

DAYA TARIK WISATA KOTA MALANG BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN NUSANTARA

Nofita Sari¹, Dwita Hadi Rahmi², Adi Utomo Hatmoko³

INTISARI

Kota Malang merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur di Indonesia yang memiliki banyak potensi untuk dijadikan sebagai destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan nusantara maupun mancanegara. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Malang sangat sedikit dibandingkan kota Batu dan Kabupaten Malang. Potensi-potensi yang ada di Kota Malang belum dikembangkan dengan baik dan maksimal. Industri pariwisata sangat dipengaruhi dengan persepsi yang dibawa wisatawan tentang tujuan mereka melakukan perjalanan wisata. Maka dari itu, untuk mengetahui seberapa besar keinginan pasar terhadap tempat wisata maka diperlukan analisis persepsi. Persepsi terhadap kualitas objek yang menjadi tolak ukur untuk melihat tingkat mutu suatu objek wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengkaji daya tarik wisata Kota Malang menurut persepsi wisatawan dan mengkaji persepsi wisatawan tentang Kota Malang sebagai wisata kota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan pengamatan yang kemudian dianalisis menggunakan perhitungan yang kemudian di deskripsikan.

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata Kota Malang menurut persepsi wisatawan adalah taman yang tersebar di seluruh Kota Malang. Taman yang paling diminati adalah Alun-Alun Kota Malang dan Alun-Alun Tugu yang merupakan *icon* dari Kota Malang. Penilaian wisatawan selama berwisata ke Kota Malang sangatlah baik. Wisatawan juga menyetujui bahwa Kota Malang dapat di jadikan wisata kota, selain itu juga Kota Malang memenuhi kriteria sebagai wisata kota. Dari hasil tersebut dapat diketahui persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Kota Malang.

Kata kunci: Daya tarik Kota Malang, Persepsi, Wisata Kota.

¹ Mahasiswa Magister Arsitektur Dan Perencanaan Pariwisata.

² Dosen Jurusan Arsitektur Dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada.

³ Dosen Jurusan Arsitektur Dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada.

TOURISM ATTRACTION OF MALANG CITY BASED ON PERCEPTION OF DOMESTIC TOURISTS

Nofita Sari¹, Dwita Hadi Rahmi², Adi Utomo Hatmoko³

ABSTRACT

Malang is a city in East Java province with big amount of potential to be a tourism desination to be visited by domestic or overseas tourists. The number of visit of Malang Urban is less than Batu and Malang Regency. The potentials of Malang Urban have not yet been well developed and optimized. Tourism industry is much influenced by perception toward their goal of doing tourism. Thus, to find out the rate of interest in tourism, analysis perception is required. The perception of object quality is one reference to see the quality of tourism destination.

The present study is aimed at investigating the tourism attraction of Malang Urban based on perception of visitors and investigating tourism attraction of Malang Munipality as one urban tourism destination. The method used in this study is quantitative one. The data collection includes questionnaire, interview and ocservaton which are then analyzed by using described calculation.

The result of study reveals that tourism attraction of Malang Urban based in visitors's perception of parks spread in all over Malang Town area. The most favourite park are Malang Town Square and Tugu town square becoming the icon of Malang. The valuation of visitor during their visits to Malang was quite good. The visitors also agree that Malang could be made as urban tourism destination. Besides, it has already met the criteria of urban tourism destinationThe results shed light on visitors' perception of Malang Urban Attraction.

Keywords: Attraction of Malang Urban, Perception, Urban Tourism.

¹Graduate Program Student of Architecture and Tourism Planning Department.

² Lecturer of Architecture and Planning Department, Faculty of Engineering, Gadjah Mada University.

³ Lecturer of Architecture and Planning, Faculty of Engineering, Gadjah Mada University.