. Tarekot (Taman Rekreasi Kota)



Tarekot adalah Taman Rekreasi Kota yang terletak di Jl. Simpang Majapahit, tepatnya di belakang Gedung Balaikota Malang. Tarekot merupakan salah satu dari sekian banyak tempat rekreasi di Kota Malang

yang dibangun pada tahun 2002. Di dalamnya ada banyak sekali koleksi satwa atau lebih tepatnya berbagai hewan-hewan. Pemkot Kota Malang telah melestarikan satwa khusus guna melestarikan hewan-hewan yang dilindungi maupun yang tidak dilindungi oleh undang-undang di dalam bentuk penangkaran. Tidak hanya itu saja Tarekot juga dilengkapi dengan Kolam renang, areal senam bersama, tanaman (flora), Stand Gasebo (makanan khas Malang) dan dan berbagai macam sarana lainnya. Tarekot juga berguna sebagai sarana pendidikan, penelitian, pusat informasi, obyek wisata dan masih banyak lagi.

#### 15. Alun-Alun Kota Malang



Alun-alun Kota Malang terletak di Jl. Merdeka Barat yang merupakan pusat keramaian kota Malang. Dahulu merupakan representasi dari sistem tatakota macapat peninggalan para wali sembilan yaitu sebuah tanah lapang milik kota yang di kelilingi oleh penjara (sekarang ramayana), pusat pemerintahan (kantor kabupaten), pasar / bisnis, dan ibadah (Masjid dan

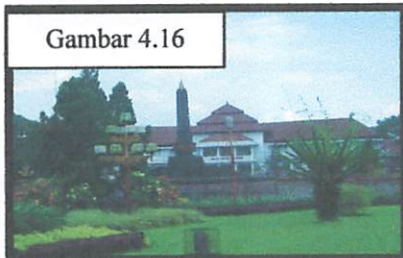




## LAPORAN TUGAS AKHIR

Gereja)<sup>8</sup>. Seperti umumnya kota-kota di Jawa, alun-alun merupakan unsur penting dari Kota Malang. Alun-alun kota terletak di sebelah selatan kawasan Kayutangan. Di sekeliling alun-alun berdiri bangunan-bangunan public baik peninggalan belanda maupun bangunan baru. Di sayap utara alun-alun terdapat sebuah kantor pos dengan arsitektur khas perkantoran zaman kolonial berdampingan dengan hotel Pelangi (dulu bernama hotel *Concordia*) yang juga sudah ada sejak zaman Belanda. Di sebelah barat, berdiri megah mesjid Jami' berdampingan dengan gereja yang dua-duanya sudah menjadi saksi bisu kota Malang sejak zaman kolonial. Plaza Sarinah dan Gereja kayutangan membentengi alun-alun di seblah selatan. Plaza Sarinah adalah bekas gedung bioskop peninggalan Belanda. Sedangkan di sebeah timur alun-alun dihuni oleh gedung pemerintahan kabupaten Malang dan Mal Alun-alun (Ramayana). Bergeser sedikit ke tenggara akan ditemui kompleks Plaza dan pertokoan serta Pasa besar Malang.

### 16. Alun-Alun Tugu



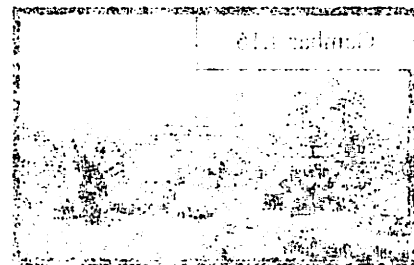
Tugu bundar adalah sebutan untuk tugu yang terletak di depan kantor Walikota Malang. Kawasan ini juga masih satu rangkaian dengan kawasan Kayutangan dan Alun-alun kota. Sebuah tugu yang menjulang di tengah kolam teratai di tengah-tengah taman menjadi landmark kota Malang. Tugu ini dikitari oleh banguna-bangunan tua dan hotel-hotel modern seperti kantor Walikota, kantor DPRD, SMU Tugu, Hotel Tugu dan Splendid In.

Kawasan ini sangat indah ketika Malam menjelang. Pohon-pohon raksasa yang mengitari bundaran mendadak menjadi pohon-pohon cahaya yang gemerlap karena memang dahan dan rantinngnya dipenuhi oleh balon lampu hias. Gemerlap cahaya dari pepohonan berpadu dengan lampu taman di areal tugu serta air mancur di kolam teratai menciptakan pemandangan yang spektakuler.

<sup>8</sup> Dikutip dari: <http://wikimapia.org/6142344/id/Alun-alun-Malang>

(Greja).<sup>8</sup> Seperti umumnya kota-kota di Jawa, alun-alun merupakan unsur penting dari Kota Malang. Alun-alun kota terletak di sebelah selatan kawasan Karyamanan. Di sekeliling alun-alun berdiri bangunan-bangunan public baik peninggalan Belanda maupun bangunan baru. Di sayap utara alun-alun terdapat sebuah kantor pos dengan arsitektur khas perkolonial zaman kolonial pembangunan dengan hotel (atau bernama hotel (Swedish) yang juga sudah ada sejak zaman Belanda. Di sebelah barat berdiri masjid yang luasnya cukup dengan seraya yang dua-duanya sudah menjadi saksi dari Kota Malang sejak zaman kolonial. Plaza sebelah dan Gereja Karyamanan merupakan alun-alun di sebelah selatan. Plaza tersebut adalah bekas gedung blok-peninggalan Belanda. Sedangkan di sebelah timur alun-alun dilalui oleh gedung pemerintahan kabupaten Malang dan Hotel Alun-alun (Karyamanan). Bergeceh sedikit ke tenggara akan ditemui kompleks Plaza dan perkolonial serta Plaza Besar Malang.

10. Alun-Alun Tugu



Tugu bundar adalah sebuah monum tugu yang terletak di depan Kantor Walikota Malang. Kawasan ini juga menjadi saksi sejarah dengan kawasan Karyamanan dan Alun-alun kota. Sebuah tugu yang menjulang di tengah kota ini menjadi landmark Kota Malang. Tugu ini diklaim oleh bangsa-bangunan tua dan hotel-hotel modern seperti Kantor Walikota, Kantor DPRK, SMU Tugu, Hotel Tugu dan sebagainya.

Kawasan ini sangat indah ketika pohon-pohon raksasa yang memiliki buahan melabak menjadi pohon-pohon cahaya yang gemerlap karena memang dalam dan kontinuitas dipelihara oleh dalam lampu. Gemerlap cahaya dari pepohonan tersebut dengan lampu taman di area tugu serta air mancur di kolam tersebut menciptakan pemandangan yang spektakuler.

<sup>8</sup> Diambil dari http://wikimapia.org/0/1244444/Alun-alun-Malang

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

**17. Taman Rekreasi Senaputra**

Taman Rekreasi Senaputra yang berada di Jl. Belakang Rumah Sakit merupakan sarana hiburan anak-anak dan dewasa, dilengkapi dengan arena bermain dan kolam renang. Di setiap minggu pagi dipentaskan hiburan Tari Jaran Kepang dan band. uga serta merupakan tempat latihan tari, pencak silat dan karate. Taman rekreasi Senaputra dapat ditempuh hanya 500 meter dari pusat kota.

**18. Taman Wisata Tlogomas**

Taman Rekreasi Tlogomas tersebut didirikan pada tahun 1989. Berlokasi di Jalan Baiduri Pandan Malang. Cukup mudah mencapai tempat tersebut, hanya sekitar 7 km dari pusat kota. Letaknya pun strategis dan dekat dengan terminal Landungsari yang menghubungkan Malang dengan kota Batu. Taman rekreasi ini memiliki kondisi fisik berupa paduan alami antara tebing yang curam, mata air yang selalu mengalir, pepohonan yang rindang dan aliran sungai Brantas dilengkapi dengan sarana olahraga.

**19. Toko Oen**

Toko Oen sudah berdiri sejak tahun 1930, letaknya yang strategis tepat di jantung kota Malang, di sebelah Toko Buku Gramedia Pusat, Jl. Basuki Rahmat-Malang. Restoran ini masih berdiri dengan kokoh dengan tetap mempertahankan gaya kolonial *Belanda* jaman dulu pada desainnya baik interior maupun eksteriornya. Restoran ini selalu ramai dikunjungi baik oleh penduduk lokal maupun turis-turis dari manca negara. Siapapun yang memasuki restoran ini pasti terkesan karena desainnya yang klasik dan tetap dirawat dengan baik sehingga kita akan merasa kembali ke masa *tempoe doeloe*.

## 17. Taman Rekreasi Senaputra

Taman Rekreasi Senaputra yang berada di Kelurahan Rumanah Sakit merupakan sarana hiburan anak-anak dan dewasa, dilengkapi dengan arena bermain dan kolam renang. Di setiap minggu pagi dipentaskan hiburan Tari Jaran Kepong dan band, juga serta merupakan tempat latihan tari, pencak silat dan karate. Taman rekreasi Senaputra dapat ditempuh hanya 500 meter dari pusat kota.



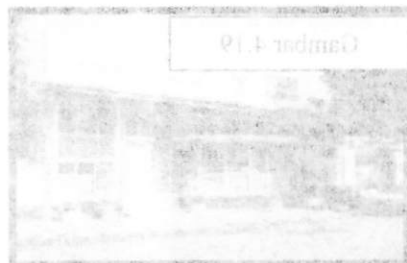
## 18. Taman Wisata Tlogomas

Taman Rekreasi Tlogomas tersebut didirikan pada tahun 1989. Berlokasi di Jalan Baiduri Pabdan Malang. Cukup mudah mencapai tempat tersebut hanya sekitar 7 km dari pusat kota. Lokasinya pun strategis dan dekat dengan terminal. Landungannya yang menghubungkan Malang dengan kota Batu. Taman rekreasi ini memiliki kondisi fisik berupa paduan alami antara tebing yang curam, mata air yang selalu mengalir, pepohonan yang rindang dan aliran sungai. Hutanas dilengkapi dengan sarana olahraga.



## 19. Toko On

Toko On sudah berdiri sejak tahun 1930. Lokasinya yang strategis tepat di jantung kota Malang, di sebelah Toko Buku Gramedia Pusat, H. Basuki Rahmat-Malang. Restoran ini masih berdiri dengan kokoh dengan tetap mempertahankan gaya kolonial Belanda jaman dulu pada designnya baik interior maupun exteriornya. Restoran ini selalu ramai dikunjungi baik oleh penduduk lokal maupun turis-turis dari manca negara. Sempurna yang memsuki restoran ini pasti terkesan karena designnya yang klasik dan tetap ditawar dengan baik sehingga kita akan merasa kembali ke masa tempo dulu.



---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

**20. Wisata Kuliner Pulosari**

Jalan Pulosari merupakan sederetan dari kios-kios kaki lima yang menyediakan aneka macam masakan, mulai dari bakso, nasi goreng, ayam goreng, hingga jagung bakar. Rata-rata kios di tempat ini buka

pada saat sore menjelang malam hari. Tempat ini sangat digemari masyarakat Malang, terutama di malam minggu. Di sekitar lokasi, khususnya di Jalan Kawi, banyak terdapat tempat makan yang dapat Anda jadikan pilihan, misalnya H&T Cui Mie, Malibu Steak, Depot Mie Gang Jangkrik, Depot Widari, atau KFC jika Anda menginginkan fast food.

**21. Perpustakaan Kota Malang**

Terletak di Jl. Ijen No. 30 A Malang. Bangunan yang baru saja selesai dibangun pada tahun 2004 ini sebenarnya sejak lama berdiri yaitu pada tanggal 17 Agustus 1965. Perpustakaan Umum Kota Malang memiliki motto: *“Pelayanan Sepenuh Hati;*

*Membangun Indonesia Melalui Buku”* ini, merupakan salah satu sarana umum bagi masyarakat yang gemar membaca ataupun bagi pelajar dan mahasiswa yang memerlukan informasi melalui media buku.

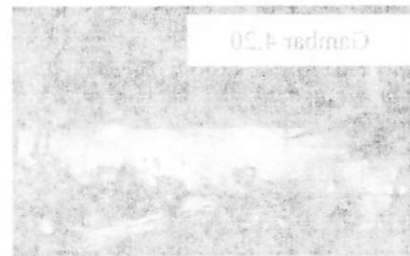
**22. Institut Teknologi Nasional Malang**

Institut Teknologi Nasional Malang memiliki dua lokasi Kampus yang sangat representatif sebagai Kampus berbasis teknologi. Kampus I terletak di Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 dengan luas

kampus sekitar 4.5 Ha, dan Kampus II terletak di Jl. Raya Karanglo Km. 2 dengan luas kampus sekitar 35 Ha (Kampus Terpadu) dari lahan seluas 65 Ha

## 20. Wisata Kuliner Pulosari

lalan Pulosari merupakan sederetan dari kios-kios kaki lima yang menyediakan aneka macam masakan, mulai dari bakso, nasi goreng, ayam goreng, hingga jajan bakar. Rata-rata kios di tempat ini buka pada saat sore menjelang malam hari. Tempat ini sangat digemari masyarakat Malang, terutama di malam minggu. Di sekitar lokasi, khususnya di Jalan Kawi, banyak terdapat tempat makan yang dapat Anda jadikan pilihan, misalnya H&T Cui Mie, Malibu Steak, Depot Mie Gang Jangkrik, Depot Widari, atau KFC jika Anda menginginkan fast food.



Gambar 4.20

## 21. Perpustakaan Kota Malang

Terletak di Jl. Jem No. 30 A Malang. Bangunan yang baru saja selesai dibangun pada tahun 2004 ini sebelumnya sejak lama berdiri yaitu pada tanggal 17 Agustus 1965. Perpustakaan Umum Kota Malang memiliki motto: "Pelayanan Seperti Hati".

Membangun Indonesia Melalui Buku" ini merupakan salah satu sarana umum bagi masyarakat yang gemar membaca ataupun bagi pelajar dan mahasiswa yang memerlukan informasi melalui media buku.



Gambar 4.21

## 22. Institut Teknologi Nasional Malang

Institut Teknologi Nasional Malang memiliki dua lokasi Kampus yang sangat representatif sebagai Kampus berbasis teknologi. Kampus I terletak di Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 dengan luas kampus sekitar 45 Ha, dan Kampus II terletak di Jl. Raya Karanglo Km. 2 dengan luas kampus sekitar 35 Ha (Kampus Terpadu) dari lahan seluas 65 Ha



Gambar 4.22

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

yang ada. Kedua Kampus ini terletak di Kota Malang dan berjarak sekitar 7 km satu sama yang lainnya.

### 23. Universitas Brawijaya Malang



Universitas Brawijaya (disingkat UB) diresmi-kan sebagai Universitas Negeri pada tahun 1963. Saat ini UB merupakan salah satu universitas negeri yang terkemuka di Indonesia yang mempunyai jumlah mahasiswa lebih dari 30 ribu orang dari berbagai strata mulai Program Pendidikan Vokasi (Diploma), Program Sarjana, Program Magister dan Program Doktor selain Program Spesialis dan Program Pendidikan Profesi yang tersebar dalam 12 Fakultas dan 2 Program.

### 24. Universitas Negeri Malang



Universitas Negeri Malang yang terletak di Jl.Semarang No.5 merupakan kampus tertua di Jawa Timur. Awalnya bernama Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) Malang. Pada tahun ajaran 1998-1999, IKIP Malang yang telah berubah status menjadi universitas menerima mahasiswa baru untuk empat belas program studi baru non-kependidikan yang terdiri atas tujuh program sarjana (Matematika, Fisika, Kimia, Biologi, Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Sastra Inggris, serta Desain Komunikasi Visual) dan tujuh program D3 (Bahasa Inggris untuk Dunia Usaha, Teknik Mesin, Teknik Sipil dan Bangunan, Teknik Elektronika, Teknik Elektro, Tata Boga, serta Tata Busana).

### 25. Universitas Islam Negeri Malang



Terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar, Universitas ini memordernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, perpustakaan, laboratorium,





## LAPORAN TUGAS AKHIR

kemahasiswaan, pelatihan, olah raga, bussiness center, poliklinik dan tentu masjid dan ma'had.

### 26. Universitas Muhammadiyah Malang



Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) adalah perguruan tinggi swasta di Kota Malang. Universitas yang berdiri pada tahun 1964 ini berinduk pada organisasi Muhammadiyah. Saat ini Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) menempati 3 lokasi kampus, yaitu kampus I di jalan bandung, kampus II di sumbersari dan kampus tiga di tegal gondo. Kampus satu yang merupakan cikal bakal UMM, dan sekarang ini dikonsentrasikan untuk program pasca sarjana. Sedangkan kampus II yang dulu merupakan pusat kegiatan utama, sekarang di konsentrasikan sebagai kampus fakultas kedokteran dan program D3 akademi perawat. Sedangkan kampus III sebagai kampus terpadu dijadikan sebagai pusat sari seluruh aktivitas.

### 27. Universitas Merdeka Malang

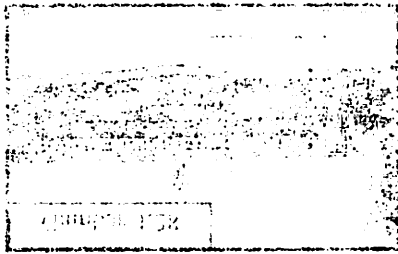


Universitas ini berada di Jalan Terusan Raya Dieng, No. 62-64, Malang yang didirikan pada tanggal 29 Januari 1964. Sebagai sebuah Perguruan Tinggi Swasta Universitas Merdeka Malang telah melintasi sejarah panjang sebuah proses pemberdayaan sumber daya manusia, sejak berdiri tanggal 29 Januari 1964. Pada tahun itulah secara resmi sebuah Yayasan Pendidikan berdiri dengan nama yayasana Perguruan Tinggi Universitas Merdeka malang Pusat di Kota Malang.

### 28. Politeknik Negeri Malang



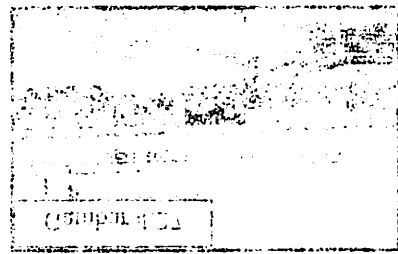
Politeknik Negeri Malang berada di jalan Soekarno Hatta 09 Malang. Politeknik Malang ditetapkan sebagai institusi yang berada di lingkungan Universitas Brawijaya dan bernama Politeknik Universitas



**38. Բարմատինկ շրջանի մասին**

Մարմարեայ մարզի Բարմատինկ շրջանը

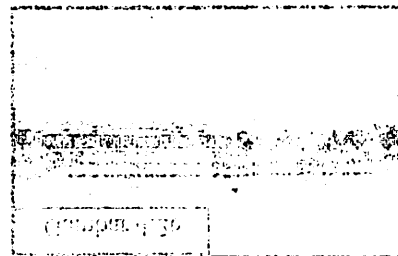
կարծրեցրած քարով զանգեցրած սարահարթ էր, որի վրա 1804 թվականին Մարմարեայ շրջանի կազմավորման ժամանակ ստեղծվեցին Բարմատինկ շրջանի քաղաքը և Բարմատինկ շրջանի կենտրոնը։



**39. Ընդհանուր մարմարեայ մարզի մասին**

Մարմարեայ

Մարմարեայ մարզի կազմավորման ժամանակ ստեղծվեցին Բարմատինկ շրջանը և Բարմատինկ շրջանի կենտրոնը։ Բարմատինկ շրջանի կազմավորման ժամանակ ստեղծվեցին Բարմատինկ շրջանի քաղաքը և Բարմատինկ շրջանի կենտրոնը։



**40. Ընդհանուր մարմարեայ մարզի մասին**

Մարմարեայ

Մարմարեայ մարզի կազմավորման ժամանակ ստեղծվեցին Բարմատինկ շրջանը և Բարմատինկ շրջանի կենտրոնը։

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

Brawijaya yang menyelenggarakan program pendidikan Diploma III (D-III) dengan 6 (enam) Jurusan, namun saat ini Politeknik Universitas Brawijaya telah memperoleh status kemandirian dengan nama menjadi Politeknik Negeri Malang (POLINEMA).

### 29. Universitas Islam Malang



Universitas Islam Malang atau yang lebih akrab dikenal dengan Unisma, yang berada di Jl. Mayor Jendral MT Haryono 193 Malang ini merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang cukup favorit di Malang,

Ngalamers. Keberadaan Unisma ini diawali oleh adanya keinginan semangat dan gagasan para tokoh masyarakat, ulama dan cendekiawan muslim di kalangan Nahdlatul Ulama di Kota Malang untuk mendirikan suatu Perguruan Tinggi Islam.

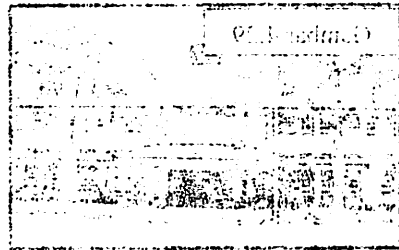
Berwisata ke Kota Malang bukan semata-mata hanya acara jalan santai dan bersenang-senang semata. Sambil travelling wisatawan juga bisa lebih mengenal kekayaan seni dan budaya, sekaligus mempelajari ilmu pengetahuan dan teknologi. Terutama bagi wisatawan pelajar, nilai edukasi juga dapat diperoleh di universitas negeri maupun swasta, dimana wisatawan yang bersangkutan dapat menerapkan atau mempraktekkan ilmu yang telah diperoleh di sekolah melalui uji laboratorium dan sebagainya. Untuk lebih jelas mengenai lokasi obyek wisata dan rekreasi di Kota Malang seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dilihat pada peta 4.1.

#### 4.1.5. Pintu Masuk/*Gateway* Wisatawan ke Kota Malang

Kota Malang yang dikenal sebagai kota tempat tujuan wisata dan rekreasi mempunyai 4 (empat) *gateway*/pintu masuk utama yang lazimnya digunakan sebagai pintu masuk bagi wisatawan yaitu, 3 pintu masuk berupa terminal bus dan 1 terminal kereta api. Tiga terminal bus yang berfungsi sebagai pintu masuk diantaranya, terminal Arjosari, Terminal Gadang dan Terminal Landungsari, sedangkan Stasiun Kereta Api terletak di jalan Trunojoyo kota Malang.

Brawijaya yang menyelenggarakan program pendidikan Diploma III (D-III) dengan 6 (enam) jurusan, namun saat ini Politeknik Universitas Brawijaya telah memperoleh status kemandirian dengan nama menjadi Politeknik Negeri Malang (POLINEMA).

29. Universitas Islam Malang

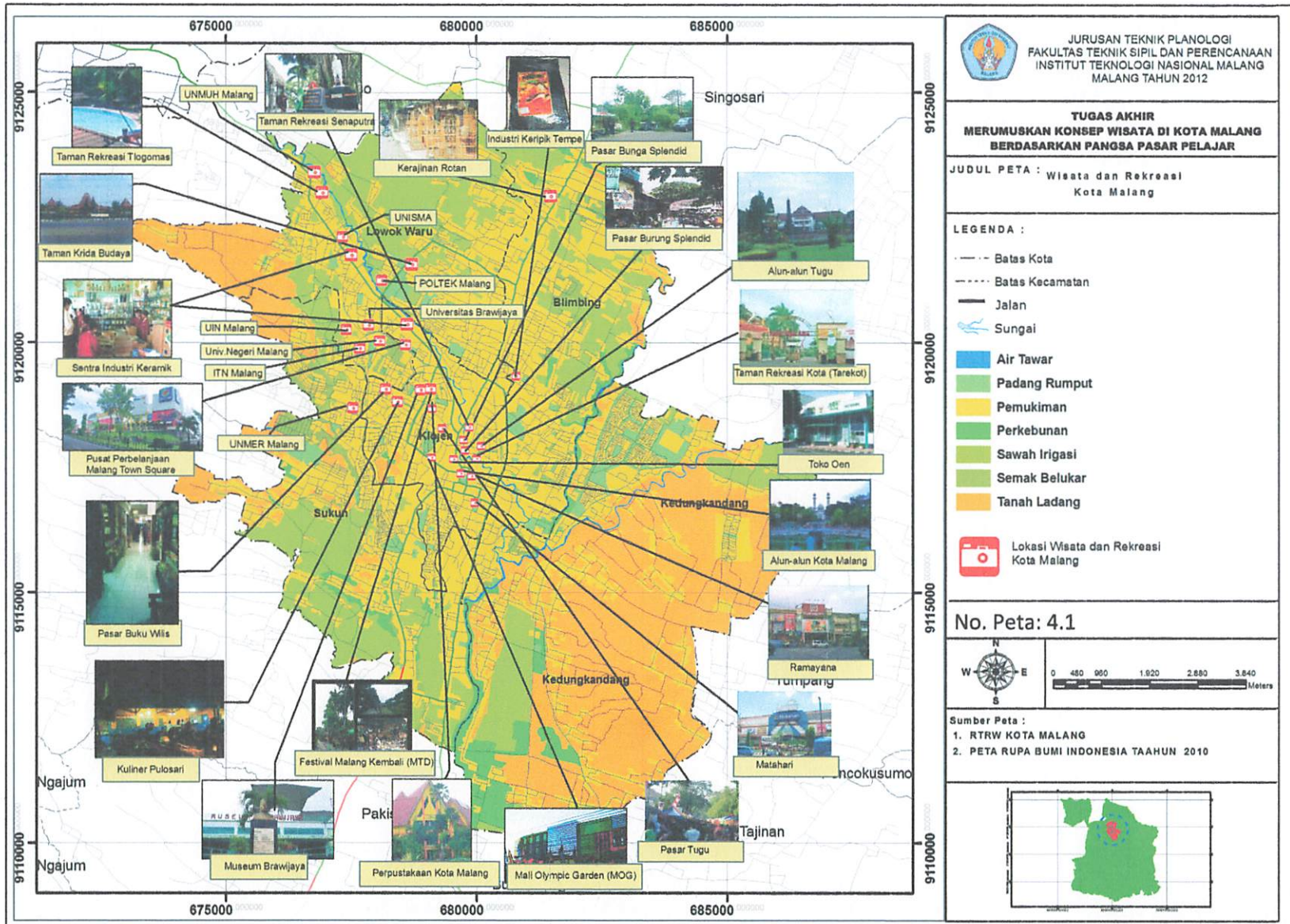



Universitas Islam Malang adalah salah satu yang lebih dikenal di kota dengan lembaga yang berada di kawasan sekitar 700-1000 193 Malang ini merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang cukup ternama di Malang. Hal-hal tersebut telah ada sejak didirikan semanggi dan gagasan para tokoh masyarakat umum dan cerdik-cermint muslim di kalangan Nahdlatul Ulama di Kota Malang untuk mendirikan suatu Perguruan Tinggi Islam.

Berwira ke Kota Malang bukan semata-mata hanya untuk jalan sama dan persang-samang semata. Sambil menyelenggarakan juga bisa lebih mengolah keayahan seni dan budaya, sekaligus mendapatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Terutama bagi *wisatwan* belajar nilai etikasi juga dapat diperoleh di universitas negeri maupun swasta. Dengan *wisatwan* yang berprestasi dapat menepatkan atau memperkembangkan ilmu yang telah diperoleh di sekolah melalui uji laboratorum dan sebagainya. Untuk lebih jelas mengenai lokasi *wisatwan* dan lokasi di Kota Malang seperti yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat dilihat pada peta 4.1.

4.1.5. Peta Lokasi Wisatawan ke Kota Malang

Kota Malang yang dikenal sebagai kota terapan *wisatwan* dan rekreasi mempunyai 4 (empat) kawasan/pintu masuk utama yang lazimnya digunakan sebagai pintu masuk bagi *wisatwan* yaitu 3 (tiga) pintu masuk berupa terminal bus dan 1 terminal kereta api. Tiga terminal bus yang berfungsi sebagai pintu masuk diantaranya Terminal Gedung dan Terminal Landungsari. Sedangkan Stasiun Kereta Api terletak di Jalan Tumpoko Kota Malang.




**JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI**  
**FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN**  
**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**  
**MALANG TAHUN 2012**

---







**TUGAS AKHIR**  
**MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**

---

JUDUL PETA : Wisata dan Rekreasi Kota Malang


---


LEGENDA :

-  Batas Kota
-  Batas Kecamatan
-  Jalan
-  Sungai
-  Air Tawar
-  Padang Rumput
-  Pemukiman
-  Perkebunan
-  Sawah Irigasi
-  Semak Belukar
-  Tanah Ladang
-  Lokasi Wisata dan Rekreasi Kota Malang

---

No. Peta: 4.1





---

Sumber Peta :

1. RTRW KOTA MALANG
2. PETA RUPA BUMI INDONESIA TAAHUN 2010

---



## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Wisatawan yang hendak berkunjung ke Kota Malang tentu akan melalui salah satu pintu masuk ini. Wisatawan yang datang dari Surabaya dan daerah-daerah lain di sekitarnya cenderung masuk ke Kota Malang melalui Arjosari, sedangkan wisatawan yang berasal dari Jombang, Kediri dan kota lain di sekitarnya akan menuju ke Kota Malang melalui terminal Landungsari. Untuk wisatawan yang datang dari Blitar, Tulung Agung serta daerah-daerah di sekitarnya pintu masuk yang akan dilalui adalah Terminal Gadang. Akan tetapi tidak tertutup kemungkinan bagi wisatawan dari Tulung Agung atau lainnya akan masuk ke Kota Malang melalui jalur/pintu masuk yang berbeda, hal ini bergantung pada rute perjalanan wisata dan rekreasi yang dipilih sebelum melakukan perjalanan.

### **4.1.6. Potensi Kota Malang Sebagai Kota Wisata**

Salah satu daya tarik Kota Malang selain pendidikan dan industri adalah sektor pariwisata. Berkembangnya sektor pariwisata tidak lepas dari semakin lengkapnya sarana dan prasarana wisata serta moda transportasi dari dan ke Kota Malang. Kota Malang sejak masa kolonial dikenal sebagai tempat peristirahatan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari Negeri Belanda. Iklim tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan indah serta lingkungan yang alami dikelilingi oleh perkebunan, pegunungan, sungai dan taman menjadikan Kota Malang dikenal sebagai Paris Van East Java dan Switzerland of Indonesia. Kota Malang juga merupakan pusat pertemuan beragam etnik, agama, kepercayaan dan budaya khas Jawa Timur yaitu Jawa Tengahan, Jawa Kulonan, Jawa Wetanan (Blambangan), Pesisir Lor dan Kidul, Madura, Osing (Jawa - Bali) dan Mandalungun (Madura - Jawa) sehingga memiliki keunikan serta daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan telah mampu menarik wisatawan dari berbagai kalangan, termasuk wisatawan pelajar yang datang dari luar Kota Malang. Bagi sebagian besar wisatawan pelajar, berkunjung ke Kota Malang merupakan suatu keharusan dan seringkali menjadi agenda rutin. Wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang tidak hanya untuk semata-mata berekreasi dan tamasya, tapi juga menikmati obyek wisata sejarah dan

Wistawan yang hendak berkunjung ke Kota Malang tentu akan melalui salah satu pintu masuk ini. Wistawan yang datang dari Surabaya dan daerah-daerah lain di sekitarnya cenderung masuk ke Kota Malang melalui Arjosari, sedangkan wistawan yang berasal dari Jombang, Kediri dan kota lain di sekitarnya akan menuju ke Kota Malang melalui terminal Landungsari. Untuk wistawan yang datang dari Blitar, Tulung Agung serta daerah-daerah di sekitarnya pintu masuk yang akan dilalui adalah Terminal Gading. Akan tetapi tidak tertutup kemungkinan bagi wistawan dan keluarga yang lain untuk akan masuk ke Kota Malang melalui jalur-jalan masuk yang berbeda hal ini bergantung pada rute perjalanan wisata dan akses yang dipilih sebelum melakukan perjalanan.

**4.1.6. Lokasi Kota Malang sebagai Kota Wisata**

Salah satu daya tarik Kota Malang selain keindahan dan industri adalah sektor pariwisata. Perkembangannya sektor pariwisata tidak lepas dari semakin lengkapnya sarana dan prasarana wisata serta moda transportasi dari dan ke Kota Malang. Kota Malang sejak masa kolonial dikenal sebagai tempat peristirahatan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari Negeri Belanda. Ikhtis tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan indah serta lingkungan yang alami diklingungi oleh perkebunan perkebunan, sungai dan taman menjadikan Kota Malang dikenal sebagai Paris Van Java dan Switzerland of Indonesia. Kota Malang juga merupakan pusat perennen bergam unik, agunan, kebudayaan dan budaya khas Jawa Timur yaitu Jawa Tengah dan Jawa Kulonan Jawa Wotanun (Blambangan), Pesisir Lor dan Kidul, Jember, Osong (Jawa - Bali) dan Mandailingan (Melayu - Jawa) sehingga memiliki keragaman serta daya tarik tersendiri bagi wistawan.

Pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan telah mampu menarik wistawan dari berbagai kalangan termasuk wistawan pelajar yang datang dari luar Kota Malang. Bagi sebagian besar wistawan pelajar berkunjung ke Kota Malang merupakan suatu keharusan dan seringkali menjadi agenda rutin. Wistawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang tidak hanya untuk semata-mata berkreasi dan bermain tapi juga menikmati obyek wisata sejarah dan

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

budaya, wisata kuliner, wisata belanja serta wisata pendidikan. Keberadaan perguruan tinggi baik swasta dan negeri, industri rotan, industri keripik, bangunan-bangunan bersejarah, museum serta pusat-pusat perbelanjaan kini telah menjadi sarana belajar bagi wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang.

### 4.2. Persepsi Wisatawan Pelajar Terhadap Potensi Wisata Kota Malang

Presepsi wisatawan pelajar terhadap wisata di Kota Malang diperoleh dari hasil kuisoner yang ditujukan bagi wisatawan pelajar SMA/K atau sederajat. Sebelum dibahas lebih lanjut mengenai hasil rekapan kuesioner yang dimaksudkan dalam penelitian ini, peneliti akan menggambarkan bahwa dalam kuesioner ini dibagi dalam dua bagian, yaitu yang pertama mengenai identitas pengunjung (nama, umur, dan asal sekolah) sedangkan yang kedua menyangkut pertanyaan-pertanyaan lanjutan yang tentunya akan membantu peneliti dalam menyelesaikan studi ini.

Ukuran sampel yang dibutuhkan ditetapkan dengan menggunakan formula yang dikembangkan oleh *Slovin (1990)*, sebagai berikut<sup>9</sup>:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Ukuran populasinya

e = Margin error (Margin error berkisar antara 5–10%). Dalam penelitian ini, margin error yang digunakan oleh peneliti adalah 10%.

Pengunjung yang dijadikan responden oleh peneliti yaitu pengunjung dengan tingkat pendidikan SMA/K atau sederajat, yang datang dengan menggunakan kendaraan bus pariwisata dengan kapasitas penumpang mulai dari 14 hingga 63 penumpang/lebih dan selanjutnya diambil secara acak. Adapun kendala yang dialami peneliti adalah waktu berkunjung yang singkat bagi pelajar sehingga membatasi waktu peneliti untuk mendapatkan responden. Peneliti hanya mendapatkan kesempatan disaat pelajar telah selesai melakukan kunjungan ke Malang Town Square dan hendak kembali ke bus pariwisata untuk melanjutkan perjalanan. Hasil rekapan kuesioner diketahui bahwa pengunjung (pelajar) yang

---

<sup>9</sup> Kusmayadi dan Sugiato E, 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal 74





## LAPORAN TUGAS AKHIR

berkunjung ke Kota Malang, khususnya Malang Town Square (Matos) berasal dari berbagai daerah diantaranya Madiun, Tulung Agung, Mojokerto, Lamongan, Gresik, Pasuruan, Jombang, Kediri dan Blitar. Waktu yang digunakan pelajar untuk melakukan perjalanan wisata adalah hari biasa (senin-sabtu), hari minggu/hari libur Nasional, namun kebanyakan dari mereka menggunakan hari libur sekolah untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata termasuk ke Kota Malang. Lihat tabel 4.1.

Tabel 4.1  
Waktu Yang Digunakan Untuk Melakukan Perjalanan Wisata  
Berdasarkan Asal Pelajar

No.	Waktu Berkunjung	MDN	TA	MJT	LMN	GR		PS		JMG	KDI	BLT	
						I	II	I	II			I	II
1	Hari Biasa (senin-sabtu)	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Hari Libur (minggu dan Libur Nasional)	-	-	-	√	√	-	√	√	-	-	-	-
3	Liburan Sekolah	-	√	√	-	-	√	-	-	√	√	√	√

Sumber: Hasil kajian

Keterangan Tabel:

Mdn : Madiun                      LMN : Lamongan                      JMG : Jombang  
TA : Tulung Agung              GR : Gresik                          KDI : Kediri  
MJT : Mojokerto                PS : Pasuruan                      BLT : Blitar

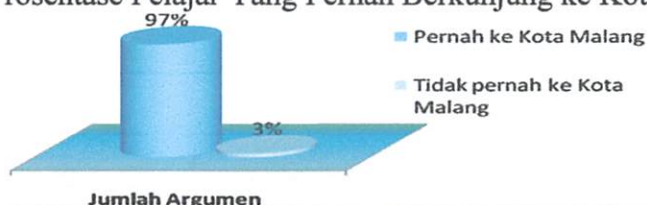
Berdasarkan hasil rekapitan kuesioner yang dilakukan terhadap 12 bus pariwisata dengan jumlah responden sebanyak 87 siswa/i yang diambil secara acak, maka diketahui bahwa 93% siswa/i yang berkunjung ke Kota Malang sebelumnya pernah berkunjung ke Kota Malang. Lihat tabel 4.2.

Tabel 4.2.  
Pelajar Yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang

No.	Pernah Berkunjung ke Kota Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Pernah ke Kota Malang	84
2	Tidak pernah ke Kota Malang	3
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.1  
Prosentase Pelajar Yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang



berkunjung ke Kota Malang, khususnya Malang Town Square (Mats) berasal dari berbagai daerah diantaranya Malang, Malang Agung, Mojokerto, Lamongan, Gresik, Pasuruan, Jombang, Kediri dan Blitar. Wata yang digunakan belajar untuk melakukan perjalanan wisata adalah bus (semi-apan) hari menggunakan libur Nasional, namun kebanyakan dari mereka menggunakan hari libur sekolah untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata termasuk ke Kota Malang. Lihat tabel 4.1.

Tabel 4.1  
Waktu Yang Digunakan Untuk Melakukan Perjalanan Wisata  
Berdasarkan Asal Belajar

No.	Waktu Berkunjung	MIDN	TA	MLT	LMA	GR		PS		JMG	KDI	BLT	
						I	II	I	II			I	II
1	Libur Nasional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Libur Sekolah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Libur Sekolah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumbar: Wata belajar

Keterangan tabel:

MLA : Malang  
TA : Malang Agung  
GR : Gresik  
PS : Pasuruan  
MLT : Mojokerto  
LMA : Lamongan  
JMG : Jombang  
KDI : Kediri  
BLT : Blitar

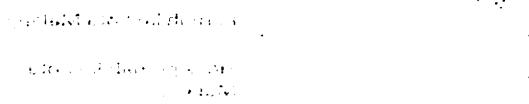
berdasarkan hasil terapan kuesioner yang dilakukan terhadap 12 bus pariwisata dengan jumlah responden sebanyak 27 siswa yang diambil secara acak. maka diketahui bahwa 93% siswa yang berkunjung ke Kota Malang sebelumnya pernah berkunjung ke Kota Malang. Lihat tabel 4.2.

Tabel 4.2  
Pelajar yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang

No.	Pernah Berkunjung ke Kota Malang	Berdasarkan sampel	Jumlah
1	Pernah ke Kota Malang	81	93
2	Tidak pernah ke Kota Malang	2	27

Sumbar: Wata belajar

Digambar 4.1  
Prosentase Pelajar Yang Pernah Berkunjung ke Kota Malang



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan hasil rekapan kuesioner berdasarkan masing-masing pertanyaan yang diberikan kepada responden secara keseluruhan, diantaranya:

a Lama kunjungan wisatawan pelajar ke Kota Malang

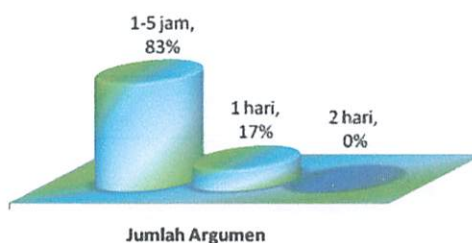
Jika dilihat berdasarkan lama kunjungan ke Kota Malang khususnya Malang Town Square (Matos), diketahui bahwa 83% dari keseluruhan responden hanya berada di Kota Malang selama 1-5 jam. Lebih jelasnya lihat tabel 4.3 dan diagram 4.2.

Tabel 4.3  
Lama Kunjungan ke Kota Malang

No.	Lama Kunjungan ke Kota Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	1-5 jam	72
2	1 hari	15
3	2 hari	-
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.2  
Prosentase Lama Kunjungan ke Kota Malang



b Tempat yang dikunjungi sebelum ke Malang Town Square (Matos)

Adapun tempat yang dikunjungi sebelum berkunjung ke Malang Town Square (Matos) adalah Kota Malang (Musium Brawijaya, Unmer), Kabupaten Malang (Kebun Raya) Kota Batu (diantaranya Jatim Park I, Jatim Park II,). Namun jumlah kunjungan terbanyak didominasi oleh Kota Batu dengan prosentasinya sebanyak 67%, diikuti Kota Malang 17% dan Kabupaten Malang 16%. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisatawan pelajar namun hanya sebagai destinasi

Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan hasil rekaman kuisioner berdasarkan masing-masing pertanyaan yang diberikan kepada responden secara keseluruhan, diantaranya:

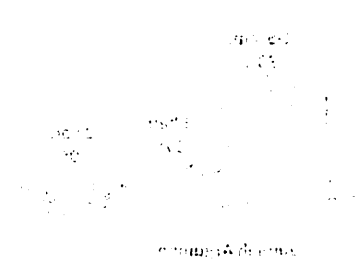
a. Lama kunjungan wisatawan belajar ke Kota Malang  
Jika dilihat berdasarkan lama kunjungan ke Kota Malang khususnya Malang Town Square (Mtsq), diketahui bahwa 83% dari keseluruhan responden hanya berada di Kota Malang selama 1-2 jam. Lebih jelasnya lihat tabel 4.3 dan diagram 4.3.

Tabel 4.3  
Lama Kunjungan ke Kota Malang

No.	Lama Kunjungan ke Kota Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	1-2 jam	72
2	3 jam	13
3	4 jam	5
	Jumlah	87

Sumber: Hasil kuisioner

Diagram 4.3  
Prosentase Lama Kunjungan ke Kota Malang



b. Tempat yang dikunjungi sebelum ke Malang Town Square (Mtsq)  
Adapun tempat yang dikunjungi sebelum berkunjung ke Malang Town Square adalah Kota Malang (Masjid Brawijaya, Uner), Kabupaten Malang (Kebun Raya) Kota Batu (diantaranya Jatim Park II), Namun jumlah kunjungan terbanyak didominasi oleh Kota Batu dengan persentasenya sebanyak 67%, diikuti Kota Malang 17% dan Kabupaten Malang 16%. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisatawan namun hanya sebagai destinasi

## LAPORAN TUGAS AKHIR

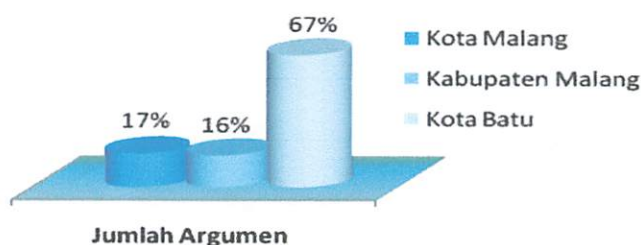
wisata yang mendukung Kota Batu sebagai tujuan utama wisata. Lebih jelasnya lihat tabel 4.4 dan diagram 4.4.

Tabel 4.4  
Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Matos

No.	Sebelum Ke Matos Tempat Lain Yang di Kunjungi	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Kota Malang	15
2	Kabupaten Malang	14
3	Kota Batu	58
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.3  
Prosentase Tempat Yang Dikunjungi  
Sebelum ke Malang Town Square (Matos)



c Tujuan perjalanan sebelum ke Malang Town Square (Matos)

Tujuan perjalanan sebelum ke Malang Town Square (Matos) yang dimaksud di sini adalah untuk menerangkan maksud dan tujuan perjalanan yang dilakukan oleh pelajar/pengunjung sebelum berkunjung ke Matos, seperti tertera di atas. Hasil rekapitan kuesioner, menerangkan bahwa 81% tujuan berkunjung adalah untuk melakukan kegiatan wisata dan rekreasi. Lihat tabel 4.5 dan diagram 4.4.

Tabel 4.5.  
Tujuan Perjalanan Sebelum ke Matos

No.	Maksud/Tujuan Berkunjung	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Wisata dan Rekreasi	81
2	Lomba Mata Pelajaran Antar Sekolah	-
3	Seminar	6
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

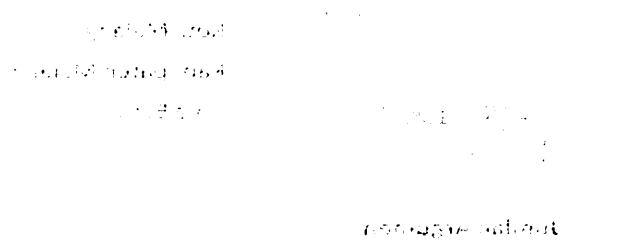
wisata yang mendukung Kota Batu sebagai tujuan utama wisata. Lebih jelasnya lihat tabel 4.4 dan diagram 4.4.

Tabel 4.4  
Tempat yang Dikunjungi Sebelum ke Malos

No.	Tempat yang dikunjungi	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Kota Malang	12
2	Kabupaten Malang	14
3	Kota Batu	58
	Jumlah	87

Sumber: Hasil kuisioner

Diagram 4.3  
Prosentase Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Malang Town Square (Malos)



Tujuan penelitian sebelum ke Malang Town Square (Malos) Tujuan penelitian sebelum ke Malang Town Square (Malos) yang dimaksud di sini adalah untuk menentukan maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan oleh pengunjung sebelum berkunjung ke Malos, seperti halnya di atas. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa 81% tujuan berkunjung adalah untuk melakukan kegiatan wisata dan rekreasi. Lihat tabel 4.4 dan diagram 4.4.

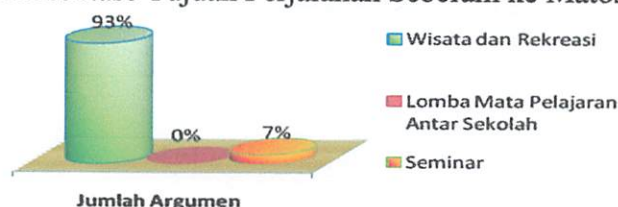
Tabel 4.5  
Tujuan Berjalan Sebelum ke Malos

No.	Maksud Tujuan Berjalan	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Wisata dan Rekreasi	81
2	Tempat Mata Pelajaran Anak Sekolah	-
3	Belanja	6
	Jumlah	87

Sumber: Hasil kuisioner

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diagram 4.4.  
Prosentase Tujuan Perjalanan Sebelum ke Matos



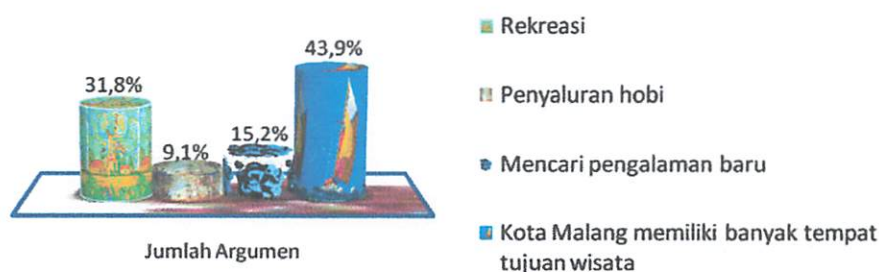
- d Motivasi memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan
- Adapun persepsi responden yang diperoleh berhubungan dengan motivasi pelajar memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan yaitu dikarenakan Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata dengan prosentase 44 %, keinginan untuk rekreasi 32%, penyaluran hobi 9 % dan mencari pengalaman baru sebanyak 15%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6 dan diagram 4.5.

Tabel 4.6.  
Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Rekreasi	28
2	Penyaluran hobi	7
3	Mencari pengalaman baru	14
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata dan rekreasi	38
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.5.  
Prosentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan



- e Motivasi berkunjung ke Matos
- Setelah diketahui motivasi kunjungan ke Kota Malang, lalu apa yang menjadi motivasi pelajar untuk berkunjung ke Malang Town Square? Rekap



Diagram 4.4.  
 Prosentase Tujuan Perjalanan Sebagai Ke Males



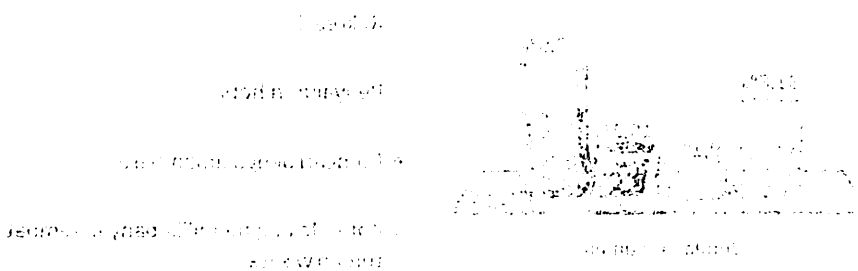
Motivasi memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan Adapun persepsi responden yang diperoleh berhubungan dengan motivasi belajar memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan yaitu dikarenakan Kota Malang memiliki banyak teman tujuan wisata dengan prosentase 44% keinginan untuk rekreasi 32% perjalanan haji 9% dan mencari pengalangan baru sebanyak 15%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.0 dan diagram 4.5.

Tabel 4.0.  
 Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	Jumlah Angkasan
1	Rekreasi	28
2	Perjalanan haji	7
3	Mencari pengalangan baru	14
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata dan rekreasi	38
	Jumlah	87

Sumber: Hasil kuisioner

Diagram 4.5.  
 Prosentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan



Motivasi berkunjung ke Males Setelah diketahui motivasi kunjungan ke Kota Malang, lalu apa yang menjadi motivasi belajar untuk berkunjung ke Malang Town Square? Rekapitan

## LAPORAN TUGAS AKHIR

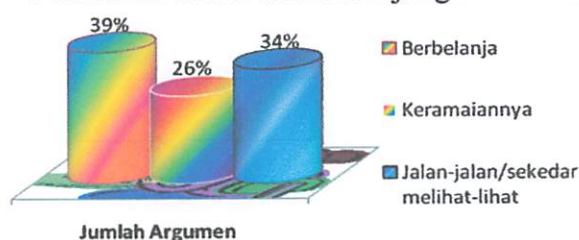
kuesioner yang ditampilkan pada tabel 4.7 dan diagram 4.6, menunjukkan bahwa motivasi utama dari pelajar adalah berbelanja dengan prosentase sebesar 39%, jalan-jalan/sekedar melihat-lihat 34%, dan keramaiannya 26%.

Tabel 4.7.  
Motivasi Berkunjung Ke Matos

No.	Motivasi Berkunjung ke Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Berbelanja	34
2	Keramaiannya	23
3	Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat	30
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.6.  
Prosentase Motivasi Berkunjung Ke Matos



f Kegiatan/aktivitas selama berada di Malang Town Square (Matos)

Kegiatan/aktivitas pelajar selama berada di Matos berdasarkan sampel, diketahui bahwa pelajar yang berkunjung ke Matos menggunakan waktunya untuk berbelanja, jalan-jalan/sekedar melihat-lihat dan bermain. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebanyak 50 atau 57% responden menggunakan waktu berkunjung untuk berbelanja, 25 atau 29% responden hanya sekedar jalan-jalan/melihat-lihat, dan 12 atau 14% responden menggunakan waktunya untuk bermain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 dan diagram 4.7.

Tabel 4.8.  
Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos

No.	Kegiatan/aktivitas Selama Berada di Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Bermain	12
2	Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat	25
3	Berbelanja	50
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

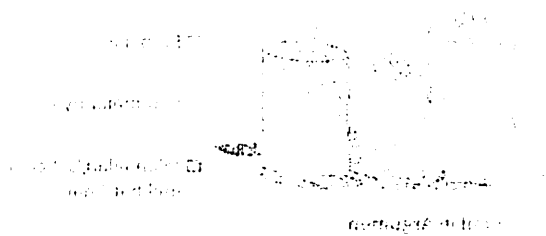
kuesioner yang ditampilkan pada tabel 4.7 dan diagram 4.6. menunjukkan bahwa motivasi utama dari pelajar adalah berangkat dengan perseentase sebesar 30%, jalan-jalan sekedar melihat-lihat 24% dan kemainannya 26%.

Tabel 4.7.  
Motivasi Berkeluarga Ke Maros

No.	Motivasi Berkeluarga Ke Maros	Jumlah Argumen Berdasar Sampel
1	Berbelanja	24
2	Kemainannya	26
3	Jalan-jalan sekedar melihat-lihat	30
	Jumlah	87

Sumber: Hasil Kajian

Diagram 4.6.  
Persentase Motivasi Berkeluarga Ke Maros



1. Kegiatan aktivitas selama berada di Jalang Town Square (Jatos) Kegiatan aktivitas belajar selama berada di Jatos berdasarkan sampel. diketahui bahwa pelajar yang berkeluarga ke Maros menggunakan waktu untuk berangkat jalan-jalan sekedar melihat-lihat dan bermain. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebanyak 30 atau 34% responden menggunakan waktu berangkat untuk berangkat ke Maros. 24 atau 28% responden hanya sekedar jalan-jalan melihat-lihat dan 13 atau 15% responden menggunakan waktu untuk bermain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 dan diagram

4.7.

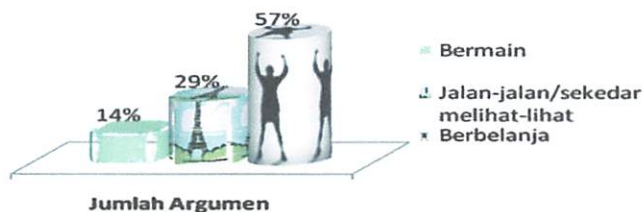
Tabel 4.8.  
Kegiatan Aktivitas Selama Berada Di Maros

No.	Kegiatan aktivitas Selama Berada di Maros	Jumlah Argumen Berdasar Sampel
1	Bermain	13
2	Jalan-jalan sekedar melihat-lihat	24
3	Berbelanja	30
	Jumlah	87

Sumber: Hasil Kajian

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diagram 4.7.  
Prosentase Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos



g Manfaat adanya Matos bagi pengunjung (pelajar)

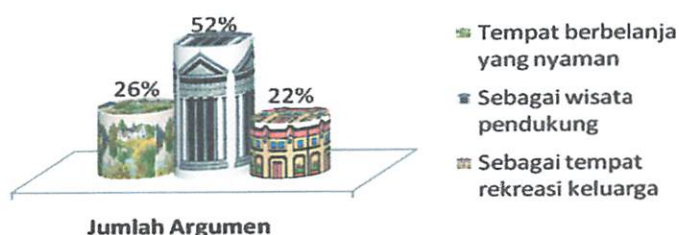
Bagi sebagian besar pelajar yang menjadi responden, Manfaat adanya Matos itu sendiri adalah sebagai wisata pendukung dengan prosentase 52%, sebagai tempat berbelanja yang nyaman 26% dan sebagai tempat rekreasi keluarga 22%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 dan diagram 4.8.

Tabel 4.9.  
Manfaat Adanya Matos

No.	Manfaat Adanya Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Tempat berbelanja yang nyaman	23
2	Sebagai wisata pendukung	45
3	Sebagai tempat rekreasi keluarga	19
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.8.  
Prosentase Manfaat Adanya Matos



h Tempat yang disenangi di Kota Malang selain Matos

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 87 responden, diketahui tempat-tempat yang disenangi di Kota Malang diantaranya, Musium Brawijaya, Mall Olympic Garden (MOG), Alun-alun Kota Malang dan Taman Krida Budaya. Namun tampaknya yang menjadi favorit bagi pelajar adalah Musium Brawijaya dengan prosentase sebanyak 49%, dan terendah yaitu Taman Krida Budaya dengan prosentase 3%.



Diagram 4.7.  
Prosentase Keinginan Aktifitas Selama Berada Di Manos



Manos adanya Manos bagi pengunjung (pelajar) bagi sebagian besar pelajar yang menjadi responden. Manos adanya Manos ini sendiri adalah sebagai wisata pendukung dengan prosentase 52%, sebagai tempat berbelanja yang nyaman 26% dan sebagai tempat rekreasi keluarga 22%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 dan diagram 4.8.

Tabel 4.9  
Manos Adanya Manos

No.	Manos Adanya Manos	Jumlah Jawaban Berdasarakan Sampel
1	Tempat berbelanja yang nyaman	23
2	Sedikit wisata pendukung	43
3	Sebagai tempat rekreasi keluarga	19
	Jumlah	85

Sumber: Hasil Angket

Diagram 4.8.  
Prosentase Manos Adanya Manos



Tempat yang disenangi di Kota Malang selain Manos Berdasarakan hasil kuesioner yang diberikan kepada 87 responden. diketahui tempat-tempat yang disenangi di Kota Malang diantaranya Museum Brawijaya, Mall Olympic Garden (MOG), Alun-alun Kota Malang dan Taman Krada Budaya. Namun tempatnya yang menjadi favorit bagi pelajar adalah Museum Brawijaya dengan prosentase sebanyak 49%, dan terendah yaitu Taman Krada Budaya dengan prosentase 3%.

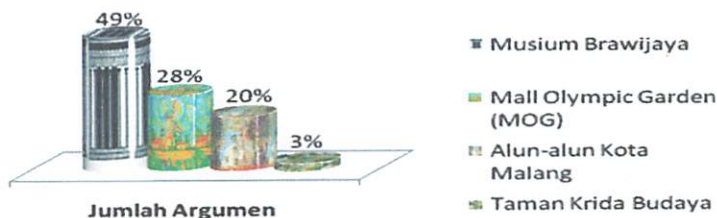
## LAPORAN TUGAS AKHIR

Tabel 4.10.  
Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos

No.	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Musium Brawijaya	43
2	Mall Olympic Garden (MOG)	24
3	Alun-alun Kota Malang	17
4	Taman Krida Budaya	3
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.9.  
Prosentase Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos



i Usulan pengembangan wisata di Kota Malang

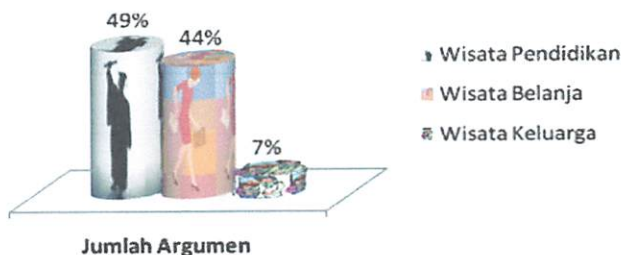
Untuk perkembangan pariwisata di Kota Malang, siswa/i SMA/K atau sederajat yang dijadikan sbagai responden memilih wisata pendidikan sebagai wisata utama yang perlu dikembangkan dengan prosentase 49%, sedangkan wisata belanja 44%, dan wisata keluarga 7%. (Lihat tabel 4.11 dan diagram 4.10).

Tabel 4.11.  
Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang

No.	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Koata Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Wisata Pendidikan	43
2	Wisata Belanja	38
3	Wisata Keluarga	6
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.10.  
Prosentase Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang

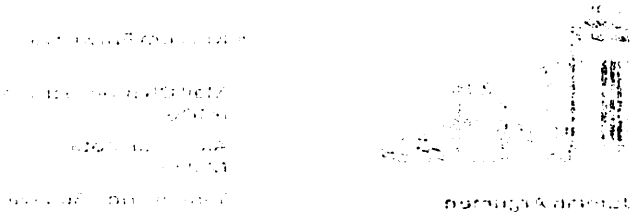


Tabel 4.10. Tempat Yang Dيسانangi di Kota Malang Selain Malang

No.	Tempat Yang Dيسانangi (Selain Malang)	Jumlah Jawaban Berdistribusi Sempit
1	Museum Bawafaza	13
2	Mall Olympic Garden (MOG)	24
3	Yunan-Idara Kota Malang	17
4	Taman Krida Budaya	3
	Jumlah	57

Sumber: Wawancara

Diagram 4.9. Prosentase Tempat Yang Dيسانangi di Kota Malang Selain Malang



4.10) Selain pengembangan wisata di Kota Malang, untuk perkembangan pariwisata di Kota Malang, siswa SMA/MA akan sebagai responden sebagai pendidik menilai wisata pendidikan sebagai wisata utama yang perlu dikembangkan dengan prosentase 40%, sedangkan wisata belanja 44% dan wisata keluarga 7% (lihat tabel 4.11 dan diagram 4.10).

Tabel 4.11. Tujuan Pengembangan Wisata Di Kota Malang

No.	Tujuan Pengembangan Wisata Di Kota Malang	Jumlah Jawaban Berdistribusi Sempit
1	Wisata Pendidikan	17
2	Wisata Belanja	20
3	Wisata Keluarga	6
	Jumlah	43

Sumber: Wawancara

Diagram 4.10. Prosentase Tujuan Pengembangan Wisata Di Kota Malang



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Selanjutnya peneliti mengelompokkan hasil rekapan kuesioner berdasarkan asal wisatawan pelajar, yaitu motivasi pelajar memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan, tempat yang disenangi di Kota Malang dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang. Maksud dari pengelompokan hasil kuisisioner ini adalah agar dengan mudah peneliti dapat mengetahui ada dan tidaknya hubungan atau korelasi antara asal wisatawan pelajar dengan masing-masing variabel yang diamati. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa wisatawan pelajar yang datang ke Kota Malang cenderung berasal beberapa kabupaten di Jawa Timur.

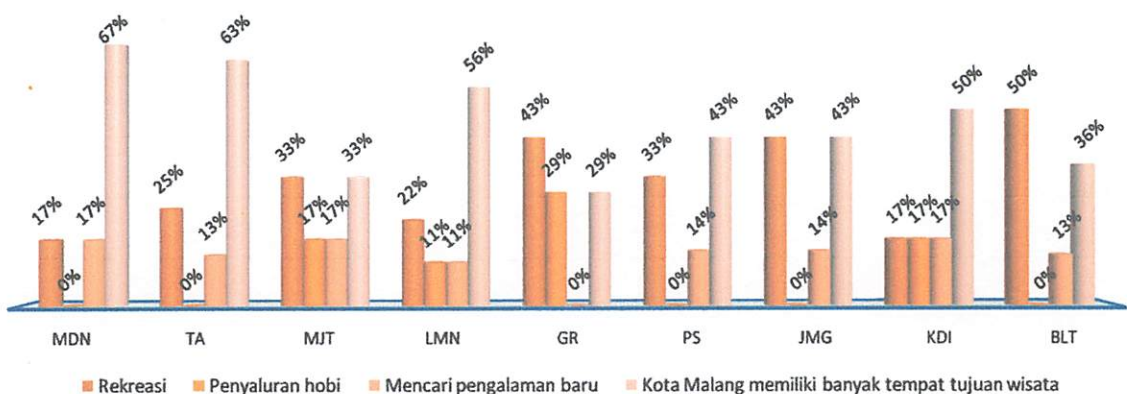
### a. Motivasi Pelajar Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.

Tabel 4.12.  
Motivasi Pemilihan Kota Malang  
Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT
1	Rekreasi	1	2	2	2	3	3	3	1	4
2	Penyaluran hobi	-	-	1	1	2	1	-	1	-
3	Mencari pengalaman baru	1	1	1	1	-	3	1	1	1
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata	4	5	2	5	2	2	3	3	3
Jumlah Responden		6	8	6	9	7	9	7	6	8

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.11.  
Prosentase Motivasi Pemilihan Kota Malang  
Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.





Selanjutnya peneliti mengelompokkan hasil rekapitan kuisioner berdasarkan asal *wisatwan* belajar yaitu motivasi belajar memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan tempat yang disarankan di Kota Malang dan alasan pengembangan *wisata* di Kota Malang. Maksud dari pengelompokan hasil kuisioner ini adalah agar dengan mudah peneliti dapat mengetahui ada dan tidaknya hubungan atau korelasi antara asal *wisatwan* belajar dengan masing-masing variabel yang diamati. Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa *wisatwan* belajar yang datang ke Kota Malang cenderung berasal beberapa kabupaten di Jawa Timur.

4. Motivasi Belajar Memilih Kota Malang sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal *Wisatwan* Belajar.

Tabel 4.12.

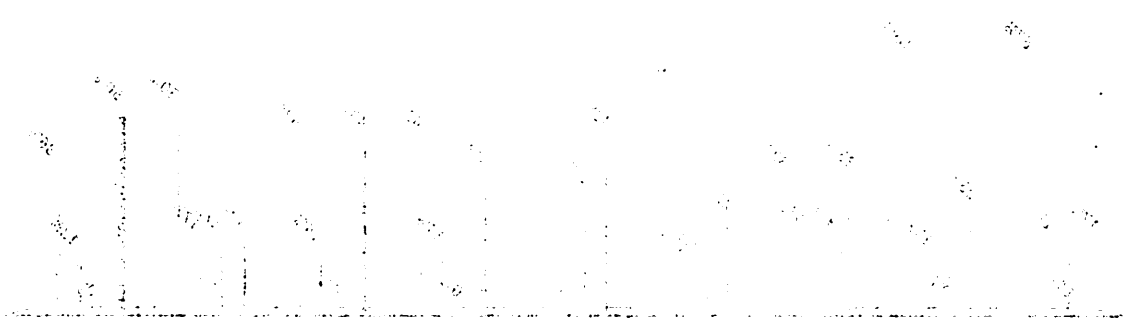
Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal *Wisatwan* Belajar.

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	MDN	TA	MU	EMN	GR	RS	LMG	KDI	BLT
1	Rekreasi	1	2	2	2	3	3	3	1	4
2	Pengalaman hobi	-	-	1	1	2	1	-	1	-
3	Mengantui perjalanan baru	1	1	1	1	-	2	1	1	1
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan <i>wisata</i>	4	4	2	2	2	2	3	3	3
	Jumlah Responden	0	0	0	0	7	0	7	0	8

Sumber: Hasil kuisioner

Diagram 4.11.

Programase Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal *Wisatwan* Belajar.



## LAPORAN TUGAS AKHIR

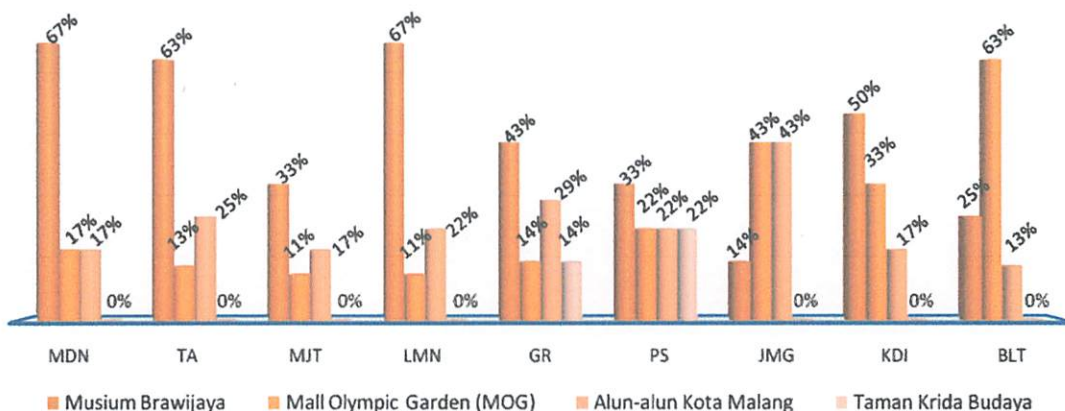
- b. Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar.

Tabel 4.13. Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT
1	Musium Brawijaya	4	5	2	6	3	3	1	3	2
2	Mall Olympic Garden (MOG)	1	1	3	1	1	2	3	2	5
3	Alun-alun Kota Malang	1	2	1	2	2	2	3	1	1
4	Taman Krida Budaya	-	-	-	-	1	2	-	-	-
Jumlah Responden		6	8	6	9	7	9	7	6	8

Sumber: Hasil kajian

Diagram 4.12. Prosentase Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar



- c. Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

Tabel 4.14. Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT
1	Wisata Pendidikan	4	4	2	5	3	4	-	2	5
2	Wisata Belanja	2	3	4	4	3	3	6	3	3
3	Wisata Keluarga	-	1	-	-	1	2	1	1	-
Jumlah Responden		6	8	6	9	7	9	7	6	8

Sumber: Hasil kajian

Хүснэгт 414

Төрөл	Хүснэгт	0	1	2	3	4	5	6	7
1	Миний хэргийн	-	1	-	-	1	3	1	1
	Миний хэргийн	3	2	4	4	3	2	0	3
	Миний хэргийн	4	1	3	2	2	1	-	3
20	Миний хэргийн	МДХ	ТХ	МН	ТХ	СР	БЭ	МӨ	КД
	Миний хэргийн								

ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

Хүснэгт 415

Миний хэргийн

1. Миний хэргийн ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

Миний хэргийн ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

Хүснэгт 416

Хүснэгт 416

Төрөл	Хүснэгт	0	1	2	3	4	5	6	7
1	Миний хэргийн	-	-	-	-	1	3	-	-
	Миний хэргийн	1	2	1	3	3	3	1	1
20	Миний хэргийн	1	1	2	1	1	1	3	2
	Миний хэргийн	4	2	3	0	2	2	1	2
20	Миний хэргийн	МДХ	ТХ	МН	ТХ	СР	БЭ	МӨ	КД
	Миний хэргийн								

ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

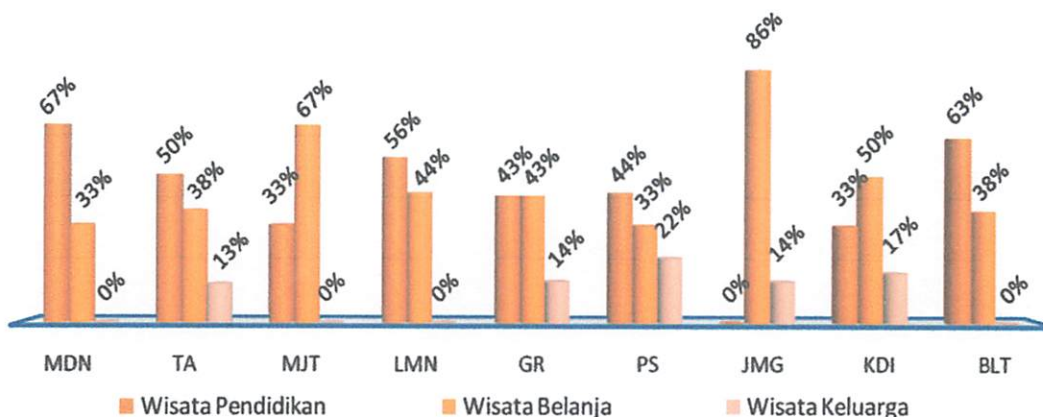
Хүснэгт 417

Миний хэргийн

1. Миний хэргийн ДЭГЭЭС АНГАМЫН ТАХААНЫ АНГАМЫН ДЭГЭЭС

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diagram 4.13. Prosentase Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

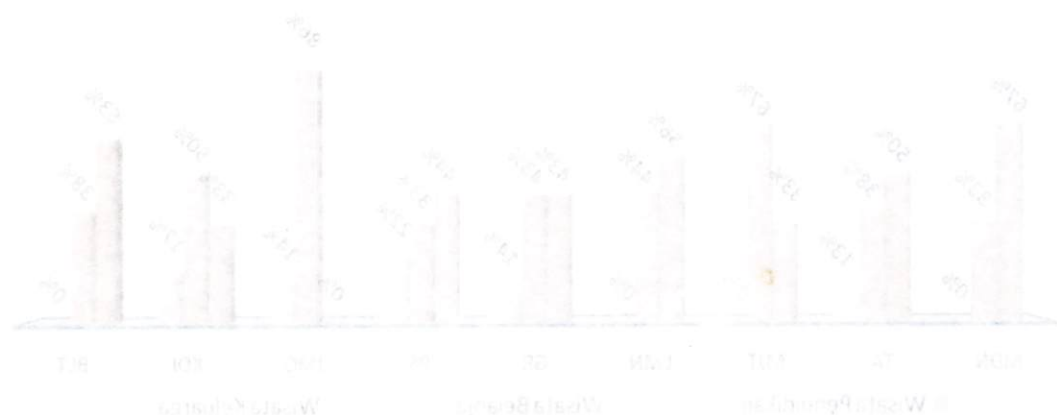


Dari hasil kuisisioner ditemukan bahwa wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang sebagian besar merupakan wisatawan ulang (*repeated quest*) dimana kunjungan mereka ke Kota Malang bukan merupakan yang pertama kali, tentu hal ini menunjukkan tingginya minat wisatawan pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang. Yang menjadi motivasi utama pelajar berkunjung ke Kota Malang adalah karena Kota Malang memiliki beragam obyek wisata serta rekreasi. Dalam memanfaatkan waktu kunjungan yang tidak lebih dari 5 jam, wisatawan pelajar cenderung memanfaatkan waktu tersebut untuk berbelanja, bermain bersama teman-teman, dan hanya sekedar jalan-jalan.

Sebagai wisatawan ulang, tentu mempunyai pengalaman lain yang di peroleh selama berkunjung ke Kota Malang. Hasil kuisisioner menyebutkan bahwa selain Malang Towns Square, adapun tempat wisata yang disenangi yaitu, Museum Brawijaya, Mall Olympic Garden (MOG), Alun-alun Kota Malang dan Taman Krida Budaya. Namun yang paling diminati oleh wisatawan pelajar adalah Museum Brawijaya dan MOG.

Di usia sekolah terutama pelajar SMA/K atau sederajat, tentu waktu liburan seringkali dimanfaatkan untuk bersenang-senang serta menghabiskan waktu liburan dengan hal-hal yang bersifat sementara. Hiburan yang berlebihan jelas membuat generasi muda kurang tanggap terhadap lingkungan, kurang memiliki daya juang, dan keberanian menghadapi resiko. Hiburan, baik melalui televisi, internet, game, maupun media lainnya, menanamkan semangat seakan-

Diagram 4.13. Prosentase Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar



Hasil kuisioner ditemukan bahwa wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang sebagian besar merupakan wisatawan ulang (*repeat guest*) dimana kunjungan mereka ke Kota Malang bukan merupakan yang pertama kali. Tentu hal ini menunjukkan tingginya minat wisatawan pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang. Yang menjadi motivasi utama pelajar berkunjung ke Kota Malang adalah karena Kota Malang memiliki beragam objek wisata serta rekreasi. Dalam memanfaatkan waktu kunjungan yang tidak lebih dari 5 jam, wisatawan pelajar cenderung memanfaatkan waktu tersebut untuk berbelanja, bermain bersama teman-teman, dan hanya sekedar jalan-jalan.

Sebagai wisatawan ulang, tentu mempunyai pengalaman lain yang di peroleh selama berkunjung ke Kota Malang. Hasil kuisioner menyebutkan bahwa selain Malang Town Square, ada pula tempat wisata yang dikunjungi yaitu Museum Brawijaya, Mali Olympic Garden (MOG), Alun-alun Kota Malang dan Taman Krida Budaya. Nama yang paling diminati oleh wisatawan pelajar adalah Museum Brawijaya dan MOG.

Di usia sekolah tertentu pelajar SMA/KB atau sederajat tentu waktu liburan seringkali dimanfaatkan untuk bersenang-senang serta menghabiskan waktu liburan dengan hal-hal yang bersifat sementara. Hiburan yang populer jelas membuat generasi muda kurang tanggap terhadap lingkungan, kurang memiliki daya jang, dan kebermanian menghadapi resiko. Hiburan, baik melalui televisi, internet, game, maupun media lainnya, memancarkan semangat sekan-

## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

akan hidup ini penuh tekanan, sehingga hiburan sering menjadi prioritas. Oleh karena itu, melalui kegiatan wisata diharapkan siswa/i sekolah dapat menggali dan mengembangkan potensi dirinya sesuai minat dan kegemarannya.

Sehubungan dengan itu, usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan kuisioner lebih berorientasi pada wisata pendidikan dan wisata belanja. Wisata pendidikan telah terbukti efektif untuk meningkatkan pola pembelajaran dan sosialisasi bagi siswa/i. Sedangkan wisata belanja tidak saja berhubungan dengan apa yang dijual dan dibeli tetapi diharapkan memberikan pengetahuan bagi pelajar tentang bagaimana memulai usaha, kreatif, inovatif, percaya diri serta berani menanggung resiko. Sikap dan mental siswa tersebut dapat diwujudkannyatakan melalui suatu konsep wisata berupa konsep wisata kewirausahaan.

### **4.3. Perspektif Guru dan Pelajar Terhadap Obyek Wisata Kota Malang**

Untuk mendukung penelitian ini, perspektif Guru dan Pelajar terhadap obyek wisata di Kota Malang diperoleh dari hasil wawancara. Minimnya jumlah narasumber untuk dijadikan sumber informasi dalam mendukung penelitian ini disebabkan oleh keterbatasan waktu kunjungan. Hasil wawancara ini di bagi atas 2 kelompok, yaitu wawancara terhadap Guru-guru pendamping dan Siswa/i.

#### **4.3.1. Hasil Wawancara Terhadap Guru/pendamping**

Wawancara yang dilakukan terhadap guru pendamping bertujuan untuk manggali informasi yang dapat mendukung penelitian ini. Adapun pertanyaan yang diberikan adalah:

- a. Apakah kegiatan wisata sekolah ini merupakan agenda sekolah (berapa kali dalam setahun) dan apa manfaat bagi siswa/i?
- b. Apakah Kota Malang sering menjadi tujuan perjalanan wisata dan rekreasi bagi siswa/i dari sekolah Bapak/Ibu?
- c. Menurut Bapak/Ibu, potensi apa saja yang dimiliki Kota Malang ?
- d. Tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang yang di senangi siswa/i?
- e. Apakah keputusan memilih Kota Malang atau Matos/....., sebagai salah satu tempat tujuan perjalanan adalah keputusan bersama antara siswa/i dan guru ataukah hanya sepihak ?

akan hidup ini penuh tekanan, sehingga hidupan sering menjadi prioritas. Oleh karena itu, masalah kegiatan *wisata* dibarengkan siswa di sekolah dapat menjadi dan mengembangkan potensi dirinya sesuai minat dan kegemaran.

Selubungan dengan itu, aspek pengembangan jenis *wisata* di Kota Malang berdasarkan kriteria lebih berorientasi pada *wisata* pendidikan dan *wisata* belajar. *Wisata* pendidikan telah terbukti efektif untuk meningkatkan pola pembelajaran dan sosialisasi bagi siswa. Sedangkan *wisata* belajar tidak saja berhubungan dengan apa yang dijumpai dan dilihat, tetapi diharapkan memberikan pengetahuan bagi belajar tentang bagaimana memulai usaha kreatif, inovatif, kreatif diri serta berani menanggung resiko. Sikap dan mental siswa tersebut dapat dirangsang dalam suatu konsep *wisata* berupa konsep *wisata* kewirausahaan.

4.1. Persepsi Guru dan Belajar Terhadap Objek *Wisata* Kota Malang

Untuk mendukung penelitian ini, perspektif guru dan belajar terhadap objek *wisata* di Kota Malang diperoleh dari hasil wawancara. Minimanya jumlah narasumber untuk dijadikan sumber informasi dalam mendukung penelitian ini disebabkan oleh keterbatasan waktu kunjungan. Hasil wawancara ini di bagi atas 2 kelompok, yaitu wawancara terhadap guru-guru pendamping dan siswa.

4.3.1. Hasil Wawancara Terhadap Guru Pendamping

*Wawancara* yang dilakukan terhadap guru pendamping bertujuan untuk mengetahui informasi yang dapat mendukung penelitian ini. Adapun pertanyaan yang diberikan adalah:

a. Apakah kegiatan *wisata* sekolah ini merupakan agenda sekolah? (berapa kali dalam setahun dan apa manfaat bagi siswa?)

b. Apakah Kota Malang sering menjadi tujuan perjalanan *wisata* dan rekreasi bagi siswa dan sekolah? (berapa kali?)

c. Menurut Bapak/Ibu, potensi apa saja yang dimiliki Kota Malang?

d. Tempat *wisata* dan rekreasi di Kota Malang yang di senangi siswa?

e. Apakah kebutuhan memilih Kota Malang atau Malang..... sebagai salah satu tempat tujuan perjalanan adalah kebutuhan bersama antara siswa dan guru manakah hanya sedikit?

## LAPORAN TUGAS AKHIR

f. Menurut Bapak/Ibu, Kota Malang adalah tujuan utama, ataukah hanya sebagai pendukung perjalanan wisata ?

Dari pertanyaan di atas, berikut ini adalah hasil wawancara yang diperoleh dari 6 guru pendamping dari sekolah yang berbeda, yaitu:

1.	<b>Nama Responden</b>	: Wahyudi
	<b>Umur Responden</b>	: 35 Tahun
	<b>Jabatan Responden</b>	: Guru mata pelajaran
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N1 Pakel-Tulung Agung
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 14.16 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Kamis, 05 Januari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Abdullah Alfarabi



(a).Menurut Pak Wahyudi, Kegiatan wisata yang diadakan oleh pihak sekolah merupakan agenda rutin, dalam setahun kegiatan wisata bersama ini diadakan 1 (satu) sampai 2 (dua) kali. Yang diharapkan dari perjalanan wisata ini adalah siswa/i dapat memperoleh pengetahuan dan meningkatkan kebersamaan antar siswa/i didik serta dapat lebih mengenal seni dan budaya yang ada di daerah-daerah lain. Selain itu, diharapkan pula dengan adanya kegiatan wisata ini, dapat membuka cakrawala berpikir siswa dalam menanggapi perkembangan lingkungan disekitarnya. (b).Dalam beberapa tahun terakhir, sekolah kami sering berkunjung ke Kota Malang, hal ini bukan keinginan kami sebagai guru akan tetapi keinginan dari siswa/i kami.

(c).Menurut saya Kota Malang memiliki banyak potensi baik di bidang pariwisata, pendidikan dan perdagangan. (d).Yang paling diminati oleh peserta didik kami jika berkunjung ke Kota Malang adalah berkunjung ke tempat-tempat perbelanjaan seperti halnya yang saat ini dilakukan oleh peserta didik kami, dimana mereka sangat senang saat berkunjung ke Malang Town Squar (Matos). (e).Keinginan untuk berkunjung ke Matos adalah keinginan bersama antara pihak guru dan siswa/i.

(f).Kota Malang memang memiliki banyak tujuan wisata akan tetapi menurut saya Kota Malang bukan merupakan tujuan utama untuk berwisata, karena Kota Batu lebih terkenal dengan obyek wisatanya yang menarik untuk dikunjungi, didukung dengan keadaan alamnya yang masih sangat bersahabat.



1. Menurut Bapak/Ibu Kota Malang adalah tujuan utama, apakah hanya sebagai pendukung pendidikan siswa?

Dari pertanyaan di atas, berikut ini adalah hasil wawancara yang diperoleh

dari 6 guru pendamping dari sekolah yang berbeda, yaitu:

1.	Nama Responden	: Wahyu
	Umur Responden	: 35 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMA N1 Pakel-Tungagung
	Waktu Wawancara	: 14.10 WIB
	Tanggal Wawancara	: Kamis, 05 Januari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	Survei oleh	: Abdillah Alfaridi

(a) Menurut Pak Wahyu, kegiatan wisata yang diadakan oleh pihak sekolah merupakan agenda rutin dalam setahun kegiatan wisata bersama ini diadakan 1 (satu) sampai 2 (dua) kali. Yang diharapkan dari perjalanan wisata ini adalah siswa dapat memperoleh pengetahuan dan meningkatkan kebersamaan antar siswa. Didik serta dapat lebih mengenal seni dan budaya yang ada di daerah-daerah lain. Selain itu, diharapkan pula dengan adanya kegiatan wisata ini dapat membuka cakrawala berpikir siswa dalam menanggapi perkembangan lingkungan sekitarnya. (b) Dalam beberapa tahun terakhir, sekolah kami sering berkunjung ke Kota Malang, hal ini bukan keinginan kami sebagai guru akan tetapi keinginan dari siswa kami.

(c) Menurut saya Kota Malang memiliki banyak potensi baik di bidang pariwisata, pendidikan dan perdagangan. (d) Yang paling diminati oleh peserta didik kami jika berkunjung ke Kota Malang adalah berkunjung ke tempat-tempat perbelanjaan seperti halnya yang saat ini dilakukan oleh peserta didik kami, dimana mereka sangat senang saat berkunjung ke Malang Town Square (Matos). (e) Keinginan untuk berkunjung ke Matos adalah keinginan bersama antara pihak guru dan siswa.

(f) Kota Malang memang memiliki banyak tujuan wisata akan tetapi menurut saya Kota Malang bukan merupakan tujuan utama untuk berwisata, karena Kota Batu lebih terkenal dengan objek wisatanya yang menarik untuk dikunjungi, didukung dengan keadaan alamnya yang masih sangat perstabad.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

2.	<b>Nama Responden</b>	: Darmawan
	<b>Umur Responden</b>	: 49 Tahun
	<b>Jabatan Responden</b>	: Guru mata pelajaran
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N1 Kotorejo-Mojokerto
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 17.30 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Minggu, 22 Januari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Frengky

(a).Pak Darmawan ketika ditemui disela-sela kesibukannya mengkoordinir siswa/siswi yang masih berada di dalam Matos, menjelaskan bahwa kegiatan wisata pelajar yang diadakan oleh pihak sekolah seperti saat ini adalah merupakan agenda tahunan, waktu perjalanan tidak dapat diprediksi karena disesuaikan dengan keuangan dan persiapan baik dari guru maupun siswa, adapun manfaat yang diperoleh adalah meningkatnya rasa persaudaraan antar siswa, kemadirian serta menambah pengetahuan. (b).Sudah sejak lama Kota Malang menjadi favorit pelajar di sekolah kami, sebagai salah satu tujuan perjalanan yang harus didatangi.

(c).Potensi yang dimiliki Kota Malang menurut saya cukup banyak, antara lain adalah sebagai Kota Pendidikan, Kota Wisata dan Kota Perdagangan. (d) jika dilihat berdasarkan frekwensi perjalanan dan tujuan wisata siswa/i kami yang berkunjung ke Kota Malang, menurut saya Museum Brawijaya dan Matos/pusat-pusat perbelanjaanlah yang sering siswa/i kami kunjungi, (e) dan itu semua merupakan usulan dari siswa/i kami, saya di sini hanya sebagai pendamping dan mengawasi siswa/i.

(f) Menurut pengalaman saya, keberadaan Kota Batu dengan potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi menyebabkan Kota Malang sering dijadikan sebagai tempat persinggahan sementara siswa/i kami. Oleh karena itu, saya harap ada campurtangan pemerintah dan pihak terkait sehingga Kota Malang dapat mampu bersaing dengan Kota Batu dalam hal pariwisata.

3.	<b>Nama Responden</b>	: Anur
	<b>Umur Responden</b>	: 38 Tahun
	<b>Jabatan Responden</b>	: Guru mata pelajaran
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N2 Kediri
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 17.50 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Minggu, 04 Februari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Ariwibowo

2.	Nama Responden	: Darmawan
	Umur Responden	: 49 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMA N1 Kotorejo-Ngojoreto
	Waktu Wawancara	: 17.30 WIB
	Tanggal Wawancara	: Minggu, 22 Januari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	Surveivor	: Prangky

(a) Pak Darmawan ketika ditemui disela-sela kesibukannya mengkoordinir siswa-siswi yang masih berada di dalam Matos, menjelaskan bahwa kegiatan wisata belajar yang diadakan oleh pihak sekolah seperti saat ini adalah merupakan agenda tahunan, waktu pelajaran tidak dapat diprediksi karena disesuaikan dengan keuangan dan persiapan baik dari guru maupun siswa, adapun manfaat yang diperoleh adalah meningkatnya rasa persahabatan antar siswa, kemaduran serta menambah pengetahuan. (b) Sudah sejak lama Kota Malang menjadi favorit belajar di sekolah kami, sebagai salah satu tujuan perjalanan yang harus didatangi. (c) Potensi yang dimiliki Kota Malang menurut saya cukup banyak, antara lain adalah sebagai Kota Pendidikan, Kota Wisata dan Kota Perdagangan. (d) Jika dilihat berdasarkan efektivitas perjalanan dan tujuan wisata siswa kami yang berkunjung ke Kota Malang, menurut saya harusnya Bawijaya dan Matos pusat-pusat perbelanjaanlah yang sering siswa kami kunjungi. (e) dan itu semua merupakan usulan dari siswa kami, saya di sini hanya sebagai pendamping dan mengawasi siswa.

(f) Menurut pengalaman saya, keberadaan Kota Batu dengan potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi menyebabkan Kota Malang sering dijadikan sebagai tempat peninggihan sementara siswa kami. Oleh karena itu, saya harap ada campur tangan pemerintah dan pihak terkait sehingga Kota Malang dapat mampu bersaing dengan Kota Batu dalam hal pariwisata.

3.	Nama Responden	: Anur
	Umur Responden	: 38 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMA N2 Kediri
	Waktu Wawancara	: 17.50 WIB
	Tanggal Wawancara	: Minggu, 04 Februari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	Surveivor	: Ariwidoro

## LAPORAN TUGAS AKHIR

(a).Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh pihak sekolah, biasanya dilakukan pada saat liburan sekolah atau libur kenaikan kelas dan tidak menentu. Dengan adanya perjalanan wisata ini diharapkan pelajar dapat memperoleh pengalaman baru dan saat kembali ke sekolah pelajar dapat lebih bersemangat dalam mengikuti pelajaran. (b).Setiap menjelang liburan sekolah, kami dari pihak sekolah menawarkan paket wisata bagi siswa/i kami, dari beberapa kota atau tempat yang ditawarkan seringkali pelajar justru memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan yang harus dikunjungi dengan berbagai alasan, diantaranya karena banyak tempat wisata dan tempat belanja. (c). Menurut pendapat saya, potensi yang dimiliki oleh Kota Malang adalah sebagai kota pendidikan dan perdagangan, sedangkan untuk wisatanya kurang begitu menarik karena Kota Batu lebih banyak tempat wisata.

(d).Berdasarkan pengalaman beberapa tahun ini, tujuan siswa/i hanya ingin berkunjung ke Mall yang ada di Kota Malang, terutama Malang Town Square (e).dan ini merupakan keinginan siswa/i itu sendiri. (f).Kota Malang bukan merupakan tujuan utama, karena yang menjadi tujuan utama perjalanan siswa/i kami adalah Kota Batu. Kota Malang seringkali menjadi alternatif tujuan perjalanan wisata yang diadakan oleh sekolah kami.

4.	Nama Responden	: Hastuti
	Umur Responden	: 29 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMA N3-Lamongan
	Waktu Wawancara	: 14.10 WIB
	Tanggal Wawancara	: Sabtu, 04 Februari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	Surveyor	: Ariwibowo

(a).Dilingkungan sekolah kami, kegiatan wisata pelajar sudah merupakan agenda rutin dan dalam setahun lebih dari 1 kali kegiatan wisata ini diadakan dengan tujuan, agar siswa/siswi kami dapat menghilangkan rasa jenuh terhadap kegiatan formal di sekolah dan diharapkan peserta didik kami dapat memperoleh pengalaman yang sifatnya membangun mental dan kepribadian serta kreativitas dalam menyalurkan bakatnya. (b).Selain Surabaya, kami memang sering berkunjung ke Kota Malang. (c).Potensi wisata pendidikan yang menurut saya

(a) Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh pihak sekolah. Biasanya dilakukan pada saat liburan sekolah atau libur kemahasiswaan kelas dan tidak memuat. Dengan adanya perjalanan wisata ini diharapkan belajar dapat memperoleh pengetahuan baru dan saat kembali ke sekolah belajar dapat berlangsung dengan mengikuti pelajaran. (b) Setiap menjelang liburan sekolah kami dan pihak sekolah menawarkan paket wisata bagi siswa kami dari beberapa kota atau tempat yang diarahkan sehingga belajar justru menjadi lebih menyenangkan sebagai salah satu tujuan yang harus dikaji dengan berbagai alasan. (c) Memerlukan karena banyak tempat wisata dan tempat belajar. (d) Menuntut kondisi siswa yang dimiliki oleh Kota Malang adalah sebagai kota pendidikan dan pengembangan, sedangkan untuk wisatanya karena begitu menarik karena Kota Batu lebih banyak tempat wisata.

(b) Berdasarkan pengalaman beberapa tahun ini tujuan wisata yang ingin berkunjung ke Batu yang ada di Kota Malang, terutama Malang Town Square (c) dan ini merupakan kegiatan siswa ini sendiri. (1) Kota Malang bukan merupakan tujuan utama karena yang menjadi tujuan utama perjalanan siswa kami adalah Kota Batu. Kota Malang seringkali menjadi alternatif tujuan perjalanan wisata yang diadakan oleh sekolah kami.

Survei	: Atributor
Tempat Wisata	: Taman Bus Purabaya (Batu)
Tanggal Wisata	: Sabtu, 04 Februari 2011
Waktu Wisata	: 14.10 WIB
Asal Sekolah	: SMA N 12 Malang
Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
Umur Responden	: 29 Tahun
Jenis Responden	: Hutan

(a) Ditingkatkan sekolah kami kegiatan wisata belajar sudah merupakan agenda rutin dan dalam kegiatan lebih dari 1 kali kegiatan wisata ini diadakan dengan tujuan agar siswa kami dapat menggabungkan rasa senang terhadap kegiatan formal di sekolah dan diharapkan peserta didik kami dapat memperoleh pengetahuan yang sifatnya acuan untuk mental dan kepribadian serta kreativitas dalam meningkatkan bakatnya. (b) Selain itu kami memang sering berkunjung ke Kota Malang. (c) Potensi wisata pendidikan yang memikat siswa

## LAPORAN TUGAS AKHIR

paling menonjol di Kota Malang, karena keberadaan Museum Brawijaya serta banyaknya perguruan tinggi dan sekolah-sekolah favorit.

(d). Di Kota Malang, tempat yang di senangi siswa/i dari tahun ke tahun adalah mengunjungi mal/tempat perbelanjaan, dan cenderung ingin melihat suasana Kota Malang bagi sebagian siswa yang belum pernah berkunjung ke Kota Malang. (e).keinginan untuk datang ke Kota Malang adalah usulan siswa/i sendiri dan melalui persetujuan guru-guru tentunya. (f) Jika dilihat dari minat siswa/i selama ini, cenderung Kota Malang hanya sebagai pemenuhan kebutuhan wisata, karena cenderung yang menjadi tujuan utama pelajar kami adalah ke Kota Batu dan Kabupaten Malang.

5.	Nama Responden	: Ambar
	Umur Responden	: 35 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMK N1 Bangil-Pasuruan
	Waktu Wawancara	: 15.30 WIB
	Tanggal Wawancara	: Minggu, 19 Februari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	Surveyor	: Dicky

(a).Sekolah kami selalu memprioritaskan siswa/i untuk melakukan kegiatan wisata, terutama siswa/i yang akan menghadapi ujian akhir Nasional. Kerena menurut hemat kami, saat akan menghadapi ujian siswa/i perlu berwisata untuk menghilangkan rasa jenuh dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. (b).Selain karena jarak serta minimnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perjalanan wisata, Kota Malang juga menawarkan banyak tempat tujuan wisata yang dapat di kunjungi sehingga kami sering berkunjung ke Kota Malang. (c).Potensi yang dimiliki Kota Malang antara lain wisata keluarga, wisata pendidikan dan wisata belanja.

(d).Dari pengalaman saya selama beberapa tahun ini, siswa/i dari sekolah kami cenderung ingin berkunjung ke Malang Town Square dan ada Museum Brawijaya tapi itu diarahkan oleh sekolah. (e).Dalam memilih lokasi tujuan wisata, biasanya merupakan kesepakatan bersama antara Guru dan Siswa. (f).Menurut saya, Kota Malang termasuk salah satu tujuan utama wisatawan selain Kota Batu.

balung monev di Kota Malang, karena keberadaan Museum Brawijaya serta banyaknya perguruan tinggi dan sekolah-sekolah favorit.

(b) Di Kota Malang tempat yang di kunjungi siswa dari tahun ke tahun adalah mengunjungi makam-pemak bersejarah dan cenderung ingin melihat suasana Kota Malang bagi sebagian siswa yang belum pernah berkunjung ke Kota Malang. (c) keinginan untuk datang ke Kota Malang adalah alasan siswa sendiri dan melalui persediaan guru-guru tentunya. (d) jika dilihat dari minat siswa, selama ini cenderung Kota Malang hanya sebagai pemenuhan kebutuhan wisata, karena cenderung yang menjadi tujuan utama pelajar kami adalah ke Kota Batu dan Kabupaten Malang.

2.	Nama Responden	: Ambar
	Umur Responden	: 35 tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMA N1 Bangli-Pasuruan
	Waktu wawancara	: 12.30 WIB
	Tanggal wawancara	: Minggu, 19 Februari 2012
	Tempat wawancara	: Parkiran Bus Pariwisata (Klatas)
	Sumber	: Dicky

(a) Sekolah kami selalu memperhatikan siswa untuk melakukan kegiatan wisata terutama siswa yang akan mengadakan ujian akhir Nasional. Karena menurut kami saat akan menghadapi ujian siswa perlu wawasan untuk meningkatkan rasa jenuh dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. (b) Selain karena jarak serta minimnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perjalanan wisata, Kota Malang juga menawarkan banyak tempat tujuan wisata yang dapat di kunjungi sehingga kami sering berkunjung ke Kota Malang. (c) Potensi yang dimiliki Kota Malang antara lain wisata keluarga, wisata pendidikan dan wisata belanja.

(d) Dari pengalaman saya selama beberapa tahun ini siswa dari sekolah kami cenderung ingin berkunjung ke Malang Town Square dan ada Museum Brawijaya tapi itu dibarengi oleh sekolah. (e) Dalam memilih lokasi tujuan wisata, biasanya merupakan kesepakatan bersama antara Guru dan siswa. (f) Menurut saya Kota Malang termasuk salah satu tujuan utama wisata selain Kota Batu.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

6.	<b>Nama Responden</b>	: Zainab
	<b>Umur Responden</b>	: 30 Tahun
	<b>Jabatan Responden</b>	: Guru mata pelajaran
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMK Kesehatan Bakti Medika Indonesia-Blitar
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 16.00 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Jumat, 23 Maret 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Frengky

(a).2 (dua) kali dalam setahun siswa/i kami ajak untuk melakukan kegiatan wisata dan ini sudah merupakan agenda rutin sekolah kami. Tujuannya selain untuk bersenang-senang serta menghabiskan masa liburan sekolah, diharapkan dengan adanya kegiatan wisata sekolah ini siswa/i dapat memperoleh pengetahuan mengenai seni budaya, sejarah, dan lain sebagainya. (b).Khusus kota-kota di Jawa Timur, Kota Malang merupakan salah satu kota yang sering kami kunjungi. (c).Adapun potensi yang dimiliki Kota Malang antara lain, wisata belanja, wisata pendidikan dan wisata sejarah.

(d).Dikalangan siswa/i kami, jika berkunjung ke Kota Malang lebih cenderung menghabiskan waktu mereka di mall atau tempat-tempat perbelanjaan. (e).Keputusan yang di ambil dalam menentukan tujuan perjalanan adalah kesepakatan bersama dan menurut saya (f) Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisata.

#### 4.3.2. Hasil Wawancara Terhadap Siswa/siswi

Wawancara terhadap siswa/i bertujuan sebagai sumber informasi bagi peneliti dalam merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar. Adapun beberapa pertanyaan wawancara yang diberikan kepada narasumber antara lain:

- Apa memotivasi anda untuk berkunjung ke Kota Malang?
- Tempat wisata di Kota Malang yang anda senangi?
- Apa pendapat anda terhadap keberadaan produk wisata yang ada di Kota Malang?
- Menurut anda, jenis wisata apa yang seharusnya dikembangkan di Kota Malang?
- Di mana tempat yang anda kunjungi sebelum ke Matos/.....?





d.	Nama Responden	: Xainab
	Umur Responden	: 30 Tahun
	Jabatan Responden	: Guru mata pelajaran
	Asal Sekolah	: SMK Kesehatan Bakti Medika Indonesia-Bilitar
	Waktu Wawancara	: 16.00 WIB
	Tanggal Wawancara	: Jumat, 23 Maret 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Parwisata (Matos)
	Surveyor	: Frangky

(a).2 (dua) kali dalam setahun siswa kami akan melakukan kegiatan wisata dan ini sudah terprogram agenda rutin sekolah kami. Tujuannya selain untuk bersenang-senang serta menghidupkan masa liburan sekolah, diharapkan dengan adanya kegiatan wisata sekolah ini siswa dapat memperoleh pengetahuan mengenai seni budaya, sejarah, dan lain sebagainya. (b).Khusus kota-kota di Jawa Timur, Kota Malang merupakan salah satu kota yang sering kami kunjungi. (c).Adapun potensi yang dimiliki Kota Malang antara lain, wisata budaya, pendidikan dan wisata sejarah.

(d).Dikatakan siswa kami jika berkunjung ke Kota Malang lebih cenderung menghabiskan waktu mereka di mall atau tempat-tempat perbelanjaan. (e).Keputusan yang di ambil dalam menentukan tujuan perjalanan adalah kesepatan bersama dan menurut saya (1) Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisata.

#### 4.3.2. Hasil Wawancara Terhadap Siswa/sawi

Wawancara terhadap siswa bertujuan sebagai sumber informasi bagi peneliti dalam memunculkan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pasar belajar. Adapun beberapa pertanyaan wawancara yang diberikan kepada narasumber antara lain:

- Apa motivasi anda untuk berkunjung ke Kota Malang?
- Tempat wisata di Kota Malang yang anda kunjungi?
- Apa pendapat anda terhadap keberadaan produk wisata yang ada di Kota Malang?
- Menurut anda, jenis wisata apa yang seharusnya dikembangkan di Kota Malang?
- Di mana tempat yang anda kunjungi sebelum ke Matos.....?



## LAPORAN TUGAS AKHIR

f Setelah dari Matos/....., apa ada tujuan wisata lainnya yang akan dikunjungi?

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan terhadap siswa/i yang datang dari berbagai daerah, yaitu:

1.	<b>Nama Responden</b>	: Siti
	<b>Umur Responden</b>	: 17 Tahun
	<b>Alamat</b>	: Jl. Progo No.98
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N3 Madiun
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 17.00 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Kamis, 05 Januari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Dicky

(a).Yang menjadi motivasi saya dan teman-teman berkunjung ke Kota Malang yaitu untuk mengikuti lomba mata pelajaran di Universitas Negeri Malang. (b).Tempat wisata yang paling saya senangi adalah Matos dan tempat-tempat perbelanjaan lainnya di Kota Malang.

(c).Tempat-tempat wisata di Kota Malang menurut saya cukup baik dan perlu di kembangkan lagi sehingga tidak kalah dengan kota-kota lain. (d).Jenis wisata yang seharusnya dikembangkan adalah wisata belanja dan pendidikan. (e).Tempat yang kami kunjungi sebelum ke Matos adalah Universitas Merdeka Malang dalam rangka mengikuti kegiatan lomba mata pelajaran. Setelah dari Matos (f) kami akan menuju ke *Batu Night Spectacular (BNS)* dan selanjutnya pulang ke Madiun.

2.	<b>Nama Responden</b>	: Fitri
	<b>Umur Responden</b>	: 17 Tahun
	<b>Alamat</b>	: Bangunmulyo
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N1 Pakel-Tulungagung
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 16.10 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Kamis, 05 Januari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Frengky

(a).Motivasi utama saya ke Kota Malang ingin jalan-jalan di Malang Town Square, dan melihat keramaian yang ada di Kota Malang. (b).tempat wisata yang saya senangi di Malang saat ini yaitu Malang Town Square karena kebetulan saya baru pertama kali ke Kota Malang. (c).Sepintas bagi saya keberadaan tempat wisata di Kota Malang cukup baik dan (d).Kota Malang pantas untuk menjadi tujuan wisata keluarga dan wisata bagi pelajar. (e).Sebelum ke Malang Town

Setelah dari Matos... yang ada tujuan utama lainnya yang akan dikaji...

Berkas ini adalah hasil wawancara yang dilakukan terhadap siswa yang

datang dari berbagai daerah.

1.	Nama Responden	: Sidi
	Umur Responden	: 17 Tahun
	Alamat	: Jl. Praga No.08
	Asal Sekolah	: SMA N3 Medan
	Waktu Wawancara	: 17.00 WIB
	Tanggal Wawancara	: Kamis, 02 Januari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Paritmas (Matos)
	Penyusun	: Dicky

(a). Yang menjadi motivasi saya dan teman-teman berkunjung ke Kota

Malang yaitu untuk penelitian tentang mata pelajaran di Universitas Negeri

Malang. (b). Tempat wisata yang paling saya sukai adalah Matos dan tempat-

tempat perbelanjaan lainya di Kota Malang.

(c). Tempat-tempat wisata di Kota Malang menurut saya cukup baik dan

berita di kembangkannya lagi sehingga tidak kalah dengan kota-kota lain. (d). Jenis

wisata yang sebenarnya dikembangkan adalah wisata belanja dan pendidikan.

(e). Tempat yang kami kunjungi sebelum ke Matos adalah Universitas Merdeka

Malang karena sangat menarik karena mata pelajaran. Setelah dari

Matos (f). Kami akan menuju ke www.vista-spacerwater (BNS) dan selanjutnya

belang ke Malindo.

2.	Nama Responden	: Fidi
	Umur Responden	: 17 Tahun
	Alamat	: Pangasinan
	Asal Sekolah	: SMA N1 Pakel-Tumpang
	Waktu Wawancara	: 16.10 WIB
	Tanggal Wawancara	: Kamis, 02 Januari 2012
	Tempat Wawancara	: Parkiran Bus Paritmas (Matos)
	Penyusun	: Dicky

(a). Motivasi utama saya ke Kota Malang ingin jalan-jalan di Malang Town

Spacer dan melihat keramaian yang ada di Kota Malang. (b). tempat wisata yang

saya sukai di Malang saat ini yaitu Malang Town spacer karena keindahan tempat

baru pertama kali ke Kota Malang. (c). tempat yang saya sukai adalah tempat

wisata di Kota Malang cukup baik dan di Kota Malang panas untuk menjadi

tujuan wisata keluarga dan wisata bagi pelajar. (d). sebelum ke Malang Town

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Square saya bersama rombongan berkunjung ke Jatim Park 1 dan setelah dari sini (MATOS) (f).kami akan melanjutkan perjalanan pulang ke Tulungagung.

3.	<b>Nama Responden</b>	: <b>Edi Sasmito</b>
	<b>Umur Responden</b>	: <b>16 Tahun</b>
	<b>Alamat</b>	: <b>Jl.Bunton II/34</b>
	<b>Asal Sekolah</b>	: <b>SMK PGRI 2 Gresik</b>
	<b>Waktu Wawancara</b>	: <b>14.30 WIB</b>
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: <b>Sabtu, 02 Februari 2012</b>
	<b>Tempat Wawancara</b>	: <b>Parkiran Bus Pariwisata (Matos)</b>
	<b>Surveyor</b>	: <b>Abdullah Alfarabi</b>

(a). Ini kali ke 2 saya berkunjung ke Kota Malang dan yang selalu menjadi motivasi saya adalah berbelanja serta menghabiskan waktu liburan. (b).Adapun tempat yang saya senangi di Kota Malang adalah Museum Brawijaya dan Alun-alun Tugu (c).Keberadaan tempat wisata di Kota Malang cukup baik namun perlu dikembangkan lagi sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan. (d).Karena di Kota Malang banyak terdapat tempat bersejarah dan pusat perbelanjaan, maka menurut saya wisata pendidikan dan wisata belanja yang paling pantas untuk di kembangkan. (e).Sebelum ke Matos, saya dan teman-teman berkunjung ke Kota Batu dan (f).setelah dari Matos kami akan kembali ke Gresik

4.	<b>Nama Responden</b>	: <b>Lia Rahmi</b>
	<b>Umur Responden</b>	: <b>16 Tahun</b>
	<b>Alamat</b>	: <b>Jl.Tulung Gg IX/4</b>
	<b>Asal Sekolah</b>	: <b>SMA Ihyaub Ulum-Gresik</b>
	<b>Waktu Wawancara</b>	: <b>17.40 WIB</b>
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: <b>Rabu, 15 Februari 2012</b>
	<b>Tempat Wawancara</b>	: <b>Parkiran Bus Pariwisata (Matos)</b>
	<b>Surveyor</b>	: <b>Frengky</b>

(a).Motivasi saya berkunjung ke Kota Malang yaitu berwisata dan menambah pengalaman baru. (b).tempat yang saya senangi di Kota Malang adalah Malang Town Square dan Malang Olympic Garden, serta udaranya yang sejuk. (c).Pendapat saya tentang keberadaan tempat wisata di Kota Malang cukup baik dan karena banyak terdapat pusat perbelanjaan dengan harga yang terjangkau maka (d)Kota Malang dapat dijadikan sebagai tempat tujuan wisata belanja. (e).Sebelum ke Matos saya dan teman-teman berkunjung ke Kota Batu dan setelah dari Matos kami akan pulang ke Gresik.



## LAPORAN TUGAS AKHIR

5.	<b>Nama Responden</b>	: Ira
	<b>Umur Responden</b>	: 17 Tahun
	<b>Alamat</b>	: Jl. Patimura 2A
	<b>Asal Sekolah</b>	: SMA N1Bangil-Pasuruan
	<b>Waktu Wawancara</b>	: 15.10 WIB
	<b>Tanggal Wawancara</b>	: Minggu, 19 Februari 2012
	<b>Tempat Wawancara</b>	: Parkiran Bus Pariwisata (Matos)
	<b>Surveyor</b>	: Frengky

(a).Menurut Ira, yang menjadi motivasinya untuk berkunjung ke Kota Malang yaitu karena Malang mempunyai banyak tempat tujuan wisata. (b).tempat yang saya senangi di Kota Malang adalah Museum Brawijaya dan Pasar Bunga Splendid. (c).Kota Malang memiliki banyak tempat-tempat tujuan wisata dan menarik untuk dikunjungi akan tetapi menurut Ira, Kota Malang lebih pantas dijadikan sebagai (d) kota wisata pendidikan dan wisata budaya. (e).Sebelum berkunjung ke Matos, Ira dan teman-teman berkunjung ke Kota Batu dan setelah dari Malang Town Square, akan kembali ke Pasuruan.

Secara garis besar hasil wawancara yang diperoleh dari guru/pendamping serta pelajar dapat disimpulkan bahwa, kegiatan wisata yang dilakukan merupakan agenda tahunan yang diadakan oleh pihak sekolah. Yang berkaitan dengan tempat tujuan perjalanan dan atau rute perjalanan wisata merupakan kesepakatan bersama antara guru dan peserta didik. Seringkali Kota Malang menjadi salah satu tujuan perjalanan pelajar dari setiap sekolah karena bagi siswa/i dan guru, Kota Malang memiliki beragam obyek wisata yang dapat dikunjungi terutama wisata pendidikan dan wisata belanja.

Akan tetapi yang perlu diingat, bahwasannya Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan bagi wisatawan pelajar, karena sebelumnya atau sesudah ke Kota Malang ada tujuan wisata lainnya yang hendak dikunjungi, yaitu Kota Batu dan Kabupaten Malang. Oleh karena Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisata pelajar, maka diharapkan adanya satu konsep wisata yang dapat mendorong lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Kota Malang dan juga dapat menahan lebih lama wisatawan yang bersangkutan untuk tinggal lebih lama di Kota Malang.

2.	Nama Responden	:	.....
	Jenis Responden	:	.....
	Alamat	:	.....
	Jasa Sekolah	:	.....
	Waktu Wawancara	:	.....
	Tanggal Wawancara	:	.....
	Tempat Wawancara	:	.....
	Sevetyor	:	.....

(a) Menurut hal yang terdapat di atas, apakah untuk berkunjung ke Kota Malang yaitu karena alasan mempunyai banyak tempat tujuan wisata (b) tentu saja yang ada di Kota Malang adalah Museum Persepsi dan Pasa Bangsa (c) Kota Malang memiliki banyak tempat-tempat tujuan wisata dan menarik untuk dikunjungi akan tetapi menurut hal Kota Malang lebih pantas diberikan sebagai (d) kota wisata pendidikan dan wisata budaya (e) sebelum berkunjung ke Malang, hal dan tempat-tempat berkunjung ke Kota Batu dan sekitarnya Malang Town Square akan kembali ke Pasuruan.

Secara garis besar hasil wawancara yang diperoleh dari guru-pendidik yang serta belajar dapat disimpulkan bahwa kegiatan wisata yang dilakukan merupakan agenda tahunan yang diadakan oleh pihak sekolah yang berkaitan dengan tempat tujuan perjalanan dan cara rute perjalanan wisata merupakan kesempatan bersama antara guru dan peserta didik. Seringkali Kota Malang menjadi salah satu tujuan perjalanan belajar dari setiap sekolah karena bagi siswa dan guru Kota Malang memiliki destinasi objek wisata yang dapat dikunjungi terutama wisata pendidikan dan wisata belanja.

Akan tetapi yang perlu diingat bahwasannya Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan bagi wisatawan belajar karena sebelumnya tentu sudah ke Kota Malang ada tujuan wisata belajar yang hendak dikunjungi yaitu Kota Batu dan Kabupaten Malang. Oleh karena Kota Malang bukan merupakan tujuan utama perjalanan wisata belajar maka ditanyakan adanya suatu konsep wisata yang dapat mendorong lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Kota Malang dan juga dapat mendorong lebih banyak wisatawan yang beranggapan untuk tinggal lebih lama di Kota Malang.

---

**BAB V**  
**ANALISA DAN ARAHAN KONSEP WISATA**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**

Dalam proses pencapaian tujuan dari penelitian ini, maka diperlukan beberapa upaya dan langkah yang obyektif terutama analisa yang digunakan dalam Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.

**5.1. Analisa Konsep Wisata Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar**

Proses analisis dilakukan berdasarkan potensi yang ada di Kota Malang dan usulan-usulan dari pelajar itu sendiri. Sehingga pada akhirnya diperoleh konsep serta arahan pengembangan wisata di Kota Malang sebagai tujuan wisata pelajar. Adapun analisis yang digunakan yaitu: analisa hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan pelajar. Selanjutnya analisa obyek wisata Kota Malang, analisa kebutuhan produk wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar dan analisa hubungan fungsional produk wisata.

**5.1.1. Analisa hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan pelajar**

Analisis ini dilakukan dengan merujuk pada jumlah responden kuesioner yang telah disebarkan berdasarkan asal wisatawan pelajar. Dalam menghitung hubungan antar variabel, peneliti menggunakan rumus *Koefisien Kontingensi*. Rumus ini adalah sebagai berikut<sup>1</sup>:

$$C = \sqrt{\frac{x^2}{N + x^2}}$$

Dengan rumus Chi Kuadrat:

$$x^2 = \sum_{r=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(OP_{ij} + E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

---

<sup>1</sup> Sugiono, 2006, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, Hal 224



BAB V  
ANALISA DAN ARAHAN KONSEP WISATA  
BERDASARKAN BANGSA BARU BELAJAR

Salah satu proses pendidikan adalah dengan memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari. Untuk itu, diperlukan berbagai sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari.

Salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari adalah buku.

Buku adalah salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari. Buku adalah salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari. Buku adalah salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari. Buku adalah salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari.

2.1.1. Analisis kebutuhan sumber belajar yang digunakan dalam proses pembelajaran. Analisis kebutuhan sumber belajar yang digunakan dalam proses pembelajaran. Analisis kebutuhan sumber belajar yang digunakan dalam proses pembelajaran.

Salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari adalah buku. Buku adalah salah satu sumber belajar yang dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada siswa yang akan dipelajari.

$$\frac{1}{\sqrt{1+\frac{y^2}{x^2}}} = \frac{x}{\sqrt{x^2+y^2}}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka dapat diperoleh:

$$\frac{1}{\sqrt{1+\frac{y^2}{x^2}}} = \frac{x}{\sqrt{x^2+y^2}}$$

1. Analisis Kebutuhan Sumber Belajar yang Digunakan dalam Proses Pembelajaran. Analisis Kebutuhan Sumber Belajar yang Digunakan dalam Proses Pembelajaran.

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

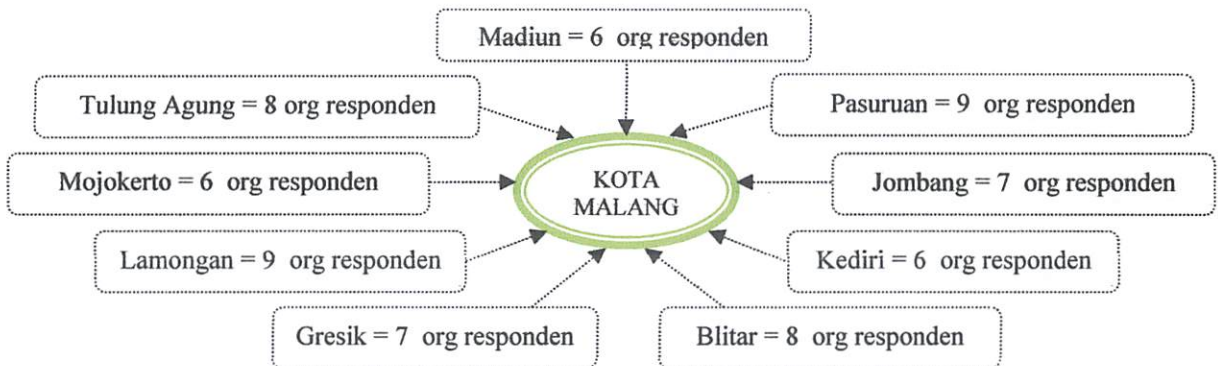
Hipotesis yang diajukan dalam analisa ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara asal pelajar dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang.

Ha : Ada hubungan yang positif dan signifikan antara asal pelajar dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang.

Dari hasil kuesioner diperoleh 9 bus pariwisata yang berasal dari daerah yang berbeda, diantaranya: Madiun, Tulung Agung, Mojokerto, Lamongan, Gresik, Pasuruan, Jombang, Kediri dan Blitar. Jumlah sampel yang diperoleh dari masing-masing daerah bervariasi dikarenakan peneliti mengalami kesulitan disaat pelajar hendak kembali ke bus pariwisata untuk melanjutkan perjalanan. Adapun jumlah responden berdasarkan asal pelajar yaitu: Madiun 6 orang, Tulung Agung 8 orang, Mojokerto 6 orang, Lamongan 9 orang, Gresik 7 orang, Pasuruan 9 orang, Jombang 7 orang, Kediri 6 orang dan Blitar 8 orang. Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh berdasarkan asal pelajar adalah 66 orang. Lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar berikut:

Gambar 5.1. Asal Wisatawan Pelajar Berdasarkan Responden



#### 5.1.2.1. Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi pemilihan Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan

Pada hakikatnya motif orang untuk melakukan perjalanan wisata itu tidak dapat dibatasi. Untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan antara asal pelajar dengan motivasi pemilihan Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan,



## LAPORAN TUGAS AKHIR

maka di bawah ini peneliti menjabarkannya berdasarkan data yang diperoleh seperti pada tabel berikut:

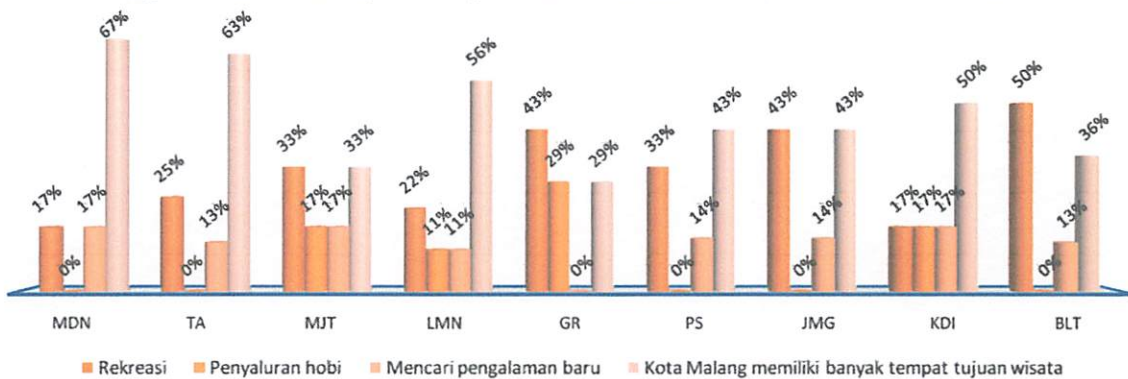
Tabel 5.1.  
Motivasi Pemilihan Kota Malang  
Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT	Jumlah	Prosentase
1	Rekreasi	1	2	2	2	3	3	3	1	4	21	0,318
2	Penyaluran hobi	-	-	1	1	2	1	-	1	-	6	0,091
3	Mencari pengalaman baru	1	1	1	1	-	3	1	1	1	10	0,152
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata	4	5	2	5	2	2	3	3	3	29	0,439

Sumber: Hasil kajian

Dari tabel di atas menunjukkan adanya keragaman motivasi wisatawan pelajar dalam memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan mereka. Hampir sebagian dari responden yaitu 44% responden memilih Kota Malang karena memiliki banyak tempat tujuan wisata dan 32% wisatawan memilih Kota Malang karena ingin berekreasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut:

Diagram 5.1  
Prosentase Motivasi Pemilihan Kota Malang  
Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan Wisata Berdasarkan Asal Wisatawan



Berdasarkan data di atas, diketahui masing-masing  $f_h$  (frekuensi yang diharapkan) kelompok, berdasarkan asal wisatawan terhadap beragam motivasi wisatawan dalam memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan. Untuk menentukan nilai  $f_h$  maka rumus yang digunakan adalah  $f_h$  (Kota asal



## LAPORAN TUGAS AKHIR

wisatawan) = jumlah sampel dari tiap kategori / jumlah total sampel x prosentase masing-masing kategori. Lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 5.2  
Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ ) Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar Dengan Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Tujuan Perjalanan

No.	Asal Wisatawan Pelajar	Motivasi Pemilihan Kota Malang			
		Rekreasi	Penyaluran Hobi	Mencari Pengalaman Baru	Banyak Tempat Tujuan Wisata
		(%)	(%)	(%)	(%)
1	Madiun (MDN)	0,318	0	0,152	1,756
2	Tulung Agung (TA)	0,636	0	0,152	2,195
3	Mojokerto (MJT)	0,636	0,091	0,152	0,878
4	Mamongan (LMN)	0,636	0,091	0,152	2,195
5	Gresik (GS)	0,954	0,182	0	0,878
6	Pasuruan (PS)	0,954	0,091	0,456	0,878
7	Jombang (JMG)	0,954	0	0,152	1,317
8	Kediri (KDI)	0,318	0,091	0,152	1,317
9	Blitar (BLT)	1,272	0	0,152	1,317
Jumlah		6,678	0,546	1,520	12,731

Sumber: Hasil kajian

Setelah diketahui  $f_h$  (frekwensi yang diharapkan) maka selanjutnya harga Chi Kuadrat dapat dihitung dengan rumus:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Dalam hal ini O (*observation*) =  $f_o$  dan E (*expectation*) =  $f_h$

$$\begin{aligned} \chi^2 = & \frac{(1-0,318)^2}{0,318} + \frac{(2-0,636)^2}{0,636} + \frac{(2-0,636)^2}{0,636} + \frac{(2-0,636)^2}{0,636} + \frac{(3-0,954)^2}{0,954} + \\ & \frac{(3-0,954)^2}{0,954} + \frac{(3-0,954)^2}{0,954} + \frac{(1-0,318)^2}{0,318} + \frac{(4-1,272)^2}{1,272} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \\ & \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(2-0,182)^2}{0,182} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \\ & \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \frac{(3-0,456)^2}{0,456} + \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \\ & \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \frac{(1-0,152)^2}{0,152} + \frac{(4-1,756)^2}{1,756} + \frac{(5-2,195)^2}{2,195} + \frac{(2-0,878)^2}{0,878} + \\ & \frac{(5-2,195)^2}{2,195} + \frac{(2-0,878)^2}{0,878} + \frac{(2-0,878)^2}{0,878} + \frac{(3-1,317)^2}{1,317} + \frac{(3-1,317)^2}{1,317} + \end{aligned}$$



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

$$\frac{(3 - 1,317)^2}{1,317}$$

$$X^2 = 1,462 + 2,925 + 2,925 + 2,925 + 4,388 + 4,388 + 4,388 + 1,462 + 5,850 + 9,080 + 9,080 + 18,160 + 9,080 + 9,080 + 4,730 + 4,730 + 4,730 + 4,730 + 14,192 + 4,730 + 4,730 + 4,730 + 2,686 + 3,584 + 1,433 + 3,584 + 1,433 + 1,433 + 2,150 + 2,150 + 2,150$$

$$X^2 = 153,098$$

Jadi harga Chi Kuadrat hitung adalah 153,098. Selanjutnya untuk menghitung koefisien kontingensi C, maka harga tersebut dimasukkan dalam rumus:

$$C = \sqrt{\frac{x^2}{N + x^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{153,098}{66 + 153,098}} = 0,84$$

Jadi besarnya koefisien antara asal pengunjung (pelajar) dengan motivasi pemilihan Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan adalah sebesar 0,84. Untuk menguji signifikansi koefisien C dapat dilakukan dengan menguji Chi Kuadrat hitung yang ditemukan dengan harga Chi Kuadrat tabel, pada taraf kesalahan dan dk tertentu.

Untuk mengetahui harga dk:

dk = (k-1) (r-1), dimana:

k = Jumlah kategori sampel dan

r = jumlah kategori motivasi pemilihan di Kota Malang

$$dk = (9-1) (4-1)$$

$$= 24$$

Berdasarkan dk 24 dan taraf kesalahan 0.05, maka harga Chi Kuadrat tabel= 35,415. Dari perhitungan di atas ternyata Chi Kuadrat hitung lebih besar dari tabel (153.098 >35,415). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima atau dapat dikatakan asal wisatawan pelajar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pemilihan Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan sebesar 0,84 atau 84%.



Year	Price	Quantity	Revenue	Cost	Profit
1970	1.00	100	100	100	0
1971	1.10	110	121	110	11
1972	1.20	120	144	120	24
1973	1.30	130	169	130	39
1974	1.40	140	196	140	56
1975	1.50	150	225	150	75
1976	1.60	160	256	160	96
1977	1.70	170	289	170	119
1978	1.80	180	324	180	144
1979	1.90	190	361	190	171
1980	2.00	200	400	200	200
1981	2.10	210	441	210	231
1982	2.20	220	484	220	264
1983	2.30	230	529	230	299
1984	2.40	240	576	240	336
1985	2.50	250	625	250	375
1986	2.60	260	676	260	416
1987	2.70	270	729	270	459
1988	2.80	280	784	280	504
1989	2.90	290	841	290	551
1990	3.00	300	900	300	600
1991	3.10	310	961	310	651
1992	3.20	320	1024	320	704
1993	3.30	330	1089	330	759
1994	3.40	340	1156	340	816
1995	3.50	350	1225	350	875
1996	3.60	360	1296	360	936
1997	3.70	370	1369	370	999
1998	3.80	380	1444	380	1064
1999	3.90	390	1521	390	1131
2000	4.00	400	1600	400	1200
2001	4.10	410	1681	410	1271
2002	4.20	420	1764	420	1344
2003	4.30	430	1849	430	1419
2004	4.40	440	1936	440	1496
2005	4.50	450	2025	450	1575
2006	4.60	460	2116	460	1656
2007	4.70	470	2209	470	1739
2008	4.80	480	2304	480	1824
2009	4.90	490	2401	490	1911
2010	5.00	500	2500	500	2000
2011	5.10	510	2601	510	2091
2012	5.20	520	2704	520	2184
2013	5.30	530	2809	530	2279
2014	5.40	540	2916	540	2376
2015	5.50	550	3025	550	2475
2016	5.60	560	3136	560	2576
2017	5.70	570	3249	570	2679
2018	5.80	580	3364	580	2784
2019	5.90	590	3481	590	2891
2020	6.00	600	3600	600	3000
2021	6.10	610	3721	610	3111
2022	6.20	620	3844	620	3224
2023	6.30	630	3969	630	3339
2024	6.40	640	4096	640	3456
2025	6.50	650	4225	650	3575
2026	6.60	660	4356	660	3696
2027	6.70	670	4489	670	3819
2028	6.80	680	4624	680	3944
2029	6.90	690	4761	690	4071
2030	7.00	700	4900	700	4200

As the price of the product increases, the quantity demanded increases. The relationship between price and quantity demanded is shown in the following graph:

$$Q = \sqrt{N} \quad \text{and} \quad C = \sqrt{60 + 127.098N}$$

As the price of the product increases, the quantity demanded increases. The relationship between price and quantity demanded is shown in the following graph:

The relationship between price and quantity demanded is shown in the following graph:

The relationship between price and quantity demanded is shown in the following graph:

## LAPORAN TUGAS AKHIR

## 5.1.2.2. Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan tempat yang disenangi di Kota Malang (selain Matos)

Dalam penelitian ini, perlu diketahui ada dan tidaknya hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan tempat yang disenangi di Kota Malang (selain Matos) berdasarkan asal wisatawan pelajar. Maka di bawah ini peneliti menjabarkannya berdasarkan data yang diperoleh seperti pada tabel berikut:

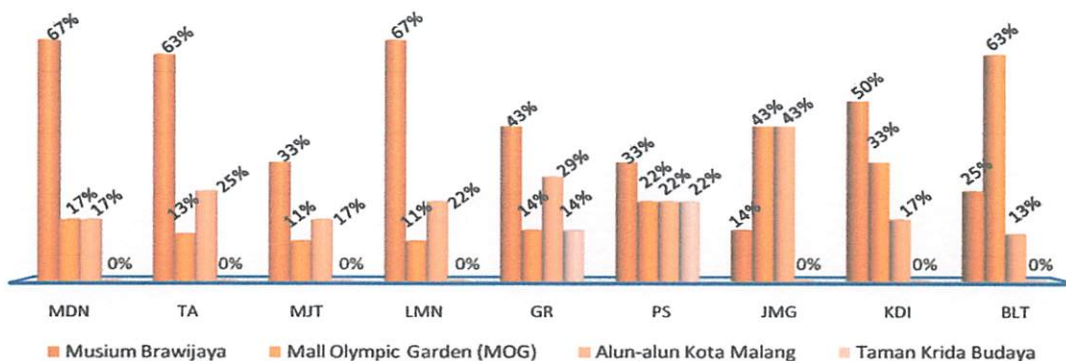
Tabel 5.3  
Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)  
Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT	Jumlah	Prosentase (%)
1	Musium Brawijaya	4	5	2	6	3	3	1	3	2	29	0,439
2	Mall Olympic Garden (MOG)	1	1	3	1	1	2	3	2	5	19	0,288
3	Alun-alun Kota Malang	1	2	1	2	2	2	3	1	1	15	0,227
4	Taman Krida Budaya	-	-	-	-	1	2	-	-	-	3	0,045

Sumber: Hasil kajian

Dari tabel di atas, diketahui bahwa Museum Brawijaya merupakan salah satu tujuan wisata yang cukup digemari dikalangan pelajar dari berbagai daerah dengan prosentasi lebih dari 40 %. Hal ini bertolak belakang dengan Taman Krida Budaya, yaitu minimnya minat wisatawan pelajar untuk berkunjung ke sana. Sedangkan Mall Olympic Garden dan Alun-alun Kota Malang cukup diminati di kalangan wisatwan pelajar. Untuk labih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut:

Diagram 5.2  
Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)  
Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar





## LAPORAN TUGAS AKHIR

Selanjutnya masing-masing  $f_h$  (frekuensi yang diharapkan) kelompok berdasarkan asal wisatawan dan tempat wisata yang disenangi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.4  
Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ )  
Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)  
Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Asal Wisatawan Pelajar	Tempat Yang Disenangi di Kota Malang			
		Museum Brawijaya	MOG & MATOS	Alun- alun	Taman Krida Budaya
		(%)	(%)	(%)	(%)
1	Madiun (MDN)	1,756	0,228	0,227	0
2	Tulung Agung (TA)	2,195	0,228	0,454	0
3	Mojokerto (MJT)	0,878	0,684	0,227	0
4	Mamongan (LMN)	2,634	0,228	0,454	0
5	Gresik (GS)	1,317	0,228	0,454	0,045
6	Pasuruan (PS)	1,317	0,456	0,454	0,09
7	Jombang (JMG)	0,439	0,684	0,681	0
8	Kediri (KDI)	1,317	0,456	0,227	0
9	Blitar (BLT)	0,878	1,14	0,227	0
Jumlah		12,731	4,332	3,405	0,135

Sumber: Hasil kajian

Setelah diketahui  $f_h$  (frekwensi yang diharapkan) maka harga Chi Kuadrat dapat dihitung dengan menggunakan rumus Chi Kuadrat yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(4 - 1,756)^2}{1,756} + \frac{(5 - 2,195)^2}{2,195} + \frac{(2 - 0,878)^2}{0,878} + \frac{(6 - 2,634)^2}{2,634} + \frac{(3 - 1,317)^2}{1,317} + \\
 & \frac{(3 - 1,317)^2}{1,317} + \frac{(1 - 0,439)^2}{0,439} + \frac{(3 - 1,317)^2}{1,317} + \frac{(2 - 0,878)^2}{0,878} + \frac{(1 - 0,228)^2}{0,228} + \\
 & \frac{(1 - 0,228)^2}{0,228} + \frac{(3 - 0,684)^2}{0,684} + \frac{(1 - 0,228)^2}{0,228} + \frac{(1 - 0,228)^2}{0,228} + \frac{(2 - 0,456)^2}{0,456} + \\
 & \frac{(3 - 0,684)^2}{0,684} + \frac{(2 - 0,456)^2}{0,456} + \frac{(5 - 1,14)^2}{1,14} + \frac{(1 - 0,227)^2}{0,227} + \frac{(2 - 0,454)^2}{0,454} + \\
 & \frac{(1 - 0,227)^2}{0,227} + \frac{(2 - 0,454)^2}{0,454} + \frac{(2 - 0,454)^2}{0,454} + \frac{(2 - 0,454)^2}{0,454} + \frac{(3 - 0,681)^2}{0,681} +
 \end{aligned}$$

Setelah dijabarkan di (tabel) yang dibagikan kelompok  
 berdasarkan asal *Wawasan* dan tempat *wisata* yang disajikan dalam dilain pada  
 tabel berikut:

Tabel 2.4  
 Tempat Yang Dibagikan (a)  
 Berdasarkan Asal *Wawasan* Pelajar  
 Tempat Yang Dibagikan (b)

No.	Asal <i>Wawasan</i> Pelajar	Tempat Yang Dibagikan di Kota Malang		
		Berkas (%)	Waktu (%)	Taman Krida Indah (%)
1	Madura (MAD)	1.750	0.528	0.527
2	Tulungagung (TA)	2.192	0.528	0.424
3	Jember (JEM)	0.878	0.528	0.527
4	Malang (MAL)	2.674	0.528	0.424
5	Gresik (GRES)	1.117	0.528	0.424
6	Blitar (BLI)	1.717	0.528	0.424
7	Kediri (KED)	0.424	0.528	0.424
8	Kabupaten (KAB)	1.717	0.424	0.527
9	Blitar (T)	0.878	1.117	0.527
	Jumlah	12.731	4.332	3.403

Sumber: Hasil Riset

Setelah dijabarkan di (tabel) yang dibagikan maka harga Chi  
 kuadrat dapat dihitung dengan menggunakan rumus Chi Kuadrat yaitu sebagai  
 berikut:

$$\chi^2 = \frac{(1.750 - 1.717)^2}{1.717} + \frac{(2.192 - 2.674)^2}{2.674} + \frac{(0.878 - 0.878)^2}{0.878} + \frac{(2.674 - 2.674)^2}{2.674} + \frac{(1.117 - 1.117)^2}{1.117} + \frac{(1.717 - 1.717)^2}{1.717} + \frac{(0.424 - 0.424)^2}{0.424} + \frac{(1.717 - 1.717)^2}{1.717} + \frac{(0.878 - 0.878)^2}{0.878} + \frac{(0.527 - 0.527)^2}{0.527}$$

---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

$$\frac{(1 - 0,227)^2}{0,227} + \frac{(1 - 0,227)^2}{0,227} + \frac{(1 - 0,045)^2}{0,045} + \frac{(2 - 0,09)^2}{0,09}$$

$$X^2 = 2.868 + 3.584 + 1.433 + 4.301 + 1.278 + 1.278 + 0.717 + 1.278 + 1.433 + 2.614 + 2.614 + 7.842 + 2.614 + 2.614 + 5.265 + 2.614 + 5.265 + 13,070 + 0.632 + 5.264 + 0.632 + 5.264 + 5.264 + 5.264 + 7.897 + 0.632 + 0.632 + 20.267 + 40.534$$

$$X^2 = 186.445$$

Berdasarkan hasil di atas, diketahui harga Chi Kuadrat hitung yaitu 186.445. Jadi besarnya koefisien antara asal pengunjung (pelajar) dengan tempat tujuan wisata yang disenangi di Kota Malang adalah sebesar 0,86. Untuk menguji signifikansi koefisien C dapat dilakukan dengan menguji Chi Kuadrat hitung yang ditemukan dengan harga Chi Kuadrat tabel, pada taraf kesalahan dan dk tertentu. Maka dk dapat diketahui sebagai berikut:

Untuk mengetahui harga dk:

$$dk = (9-1) (4-1)$$

$$= 24$$

Berdasarkan dk 24 dan taraf kesalahan 0.05, maka harga Chi Kuadrat tabel = 35,415. Dari perhitungan di atas ternyata Chi Kuadrat hitung lebih besar dari tabel (186,445 > 35,415). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau dapat dikatakan asal wisatawan pelajar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tempat wisata dan rekreasi yang disenangi di Kota Malang sebesar 0,86 atau 86%.

### 5.1.2.3. Hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang

Hubungan asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang dimaksudkan agar dapat diketahui kebutuhan produk wisata dan rekreasi dari masing-masing wisatawan yang juga datang dari dalam maupun dari luar Jawa Timur. Adapun hasil quisioner yang diperoleh dapat di lihat pada tabel berikut:



## LAPORAN TUGAS AKHIR

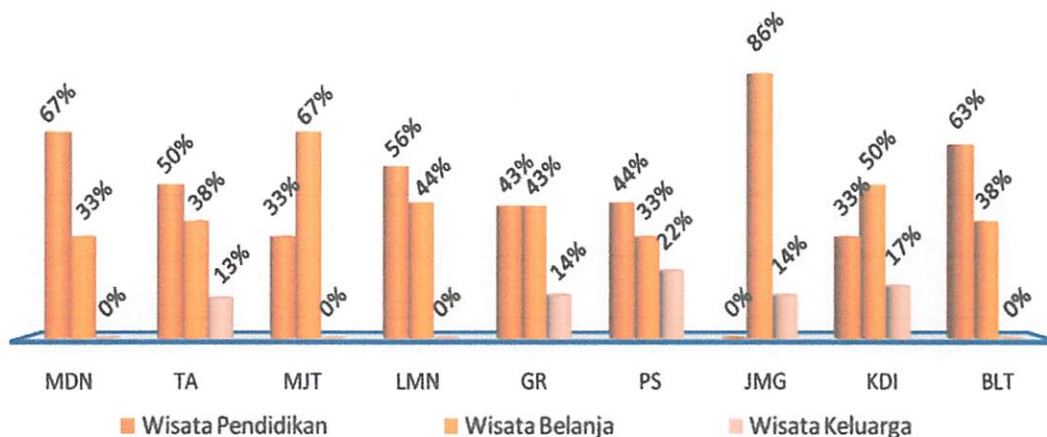
Tabel 5.5 Usulan Pengembangan Jenis Wisata  
Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang	MDN	TA	MJT	LMN	GR	PS	JMG	KDI	BLT	Jumlah	Prosentase (%)
1	Wisata Pendidikan	4	4	2	5	3	4	0	2	5	29	0,439
2	Wisata Belanja	2	3	4	4	3	3	6	3	3	31	0,470
3	Wisata Keluarga	0	1	0	0	1	2	1	1	0	6	0,091

Sumber: Hasil kajian

Wisata belanja dan wisata pendidikan merupakan jenis wisata yang digemari oleh wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang. Berdasarkan asal wisatawan pelajar, yang memilih wisata pendidikan sebagai usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang adalah sebanyak 44%, wisata belanja 47% dan wisata keluarga hanya 9%. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan pusat-pusat perbelanjaan serta keberadaan wisata edukasi telah mampu memberikan dampak positif di kalangan wisatawan terutama bagi wisatawan pelajar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut:

Diagram 5.3  
Asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang



Dengan mengacu pada tabel di atas maka, masing-masing  $f_h$  (frekuensi yang diharapkan) kelompok berdasarkan asal pelajar/pengunjung dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut ini:

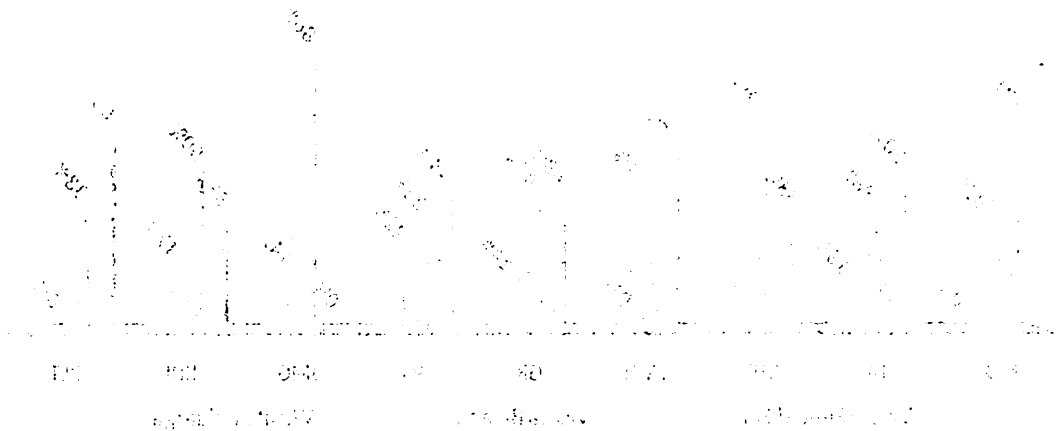


Tabel 2.2. Jumlah Pengembangan Jenis Wisata  
Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Jumlah Pengembangan Jenis Wisata Di Kota Malang	MAD	TA	MT	TAJ	GR	RS	JMO	KDI	DI.T	Jumlah	Persentase (%)
1	Wisata Pendidikan	4	1	2	2	2	4	0	2	2	20	10,0%
2	Wisata Industri	2	2	4	1	1	2	0	7	1	21	10,5%
3	Wisata Kebudayaan	0	1	0	0	1	2	1	1	0	6	3,0%

Wisata belajar dan wisata pendidikan merupakan jenis wisata yang digemari oleh wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang. Berdasarkan asal wisatawan pelajar yang memilih wisata pendidikan sebagai tujuan pengembangan jenis wisata Malang adalah sebanyak 44% wisatawan keluarga hanya 9%. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan perusahaan, pemerintahan serta keberadaan wisata edukasi telah mampu memberikan dampak positif di kalangan wisatawan terutama bagi wisatawan pelajar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut:

Diagram 2.1  
Asal wisatawan dengan tujuan pengembangan jenis wisata di Kota Malang



kegiatan wisata pada tingkat masing-masing (lokalisasi) yang dilihat dapat berdiskusi dan belajar-pengunjung dengan tujuan pengembangan jenis wisata di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut ini.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

Tabel 5.6  
Frekwensi Yang Diharapkan ( $f_h$ ) Usulan Pengembangan Jenis Wisata  
Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Asal Wisatawan Pelajar	Usulan Pengembangan Jenis Wisata di Kota Malang		
		Wisata Pendidikan	Wisata Belanja	Wisata Keluarga
		(%)	(%)	(%)
1	Madiun (MDN)	1,758	0,939	0
2	Tulung Agung (TA)	1,758	1,409	0,091
3	Mojokerto (MJT)	0,879	1,879	0
4	Mamongan (LMN)	2,197	1,879	0
5	Gresik (GS)	1,318	1,409	0,091
6	Pasuruan (PS)	1,758	1,409	0,182
7	Jombang (JMG)	0	2,818	0,091
8	Kediri (KDI)	0,879	1,409	0
9	Blitar (BLT)	2,197	1,409	0,545
Jumlah		12,742	14,561	1,000

Sumber: Hasil kajian

Berdasarkan pada tabel di atas maka harga Chi Kuadrat hitung dapat diketahui sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(4-1,758)^2}{1,758} + \frac{(4-1,758)^2}{1,758} + \frac{(2-0,879)^2}{0,879} + \frac{(5-2,197)^2}{2,197} + \frac{(3-1,318)^2}{1,318} + \\
 & \frac{(4-1,758)^2}{1,758} + \frac{(2-0,879)^2}{0,879} + \frac{(5-2,197)^2}{2,197} + \frac{(2-0,939)^2}{0,939} + \frac{(3-1,409)^2}{1,409} + \\
 & \frac{(4-1,879)^2}{1,879} + \frac{(4-1,879)^2}{1,879} + \frac{(3-1,409)^2}{1,409} + \frac{(3-1,409)^2}{1,409} + \frac{(6-2,818)^2}{2,818} + \\
 & \frac{(3-1,409)^2}{1,409} + \frac{(3-1,409)^2}{1,409} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(2-0,182)^2}{0,182} + \\
 & \frac{(1-0,091)^2}{0,091} + \frac{(1-0,091)^2}{0,091}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 X^2 = & 2,859 + 2,859 + 1,429 + 3,576 + 2,146 + 2,859 + 1,429 + 3,576 + 1,199 + \\
 & 1,796 + 2,394 + 2,394 + 1,796 + 1,796 + 3,593 + 1,796 + 1,796 + 9,080 + \\
 & 9,080 + 18,160 + 9,080 + 9,080
 \end{aligned}$$

$$X^2 = 93,773$$

Harga Chi Kuadrat hitung yang diperoleh yaitu sebesar 93,773. Jadi besarnya koefisien antara asal pengunjung (pelajar) dengan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang adalah sebesar 0,77. Untuk menguji signifikansi

Table 3.6  
 Penelitian Yang Dilakukan (P) Untuk Pengembangan Jenis Wisata  
 Di Kota Malang Berdasarkan Asal Wisatawan Pelajar

No.	Jenis Wisatawan Pelajar	Jenis Pengembangan Jenis Wisata di Kota Malang		
		Pendidikan Wisata (%)	Rekreasi Wisata (%)	Keluarga Wisata (%)
1	Muslim (71,0%)	1,328	0,929	0
2	Protestan (17,0%)	1,728	1,400	0,091
3	Katolik (14,0%)	0,879	1,879	0
4	Hindu (14,0%)	1,197	1,879	0
5	Ortodoks (0,0%)	1,515	1,400	0,091
6	Buddha (0,0%)	1,728	1,400	0,182
7	Nonagama (14,0%)	0	2,718	0,091
8	Belum (0,0%)	0,879	1,400	0
9	Bhiksu (0,0%)	2,197	1,400	0,545
	Jumlah	12,732	14,961	1,900

Sumber: Hasil Riset

Berdasarkan pada tabel di atas maka harga Chi Kuadrathitung dapat  
 dikalikan sebagai berikut:

$$\chi^2 = \frac{(4 - 1,728)^2}{1,728} + \frac{(2 - 0,879)^2}{0,879} + \frac{(2 - 2,197)^2}{2,197} + \frac{(2 - 1,518)^2}{1,518} + \frac{(4 - 1,728)^2}{1,728} + \frac{(2 - 0,879)^2}{0,879} + \frac{(2 - 2,197)^2}{2,197} + \frac{(2 - 1,400)^2}{1,400} + \frac{(4 - 1,879)^2}{1,879} + \frac{(3 - 1,400)^2}{1,400} + \frac{(3 - 2,718)^2}{2,718} + \frac{(2 - 1,400)^2}{1,400} + \frac{(3 - 1,400)^2}{1,400} + \frac{(1 - 0,091)^2}{0,091} + \frac{(2 - 0,182)^2}{0,182} + \frac{(1 - 0,091)^2}{0,091} + \frac{(1 - 0,091)^2}{0,091}$$

$$\chi^2 = 2,829 + 2,829 + 1,429 + 1,429 + 2,149 + 2,149 + 2,829 + 1,429 + 2,379 + 1,199 + 1,709 + 2,704 + 2,704 + 1,709 + 1,709 + 3,203 + 1,709 + 1,709 + 0,080 + 0,080 + 0,080 + 0,080 + 0,080 + 0,080$$

$$\chi^2 = 27,773$$

harga Chi Kuadrathitung yang diperoleh yaitu sebesar 27,773. Jadi  
 besarnya koefisien mutlak dari pengujian (beta) dengan usaha pengembangan  
 jenis wisata di Kota Malang adalah sebesar 0,77. Untuk menguji signifikansi

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

koefisien C dapat dilakukan dengan menguji Chi Kuadrat hitung yang ditemukan dengan harga Chi Kuadrat tabel, pada taraf kesalahan dan dk tertentu, dimana:

$$\begin{aligned} dk &= (9-1) (3-1) \\ &= 16 \end{aligned}$$

Berdasarkan dk 16 dan taraf kesalahan 0.05, maka harga Chi Kuadrat tabel = 26,296. Dari perhitungan di atas ternyata Chi Kuadrat hitung lebih besar dari tabel ( $93,773 > 26,296$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat dikatakan asal wisatawan pelajar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang sebesar 0,77 atau 77%.

### 5.1.2. Analisa Obyek Wisata Kota Malang

Obyek wisata dan rekreasi di Kota Malang sangat beragam, baik wisata budaya dan sejarah, wisata pendidikan, wisata kuliner, wisata belanja, taman rekreasi, dan sebagainya. Analisa ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik produk wisata yang ada di Kota Malang serta mengklasifikasikan produk wisata berdasarkan motif/tipenya.

#### 5.1.2.1. Karakteristik Obyek wisata

Ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan dikunjungi banyak wisatawan yaitu: *something to see* (sesuatu yang menarik untuk dilihat), *something to do* (sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu) dan *something to buy* (sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli). Berkaitan dengan ketiga hal tersebut, berikut ini karakteristik obyek wisata di Kota Malang yang dapat dinikmati oleh wisatawan, dapat dilihat pada tabel 5.7

Tabel 5.7.  
Karakteristik dan Potensi Wisata di Kota Malang

No	Obyek Wisata	Karakteristik Obyek Wisata
1.	Taman Krida Budaya	Di tempat ini sering ditampilkan aneka budaya khas Jawa Timur seperti Wayang Kulit, Reog, Kuda Lumping, Sendra tari dan saat ini bertambah kesenian baru yang kian berkembang pesat di kota Malang yaitu kesenian "BANTENGAN" kesenian ini merupakan hasil dari kreatifitas masyarakat asli Malang. Pendopo merupakan

koefisien C dapat dilakukan dengan menguji Chi Kuadrat bilangan yang ditemukan

dengan harga Chi Kuadrat tabel pada taraf kesalahan dan dk tertentu dimana:

$$dk = (n-1) \cdot (2-1)$$

$$= 10$$

Berdasarkan dk 10 dan taraf kesalahan 0,05 maka harga Chi Kuadrat tabel =

20,280. Untuk perbandingan di mana ternyata Chi Kuadrat bilangan lebih besar dari tabel

(20,280 > 20,280). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha

diterima. Dapat dikatakan hasil penelitian ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan

signifikan terhadap usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang sebesar

0,77 atau 77%.

### 2.1.2. Analisis Objek Wisata Kota Malang

Objek wisata dan potensi di Kota Malang sangat beragam baik wisata

budaya dan sejarah, wisata pendidikan, wisata kuliner, wisata belanja, taman

rekreasional dan sebagainya. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik

produk wisata yang ada di Kota Malang serta mengklasifikasikan produk wisata

berdasarkan motifnya.

#### 2.1.2.1. Karakteristik Objek Wisata

Ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan

dalam upaya pengembangannya suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan

dikuasai banyak wisatawan yaitu *zoo-wyway to see* (sesuatu yang menarik

untuk dilihat) (*something to do*) (sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat

itu) dan *something to buy* (sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli).

Berkaitan dengan ketiga hal tersebut berikut ini karakteristik objek wisata di Kota

Malang yang dapat dilihat oleh wisatawan dapat dilihat pada tabel 2.7.

Tabel 2.7  
Karakteristik dan Potensi Wisata di Kota Malang

No	Objek Wisata	Karakteristik (Objek Wisata)
1	Taman Kuli Kembang	Objek wisata ini sedang dikembangkan sebagai budaya khas Jawa Timur sebagai bagian dari Kota Kuli Kembang. Selain itu, dan saat ini terdapat kawasan baru yang akan dikembangkan di Kota Malang yaitu kawasan KULI KEMANG. Kawasan ini merupakan hasil dari kerjasama pemerintah dan swasta. Berbagai bangunan

## LAPORAN TUGAS AKHIR

		bagian terdepan dari susunan rumah tinggal tradisional Jawa. Sifatnya yang terbuka, monumental dan menjadi simpul massa membuat pendopo sering dijadikan sebagai tempat menerima tamu, ajang seremonial dan pertunjukan seni. Identitas rumah Jawa seringkali ditandai oleh bangunan jenis pendopo. Karena bentuknya yang monumental dan asosiatif terhadap identitas Jawa inilah pendopo sering dihadirkan sebagai fasilitas sosial budaya di Jawa atau bangunan pemerintahan yang berfungsi menerima khalayak umum. Namun keberadaan Taman Krida Budaya nampaknya tidak begitu diminati oleh wisatawan khususnya pelajar yang tentunya berdampak pada merosotnya kesadaran pelajar terhadap kelestarian budaya.
2.	<b>Festival Malang Kembali/Malang Tempoe Doeloe (MTD)</b>	Malang Tempo Doeloe atau disebut juga Festival Malang Kembali merupakan acara tahunan yang digelar di Kota Malang. Acara yang digelar di sepanjang Jalan Ijen ini menampilkan unsure-unsur dari budaya masa lampau. Semua yang tersaji di acara ini bernuansa tempo dulu, mulai dari <i>setting</i> lokasi, dekorasi tiap-tiap <i>stand</i> , dekorasi panggungnya sampai pada kostum pengunjung. Selain terdapat banyak lomba dan pertunjukan kesenian tradisional, di sini juga terdapat banyak makanan, minuman serta souvenir yang semuanya bernuansa tempo dulu. Dalam agenda tahunan, Malang Kembali atau yang lebih terkenal dengan Malang Tempo Doeloe ini telah banyak menarik minat pengunjung baik dari dalam dan luar Kota Malang bahkan mancanegara.
3.	<b><i>Ijen Boulevard</i></b>	Jalan Ijen atau <i>boulevard Ijen</i> merupakan jalur hijau yang di hiasi bunga <i>bougenvil</i> dan pohon <i>palem</i> dengan latar belakang perumahan bergaya kolonial Belanda. Jalan ini panjang, luas dan begitu indah serta sejuk dipandang mata. <i>Ijen Boulevard</i> dahulunya merupakan kompleks elit orang Belanda. Dari sisi desain, lansekapnya sangat bagus dan sangat diperhitungkan sekali penataannya seperti komplek bangunan, pedestrian, jalan, maupun median jalan. Jalan ini membentang sepanjang hampir 2 km dimulai dari jalan Bundaran Simpang Balapan dan berakhir di perempatan jalan Kawi. Melintasi jalan Ijen seperti sedang mengulang sebuah sejarah dari zaman Belanda. Rumah-rumah kuno peninggalan zaman Belanda di kiri kanan jalan semakin memperkuat kesan tersebut meskipun sekarang bentuk asli rumah-rumah tersebut sudah banyak berubah mengikuti perkembangan zaman.
4.	<b>Musem Brawijaya</b>	Museum terkenal dengan nama <i>CITTA UTTHAPANA CAKRA</i> yang berarti Api Penyebar Semangat dengan luas area mencapai 6825 m <sup>2</sup> , terbagi atas 2 area utama, yaitu area pameran dan perkantoran. Di museum Brawijaya pengunjung dapat melihat peninggalan-peninggalan perjuangan tahun 1945 dan orde Baru yang dilengkapi dengan deskripsi dari masing-masing peninggalan tersebut.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

5.	<b>Mall Olypic Garden</b>	Mall yang bersebelahan dengan Stadion Gajayana ini selalu ramai oleh pengunjung yang tiada hentinya ingin berbelanja di mall ini. Mall Olympic Garden (MOG) memiliki keistimewaan tersendiri selain pusat perbelanjaan, tempat makan, serta tempat hiburan (wahana bermain) anak-anak mempunyai hal yang istimewa yakni sering menjadi tempat pameran dan kompetisi yang selalu di tunggu oleh penduduk Malang sendiri. Mall ini telah banyak menggandeng tenant ternama untuk bekerjasama ketika pertama kali dibuka. Beberapa tenant yang telah banyak dikenal masyarakat seperti <i>Giant Hypermarket, Ace Hardware, Hoka-Hoka Bento, KFC, Dundee Fried Chicken</i> , dan beberapa stan <i>fast food</i> lainnya. Tidak hanya di dalam, berbagai kuliner khas Malang pun dapat ditemui di sekitar bangunan MOG ini, seperti Ayam Goreng Tenes, Ayam Goreng Pemuda dan Pusat Jajanan Kaki Lima di Jalan Semeru pada malam harinya.
6.	<b>Malang Town Square</b>	Malang Town Square (Matos) terletak di kawasan Kota Malang, selain berdampingan dengan MX mall, Matos juga dekat dengan kampus Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang tepatnya di jalan Veteran Malang. Gerai terbesar adalah Matahari <i>Department Store</i> dan <i>fast food</i> . Sebagaimana plaza umumnya, tawaran menarik berbagai jenis item misalnya sepatu, <i>Accesories</i> , tas, <i>boutique, garment</i> , kosmetik, dapat diperoleh di Matos. Matos dilengkapi dengan gedung bioskop sebanyak dua buah, tempat bermain anak-anak <i>time zone</i> yang terdiri dari 3 lantai yang masing-masing menyediakan selain <i>department store</i> ialah gerai makanan dan minuman, <i>fashion</i> , perhiasan, tas, elektronik, kamera, <i>mobile phones</i> , dan <i>sport</i> . Sejak pertama kali dibuka hingga sekarang, Malang Town Square (Matos) bagaikan magnet yang setiap waktu dapat menarik siapa saja untuk berkunjung ke sana. Tidak saja pengunjung lokal, pengunjung dari luar Kota Malang pun seakan terhipnotis untuk berkunjung ke Matos. Sederetan bus pariwisata dari berbagai daerah nampak berjejer di sepanjang jalan Veteran, di saat musim libur sekolah atau pada hari sabtu dan minggu.
7.	<b>Kawasan Pusat Perbelanjaan Malang Plaza, Gadjah Mada Plasa, Mitra I Department Store, Sharina Departemen Store, Ramayana, Matahari Dept store dan Pasar Besar Kota Malang.</b>	Kawasan wisata belanja ini berada di pusat Kota Malang dan merupakan tempat wisata belanja yang ramai dikunjungi oleh para konsumen di Kota Malang. Kawasan wisata belanja ini menyediakan berbagai jenis pilihan untuk wisatawan dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari ataupun fashion dengan harga yang relatif terjangkau. Pasar Besar Malang merupakan pusat perekonomian sejak jaman penjajahan Belanda namun pasar tradisional ini mengalami perubahan total menjadi sebuah gedung bertingkat. Untuk lantai pertama merupakan pasar tradisional sedangkan lantai kedua merupakan pasar konveksi, di lantai 3 ditempati oleh Matahari Dept. Store dan lantai paling atas dinamakan Pusat Grosir Matahari. Saat musim liburan tiba, banyak dijumpai pengunjung yang datang dari luar Kota Malang baik kalangan umum maupun pelajar.





## LAPORAN TUGAS AKHIR

8.	<b>Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid</b>	Kontur tanah yang dibuat terasiring ke arah sungai, membuat pasar bunga ini sangat indah dilihat dari atas jalan raya. Warna-warni kembang beraneka jenis menyejukkan mata siapa saja yang memandang. 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. Tepat di sebelah pasar bunga splendid, anda bisa mampir ke 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. Hampir semua jenis unggas dan ikan ada di sini. Bahkan satwa yang tergolong berbahaya seperti musang, kelelawar, biawak, ular dan kera juga bisa dijumpai.
9.	<b>Pasar Tugu</b>	Dapat dijumpai pada setiap hari minggu pagi mulai pukul 5.00 hingga 11.00 WIB di stadion luar Gajayana. Semua kebutuhan sehari-hari dipastikan ada, kecuali sembako dan sayur-sayuran. Dari fashion, kebutuhan rumah tangga, sampai pada kuliner. Hal ini merupakan upaya untuk menjadikan pasar wisata Tugu menjadi tujuan wisata nusantara, tidak hanya sebatas wisata lokal. Sejauh ini pasar Tugu Malang sudah cukup di kenal di berbagai daerah terutama sekitar Kota Malang. Nampak dengan adanya bus pariwisata dari luar Kota Malang yang secara bergantian memasuki area parkir di sepanjang jalan Bromo.
10.	<b>Pasar Buku Wilis</b>	Pasar buku Wilis, merupakan surga bagi pecinta buku. Di tempat ini, terdapat banyak jenis buku. Ada buku pelajaran, novel, majalah, komik, kamus, dan lain-lain, mulai dari yang jaman dulu sampai yang terbaru. Harga buku tersebut cukup terjangkau, dan masih bisa di tawar. Pasar Buku Wilis Malang memiliki sekitar 40-an kios buku, tiap kios punya produk unggulan yang berbeda dengan kios-kios lainnya. Jenis-jenis buku yang ditawarkan pun lebih variatif, mulai dari sastra, sosial, agama, filsafat, dan lain sebagainya.
11.	<b>Sentra Industri Keramik</b>	Salah satu keunikan dari sentra industri keramik ini yaitu para pengunjung dapat belajar mengenal profesi pengrajin keramik, tahapan membuat produk keramik, dan aneka macam produk keramik yang dijual di <i>show room</i> serta pemasarannya. Tentu hal ini sangat dibutuhkan bagi pengunjung terutama siswa/i agar dapat menumbuhkan-kembangkan kemandirian, kreatifitas serta jiwa kewirausahaan siswa/i itu sendiri. Sayangnya saat ini minat konsumen terhadap keramik semakin merosot dan harga bahan baku yang semakin meningkat membuat industri ini terancam kelestariannya. Oleh karena itu dibutuhkan peran pemerintah dan swasta dalam meningkatkan pemasaran industri tersebut.
12.	<b>Industri Kerajinan Rotan</b>	Tempat pembuatan dan penjualan kerajinan rotan di Malang dapat kita temui di Arjosari, jaraknya dari pusat kota kurang



## LAPORAN TUGAS AKHIR

		lebih 5 km. Beragam produk kerajinan rotan dapat kita jumpai di sana, produk yang dibuat juga dapat disesuaikan berdasarkan permintaan konsumen. Harga bervariasi tergantung pada ukuran dan tingkat kesulitannya.
13.	<b>Industri Keripik Tempe</b>	Keripik tempe adalah makanan khas Kota Malang. Keripik tempe dibuat dari bahan pokok yaitu kedelai dijadikan tempe yang bertekstur padat dan dipotong tipis, dan tepung beras. kemudian rempah-rempah seperti ketumbar, bawang, kapur, sirih, santan, daun jeruk purut dan sebagainya menjadi sebuah bumbu dan tanpa bahan pengawet sehingga setelah digoreng terasa gurih dan renyah. Keripik tempe sering menjadi oleh-oleh bagi setiap wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang.
14.	<b>Tarekot (Taman Rekreasi Kota)</b>	Tarekot merupakan salah satu dari sekian banyak tempat rekreasi di Kota Malang yang dibangun pada tahun 2002. Di dalamnya ada banyak sekali koleksi satwa atau lebih tepatnya berbagai hewan-hewan. Pemerintah Kota Malang telah melestarikan satwa khusus, guna melestarikan hewan-hewan yang dilindungi maupun yang tidak dilindungi oleh undang-undang di dalam bentuk penangkaran. Tidak hanya itu saja Tarekot juga dilengkapi dengan Kolam renang, areal senam bersama, tanaman (flora), Stand Gasebo (makanan khas Malang) dan dan berbagai macam sarana lainnya. Tarekot juga berguna sebagai sarana pendidikan, penelitian, pusat informasi, obyek wisata dan masih banyak lagi.
15	<b>Alun-alun Kota Malang</b>	Seperti umumnya kota-kota di Jawa, alun-alun merupakan unsur penting dari Kota Malang. Alun-alun kota Malang sekarang berfungsi menjadi taman dan lahan hijau yang menjadi public space kota. Banyak keluarga dan pengunjung yang datang untuk menghabiskan waktu menikmati sore di bangku-bangku yang tertata rapi di areal alun-alun. Sekedar menikmati keramaian, pertunjukan topeng monyet atau memberi makan ratusan burung Merpati yang menjadikan alun-alun ini markas mereka. Pohon-pohon beringin raksasa meneduhi alun-alun ini serta memagari air mancur di tengahnya sehingga menjadi tempat melepas penat yang nyaman setelah berbelanja di pusat perbelanjaan yang tersebar di seputar Alun-alun.
16.	<b>Alun-alun Bunder</b>	Tugu bundar adalah sebutan untuk tugu yang terletak di depan kantor Walikota Malang. Kawasan ini juga masih satu rangkaian dengan kawasan Kayutangan dan Alun-alun kota. Sebuah tugu yang menjulang di tengah kolam teratai di tengah-tengah taman menjadi landmark Kota Malang. Tugu ini dikitari oleh bangunan-bangunan tua dan hotel-hotel modern seperti kantor Walikota, kantor DPRD, SMU Tugu, Hotel Tugu dan Splendid In. Kawasan ini sangat indah ketika Malam menjelang. Pohon-pohon raksasa yang mengitari bundaran mendadak menjadi pohon-pohon cahaya yang gemerlap karena memang dahan dan rantingnya dipenuhi oleh balon lampu hias. Gemerlap cahaya dari pepohonan berpadu dengan lampu taman di areal tugu serta air mancur di kolam teratai.

<p>... dan ...</p>	
<p>... dan ...</p>	<p>Industri ...</p>
<p>... dan ...</p>	<p>... (Kotak)</p>
<p>... dan ...</p>	<p>... dan ...</p>
<p>... dan ...</p>	<p>... dan ...</p>

## LAPORAN TUGAS AKHIR

17.	<b>Taman Rekreasi Senaputra</b>	Taman Rekreasi Senaputra merupakan sarana hiburan anak-anak dan dewasa, dilengkapi dengan arena bermain dan kolam renang. Di setiap minggu pagi dipentaskan hiburan Tari Jaran Kepang dan band serta merupakan tempat latihan tari, pencak silat dan karate. Taman rekreasi Senaputra dapat ditempuh hanya 500 meter dari pusat kota. Akan tetapi dikarenakan kurangnya perawatan serta minimnya fasilitas yang ada sehingga taman rekreasi ini kurang diminati oleh wisatawan.
18.	<b>Taman Wisata Tlogomas</b>	Taman rekreasi ini memiliki kondisi fisik berupa paduan alami antara tebing yang curam, mata air yang selalu mengalir, pepohonan yang rindang serta dilengkapi dengan sarana olahraga. Taman rekreasi ini dulunya sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan baik dari dalam maupun dari luar Kota Malang. dengan semakin banyaknya tempat rekreasi yang di tawarkan dan fasilitas yang bervariasi, saat ini Taman Wisata Tlogomas semakin sedikit pengunjung dan jika dibiarkan tanpa adanya inovasi maka taman wisata ini terancam tutup.
19.	<b>Toko Oen</b>	Restoran ini selalu ramai dikunjungi baik oleh penduduk lokal maupun turis-turis dari manca negara. Siapapun yang memasuki restoran ini pasti terkesan karena desainnya yang klasik dan tetap dirawat dengan baik sehingga kita akan merasa kembali ke masa <i>tempoe doeloe</i> . Semua kursi yang ada masih terbuat dari rotan, begitu pula meja-meja semuanya terlihat kuno namun masih dalam keadaan yang sangat baik. Makanan yang disajikan dalam restoran ini memang lebih cenderung ke masakan Eropa khususnya <i>Belanda</i> , hal ini bisa anda temukan dalam menu yang kebanyakan dalam bahasa Belanda dengan terjemahan bahasa Indonesia.
20.	<b>Wisata Kuliner Pulosari</b>	Jalan Pulosari merupakan sederetan dari kios-kios kaki lima yang menyediakan aneka macam masakan, mulai dari bakso, nasi goreng, ayam goreng, hingga jagung bakar. Rata-rata kios di tempat ini buka pada saat sore menjelang malam hari. Tempat ini sangat digemari masyarakat Malang, terutama di malam minggu. Di sekitar lokasi, khususnya di Jalan Kawi, banyak terdapat tempat makan yang dapat Anda jadikan pilihan, misalnya H&T Cui Mie, Malibu Steak, Depot Mie Gang Jangkrik, Depot Widari, atau KFC jika menginginkan <i>fast food</i> .
21.	<b>Perpustakaan Umum Kota Malang</b>	Perannya sebagai media pembelajaran sangat tepat apabila dijadikan tempat kunjungan untuk mencari referensi ilmu ataupun untuk menyalurkan hobi membaca. Koleksinya lengkap dan meliputi seluruh usia. Terdiri dari beberapa ruangan yaitu ruangan bacaan dewasa, anak-anak dan umum. Dan fasilitas terbaru yang ditawarkan adalah pelayanan tentang Pariwisata Kota Malang yang secara lengkap bisa didapatkan di Tourist Information Center.

17	Taman Rekreasi Senoputra merupakan sarana hiburan anak-anak dan dewasa yang lengkap dengan sarana bermain dan kolam renang. Di sekitar panggung pagi dipentaskan hiburan tari dan kerang dan sanda merupakan tempat latihan seni pencak silat dan karate. Taman Rekreasi Senoputra juga dilengkapi dengan 200 meter dan perahu. Akan tetapi, dibelakangi kerangka bangunan serta minimnya fasilitas yang ada sehingga taman rekreasi ini kurang diminati oleh wisatawan.	Taman Rekreasi Senoputra
18	Taman rekreasi ini memiliki kondisi fisik berupa padatan alam antara lain yang cukup baik dan air yang selalu mengalir. Keindahan yang indah serta dilengkapi dengan sarana olahraga. Taman rekreasi ini dulunya sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan baik dari dalam maupun dari luar Kota Malang dengan semakin banyaknya tempat rekreasi yang dibangun dan fasilitas yang disediakan, serta di Taman Wisata Tlogomas semakin sedikit pengunjung dan jika dilihat dari aspek lainnya maka taman wisata ini termasuk tinggi.	Taman Wisata Tlogomas
19	Kedaton ini salah satu rumah tinggal yang baik dan indah. Jarak menuju kedaton ini dari rumah negara cukup yang memuaskan. Kedaton ini pada dasarnya karena desain yang baik dan tetap dirawat dengan baik sehingga kita akan merasa nyaman ke rumah Jawa. Selain itu, kedaton ini juga memiliki teras dan taman yang indah dan nyaman. Kedaton ini merupakan salah satu rumah tinggal yang indah dan nyaman. Kedaton ini juga memiliki teras dan taman yang indah dan nyaman. Kedaton ini juga memiliki teras dan taman yang indah dan nyaman.	Toko Gede
20	Jalan Balaok merupakan sebuah jalan yang lebar dan nyaman yang terdapat di kota Malang. Jalan ini memiliki pemandangan yang indah dan nyaman. Jalan ini juga memiliki pemandangan yang indah dan nyaman. Jalan ini juga memiliki pemandangan yang indah dan nyaman.	Wisata Rekreasi Balaok
21	Pusatnya sebagai media pembelajaran sangat tepat apabila dilakukan dengan lingkungan yang menarik, estetis dan menyenangkan bagi masyarakat. Koleksi yang lengkap dan menarik adalah yang terdapat di beberapa museum yang memiliki koleksi benda-benda yang menarik dan indah. Dan fasilitas terdapat yang ditawarkan adalah pelayanan tentang Pameran Kota Malang yang secara lengkap bisa didapatkan di Center Information Center.	Pusat Informasi Umum Kota Malang

## LAPORAN TUGAS AKHIR

22.	<b>Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta diantaranya:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Universitas Brawijaya Malang</li> <li>• Institut Teknologi Nasional Malang</li> <li>• Universitas Negeri Malang</li> <li>• Universitas Islam Negeri Malang</li> <li>• Universitas Muhammadiyah Malang</li> <li>• Universitas Merdeka Malang</li> <li>• Politeknik Negeri Malang</li> <li>• Universitas Islam Malang</li> </ul>	Keberadaan Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta di Kota Malang telah mampu menarik berbagai kalangan untuk berkunjung ke Kota Malang. Tidak saja untuk melanjutkan studi tapi juga sebagai wadah pembelajaran bagi siswa/i yang dikemas dalam kegiatan wisata pelajar yang datang dari luar Kota Malang.
-----	--	--

## 5.1.2.2. Klasifikasi Motif/Tipe Wisata

Berdasarkan karakteristik obyek wisata seperti pada tabel di atas maka peneliti mengklasifikasikannya berdasarkan motif/tipe wisata, antara lain wisata tamasya, rekreasi, budaya, bisnis, sejarah dan pendidikan. Lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.8 berikut:

Tabel 5.8.  
Klasifikasi Motif/Tipe Wisata

No.	Obyek Wisata Kota Malang	Klasifikasi Tipe/Jenis Wisata					
		Tam	Rek	Bdy	Bis	Sjh	Pnd
1.	Taman Krida Budaya	√	√	√			√
2.	Festival Malang Kembali/ Malang Tempoe Doeloe (MTD)	√	√	√	√	√	√
3.	<i>Ijen Boulevard</i>	√	√			√	√
4.	Musem Brawijaya	√	√	√		√	√
5.	Mall Olypic Garden	√	√		√		
6.	Malang Town Square	√	√		√		
7.	Kawasan Pusat Perbelanjaan	√	√		√		
8.	Pasar Burung & Kembang Splendid	√	√		√		√
9.	Pasar Tugu	√	√		√		
10.	Pasar Buku Wilis	√	√		√		√
11.	Sentra Industri Keramik	√	√				√
12.	Industri Kerajinan Rotan	√	√				√
13.	Industri Keripik Tempe	√	√				√
14.	Tarekot (Taman Rekreasi Kota)	√	√				√
15.	Alun-alun Kota Malang	√	√			√	√
16.	Alun-alun Bunder	√	√			√	√
17.	Taman Rekreasi Senaputra	√	√				√





## LAPORAN TUGAS AKHIR

18.	Taman Wisata Tlogomas	√	√				
19.	Toko Oen	√	√			√	√
20.	Wisata Kuliner Pulosari	√	√		√		
21.	Perpustakaan Kota Malang	√	√				√
21.	Perguruan Tinggi Negeri & Swasta	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil Kajian

Ket: • Tam : Tamasya • Bdy : Budaya • Sjh : sejarah  
• Rek : Rekreasi • Bis : Bisnis • Pnd : Pendidikan

Setiap kegiatan wisata dapat dipastikan mengandung unsur tamasya dan rekreasi maka setiap obyek wisata yang ada di Kota Malang termasuk dalam wisata tamasya dan rekreasi.

### 5.1.3. Analisa Kebutuhan Produk Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.

Analisa kebutuhan produk wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar yang dimaksud yaitu untuk mengetahui apa sesungguhnya yang menjadi kebutuhan pelajar dalam melakukan perjalanan wisata sehingga diharapkan dapat menarik lebih banyak pelajar dari luar Kota Malang. Yang menjadi tujuan utama pelajar melakukan perjalanan adalah untuk kegiatan wisata dan rekreasi. Sedangkan prinsip dasar destinasi wisata adalah bagaimana menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di destinasi itu sendiri. Oleh karena itu perlu adanya suatu rumusan produk wisata yang ditawarkan dan disesuaikan berdasarkan minat wisatawan pelajar itu sendiri sehingga mampu menahan lebih lama wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang.

Jika dilihat dari lama kunjungan wisatawan ke Kota Malang khususnya Malang Town Square (Matos), diketahui bahwa 83% dari keseluruhan responden hanya berada di Kota Malang kurang dari 6 jam. Lebih jelasnya lihat tabel 5.9 dan diagram 5.4.

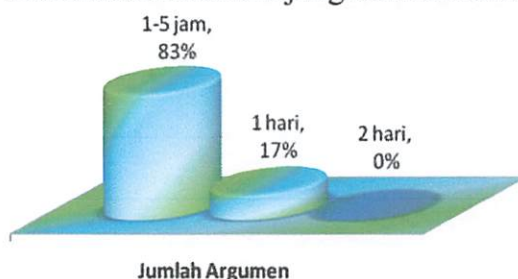
Tabel 5.9  
Lama Kunjungan ke Kota Malang

No.	Lama Kunjungan ke Kota Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	1-5 jam	72
2	1 hari	15
3	2 hari	-
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian



Diagram 5.4  
Prosentase Lama Kunjungan ke Kota Malang



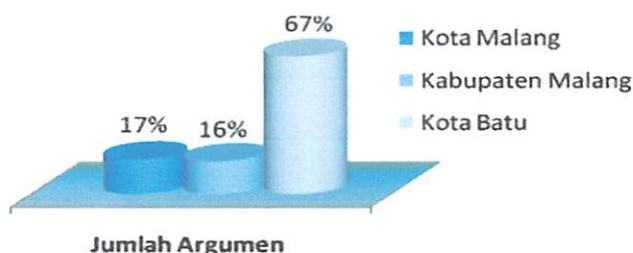
Minimalnya waktu untuk berwisata di Kota Malang disebabkan karena sebagian besar wisatawan pelajar sebelumnya telah menghabiskan waktu untuk berwisata di beberapa tempat. Adapun tempat yang dikunjungi sebelum berkunjung ke Malang Town Square (Matos) adalah Kota Malang (Museum Brawijaya, Unmer), Kabupaten Malang (Kebun Raya) dan Kota Batu (diantaranya Jatim Park I, Jatim Park II.). Jumlah kunjungan terbanyak didominasi oleh Kota Batu, persentasinya sebanyak 67%, di ikuti Kota Malang 17% dan Kabupaten Malang 16%. Lebih jelasnya lihat table 5.10 dan diagram 5.5.

Tabel 5.10  
Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Matos

No.	Sebelum Ke Matos Tempat Lain Yang di Kunjungi	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Kota Malang	15
2	Kabupaten Malang	14
3	Kota Batu	58
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 5.5  
Prosentase Tempat Yang Dikunjungi  
Sebelum ke Malang Town Square (Matos)



Persepsi responden yang diperoleh berhubungan dengan motivasi pelajar memilih Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan yaitu dikarenakan Kota

Diagram 3.4  
Persepsi Lantai Kuningan ke Kota Malang



Adanya waktu untuk berwisata di Kota Malang disebabkan karena sebagian besar wisatawan belajar sebelumnya telah menghabiskan waktu untuk berwisata di beberapa tempat. Adapun tempat yang dikunjungi sebelum berkunjung ke Malang Square (Mitos) adalah Kota Malang (Museum Brawijaya, Uner), Kabupaten Malang (Kebun Raya) dan Kota Batu (Banteng). Lain-lain Park I, lain-lain kunjungan terbesar didominasi oleh Kota Batu persentasenya sebanyak 37%, diikuti Kota Malang 17% dan Kabupaten Malang 16%. Lebih jelasnya lihat table 3.10 dan diagram 3.5.

Table 3.10  
Tempat Yang Dikunjungi Sebelum ke Mitos

No.	Tempat lain yang dikunjungi	Jumlah responden
1	Kota Malang	15
2	Kabupaten Malang	11
3	Kota Batu	38
	Jumlah	64

Sumber: Hasil wawancara

Diagram 3.5  
Persepsi Tempat Yang Dikunjungi  
Sebelum ke Malang Square (Mitos)



Persepsi responden yang diperoleh berhubungan dengan motivasi belajar memiliki Kota Malang sebagai salah satu tujuan perjalanannya yaitu dikarenakan Kota

## LAPORAN TUGAS AKHIR

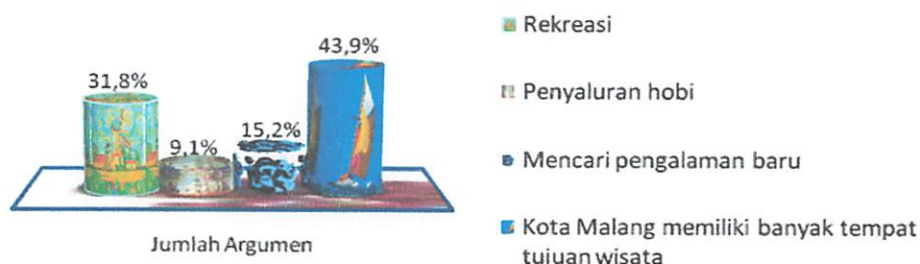
Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata dengan prosentase 44%, keinginan untuk berekreasi 32%, mencari pengalaman baru 15% dan sebagai ajang menyalurkan hobi 9%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.11 dan diagram 5.6.

Tabel 5.11.  
Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan

No.	Motivasi Pemilihan Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Rekreasi	28
2	Penyaluran hobi	7
3	Mencari pengalaman baru	14
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata	38
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 5.6.  
Prosentase Motivasi Memilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan



Setelah diketahui motivasi kunjungan ke Kota Malang, lalu apa yang menjadi motivasi pelajar untuk berkunjung ke Malang Town Square? Rekapitan kuesioner yang ditampilkan pada tabel 5.10 dan diagram 5.7, menunjukkan bahwa motivasi utama dari pelajar adalah berbelanja dengan prosentase sebesar 39%, jalan-jalan/sekedar melihat-lihat 34%, dan keramaiannya 26%.

Tabel 5.12.  
Motivasi Berkunjung Ke Matos

No.	Motivasi Berkunjung ke Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Berbelanja	34
2	Keramaiannya	23
3	Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat	30
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

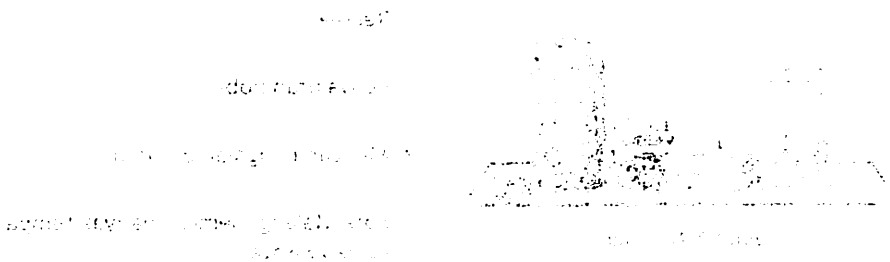
Melalui memiliki banyak tempat tujuan dengan proses 40% keinginan untuk berkegiatan 32% mencari pengalaman baru 15% dan sebagai ajang menyebarkan jodi 9% untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.11 dan diagram 2.0.

Tabel 2.11 Motivasi Menilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan

No.	Motivasi Penelitian Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan	Jumlah Jawaban
1	Kemudahan	20
2	Pengalaman baru	7
3	Mencari pengalaman baru	14
4	Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata	38
Jumlah		87

Sumber: Wawancara

Diagram 2.0 Proses Motivasi Menilih Kota Malang Sebagai Salah Satu Tujuan Perjalanan



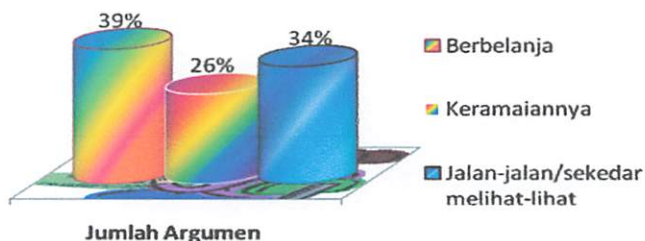
Salah satu motivasi yang paling banyak dipilih oleh responden adalah mencari pengalaman baru. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memilih Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan memiliki keinginan untuk berkegiatan di Malang. Selain itu, motivasi lain yang dipilih oleh responden adalah mencari pengalaman baru. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memilih Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan memiliki keinginan untuk berkegiatan di Malang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memilih Malang sebagai salah satu tujuan perjalanan memiliki keinginan untuk berkegiatan di Malang.

Tabel 2.12 Motivasi Berkegiatan di Malang

No.	Motivasi Berkegiatan di Malang	Jumlah Jawaban
1	Belanja	14
2	Kemudahan	22
3	Belanja sebagai hiburan	30
Jumlah		66

Sumber: Wawancara

Diagram 5.7.  
Prosentase Motivasi Berkunjung Ke Matos



Ada perbedaan yang terjadi jika dibandingkan antara motivasi awal wisatawan melakukan perjalanan dengan aktivitas wisatawan pelajar yang terjadi selama berada di destinasi wisata yaitu Malang Town Square. Dimana kegiatan/aktivitas pelajar selama berada di Matos berdasarkan sampel, diketahui bahwa pelajar yang berkunjung ke Matos menggunakan waktunya untuk berbelanja, jalan-jalan/sekedar melihat-lihat dan bermain seperti pada tabel 5.13 dan diagram 5.8, menunjukkan bahwa sebanyak 50 atau 57% responden menggunakan waktu berkunjung untuk berbelanja, 25 atau 29% responden hanya sekedar jalan-jalan/melihat-lihat, dan 12 atau 14% reponden menggunakan waktunya untuk bermain.

Tabel 5.13.  
Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos

No.	Kegiatan/aktivitas Selama Berada di Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Bermain	12
2	Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat	25
3	Berbelanja	50
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 5.8.  
Prosentase Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Matos

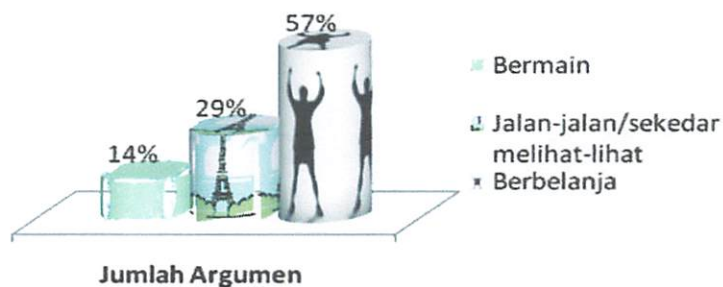
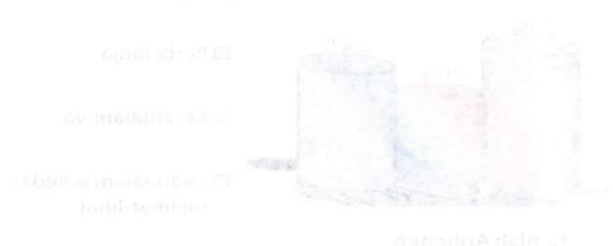


Diagram 2.7.  
Persentase Motivasi Berkomang Ke Mataz



Ada perbedaan yang terjadi jika dibandingkan antara motivasi awal wisatawan melakukan perjalanan dengan motivasi wisatawan belajar yang terjadi selama berada di destinasi wisata yaitu Malang Lown Square. Dimana kegiatan/aktivitas belajar selama berada di Mataz berdasarkan sampel diketahui bahwa belajar yang berkomang ke Mataz menggunakan waktunya untuk berbelanja, jalan-jalan/sekedar melihat-lihat dan bermain seperti pada tabel 2.13 dan diagram 2.8. menunjukkan bahwa sebanyak 50 atau 57% responden menggunakan waktu berkomang untuk berbelanja, 23 atau 29% responden hanya sekedar jalan-jalan/melihat-lihat, dan 12 atau 14% responden menggunakan waktunya untuk bermain.

Tabel 2.13.  
Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Mataz

No.	Kegiatan/Aktivitas Selama Berada di Mataz	Jumlah Angkuman Berdasarkan Sampel
1	Bermain	12
2	Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat	23
3	Berbelanja	50
	Jumlah	87

Sumber: Hasil wawancara

Diagram 2.8.  
Persentase Kegiatan/Aktivitas Selama Berada Di Mataz





## LAPORAN TUGAS AKHIR

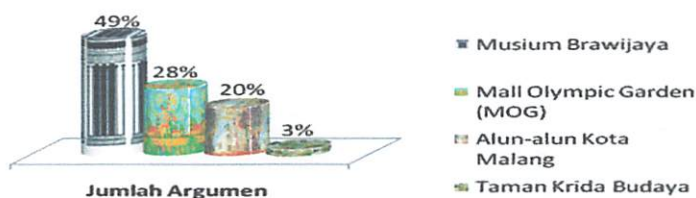
Selain Malang Town Square (Matos) adapun tempat wisata yang digemari oleh wisatawan pelajar jika berkunjung ke Kota Malang. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 87 responden, diketahui tempat-tempat yang disenangi di Kota Malang diantaranya, Musium Brawijaya, Mall Olympic Garden (MOG), Alun-alun Kota Malang dan Taman Krida Budaya. Namun tampaknya yang menjadi favorit bagi pelajar adalah Musium Brawijaya dengan prosentase sebanyak 49%, dan terendah yaitu Taman Krida Budaya dengan prosentase 3%. (Lihat tabel 5.14 dan diagram 5.9).

Tabel 5.14.  
Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Matos

No.	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Matos)	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Musium Brawijaya	43
2	Mall Olympic Garden (MOG)	24
3	Alun-alun Kota Malang	17
4	Taman Krida Budaya	3
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 5.9.  
Prosentase Manfaat adanya Matos



Untuk perkembangan pariwisata di Kota Malang, siswa/i SMA/K atau sederajat yang dijadikan sbagai responden memilih wisata pendidikan sebagai wisata yang perlu dikembangkan dengan prosentase 49%, sedangkan wisata belanja 44%, dan wisata keluarga 7%. (Lihat tabel 5.15 dan diagram 5.10).

Tabel 5.15.  
Usulan Pengembangan Wisata Di Kota Malang

No.	Usulan Pengembangan Jenis Wisata Di Koata Malang	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Wisata Pendidikan	43
2	Wisata Belanja	38
3	Wisata Keluarga	6
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Selain Malang Town Square (Mats) adapun tempat wisata yang digemari oleh wisatawan pelajar jika berkunjung ke Kota Malang. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 87 responden, diketahui tempat-tempat yang disenangi di Kota Malang diantaranya Museum Brawijaya, Mall Olympic Garden (MOG), Taman Alam Kota Malang dan Taman Krida Budaya. Namun tempatnya yang menjadi favorit bagi pelajar adalah Museum Brawijaya dengan persentase sebanyak 49%, dan terendah yaitu Taman Krida Budaya dengan persentase 3%. (Lihat tabel 3.14 dan diagram 3.9).

Tabel 3.14.  
Tempat Yang Disenangi di Kota Malang Selain Mats

No.	Tempat Yang Disenangi Di Kota Malang (Selain Mats)	Jumlah Jawaban Berdasar Sampel
1	Museum Brawijaya	43
2	Mall Olympic Garden (MOG)	24
3	Alam dan Kota Malang	17
4	Taman Krida Budaya	3
	Jumlah	87

Sumber: Data Primer

Diagram 3.9.  
Persentase Mantra siswa Mats



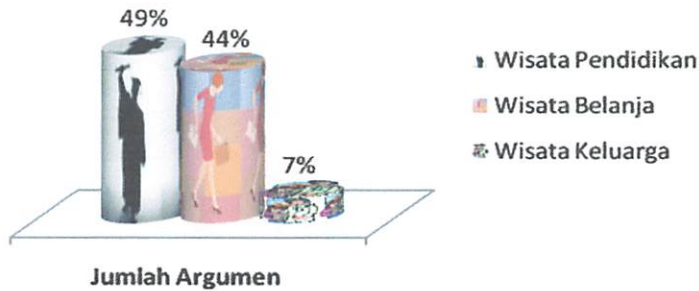
Untuk perkembangan pariwisata di Kota Malang, siswa SMAK man sedikitnya yang dijadikan sebagai responden memilih wisata pendidikan sebagai wisata yang perlu dikembangkan dengan persentase 49%, sedangkan wisata belanja 44% dan wisata keluarga 7%. (Lihat tabel 3.15 dan diagram 3.10).

Tabel 3.15.  
Jalan Pengembangan Wisata Di Kota Malang

No.	Jenis Wisata Di Kota Malang	Jumlah Jawaban Berdasar Sampel
1	Wisata Pendidikan	43
2	Wisata Belanja	38
3	Wisata Keluarga	6
	Jumlah	87

Sumber: Data Primer

Diagram 5.10.  
Prosentase Usulan Pengembangan  
Wisata Di Kota Malang



#### 5.1.4. Analisa Hubungan Fungsional Produk Wisata

Analisa hubungan fungsional produk wisata yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan penelaahan hubungan secara makro dan menyeluruh dari produk wisata yang menjadi usulan wisatawan pelajar dan akses yang dibutuhkan untuk mencapai destinasi wisata.

##### 5.1.4.1 Wisata Pendidikan dan Wisata Belanja

Berkaitan dengan apa yang telah dikemukakan sebagai usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar, bahwasannya wisata pendidikan dan wisata belanja merupakan kebutuhan utama dari wisatawan pelajar dan hal itu sesuai dengan potensi yang dimiliki Kota Malang.

Secara fungsional, potensi wisata yang ada di Kota Malang dapat dibagi berdasarkan 2 kelompok besar, diantaranya wisata pendidikan dan wisata belanja. Namun ada beberapa destinasi wisata yang dapat dikombinasikan sebagai wisata pendidikan sekaligus sebagai wisata belanja. Untuk lebih jelasnya dapat dikaji sebagai berikut:

##### 1. Wisata Pendidikan

Kota Malang yang dikenal sebagai kota pendidikan memiliki berbagai produk wisata pendidikan yang dapat ditawarkan pada wisatawan pelajar termasuk Perguruan Tinggi negeri dan swasta yang juga secara langsung dapat memberikan pengaruh positif terhadap siswa/i terutama SMA/K. Beberapa Perguruan Tinggi dan tempat wisata pendidikan di Kota Malang antara lain:

Diagram 2.10  
Presentasi Jumlah Pengembangan  
Wisata Di Kota Malang



Jumlah Pengembangan

#### 2.1.4. Analisis Hubungan Fungsional Produk Wisata

Analisa hubungan fungsional produk wisata yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan penelitian hubungan secara makro dan menyeluruh dari produk wisata yang menjadi elemen wisatawan belajar dan akses yang dibutuhkan untuk mencapai destinasi wisata.

##### 2.1.4.1 Wisata Pendidikan dan Wisata Belajar

Belakangan dengan era yang telah ditemukannya sebagai usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar belajar bahwasannya wisata pendidikan dan wisata belajar merupakan kebutuhan utama dari wisatawan belajar dan hal itu sesuai dengan potensi yang dimiliki Kota Malang.

Secara fungsional, potensi wisata yang ada di Kota Malang dapat dibagi berdasarkan 3 kelompok besar, diantaranya wisata pendidikan dan wisata belajar. Namun ada beberapa destinasi wisata yang dapat dikondisikan sebagai wisata pendidikan sekaligus sebagai wisata belajar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut:

#### 1. Wisata Pendidikan

Kota Malang yang dikenal sebagai kota pendidikan memiliki berbagai produk wisata pendidikan yang dapat ditawarkan pada wisatawan belajar termasuk Perguruan Tinggi negeri dan swasta yang juga secara langsung dapat memberikan pengaruh positif terhadap siswa terutama SMA/KB. Beberapa Perguruan Tinggi dan tempat wisata pendidikan di Kota Malang antara lain:

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

- Universitas Brawijaya
- Universitas Negeri Malang
- Institut Teknologi Nasional Malang
- Universitas Muhamadiyah Malang
- Universitas Islam Negeri Malang
- Universitas Islam Malang
- Museum Brawijaya
- *Ijen Boulevard*
- Taman Krida Budaya
- Alun-alun Tugu
- Alun-alun Kota Malang
- Taman Rekreasi Kota Malang
- Perpustakaan Kota Malang

## 2. Wisata Belanja

Yang tidak kalah menarik dari Kota Malang adalah keberadaan pusat-pusat perbelanjaan dari mall hingga pedagang kakilima. Produk yang ditawarkan pun bermacam-macam, mulai dari souvenir hingga kuliner dengan harga dan kualitas yang bervariasi. Hal ini tentu sangat bermanfaat dalam menunjang perkembangan Wisata Belanja di Kota Malang. Yang termasuk dalam wisata belanja antara lain:

- Mall Olympic Garden
- Malang Town Square
- Sarinah Departement Store
- Matahari Departement Store
- Pasar Besar Kota Malang
- Pasar Tugu
- Pasar Buku Wilis
- Kuliner Pulosari

Adapun destinasi wisata di Kota Malang, yang termasuk dalam wisata pendidikan sekaligus sebagai wisata belanja adalah:

- Festival Malang Kembali/Malang Tempoe Doeloe (MTD)
- Toko Oen
- Toko Buku Wilis
- Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid
- Sentra Industri Keripik Tempe
- Sentra Industri Kerajinan Rotan
- Sentra Industri Keramik
- Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid



Dalam Merumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar maka wisata pendidikan dan wisata belanja perlu disinkronkan

- Universitas Brawijaya
- Universitas Inggot Malang
- Institut Teknologi Nasional Malang
- Universitas Muhammadiyah Malang
- Universitas Islam Negeri Malang
- Universitas Islam Malang
- Museum Bawijaya
- Wira Bawijaya
- Taman Krida Budaya
- Aban-Jum Tugu
- Alun-alun Kota Malang
- Taman Rekreasi Kota Malang
- Perpustakaan Kota Malang

### 3. Wisata belanja

Yang tidak kalah menarik dari Kota Malang adalah keberadaan pusat-pusat perbelanjaan dari mall hingga pedagang kaki lima. Produk yang ditawarkan pun bermacam-macam, mulai dari souvenir hingga kuliner dengan harga dan kualitas yang bervariasi. Hal ini tentu sangat menguntungkan dalam menunjang perkembangan Wisata Belanja di Kota Malang. Yang termasuk dalam wisata

belanja antara lain:

- Mall Olympic Garden
- Malang Town Square
- Sinarab Department Store
- Matahari Department Store
- Pasar Besar Kota Malang
- Pasar Tugu
- Pasar Buku Widy
- Kalasan Belasan

Adapun destinasi wisata di Kota Malang yang termasuk dalam wisata pendidikan sekaligus sebagai wisata belanja adalah:

- Festival Malang Kembang Seperti (MTK)

- Toko On
- Toko Buku Widy
- Pasar Buring dan Pasar Kembang Seperti
- Sentra Industri Keripik Tempa
- Sentra Industri Kerajinan Rotan
- Sentra Industri Keramik
- Pasar Buring dan Pasar Kembang Seperti

Dalam Memajukan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Fungsi Pasar Jelajar maka wisata pendidikan dan wisata belanja perlu distraksikan



---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---



---

sehingga menjadi suatu produk wisata yang mampu menarik lebih banyak wisatawan pelajar untuk berkunjung ke Kota Malang.

#### 5.1.4.2 Akses Utama Menuju Kota Malang

Transportasi yang dapat digunakan untuk sampai ke Kota Malang yaitu transportasi darat. Transportasi darat yang di digunakan antara lain bus antar kota, angkutan kota, kereta api, dan lain-lain. Untuk terminal bus, Kota Malang memiliki terminal Arjosari, terminal Landungsari dan terminal Gadang / terminal Hamid Rusdi. Sedang kereta api Kota Malang memiliki Stasiun Kota Baru dan Stasiun Kota Lama Malang.

Untuk sampai ke Kota Malang ada 3 (tiga) jalur utama yang dapat di dilalui oleh wisatawan pelajar yang datang dengan menggunakan bus pariwisata (untuk lebih jelas dapat dilihat peta 5.1), diantaranya:

##### 1. Jalan Raden Intan (Arjosari)

Dari Surabaya akan melewati Kecamatan Singosari dan Karangploso yang masuk Wilayah Kabupaten Malang. Jalan Raden Intan (Arjosari) adalah jalur utama Kota Malang dari arah Surabaya. Tampak terlihat jelas sebelum memasuki kawasan Kota Malang kita dapat melihat gerbang/gapura yang menunjukkan batas awal/akhir dari sebuah kawasan.yang bertuliskan selamat datang di Kota Malang. Jalur ini ramai dilalui oleh kendaraan bermotor setiap harinya (lihat gambar 5.2).

Gambar 5.2. Gerbang Masuk Kota Malang Dari Arah Surabaya



Sumber: Dokumentasi

##### 2. Landungsari

Jalur ini merupakan gerbang masuk Kota Malang dari arah Kota Batu, tepatnya perbatasan antara Kota Malang dan Kabupaten Malang. Jalur ini melewati Universitas Muhammadiyah Malang dan Terminal Landungsari.

sehingga menjadi suatu produk wisata yang mampu menarik lebih banyak wisatawan belajar untuk berkunjung ke Kota Malang.

#### 2.1.4.2 Akses Utama Menuju Kota Malang

Transportasi yang dapat digunakan untuk sampai ke Kota Malang yaitu transportasi darat. Transportasi darat yang di gunakan antara lain bus antar kota, angkutan kota, kereta api, dan lain-lain. Untuk terminal bus Kota Malang memiliki terminal Ajjosari, terminal Landungsari dan terminal Gedang. Terminal Busdi. Sedangkan kereta api Kota Malang memiliki Stasiun Kota Baru dan Stasiun Kota Lama Malang.

Untuk sampai ke kota Malang ada 3 (tiga) jalur utama yang dapat di dilalui oleh wisatawan belajar yang datang dengan menggunakan bus pariwisata (untuk lebih jelas dapat dilihat pada 2.1) di bawah ini:

##### 1. Jalur Raden Intan (Ajjosari)

Dari Surabaya akan melewati Kecamatan Koesmanan Sragapan dan Karangploso yang masuk Wilayah Kabupaten Malang, Jalan Raden Intan (Ajjosari) adalah jalur utama Kota Malang dari arah Surabaya. Tempat terminal jetas sebelum memasuki kawasan Kota Malang kita dapat melihat gerbang/gapura yang menunjukkan batas wilayah dan sebuah kawasan yang terlihat sangat datang di Kota Malang. Jalur ini mulai dilalui oleh kendaraan bermotor setiap harinya (lihat gambar 2.2).

Gambar 2.2. Gerbang Masuk Kota Malang Dari Arah Surabaya



LENGKAPNYA JALUR

##### 2. Landungsari

Jalur ini merupakan gerbang masuk Kota Malang dari arah Kota Batu, tepatnya perbatasan antara Kota Malang dan Kabupaten Malang. Jalur ini melewati Universitas Muhammadiyah Malang dan Terminal Landungsari.



Gambar 5.3. Gerbang Masuk Kota Malang Dari Arah Kota Batu



*Sumber: Dokumentasi*

### 3. Gadang Dan Kebon Agung

Gadang merupakan batas selatan-timur Kota Malang. Jalur ini berada di wilayah Kecamatan Sukun dan merupakan pintu masuk bagi wisatawan yang datang dari arah selatan-timur Kota Malang.

Gambar 5.4. Gerbang Masuk Kota Malang Dari Arah Kepanjen



*Sumber: Dokumentasi*

Jika dilihat dari kondisi jalan yang ada di Kota Malang terutama jalur yang menghubungkan antara pintu masuk Kota Malang dengan koridor-koridor wisata hingga sampai pada destinasi wisata terlihat cukup baik dan memadai. Dari data yang diperoleh, adapun rute perjalanan dan tempat wisata yang dilalui oleh wisatawan berdasarkan asal wisatawan pelajar anatara lain: wisatawan pelajar yang berasal dari Madiun sebelum ke Matos terlebih dahulu mengikuti kegiatan lomba bidang studi di Universitas Merdeka Malang, sedangkan dari Lamongan memilih Museum Brawijaya sebagai tujuan perjalanan sebelum melanjutkan perjalanan ke Matos dan Kota Batu. Berbeda dengan wisatawan yang berasal dari Tulung Agung, Mojokerto, Gresik, Pasuruan, Jombang, Kediri dan Blitar, mereka justru terlebih memilih berkunjung ke Kota Batu.

Gambar 2.3. Gedung Masuk Kota Malang Dari Kota Batu



Sumber: Dokumen Pribadi

## 3. Gedung Dan Kebun Ayoeng

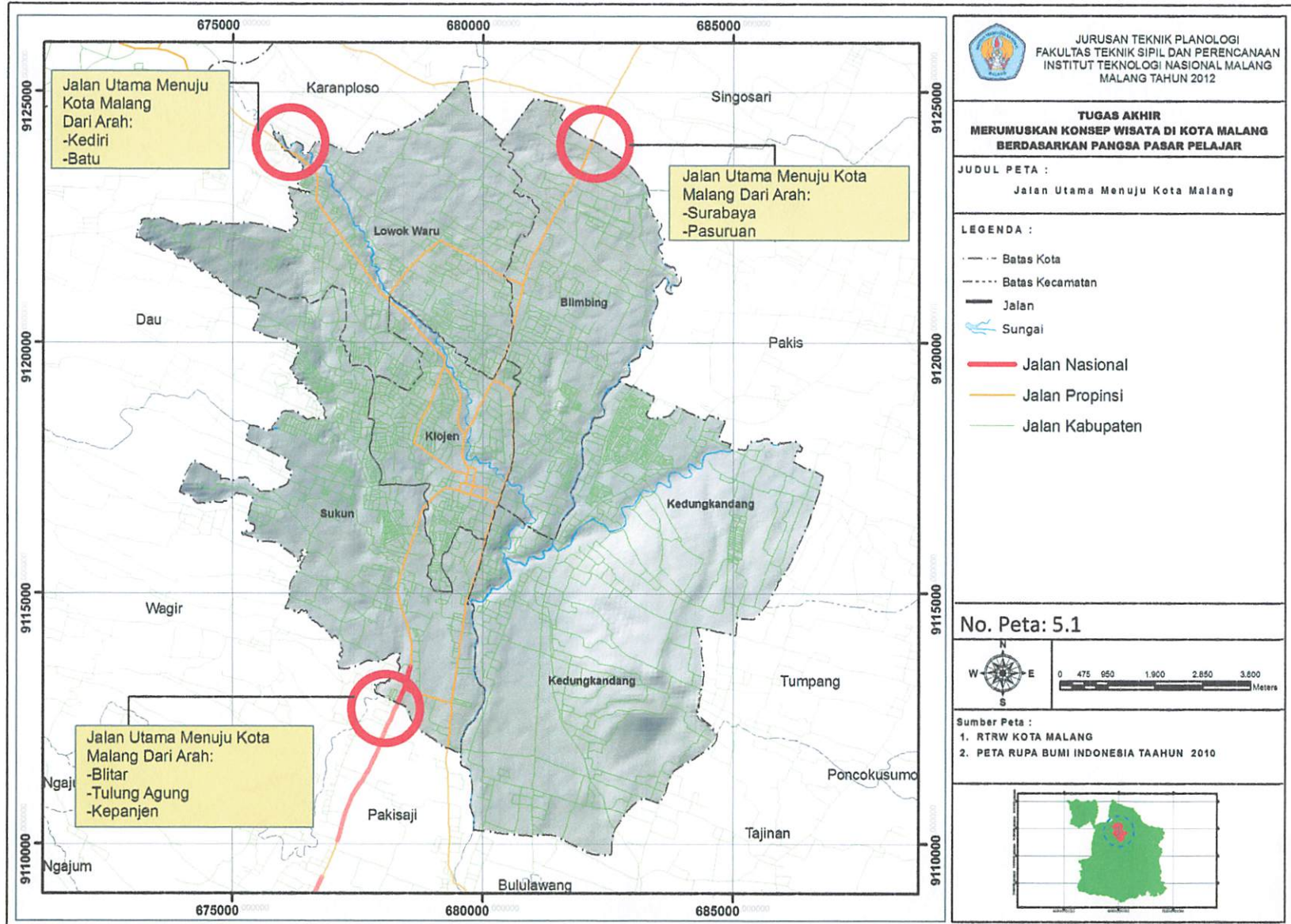
Gedung merupakan hasil selatan-timur Kota Malang, tahun ini berada di wilayah Kecamatan Sukun dan merupakan pintu masuk bagi wisatawan yang datang dari arah selatan-timur Kota Malang.

Gambar 2.4. Gedung Masuk Kota Malang Dari Arab Kembangan



Sumber: Dokumen Pribadi

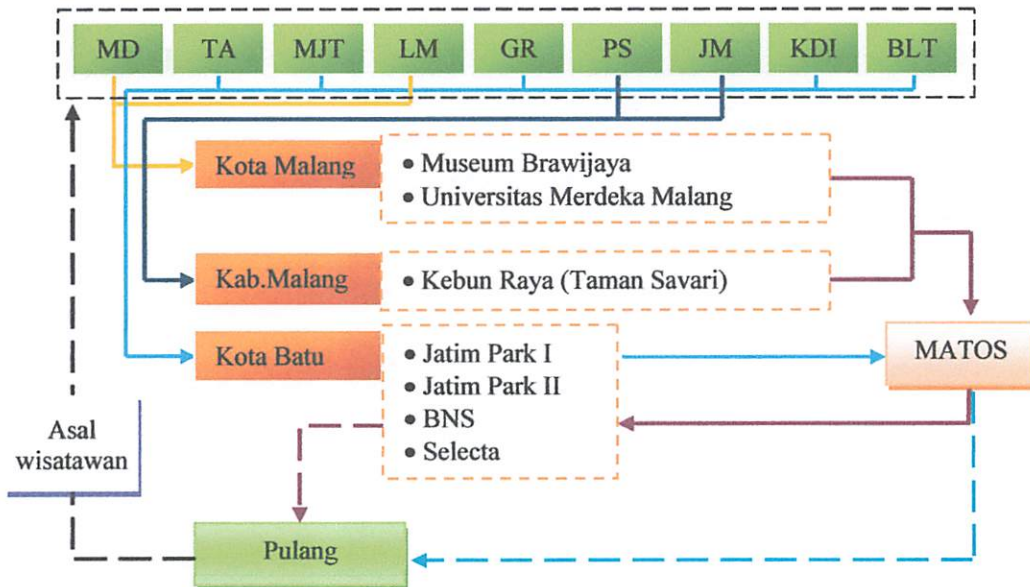
Jika dilihat dari kondisi jalan yang ada di Kota Malang terutama jalan yang menghubungkan antara pintu masuk Kota Malang dengan koridor-koridor wisata hingga sampai pada destinasi wisata terlihat cukup baik dan memadai. Dari data yang diperoleh, adapun rute perjalanan dan tempat wisata yang dilalui oleh wisatawan berdasarkan asal wisatawan pelajar maupun lain wisatawan yang berasal dari Malang sebelum ke Malang terlihat dahulu mengikuti kegiatan lomba studi di Universitas Merdeka Malang, sedangkan dari Lamongan melalui Museum Brawijaya sebagai tujuan perjalanan sebelum melanjutkan perjalanan ke Malang dan Kota Batu berbeda dengan wisatawan yang berasal dari Tunjung Agung, Mojokerto, Gresik, Pasuruan, Jombang, Kediri dan Blitar, mereka justru terlebih memilih berkunjung ke Kota Batu.



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Setelah menghabiskan waktu di Kota Batu, wisatawan pelajar menyisihkan waktu untuk berkunjung ke Kota Malang khususnya Malang Town Square (MATOS) untuk berbelanja, jalan-jalan dan sekedar melihat-lihat. Untuk lebih jelas dapat dilihat bagan 5.1 berikut ini:

Bagan 5.1. Rute Perjalanan Wisata Pelajar Berdasarkan Hasil Kuisisioner



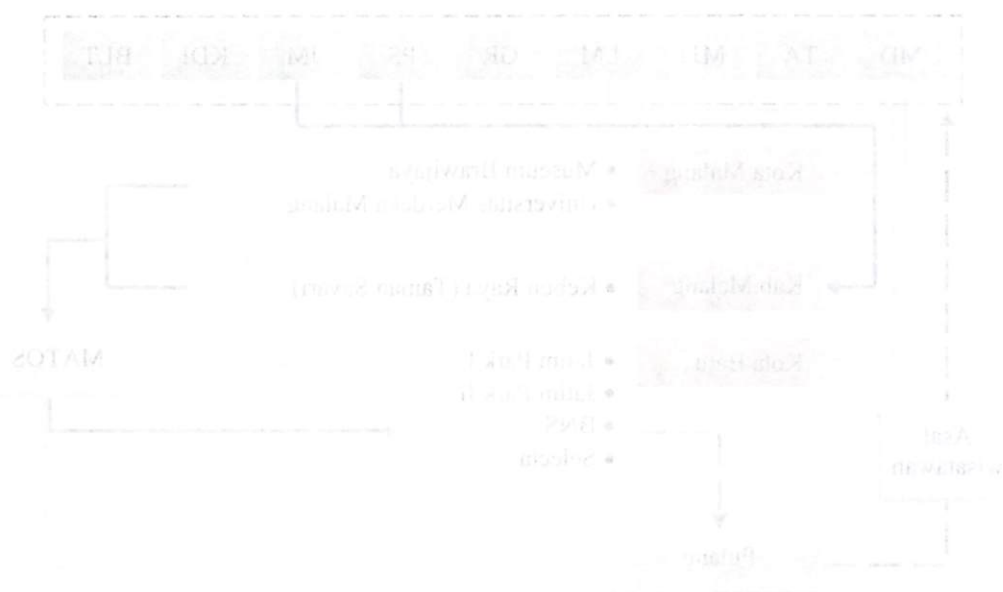
Sumber: Hasil Kajian

Berdasarkan gambar rute perjalanan wisata yang ditampilkan di atas menunjukkan bahwa Kota Malang mempunyai potensi pengembangan di sektor pariwisata terutama wisata pendidikan dan wisata belanja. Selain itu juga dapat dikembangkan sebagai kota transit wisata dikarenakan lalu lintas pariwisata khususnya wisata pelajar yang sangat padat dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Timur.

Di sisi lain gambaran di atas menunjukkan bahwa Kota Malang secara umum bukan merupakan tujuan utama wisatawan. Hal ini didukung dengan pendapat sebagian besar wisatawan pelajar yang dalam kuisisioner menyatakan bahwa manfaat adanya Malang Town Square adalah sebagai wisata pendukung dengan prosentase 52%, sebagai tempat berbelanja yang nyaman 26% dan sebagai tempat rekreasi keluarga 22%. Lebih jelasnya dapat lihat pada tabel 5.16 dan diagram 5.11.

Setelah menghabiskan waktu di Kota Batu, wisatawan belajar mengunjungi Kota Malang khususnya Malang Town Square (MATOS) atau berbagai objek wisata lain dan sekedar melihat-lihat. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam Gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1. Rute Perjalanan Wisata Belajar Berdasarkan Hasil Kuesioner



Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan gambar rute perjalanan wisata yang ditunjukkan di atas menunjukkan bahwa Kota Malang merupakan lokasi pengembangan di sektor pariwisata terutama wisata pendidikan dan wisata belajar. Selain itu juga dapat dikembangkan sebagai kota wisata dikemukakan sebelumnya pariwisata khususnya wisata belajar yang sangat padat dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Timur.

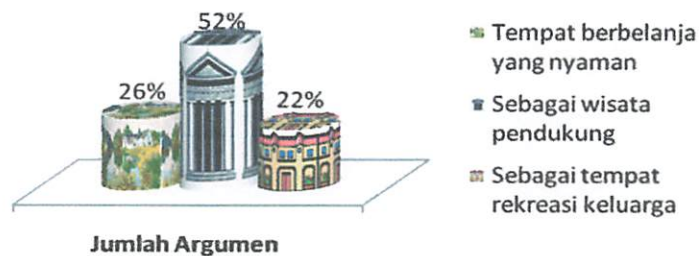
Di sisi lain gambaran di atas menunjukkan bahwa Kota Malang secara umum bukan merupakan tujuan utama wisatawan. Hal ini didukung dengan pendapat sebagian besar wisatawan belajar yang dalam kuesioner menyatakan bahwa manfaat adanya Kota Malang Square adalah sebagai wisata pendukung dengan persentase 52%, sebagai tempat berolahraga yang nyaman 36% dan sebagai tempat rekreasi keluarga 22%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.16 dan diagram 2.11.

Tabel 5.16.  
Manfaat Adanya Matos

No.	Manfaat Adanya Matos	Jumlah Argumen Berdasarkan Sampel
1	Tempat berbelanja yang nyaman	23
2	Sebagai wisata pendukung	45
3	Sebagai tempat rekreasi keluarga	19
Jumlah		87

Sumber: Hasil kajian

Diagram 5.11.  
Prosentase Manfaat Adanya Matos



## 5.2. Arahan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar

Arahan konsep wisata di Kota Malang yang didasarkan pada para pelajar yang datang ke Kota Malang akan dibedakan menjadi 2 bagian yaitu, Arahan pengembangan tempat/jenis wisata, dan arahan rute perjalanan.

### 5.2.1. Arahan Pengembangan Tempat/Jenis Wisata

Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar yang datang dari luar Kota berdasarkan hasil analisis lebih berorientasi kepada wisata pendidikan dan wisata belanja. Dari hasil kuisioner juga diperoleh bahwa wisatawan pelajar yang mengusulkan wisata pendidikan sebagai salah satu jenis wisata yang perlu dikembangkan di Kota Malang sebanyak 49% dan wisata belanja sebanyak 44%. Hal ini tentu sejalan dengan slogan Kota Malang yang menitik beratkan pembangunan dari segi pendidikan, pariwisata dan industri.

Oleh karena itu, arahan pengembangan tempat/jenis wisata khususnya bagi pangsa pasar pelajar sangat dibutuhkan, karena kegiatan wisata untuk pangsa pasar pelajar harus mempertimbangkan sisi *edukatif* yang dapat membentuk karakter para pelajar. Saat ini wisata pendidikan (*education*) begitu variatif. Tidak saja mengandung nilai sejarah seperti museum, monumen atau bangunan kuno.

Tabel 2.10  
Mantap Adanya Mantap

No.	Mantap Adanya Mantap	Jumlah Adanya Mantap
1	Terdapat beberapa yang mantap	23
2	sedikit sangat sedikit	43
3	sedikit sangat sedikit	19
	Jumlah	85

Sumber: Hasil kajian

Diagram 2.11  
Prosentase Mantap Adanya Mantap



## 2.1. Analisis Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Fungsi Pasar Belajar

Analisis konsep wisata di Kota Malang yang didasarkan pada pasar belajar yang datang ke Kota Malang akan dibedakan menjadi 2 bagian yaitu. Analisis pengembangan kompetensi wisata, dan analisis tipe perjalanan.

### 2.1.1. Analisis Pengembangan Kompetensi Wisata

Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan fungsi pasar belajar yang datang dari luar Kota berdasarkan hasil analisis lebih mendalam kepada wisata pendidikan dan wisata belajar. Dari hasil kuesioner juga diperoleh bahwa wisatawan belajar yang mengunjungi wisata pendidikan sebagai salah satu jenis wisata yang perlu dikembangkan di Kota Malang sebanyak 49% dan wisata belajar sebanyak 44%. Hal ini tentu sejalan dengan slogan Kota Malang yang menarik perhatian pembangunan dari segi pendidikan, pariwisata dan industri.

Oleh karena itu, analisis pengembangan kompetensi wisata khususnya bagi fungsi pasar belajar sangat dibutuhkan, karena kegiatan wisata anak bangsa pasar belajar harus memperhatikan sisi edukasi yang dapat membentuk karakter para belajar. Saat ini wisata pendidikan (eduwisata) begitu variatif. Tidak saja mengandung nilai sejarah seperti museum, monumen atau bangunan kuno.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

Kini wisata pendidikan bisa ditemui dalam konsep seni/sanggar seni, sentra kerajinan, lokasi pembuatan film hingga studio musik atau studio televisi. Ada juga wisata imu pengetahuan modern yang menyajikan instrument fisika, bengkel mesin hingga laboratorium. Bahkan lokasi kampus/ perguruan tinggi dan pabrik yang notabene bukan tujuan wisata, kini justru banyak dikunjungi siswa sekolah dan mendapatkan banyak pengetahuan dari kunjungan tersebut. Pabrik makanan, minuman, boneka, pabrik batik hingga sentra keramik mulai terbuka untuk wisata pendidikan.

Di dalam Perpres No. 5 tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional disebutkan bahwa substansi inti program aksi bidang pendidikan diantaranya adalah penerapan metodologi pendidikan yang tidak lagi berupa pengajaran demi kelulusan ujian (*teaching to the test*), namun pendidikan menyeluruh yang memperhatikan kemampuan sosial, watak, budi pekerti, kecintaan terhadap budaya-bahasa Indonesia dengan memasukkan pula pendidikan kewirausahaan sehingga sekolah dapat mendorong penciptaan hasil didik yang mampu menjawab kebutuhan sumber daya manusia<sup>2</sup>. Pendidikan kewirausahaan tidak saja dilakukan dilingkungan sekolah tapi juga dapat diperoleh peserta didik pada kegiatan ekstra kulikuler termasuk kegiatan wisata.

Dengan merujuk pada data yang diperoleh baik kuisisioner, wawancara serta hasil analisa yang telah dilakukan, maka rumusan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar dibagi berdasarkan dua konsep yaitu *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Educational Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan).

### 5.2.1.1 *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan)

Menurut Dr. Suparman Sumahamijaya, dalam buku *Membina Sikap Mental Wiraswasta*, menyatakan bahwa “pendidikan wiraswasta adalah pendidikan yang bertujuan untuk menempa bangsa Indonesia sesuai dengan kepribadian Indonesia yang berdasar Pancasila. Kewiraswastaan bukanlah hanya

---

<sup>2</sup> Dikutip dari: <http://vhivieeladawea.blogspot.com/2012/05/pendidikan-karakter-dan-kewirausahaan.html>



Kini wisata pendidikan bisa ditemui dalam konsep semi-terang, seperti kegiatan lokasi pembuatan film hingga studio musik atau studio televisi. Ada juga wisata ilmu pengetahuan modern yang menyajikan instrumen ilmiah, bengkel mesin hingga laboratorium. Bahkan lokasi kampus/pertanian tinggi dan pabrik yang notabene bukan tujuan wisata, kini justru banyak dikunjungi siswa sekolah dan mendapatkan banyak pengetahuan dan kunjungan tersebut. Pabrik makanan, minuman, busa, pabrik batik hingga wisata keramik mulai terbuka untuk wisata pendidikan.

Di dalam *Report No. 5 tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional* disebutkan bahwa substansi dari program aksi bidang pendidikan diantaranya adalah penerapan teknologi pendidikan yang tidak lagi berupa pengajaran demi kelulusan ujian (*teach to the test*), namun pendidikan merupakan yang memperhatikan kemampuan sosial, *work*, *life*, *be* ketika keemasan terhadap budaya-bahasa Indonesia dengan memasukkan hasil pendidikan kekinian sehingga dapat mendorong peningkatan hasil didik yang mampu menjawab kebutuhan sumber daya manusia. Pendidikan kekinian tidak saja dilakukan di lingkungan sekolah tapi juga dapat diperoleh peserta didik pada kegiatan ekstra kurikuler termasuk kegiatan wisata.

Dengan melihat pada data yang diperoleh dari kuesioner wawancara serta hasil analisis yang telah dilakukan, maka rumusan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pengasapan pengajaran dibagi berdasarkan dua konsep yaitu *Empowerment Tourism Concept (Konsep Wisata Kelembagaan)* dan *Education Tourism Concept (Konsep Wisata Pendidikan)*.

### 5.2.1.1 Empowerment Tourism Concept (Konsep Wisata Kelembagaan)

Menurut Dr. Supriatna Sumahandjaya dalam buku *Wisata Sekip* *Melaya Wisatawan*, menyatakan bahwa "pendidikan wisatawan adalah pendidikan yang bertujuan untuk membantu bangsa Indonesia sesuai dengan kearifan Indonesia yang berdasar Pancasila. Kelembagaan bukanlah hanya

<sup>5</sup> Diambil dari <http://www.wisatawan.blogspot.com/2012/05/pendidikan-kelembagaan-dan-kelembagaan.html>

## LAPORAN TUGAS AKHIR

sekedar *entrepreneur* dalam arti pengusaha, akan tetapi titik beratnya terletak pada pembentukan watak maju dan pembinaan mental maju yang dimulai dari usaha mengendalikan diri dan membersihkan diri dari sikap negatif (miskin) untuk membentuk dan mengembangkan sikap mental maju dan berhasil”<sup>3</sup>.

Dalam pembentukan sikap mental maju, maka seseorang harus terus dilatih berpikir, bersikap, bertindak yang dilandasi dorongan kemauan keras untuk merubah kehidupannya yang lebih layak sesuai dengan tuntutan jaman yang mengharuskan ikut bersaing ketat dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidup sejahtera dan bahagia. Konsep *Entrepreneurship Tourism* ini juga merupakan suatu upaya mengenalkan antara sifat wisata yang santai dengan pendidikan kewirausahaan yang bertujuan untuk memupuk sifat mandiri dari para wisatawan (pelajar). Konsep wisata ini lebih menawarkan/mengenalkan para pelajar untuk lebih mengenal istilah-istilah dalam kewirausahaan dan ikut terlibat dalam proses pembuatan suatu produk. Sehingga para pelajar tidak selalu disuguhkan pada kesenangan sesaat seperti pada bentuk kegiatan wisata yang umumnya dijumpai. Seperti diketahui bersama di Kota Malang banyak terdapat tempat industri, perbelanjaan, kuliner dan sebagainya yang bisa dijadikan sebagai sarana pembelajaran *entrepreneur tourism* ini.

### A. Tempat *Entrepreneur Tourism*

Bedasarkan obyek wisata dan rekreasi yang telah disebutkan diatas, peneliti mengambil beberapa obyek untuk dijadikan sebagai alternatif tujuan kewirausahaan seperti: Industri Keripik Tempe, Industri Kerajinan Rotan, Industri Keramik, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.17 dan peta 5.2

**Tabel 5.17. Jenis Obyek dan Lokasi**

No	Jenis obyek	Lokasi
1.	Industri Keripik Tempe	Sentra industri tempe terletak di Jl. Sanan Kel. Purwantoro
2.	Industri Kerajinan Rotan	Kerajinan rotan berada di sepanjang Jalan Raden Intan-Arjosari, Malang.

<sup>3</sup> Dikutip dari: <http://lpk-alqolam-mgs.blogspot.com/2011/06/membangun-jiwa-wiraswasta-dengan.html>

sebagai *entrepreneur* dalam arti pengasah, akan tetapi tidak berarti terleak pada pembentukan *mind map* dan pembinaan mental *map* yang dimulai dari usaha mengendalikannya dan memperhatikan diri dari sikap *egois* (misalnya) untuk membentuk dan mengembangkan sikap mental *map* dan *business*”.

Dalam pembentukan sikap mental *map*, maka seseorang harus terus dilatih berpikir, bertindak, berprestasi yang dilandasi dorongan kemauan keras untuk mencapai kehidupannya yang lebih layak sesuai dengan tuntutan zaman yang mengharuskan ilmu bersaing ketat dalam rangka untuk mencapai kebutuhan hidup sehari-hari dan sebagai Konsep *Entrepreneurship* *Lawrence* ini juga merupakan suatu upaya mengendalikannya antara *skill* *wisata* yang sangat dengan pendidikan kewirausahaan yang bertujuan untuk membuat *skill* mandiri dan *para* *wisatawan* (pelajar). Konsep *wisata* ini lebih menekankan/mengembangkan *para* *pelajar* untuk lebih mengenal istilah-istilah dalam kewirausahaan dan *ikut* terlibat dalam proses pembuatan suatu produk. Sehingga *para* *pelajar* tidak selalu disuguhkan pada kesenangan sesuai seperti pada bentuk kegiatan *wisata* yang umumnya dijumpai. Seperti diketahui bersama di Kota Malang banyak terdapat tempat industri, perdagangan, kuliner dan sebagainya yang bisa dijadikan sebagai sarana pembelajaran *entrepreneurship* *Lawrence* ini.

#### A. Tempat *Entrepreneurship* *Lawrence*

Bedasarkan objek *wisata* dan lokasi yang telah disebutkan diatas, peneliti mengambil beberapa objek untuk dijadikan sebagai alternatif tujuan kewirausahaan seperti Industri Keripik Tempur, Industri Kerajinan Rotan, Industri Keramik, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.17 dan *para*

2.17

Tabel 2.17. Jenis Objek dan Lokasi

No	Jenis objek	Lokasi
1.	Industri Keripik Tempur	Desa Jombang tempur terleak di Jl. Surokerto Kertosono
2.	Industri Kerajinan Rotan	Kerajinan rotan betata di sepanjang Jalan Raden Intan-Angsar, Malang

7. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.17 dan *para*

## LAPORAN TUGAS AKHIR

3.	Industri Keramik	Sentra industri keramik yang berada di Dinoyo (sepanjang Jalan M.T Hayono) dan Betek (sepanjang Jalan May.Jen Panjaitan).
4.	Mall Olympic Garden	Jl.Kawi No.24
5.	Festival Malang Kembali /Malang Tempoe Doeloe (MTD)	Jl. Ijen (Acara tahunan yang diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang).
6.	Malang Town Square	Jl. Veteran
7.	Matahari Departement Store	Jl. Kyai Tamin
8.	Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid	Jl. Brawijaya, Kec.Klojen
9.	Pasar Tugu	Jl. Semeru, Kec Klojen (Stadion luar Gajayana)
10.	Pasar Buku Wilis	Jl. Simpang Wilis, Klojen,
11.	Kuliner Pulosari	Wisata kuliner Pulosari berada di Jalan Pulosari, Kec. Klojen
12	Pasar Besar Malang	Jl. Kyai Tamin

Sumber: Hasil Kajian

### B. Kategori dan Jenis Kegiatan yang dapat dilakukan

Berdasarkan pada jenis obyek yang ada (lihat tabel 5.17), peneliti membagi *entrepreneur recreation* berdasarkan 2 (dua) kategori yaitu *entrepreneur recreation* yang mengarah pada manajemen usaha dan prospek usaha seperti pada tabel 5.18 berikut ini:

**Tabel 5.18**  
**Kategori dan Jenis Kegiatan**

No	Kategori	Jenis Obyek yang Dikunjungi	Jenis Kegiatan
1	Menejemen Usaha	>Industri keripik tempe >Industri kerajinan rotan >Industri keramik	Para wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang bagaimana proses pembuatan produk. Wisatawan (pelajar) diberikan kesempatan untuk mencoba membuat aneka produk dari awal hingga <i>packing</i> produk. Selain belajar tentang bagaimana proses produksinya, para wisatawan (pelajar) juga sedikit diberikan pemahaman bagaimana memenejmen suatu usaha.
2	Prospek Usaha	>Mall Olympic Garden >Festival Malang Kembali/ Malang Tempoe Doeloe (MTD) >Malang Town Square >Matahari Departement Store >Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid >Pasar Tugu >Pasar Buku Wilis >Kuliner Pulosari >Pasar Besar Kota Malang	Wisatawan (pelajar) diajarkan bagaimana membaca peluang usaha yang sesuai dengan bakat dan minat siswa berdasarkan apa yang mereka lihat dan pelajari selama melakukan perjalanan rekreasi di tempat-tempat tujuan rekreasi yang dikunjungi.

Sumber: Hasil kajian

3.	Industri Keramik	Sentra industri keramik yang berada di Domo (sepanjang Jalan M.T. Hasevo) dan Beik (sepanjang Jalan Maytenhans).
4.	Mall Olympic Garden	J.K.Kawi No.24
5.	Festival Malang Kembang	Jl. Jem (Acaru tabuan yang diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang).
6.	Malang Town Square	Jl. Veteran
7.	Malabar Department Store	Jl. Kyai Tamin
8.	Pasar Buring dan Pasar Kembang Stambul	Jl. Bawagaran, Kec. Klojen
9.	Pasar Tugu	Jl. Sementa, Kec. Klojen (Station Iun Goyang)
10.	Pasar Bata Willis	Jl. Siantang Willis, Klojen
11.	Kabinet Puloani	Wisan Kabinet Puloani berada di Jalan Puloani, Kec. Klojen
12.	Pasar Besar Malang	Jl. Kyai Tamin

Sumber: Wawan Awani

### B. Kategori dan jenis kegiatan yang dapat dilakukan

Berdasarkan pada jenis objek yang ada (dari tabel 2.17) peneliti membagi wawancara keawani berdasarkan 2 (dua) kategori yaitu wawancara keawani yang mengenai pada manajemen usaha dan prospek usaha seperti pada tabel 2.18 berikut ini:

Tabel 2.18  
Kategori dan jenis kegiatan

No	Kategori	Jenis Objek yang Diteliti	Jenis Kegiatan
1.	Manajemen Usaha	> industri keramik > industri pertanian tomat > industri keramik	Pada wawancara (pelajar) dapat belajar tentang bagaimana proses pembuatan produk. Wawancara (pelajar) diberikan kesempatan untuk mencoba membuat aneka produk dari awal hingga packing produk. Selain belajar tentang bagaimana proses produksi, para wawancara (pelajar) juga sedikit diberikan pemahaman bagaimana manajemen suatu usaha
2.	Prospek Usaha	> Mall Olympic Garden > Festival Malang Kembang > Malang Tempot Double (MTD) > Malang Town Square > Malabar Department Store > Pasar Buring dan Pasar Kembang Stambul > Pasar Tugu > Pasar Bata Willis > Kabinet Puloani > Pasar Besar Malang	Wawancara (pelajar) dilakukan bagaimana membaca peluang usaha yang sesuai dengan bakat dan minat siswa berdasarkan apa yang mereka lihat dan pelajari selama melakukan penelitian rekreasi di tempat-tempat tujuan rekreasi yang dikunjungi.

Sumber: Wawan Awani

### 5.2.1.2 Educational Tourism Concept ( Konsep Wisata Pendidikan )

Pada dasarnya sifat educational recreation hampir sama dengan Entrepreneur Recreation, yaitu tidak menjebak wisatawan (pelajar) pada kesenangan sesaat. Pada educational recreation pelajar tidak hanya sekedar berekreasi semata-mata tetapi juga menambah pengetahuan atau bahkan menerapkan pengetahuan yang diperoleh di sekolah pada keadaan yang sesungguhnya.

#### A. Tempat Educational Tourism

Di Kota Malang, tempat wisata *educational tourism* belum sepenuhnya dikelola secara maksimal, padahal sebenarnya Kota Malang memiliki potensi untuk mengembangkan jenis wisata dengan konsep ini. Beberapa tempat yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata jenis ini adalah Museum Brawijaya, Festival Malang Kembali, dan Beberapa Perguruan Tinggi di Kota Malang dapat dijadikan “venue” dengan konsep *Educational Tourism*. Adapun jenis dan obyek wisata *educational tourism* dapat dilihat pada tabel 5.19 dan peta 5.3.

**Tabel 5.19**  
**Jenis Obyek dan Lokasi**

No	Jenis obyek	Lokasi
1.	Universitas Brawijaya	Jl. Veteran
2.	Universitas Negeri Malang	Jl. Surabaya No.06
3.	Universitas Muhamadiyah Malang (UMM)	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246
4.	Universitas Islam Malang	Jl. Gajayana 50 Malang
5.	Institut Teknologi Nasional Malang	Kampus I Jl.Band.Sigura-gura No.2A
6.	Festival Malang Kembali /Malang Tempoe Doeloe (MTD)	Festival ini diselenggarakan di Jl. Ijen (Acara tahunan yang diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang).
7.	Museum Brawijaya	Museum Brawijaya terletak di Jl. Ijen No.25
8.	<i>Ijen Boulevard</i>	<i>Ijen Boulevard</i> berada di Jalan Ijen Kota Malang
9.	Alun-alun Tugu	Alun-alun Tugu terletak di depan kantor Walikota Malang
10.	Alun-alun Kota Malang	Alun-alun Kota Malang terletak di Jl.Merdeka Barat yang merupakan pusat keramaian kota Malang
11.	Toko Oen	Jl.Basuki Rahmat

Sumber: Hasil kaji

### 5.2.1.2. Educational Tourism Concept (Konsep Wisata Pendidikan)

Pada dasarnya sifat educational recreation hampir sama dengan Entertainment Recreation, yaitu tidak melibatkan wawasan (pelajar) pada kesenangan semata. Pada educational recreation pelajar tidak hanya sekedar berkreasi semata-mata tetapi juga menambah pengetahuannya atau bahkan meningkatkan pengetahuannya yang diperoleh di sekolah pada liburan yang bersangkutan.

#### A. Tempat Educational Tourism

Di Kota Malang tempat wisata edu wisata wisata belum sepenuhnya dikelola secara maksimal padahal sebenarnya Kota Malang memiliki potensi untuk mengembangkan jenis wisata dengan konsep ini. Beberapa tempat yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata jenis ini adalah Museum Brawijaya, Festival Malang Kembali dan Beberapa Perumahan Tinggi di Kota Malang dapat dijadikan "venue" dengan konsep Eduwisata Wisata. Adapun jenis dan objek wisata edu wisata wisata dapat dilihat pada tabel 5.19 dan peta 5.3.

Tabel 5.19  
Jenis Objek dan Lokasi

No	Jenis objek	Lokasi
1.	Universitas Brawijaya	Jl. Veteran
2.	Universitas (UIN) Malang	Jl. Sempu No.10
3.	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)	Kampus III Jl. B. Soe Poegoro No 240
4.	Universitas Islam Malang	Jl. Gajenean 20 Malang
5.	Istana Teknologi Nasional Malang	Kampus 1 Jl. Bend. Sigitonegoro No 2A
6.	Festival Malang Kembali Malang Tempo Doeloe (MTD)	Festival ini diselenggarakan di H. Jhen (Ara) tahun yang diadakan untuk memperingati hari ulang tahun Kota Malang
7.	Museum Brawijaya	Museum Brawijaya terletak di Jl. Veteran No.22
8.	Jalan Brawijaya	Jalan Brawijaya berada di Jalan Jhen Kota Malang
9.	Alun-alun Tugu	Alun-alun Tugu terletak di depan Kantor Walikota Malang
10.	Alun-alun Kota Malang	Alun-alun Kota Malang terletak di Jl. Merdeka Barat yang merupakan pusat keramaian kota Malang
11.	Loko On	Jl. H. Buntari Rahmat

Sumber: M. W. Laboan

## B. Jenis Kegiatan Yang Dapat Dilakukan

Pada konsep *Educational Tourism*, peneliti membagi menjadi 2 jenis kategori yaitu *Research Tourism* dan *History Tourism*. Lebih jelasnya lihat tabel 5.20.

**Tabel 5.20**  
**Kategori dan Jenis Kegiatan**

No	Kategori	Jenis Obyek yang Dikunjungi	Jenis Kegiatan
1	Research Tourism	>Universitas atau Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Kota Malang (seperti UNIBRAW, UM, UMM, UIN, ITN dan lain-lain)	Para wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang keilmuan secara khusus dengan pendampingan dari perwakilan masing-masing kampus, pada kategori ini para wisatawan diberikan kesempatan untuk melakukan uji Laboratorium dengan pengawasan pihak yang berwenang.
2	History Tourism	>Festival Kembali/Malang Tempoe Doeloe (MTD) >Museum Brawijaya >Ijen Boulevard >Alun-alun Tugu >Alun-alun Kota Malang >Taman Krida >Toko Oen	Wisatawan (pelajar) akan mendapat presentasi mengenai tempat-tempat wisata yang dikunjungi, sambil melihat tempat wisata tersebut (on bus presentation).

Sumber: Hasil Kajian

### 5.2.2. Arahkan Rute Perjalanan Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar

Dengan adanya alternatif rute perjalanan wisata pelajar, diharapkan akan menawarkan pengalaman perjalanan yang menarik, efisien dari berbagai *alternative* pencapaian dengan memperhatikan waktu, kenyamanan dan pengalaman perjalanan wisatawan. Telah dijelaskan terlebih dahulu tentang arahan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar, dimana konsep yang dimaksud dibagi atas dua yaitu, *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Educational Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan). Bertolak dari hal tersebut, maka arahan rute perjalanan yang dimaksud dalam mendukung kegiatan wisata pelajar juga berorientasi pada tujuan perjalanan wisatawan/pelajar.

Pertama-tama dari awal kedatangan wisatawan (pelajar) yang bermula dari pintu masuk/*gateway* kemudian menuju ke pusat pengembangan pariwisata (PPP)



## B. Jenis Kegiatan Yang Dapat Dilakukan

Pada konsep *Advanced Tourism*, peneliti menjadi menjadi 2 jenis kategori yaitu *Research Tourism* dan *History Tourism*. Lebih jelasnya lihat tabel 2.20.

Tabel 2.20  
Kategori dan Jenis Kegiatan

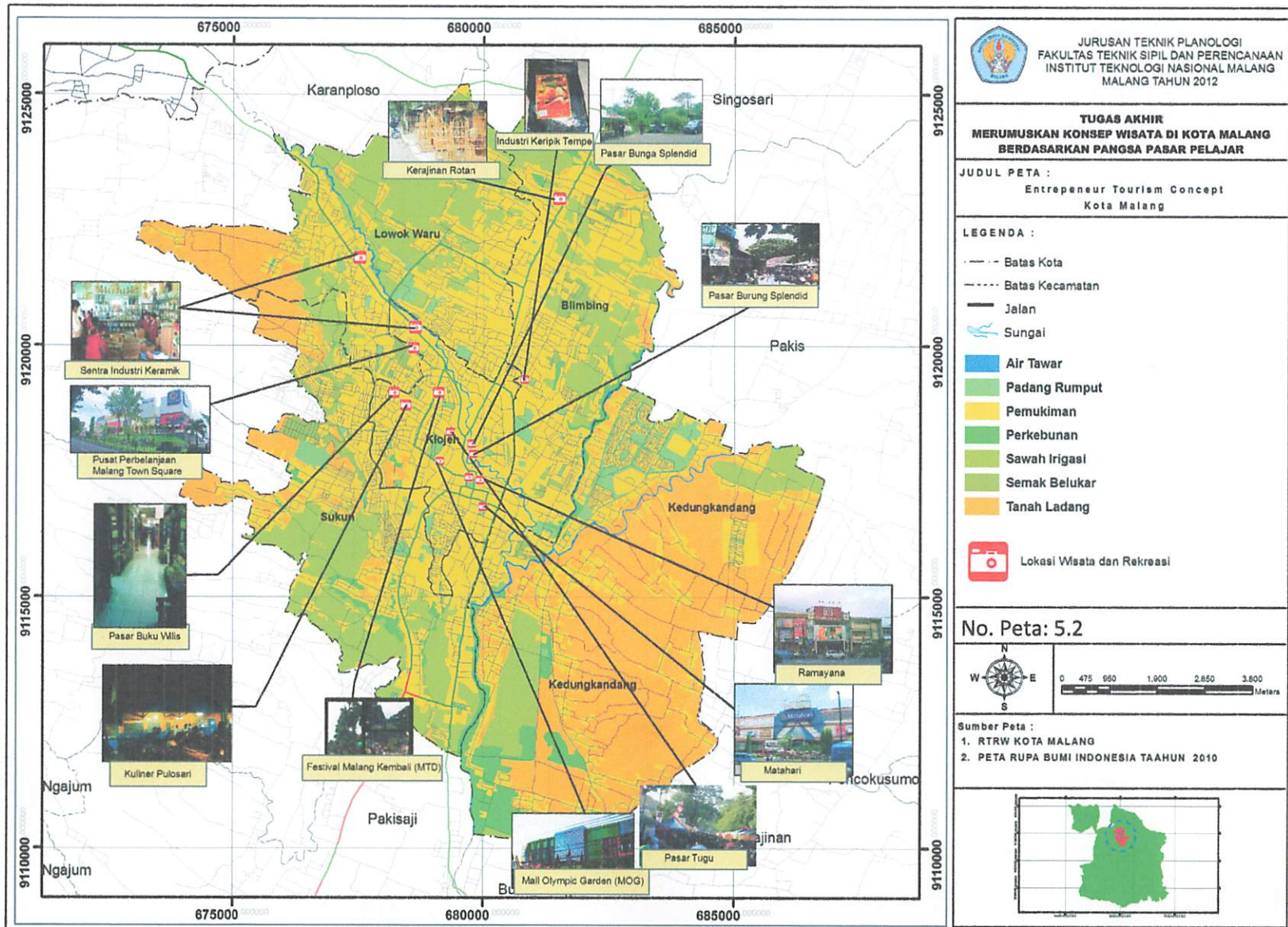
No	Kategori	Jenis Kegiatan yang Dapat Dilakukan	Jenis Kegiatan
1	Research Tourism	Universitas dan Lembaga Penelitian Tanjung Negeri dan Swasta di Kota Malang seperti KIRAW, UM, IAIN, IAIN dan lain-lain	Pada wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang kehidupan secara khusus dengan pendampingan dan perwakilan masing-masing kampus. Pada kategori ini para wisatawan diberikan kesempatan untuk melakukan uji laboratorium dengan pengawasan pihak yang berwenang.
2	History Tourism	Penelitian Kerabat Malang Dokter (MTD) Museum Berwaja Irian Boulevard Zoo-anak Tiga Zoo-anak Kota Malang Taman Kuda Loka Wara	Wisatawan (pelajar) akan mendapat pengetahuan tentang tempat-tempat wisata yang dikunjungi, sambil melihat tempat wisata tersebut (on presentation).


Sumber: Hasil Kajian

### 3.2.2. Arahan Rute Perjalanan Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Belajar

Dengan adanya alternatif rute perjalanan wisata belajar, diharapkan akan menawarkan pengalaman perjalanan yang menarik, efisien dan berbagai alternative pencapaian dengan memperhatikan waktu, kenyamanan dan pengalaman perjalanan wisatawan. Telah dijelaskan terlebih dahulu tentang arahan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar belajar, dimana konsep yang dimaksud dibagi atas dua yaitu *Advanced Tourism Concept* (Konsep Wisata *Keberlanjutan*) dan *Advanced Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan). Berikut dan hal tersebut, maka arahan rute perjalanan yang dimaksud dalam mendukung kegiatan wisata belajar juga berorientasi pada tujuan perjalanan wisatawan belajar.

Berikutnya dari awal kedatangan wisatawan (pelajar) yang dimulai dari pintu masuknya, kemudian menuju ke pusat pengembangan pariwisata (PPP)



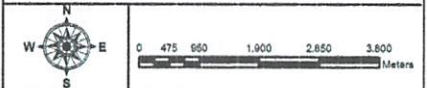

 JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
 MALANG TAHUN 2012

**TUGAS AKHIR**  
**MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**

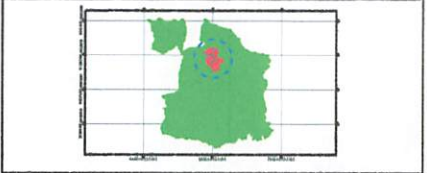
**JUDUL PETA :**  
 Entrepeneur Tourism Concept  
 Kota Malang

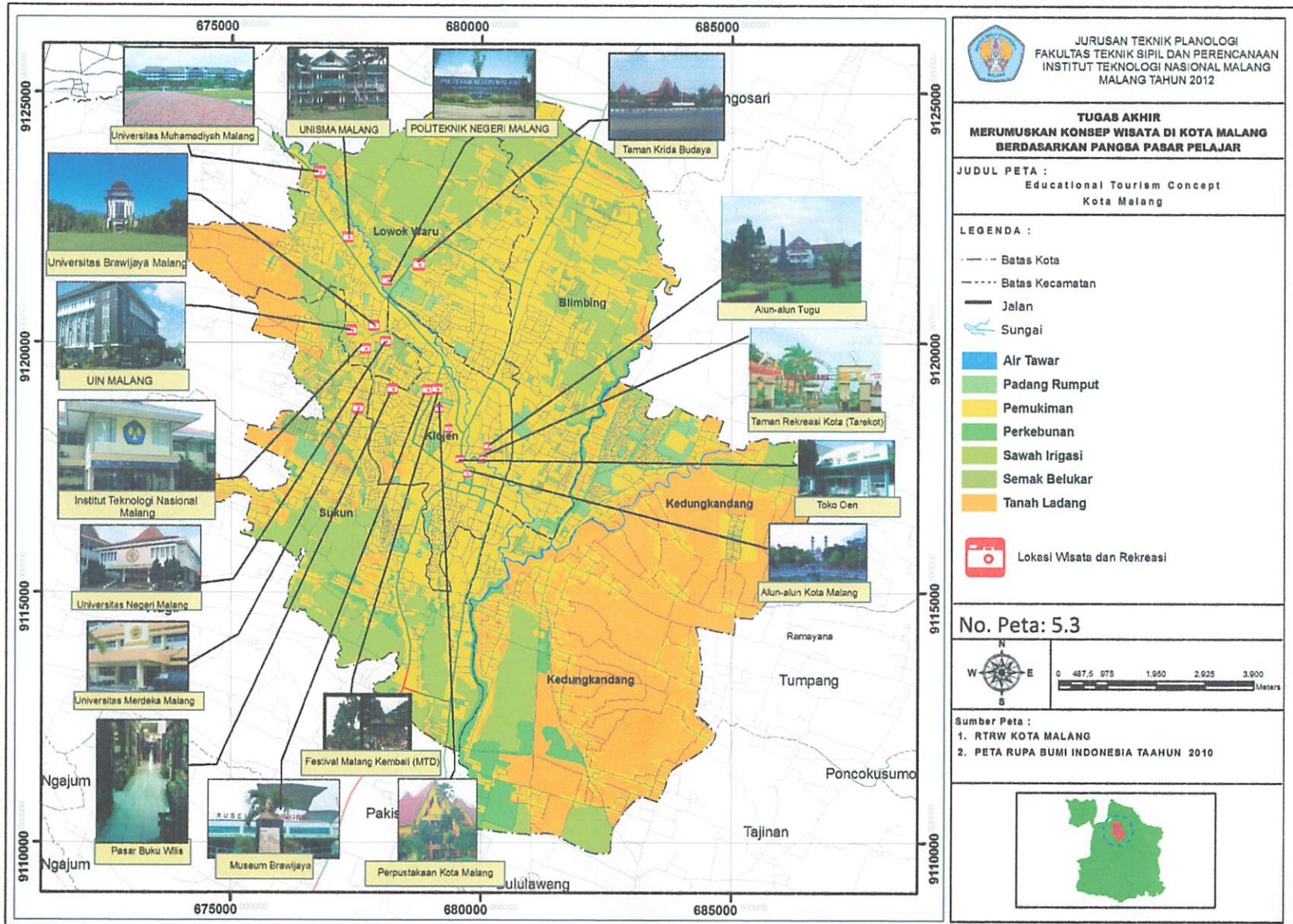
- LEGENDA :**
- Batas Kota
  - Batas Kecamatan
  - Jalan
  - Sungai
  - Air Tawar
  - Padang Rumput
  - Pemukiman
  - Perkebunan
  - Sawah Irigasi
  - Semak Belukar
  - Tanah Ladang
  - 📍 Lokasi Wisata dan Rekreasi

**No. Peta: 5.2**



**Sumber Peta :**  
 1. RTRW KOTA MALANG  
 2. PETA RUPA BUMI INDONESIA TAAHUN 2010





**TUGAS AKHIR**  
**MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**

JUDUL PETA :  
 Educational Tourism Concept  
 Kota Malang

LEGENDA :

- Batas Kota
- Batas Kecamatan
- Jalan
- Sungai
- Air Tawar
- Padang Rumput
- Pemukiman
- Perkebunan
- Sawah Irigasi
- Semak Belukar
- Tanah Ladang
- 📍 Lokasi Wisata dan Rekreasi

No. Peta: 5.3

Sumber Peta :  
 1. RTRW KOTA MALANG  
 2. PETA RUPA BUMI INDONESIA TAAHUN 2010



## LAPORAN TUGAS AKHIR

yang lokasinya telah disediakan pada masing-masing pintu masuk/*gateway* agar terjadi koordinasi antar pihak wisatawan/pelajar dengan pihak pengelola di daerah tujuan wisata (DTW). Dari pusat pengembangan pariwisata (PPP), kemudian wisatawan melakukan perjalanan menuju atraksi wisata melalui koridor wisata. Pada tahap ini wisatawan hanya mendapatkan presentasi mengenai lokasi-lokasi yang dilalui selama perjalanan menuju atraksi utama. Jika dilihat berdasarkan waktu (lama kunjungan), maka rute wisatawan pelajar dapat diasumsikan sebagai berikut:

### 1. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hanya akan melalui kota Malang menuju ke *destinasi* wisata yang berada di luar Kota Malang

Rute perjalanan yang akan dilalui wisatawan jenis ini adalah lokasi-lokasi utama wisata yang sekiranya akan memberikan kesan dan merangsang wisatawan untuk berkunjung ke kota Malang pada rencana perjalanan selanjutnya. Lokasi wisata yang dimaksud antara lain Alun-alun Tugu, Toko Oen, Taman Rekreasi Kota, Pasar Burung dan Bunga Splendid, Alun-alun kota Malang dan tempat-tempat perbelanjaan di sekitarnya, Perpustakaan Umum, Museum Brawijaya dan Jalan Ijen, MOG, MATOS, Sentra Industri Keramik, Indutri Rotan, Taman Krida dan Universitas Brawijaya. Pada tahap ini, wisatawan hanya akan mendapatkan presentasi selama melalui koridor wisata. Sehingga selain menambah wawasan dan pengetahuan pengunjung mengenai Kota Malang juga diharapkan dapat menimbulkan rasa penasaran bagi wisatawan pelajar sehingga ingin untuk melihat secara langsung produk wisata pada kunjungan berikutnya. Lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 5.21.

**Tabel 5.21**  
**Asal Pengunjung dan Rute Perjalanan**  
**Melalui Kota Malang**

No	Asal Pengunjung	Rute Yang Dilalui
1.	• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Arjosari dan akan menuju kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Landungsari	Rute yang akan dilalui adalah: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerajinan Rotan di Arjosari</li> <li>• Alun-alun Tugu</li> <li>• Taman Rekreasi Kota (Tarekot)</li> <li>• Pasar bunga dan Burung Splendid</li> <li>• Toko Oen</li> <li>• Alun-alun Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</li> </ul>

yang lokasinya telah dibedakan pada masing-masing pintu masuk/gowong agar terjadi koordinasi atau tidak sesantun/pelaku dengan pihak pengelola di daerah tujuan wisata (DWT). Dari pusat pengembangan pariwisata (PPP), kemudian wisatawan melakukan perjalanan menuju lokasi wisata melalui koridor wisata. Pada tahap ini wisatawan hanya mendapatkan informasi mengenai lokasi-lokasi yang dilalui selama perjalanan menuju lokasi wisata. Jika dilalui berdasarkan waktu (lama kunjungan), maka rute wisatawan belajar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hanya akan melalui Kota Malang menuju ke destinasi wisata yang berada di luar Kota Malang

Rute perjalanan yang akan dilalui wisatawan jenis ini adalah lokasi-lokasi utama wisata yang sekiranya akan memberikan kesan dan meninggalkan wisatawan untuk berkunjung ke Kota Malang pada rencana perjalanan selanjutnya. Lokasi wisata yang dimaksud antara lain Alun-alun Jagu, Toko Oca, Taman Rekreasi Kota, Papan Bunting dan Papan Splendid, Alun-alun Kota Malang dan tempat-tempat perbelanjaan di sekitarnya. Perputaran Gunung Merapi, Kawah dan Jalan Jem. MGO, MATOS, Semua Industri Keramik, Industri Rotan, Taman Krida dan Fasilitas Berwisata. Pada tahap ini, wisatawan hanya akan mendapatkan informasi mengenai koridor wisata. Sehingga selain menambah wawasan dan pengetahuan pengunjung mengenai Kota Malang juga diharapkan dapat menimbulkan rasa penasaran bagi wisatawan belajar sehingga ingin melihat secara langsung produk wisata pada kunjungan berikutnya. Lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 5.24.

Tabel 5.24  
Arahan Pengunjung dan Rute Perjalanan  
Melalui Kota Malang

No	Arahan Pengunjung	Kota Yang Dilalui
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Alun-alun Jagu akan menuju ke Taman Rekreasi Kota (Tarkot)</li> <li>* Papan Bunting dan Papan Splendid</li> <li>* Toko Oca</li> <li>* Alun-alun Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Alun-alun Jagu</li> <li>* Taman Rekreasi Kota (Tarkot)</li> <li>* Papan Bunting dan Papan Splendid</li> <li>* Toko Oca</li> <li>* Alun-alun Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</li> </ul>

## LAPORAN TUGAS AKHIR

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Arjosari dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Gadang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MOG</li> <li>• Jalan Ijen</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Umum</li> <li>• Universitas Brawijaya,</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerajinan Rotan di Arjosari</li> <li>• Alun-alun Tugu</li> <li>• Taman Rekreasi Kota (Tarekot)</li> <li>• Pasar bunga dan Burung Splendid</li> <li>• Alun-alun Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</li> </ul>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Landungsari dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Arjosari.</li> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Landungsari dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Gadang.</li> </ul>	<p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• Taman Krida</li> <li>• Kerajinan Rotan di Arjosari</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• MATOS</li> <li>• Jalan Ijen</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Umum</li> <li>• MOG</li> <li>• Alun-alun Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</li> </ul>
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Gadang dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Arjosari.</li> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Gadang dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanan) melalui Landungsari.</li> </ul>	<p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alun-alun Kota Malang</li> <li>• Pasar burung dan bunga Splendid</li> <li>• Taman Rekreasi Kota</li> <li>• Alun-alun Tugu</li> <li>• Kerajinan Rotan di Arjosari</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alun-alun Kota Malang</li> <li>• MOG</li> <li>• Jalan Ijen</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Umum</li> <li>• MATOS</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> </ul>

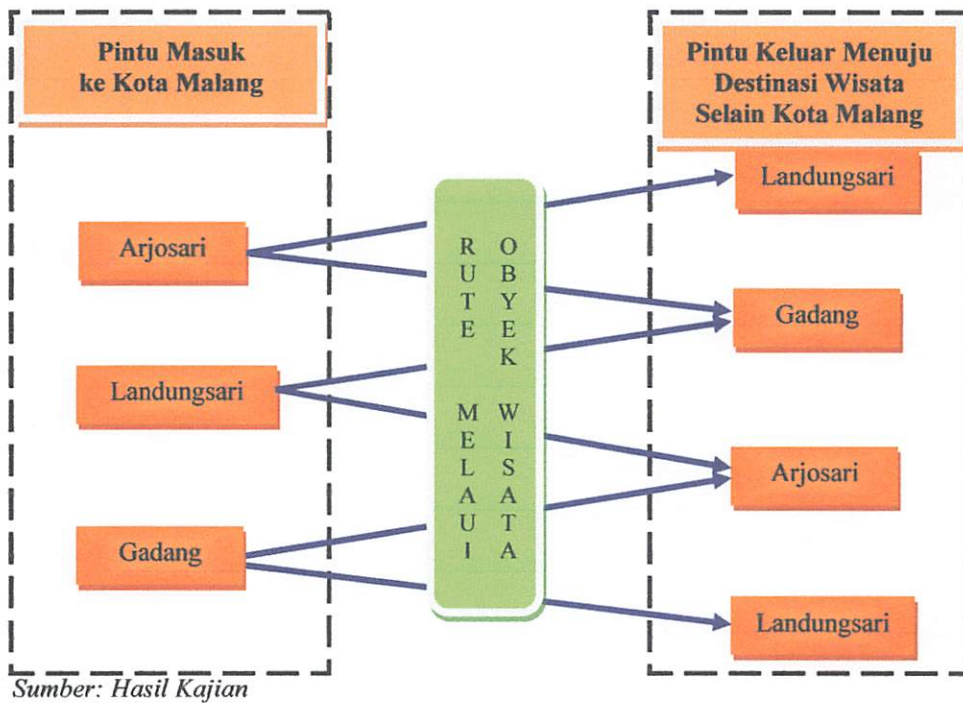
Sumber: Hasil Kajian

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Utama</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Jalan Jem</li> <li>• MOC</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Utama</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Jalan Jem</li> <li>• MOC</li> </ul> <p>Alur dan Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Ajasant dan akan menuju ke kota lain sebagai tujuan perjalanannya melalui Gadang.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• Taman Krida</li> <li>• Kaulina Kotan di Ajasant</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• MATOS</li> <li>• Jalan Jem</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Utama</li> <li>• MOC</li> </ul> <p>Alur dan Kota Malang dan pusat perbelanjaan di sekitarnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Ladangari dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanannya) melalui Ajasant.</li> </ul> <p>Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Ladangari dan akan menuju ke kota lain (sebagai tujuan perjalanannya) melalui Gadang.</p>	2.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• MATOS</li> <li>• Jalan Jem</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Utama</li> <li>• MOC</li> </ul> <p>Rute yang akan dilalui diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Rekreasi Tlogomas</li> <li>• Sentra Industri Keramik</li> <li>• Universitas Brawijaya</li> <li>• MATOS</li> <li>• Jalan Jem</li> <li>• Museum Brawijaya</li> <li>• Perpustakaan Utama</li> <li>• MOC</li> </ul> <p>Alur dan Kota Malang</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Ajasant dan akan menuju ke kota lain sebagai tujuan perjalanannya melalui Ajasant.</li> </ul> <p>Pengunjung yang masuk ke Kota Malang melalui Gadang dan akan menuju ke kota lain sebagai tujuan perjalanannya melalui Ladangari.</p>	3.

Sumber: Hasil Kajian

Berdasarkan tabel di atas maka rute perjalanan wisatawan pelajar yang melalui Kota Malang dapat di rumuskan sebagai berikut:

**Bagan 5.2.**  
**Alur Perjalanan Wisatawan**  
**Melalui Kota Malang**



**2. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hendak mengunjungi destinasi wisata yang ada di Kota Malang akan tetapi dibatasi oleh waktu kunjungan**

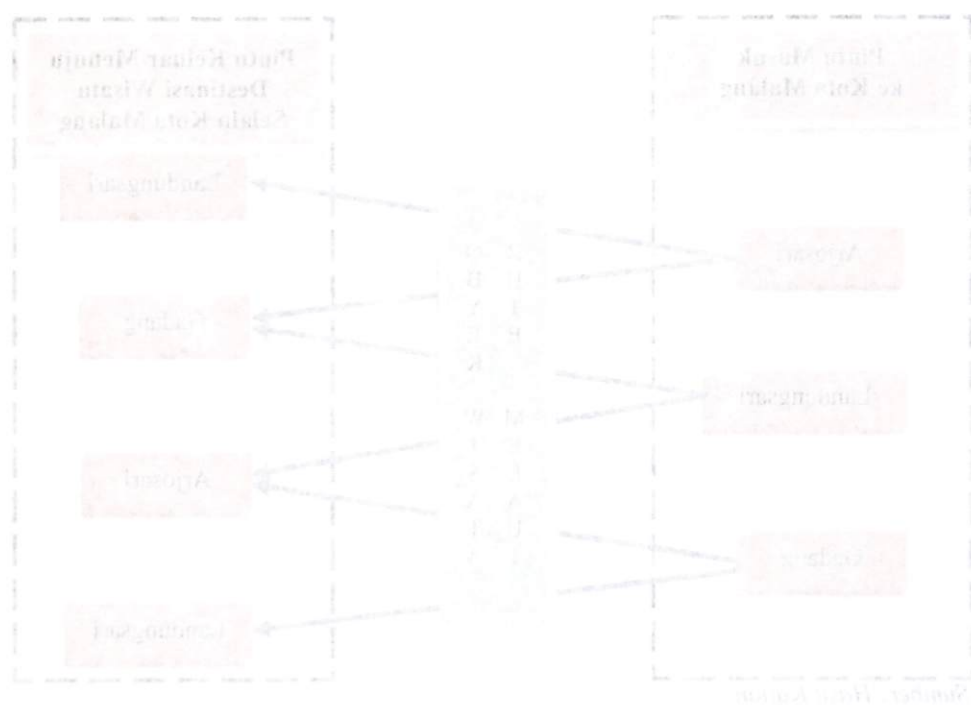
Wisatawan pelajar jenis ini adalah wisatawan yang datang ke Kota Malang dengan tujuan untuk berwisata dan berekreasi pada satu atau lebih destinasi, namun waktu/lama kunjungan dibatasi secara langsung oleh pihak sekolah. Lama kunjungan berkisar antara 1-5 jam atau lebih tapi tanpa menginap di destinasi wisata (dalam hal ini kota Malang).

Biasanya wisatawan jenis ini hanya berkunjung ke Kota Malang dengan waktu yang relatif singkat karena ada tujuan wisata di luar Kota Malang yang hendak dikunjungi sebagai tujuan akhir perjalanan wisata. Atau sebaliknya, wisatawan pelajar sebelum ke Kota Malang terlebih dahulu telah berkunjung ke tempat wisata di luar Kota Malang dan sebelum kembali ke kota asal, wisatawan memanfaatkan waktu yang tersisa untuk berkunjung ke salah satu



Berdasarkan tabel di atas maka rute perjalanan wisatawan wisatawan belajar yang melalui Kota Malang dapat di tunjukkan sebagai berikut:

Bagan 3.2.  
Akar Perjalanan Wisatawan  
Melalui Kota Malang



2. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hendak mengunjungi destinasi wisata yang ada di Kota Malang akan tetapi dibatasi oleh waktu kunjungan

Wisatawan belajar jenis ini adalah wisatawan yang datang ke Kota Malang dengan tujuan untuk belajar dan berkreasi pada saat yang sama. Namun waktu kunjungan dibatasi secara langsung oleh pihak sekolah. Lama kunjungan belajar antara 1-2 jam atau lebih tapi tetap menggap di destinasi wisata (dalam hal ini Kota Malang).

Biasanya wisatawan jenis ini hanya berkunjung ke Kota Malang dengan waktu yang relatif singkat karena ada tujuan wisata di luar Kota Malang yang hendak dikunjungi sebagai tujuan akhir perjalanan wisata. Atau sebaliknya, wisatawan belajar sebelum ke Kota Malang terlebih dahulu telah berkunjung ke tempat wisata di luar Kota Malang dan sebelum kembali ke kota asal, wisatawan memanfaatkan waktu yang tersisa untuk berkunjung ke salah satu

destinasi wisata yang ada di Kota Malang. Dengan demikian, tentu wisatawan tidak dapat mengunjungi tempat-tempat wisata dan rekreasi lainnya yang ada di kota Malang.

Oleh karena itu, perlu adanya rute perjalanan bagi wisatawan pelajar, sehingga dengan keterbatasan waktu yang ada pengunjung juga dapat menikmati berbagai atraksi yang beragam di Kota Malang, sekalipun atraksi yang disuguhkan tidak berinteraksi secara langsung dengan wisatawan yang bersangkutan. Namun diharapkan dengan adanya rute perjalanan melalui koridor wisata, maka dapat memberikan gambaran secara umum mengenai tempat-tempat rekreasi yang ada di Kota Malang dan menjadikannya sebagai pengetahuan bagi kalangan wisatawan pelajar.

**Bagan 5.3**  
**Alur Perjalanan Wisatawan pelajar**  
**Menuju Destinasi Wisata di Kota Malang**



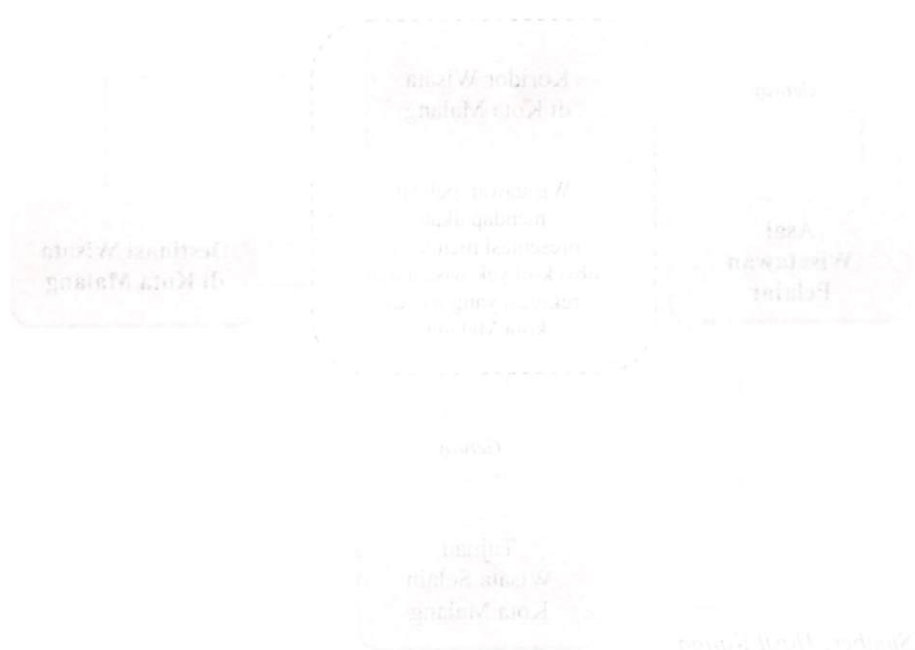
**3. Rute perjalanan bagi wisatawan yang akan tinggal untuk sementara waktu di Kota Malang dan menikmati beberapa atraksi wisata.**

Rute perjalanan yang dimaksudkan adalah rute bagi wisatawan pelajar yang hendak melakukan perjalanan dan tinggal sementara waktu di Kota Malang dalam kurun waktu lebih dari satu hari. Cenderung perjalanan ini

destinasi wisata yang ada di Kota Malang. Dengan demikian, tentu wisatawan tidak dapat mengunjungi tempat-tempat wisata dan rekreasi lainnya yang ada di Kota Malang.

Oleh karena itu, perlu adanya rute perjalanan bagi wisatawan belajar sehingga dengan ketidaksiapan waktu yang ada perjalanan juga dapat menikmati berbagai objek yang ada di Kota Malang, sebaliknya atraksi yang disajikan tidak berinteraksi secara langsung dengan wisatawan yang bersangkutan. Namun diharapkan dengan adanya rute perjalanan melalui kendor wisata maka dapat memberikan gambaran secara umum mengenai tempat-tempat rekreasi yang ada di Kota Malang dan menjadikannya sebagai pengetahuan bagi kalangan wisatawan belajar.

Bagan 5.3  
Aim Perjalanan Wisata dan belajar  
Menuju Destinasi Wisata di Kota Malang



2. Rute perjalanan bagi wisatawan yang akan tinggal untuk sementara waktu di Kota Malang dan menikmati beberapa atraksi wisata.

Rute perjalanan yang dimaksudkan adalah rute bagi wisatawan belajar yang hendak melakukan perjalanan dan tinggal sementara waktu di Kota Malang dalam suatu waktu lebih dari satu hari. Cenderung perjalanan ini

## LAPORAN TUGAS AKHIR

terdiri dari satu atau lebih kegiatan yang menuntut pelajar untuk tinggal lebih lama di kota Malang. Oleh karena itu, wisatawan pelajar perlu diarahkan sehingga kunjungan yang dilakukan tidak hanya memberikan pengetahuan secara formal akan tetapi kegiatan non formal juga diperlukan sehingga dapat membentuk moral dan mental pelajar berdasarkan minat dan bakat dari pelajar itu sendiri.

Seperti telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya tentang arahan konsep rekreasi yang terdiri dari 2, yaitu *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Educational Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan). Maka dengan memanfaatkan waktu yang ada wisatawan pelajar dapat mengunjungi berbagai obyek wisata yang ada di Kota Malang dengan mengacu pada salah satu konsep di atas.

Kegiatan-kegiatan wisata pelajar yang dapat dilakukan berdasarkan *Entrepreneur Tourism Concept* dan *Educational Tourism Concept* antara lain:

### a. *Entrepreneur Tourism Concept*

Berdasarkan konsep ini, tempat yang dapat dikunjungi serta jenis kegiatan yang dilakukan, disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.22**  
**Kategori, Jenis Kegiatan dan Manfaat**  
***Entrepreneur Tourism Concept***

No	Kategori	Jenis Obyek yang Dikunjungi	Jenis Kegiatan	Manfaat Yang Diperoleh
1.	Menejemen Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industri keripik tempe</li> <li>• Industri kerajinan rotan</li> <li>• Industri keramik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melihat secara langsung proses produksi, baik dari bahan baku hingga pengemasan produk sampai kepada pemasarannya. Pada tahapan ini disesuaikan berdasarkan minat atau bidang yang hendak di pelajari oleh wisatawan pelajar.</li> <li>▪ Para wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang bagaimana proses pembuatan produk.</li> <li>▪ Wisatawan (pelajar) diberikan kesempatan untuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dapat membangun minat wisatawan pelajar untuk memahami bagaimana menjadi pengusaha.</li> <li>▪ Senang bekerja sama dan mebuca diri terhadap peluang usaha yang ada disekitar.</li> <li>▪ Pelajar dapat menentukan pilihan sejak dini, kearah mana seharusnya mengembangkan potensi diri yang dimilikinya.</li> </ul>

terdiri dari satu atau lebih kegiatan yang merupakan bagian untuk tinggal lebih lama di Kota Malang. Oleh karena itu, wawasan belajar perlu dimajukan sehingga kunjungan yang dilakukan tidak hanya memberikan pengetahuan secara formal akan tetapi kegiatan non formal juga diperlukan sehingga dapat membentuk moral dan mental belajar berdasarkan minat dan bakat dari belajar itu sendiri.

Sebelum lebih dijelaskan pada sub-bab sebelumnya tentang istilah konsep tekstual yang terdapat di 2. yaitu *Empower Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Behavioral Tourism Concept* (Konsep Wisata Perilaku), maka dengan memanfaatkan waktu yang ada wawasan belajar dapat menguji berbagai aspek wisata yang ada di Kota Malang dengan mengacu pada salah satu konsep di atas.

Kegiatan-kegiatan wisata belajar yang dapat dilakukan berdasarkan *Empower Tourism Concept* dan *Behavioral Tourism Concept* antara lain:

#### a. *Empower Tourism Concept*

Berdasarkan konsep ini tempat yang dapat dikunjungi serta jenis kegiatan yang dilakukan, disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 3.12  
Kategori Jenis Kegiatan dan Minat  
*Empower Tourism Concept*

No	Kategori	Jenis Objek yang Ditinjau	Jenis Kegiatan	Minat yang Digoreng
1.	Musium Lisani	* Industri keramik * Industri kerajinan * Industri tekstil	* Melihat secara langsung proses produksi baik dari bahan baku hingga penggunaan teknik serpih seperti perhiasan, benda-benda kerajinan lainnya, benda-benda kerajinan ini dihasilkan berdasarkan minat atau bakat yang banyak dibutuhkan oleh wisatawan. * Para wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang pembuatan produk kerajinan (pelajar) dan kerajinan untuk	* Dapat membangun minat wisatawan belajar untuk memahami bagaimana menjadi pengusaha. * Sering bekerja sama dan bekerja diri terhadap kegiatan usaha yang ada dibutuhkan. * Belajar dapat meningkatkan minat dan kemampuan diri yang ditunjukkan.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

			<p>mencoba membuat aneka produk dari awal hingga packing produk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selain belajar tentang bagaimana proses produksinya, para wisatawan (pelajar) juga diberikan pemahaman bagaimana memenejmen suatu usaha.</li> </ul>	
2.	Prospek Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mall Olympic Garden</li> <li>• Festival Malang Kembali/Malang Tempoe Doeloe (MTD)</li> <li>• Malang Town Square</li> <li>• Matahari Departement Store</li> <li>• Pasar Burung dan Pasar Kembang Splendid</li> <li>• Pasar Tugu</li> <li>• Pasar Buku Wilis</li> <li>• Kuliner Pulosari</li> <li>• Pasar Besar Kota Malang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wisatawan (pelajar) diajarkan bagaimana membaca peluang usaha yang sesuai dengan bakat dan minat siswa berdasarkan apa yang mereka lihat dan pelajari selama melakukan perjalanan wisata dan rekreasi di tempat-tempat yang dikunjungi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mampu meBaca peluang usaha yang sesuai dengan minat dan bakat masing-masing.</li> <li>▪ Senang mempelajari hal-hal baru dan berani menghadapi segala resiko yang mungkin saja terjadi dalam setiap usaha.</li> </ul>

Sumber: Hasil kajian

b. *Educational Tourism Concept*

Pada jenis wisata ini, wisatawan pelajar tidak hanya semata-mata datang untuk berwisata dan rekreasi tetapi justru menambah pengetahuan atau bahkan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh di sekolah pada keadaan yang sesungguhnya. Adapun jenis kegiatan dan manfaat yang diharapkan dari konsep wisata ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.23**  
**Kategori, Jenis Kegiatan dan Manfaat**  
***Educational Tourism Concept***

No	Kategori	Jenis Obyek yang Dikunjungi	Jenis Kegiatan	Manfaat Yang Diperoleh
1.	<i>Research Tourism</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universitas/Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta di Kota Malang (seperti UNIBRAW, UM, UMM, UIN, ITN dan lain-lain)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Para wisatawan (pelajar) dapat belajar tentang keilmuan secara khusus dengan pendampingan dari perwakilan dari kampus/ jurusan. Pada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diharapkan pelajar dapat berinovasi dalam menciptakan hal-hal baru yang bermanfaat bagi dunia pendidikan khususnya dan, masyarakat pada umum-</li> </ul>



## LAPORAN TUGAS AKHIR

			<p>kategori ini, para wisatawan diberikan kesempatan untuk melakukan uji laboratorium dengan pengawasan pihak yang berwenang.</p>	<p>nya.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mampu menerapkan teori-teori yang diperoleh di sekolah</li> <li>▪ Peningkatan penghayatan terhadap ilmu pengetahuan serta cakrawala berpikir yang lebih luas.</li> </ul>
2.	<i>History Tourism</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festival Malang Kembali/Malang Tempoe Doeloe (MTD)</li> <li>• Ijen Boulevard</li> <li>• Alun-alun Tugu</li> <li>• Alun-alun Kota Malang</li>   <li>• Museum Brawijaya</li>   <li>• Taman Krida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wisatawan pelajar dapat melihat dan memperoleh pengetahuan tentang sejarah Kota Malang</li> <li>▪ Wisatawan memperoleh penjelasan mengenai keberadaan jalan Ijen, Alun-alun Tugu dan Alun-alun Kota Malang serta bangunan-bangunan yang merupakan tempat ber-sejarah dalam perkembangan Kota Malang itu sendiri.</li> <li>▪ Melihat, mendengarkan atau membaca uraian yang berhubungan dengan benda-benda bersejarah yang ada di Museum Brawijaya.</li> <li>▪ Melihat peragaan kesenian budaya Jawa Timur khususnya Kota Malang. Wisatawan juga diperbolehkan mempelajari bentuk kesenian yang ditampilkan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan rasa cinta dan pengenalan terhadap kekayaan alam, seni budaya dan peninggalan sejarah bangsa, serta diharapkan meningkatnya kesadaran pelajar untuk turut melestarikannya.</li> <li>▪ Penghayatan terhadap jiwa, nilai-nilai dan semangat perjuangan bangsa.</li> <li>▪ Penghormatan, kebanggaan dan penghargaan perjuangan pendahulu serta diharapkan tumbuh kesadaran dikalangan pelajar untuk ikut berpartisipasi dalam membangun bangsa dan masyarakat.</li> </ul>

Sumber: Hasil Kajian



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
MALANG



## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini, peneliti akan menjabarkannya kesimpulan dari hasil penelitian serta rekomendasi yang dibutuhkan dalam mendukung pengembangan kegiatan wisata pelajar di Kota Malang.

### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan tahapan analisa serta rumusan konsep wisata pelajar sebagai upaya pencapaian tujuan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa, Kota Malang sebagai kota tujuan wisata pelajar masih membutuhkan upaya-upaya dalam peningkatan kemajuan pariwisata kedepan. Upaya-upaya yang dimaksud dapat terlihat dalam upaya pengembangan secara makro maupun mikro terhadap produk wisata tersebut sehingga menghasilkan sebuah perubahan kearah yang lebih baik dalam hal peningkatan kualitas baik dari sisi eksternal maupun internal sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang. Sinergi yang dicapai antar aktor dan sektor maupun antar wilayah merupakan upaya untuk memperkuat potensi wisata di Kota Malang.

Dalam mendukung kegiatan wisata pelajar yang berkunjung ke Kota Malang perlu ada suatu konsep kegiatan yang memanfaatkan waktu liburan pelajar bukan hanya sebagai sarana wisata dan rekreasi semata namun menjadi suatu wadah pembelajaran bagi siswa/i sekolah. Wisata pelajar selain memiliki tujuan-tujuan positif juga menimbulkan keuntungan bagi para pelajar dan bagi daerah yang dikunjungi, khususnya Kota Malang.

- Keuntungan yang diperoleh pelajar, antara lain:
  - ☛ Menambah pengetahuan dan wawasan;
  - ☛ Menghilangkan beban pikiran dan kepenatan siswa/i;
  - ☛ Memberi suasana baru (suasana menyenangkan di kelas setelah berwisata);
  - ☛ Mempererat hubungan antara sesama pelajar serta guru dan pelajar;
  - ☛ Menambah gairah belajar mengajar;

## BAB VI PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan membicarakan kesimpulan dari hasil penelitian serta rekomendasi yang dibutuhkan dalam mendukung pengembangan kegiatan wisata belajar di Kota Malang.

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang analisis serta rumusan konsep wisata belajar sebagai upaya pencapaian tujuan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa Kota Malang sebagai kota tujuan wisata belajar masih membutuhkan upaya-upaya dalam peningkatan kualitas pariwisata kedepan. Upaya-upaya yang dimaksud dapat terwujud dalam upaya pengembangan secara makro maupun mikro terhadap produk wisata tersebut sehingga menghasilkan sebuah perubahan kearah yang lebih baik dalam hal peningkatan kualitas baik dari sisi estetika maupun internal sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan belajar yang berkunjung ke Kota Malang. Sinergi yang dapat antar aktor dan sektor maupun antar wilayah merupakan upaya untuk memperkuat potensi wisata di Kota Malang.

Dalam mendukung kegiatan wisata belajar yang berkunjung ke Kota Malang perlu ada suatu konsep kegiatan yang memanfaatkan waktu liburan pelajar bukan hanya sebagai sarana wisata dan rekreasi semata namun menjadi suatu wadah pembelajaran bagi siswa sekolah. Wisata belajar selain memiliki tujuan-tujuan positif juga menimbulkan keuntungan bagi para pelajar dan bagi daerah yang dikunjungi. Khususnya Kota Malang.

- Keuntungan yang diperoleh pelajar antara lain:
  - Menambah pengetahuan dan wawasan;
  - Menghilangkan beban pikiran dan kepenatan siswa;
  - Memberi suasana baru (suasana menyenangkan di kelas sekolah berwisata);
  - Mempererat hubungan antara sesama pelajar serta guru dan pelajar;
  - Menambah gairah belajar mengajar;

---



---

**LAPORAN TUGAS AKHIR**


---

- ☛ Memberi pengalaman untuk berwisata secara terencana.
- Keuntungan yang diperoleh obyek wisata yang dikunjungi, berupa:
  - ☛ Promosi secara tidak langsung oleh pelajar-pelajar (dari mulut ke mulut);
  - ☛ Income, pendapatan dari retribusi masuk obyek wisata;
  - ☛ Mulai belajar berbenah diri melalui laporan kerja atau karya tulis yang disusun oleh wisatawan pelajar yang mengunjungi obyek wisata tersebut;
  - ☛ Mempunyai hubungan tetap dengan sekolah yang bersangkutan, sehubungan dengan kunjungan rutin yang diadakan setiap tahun;
  - ☛ Arus kunjungan wisatawan meningkat, karena promosi tidak langsung yang dilakukan oleh wisatawan pelajar tersebut.

Merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar merupakan salah satu konsep pengembangan wisata yang tidak saja mengutamakan kepentingan Kota Malang sebagai destinasi wisata akan tetapi juga mengutamakan kepentingan siswa/i sebagai pelaku wisata.

Dari hasil analisa pada bab sebelumnya terhadap potensi wisata serta kebutuhan produk wisata berdasarkan pangsa pasar pelajar maka disimpulkan arahan pengembangan tempat/jenis wisata dan arahan rute wisata pelajar di Kota Malang sebagai berikut:

#### 6.1.1. Kesimpulan Arahan Pengembangan Tempat/Jenis Wisata di Kota Malang

Arahan pengembangan tempat/jenis wisata khusus untuk pangsa pasar pelajar sangat dibutuhkan, karena kegiatan wisata untuk pangsa pasar pelajar harus mempertimbangkan sisi edukatif yang dapat membentuk karakter para pelajar. Untuk itu wisata pelajar dibagi berdasarkan dua konsep yaitu *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Educational Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan).

##### a. *Entrepreneur Tourism Concept* (Konsep Wisata Kewirausahaan)

Konsep wisata kewirausahaan pada dasarnya dilaksanakan guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada para siswa/i. Siswa yang hanya mengenal bekerja dan identik dengan pegawai, buruh atau karyawan, kelak lebih suka menganggur daripada harus berwiraswasta. Maka

- Memberi pengalaman untuk berwisata secara terencana
- Keuntungan yang diperoleh objek wisata yang dikunjungi, seperti:
  - Promosi secara tidak langsung oleh pelajar-pelajar (dari mulut ke mulut);
  - Income, pendapatan dan kontribusi masuk objek wisata;
  - Menjalani belajar ber-tanah dan melalui laporan kerja atau karya tulis yang dihasilkan oleh wisatawan pelajar yang mengunjungi objek wisata tersebut;
  - Mempunyai hubungan tetap dengan sekolah yang bersangkutan, berhubungan dengan kegiatan lain yang diadakan setiap tahun.
- Ada kunjungan wisatawan meningkat, karena promosi tidak langsung yang dilakukan oleh wisatawan pelajar tersebut.

Menentukan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pasar pelajar merupakan salah satu konsep pengembangan wisata yang tidak saja mengutamakan kepentingan Kota Malang sebagai destinasi wisata akan tetapi juga mengutamakan kepentingan siswa sebagai pelaku wisata.

Dari hasil analisis pada bab sebelumnya terdapat potensi wisata serta kebutuhan produk wisata berdasarkan pasar pelajar maka disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata wisata dan usaha rute wisata pelajar di Kota Malang sebagai berikut.

6.1.1. Kesimpulan Alasan Pengembangan Pariwisata Wisata di Kota Malang

Alasan pengembangan pariwisata wisata khusus untuk passage pasar pelajar sangat dibutuhkan, karena kegiatan wisata untuk passage pasar pelajar harus memperhatikan sisi edukasi yang dapat membentuk karakter para pelajar. Untuk itu wisata pelajar dibagi berdasarkan dua konsep yaitu *Adventure Tourism* (konsep Wisata Kewirausahaan) dan *Educational Tourism* (konsep Wisata Pendidikan).

a. *Adventure Tourism* (konsep Wisata Kewirausahaan)  
 Konsep wisata kewirausahaan pada dasarnya dilaksanakan guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada para siswa. Siswa yang hanya mengenal belajar dan identik dengan begawal, buruh atau karyawan, kelak lebih sulit menganggur daripada harus berwisata. Maka

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

mempersiapkan siswa/i agar kelak dapat berwiraswasta atau minimal menumbuhkan minat dan sikap positif terhadap wiraswasta adalah tujuan dari konsep ini.

Minat siswa terhadap kewiraswastaan perlu diketahui oleh guru maupun siswa irusendiri mengingat minat ini dapat mengarahkan siswa untuk melakukan pilihan dalam menentukan tujuan wisata mana yang akan dikunjungi. Oleh karena itu, Kota Malang sebagai kota tujuan wisata pelajar diharapkan mampu menampilkan produk wisata yang dapat mendukung keberlangsungan konsep ini.

### b. *Educational Tourism Concept* (Konsep Wisata Pendidikan)

Pada usia pelajar, seseorang masih peka terhadap terpengaruh lingkungannya dan didalam pertumbuhan masih membutuhkan bimbingan baik dilingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat. sehingga konsep wisata pendidikan ini merupakan salah satu alat bantu yang tepat dalam pembinaan karakter dan mental siswa/i.

Kota Malang yang dikenal sebagai kota pelajar dan banyak terdapat tempat tujuan wisata pendidikan merupakan pilihan tepat bagi wisatawan pelajar yang datang dari berbagai daerah. Diharapkan siswa/i yang berkunjung ke Kota Malang dapat memperoleh berbagai informasi dan pengetahuan dari obyek wisata yang dikunjungi.

### 6.1.2. Kesimpulan Arah Rute Perjalanan Wisata Pelajar di Kota Malang

Dengan adanya alternatif rute perjalanan wisata pelajar yang berkunjung ke Kota Malang, diharapkan akan menawarkan pengalaman perjalanan yang menarik, efisien dari berbagai alternative pencapaian dengan memperhatikan waktu, kenyamanan dan pengalaman perjalanan wisatawan pelajar, dan selanjutnya dapat memberikan arah bagi pengembangan potensi pariwisata di Kota Malang.

Berdasarkan hasil analisa pada bab sebelumnya diperoleh 3 (tiga) alternatif rute perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan pelajar yang melalui atau berkunjung ke Kota Malang.

mempersiapkan siswa agar kelak dapat berwirausaha atau minimal memantapkan minat dan sikap positif terhadap wirausaha adalah tujuan dari konsep ini.

Minat siswa terhadap kewirausahaan perlu diketahui oleh guru maupun siswa tersendiri mengingat minat ini dapat mempengaruhi siswa untuk melakukan pilihan dalam menentukan jurusan mana yang akan ditempuh. Oleh karena itu Kota Malang sebagai kota rujukan wisata belajar diharapkan mampu menampilkan produk wisata yang dapat mendukung keberlangsungan konsep ini.

#### b. *Conceptual Tourism Concept (Konsep Wisata Pendidikan)*

Pada usia belajar seseorang masih perlu terhadap terpenuhinya tugasnya dan dibantu pertumbuhan masih membutuhkan bimbingan baik ditinjau dari segi akademik maupun masalah kesehatan. Sehingga konsep wisata pendidikan ini merupakan salah satu alat bantu yang tepat dalam pembinaan karakter dan minat siswa.

Kota Malang yang dikenal sebagai kota belajar dan banyak terdapat terapan rujukan wisata pendidikan merupakan pilihan tepat bagi wisatawan belajar yang datang dari berbagai daerah. Ditinjau dari siswa yang berkunjung ke Kota Malang dapat memperoleh berbagai informasi dan pengetahuan dari objek wisata yang dikunjungi.

#### c.1.1. *Kesimpulan/Analisis Rincin Perjalanan Wisata Belajar di Kota Malang*

Dengan adanya alternatif rute perjalanan wisata belajar yang berkunjung ke Kota Malang, diharapkan akan memberikan pengalaman perjalanan yang menarik, efisien dan berbagai alternatif pencapaian dengan memperhatikan waktu, kenyamanan dan pengalaman perjalanan wisatawan belajar dan selanjutnya dapat memberikan arah bagi pengembangan potensi pariwisata di Kota Malang.

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dipoleks 3 (tiga) alternatif rute perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan oleh belajar yang melalui atau berkunjung ke Kota Malang.

## LAPORAN TUGAS AKHIR

---

- a. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hanya akan melalui kota Malang menuju ke destinasi wisata yang berada di luar Kota Malang.
- b. Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hendak mengunjungi destinasi wisata yang ada di Kota Malang akan tetapi dibatasi oleh waktu kunjungan.
- c. Rute perjalanan bagi wisatawan yang akan tinggal untuk sementara waktu di Kota Malang dan menikmati beberapa atraksi wisata.

### 6.2. Rekomendasi

Berdasarkan dari berbagai hal yang telah dilakukan dalam penelitian ini, yaitu dari tahap awal berupa observasi, kuisisioner, wawancara serta tahap analisa dan sampai pada tahap akhir yaitu menghasilkan rumusan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar maka dapat diajukan beberapa masukan yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan terkait dengan konsep wisata pelajar di Kota Malang, yang tertuang dalam rekomendasi. Dengan adanya rekomendasi ini diharapkan dapat digunakan dan dimanfaatkan bersama oleh pihak yang terkait seperti perencana pariwisata, wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang, pihak pengelola produk wisata, dan pembaca Tugas Akhir ( TA ) ini serta adik-adik jurusan Teknik Planologi sehingga senantiasa memberi nilai manfaat bagi pembangunan kepariwisataan selanjutnya.

Dalam rekomendasi terdiri atas saran yang dimaksudkan untuk memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan aktivitas wisatawan pelajar, pengelola destinasi wisata serta proses tindak lanjut dari rumusan konsep rekreasi di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar yang telah dilakukan sehingga adanya keberlanjutan dari studi sebelumnya. Hasil studi ini adalah arahan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan minat dan bakat wisatawan pelajar yang disesuaikan dengan konsep wisata kewirausahaan dan konsep wisata pendidikan dengan fungsi masing-masing serta arahan rute wisata bagi wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang.



- Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hanya akan melalui Kota Malang menuju ke destinasi wisata yang berada di luar Kota Malang.
- Rute perjalanan wisata dan rekreasi bagi wisatawan yang hendak mengunjungi destinasi wisata yang ada di Kota Malang akan tetapi dibatasi oleh waktu kunjungan.
- Rute perjalanan bagi wisatawan yang akan tinggal untuk sementara waktu di Kota Malang dan menikmati beberapa atraksi wisata.

### 3.3. Rekomendasi

Berdasarkan data berbagai hal yang telah dilakukan dalam penelitian ini, yaitu dari tahap awal berupa observasi, kuisioner, wawancara serta tahap analisis dan sampai pada tahap akhir yaitu mengklasifikasi rumusan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pengantar-penerjemah maka dapat dijabarkan beberapa masalah yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan terkait dengan konsep wisata belajar di Kota Malang yang terdapat dalam rekomendasi. Dengan adanya rekomendasi ini diharapkan dapat digunakan dan dimanfaatkan bersama oleh pihak-pihak yang terkait seperti perguruan tinggi, wisatawan, wisatawan belajar yang berkunjung ke Kota Malang, pihak pengelola produk wisata, dan pembaca Tugas Akhir (TA) ini serta adik-adik jurusan Teknik Pemodelan Semesta sebagai sumber nilai manfaat bagi pembangunan kepariwisataan selanjutnya.

Dalam rekomendasi terdiri atas saran yang dimaksudkan untuk memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan aktivitas wisatawan belajar, pengelola destinasi wisata serta proses tindak lanjut dari rumusan konsep rekreasi di Kota Malang berdasarkan pengantar-penerjemah yang telah dilakukan sehingga adanya keberlanjutan dari studi sebelumnya. Hasil studi ini adalah analisis konsep wisata di Kota Malang berdasarkan minat dan bakat wisatawan belajar yang disesuaikan dengan konsep wisata kepariwisataan dan konsep wisata pendidikan dengan fungsi masing-masing serta arahan rute wisata bagi wisatawan belajar yang berkunjung ke Kota Malang.

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

6.2.1. Rekomendasi berupa Saran sebagai upaya untuk tindakan lanjutan terhadap wisatawan pelajar yang berkunjung ke Kota Malang sebagai tujuan merumuskan konsep wisata pelajar di Kota Malang menurut studi yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a. Upaya peningkatan kualitas produk wisata di Kota Malang serta menampilkan beragam kegiatan yang ditawarkan kepada wisatawan pelajar, terutama kegiatan-kegiatan yang berdampak positif terhadap peningkatan keterampilan, disiplin dan rasa tanggung jawab.
- b. Dalam menyusun program wisata pelajar yang berkunjung ke Kota Malang, harus memperhatikan korelasi antara kegiatan wisata dan tujuan dari masing-masing konsep wisata (*Entrepreneur Tourism* dan *Education Tourism*). Jika tujuan kegiatan lebih mengarah kepada rekreasi maka akan kekurangan nilai tambah yaitu berupa perluasan mutu dan pengetahuan dikalangan pelajar sebaliknya jika program yang diberikan terlalu menitik beratkan kepada salah satu atau kedua konsep sekaligus secara formal, maka kegiatan wisata tersebut akan kurang menarik bagi wisatawan pelajar.

6.2.2. Rekomendasi selanjutnya dalam study ini diharapkan dapat memacu untuk kegiatan Studi Lanjutan yang berkaitan dengan tema Merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar yaitu sebagai berikut:

- a. Studi lanjutan mengenai suatu panduan informasi pariwisata yang sesuai dengan keinginan wisatawan pelajar berdasarkan kondisi yang mereka miliki. Dalam melakukan suatu kunjungan wisata ke suatu objek wisata maka akan muncul suatu permasalahan yang dihadapi para wisatawan pelajar. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi mereka yaitu masalah keterbatasan dalam hal waktu yang dimiliki serta bekal uang yang dibawa. Bagi wisatawan pelajar yang memiliki waktu lebih longgar tentunya mempunyai kesempatan yang lebih

6.2.1. Rekomendasi berupa saran sebagai upaya untuk tindakan lanjutan terhadap wawasan belajar yang berujung ke Kota Malang sebagai tujuan memajukan konsep wisata belajar di Kota Malang menurut studi yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

a. Upaya peningkatan kualitas produk wisata di Kota Malang serta menampilkan beragam kegiatan yang ditawarkan kepada wisatawan belajar terutama kegiatan-kegiatan yang berdampak positif terhadap peningkatan keterampilan, disiplin dan rasa tanggung jawab.

b. Dalam menyusun program wisata belajar yang berujung ke Kota Malang, harus memperhatikan koneksi antara kegiatan wisata dan tujuan dari masing-masing konsep wisata (Ekwatyowati, Yowawa dan Ekwatyowati Yowawa, jika tujuan kegiatan lebih mengarah kepada rekreasi maka akan kekurangan nilai tambah yaitu berupa pertanahan, mode dan pengetahuan dibelakang belajar sebaliknya jika program yang diberikan terlalu menitik beratkan kepada salah satu atau kedua konsep sekaligus secara formal maka kegiatan wisata tersebut akan kurang menarik bagi wisatawan belajar.

6.2.2. Rekomendasi selanjutnya dalam study ini diharapkan dapat menjadi untuk kegiatan studi lanjutan yang berkaitan dengan tema bertemakan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pausa antar belajar yaitu sebagai berikut:

a. Studi lanjutan mengenai suatu perubahan informasi pariwisata yang sesuai dengan keinginan wisatawan belajar berdasarkan kondisi yang mereka miliki. Dalam melakukan suatu kunjungan wisata ke suatu objek wisata maka akan muncul suatu permasalahan yang dihadapi para wisatawan belajar. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi mereka yaitu masalah ketepatan dalam hal waktu yang dimiliki serta biaya yang dibayar. Bagi wisatawan belajar yang memiliki waktu lebih longgar tentunya mempunyai kesempatan yang lebih

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

banyak dibandingkan wisatawan lain untuk dapat menikmati objek wisata yang ada.

Selain itu masalah keterbatasan biaya juga akan mempengaruhi jumlah objek wisata yang akan dikunjungi. Bagi wisatawan pelajar yang membawa bekal uang cukup atau berlebih, objek wisata yang dikunjungi tentu lebih banyak dan beragam.

- b. Studi lanjutan yang berhubungan dengan arahan yang spesifik dalam menata pusat Kota Malang sebagai lokasi objek wisata pelajar, termasuk pada infrastruktur pejalan kaki yang mendukung pergerakan dan hubungan antar lokasi spot wisata pelajar tersebut. Hal ini perlu dilakukan karena belum jelasnya sistem penghubung (*linkage system*), yang salah satunya disebabkan oleh sistem jalur pedestrian yang masih kurang mendukung hubungan pergerakan (*linkage of movement*) antar tiap spot wisata pelajar di kawasan pusat kota Malang. Meski dengan jarak capai antar *spot* yang rata-rata kurang dari 400 meter (memungkinkan pencapaian dengan berjalan kaki), namun dengan lokasi spot yang tersebar secara sporadis maka diperlukan bentuk penataan yang menunjang kejelasan dan kenyamanan pergerakan pejalan kaki antar spot-spot wisata pelajar tersebut.

banyak dibandingkan wawasan lain untuk dapat memahami objek  
 wisata yang ada.

Selain itu masalah keterbatasan biaya juga akan mempengaruhi  
 jumlah objek wisata yang akan dikunjungi. Bagi wisatawan pelajar  
 yang memiliki budget yang relatif kecil yang tentunya objek wisata yang  
 dikunjungi akan lebih banyak dan beragam.

3. Studi lapangan yang berhubungan dengan arahan yang spesifik dalam  
 memata pos di Kota Malang sebagai lokasi objek wisata pelajar  
 termasuk pada infrastruktur pejalan kaki / yang mendukung pergerakan  
 dan hubungan antar lokasi spot wisata pelajar tersebut. Hal ini perlu  
 dilakukan karena bentuk jaringan sistem perhubungan (linkage system)  
 yang salah satunya disebabkan oleh sistem jalur pedestrian yang  
 masih kurang mendukung kebutuhan pergerakan (linkage of  
 wayward) antar tiap spot wisata pelajar di kawasan pusat kota  
 Malang. Akses dengan jarak capai antar spot yang rata-rata kurang  
 dari 400 meter (meningkatkan persiapan dengan pejalan kaki),  
 namun dengan lokasi spot yang tersebar secara sporadis maka  
 diperlukan bentuk penataan yang menunjang kelancaran dan  
 kenyamanan pergerakan pejalan kaki antar spot wisata pelajar  
 tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku/ Jurnal

- Atonimous, 1995, dikutip dari Fandeli, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta.
- Chafid Fandeli, 1995, *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Liberty, Yogyakarta.
- Hadinoto K, 1996, *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Karyono, 1997, *Kepariwisata*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kusmayadi dan Sugiarto, 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mill Robert Christie, 2000, *Tourism The International Business*, PT.RajaGrafindo, Jakarta
- Martin dan Baskara, 2002, *Kamus Bahasa Indonesia Millenium*, Karina, Surabaya.
- Nuriata, 1999, *Perencanaan Perjalanan Wisata*, CV.Amaelia Bhakti Jaya, Jakarta.
- Pendit S Nyoman,2006,*Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*, PT.Pradnya Paramita, Jakarta.
- Sugiyono, 2006, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Soekadijo R.G, 1996, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suwantoro Gamal, 1997, *Dasar-Dasar Pariwisata*, ANDI, Yogyakarta.
- Tamin Ofyar, 1997, *Perencanaan Pemodelan Transportasi*, ITB, Bandung.
- Wardiyanta, 2006, *Metode Penelitian Pariwisata*, Andi, Yogyakarta.
- Wahab S, 2003, *Manajemen Kepariwisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta.
- Yoety, 2005, *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, PT Pradnya Pramita, Jakarta.

### Internet

Dikutip dari website: <http://www.artikata.com/arti-376039-merumuskan.html>

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Jurnal

Atkinson, 1997. dikutip dari Fandeli. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Alfabeta, Yogyakarta.

Chabib Fandeli, 1992. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Alfabeta, Yogyakarta.

Hadijono K., 1990. *Perencanaan Perusahaan*. Destina, Universitas Indonesia, Jakarta.

Karyono, 1997. *Kepatuhan*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Kusumadewi dan Sugilaro, 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepatuhan*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Milil Robert Christie, 2000. *Yogyakarta The International Business*. PT RajaGrafindo, Jakarta.

Martin dan Basilar, 2002. *Konsep Dasar dan Aplikasi Wawasan*. Kencana, Surabaya.

Narula, 1999. *Perencanaan Keuangan*. CV. Amalia Bhakti Jaya, Jakarta.

Pandit S. Nigaman, 2000. *Manajemen Keuangan*. PT Pradnya Paramita, Jakarta.

Sugiono, 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sockadji, R.G., 1998. *Anatomie Perbankan (Membaca Perbankan sebagai "Sistem" Bank)*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Suwardana Gama, 1997. *Dasar-Dasar Perbankan*. ANDI, Yogyakarta.

Tamin Olyan, 1997. *Perencanaan Permodalan Transportasi*. ITB, Bandung.

Wardiyanto, 2006. *Akademik Penelitian Perbankan*. Andi, Yogyakarta.

Wahab S., 2007. *Manajemen Keuangan*. PT Pradnya Paramita, Jakarta.

Yody, 2002. *Perencanaan Strategis Perbankan*. Destina, Universitas Pradnya Paramita, Jakarta.

Internet

Dikutip dari <http://www.wikipedia.com> - 3-603-0-an-rumahnya

- Dikutip dari website: <http://www.artikata.com/arti-362221-Berdasarkan..html>
- Dikutip dari website: <http://www.banjar-jabar.go.id/redesign/?pilih=lihat&id=313>
- Dikutip dari website: <http://www.docstoc.com/docs/23317075/BAB-II>
- Dikutip dari website: <http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=96513>
- Dikutip dari: <http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/03/24/hipotesis/>
- Dikutip dari website: <http://kumpulan.info/wisata/tempat-wisata/53-tempat-wisata/328-wisata-edukasi-pendidikan-godong-ijo.html>
- Dikutip dari website: <http://pdipmkotabandung.blogspot.com/2010/02/pengertian-pelajar.html>
- Dikutip dari: <http://www.piknikyu.com/vendor/travel/jakarta/20120310170434/piknikyu-eduwisata-%E2%80%93-karya-wisata-pendidikan-untuk-siswa-sekolah>
- Dikutip dari: <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/24680/4/Chapter%20I.pdf>
- Dikutip dari: <http://rafansdetik.blogdetik.com/index.php/2012/05/04/pengertian-obyek-wisata-dan-pengertian-atraksi-wisata/>
- Dikutip dari website: [http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Eni%20Puji%20Astuti,%20M.Sn./Lantai%20Sarjito%20Sain-tek%20Lemlit%20UNY\\_0.pdfkoridor](http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Eni%20Puji%20Astuti,%20M.Sn./Lantai%20Sarjito%20Sain-tek%20Lemlit%20UNY_0.pdfkoridor)
- Dikutip dari website: <http://ujp.ucoz.com/TP.2.Smt.Ganjil.pdf>
- Dikutip dari website: <http://wawan-junaidi.blogspot.com/2011/06/pengertian-konsep.html>
- Direktorat PLB, 2004, dikutip dari website: <http://www.ditplb.or.id/new/,2006>
- Pengertian Pariwisata*, dikutip dari website: <http://andy-saiful.blogspot.com/2009/01/pengertian-pariwisata.html>
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 1, 2007*, dikutip dari website [http://www.unsrat.ac.id/hukum/men/mendagri\\_1\\_2007.pdf](http://www.unsrat.ac.id/hukum/men/mendagri_1_2007.pdf).





# LAMPIRAN

## DESIGN SURVEY

### MERUMUSKAN KONSEP WISATA DI KOTA MALANG BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

No	Sasaran	Variabel Amatan	Kebutuhan Data	Sumber Data	Tahun Data	Metode
1	Mengidentifikasi penyebab tertariknya pelajar, untuk berkunjung ke tempat tujuan wisata yang ada di Kota Malang,	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pemanfaatan atraksi</li> <li>❖ Karakteristik pangsa pasar pelajar</li> <li>❖ Rute perjalanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi fasilitas Baik, Sedang, Buruk</li> <li>• Jenis atraksi                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sumber-sumber alam,</li> <li>○ Budaya,</li> <li>○ Hiburan,</li> <li>○ Kesehatan,</li> <li>○ Olahraga,</li> <li>○ Komersial,</li> <li>○ Industri, dan</li> <li>○ Pendidikan.</li> </ul> </li> <li>• Karakteristik pengunjung</li> <li>• Kebutuhan produk rekreasi</li> <li>• Asal &amp; tujuan perjalanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengunjung (pelajar) Observasi wawancara</li> <li>Pengelola, Observasi</li> <li>Observasi, Quisioner</li> <li>Observasi, Quisioner Wawancara</li> <li>Observasi Quisioner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> <li>2012</li> <li>2012</li> <li>2012</li> <li>2012</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisa hubungan antara asal pelajar/pengunjung dengan motivasi kunjungan, tempat yang disenangi dan usulan pengembangan jenis wisata di Kota Malang berdasarkan asal wisatawan pelajar</li> </ul>

		❖ Aspirasi masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan rute perjalanan pengunjung</li> <li>• Aspirasi pengembangan dan kebutuhan produk rekreasi</li> </ul>	<p>Observasi, Quisioner, Wawancara</p> <p>Quisioner, Wawancara</p>	<p>2012</p> <p>2012</p>	
2.	Identifikasi potensi produk wisata pelajar di Kota Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produk rekreasi</li> <li>❖ Estetika alam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah rekreasi <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budaya,</li> <li>○ Hiburan,</li> <li>○ Komersial</li> <li>○ Industri</li> <li>○ Pendidikan</li> </ul> </li> <li>• Jenis rekreasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budaya: Tempat bersejarah, museum dan teater.</li> <li>○ Hiburan: Taman hiburan</li> <li>○ Komersial Pusat perbelanjaan seperti mall, pasar dan lain-lain.</li> <li>○ Industri</li> <li>○ Pendidikan Studi perbandingan, pengenalan seni dan budaya.</li> </ul> </li> <li>• Estetika alam dan lingkungan</li> </ul>	<p>Kepustakaan, Internet Observasi</p> <p>Kepustakaan, Internet Observasi</p> <p>Kepustakaan, Internet Observasi</p>	<p>2008-2012</p> <p>2007-2012</p> <p>2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analisa Potensi Wisata Kota Malang</li> </ul>

3.	Mengidentifikasi preferensi/keinginan wisatawan pelajar,	❖ Motivasi kunjungan:	• Motivasi fisik	Wawancara, Quisioner	2012	▪ Analisa Kebutuhan Produk Wisata Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.	
			• Motivasi kebudayaan	Wawancara, Quisioner	2012		
			• Motivasi individu				
			• Motivasi prestasi dan status	Wawancara, Quisioner	2012		
			• Fasilitas utama dan pendukung	Observasi Quisioner	2012		
			• Bentuk bangunan wisata	Observasi Quisioner	2012		
			• Sosial ekonomi: o Umur, o Jenis kelamin, dan o pendidikan	Quisioner	2012		
	❖ Segmentasi pengunjung	• Geografis: Asal pengunjung • Perilaku pengunjung	Observasi, Quisioner	2012			
	❖ Gambaran wisatawan	• Asal pelajar • Jumlah • Kendaraan yang digunakan • Lama perjalanan • Kegiatan selama perjalanan • Kegiatan selama berada di tempat rekreasi • Alasan pemilihan lokasi kunjungan	Observasi, Quisioner, Wawancara	2012			

		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Rute Perjalanan</li> <li>❖ Waktu berkunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gateway/pintu masuk kota</li> <li>• Jarak &amp; waktu tempuh</li> <li>• Waktu kunjungan <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hari biasa,</li> <li>○ Liburan sekolah,</li> <li>○ Libur Nasional</li> </ul> </li> <li>• Lama kunjungan <ul style="list-style-type: none"> <li>○ &lt; 1 jam</li> <li>○ 1-2 jam</li> <li>○ &gt; 3 jam</li> </ul> </li> </ul>	<p>Observasi, Quisioner</p> <p>Observasi, wawancara</p> <p>Pengelola, Pengunjung (pelajar), &amp; Observasi, Quisioner</p>	<p>2012</p> <p>2012</p>	
4.	Konsep wisata di Kota Malang berdasarkan permintaan pangsa pasar pelajar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Aksesibilitas</li> <li>❖ Kebutuhan fasilitas utama &amp; pendukung rekreasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi atraksi</li> <li>• Moda transportasi</li> <li>• Kondisi jalan</li> <li>• Fasilitas-fasilitas utama &amp; pendukung</li> </ul>	<p>Observasi, Quisioner, &amp; Wawancara</p> <p>Observasi, Quisioner</p>	<p>2012</p> <p>2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisa Hubungan Fungsional produk Rekreasi</li> </ul>

Sumber: Hasil Kajian



## Tugas Akhir

MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

### QUISIONER PENGUNJUNG (PELAJAR)

Tujuan : Mencari data serta opini dari pengunjung/wisatawan pelajar, tentang keberadaan dan pengaruh tempat wisata di Kota Malang sehingga dapat dirumuskan Konsep Wisata di Kota Malang Berdasarkan Pangsa Pasar Pelajar.

Hari/Tanggal : Kamis, 22-06-2011  
Waktu : Pukul 14.10 WIB

#### I. Identitas Responden

1. Nama : Nur Hidayati
2. Usia : 18 tahun
3. Apakah anda bersekolah di Kota Malang ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
4. Jika tidak, anda berasal dari sekolah mana ?  
Nama Sekolah : SMA N 3 Madiun  
Desa/Kel : Manguharjo  
Kab/Kota : Madiun

#### II. Pertanyaan :

5. Apakah sebelumnya anda pernah berkunjung ke Kota Malang ?
  - a. Ya, pernah
  - b. Tidak pernah
6. Saat ini, transportasi apa yang anda gunakan untuk berkunjung ke Kota Malang ?
  - a. Mobil pribadi
  - b. Angkutan umum
  - c. Sepeda motor
  - d. Bus Pariwisata
7. Sudah berapa lama anda berada di kota Malang ?
  - a. 1-5 jam
  - b. 1 hari
  - c. 2 hari
  - d. Lainnya.....
8. Sebelum ke .....MADIS....., apa ada tempat lain yang anda dan teman-teman kunjungi ?
  - a. Ada
  - b. Tidak ada
9. Jika ada, dimanakah tempat tersebut ?

	Nama Tempat
<input checked="" type="checkbox"/> a. Kota Malang	( .....UMMER..... )
b. Kabupaten Malang	( ..... )
c. Kota Batu	( ..... )
d. Lainnya, .....	( ..... )
10. Apa tujuan anda dan teman-teman sekolah berkunjung ke tempat tersebut ?
  - a. Wisata dan rekreasi
  - b. Lomba mata pelajaran antar sekolah
  - c. Seminar
  - d. Lainnya, .....
11. Motivasi apa yang mendorong anda dan teman-teman sekolah memilih Kota Malang sebagai salah satu tempat tujuan wisata ?
  - a. Rekreasi
  - b. Penyaluran hobi
  - c. Mencari pengalaman baru
  - d. Kota Malang memiliki banyak tempat tujuan wisata dan rekreasi



## Tugas Akhir

### MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

12. Apa motivasi anda berkunjung ke ...MATOS... ?
- a. Berbelanja
  - b. Keramaiannya
  - c. Jalan-jalan/sekedar meliht-lihat
  - d. Lainnya.....
13. Waktu berkunjung anda ke .....MATOS..... ?
- a. Hari biasa ( senin-sabtu)
  - b. Hari libur ( minggu dan hari libur nasional)
  - c. Liburan sekolah
  - d. Lainnya, .....
14. Kegiatan apa saja yang anda lakukan selama berada di ....MATOS..... ?
- a. Bermain
  - b. Jalan-jalan/sekedar melihat-lihat
  - c. Berbelanja
  - d. Lainnya.....
15. Apakah anda merasakan manfaat dengan adanya .....MATOS..... ?
- a. Ada
  - b. Tidak ada
16. Jika ada, contohnya seperti apa?
- a. Tempat berbelanja yang nyaman
  - b. Sebagai wisata pendukung
  - c. Sebagai tempat rekreasi keluarga
17. Menurut anda, bagaimana tingkat keamanan/ kriminakitas di .....MATOS..... ?
- a. Aman
  - b. Cukup aman
  - c. Tidak aman
18. Usulan anda untuk ..... ?
- a. Peningkatan mutu
  - b. Menjaga kelestarian lingkungan setempat
  - c. lainnya.....
19. Selain .....MATOS....., apakah ada tempat lain yang ada senangi ?
- a. Musem Brawijaya
  - b. Mall Olypic Garden (MOG)
  - c. Alun-alun Kota Malang
  - d. Taman Krida Budaya
  - e. Lainnya, .....
20. Menurut anda jenis wisata apa yang cocok di Kota Malang, untuk dikembangkan dalam pembangunan kedepan?
- a. Wisata pendidikan
  - b. Wisata belanja
  - c. Wisata keluarga
  - d. Lainnya.....
21. Setelah dari .....MATOS....., apakah ada tempat lain yang akan di kunjungi?
- a. Ada
  - b. Tidak ada
22. Jika ada, dimana tempat tersebut ?
- |  | <u>Nama Tempat</u>         |
|--|----------------------------|
| a. Kota Malang                                   | ( ..... )                  |
| b. Kabupaten Malang                              | ( ..... )                  |
| <input checked="" type="checkbox"/> c. Kota Batu | ( ..... <u>BNS</u> ..... ) |
| d. Lainnya, .....                                | ( ..... )                  |

= TRIMAKASIH ATAS KERJASAMANYA =





**Tugas Akhir**  
**MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**  
Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

**FORM WAWANCARA**  
**GURU/PENDAMPING**

**Tujuan** : Sebagai penunjang kelancaran dalam merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar sehingga aspiratif bagi masyarakat dan dapat diterima dengan baik

**DATA RESPONDEN**

Nama Responden : Darmalaksana  
Umur Responden : 49 Th  
Jabatan Responden : Guru M.p.  
Asal Sekolah : SMAN I Kotorarjo - Majokerto  
Waktu Wawancara : Minggu, 22 - 01 - 12  
Tanggal Wawancara : 17.30 WIB  
Tempat Wawancara : Matos  
Surveyor : Frugky.

**Daftar pertanyaan wawancara :**

a. Apakah kegiatan wisata sekolah ini merupakan agenda sekolah (berapa kali dalam setahun) dan apa manfaat bagi siswa/i?

- Ya - Agenda tahunan  
- 1 - 2 kali  
- Persaudaraan, kemandirian dan pengetahuan.

b. Apakah Kota Malang sering menjadi tujuan perjalanan wisata dan rekreasi bagi siswa/i dari sekolah Bapak/Ibu?

- ya. dan menjadi favorit pelajar. dan sering dikunjungi oleh pelajar dari sekolah kami

c. Menurut Bapak/Ibu, potensi apa saja yang dimiliki oleh Kota Malang ?

cukup banyak :  
- kota pendidikan  
- kota wisata dan perdagangan



## Tugas Akhir

MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR  
Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

d. Tempat wisata dan rekreasi di Kota Malang yang di senangi siswa/i?

→ menurut saya :

- museum Boawijaya dan Matos /  
pusat - pusat perbelanjaan yang ada di kota  
malang.

e. Apakah keputusan memilih Matos/....., sebagai salah satu tempat tujuan perjalanan adalah keputusan bersama antara siswa/i dan guru ataukah hanya sepihak?

- Saya haaga sebagai pendamping, dan memilih  
ke matos dan kota malang adalah keinginan  
dari siswa/i itu sendiri

f. Menurut Bapak/Ibu, Kota Malang adalah tujuan utama, ataukah hanya sebagai pendukung perjalanan wisata ?

- Kota Malang Hanya tempat persinggahan Sementara  
Sedangkan tujuan utama wisata ada di  
kota Batu.



**Tugas Akhir**  
**MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**  
**Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang**  
**Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154**

**FORM WAWANCARA**  
**Wisatawan Pelajar**

**Tujuan** : Sebagai penunjang kelancaran dalam merumuskan konsep wisata di Kota Malang berdasarkan pangsa pasar pelajar sehingga aspiratif bagi masyarakat dan dapat diterima dengan baik

**Nama Responden** : Fitri  
**Umur Responden** : 17 Th  
**Alamat** : Bangunmulyo  
**Asal Sekolah** : SMAN I Patel - Tulungagung.  
**Waktu Wawancara** : 16-10 WIB  
**Tanggal Wawancara** : Kamis, 05-01-2012  
**Tempat Wawancara** : Matos  
**Surveyor** : Frengky.

**Daftar pertanyaan wawancara :**

a Apa memotivasi anda untuk berkunjung ke Kota Malang?

- Jalan2 di Matos dan ~~Kawana~~ ingin melihat  
kemajuan Kota Malang.

b Tempat wisata di Kota Malang yang anda senangi?

- Matos (baru pertama ke Malang)

c Apa pendapat anda terhadap keberadaan produk wisata yang ada di Kota Malang?

- Menurut saya. Cukup baik

d Menurut anda, jenis wisata apa yang seharusnya dikembangkan di Kota Malang?

- wisata keluarga  
- wisata pelajar.



## Tugas Akhir

MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR  
Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

---

---

e Di mana tempat yang anda kunjungi sebelum ke Matos/.....?

- Jatim Park 1

---

---

f Setelah dari Matos/....., apa ada tujuan wisata lainnya yang akan dikunjungi?

- Pulang. → T.A.

---

---



**Tugas Akhir**  
**MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**  
**Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang**  
**Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154**

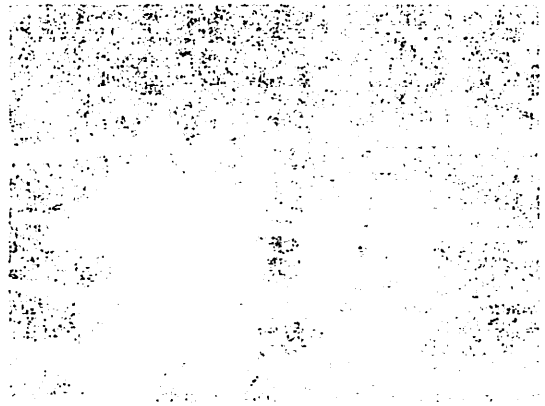
**FOTO SURVEY**



SECRET  
OFFICE OF THE DIRECTOR OF NATIONAL INTELLIGENCE  
UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE  
WASHINGTON, D. C. 20505  
REF ID: A66666



ANNEX 3





**Tugas Akhir**  
**MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG**  
**BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR**  
Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

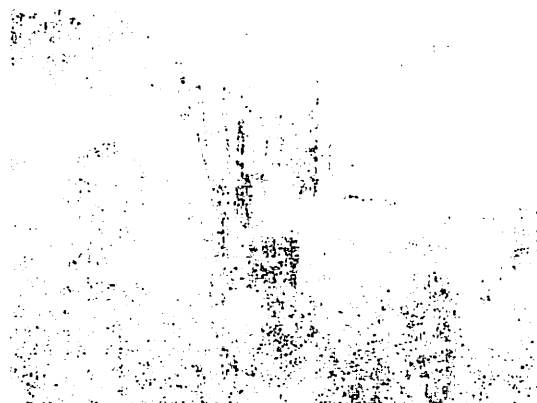
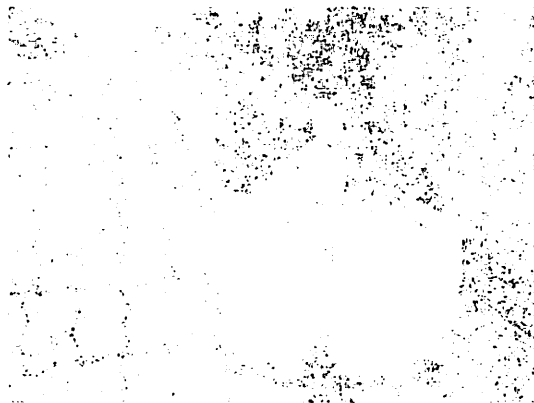
**FOTO SURVEY**



1972-73  
STATE OF KERALA  
DEPARTMENT OF AGRICULTURE  
Kerala Agricultural University  
P.O. Box 24, Vellanur, Thrissur  
Kerala - 686 014



TOPO SURVEY







## Tugas Akhir

MERUMUSKAN MODEL REKREASI DI KOTA MALANG  
BERDASARKAN PANGSA PASAR PELAJAR

Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Nasional Malang  
Jalan. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang Telp. (0341) 567154

### NILAI-NILAI CHI KUADRAT

dk	Tarf Signifikansi					
	50%	30%	20%	10%	5%	1%
1	0.455	1.074	1.642	2.706	3.481	6.635
2	0.139	2.408	3.219	3.605	5.591	9.210
3	2.366	3.665	4.642	6.251	7.815	11.341
4	3.357	4.878	5.989	7.779	9.488	13.277
5	4.351	6.064	7.289	9.236	11.070	15.086
6	5.348	7.231	8.558	10.645	12.592	16.812
7	6.346	8.383	9.803	12.017	14.017	18.475
8	7.344	9.524	11.030	13.362	15.507	20.090
9	8.343	10.656	12.242	14.684	16.919	21.666
10	9.342	11.781	13.442	15.987	18.307	23.209
11	10.341	12.899	14.631	17.275	19.675	24.725
12	11.340	14.011	15.812	18.549	21.026	26.217
13	12.340	15.19	16.985	19.812	22.368	27.688
14	13.332	16.222	18.151	21.064	23.685	29.141
15	14.339	17.322	19.311	22.307	24.996	30.578
16	15.338	18.418	20.465	23.542	26.296	32.000
17	16.337	19.511	21.615	24.785	27.587	33.409
18	17.338	20.601	22.760	26.028	28.869	34.805
19	18.338	21.689	23.900	27.271	30.144	36.191
20	19.337	22.775	25.038	28.514	31.410	37.566
21	20.337	23.858	26.171	29.615	32.671	38.932
22	21.337	24.939	27.301	30.813	33.924	40.289
23	22.337	26.018	28.429	32.007	35.172	41.638
24	23.337	27.096	29.553	33.194	35.415	42.980
25	24.337	28.172	30.675	34.382	37.652	44.314
26	25.336	29.246	31.795	35.563	38.885	45.642
27	26.336	30.319	32.912	36.741	40.113	46.963
28	27.336	31.391	34.027	37.916	41.337	48.278
29	28.336	32.461	35.139	39.087	42.557	49.588
30	29.336	33.530	36.250	40.256	43.775	50.892



**ТАБЛИЦА 1**

№	2022	2023	2024	2025	2026
1	0.122	1.074	1.642	2.709	3.481
2	0.132	2.408	3.210	3.602	2.291
3	2.300	2.602	4.042	0.221	2.812
4	3.222	4.878	2.080	2.220	0.122
5	4.221	0.004	2.280	0.220	11.020
6	2.242	2.221	2.222	10.042	12.202
7	0.240	2.222	0.202	12.012	14.012
8	2.244	0.221	11.020	12.202	12.202
9	2.242	10.220	12.242	14.024	10.010
10	0.242	11.221	12.242	12.022	12.302
11	10.241	12.200	14.021	12.222	10.022
12	11.240	14.011	12.212	12.240	21.020
13	12.240	12.10	10.022	10.212	22.202
14	12.222	10.222	12.221	21.024	22.222
15	14.222	12.221	14.221	22.202	24.222
16	12.222	12.222	20.402	21.242	22.200
17	10.222	10.221	21.022	24.222	22.100
18	12.222	20.001	22.200	20.022	22.200
19	12.222	21.020	22.000	22.221	20.144
20	10.222	22.222	22.222	22.224	21.410
21	20.222	22.222	20.121	20.022	22.021
22	21.222	22.020	22.201	20.222	22.024
23	22.222	20.018	22.220	22.002	22.122
24	22.222	22.020	22.222	22.224	22.222
25	22.222	22.122	20.022	22.222	22.222
26	22.222	22.222	21.202	22.222	22.222
27	22.222	20.220	22.222	22.221	20.112
28	22.222	21.221	22.022	22.222	21.222
29	22.222	22.221	22.120	22.022	22.222
30	22.222	22.220	22.220	22.220	22.222

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

*Terkadang, seseorang lebih memilih tuk tersenyum, hanya karena tak ingin menjelaskan mengapa dia bersedih.*

*Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena tragedi terbesar dalam hidup bukanlah kematian tapi hidup tanpa tujuan.*

*Akhirnya perjuangan panjang ini menemukan titik terangnya, ucapan syukur akan kebesaran Tuhan yang telah memberikan kesempatan pada diri saya untuk menjalani dan merasakan semua ini. Terima kasih Tuhan atas pembelajaran yang diberikan pada hambaMu dan ampunilah hambaMu ini yang "terkadang harus memilih jalan yang salah sebelum menemukan suatu kebenaran".*

*Terimakasih kepada papa dan mama, Thomas Lakapu dan Marlis Lakapu-Lobo atas cinta dan doa tulus yang tak pernah putus. Adik Ina dan Ria yang juga selalu memberikan dukungan dalam segala hal serta Findy dan Teamor Elfin Pratomo Lakapu. "I Love You All"*

*Saudaraku Dicky Tallo, Andi Lobo, Koro dan Ira, saya ucapkan trimakasih yang sedalam-dalamnya atas segala bantuan yang selama ini kalian berikan.*

*Dan tidak lupa saya sampaikan terima kasih untuk sahabat terbaik Tn. Abdulah Alfarabi beserta keluarga, Bowox, Pa'D, Tulus, Natar, Rini, Bang Lulu, Ano, Yanto, Arfan, Niden, Jen dan semua sahabat lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu atas diskusi bermakna, suntikan kekuatan dibanyak waktu, bimbingan serta canda yang membekas di hati.*

*Terimakasih yang tak terhingga kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Agustina Nurul H, MT dan Bapak Arief Setiyawan, ST, MT atas kesediaannya, yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, berdiskusi serta nasehat dan arahan yang diberikan pada saya dari awal hingga akhir penyusunan Tugas Akhir ini.*

*Ibu Ika Damayanti sebagai dosen wali, timakasih atas motivasi Ibu sepanjang masa kuliah saya di Jurusan Teknik Planologi dan juga kepada semua dosen, Ibu Ida, Ibu Mira, Ibu Nindya, Ibu Maria, Ibu Fanita, Pak Agung, Pak Tri, dan Pak Budi yang selama ini telah banyak memberikan masukan dan dorongan kepada saya.*

*Trimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua Jurusan Teknik Planologi Bapak Dr. Ir. Ibnu Sasongko, MT dan Sekretaris Jurusan Teknik Planologi Bapak Arief Setiyawan, ST, MT yang juga telah banyak membantu serta memberikan masukan kepada saya dalam menyelesaikan studi ini.*

*Tidak lupa trimakasih saya kepada Bapak Ir. Hutomo Mustadjab, yang telah banyak meluangkan waktu untuk berdiskusi tentang banyak hal, termasuk memotivasi saya dalam membangun mental dan kepribadian.*

*Dan yang terakhir ucapan trimakasih saya kepada Mba Pudji yang selalu dengan setia membantu saya dan teman-teman dalam mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan perkuliahan di Jurusan Teknik Planologi.*

*Berenang dan menyelamlah! Temukan mutiara-mutiara kehidupan! Dan warnai dunia dengan ide dan karyamu.*

**F R E N G K Y L A K A P U**

**26 Januari 2013**

Erklärung der Verantwortlichkeit der Verantwortlichen  
für die Einhaltung der Bestimmungen der  
Verordnung über die Erhaltung der  
Arbeitskraft

Ich, der Unterzeichnete, bestätige hiermit,  
dass die in der Anlage beigefügten  
Angaben wahr und richtig sind und  
dass die in der Anlage beigefügten  
Angaben die tatsächliche Lage der  
Sache widerspiegeln.

Erklärung der Verantwortlichkeit der Verantwortlichen  
für die Einhaltung der Bestimmungen der  
Verordnung über die Erhaltung der  
Arbeitskraft

Ich, der Unterzeichnete, bestätige hiermit,  
dass die in der Anlage beigefügten  
Angaben wahr und richtig sind und  
dass die in der Anlage beigefügten  
Angaben die tatsächliche Lage der  
Sache widerspiegeln.

Erklärung der Verantwortlichkeit der Verantwortlichen  
für die Einhaltung der Bestimmungen der  
Verordnung über die Erhaltung der  
Arbeitskraft

Erklärung der Verantwortlichkeit der Verantwortlichen  
für die Einhaltung der Bestimmungen der  
Verordnung über die Erhaltung der  
Arbeitskraft

FRANKFURT  
20. Januar 2013