

Daftar Isi

Gambaran Kemiskinan di Provinsi Jawa Timur Tahun 1990 s/d 2006	
Moch. Lutfie Misbach.....	1–7
Peran Civic Diplomacy dalam Mendukung Investasi Kapital dan Strategi Simbolik Indonesia	
June Cahyaningtyas	8–16
Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri	
Citra Hennida	17–23
Kendala Reformasi Dewan Keamanan PBB	
Wulan Purnamawati.....	24–29
Formula Kelembagaan Pemerintah Kota: Studi Evaluasi Implementasi PP No. 41 Tahun 2007	
Alisjahbana.....	30–35
Jawa di Mata Prancis: Analisis terhadap Roman <i>Voyage Autour du Monde Java, Siam & Canton</i> Karya Comte Ludovic de Beauvoir	
Wening Udasmoro	36–41
Variasi Biologis Populasi Manusia di Pulau Jawa: Analisis Kranimetris	
Fitriya Niken Ariningsih	42–48
Peran Faktor Sosial-Ekonomi dan Gizi pada Tumbuh Kembang Anak	
Myrtati D. Artaria.....	49–58
Analisis <i>Framing</i> Berita Poligami di Media Massa	
Moch. Syahri.....	59–66
Hubungan antara Jenis Media yang Digunakan dalam PEMILU 2004 dengan Perilaku Memilih	
Sri Zul Chairiyah.....	67–75
Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu	
Sri Endah Nurhidayati	76–85
Diskursus Gender di Pondok Pesantren: Pandangan Santri Laki-Laki dan Perempuan Mengenai Hak dan Kewajiban Suami dan Istri dalam Kitab Kuning	
Khaerul Umam Noer	86–94

Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu

Sri Endah Nurhidayati¹

D3 Pariwisata, FISIP, Universitas Airlangga

ABSTRACT

Tourism is an attractive industry in developing and developed countries and it is developed for the following reasons. First, spending spare time with recreation activities by traveling has become part of a human basic need; it creates a wide-open market. Second, tourism is a relatively less-polluted industry. Third, it opens employment opportunities led to society's increasing income earnings. Fourth, tourism functions as a social-and-cultural hub as it allows people to be acquainted with social and cultural life in other places. As tourism is a complex activity which simultaneously involves recreation activity, traveling, leisure, and spare time, developing tourism requires a holistic analysis of demand and supply factors. This article describes tourism system in Kota Batu by highlighting its demand and supply factors and other elements inside those factors.

Key words: tourism system, supply and demand, industry, Batu, recreation.

Pariwisata Sebagai Sistem

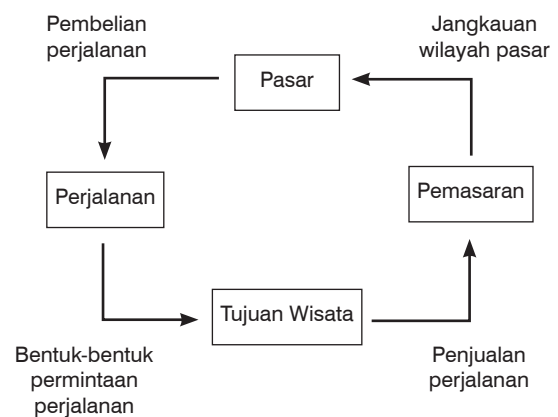
Menurut Mill dan Morison (1985:xix), pariwisata terkait erat dengan aktivitas perpindahan tempat yang merupakan sebuah sistem dimana bagian-bagian yang ada tidak berdiri sendiri melainkan saling terkait satu sama lain seperti jaring laba-laba (*spider's web*).

Sistem pariwisata menurut Jordan (dalam Leiper, 2004:48) adalah tatanan komponen dalam industri pariwisata dimana masing-masing komponen saling berhubungan dan membentuk sesuatu yang bersifat menyeluruh. Sedangkan Bertalanffy (dalam Leiper, 2004:48) mendefinisikan sistem sebagai satu kesatuan elemen yang saling terkait satu sama lain didalamnya dan dengan lingkungannya.

Hall (2000:44) menggambarkan secara umum sistem pariwisata mengandung 3 bagian penting yaitu (1) *a set of element (entities)*, (2) *the set of relationships between the elements*, (3) *the set relationship between those element and environment*. Bagian-bagian penting inilah yang akan menghasilkan suatu sistem yang saling terkait satu sama lain.

Ada beberapa model sistem pariwisata yang dikenal. Mill dan Morison (1985:2) mengembangkan sistem pariwisata model jaring laba-laba, di mana ada 4 subsistem yang terkandung di dalamnya yaitu pasar (*market*), perjalanan (*travel*), pemasaran (*marketing*) dan tujuan wisata (*destination*) di mana

masing-masing komponen saling terkait satu sama lain, seperti tergambar pada bagan 1.



Bagan 1.

Sistem Pariwisata Menurut Mill dan Morison (1985:2)

Pasar oleh Mill dan Morison dianalogikan dengan konsumen yaitu bagian yang berkaitan erat dengan kegiatan perjalanan karena konsumen/pasar adalah subyek atau pelaku perjalanan, dimana pasar sangat berperan dalam melakukan pembelian perjalanan. Keputusan untuk melakukan perjalanan/menjadi wisatawan atau tidak berkaitan erat dengan sistem segmentasi pasar yang merupakan sebuah sistem tersendiri.

Sub sistem pasar terdiri dari komponen-komponen yang memiliki keterkaitan satu sama lain, yaitu perilaku konsumen berupa kebutuhan,

¹ Korespondensi: S.E Nurhidayati, Program Studi D3 Pariwisata, FISIP, Unair. Jl. Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Telp.: 0818515399 E-mail: ininexe@yahoo.com

keinginan dan motif yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal.

Perjalanan adalah aktivitas yang akan dilakukan konsumen. Seorang individu memutuskan melakukan perjalanan karena 3 hal: (1) jika ia menganggap perjalanan yang dilakukan sebelumnya dapat memuaskan keinginannya; (2) menganggap perjalanan yang akan datang dapat memuaskan keinginannya; (3) ada faktor di luar dirinya/eksternal yang mempengaruhi apakah teman, keluarga, media, dan sebagainya. Kombinasi ketiga faktor itu yang akan menentukan perilaku individu dalam membeli produk perjalanan. (Mill and Morrison, 1985:9).

Perjalanan berkaitan erat dengan pasar (konsumen). Ketika seseorang memutuskan akan melakukan perjalanan ia pasti sudah menentukan tempat tujuan, kapan dan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu Mill dan Morison menyebut perjalanan adalah segmen sistem pariwisata yang penting dan bertujuan mendistribusikan serta menganalisis pilihan-pilihan wisatawan. Dengan demikian bisa diketahui kecenderungan dari variasi segmentasi perjalanan. Dengan kata lain untuk mengetahui bentuk-bentuk permintaan perjalanan. Data arus wisatawan domestik maupun internasional merupakan langkah awal untuk mengetahui pergerakan wisatawan dalam melakukan perjalanan saat ini dan melakukan prediksi pergerakan wisatawan yang akan datang. Dari data tersebut bisa diketahui *trend* dari perjalanan dan prospeknya dimasa datang. Bentuk perjalanan merupakan kombinasi dari siapa yang melakukan perjalanan, dimana, kapan dan bagaimana perjalanan dilakukan.

Perjalanan juga terkait erat dengan cara menuju (*mode accessibility*) apakah melalui jalan darat dengan kereta api, mobil, lewat udara (pesawat terbang) atau lewat laut (kapal, kapal pesiar), cara merencanakan perjalanan (*mode desain travel*), cara mengoperasikan perjalanan (*mode operation travel*) dan cara memasarkan perjalanan (*mode marketing travel*).

Obyek wisata atau tujuan wisata merupakan subsistem pariwisata berikutnya. Tujuan wisata terdiri dari atraksi wisata dan pelayanan di mana masing-masing bagian saling mempengaruhi untuk mewujudkan kepuasan wisatawan. Karena kepuasan konsumen akan mempengaruhi sistem penjualan perjalanan serta terkait erat dengan aspek pemasaran. Selanjutnya upaya untuk memasarkan obyek wisata dikemas dalam strategi pemasaran dengan mempertimbangkan pasar.

Subsistem tujuan wisata memiliki tiga komponen. Pertama, kondisi fisik destinasi yang terkait dengan

iklim, keragaman atraksi baik yang alami maupun buatan. Kedua, destinasi *mix* yaitu berupa komponen tipologi atraksi (*scope*, kepemilikan, permanensi, serta kekuatan yang nampak), fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan *hospitality*. Ketiga, desain dan pembangunan destinasi wisata (Mill and Morrison, 1985:xviii).

Spillane (1994: 63) menambahkan bahwa tujuan wisata juga harus memiliki lima unsur penting yaitu (1) *attraction* yaitu hal-hal yang menarik perhatian wisatawan, (2) *facilities* yaitu fasilitas-fasilitas yang diperlukan, (3) *infrastructure*, (4) *transportation* atau jasa transportasi, dan (6) *hospitality* atau keramahan/kesediaan untuk menerima tamu.

Mengingat kompleksnya permasalahan pariwisata perlu dirumuskan perencanaan pembangunan yang memiliki kerangka kerja berdasarkan sistem mengingat masing-masing subsistem tidak berdiri sendiri melainkan saling mempengaruhi satu sama lain.

Berkaitan dengan itu, The Le Pelley and Law (dalam Hall, 2000: 51) membagi sistem pariwisata menjadi (1) *a series of input (tourist expectation, entrepreneurial activity, employ skills, investor capital, local authority planning, residents' expectation and attitudes)*; (2) *component of what was described the 'Canterbury Destination System' which included a series of primary (cathedral and historic city centre) and secondary element (hotels, catering, retailing, attractions, information service, parking and infrastucture), a long with external influences (transport development, competition tasted, legislation and currency exchangerats)* dan (3) *outcomes in terms of impact (economic, community, environtment and ecology) and stakeholder outcomes*.

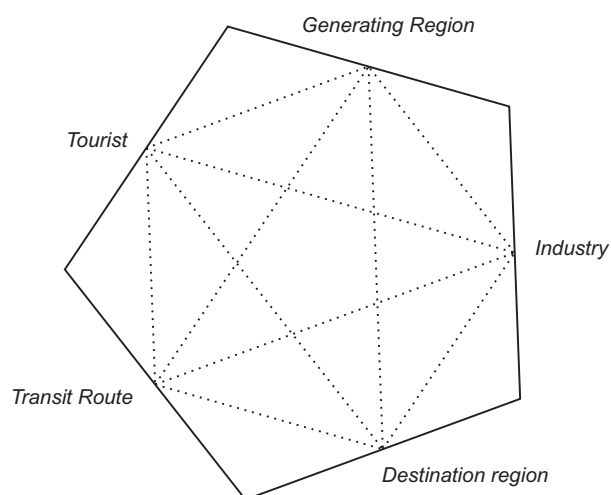
Dari pandangan tersebut terlihat jelas bahwa sistem pariwisata memiliki sub-sistem-subsistem di dalamnya, dimana masing-masing-masing sub-sistem memiliki komponen-komponen yang saling terkait di dalam maupun di luar, dimana masing-masing komponen juga merupakan sistem tersendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Leiper bahwa sistem pariwisata secara menyeluruh bisa bersifat *open system* dimana masing-masing komponen berinteraksi dengan bagian di dalam dan di luar (lingkungan).

Untuk mempertajam analisis mengenai sistem pariwisata, Prosser (dalam Mason, 2004:12) membagi sistem pariwisata dalam 4 subsistem yaitu pasar pariwisata, informasi, promosi dan petunjuk, lingkungan tujuan wisata dan transportasi dan komunikasi. Menurut Prosser pasar pariwisata terkait

erat dengan karakteristik lokasi, pola-pola budaya, permintaan, kapasitas pengeluaran, dan musim.

Pasar wisata dalam melakukan aktifitas pariwisata memerlukan transportasi dan komunikasi, menuju tujuan wisata, menuju atraksi wisata serta dari dan ke atraksi wisata. Di tempat tujuan wisata akan berhubungan dengan sub sistem lingkungan tujuan wisata yang terdiri dari interaksi timbal balik atraksi dan pelayanan serta fasilitas wisata serta populasi dan budaya masyarakat yang didatangi (tuan rumah). Persepsi wisatawan terhadap lingkungan daerah tujuan wisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari subsistem informasi, promosi dan petunjuk. Sub-sistem ini berkaitan dengan pembentukan *image* dan persepsi wisatawan, promosi dan penjualan, tersedianya pramuwisata dan penunjuk jalan yang jelas, serta informasi dan publikasi.

Sejalan dengan model sistem pariwisata dari Prosser, Leiper mencoba menjelaskan sistem pariwisata secara menyeluruh (*whole tourism system*) dimulai dengan mendeskripsikan perjalanan seorang wisatawan. Dari hasil analisisnya ia mencatat 5 elemen sebagai subsistem dalam setiap sistem pariwisata yang menyeluruh, yaitu (1) wisatawan (*tourist*) yang merupakan elemen manusia yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata: (2) daerah asal wisatawan (*traveller-generating regions*), merupakan elemen geografi yaitu tempat dimana wisatawan mengawali dan mengakhiri perjalanannya; (3) jalur pengangkutan (*transit route*) merupakan elemen geografi tempat dimana perjalanan wisata utama berlangsung: (4) daerah tujuan wisata (*tourist destination region*) sebagai elemen geografi yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan dan (6)



Bagan 2.

Model Sistematis Pariwisata Menurut Leiper (2004:54)

industri pariwisata (*tourist industry*) sebagai elemen organisasi, yaitu kumpulan dari organisasi yang bergerak usaha pariwisata, bekerjasama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang, jasa dan fasilitas pariwisata.

Model sistem pariwisata Leiper digambarkan dalam bagan 2.

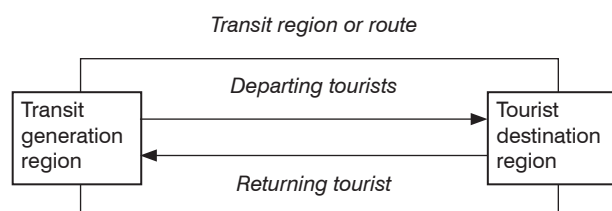
Dari model tersebut ada 3 elemen geografi penting dari sistem pariwisata menurut Leiper yaitu terdiri dari *generating region*, *transit region or route*, dan *destination region*. Keterkaitan masing-masing elemen bisa dilihat pada bagan berikut:

Bagan 4 menunjukkan bahwa wisatawan yang berada di daerah asal (tempat tinggal wisatawan) agar sampai ke daerah tujuan wisata memerlukan rute atau *transit region*. Kegiatan wisatawan dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata disebut kegiatan *departing* (berangkat), sebaliknya disebut *returning tourist* (kembali).

Soekadijo menyatakan jika model pariwisata merupakan mobilitas spasial yang terkait dengan aspek sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis dan sebagainya. Oleh karena itu pariwisata merupakan suatu gejala sosial yang sangat kompleks yang menyangkut manusia seutuhnya.

Bagian yang terkait erat dengan sistem pariwisata sebagai mobilitas spasial terdiri dari dua subsistem yaitu wisatawan dan daerah tujuan wisata. Informasi tentang daerah tujuan wisata disampaikan kepada wisatawan melalui pemasaran aktualisasi perjalanan. Untuk memutuskan apakah akan membeli perjalanan atau tidak wisatawan akan dipengaruhi oleh motif wisatanya dan seberapa menariknya obyek wisata. Semakin kuat motif dan kebutuhan wisata maka akan menjadi faktor pendorong (*push factor*) bagi wisatawan, sedangkan atraksi dan jasa wisata merupakan faktor penarik (*pull factor*). Hubungan faktor pendorong dan penarik merupakan komplementaritas atau saling melengkapi. Apabila memutuskan untuk melakukan perjalanan wisatawan akan melakukan mobilitas dengan memanfaatkan angkutan menuju ke obyek wisata.

Secara lebih spesifik Soekadijo memaparkan sistem pariwisata sebagai industri terdiri dari



Bagan 3.

Geographical Elements of Tourist System

subsistem *demand* (permintaan) dan *supply* (penawaran). Produsen adalah bagian dari sistem pariwisata yang berkaitan dengan *supply* (penawaran) untuk menghasilkan produk-produk guna memenuhi permintaan konsumen (wisatawan) dan *demand* (permintaan) yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Aspek penawaran wisata terkait erat dengan penyediaan atraksi wisata, angkutan serta jasa wisata lain. Aspek ini sangat ditentukan oleh permintaan terhadap produk wisata. Wisatawan datang karena digerakkan oleh motif perjalanan, sehingga permintaan wisatawan diantaranya adalah atraksi wisata yang komplementer dengan motif wisata, fasilitas lain yang berkaitan dengan kebutuhan selama melakukan perjalanan berupa jasa wisata seperti *guide*, fasilitas hotel, restoran, dsb. Kebutuhan yang lain adalah kondisi dan sarana transportasi untuk bergerak menuju obyek wisata. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan *supply* yang dihasilkan oleh produsen, serta merupakan kesatuan yang harus diperoleh wisatawan bersama-sama. Dengan demikian dikatakan bahwa produk wisata bersifat kompleks, produksi komponennya ditangani berbagai badan baik negeri maupun swasta, individu maupun kelompok.

Murphy (1985:10) menggambarkan sistem pariwisata sebagai keterkaitan faktor *demand* dan *supply*. Faktor demand terkait erat dengan pertama, motivasi (fisik, budaya, sosial dan fantasi); kedua, persepsi yang dipengaruhi pengalaman wisata sebelumnya, kesukaan dan masukan yang diterima, dan ketiga, berkaitan dengan harapan konsumen.

Sistem pariwisata menurut Hall (2000:51) terdiri dari 2 bagian besar yaitu *supply* dan *demand*, dimana masing-masing bagian merupakan subsistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Sub sistem *demand* (permintaan) berkaitan dengan budaya wisatawan sebagai individu. Latar belakang pola perilaku wisatawan dipengaruhi oleh motivasi baik fisik, sosial, budaya, spiritual, fantasi dan pelarian serta didukung oleh informasi, pengalaman sebelumnya, dan kesukaan yang akan membentuk harapan dan *image*. Motivasi, informasi, pengalaman sebelumnya, kesukaan, harapan dan *image* wisatawan merupakan komponen dari subsistem permintaan sebagai bagian dari sistem pariwisata.

Supply sebagai subsistem dari sistem pariwisata terdiri dari komponen seperti industri pariwisata yang berkembang, kebijakan pemerintah baik nasional, bagian, regional maupun lokal, aspek sosial budaya serta sumber daya alam, dimana masing-masing sub sistem dan sub-sub sistem sebenarnya juga merupakan sistem tersendiri yang berinteraksi

ke dalam dan ke luar. Baik *supply* maupun *demand* akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata.

Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu

Gambaran Umum Kota Batu

Secara geografis Kota Batu merupakan salah satu bagian dari wilayah Jawa Timur yang terletak pada posisi antara 7° 44' 55,11" s/d 8° 26' 35,45" Lintang Selatan 122° 17' 10,90" s/d 122° 57' 00,00" Bujur Timur.

Kota dengan Luas 202,800 Km² atau 20,280 Ha ini, memiliki batas wilayah **sebelah selatan** Kecamatan Dau dan Kecamatan Wagir Kabupaten Malang, **sebelah barat** Kecamatan Pujon Kabupaten Malang, **sebelah timur** Kecamatan Karangploso dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang serta **sebelah utara** Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Malang.

Wilayah kota Batu dengan luas 46,377 Km² terdiri dari 3 kecamatan dan 23 desa/ kelurahan. Kecamatan Batu terdiri dari Desa Ngaglik Oro-oro Ombo, Pesangrahan, Sidomulyo, Sisir, Songgokerto, Sumberrejo dan Temas. Kecamatan Bumiaji dengan wilayah yang paling luas, yaitu sekitar 130,189 Km² terdiri dari Desa Bulukerto, Bumiaji, Giripurno, Gunungsari, Pandanrejo, Punten, Sumbergondo dan Tulungrejo. Kecamatan Junrejo dengan luas 26,234 Km² terdiri dari Desa Beji, Dadaprejo, Junrejo, Mojorejo, Pendem, Tlekung dan Torongrejo.

Sampai dengan awal Maret 1993, wilayah yang berada di kaki Gunung Panderman itu adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Malang. Sejak 6 Maret 1993, Batu berubah menjadi kota administratif (kotif). Seiring pesatnya perekonomian Batu, berdasarkan UU No 11 Tahun 2001, pada 21 Juni 2001 Batu ditingkatkan statusnya menjadi Pemerintah Kota. Wali Kota yang pertama dan sampai kini masih memimpin Kota Batu adalah Drs. Imam Kabul, MSi. Meski sudah lima tahun Batu memisahkan diri dari Kabupaten Malang, masih banyak orang menyebut Batu sebagai bagian dari Malang. Padahal, Batu dan Malang sekarang sudah sejajar, sama-sama berbentuk pemerintah kota (www.agropolitan.com)

Jika dilihat dari keadaan topografi dan klimatologi Kota Batu memiliki dua karakteristik yang berbeda. Karakteristik pertama yaitu bagian sebelah utara dan barat yang merupakan daerah ketinggian yang bergelombang dan berbukit. Sedangkan karakteristik kedua, yaitu daerah timur dan selatan merupakan daerah yang relatif datar

meskipun berada pada ketinggian 800–3000m dpl. Kota Batu dikelilingi Gunung Panderman, Gunung Banyak, Gunung Welirang, dan Gunung Bokong, Kondisi klimatografi Kota Batu antara lain memiliki suhu minimum 24–18°C dan suhu maksimum 32–28°C dengan kelembaban udara sekitar 75–98% dan curah hujan rata-rata 875–3000 mm per tahun. Karena keadaan tersebut, Kota Batu sangat cocok untuk pengembangan berbagai komoditi tanaman sub tropis pada tanaman holtikultura dan ternak

Dari aspek geologi dan hidrologi struktur tanah di Batu merupakan wilayah yang subur untuk pertanian, karena jenis tanahnya merupakan endapan dari sederetan gunung yang mengelilingi Kota Batu. Ketersediaan air hujan dapat dihitung dari

ketersediaan air sungai berdasarkan curah hujan. Ketersediaan air sungai diperoleh dari 5 sungai yang keseluruhannya bermuara pada Sungai Brantas.

Sistem Pariwisata Di Kota Batu

Sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan penyangga sekitar 45% kegiatan ekonomi Kota Batu. Keindahan alam dan berbagai tempat tujuan wisata di sekitar Batu menjadi komoditas ekonomi yang mampu menyedot pemasukan tersendiri. Batu memiliki obyek wisata yang cukup beragam mulai dari bumi perkemahan, pemandian air dingin dan panas, agrowisata, hingga wisata dirgantara (paralayang) yang tersebar di tiga kecamatan. Di bawah ini daftar obyek wisata andalan kota Batu:

Tabel 1.
Obyek dan Daya Tarik Wisata di Kota Batu

No	Kategori	ODTW	Lokasi	Jenis	Atraksi
1.	Taman Rekreasi	TR Alun-alun Seribu satu bunga	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Taman
		TR Jatim Park	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Taman bertema
		TR Selecta	Desa Tulungrejo Kecamatan Batu	Buatan	Pemandangan (view), taman bermain, kolam renang
		TR Songgoroti	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Buatan	Pemandangan (view), taman bermain
		TR Tirta nirwana	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Buatan	Pemandian, taman bermain
2.	Obyek Wisata Alam	Pemandian Air Panas Cangar	Desa Tulungrejo Kecamatan Batu	Alam	Perkemahan, hiking/trekking, pemandian air panas
		Pemandian Air Panas Songgoriti	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Alam	Pemandian air panas
		Air Terjun Coban Rais	Desa Sumberejo Kecamatan Batu	Alam	Perkemahan, air terjun, hiking/trekking, pemandian air panas
		Air Terjun Coban Talun	Desa Sumberejo Kecamatan Batu	Alam	Perkemahan, air terjun, hiking/trekking, pemandian air panas
		Bumi Perkemahan Cangar	Desa Tulungrejo Kecamatan Batu	Alam	Perkemahan, hiking
3.	Obyek Wisata Sejarah	Bumi Perkemahan Brantas	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Alam	Perkemahan, hiking
		Candi Supo Songgoriti	Desa Bumiaji Kecamatan Bumiaji	Buatan	Candi
		Patung Ganesha	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Buatan	Situs sejarah
		Makan Ritual Belanda Kuno	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Butan	Makan kuno
		Gua Jepang Cangar	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Alam	Goa, wisata minat khusus
4.	Obyek Wisata Budaya	Gua Jepang Tlekung	Desa Tulungrejo kecamatan Bumiaji	Alam	Goa, wisata minat khusus
		Patung Apel Kota Batu	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Taman
		Home Industri Kerajinan Batik	Desa Ngaglik Kecamatan Batu	Buatan	Aktivitas membuat batik, wisata belanja
		Home Industri Kerajinan Gerabah	Desa Beji Kecamatan Batu	Buatan	Aktivitas usaha, wisata belanja
		Home Industri Kerajinan Gong	Desa Oro-Oro Ombo Kecamatan Junrejo	Buatan	Aktivitas usaha
		Home Industri Kerajinan Onyx	Desa Mojorejo Kec. Junrejo	Buatan	Aktivitas usaha, wisata belanja
		Pusat Industri Jamu Toga Materia Medika	Kecamatan Junrejo	Buatan	Aktivitas usaha, wisata belanja/kesehatan
5.	Obyek Wisata Minat Khusus	Pusat Home Industri Jamu Ragil, Asih	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Aktivitas produksi, wisata belanja/Kesehatan
		Lasing Olahraga Paralayang Gunung Banyak	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Alam	Pemandangan (view), paralayang sport
		Plaza Kota Batu	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Wisata belanja
6.	Obyek Wisata Agro/ Wisata Desa	Arboritum Sumber Brantas		Buatan	
		Kusuma AgroWisata	Desa Sisir Kecamatan Batu	Buatan	Agrowisata apel, strawberry, jeruk, sayuran hidroponik
		Wisata Desa Bunga Sidomulyo dan Gunung Sari	Desa Sidomulyo Kecamatan Batu	Buatan	Budidaya bunga/tanaman hias
		Wisata Agro Apel	Punten Kecamatan Batu	Buatan	Agrowisata apel, petik apel

Sumber: Buku Wisata Kota Batu Tahun 2007

Secara umum obyek wisata yang ada Kota Batu bisa dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu yang berupa *natural attraction* (atraksi yang bersumber pada alam) dan *artificial attraction* (atraksi buatan manusia). Atraksi yang bersumber pada alam berupa pemandangan/panorama topografi permukaan kota Batu yang tersusun indah, terasiring beraneka tanaman yang menimbulkan pemandangan unik, dataran yang subur penuh beraneka tanaman hias yang tumbuh secara liar maupun dibudidaya, iklim pegunungan yang sejuk, sumber air panas, air terjun, goa, dan sebagainya. Sedangkan atraksi buatan berupa taman rekreasi/permainan, pemandian, perkebunan buah/bunga, budaya masyarakat, peninggalan sejarah, lahan perkemahan, dan sebagainya.

Jika dianalisis menurut teori sistem Mill dan Morrison, kondisi fisik obyek sangat dipengaruhi lingkungan alam. Dengan suhu minimum 24-18°C dan suhu maksimum 32-28°C, kelembaban udara sekitar 75-98% dan curah hujan rata-rata 875-3000 mm per tahun serta dikelilingi Gunung Panderman, Gunung Banyak, Gunung Welirang, dan Gunung Bokong membuat kota Batu memiliki iklim yang sejuk dan nyaman sebagai tempat wisata.

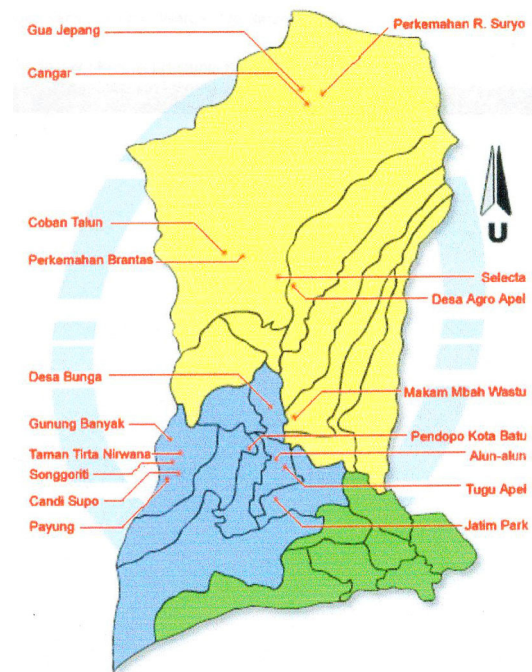
Namun banyaknya wisatawan yang datang tanpa mempertimbangkan daya dukung lingkungan (*carrying capacity*) sedikit banyak mempengaruhi kondisi lingkungan sekitar. Pada akhir minggu biasanya obyek wisata kurang nyaman karena padat lalu lintas (macet), polusi kendaraan bermotor di beberapa obyek andalan seperti Jatim Park, Agrowisata, Songgoriti, dan Selektta serta jumlah pengunjung yang padat.

Kondisi lain yang juga memperhatikan adalah kerusakan lingkungan di sekitar obyek yang disebabkan penggundulan hutan di pegunungan Welirang dan Panderman. Beberapa obyek wisata juga terlihat kurang terawat karena pengelolaan/managemen yang tidak optimal. Beberapa fasilitas wisata seperti tempat duduk, tembok, fasilitas bermain anak-anak, pintu gerbang terlihat kumuh dan pudar warnanya. Seperti yang nampak di obyek wisata Songgoriti.

Dari aspek persebaran atraksi wisata di wilayah kota Batu bisa dilihat pada gambar berikut:

Persebaran atraksi wisata tidak merata di semua wilayah kecamatan sebagian besar berada di Kecamatan Bumiaji dan Batu, sedangkan Kecamatan Junrejo kurang memiliki atraksi wisata yang bervariasi.

Obyek wisata yang berada di Kecamatan Bumiaji, yaitu Perkemahan R. Suryo, Perkemahan Brantas, Cuban Talun, Cangggar, Selektta dan Gua



Sumber: www.agropolitan.com

Jepang. Sebagian besar mengandalkan sumber daya alam sebagai daya tarik. Obyek yang tersebar di Kecamatan Batu antara lain Desa Bunga, Gunung Banyak, Taman Tirta Nirwana, Songgoriti, Candi Supo, Payung, Pendopo Kota, alun-alun, Tugu Apel dan Jatim Park, sebagian besar lebih mengandalkan atraksi buatan manusia. Sedangkan obyek wisata yang ada di Kecamatan Junrejo lebih banyak berupa atraksi berbagai industri seperti onyx, gerabah, gong, dan jamu. Secara umum obyek wisata yang ada di Kecamatan Batu lebih banyak dibanding Kecamatan Bumiaji dan Jun Rejo.

Obyek destinasi wisata di Kota Batu juga bisa dianalisis dengan melihat komponen atraksi mix sebagai subsistem destinasi wisata. Dilihat dari tipologi atraksi, yaitu scope atraksi, bisa dilihat pada table 2.

Sebagian besar obyek yang ada di Kota Batu merupakan tujuan primer wisatawan dan merupakan obyek yang populer di kalangan wisatawan lokal yang datang dari kota-kota di sekitar Batu (Malang, Surabaya, Gresik, Sidoarjo).

Dari aspek wilayah Obyek wisata di Kota Batu berinteraksi dengan obyek wisata di wilayah lainnya seperti obyek wisata air panas Pacet Kabupaten Mojokerto yang terletak di sebelah utara, Taman Safari, Prigen Kabupaten Pasuruan dan obyek wisata di sekitar Kabupaten Malang.

Sebagian besar kepemilikan atraksi wisata di Kota Batu adalah milik Pemerintah Kota Batu, yaitu asset pemerintah yang dimanfaatkan sebagai obyek

wisata serta dikelola oleh Pemkot (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). Hanya obyek Kusuma Agrowisata, Selektta dan Taman Tirta Nirwana yang merupakan milik swasta. Sedangkan Desa Bunga dan Agro Apel sebagian besar milik petani sekitar desa.

Kepemilikan atraksi memiliki nilai strategis karena selain berkaitan dengan manajemen pengelolaan juga sejauh mana manfaat yang dapat diterima masyarakat. Obyek yang dikelola Pemkot biasanya tidak ditekankan untuk memperoleh keuntungan

Tabel 2.
Scope Atraksi Wisata di Kota Batu

No	Nama ODTW	Lokasi	Scope Atraksi
01	Selektta	Desa Tulungrejo Kecamatan Batu	Tujuan primer
02	Jatim Park	Desa Sisir Kecamatan Batu	Tujuan primer
03	Agrokusuma	Desa Sisir Kecamatan Batu	Tujuan primer
04	Goa Jepang	Desa Tulungrejo kecamatan Batu	Tujuan sekunder
05	Desa Agro Apel	Desa Punten Kecamatan Batu	Tujuan primer
06	Desa Bunga	Desa Sidomulyo Kecamatan Batu	Tujuan primer
07	Tugu Apel dan alon-alon Kota Batu	Desa Sisir Kecamatan Batu	Tujuan primer
08	Candi Supo Songgoriti	Desa Bumiaji Kecamatan Batu	Tujuan primer
09	Payung	Desa Sumberejo Kecamatan Batu	Tujuan sekunder
10	Gunung Banyak	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Tujuan primer
11	Air terjun Coban Talun	Desa Sumberejo kecamatan Batu	Tujuan primer
12	Air terjun Coban Rais	Desa Sumberejo Kecamatan batu	Tujuan Sekunder
13	Songgoriti	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Tujuan primer
14	Bumi perkemahan Canggal	Desa Tulungrejo kecamatan Bumiaji	Tujuan primer
15	Taman Trita Nirwana	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Tujuan primer
16	Pendopo Kota Batu	Desa Pesanggrahan Kecamatan Batu	Tujuan primer
17	Bumi Perkemahan Brantas	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Tujuan primer
18	Perkemahan R. Suryo	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Tujuan primer
19	Patung Ganesha	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Tujuan Sekunder
20	Makam Belanda	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Tujuan Sekunder
21	Gua Jepang Cagar dan Tlekung	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Tujuan Sekunder
22	Home Industri Batik	Desa Ngaglik kecamatan Batu	Tujuan Sekunder
23	Home industri gerabah	Desa Beji kecamatan Batu	Tujuan Sekunder
24	Home Industri gong	Desa Oro-Oro Ombo kecamatan Junrejo	Tujuan Sekunder
25	Home Industri onyx	Desa Mojorejo kecamatan junrejo	Tujuan Sekunder
26	Plaza kota Batu	Desa Sisir kecamatan Batu	Tujuan Primer

Sumber: Buku Wisata Kota Batu Tahun 2007

Tabel 3.
Kepemilikan Atraksi Wisata di Kota Batu

No	Nama ODTW	Lokasi	Kepemilikan
01	Selektta	Desa Tulungrejo Kecamatan Batu	Swasta
02	Jatim Park	Desa Sisir Kecamatan Batu	Swasta
03	Agrokusuma	Desa Sisir Kecamatan Batu	Swasta
04	Goa Jepang	Desa Tulungrejo kecamatan Batu	Pemkot
05	Desa Agro Apel	Desa Punten Kecamatan Batu	Petani
06	Desa Bunga	Desa Sidomulyo Kecamatan Batu	Petani
07	Tugu Apel dan alon-alon Kota	Desa Sisir Kecamatan Batu	Pemkot
08	Candi Supo Songgoriti	Desa Bumiaji Kecamatan Batu	Pemkot
09	Payung	Desa Sumberejo Kecamatan Batu	Pemkot
10	Gunung Banyak	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Pemkot
11	Air terjun Coban Talun	Desa Sumberejo kecamatan Batu	Pemkot
12	Air terjun Coban Rais	Desa Sumberejo Kecamatan batu	Pemkot
13	Songgoriti	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Pemkot
14	Bumi perkemahan Canggal	Desa Tulungrejo kecamatan Bumiaji	Pemkot
15	Taman Trita Nirwana	Desa Songgokerto Kecamatan Batu	Swasta
16	Pendopo Kota Batu	Desa Pesanggrahan Kecamatan Batu	Pemkot
17	Bumi Perkemahan Brantas	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Pemkot
18	Perkemahan R. Suryo	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Pemkot
19	Patung Ganesha	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Pemkot
20	Makam Belanda	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Pemkot
21	Gua Jepang Cagar dan Tlekung	Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji	Pemkot
22	Home Industri Batik	Desa Ngaglik kecamatan Batu	Pengrajin
23	Home industri gerabah	Desa Beji kecamatan Batu	Pengrajin
24	Home Industri gong	Desa Oro-Oro Ombo kecamatan Junrejo	Pengrajin
25	Home Industri onyx	Desa Mojorejo kecamatan junrejo	Pengrajin
26	Plaza kota Batu	Desa Sisir kecamatan Batu	Swasta

Sumber: Buku Wisata Kota Batu Tahun 2007

sebesar-besarnya, sehingga kurang berkembang maksimal karena tiket masuk murah, tidak seimbang dengan biaya operasional yang dikeluarkan. Pengelolaan obyek biasanya juga sekedarnya, SDM yang menangani kurang profesional, kegiatan promosi kurang gencar dan hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Aspek lain yang terkait dengan pengelolaan atraksi wisata adalah manfaat yang diterima masyarakat. Pada obyek yang dikelola pemerintah keikutsertaan masyarakat baik dalam bentuk partisipasi maupun manfaat yang diterima lebih rendah, karena pemerintah sudah menetapkan aturan main yang jauh dari intervensi masyarakat.

Sedangkan pada obyek yang dimiliki swasta biasanya dikelola lebih profesional karena berkaitan dengan investasi besar yang sudah dikeluarkan (misalnya Kusuma Agrowisata). Intervensi pemerintah dalam hal ini biasanya kecil, sebatas perijinan, pajak dan pengawasan sedangkan pengelolaan merupakan hak sepenuhnya pemilik. Dengan demikian manfaat yang diperoleh pemilik biasanya jauh lebih besar.

Untuk obyek yang dikelola petani (kelompok tani) biasanya tidak sama perkembangannya. Petani yang aktif menawarkan produknya kepada konsumen, baik secara individu maupun lewat kelompok tani, biasanya lebih berkembang dibanding yang pasif menunggu konsumen datang.

Berkaitan dengan kekuatan atraksi, sebagian besar atraksi di Kota Batu bersifat lokal, artinya hanya dikenal di seputar Jatim, tidak mengherankan Batu menjadi tujuan orang-orang Surabaya dan Malang beristirahat. Meskipun sebenarnya sejak awal abad ke-19, Batu memang sudah berkembang menjadi daerah tujuan wisata, khususnya bagi orang-orang Belanda. Bahkan banyak orang Belanda yang tidak sekadar mendirikan vila untuk dikunjungi pada akhir pekan, tetapi membuat rumah tinggal dan menetap di sana. Peninggalan bangunan orang-orang Belanda tersebut sampai kini masih terawat dengan baik. Begitu kagumnya atas keindahan dan keelokan Batu, Belanda menyejajarkan wilayah Batu dengan sebuah negara kecil di Eropa, Swiss, dan memberi julukan Batu sebagai *De Kleine Switzerland* atau Swiss kecil di Pulau Jawa.

Keindahan alam Batu tidak hanya dikagumi bangsa Belanda, di zaman kemerdekaan, dua proklamator Indonesia, Bung Karno dan Bung Hatta setelah perang kemerdekaan pun sempat berkunjung ke kawasan Selecta. Kini, meski tetap indah, pamor Selecta yang terletak di utara Batu sudah mulai kalah dengan tempat-tempat wisata baru seperti Jatim Park, Klub Bunga, dan Hotel Kusuma. Tumbuhnya

berbagai obyek wisata, kerusakan lingkungan, kurangnya promosi dan bergesernya minat wisatawan bisa jadi menjadi faktor yang berperan dalam membantuk image batu sebagai obyek wisata.

Jika dilihat dari aspek lainya seperti fasilitas dan infrastruktur, hampir semua obyek wisata di Batu telah dilengkapi dengan fasilitas menunjang seperti penginapan, warung/depot, fasilitas bermain anak, tempat pembelian oleh-oleh, toilet, tempat ibadah, lahan parkir, dan sebagainya. Infrastruktur pendukung seperti jalan, jaringan listrik, telepon, rambu-rambu petunjuk untuk jalur pegunungan, juga melengkapi semua obyek Untuk transportasi, selain tersedia bias ditempuh dengan kendaraan pribadi, berbagai kendaraan umum juga menjangkau semua obyek seperti bis, bemo, dan ojek. Dengan demikian konsumen tidak mengalami kesulitan menuju lokasi.

Tidak kalah pentingnya adalah dukungan masyarakat sebagai tuan rumah. Salah satu ciri khas masyarakat di sekitar obyek adalah memiliki ketergantungan yang cukup tinggi terhadap industri pariwisata. Karena mengandalkan kedatangan wisatawan untuk memperoleh pendapatan maka dukungan masyarakat sekitar terhadap obyek cukup besar. Ini bias terlihat dari kemauan untuk ikut mengembangkan obyek, menjaga kebersihan, menjaga keamanan, ikut memasarkan obyek dan kesedian membantu wisatawan pada saat mengalami kesulitan.

Pengembangan pariwisata khususnya agrowisata merupakan alternatif yang bisa dijadikan terobosan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Batu yang dikenal kaya akan hortikulturanya. Pembangunan Kota bersandar pada sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebagai penyangga sekitar 45% kegiatan ekonomi daerah. Keindahan alam dan berbagai tempat tujuan wisata di sekitar Batu menjadi komoditas ekonomi yang mampu menyedot pemasukan tersendiri. Obyek wisata yang ada mulai dari bumi perkemahan, pemandian air dingin dan panas, agrowisata, hingga wisata dirgantara (paralayang) yang tersebar di wilayah kota Batu menghadirkan puluhan ribu wisatawan lokal dan mancanegara setiap bulan.

Tabel 4.
Jumlah Wisatawan di Obyek Wisata Kota Batu

Tahun	Wisnus	Wisman
2004	150.072	2.732
2005	97.396	4.643
2006	144.781	1.296
2007	115.062	267

Wisnus = wisatawan nusantara, wisman = wisatawan mancanegara

Sumber: Data Potensi Jasa, Sarana, dan Seni Budaya Pariwisata Kota Batu Tahun 2007

Dari data tersebut terlihat bahwa sebagian besar wisatawan yang datang ke Batu adalah Wisata Domestik yang jumlahnya mencapai 144.781 pada tahun 2006 dan agak menurun menjadi 115.062 orang pada tahun 2007. Sementara untuk wisatawan mancanegara hingga tahun 2006 terdapat sekitar 1.296 orang dan hanya 267 orang pada tahun 2007. Terhambatnya akses masuk ke Kota Batu karena luapan lumpur lapindo ditengarai menjadi salah satu faktor yang menyebabkan penurunan jumlah wisatawan di Kota Batu.

Meski belum menggambarkan seluruh wisatawan yang datang ke Kota Batu namun menunjukkan jika Batu memiliki potensi dalam industri pariwisata. Dari hasil pengamatan di lapangan sebagian besar wisatawan yang datang adalah keluarga. Rombongan besar (sekolah, perusahaan, organisasi sosial kemasyarakatan, dsb). Umumnya aktivitas wisata terlihat saat *weekend* dan saat liburan (sekolah, nasional), sedangkan pada hari biasa (*weekday*) tidak terlalu banyak pengunjung. Wisatawan yang datang sebagian besar dari luar Kota Batu seperti Malang, Surabaya, Gresik, Sidoarjo. Ini terlihat dari nomor kendaraan yang datang ke berbagai obyek wisata di Kota Batu..

Akomodasi merupakan pendukung utama sektor pariwisata yang diandalkan di Kota Batu. Saat ini tercatat 64 tempat penginapan resmi berupa losmen, hotel, maupun vila, dengan 159 rumah makan. Dalam pendapatan daerah sampai Oktober 2005, pajak hotel dan restoran menyumbang 55,3% dari keseluruhan pajak daerah. Sebagai gambaran, pendapatan pajak hotel dan restoran tahun 2003 tercatat Rp.1.664.968.081, sedangkan pendapatan hiburan Kota Batu hanya Rp.772.914.

Kota apel merupakan julukan Kota yang diandalkan untuk mengembangkan pariwisata. Apel khas produksi dataran yang tersebut puluhan tahun menjadi andalan hasil pertanian Kota Batu. Beberapa tahun belakangan ini apel Batu yang memiliki empat varietas yaitu manalagi, *romebeauty*, anna, dan wangling tidak lagi dapat diunggulkan menjadi primadona. Selain terjadi penurunan produksi antara 0,8 hingga 2,1% tiga tahun terakhir, apel Batu juga harus bersaing dengan apel-apel impor dari Amerika, Australia, dan Selandia Baru yang deras membanjiri pasar.

Beban terberat dari persaingan pasar bebas tersebut ditanggung petani, terutama di Kecamatan Bumiaji, sentra penghasil apel terbesar di Kota Batu dengan 2.186.075 pohon. Di samping bersaing dengan produk luar, para petani yang rata-rata memiliki lahan 0,25 sampai tiga hektar di kecamatan

ini juga menghadapi kesulitan dana karena harga obat-obatan untuk memacu produksi apel sangat mahal. Sementara itu, apel produksi mereka yang berkisar 2,5 hingga tiga ton per 0,25 hektar lahan hanya dihargai Rp 2.500-Rp 3.000 per kilogram tergantung pada besarnya buah-penampung yang kemudian menyalurkan apel-apel itu ke berbagai kota di Pulau Jawa, seperti Jakarta dan Semarang.

Namun, apel hanyalah salah satu tumpuan ekonomi riil masyarakat Kota Batu. Selain apel, Batu menghasilkan berbagai jenis buah lain, seperti jeruk, avokad, nangka, dan pisang. Memang dibandingkan dengan tanaman pangan, tanaman perkebunan lebih menonjol hasilnya. Hal ini terjadi seperti di Kecamatan Bumiaji yang produktif menghasilkan bermacam-macam buah-buahan, juga menjadi sentra produksi jeruk keprok Batu, jeruk keprok punten, dan jeruk manis. Dengan nilai produksi 23.152 ton dari 24.205 pohon, jeruk-jeruk Batu tersebut didistribusikan ke Surabaya, Bali, dan Jakarta.

Di samping pendistribusian dalam bentuk buah langsung ke luar daerah, beberapa produksi buah-buahan di Batu juga sudah diolah. Apel, misalnya, sudah diolah menjadi jenang, wingko, sirup, keripik, selai, sampai minuman brem dan sari apel. Begitu pula nangka dan kentang diolah menjadi keripik. Namun, industri olahan di Kota Batu masih terbilang sedikit, tak sampai 25 perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian. .

Untuk mendukung pembangunan pariwisata Pemerintah Kota Batu terus berbenah, diantaranya di sektor transportasi. Sektor transportasi juga mendapat porsi cukup besar dalam APBD. Sekitar 11,9% belanja rutin pembangunan dialokasikan untuk pembangunan sektor yang relatif vital bagi pengembangan Kota Batu. Memang jalan utama menuju Batu selebar kurang lebih empat meter saat ini merupakan "warisan" ketika kota itu masih tergabung dalam wilayah Kabupaten Malang. Untuk pengembangan prasarana jalan, Pemerintah Kota Batu berencana melebarkan jalan menjadi sembilan meter dan membuat jalan lingkar (*outer ring road*) selatan dari Kecamatan Junrejo ke Kecamatan Batu sepanjang 12 kilometer melewati Desa Tlekung. Menyusul akan dibangun *outer ring road* utara. Dengan transportasi yang lebih lancar diharapkan pertumbuhan Kota Batu sebagai kota Agropolitan lebih optimal.

Daftar Pustaka

Dinas Pariwisata Kota Batu. (2007) *Buku Wisata Kota Batu Tahun 2007*. Tidak diterbitkan.

- Hall, M.C. (2000) *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. England: Prentice Hall.
- Leiper, N. (2004) *Tourism Management*. Australia: Person Hospitality Press.
- Mason, P. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*. London: Elsevier.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M.. (1985) *The Tourism System An Introductory Text*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Murphy, P.E. (1985) *Tourism A Community Approach*. New York: Routledge.
- Soekadjo, R.G. (1996) *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, J.S.J. (1994) *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Budaya*. Yogyakarta: Kanisius dan Lembaga Studi Realino.
- <http://www.Agropolitan.Com> (Situs resmi Pemerintah Kota Batu), Diakses tanggal 24 Nopember 2007.