



## ANALISIS POTENSI KOTA MALANG SEBAGAI TEMPAT TRANSIT WISATA

Dewi Hermin Sutanto<sup>1</sup>, Anisa Zuhria Sugeha<sup>2\*</sup>, Izza Elfaranica<sup>3</sup>, Danny Baskara Wijaya<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia, Email: [dewi\\_hermin03@yahoo.com](mailto:dewi_hermin03@yahoo.com)

<sup>2</sup>Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia, Email: [anisa.sugeha@unmer.ac.id](mailto:anisa.sugeha@unmer.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia, Email: [elfaranicaizz@gmail.com](mailto:elfaranicaizz@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia, Email: [dannybaskara86@gmail.com](mailto:dannybaskara86@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Kota Malang disebut memiliki potensi sebagai kota transit atau persinggahan bagi wisatawan baik dari dalam maupun dari luar negeri. Potensi Kota Malang sebagai kota transit wisata dapat dimanfaatkan dalam memaksimalkan potensi wisata yang dimiliki oleh Kota Malang. Sampai saat ini belum ada studi maupun kajian ilmiah tentang analisis Kota Malang sebagai kota transit dalam memaksimalkan wisata lain yang ada disekitarnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dengan *key informant*, studi kepustakaan, dan observasi. Data dari hasil penelitian akan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasilnya Kota Malang memiliki potensi besar sebagai tempat transit wisata, dengan berbagai kekuatan yang dapat digali untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Keanekaragaman daya tarik, termasuk wisata alam, sejarah, budaya, dan kuliner, menjadikan Kota Malang menarik bagi berbagai segmen wisatawan. Selain itu, fasilitas transportasi yang baik memberikan aksesibilitas yang mudah bagi pengunjung dari berbagai daerah. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Padatnya pemukiman penduduk, kurangnya inovasi dalam pengembangan daya tarik wisata, dan keterbatasan fasilitas untuk wisatawan berkebutuhan khusus dapat mengurangi potensi Kota Malang sebagai tempat transit wisata yang menarik. Selain itu, infrastruktur jalan yang belum memadai, yang termanifestasi dalam kemacetan lalu lintas pada akhir pekan, perlu segera diperbaiki. Untuk mengoptimalkan potensi Kota Malang sebagai destinasi transit wisata, diperlukan kerja sama antara pemerintah, masyarakat setempat, dan pihak swasta agar dapat menjadi destinasi transit wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Kota Malang; Kota Transit; Potensi

---

## ANALYSIS OF THE POTENTIAL OF THE CITY OF MALANG AS A TOURIST TRANSIT POINT

### ABSTRACT

*Malang City is said to have the potential as a transit city or stopover for tourists both from within and outside the country. The potential of Malang City as a tourist transit city can be utilised in maximising the tourism potential owned by Malang City. Until now, there has been no study or scientific study on the analysis of Malang City as a transit city in maximising other tourism around it. This research is a descriptive qualitative research, the data collection techniques used are interviews with key informants, literature study, and observation. Data from the research results will be analysed using SWOT analysis. The result is that Malang City has great potential as a tourist transit point, with various strengths that can be explored to increase the number of tourist visits. The diversity of attractions, including natural, historical,*



*cultural, and culinary tourism, makes Malang City attractive to various tourist segments. In addition, good transport facilities provide easy accessibility for visitors from various regions. However, there are some challenges that need to be overcome. Dense residential areas, lack of innovation in the development of tourist attractions, and limited facilities for travellers with special needs can reduce Malang City's potential as an attractive tourist transit point. In addition, inadequate road infrastructure, which manifests in traffic congestion on weekends, needs to be improved. To optimise the potential of Malang City as a tourist transit destination, cooperation between the government, the local community, and the private sector is needed so that it can become a more attractive and sustainable tourist transit destination.*

**Keywords :** *Malang City; Transit City; Potential*

**Copyright ©2023. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved**

## **I. PENDAHULUAN**

Semenjak awal tahun 2020 pandemi COVID-19 telah membuat kunjungan wisatawan di Malang terus mengalami penurunan. Kondisi ini terjadi di beberapa wilayah di Malang Raya seperti Kota Batu, Kota Malang dan Kabupaten Malang yang memiliki tempat-tempat wisata baik wisata alam maupun wisata buatan. Kunjungan wisatawan pada tahun 2018 sebesar 4.824.407 terdiri dari wisatawan nusantara sebanyak 4.809.386 dan wisatawan mancanegara sebanyak 15.021. Pada tahun 2019, jumlahnya meningkat menjadi 5.186.809 terdiri dari wisatawan nusantara 5.170.523 dan wisatawan mancanegara 16.286. Akan tetapi, pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan menurun drastis menjadi 698.396 wisatawan, yang terdiri dari wisatawan nusantara sebanyak 689.570 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 8.826 orang. (BPS Kota Malang, 2022) Menurunnya angka kunjungan tidak lantas membuat para pelaku usaha wisata diam saja. Mereka berlomba-lomba berinovasi utamanya dalam bidang kuliner guna menarik kembali minat kunjungan wisatawan. Hal ini terbukti dengan menjamurnya angkringan, *coffee shop* dan resto makan dengan berbagai konsep mengukuhkan kota malang sebagai kota wisata kuliner

Secara geografis, kota malang terletak ditengah kota batu dan kabupaten malang. Hal ini membuat kota malang selalu dilewati dan disinggahi oleh para wisatawan baik wisatawan lokal maupun asing. Sebagai contoh jika wisatawan akan berwisata ke Kota Batu maupun ke Kabupaten Malang maka harus melalui Kota Malang. Meskipun tidak semua wisatawan akan berhenti di Kota Malang untuk transit atau beristirahat. Menurut Febrianto (2018) bahwa tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah transit. Namun seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan daerah transit menjadi sangat penting. Rute transit (*transit route*) adalah tempat sementara dalam sebuah perjalanan wisata untuk mencapai daerah tujuan wisata utama, tetapi mempunyai kesempatan untuk menjadi daerah tujuan wisata utama (*enroute tourism destination*) (Safitri et al., 2021). Kondisi ini dapat menjadi peluang besar bagi kota malang dalam mengembangkan potensi daerahnya sebagai daerah transit wisata.

Potensi Kota Malang sebagai kota transit wisata dapat dimanfaatkan dalam memaksimalkan wisata kuliner dan wisata buatan yang dimilikinya. Berbagai tempat bisa dikunjungi untuk menikmati sensasi kuliner khas Malang seperti Bakso President, Bakso Bakar Pahlawan Trip, Pecel Kawi, Sate Gebug, Orem-Orem Malang, Soto Ayam Lombok, Warung Brintik, dan masih banyak lagi. Saat ini kuliner sudah menjadi sebuah gaya hidup yang tidak

dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena makanan adalah kebutuhan sehari-hari terutama pada saat berwisata, wisatawan membutuhkan makanan dan yang dicari adalah makanan khas dari destinasi wisata (Setioko, 2019)

Selain wisata kuliner, Kota Malang saat ini juga sedang gencar mempromosikan destinasi pariwisata buatan. Menurut Adam et al. (2019) wisata buatan dipengaruhi oleh aktivitas manusia seperti seni bangunan (tempat ibadah, bangunan adat), situs atau prasasti, museum dan taman (*park/waterpark*). Destinasi wisata buatan yang bisa dikunjungi di Kota Malang meliputi Hawaii Water Park, Kampung Warna Warni, Kampung Tridi, Kampung Arema dan Alun-Alun Kota Malang. Pada akhir pekan, Kota Malang selalu menjadi pintu masuk wisatawan. Biasanya arus kendaraan bermotor meningkat signifikan khususnya yang datang dari kota-kota besar di Jawa Timur seperti Surabaya. Kota Malang sendiri memiliki banyak hotel, ragam kuliner yang murah dan udara yang sejuk sehingga diharapkan para wisatawan betah untuk singgah di kota ini. Namun, meskipun Kota Malang memiliki potensi besar sebagai kota transit wisata, hingga saat ini belum ada studi atau kajian ilmiah yang menginvestigasi analisis peran Kota Malang dalam memaksimalkan potensi wisata kuliner dan wisata buatan yang dimilikinya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan pengetahuan ini dan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana Kota Malang dapat menjadi pusat penting bagi wisata kuliner dan wisata buatan di kawasan Malang Raya.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang lebih menekankan pada penjelasan-penjelasan secara empiris dan teoritis (Creswell, 2014). Penelitian ini menganalisis atau mengkaji tentang strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Malang dalam memaksimalkan pariwisata di Kota Malang. Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa lokasi di Kota Malang seperti di daerah-daerah yang menjadi pusat wisata kuliner dan wisata buatan.

Sumber data primer dan sekunder yang digunakan sebagai ukuran dalam penelitian ini. Data primer diperoleh melalui berbagai metode, termasuk survei, wawancara, dan pengamatan langsung. Responden mencakup pemangku kepentingan sektor pariwisata seperti pemilik usaha kuliner, pengelola destinasi wisata buatan, serta perwakilan dari pemerintah daerah. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber terpercaya seperti laporan statistik pariwisata, dokumen pemerintah, penelitian terdahulu, dan publikasi akademik yang relevan. Data ini akan mencakup informasi tentang perkembangan pariwisata Kota Malang, profil wisatawan, dan aspek ekonomi terkait.

Data dari hasil penelitian akan dianalisis menggunakan analisis SWOT (Rangkuti, 2006). Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini karena metode ini merupakan alat analisis yang efektif untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi pengembangan sektor pariwisata Kota Malang dalam konteks wisata kuliner dan wisata buatan.

## II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Malang terletak di provinsi Jawa Timur, kota terbesar kedua setelah Surabaya. Kota Malang sering disebut memiliki potensi sebagai kota transit atau tempat persinggahan bagi wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Menurut Deanova et al. (2023) potensi Kota

Malang sebagai salah satu destinasi wisata juga sangat terkenal, untuk menjadi kota transit wisata bisa dengan menonjolkan wisata kuliner dan wisata buatan yang ada.

### ***Potensi Wisata Kuliner di Kota Malang***

Kota Malang merupakan destinasi yang kaya akan keanekaragaman kuliner yang melimpah. Sebagaimana disebutkan oleh Yulianti et al. (2020) seni kuliner telah menjadi magnet bagi para wisatawan yang mencari pengalaman menikmati berbagai hidangan khas setiap tempat yang mereka kunjungi. Sebagai contoh, saat wisatawan berkunjung ke Kota Malang, mereka dapat menikmati hidangan khas seperti "Bakso Malang," "Rawon," dan "Tahu Campur."

Menurut Kusuma & Salindri (2022), wisata adalah pengalaman perjalanan yang melibatkan pembelajaran, hiburan, dan rekreasi, sementara kuliner merujuk pada beragam hidangan dan makanan. Oleh karena itu, wisata kuliner mencakup perjalanan yang memanfaatkan masakan khas daerah dan suasana lingkungan sekitarnya sebagai objek utama. Sebagai contoh, para pengunjung dapat mengeksplorasi pasar malam yang beraneka ragam di Malang, seperti pasar kaki lima di Jalan Ijen, dan mencicipi hidangan lezat seperti "Cwie Mie Malang."

Pramezvary et al. (2021) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa lebih dari sepertiga wisatawan di kawasan Asia Pasifik menganggap wisata kuliner sebagai faktor penentu dalam pemilihan tujuan perjalanan mereka. Hal ini menggambarkan bahwa kuliner bukan hanya aspek tambahan dalam perjalanan, tetapi juga bagian yang signifikan dari pengalaman wisata. Sebagai contoh, beberapa pengunjung mungkin memilih Kota Malang sebagai destinasi utama mereka untuk mencoba berbagai hidangan khas.

Meskipun Kota Malang telah memiliki banyak destinasi wisata kuliner, mulai dari gerai kaki lima hingga restoran mewah yang menawarkan hidangan khas, disadari bahwa masih ada potensi yang belum dioptimalkan. Secara konkret, tempat-tempat kuliner ini belum sepenuhnya memadukan elemen-elemen seperti citra merek, atmosfer yang menarik, dan pelayanan yang ramah. Untuk mengatasi hal ini, pendekatan yang lebih terencana dan profesional dalam penyediaan makanan dan minuman diperlukan, seperti yang diungkapkan oleh Rahayu et al. (2022). Sebagai contoh, restoran-restoran di Kota Malang dapat meningkatkan pelayanan dan memastikan bahwa pengunjung merasa benar-benar terkesan oleh pengalaman kuliner mereka.

Kota Malang dikenal memiliki lebih dari 100 jenis hidangan yang dapat dinikmati, beberapa di antaranya telah berdiri selama hampir tiga puluh tahun. Pemerintah Kota Malang kini sedang berusaha memperkuat sektor pariwisata kuliner di kota ini. Mereka berambisi untuk menjadikan Kota Malang sebagai pusat kuliner yang menjadi daya tarik utama antara Kota Batu dan Kabupaten Malang. Tujuan wisata kuliner ini sejalan dengan potensi besar yang dimiliki oleh daerah ini, seperti keberagaman kuliner dan keragaman pengalaman kuliner yang dapat ditawarkan.

Singkatnya, Kota Malang memiliki potensi besar dalam sektor wisata kuliner, dengan beragam hidangan khas dan pengalaman kuliner yang menarik. Namun, untuk memaksimalkan daya tariknya, upaya perbaikan dalam penyediaan makanan dan minuman serta pengembangan citra kuliner Kota Malang perlu terus ditingkatkan.

### ***Potensi Wisata Buatan di Kota Malang***

Kota Malang, kendati kurang memiliki sumber daya alam, namun memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang sangat berpotensi. Untuk mengoptimalkan potensi wisata di wilayah ini, pemerintah setempat telah merencanakan pengembangan berbagai destinasi wisata buatan. Pradipta (2021) mengatakan bahwa wisata di Kota Malang tak kalah menarik dibandingkan dengan Kota Batu, dengan munculnya destinasi-destinasi baru yang semakin menonjol. Berikut adalah beberapa contoh destinasi wisata buatan di Kota Malang yang memiliki potensi:

#### 1. Hawaii Waterpark

Hawaii Waterpark, terletak di Jln. Graha Kencana Raya, Banjararum, Singosari, Malang, Jawa Timur, telah beroperasi sejak tahun 2015. Tempat wisata ini menawarkan luas area 28.000 m<sup>2</sup> yang dilengkapi dengan berbagai wahana permainan air berkualitas internasional. Salah satu wahana yang sangat terkenal adalah Wakiki Beach, sebuah kolam tsunami yang menyajikan pengalaman seru bagi pengunjung.

#### 2. Kampung Warna Warni

Kampung Warna-Warni yang awalnya merupakan perumahan kumuh di bantaran sungai Brantas telah berubah menjadi tempat wisata yang menarik. Terletak di Jodipan, gang 1, kelurahan Kstarian, kecamatan Blimbing, Kota Malang, kampung ini memukau dengan 107 rumah warga yang dihiasi dengan 17 ragam warna. Saat dilihat dari atas jembatan jalan raya, kampung ini tampak begitu berwarna-warni.

#### 3. Kampung Tridi

Terletak di Temanggan Ledok, kelurahan Kesatrian, kecamatan Blimbing, Kota Malang, Kampung Tridi membedakan diri dengan mural tiga dimensi yang menghiasi dinding rumah warga. Nama "Tridi" diambil dari 3D, mengacu pada gambar-gambar tiga dimensi yang menggambarkan dunia anak-anak. Pengunjung dapat merasa seperti berada dalam kisah yang hidup saat berjalan-jalan di kampung ini.

#### 4. Kampung Arema

Kampung Arema, di kampung Kiduldalem Klojen, Kota Malang, adalah destinasi yang membanggakan tim sepak bola Arema. Seluruh kawasan ini berwarna biru, menggambarkan identitas klub sepak bola Arema. Tidak hanya itu, atribut dan simbol Arema ditempatkan di berbagai sudut tembok kampung, serta foto-foto para pemain Arema yang menambah atmosfer khusus di sini.

#### 5. Alun-Alun Kota Malang

Alun-Alun Kota Malang telah mengalami berbagai perbaikan dan kini menjadi tempat tujuan wisata yang semakin menarik. Salah satu fitur unggulan adalah adanya air mancur yang berada di tengah Alun-Alun, menjadikannya sebagai ikon keindahan alun-alun kota ini. Pengunjung dapat menikmati suasana kota yang hidup dan bersantap di warung-warung kuliner sekitar Alun-Alun.

Dengan berbagai destinasi wisata buatan yang semakin berkembang, Kota Malang tidak hanya menjadi destinasi transit, tetapi juga menarik wisatawan yang datang untuk menikmati pengalaman unik dan berwarna. Pemerintah setempat terus berupaya meningkatkan daya tarik destinasi ini dan menjadikannya sebagai pusat perjalanan yang menarik di Jawa Timur.

### ***Analisis Potensi Kota Malang Sebagai Tempat Transit Wisata***

Kota Malang, meskipun telah menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam sektor wisata kuliner dan wisata buatan, sering kali hanya berfungsi sebagai kota transit bagi wisatawan. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab permasalahan ini, dan perlu diperhatikan dalam pengembangan lebih lanjut.

#### **1. Padatnya Pemukiman Penduduk**

Ketidaktepurnaan pengalaman wisatawan dalam Kota Malang bisa dikaitkan dengan padatnya pemukiman penduduk di beberapa wilayah. Kepadatan penduduk ini dapat mengurangi daya tarik lingkungan dan menimbulkan hambatan bagi wisatawan yang mencari lingkungan yang lebih terbuka dan alam. Contoh: Beberapa wilayah perkotaan Kota Malang mungkin kurang memberikan kesan sebagai destinasi wisata yang menarik karena kepadatan penduduk yang tinggi, terutama pada jam-jam sibuk.

#### **2. Kurangnya Inovasi dalam Pengembangan Daya Tarik**

Pengembangan destinasi wisata yang inovatif dan menarik menjadi penting. Beberapa destinasi belum mencapai potensi penuhnya karena kurangnya inovasi dalam menarik perhatian wisatawan. Contoh: Kawasan wisata buatan di Kota Malang perlu terus berinovasi dengan menambahkan atraksi baru, perbaikan infrastruktur, dan pengalaman yang lebih menarik untuk wisatawan.

#### **3. Ketersediaan Fasilitas untuk Wisatawan Berkebutuhan Khusus**

Belum adanya fasilitas yang memadai untuk wisatawan berkebutuhan khusus dapat menjadi hambatan. Kota Malang perlu lebih memperhatikan aksesibilitas dan fasilitas untuk wisatawan dengan kebutuhan khusus. Contoh: Fasilitas seperti toilet dan aksesibilitas untuk kursi roda di tempat-tempat wisata belum memadai untuk mendukung wisatawan dengan kebutuhan khusus.

#### **4. Kurangnya Pengetahuan dan Wawasan Masyarakat tentang Wisata Kuliner dan Wisata Buatan**

Upaya pendidikan dan promosi tentang potensi wisata kuliner dan buatan perlu ditingkatkan. Masyarakat setempat perlu lebih menyadari dan mendukung perkembangan sektor ini. Contoh: Dengan pendidikan dan promosi yang lebih baik, masyarakat dapat menjadi duta pariwisata yang berpengetahuan dan bersemangat dalam mengenalkan potensi wisata Kota Malang.

#### **5. Minimnya Investor dan Infrastruktur Jalan yang Belum Memadai**

Kurangnya investor yang tertarik dalam industri pariwisata dan infrastruktur jalan yang belum memadai menjadi kendala dalam perkembangan pariwisata Kota Malang. Contoh: Investasi yang lebih besar dalam pengembangan destinasi wisata dan perbaikan infrastruktur jalan akan membantu meningkatkan pengalaman wisatawan di Kota Malang.

Sarana infrastruktur jalan yang belum memadai menjadi hambatan serius dalam pengembangan pariwisata di Kota Malang. Terdapat contoh nyata yang mencerminkan permasalahan ini, seperti kemacetan yang sering terjadi pada akhir pekan di jalan menuju Kota Malang. Untuk mengatasi masalah ini, perlu ada upaya serius dalam meningkatkan dan memperluas infrastruktur jalan serta mengelola lalu lintas dengan lebih efektif. Peningkatan infrastruktur akan membantu mengatasi kemacetan, sehingga tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung dan singgah di Kota Malang.

Berikut ini adalah tabel hasil analisis SWOT tentang potensi kota malang sebagai tempat transit wisata yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi lapangan.

**Tabel 1.** Hasil Analisis SWOT Potensi Kota Malang Sebagai Tempat Transit Wisata

<p style="text-align: center;"><b>Internal</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Eksternal</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strengths (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai letak wisata yang strategis</li> <li>2. Terdapat banyak pusat perbelanjaan, tempat kuliner dan destinasi wisata buatan</li> <li>3. Memiliki banyak fasilitas akomodasi dan transportasi yang memadai</li> <li>4. Memiliki akses transportasi yang lengkap seperti terminal, stasiun KA dan bandara.</li> <li>5. Tingginya minat masyarakat terhadap pariwisata</li> <li>6. Pertumbuhan ekonomi yang stabil</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Padatnya pemukiman penduduk</li> <li>2. Kurangnya inovasi dalam pengembangan daya tarik sebuah destinasi pariwisata</li> <li>3. Belum adanya fasilitas untuk wisatawan yang berkebutuhan khusus</li> <li>4. Insfratraktur jalan yang belum memadai</li> <li>5. Kurangnya pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang wisata kuliner dan wisata buatan</li> <li>6. Minimnya investor</li> </ol>
	<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dibangunnya wilayah khusus sebagai pusat kuliner</li> <li>2. Tingginya minat wisatawan terhadap wisata kuliner</li> <li>3. Rencana pengadaan monorail untuk mempercepat akses menuju lokasi tempat wisata</li> <li>4. Banyaknya sekolah dan perguruan tinggi yang membuka jurusan di bidang pariwisata</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan kawasan kuliner dengan menonjolkan makanan khas kota Malang</li> <li>2. Mempercepat pembangunan transportasi monorail sehingga wisatawan dapat tertarik untuk berkunjung ke Malang</li> <li>3. Menjalin Kerjasama dengan akademisi di bidang pariwisata</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya pedagang kaki lima yang</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun koordinasi antara pemerintah dan pedagang kaki lima</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendampingan kepada masyarakat</li> <li>2. Melakukan pelatihan dan penyuluhan untuk</li> </ol>

berdagang di sepanjang trotoar	untuk memajukan pariwisata Kota Malang	meningkatkan kemampuan SDM di bidang pariwisata
2. Banyak destinasi wisata di luar Kota Malang yang lebih menarik dan inovatif	2. Membentuk POKDARWIS di beberapa wilayah Kota Malang	
3. Gencarnya pemerintah pusat untuk membangun jalan tol guna mempersingkat rute perjalanan menuju kota lain tanpa harus melalui Kota Malang	3. Melakukan promosi Kawasan wisata kuliner dan wisata buatan serta wisata lainnya yang ada di Kota Malang	

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat diidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi potensi Kota Malang sebagai destinasi transit wisata. Keberagaman wisatawan, fasilitas transportasi yang baik, dan pengembangan wisata buatan adalah kekuatan utama. Namun, perlu mengatasi masalah koordinasi pemasaran, masalah infrastruktur, dan keterbatasan akomodasi yang merupakan kelemahan. Peluang terletak pada pengembangan wisata tematik, kerjasama dengan Kota Batu, dan pengembangan wisata kuliner. Ancaman meliputi dampak lingkungan, persaingan dengan destinasi lain, krisis keamanan dan kesehatan, serta perubahan permintaan wisatawan.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini, pemerintah dan pemangku kepentingan di Kota Malang dapat merumuskan strategi yang lebih baik untuk mengoptimalkan potensi Kota Malang sebagai destinasi transit wisata yang menarik. Upaya kolaboratif, pemeliharaan infrastruktur, promosi yang terarah, dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

**Tabel 2.** Analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*) potensi Kota Malang sebagai daerah transit wisata

Faktor Eksternal	Bobot (0-1)	Rating (1-4)	Skor
Keanekaragaman Wisatawan	0.15	4	0.60
Fasilitas Transportasi	0.12	4	0.48
Kerjasama dengan Kota Batu	0.10	3	0.30
Persaingan dengan Destinasi Lain	0.08	2	0.16
Krisis Keamanan dan Kesehatan	0.10	2	0.20
Perubahan Permintaan Wisatawan	0.10	2	0.20
Kepentingan Lingkungan	0.12	3	0.36
Total Bobot (Total Weighted Score)			0.77 (77%)



**Tabel 3.** Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) potensi Kota Malang sebagai daerah transit wisata

Faktor Internal	Bobot (0-1)	Rating (1-4)	Skor
Kurangnya Koordinasi Pemasaran	0.12	2	0.24
Masalah Infrastruktur	0.10	2	0.20
Keterbatasan Akomodasi	0.10	3	0.30
Kurangnya Inovasi	0.12	2	0.24
Kurangnya Fasilitas untuk Wisatawan Berkebutuhan Khusus	0.08	2	0.16
Kurangnya Pengetahuan Masyarakat tentang Wisata	0.10	3	0.30
Minimnya Investor dan Infrastruktur Jalan	0.11	2	0.22
Total Bobot ( <i>Total Weighted Score</i> ):			0.73 (73%)

Dari tabel analisis EFAS, Kota Malang memiliki potensi kuat sebagai destinasi transit wisata dengan total bobot 77%. Faktor-faktor positif termasuk keanekaragaman wisatawan dan fasilitas transportasi yang baik. Analisis IFAS menunjukkan bahwa ada tantangan internal, dengan total bobot 73%. Faktor-faktor yang memerlukan perhatian meliputi masalah infrastruktur dan kurangnya inovasi. Dengan strategi yang tepat, Kota Malang dapat mengoptimalkan potensinya sebagai destinasi transit wisata yang menarik dan berkelanjutan.

Pengembangan Kota Malang sebagai daerah transit wisata memerlukan strategi yang komprehensif dan terkoordinasi. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya tarik kota ini sebagai tempat transit wisata:

1. Pengembangan Wisata Tematik:

Menciptakan lebih banyak destinasi wisata tematik yang unik dan beragam, seperti taman tematik, kampung seni, dan destinasi wisata agro. Misalnya, menghadirkan lebih banyak taman tematik yang menawarkan pengalaman bermain, belajar, dan hiburan.

2. Peningkatan Fasilitas Wisatawan:

Menyediakan fasilitas yang ramah bagi wisatawan, termasuk fasilitas toilet yang bersih dan mudah diakses, area istirahat, dan aksesibilitas untuk wisatawan berkebutuhan khusus.

3. Peningkatan Infrastruktur:

Meningkatkan infrastruktur jalan dan transportasi umum untuk mengatasi masalah kemacetan lalu lintas. Ini melibatkan perbaikan jalan, penambahan jalur, dan pengaturan lalu lintas yang efisien. Selain itu, mempertimbangkan alternatif transportasi berkelanjutan seperti sepeda dan transportasi umum yang ramah lingkungan.

4. Kolaborasi dengan Kota Batu.

Mengembangkan kemitraan lebih erat dengan Kota Batu, yang memiliki beragam destinasi wisata, untuk menciptakan paket wisata yang lebih lengkap. Ini akan memungkinkan wisatawan untuk menggabungkan pengalaman di kedua kota dengan lebih mudah.

5. Promosi yang Terarah:

Melakukan promosi yang lebih intensif dan terarah, baik di tingkat nasional maupun internasional. Ini melibatkan kampanye pemasaran yang kuat, pemanfaatan media sosial, dan promosi bersama dengan mitra industri pariwisata.

#### 6. Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat:

Melibatkan masyarakat setempat dalam upaya promosi dan pendidikan tentang potensi wisata kota. Mengadakan program pelatihan dan penyuluhan untuk warga setempat tentang bagaimana mereka dapat berperan dalam industri pariwisata.

#### 7. Investasi dalam Pengembangan Wisata:

Membuka pintu bagi investor yang berminat dalam pengembangan proyek pariwisata. Ini dapat mencakup pembangunan resor, hotel, atau atraksi wisata baru.

#### 8. Konservasi Lingkungan:

Menjalankan program konservasi lingkungan untuk menjaga keberlanjutan dan keindahan alam. Memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata tidak merusak lingkungan alam, seperti pegunungan dan air terjun.

#### 9. Penggunaan Teknologi:

Menerapkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, termasuk aplikasi mobile, pemandu virtual, dan sistem informasi wisata yang dapat membantu wisatawan dalam perjalanan mereka.

#### 10. Pemantauan dan Evaluasi Terus-Menerus:

Menggunakan data dan analisis untuk terus memantau perkembangan wisata, mengevaluasi dampak strategi yang telah diimplementasikan, dan menyesuaikan strategi berdasarkan hasil evaluasi.

Dengan implementasi strategi ini, Kota Malang dapat mengoptimalkan potensinya sebagai destinasi transit wisata yang menarik. Upaya kolaboratif dan berkelanjutan antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, akan menjadi kunci kesuksesan dalam mencapai tujuan ini.

### III. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa untuk Kota Malang memiliki potensi besar sebagai tempat transit wisata, dengan berbagai kekuatan yang dapat digali untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Keanekaragaman daya tarik, termasuk wisata alam, sejarah, budaya, dan kuliner, menjadikan Kota Malang menarik bagi berbagai segmen wisatawan. Selain itu, fasilitas transportasi yang baik, seperti Bandara Abdul Rachman Saleh, memberikan aksesibilitas yang mudah bagi pengunjung dari berbagai daerah.

Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Padatnya pemukiman penduduk, kurangnya inovasi dalam pengembangan daya tarik wisata, dan keterbatasan fasilitas untuk wisatawan berkebutuhan khusus dapat mengurangi potensi Kota Malang sebagai tempat transit wisata yang menarik. Selain itu, infrastruktur jalan yang belum memadai, yang termanifestasi dalam kemacetan lalu lintas pada akhir pekan, perlu segera diperbaiki.

Untuk mengoptimalkan potensi Kota Malang sebagai destinasi transit wisata, diperlukan kerja sama antara pemerintah, masyarakat setempat, dan pihak swasta. Investasi dalam pengembangan destinasi wisata, perbaikan infrastruktur, promosi yang lebih efektif, dan pendidikan masyarakat tentang potensi pariwisata Kota Malang adalah langkah-langkah yang dapat membantu mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan upaya bersama, Kota Malang dapat menjadi destinasi transit wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan.

**REFERENSI**

- Adam, N. F. H., Wuisang, C. E. V., & Mandey, J. C. (2019). ANALISIS POTENSI WISATA BUDAYA DI KOTA TERNATEDALAM UPAYA PENGEMBANGAN PARIWISATA PERKOTAAN. *Jurnal Spasial*, 6(3), 780–791. <https://doi.org/https://doi.org/10.35793/sp.v6i3.26450>
- Creswell, J. W. (2014). *RESEARCH DESIGN PENDEKATAN KUALITATIF, KUANTITATIF, DAN MIXED* (Third Edit). Pustaka Pelajar.
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA (UKM) UNTUK MENINGKATKAN CITRA KOTA MALANG DI WISATA KULINER DAN TEMPAT PARIWISATA. *Cross-Border: Journal of International Border Studies, Diplomacy, and International Relations*, 6(1), 664–678. <https://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/2026/1525>
- Febrianto, V. (2018, September 4). Malang Miliki Potensi Jadi Kota Transit Wisata. *Antaraneews.Com*. <https://jatim.antaraneews.com/berita/262341/malang-miliki-potensi-jadi-kota-transit-wisata>
- Kusuma, P. A., & Salindri, Y. A. (2022). PENGEMBANGAN POTENSI WISATA DI DESA WISATA SIDOREJO KECAMATAN LENDAH KABUPATEN KULON PROGO. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.139>
- Malang, B. P. S. K. (2022). *Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Malang Tahun 2018-2022*. <http://malangkota.bps.go.id>
- Pradipta, M. P. Y. (2021). Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(1), 37–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.53691/jpi.v17i1.134>
- Pramezwarly, A., Juliana, J., & Hubner, I. B. (2021). DESAIN PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI WISATA KULINER DAN BELANJA KOTA BANDUNG. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 10–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9205>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). ANALISIS POTENSI WISATA KULINERDALAM MENDUKUNG PEREKONOMIAN UMKM PESISIR SALIPER ATE DI KABUPATEN SUMBAWA. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis: reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., & Habib, M. A. F. (2021). ANALISIS POTENSI OBYEK WISATA PANTAI DENGAN KONSEP HALAL BEACH TOURISM DI KOTA DENPASAR. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 143–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4814>
- Setioko, M. D. (2019). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KOTA DI KOTA MALANG. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2524>
- Yulianti, N., Firmansyah, R., & Sundari, S. (2020). ANALISIS POTENSI SEKTOR UNGGULAN KOTA BALIKPAPAN DALAM MEMPERSIAPKAN IBU KOTA BARU DARI PERSPEKTIF EKONOMI PERTAHANAN. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.32832/moneter.v8i1.3679>