

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata saat ini telah mengalami banyak perkembangan di dalamnya, hal tersebut dibuktikan bahwa sejak awal dimulainya industri pariwisata di akhir tahun 1960-an telah memberikan dampak yang positif, namun menjelang akhir abad ke-20 pariwisata tidak lagi menunjukkan dampak positifnya terhadap kehidupan masyarakat dan perkembangan suatu negara. Pada akhirnya, di abad ke-21 sektor pariwisata kembali mengalami banyak peningkatan, selain itu adanya pergeseran paradigma pariwisata yang terjadi juga akan berakibat pada banyak hal salah satunya perubahan *trend* yang diminati oleh wisatawan (Amaya *et al.*, 2024)

Pada era saat ini, berbagai destinasi atau daya tarik wisata mulai berbondong-bondong untuk menyuguhkan atraksi wisata sesuai dengan fenomena yang sedang populer. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan merek kota atau *city branding*. *City branding* memiliki pengertian sebagai metode yang digunakan untuk membentuk merek dari suatu wilayah dengan tujuan agar memudahkan pemilik kota dalam mengenalkan kota atau daerahnya sendiri secara global (Aprianto *et al.*, 2023). Kegiatan *city branding* dapat dilakukan melalui beberapa cara seperti mempersiapkan kalimat *positioning*, ikon, slogan, dan media lainnya. *City branding* yang tepat juga akan memberikan manfaat diantaranya yaitu: Kota atau daerah tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas dengan persepsi yang baik, cocok untuk dijadikan tempat wisata, tempat investasi bahkan tempat tinggal, sesuai untuk digunakan

sebagai tujuan khusus, serta dapat dinilai sebagai suatu tempat dengan tingkat keamanan dan kemakmuran yang tinggi (Dhari, 2020).

Fenomena pariwisata yang saat ini sedang banyak dilakukan oleh pengelola serta diminati oleh wisatawan yaitu dengan mengusung konsep *City Tour* karena selaras dengan manfaat *city branding*. Menurut Edward Inskeep dalam Angelo & Solikhah, (2023) *City Tour* atau wisata kota merupakan salah satu jenis kegiatan untuk menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara dengan menyediakan berbagai fasilitas seperti akomodasi serta program kunjungan ke daya tarik wisata yang terdapat pada suatu kota atau kawasan. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) juga mengatakan bahwa adanya wisata kota ini juga bertujuan untuk mengenalkan dan memberikan berbagai pengalaman serta informasi seputar sosial, budaya, alam, teknologi dan aspek lainnya yang lebih luas kepada wisatawan mengenai kota yang dikunjungi. Konsep *City Tour* yang saat ini sedang gencar dilakukan yaitu dengan berkeliling kota diatas transportasi/kendaraan dengan didampingi oleh pemandu wisata (*tour guide*), kegiatan tersebut seringkali disebut dengan *sightseeing tour*.

Transportasi sendiri memiliki peranan yang cukup penting dalam segala aspek kehidupan sehingga diperlukan pengoptimalan mengenai pengelolaan dari seluruh moda transportasi, baik transportasi via darat, udara, maupun laut. Seiring berjalannya waktu industri transportasi juga dapat memberikan dampak positif terhadap masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai kemudahan mengenai mobilitas yang dirasakan masyarakat ketika ingin

mengunjungi suatu tempat baik untuk bekerja, menempuh pendidikan, berlibur dan lain sebagainya kutipan.

Ketersediaan moda transportasi saat ini juga dapat mempermudah masyarakat dalam memilih rute perjalanan, jenis transportasi yang akan digunakan, hingga biaya yang akan dikeluarkan. Tidak hanya berdampak kepada masyarakat, namun dengan adanya perkembangan dalam industri transportasi juga dapat menunjang kegiatan dalam sektor pariwisata. Elsa, (2023) juga mendefinisikan bahwa transportasi wisata sebagai angkutan yang dirancang khusus dan disediakan untuk memudahkan seseorang melakukan perpindahan tempat seperti mengunjungi tempat wisata. Karena pada hakikatnya kedua industri tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain.

Dengan adanya trend bus *City Tour* ini dinilai lebih efektif dan fleksibel bagi wisatawan karena dapat dinikmati oleh seluruh kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Tidak hanya itu, program *City Tour* juga membantu wisatawan yang ingin tahu lebih dalam mengenai suatu daerah atau bahkan bingung menentukan tujuan wisata pada satu destinasi. Umumnya, bus untuk kegiatan berwisata sama seperti bus lainnya, namun bus *City Tour* ini memiliki perbedaan. Perbedaan yang dimaksudkan yaitu mulai dari desain bus, konsep perjalanan, *rute*, dan lain sebagainya. Biasanya destinasi wisata yang memiliki bus *City Tour* ini berkeinginan untuk menonjolkan wisata berbasis perkotaan (*urban tourism*) dengan memilih beberapa daya tarik wisata sebagai ikon dari suatu destinasi. Di Indonesia sendiri sudah terdapat beberapa bus *City Tour* diantaranya yaitu Bus Bandros (Kota Bandung) yang sekaligus menjadi

pelopor bus *City Tour* pertama di Indonesia, kemudian ada Bus SSCT (Kota Surabaya), Bus Jakarta Explorer (DKI Jakarta), Bus Werkudara (Kota Solo), Bus Macito (Kota Malang) dan beberapa bus *City Tour* lainnya.

Dari beberapa bus *citytour* di atas 2 diantaranya berada di Jawa Timur yaitu Bus SSCT di Kota Surabaya dan Bus Macito di Kota Malang. Menyinggung mengenai Kota Malang, (Yulianto *et al.*, 2023) sesuai dengan julukan yang dimiliki sebagai Kota Wisata, saat ini Kota Malang telah menjadi destinasi wisata favorit wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan Pemerintah Daerah untuk selalu meningkatkan kreativitasnya melalui berbagai inovasi baru. Terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung ke Kota Malang misalnya karena kondisi lingkungan yang asri dengan suasana sejuk yang tidak dimiliki oleh seluruh destinasi wisata yang ada di Indonesia.

Kota Malang juga memiliki beragam daya tarik wisata, kemudahan aksesibilitas, serta akomodasi yang melimpah. Daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kota Malang meliputi wisata sejarah, buatan, budaya, kuliner, edukasi dan sebagainya. Berdasarkan data yang terdapat pada portal resmi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang terdapat sekitar 55 daya tarik wisata yang beroperasi saat ini. Dari total keseluruhan yang ada, terdapat beberapa daya tarik wisata yang juga menjadi ikonik Kota Malang diantaranya yaitu Alun-Alun Tugu, *Idjen Boulevard*, *Kajoetangan Heritage*, *Hawai Group* dan lain sebagainya. Hal tersebut juga dapat dikatakan sebagai pemicu adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik

domestik maupun mancanegara di Kota Malang setiap tahunnya (Ummah, 2019). Sehingga tidak heran jika Kota Malang seringkali terjadi kemacetan diakibatkan adanya okupansi wisatawan yang berkunjung. Pernyataan diatas juga dapat dibuktikan dengan adanya jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara selama 10 tahun terakhir, sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan di Kota Malang

Tahun	Kunjungan Wisatawan (orang)		Jumlah
	Domestik	Mancanegara	
2014	2.423.076	6.025	2.429.101
2015	3.376.722	8.754	3.385.476
2016	3.087.074	9.535	3.096.609
2017	4.335.975	11.970	4.347.945
2018	4.809.386	15.021	4.824.407
2019	5.170.523	16.286	5.186.809
2020	662.570	8.826	671.396
2021	771.670	2.241	773.911
2022	1.377.193	18.841	1.396.034
2023	1.179.797	35.358	1.215.155

Sumber: Website resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang, 2025

Dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sesuai dengan tabel 1.1 maka dapat dikatakan bahwa Kota Malang telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan tentunya berdampak kepada seluruh

industri yang ada salah satunya yaitu pariwisata. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya kolaborasi yang baik di antara seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) terkait. Saat ini memang banyak daya tarik wisata yang mulai dikelola oleh lembaga khusus dengan menjadikan masyarakat sebagai pemangku utamanya seperti Pokdarwis, namun tidak menutup kemungkinan bahwa daya tarik wisata juga dapat dikelola langsung oleh instansi pemerintahan seperti Pemerintah Daerah. Di Kota Malang sendiri terdapat beberapa daya tarik wisata yang secara pengelolaan berada dibawah naungan Pemerintah Kota Malang salah satunya yaitu Bus Malang *City Tour* atau disingkat dengan Bus Macito.

Bus Malang *City Tour* atau Macito ini menjadi salah satu bentuk inovasi dari Pemerintah Kota Malang. Awalnya Bus Macito diciptakan dan dikelola oleh Dinas Perhubungan (DISHUB) Kota Malang. Pemilihan moda transportasi bus juga dikarenakan adanya beberapa faktor misalnya memiliki kapasitas angkut cukup besar, praktis dan efisien, biaya perawatan lebih rendah dan lain sebagainya. Berdasarkan informasi dari portal resmi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang (Budpar, 2017) Inovasi tersebut direalisasikan dengan tujuan untuk memanjakan wisatawan dengan berkeliling-keliling Kota Malang, namun dengan didampingi oleh pemandu wisata sehingga wisatawan akan mendapatkan pengalaman sekaligus pengetahuan baru dalam waktu yang bersamaan. Aditya, (2022) menyatakan bahwa program ini sempat ditolak oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Republik Indonesia karena dinilai tidak memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku sehingga berpotensi membahayakan wisatawan.

Dengan adanya Bus Macito yang dapat dikatakan sebagai transportasi wisata pertama di Kota Malang tentu memberikan manfaat yang banyak terutama untuk citra Kota Malang dan kebutuhan wisatawan. Adapun beberapa manfaat yang dapat ditimbulkan dari adanya Bus Malang *City Tour* (MACITO) diantaranya yaitu dapat mempermudah wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam menjelajahi Kota Malang, memperkenalkan daya tarik wisata yang belum banyak diketahui oleh masyarakat awam, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, meningkatkan daya saing antara Kota Malang dengan kota wisata lainnya dan sebagainya.

Tidak hanya memberikan manfaat ternyata Bus Macito sendiri mengalami banyak sekali kendala yang muncul terutama dari pihak internal. Adapun beberapa permasalahan yang ada pada Bus Macito diantaranya yaitu: pemilihan konsep perjalanan yang kurang mendetail sehingga informasi yang diberikan terhadap wisatawan kurang maksimal, pemilihan rute yang monoton dan dinilai membosankan karena tidak ada pembaharuan rute perjalanan, kurangnya bentuk keramah-tamahan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) yang tepat mengenai pelayanan serta adanya keterbatasan armada dan antusiasme masyarakat yang tinggi sehingga tidak sebanding juga dapat menjadi pemicu waktu perjalanan yang singkat. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang menyatakan bahwa antusiasme tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2023 sebesar 49.156 orang sedangkan tahun 2024 mencapai 53.630 orang, jumlah tersebut meliputi seluruh metode

pemesanan baik via *on the spot* (langsung ditempat), bersurat maupun melalui aplikasi (online) dan meliputi wisata nusantara maupun mancanegara. Alasan utama yang mengakibatkan beberapa permasalahan diatas muncul karena adanya ketidaksesuaian antara bidang yang dikelola dengan ranah pihak pengelola (Dinas Perhubungan).

Saat ini Bus Malang *City Tour* (MACITO) secara resmi dialih kelolakan dari Dinas Perhubungan (DISHUB) Kota Malang kepada Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang melalui Rapat Koordinasi dengan dihadiri oleh kedua bidang terkait yang dilakukan di Ruang *Pers Conference* Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang pada hari Senin, (06 Januari 2025). Menurut (Widya, 2025) hal yang mendasari terjadinya alih kelola tersebut yaitu karena adanya penyesuaian bidang pada Bus Malang *City Tour* (MACITO) itu sendiri. Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) sampai saat ini belum sepenuhnya melakukan pembenahan mengenai permasalahan-permasalahan yang terjadi pada Bus Macito.

Secara pengelolaan, saat ini Bus Malang *City Tour* sedang berada pada fase transisi sehingga masih banyak perubahan yang terjadi didalamnya. Perubahan dilakukan sebagai bentuk penyesuaian dari pihak pengelola atau penanggung jawab yang baru yaitu Disporapar. Timbulnya perubahan dalam masa adaptasi seperti ini juga tentunya berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Adapun jumlah kunjungan wisatawan Bus Malang *City Tour*

(MACITO) setelah dialihkan ke Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang antara lain:

Tabel 1. 2 Data Kunjungan Wisatawan Bus Malang *City Tour* (MACITO)

Tahun / Bulan	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2023	49.156 orang
2024	53.630 orang
Januari 2025	680 orang
Februari 2025	3124 orang
Maret 2025	366 orang

Sumber: Arsip Disporapar Kota Malang, 2025

Oleh sebab itu Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Malang memiliki peranan yang cukup besar dan penting diharapkan untuk segera melakukan perbaikan serta memberikan terobosan baru agar Bus Malang *City Tour* (MACITO) tetap konsisten sehingga terus diminati oleh wisatawan. Terdapat banyak sekali peluang serta upaya yang dapat dilakukan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) untuk mendukung keberlangsungan Bus Macito ini.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, peneliti telah menentukan fokus pada penelitian ini guna memberikan batasan-batasan, sehingga pembahasan atau penjabaran dalam penelitian ini akan tetap terarah. Adapun rumusan masalah yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu mengenai “bagaimana pengelolaan pada Bus Malang *City Tour* (MACITO)

sebagai transportasi wisata di Kota Malang?”. Untuk fokus penelitian ini yaitu mengenai pengelolaan Bus Malang *City Tour* (MACITO) yang meliputi pengoperasian/operasional, pelayanan serta aktivitas wisata yang akan diberikan kepada wisatawan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta fokus penelitian yang telah ditentukan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengelolaan dari Bus Malang *City Tour* (MACITO) yang dilakukan dan dipersiapkan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) sebagai transportasi wisata di Kota Malang terutama mengenai operasional, pelayanan serta aktivitas wisata dari Bus Macito yang dapat menunjang eksistensinya sehingga tetap diminati oleh wisatawan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai peran Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) dalam mengelola dan mengembangkan Bus Malang *City Tour* (MACITO) sebagai transportasi wisata di Kota Malang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk kontribusi dari penulis sebagai bahan evaluasi nantinya, baik untuk pihak pengelola maupun peneliti selanjutnya.