

PERATURAN WALIKOTA MALANG  
NOMOR 34 TAHUN 2014  
TENTANG  
RENCANA INDUK PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
WALIKOTA MALANG,

- Menimbang: a. bahwa peninggalan sejarah serta seni dan sosial budaya yang berada di Kota Malang, merupakan sumber daya dan modal yang potensial bagi usaha pengembangan kepariwisataan Daerah;
- b. bahwa potensi kepariwisataan Kota Malang harus di bina dan dikembangkan guna menunjang pembangunan daerah pada umumnya dan pembangunan kepariwisataan pada khususnya yang tidak hanya mengutamakan segi-segi finansial saja, melainkan juga segi-segi agama, budaya, pendidikan, lingkungan hidup, ketentraman dan ketertiban serta kenyamanan;
- c. bahwa dalam rangka pengembangan potensi kepariwisataan yang tersebar di Kota Malang diperlukan langkah-langkah pengaturan yang mampu mewujudkan keterpaduan dalam kegiatan penyelenggaraan kepariwisataan yang berwawasan lingkungan;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Walikota Malang tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah;
- Mengingat: 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 1961 tentang Pencabutan Hak-Hak Tanah dan Benda-Benda yang Ada Diatasnya (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1961 Nomor 288, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2324);

2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3419);
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 164, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4421);
4. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah terakhir kalinya dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
5. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005 - 2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4700);
6. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
7. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
8. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
9. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia

- Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
10. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5059);
  11. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5168);
  12. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
  13. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1987 tentang Peraturan Pemerintah Tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang dan Kabupaten Daerah Tingkat II Malang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1987 Nomor 29, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3354);
  14. Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1994 tentang Pengelolaan Perkembangan Kependudukan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1994 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3559) sebagaimana diubah terakhir kalinya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2009 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5053);
  15. Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1999 tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 54, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3838);

16. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
17. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
18. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2007 tentang Tata Cara Pelaksanaan Kerjasama Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4761);
19. Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2008 tentang Investasi Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 14, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4812) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2011 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 124, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5261);
20. Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 48, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4833);
21. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor);
22. Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2010 - 2014;

23. Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2011 tentang Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011 - 2025;
24. Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Pengadaan Tanah bagi Pembangunan Untuk Kepentingan Umum;
25. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif;
26. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 69 Tahun 2007 tentang Kerjasama Pembangunan Perkotaan;
27. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 73 Tahun 2009 tentang Tata Cara Pelaksanaan Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah;
28. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2012 tentang Batas Daerah Kabupaten Malang dengan Kota Malang Provinsi Jawa Timur;
29. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 18 / PRT / M / 2010 tentang Pedoman Revitalisasi Kawasan;
30. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 46 / UM.001 / MKP / 2009 tentang Pedoman Penulisan Sejarah Lokal;
31. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 47 / UM.001 / MKP / 2009 tentang Pedoman Pemetaan Sejarah;
32. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 49 / UM.001 / MKP / 2009 tentang Pedoman Pelestarian Benda Cagar Budaya dan Situs;
33. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 1 Tahun 2009 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2005 - 2025 (Lembaran Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2009 Nomor 1 Seri E);
34. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Jawa Timur Tahun 2011 - 2031 (Lembaran Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2012 Nomor 3 Seri D);

35. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2008 Nomor 1 Seri E, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Nomor 57);
36. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Tahun 2005 - 2025 (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2010 Nomor 2 Seri E);
37. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2010 Nomor 6 Seri E);
38. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010 - 2030 (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2011 Nomor 1 Seri E, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Nomor 4);

#### MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG RENCANA INDUK  
PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH

#### BAB 1

#### KETENTUAN UMUM

#### Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Malang
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Malang
3. Walikota adalah Walikota Malang
4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang;
5. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu

untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara;

6. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata;
7. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha;
8. Pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian, dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai yang dikehendaki;
9. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional yang selanjutnya disebut dengan RIPPARNAS adalah dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan nasional untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2025;
10. Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya Kepariwisata;
11. Destinasi Pariwisata Kota yang selanjutnya disingkat DPK adalah Destinasi Pariwisata yang berskala kota;
12. Kawasan Strategis Pariwisata Kota yang selanjutnya disingkat KSPK adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan;

13. Perwilayahan Pembangunan DPK adalah hasil perwilayahan Pembangunan Kepariwisata yang diwujudkan dalam bentuk DPK, dan KSPK;
14. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan;
15. Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata;
16. Prasarana Umum adalah kelengkapan dasar fisik suatu lingkungan yang pengadaannya memungkinkan suatu lingkungan dapat beroperasi dan berfungsi sebagaimana semestinya;
17. Fasilitas Umum adalah sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktifitas kehidupan keseharian;
18. Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata;
19. Pemberdayaan Masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan Kepariwisata;
20. Pemasaran Pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisata dan seluruh pemangku kepentingannya;
21. Industri Pariwisata adalah kumpulan Usaha Pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata;
22. Kelembagaan Kepariwisata adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi,



meliputi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisata;

23. Organisasi Kepariwisata adalah institusi baik di lingkungan Pemerintah maupun swasta yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisata;
24. Sumber Daya Manusia Pariwisata yang selanjutnya disingkat SDM Pariwisata adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan Kepariwisata;
25. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata;
26. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan Kepariwisata;
27. Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan cipta individu bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia.

## BAB II

### RUANG LINGKUP

#### Pasal 2

Ruang Lingkup RIPPDA Kota Malang meliputi:

- a. Pembangunan Destinasi Pariwisata;
- b. Pembangunan Pemasaran Pariwisata;
- c. Pembangunan Industri Pariwisata; dan
- d. Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata.

BAB III  
PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

Bagian Kesatu

Umum

Pasal 3

- (1) Pembangunan Kepariwisata Daerah dilaksanakan berdasarkan pada RIPPDA Kota Malang.
- (2) RIPPDA Kota Malang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat:
  - a. visi;
  - b. misi;
  - c. tujuan;
  - d. sasaran; dan
  - e. arah kebijakan, strategi, dan indikasi program pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2014 – 2025.
- (3) Visi Sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) huruf a adalah terwujudnya Destinasi Pariwisata yang BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Adil, Religius, Toleran, Berkemuka, Aman, Berbudaya, Asri dan Terdidik) di tingkat Nasional.
- (4) Misi Sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) huruf b pembangunan Kepariwisata Daerah sebagai berikut:
  - a. Melestarikan dan mengembangkan nilai sejarah dan nilai tradisional yang religious;
  - b. Mengembangkan Daya Tarik Wisata berbasis Edukasi dan Industri;
  - c. Meningkatkan daya saing Pariwisata pada tingkat nasional sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan;
  - d. Mengembangkan tujuan Wisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
  - e. Mengembangkan pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan baik nusantara maupun mancanegara;
  - f. Mengembangkan industri Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, mampu menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab

atas kelestarian dan keseimbangan lingkungan alam dan sosial Edutriya (Edukasi, Industri dan Budaya);

- g. Mengembangkan organisasi kelembagaan Pemerintah, swasta, dan masyarakat;
  - h. Mengembangkan sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya Kepariwisata yang berkelanjutan
- (5) Tujuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) huruf c meliputi:
- a. meningkatkan pelestarian nilai sejarah dan nilai tradisional yang di dasarkan pada nilai religious;
  - b. mewujudkan pariwisata berbasis Edutriya (Edukasi, Industri dan Budaya) yang kreatif dan inovatif sebagai sektor unggulan dan prioritas pembangunan Daerah;
  - c. meningkatkan kualitas dan kuantitas daya tarik wisata yang mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan;
  - d. meningkatkan devisa daerah, produk domestik regional bruto, pendapatan asli daerah, dan pendapatan masyarakat, dengan tetap memelihara kelestarian lingkungan;
  - e. meningkatkan media pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra kawasan pariwisata daerah sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan ulang Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara;
  - f. mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah melalui peningkatan investasi di bidang pariwisata, kerjasama antarusaha pariwisata, memperluas lapangan kerja, dan melaksanakan upaya-upaya untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat;
  - g. mengembangkan lembaga kepariwisataan dan sistem tata kelola yang mampu menyinergikan pembangunan industri Pariwisata, kawasan pariwisata, dan pemasaran pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.
- (6) Sasaran Pembangunan Kepariwisata Kota Malang meliputi:
- a. peningkatan kesadaran terhadap nilai budaya lokal yang religius;
  - b. peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Manca negara;
  - c. peningkatan jumlah pergerakan wisatawan nusantara;

- d. peningkatan jumlah perolehan devisa daerah;
  - e. peningkatan jumlah pengeluaran dari wisatawan nusantara;
  - f. peningkatan PDRB (Product domestic regional bruto) sektor pariwisata;
  - g. peningkatan pelestarian lingkungan;
- (7) Pelaksanaan RIPPDA Kota Malang diselenggarakan secara terpadu oleh Pemerintah Kota, dunia usaha, dan masyarakat.
- (8) Pelaksanaan RIPPDA Kota Malang dilaksanakan dalam tiga (3) tahap sebagai berikut:
- a. tahap I, Tahun 2014 - 2015;
  - b. tahap II, Tahun 2016 - 2020;
  - c. tahap III, Tahun 2021 - 2025.

#### Pasal 4

- (1) RIPPDA Kota Malang menjadi pedoman bagi pembangunan Kepariwisata Daerah.
- (2) Fasilitator program dan kegiatan pembangunan pariwisata dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

#### Pasal 5

- (1) Semua program dan kegiatan pembangunan pariwisata dilakukan bersama-sama oleh Pemerintah daerah, swasta dan masyarakat yang mendukung terhadap pembangunan kepariwisataan sesuai dengan kedekatan fungsi.

### Bagian Kedua

#### Arah Pembangunan Kepariwisata Daerah

#### Pasal 6

Arah Pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi:

- a. prinsip pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan;
- b. orientasi pada upaya-upaya pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan;
- c. dilaksanakan dengan tata kelola yang baik;
- d. dilaksanakan secara terpadu secara lintas sektor, lintas daerah, dan lintas pelaku; dan

- e. dilaksanakan dengan mendorong kemitraan sektor publik dan privat.

#### Pasal 7

Arah pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 menjadi dasar arah kebijakan, strategi, dan indikasi program dari setiap komponen pembangunan Kepariwisata.

### BAB IV

#### ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN DESTINASI PARIWISATA

##### Bagian Kesatu

##### Umum

#### Pasal 8

Pembangunan Destinasi Pariwisata meliputi:

- a. perwilayahan Destinasi Pariwisata;
- b. pembangunan Daya Tarik Wisata;
- c. pembangunan fasilitas umum dan Pariwisata;
- d. pembangunan aksesibilitas dan/atau transportasi;
- e. pemberdayaan masyarakat melalui Kepariwisata; dan
- f. pembangunan investasi di bidang Pariwisata.

##### Bagian Kedua

##### Perwilayahan Destinasi Pariwisata

#### Pasal 9

Perwilayahan Destinasi Pariwisata meliputi:

- a. kawasan Pariwisata Daerah; dan
- b. kawasan Strategis Pariwisata Kota.

#### Pasal 10

- (1) Kawasan Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf a ditetapkan dengan kriteria:

- a. merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah Kecamatan dan/atau lintas Kecamatan yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata;
  - b. memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara regional dan/atau nasional dan/atau internasional, serta membentuk jejaring Daya Tarik Wisata dalam bentuk pola pemaketan daya tarik dan pola kunjungan Wisatawan;
  - c. memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing;
  - d. memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan Wisatawan dan kegiatan Kepariwisata; dan
  - e. memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.
- (2) Kawasan Strategis Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf b ditetapkan dengan kriteria:
- a. memiliki fungsi utama Pariwisata atau potensi pengembangan Pariwisata;
  - b. memiliki sumber daya Pariwisata potensial untuk menjadi Daya Tarik Wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
  - c. memiliki potensi pasar, baik skala nasional maupun khususnya internasional;
  - d. memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi;
  - e. memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
  - f. memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya;
  - g. memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
  - h. memiliki kekhususan dari wilayah;
  - i. berada di wilayah tujuan kunjungan pasar Wisatawan utama dan pasar Wisatawan potensial Daerah, nasional maupun internasional; dan
  - j. memiliki potensi tren Daya Tarik Wisata masa depan.

#### Pasal 11

Pembangunan perwilayahan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9

dilaksanakan secara bertahap dengan kriteria:

- a. memiliki komponen Daya Tarik Wisata yang siap untuk dikembangkan;
- b. memiliki posisi dan peran efektif sebagai penarik investasi yang strategis;
- c. memiliki posisi strategis sebagai simpul penggerak sistemik pembangunan Kepariwisata di wilayah sekitar baik dalam konteks Daerah maupun nasional;
- d. memiliki potensi tren Daya Tarik Wisata masa depan;
- e. memiliki kontribusi yang signifikan dan/atau prospek yang positif dalam menarik kunjungan Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara dalam waktu yang relatif cepat;
- f. memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
- g. memiliki kontribusi terhadap pengembangan keragaman Daya Tarik Wisata; dan
- h. memiliki keunggulan daya saing nasional dan internasional.

#### Pasal 12

Perwilayahan kawasan pariwisata daerah sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 tercantum dalam Lampiran, yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.

#### Bagian Ketiga

#### Pembangunan Pariwisata Daerah

#### Pasal 13

Pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis

Pariwisata Daerah meliputi:

- a. perencanaan pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah;
- b. penegakan regulasi pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah; dan
- c. pengendalian implementasi pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah.

## Pasal 14

- (1) Strategi untuk perencanaan pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud Pasal 13 huruf a meliputi:
  - a. menyusun rencana pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah; dan
  - b. menyusun regulasi tata bangunan dan tata lingkungan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah.
- (2) Strategi untuk penegakan regulasi pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf b dilakukan melalui monitorong dan pengawasan.
- (3) Strategi untuk pengendalian implementasi pembangunan Kawasan Pariwisata Daerah dan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf c dilakukan melalui peningkatan koordinasi satuan kerja Pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat.

## Bagian Keempat

## Pembangunan Daya Tarik Wisata

## Pasal 15

- (1) Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 huruf b meliputi pengembangan dan pembangunan:
  - a. Daya Tarik Wisata Alam;
  - b. Daya Tarik Wisata Budaya; dan
  - c. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia.
- (2) Arah kebijakan pengembangan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud ayat (1) meliputi:
  - a. perintisan pengembangan Daya Tarik Wisata dalam rangka mendorong pertumbuhan Kawasan Pariwisata Daerah dan pengembangan Daerah;
  - b. pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas, daya saing dan daya tarik dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada;
    - a. pemantapan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan daya saing,



- daya tarik dalam menarik kunjungan ulang Wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas; dan
- b. revitalisasi Daya Tarik Wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan, daya saing dan daya tarik pada Kawasan Pariwisata Daerah.
- (3) Arah kebijakan pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi kebijakan pengembangan :
- a. Kawasan Malang Tengah yaitu wilayah Kecamatan Klojen, sebagai kawasan pusat wisata peribadatan, perbelanjaan, perdagangan dan kuliner, di dukung dengan sarana olahraga, dan pendidikan dengan memperhatikan konservasi kawasan lindung dan pengembangan ruang terbuka hijau.
  - b. Kawasan Malang Utara yaitu wilayah Kecamatan Lowokwaru, sebagai kawasan berbasis industri keramik, Wisata buatan dan wisata budaya dengan memperhatikan luas ruang terbuka hijau.
  - c. Kawasan Malang Timur Laut, yaitu wilayah Kecamatan Blimbing, sebagai kawasan terminal, industri rotan dan kripik tempe, perdagangan dan jasa, di dukung dengan pendidikan dan sarana olah raga serta pengembangan ruang terbuka hijau.
  - d. Kawasan Malang Timur, yaitu wilayah Kecamatan Kedungkandang. Sebagai kawasan sarana olahraga/Sport Centre (GOR Ken Arok), Gedung Convention Center, dan industri teropong padang buring.
  - e. Kawasan Malang Barat, yaitu wilayah Kecamatan Sukun, sebagai kawasan pendidikan, wisata buatan lembah dieng perdagangan plaza dieng dan kegiatan jasa.
  - f. Kawasan Malang Tenggara, meliputi wilayah sebagian Kecamatan Sukun dan sebagian Kecamatan Kedung kandang, sebagai perdagangan dan jasa.

#### Pasal 16

Arah kebijakan pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15, dilaksanakan berdasarkan prinsip keseimbangan antara upaya pengembangan manajemen destinasi untuk menciptakan Daya Tarik Wisata berkualitas dan berdaya saing, dan pengembangan upaya

konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumber daya Pariwisata.

#### Pasal 17

- (1) Strategi untuk pengembangan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2) huruf a, dengan cara:
  - a. mengembangkan Daya Tarik Wisata baru di berbagai kawasan wisata; dan
  - b. memperkuat upaya pengelolaan Daya Tarik Wisata dan lingkungan.
- (2) Strategi untuk pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2) huruf b, dengan cara:
  - a. mengembangkan inovasi manajemen daya tarik dan kapasitas Daya Tarik Wisata untuk mendorong akselerasi perkembangan Kawasan wisata dan
  - b. memperkuat upaya konservasi potensi Daya Tarik Wisata dan lingkungan dalam mendukung intensifikasi.
- (3) Strategi untuk Pemantapan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2) huruf c, dengan cara :
  - a. mengembangkan diversifikasi atau keragaman Daya Tarik Wisata; dan
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi Daya Tarik Wisata dan lingkungan dalam mendukung diversifikasi Daya Tarik Wisata.
- (4) Strategi untuk revitalisasi Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2) huruf d, dengan cara:
  - a. revitalisasi struktur, elemen dan aktivitas yang menjadi penggerak kegiatan Kepariwisata;
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi Daya Tarik Wisata dan lingkungan; dan
  - c. memperkuat upaya pengembangan Daya Tarik Wisata permuseuman berbasis budaya dan sejarah.
- (5) Strategi pengembangan kawasan Malang tengah sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf a, dengan cara mengembangkan:
  - a. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Perpustakaan dan Arsip, Komplek Perguruan Tinggi, Kompleks Toko Buku Bekas Wilis;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau:

- Stadion Gajayana, Hutan Kota Malabar, Jalan Besar Ijen Boulevard, Alun-alun Merdeka, Alun alun Tugu;
- c. Daya Tarik Wisata berbasis Taman Rekreasi: Taman Rekreasi Kota, Taman Senaputra;
  - d. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya : Musium Brawijaya, Musium Bentul, Balai Kota Malang, Gedung PLN, Corjesu, Toko OEN, Bangunan Kolonial Jalan Ijen, Patung Pahlawan Trip;
  - e. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja : Pasar Burung, Pasar Bunga splendid, Pasar Besar, Malang Olympic Garden (MOG), Pasar Comboran, Malang Town Square (MATOS);
  - f. Daya Tarik Wisata berbasis Peribadatan: Masjid Jami', Gereja Ijen, Gereja Kayutangan;
  - g. Atraksi wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.
- (6) Strategi pengembangan Kawasan Malang Utara dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf b, dengan cara mengembangkan:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Buatan: Telogo Mas;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Musium Mpu Purwa, Taman Krida Budaya;
  - c. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Keramik Dinoyo;
  - d. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Kompleks Perguruan Tinggi;
  - e. Atraksi wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.
- (7) Strategi pengembangan Kawasan Malang Timur Laut dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf c, dengan cara mengembangkan:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Rotan Bale Arjosari, Sentra Industri Mebel Kemirahan, Sentra Industri Tempe Sanan;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Araya;
  - c. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau dan Rekreasi: Kota Araya;

- d. Atraksi wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang
- (8) Strategi pengembangan Kawasan Malang Timur dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf d, dengan cara mengembangkan:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Olahraga: GOR Ken Arok, Sirkuit Sepeda Gunung, Velodrom;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Makam Ki Ageng Gribig;
  - c. Dayatarik rintisan yaitu wisata terpadu Buring yang berbasis pada: wisata buatan dan rekreasi, pendidikan, Museum, Pasar seni, Outond, pendidikan dan wisata permainan/ketangkasan;
  - d. Atraksi wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.
- (9) Strategi Pengembangan kawasan Malang Barat dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf e, dengan cara mengembangkan:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Dieng;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Rekreasi: Istana Dieng/lembahdieng.
- (10) Strategi pengembangan Malang Tenggara dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (3) huruf f, dengan cara mengembangkan:
- a. Daya Tarik Wisata Buatan berbasis Rekreasi: Kolam Renang, Permainan Anak-anak;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan.

#### Bagian Kelima

#### Fasilitas Kepariwisata

#### Pasal 18

Arah kebijakan pembangunan Fasilitas Kepariwisata meliputi:

- a. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisata yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing Kawasan dan perintisan Pariwisata;
- b. Perbaikan jalan, tempat parkir dan trotoar yang bersih sehingga nyaman rest area pembangunan, pasar seni, pengembangan

- kawasan pusat wisata peribadatan, perbelanjaan, perdagangan dan jasa, di dukung dengan sarana olahraga, dan pendidikan;
- c. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan kawasan berbasis industri keramik, Wisata buatan dan wisata budaya;
  - d. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan kawasan terminal, industri rotan dan kripik tempe, perdagangan dan jasa, di dukung dengan pendidikan dan sarana olah raga;
  - e. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan kawasan sarana olahraga/Sport Centre (GOR Ken Arok), Gedung Convention Center, dan industri teropong padang buring;
  - f. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan kawasan pendidikan, wisata buatan lembah dieng perdagangan plaza dieng dan kegiatan jasa;
  - g. Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan perdagangan dan jasa, pembangunan pasar seni.

#### Pasal 19

- (1) Strategi pembangunan Fasilitas Kepariwisataaan dalam pengembangan Kawasan Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf a, dengan cara:
  - a. Peningkatan fasilitas untuk memberikan identifikasi kawasan kampung-kampung yang memiliki ciri khas (Kampung Keramik ada Dinoyo dan Bethék, Kampung Madura ada di Buring, Kampung Pecinan ada di sekitar Pasar Besar, Kampung Arab, Kampung Arema) kampung-kampung tersebut seyogyanya mempunyai akses jalan dan penerangan yang memadai, selokan kiri kanan jalan bersih ada tempat parkir yang cukup luas. Juga perlu diberi fasilitas toilet tersendiri sehingga apabila wisatawan berkunjung tidak kesulitan;
  - b. Peningkatan sarana Amdal yang sehat di Sanan produksi tempe, mengatur jarak dengan ternak sapi sehingga apabila wisatawan

- ingin melihat proses pembuatan tempe sesuai dari segi kebersihan dan kenyamanan;
- c. Pembangunan Pasar Seni yang menjadi tempat berbelanja satu kali berhenti belanja dan bisa mendapatkan berbagai produk (*One stop Malang Shopping*), dan mengaktifkan kembali 'Pasar Senggol';
  - d. meningkatkan pemberian insentif untuk pembangunan fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan Kawasan Pariwisata;
  - e. meningkatkan fasilitasi pemerintah untuk pengembangan fasilitas pendukung Pariwisata atas inisiatif swasta;
  - f. merintis dan pengembangan fasilitas umum dan fasilitas umum fisik dasar untuk mendukung kesiapan Kawasan Pariwisata dan meningkatkan daya saing Kawasan Pariwisata; dan
  - g. merintis dan mengembangkan fasilitas umum dan fasilitas umum fisik dasar untuk memperkuat upaya pengembangan Daya Tarik Wisata permuseuman berbasis budaya dan sejarah.
- (2) Strategi peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisata yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing Kawasan Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf b, dengan cara mengembangkan:
- a. berbagai skema kemitraan antara Pemerintah Daerah dan swasta;
  - b. berbagai skema kemandirian pengelolaan; dan
  - c. Fasilitas Kepariwisata yang memenuhi kebutuhan Wisatawan berkebutuhan khusus.
- (3) Strategi pengendalian pembangunan Fasilitas Kepariwisata bagi kawasan-kawasan Pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf c, meliputi:
- a. mengembangkan regulasi pembatasan perijinan untuk menjaga daya dukung lingkungan;
  - b. menegakkan peraturan perundang-undangan; dan
  - c. meningkatkan penerapan disinsentif untuk pembangunan fasilitas Pariwisata.
- (4) Strategi pembangunan Fasilitas Kepariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan daya tarik wisata kawasan Klojen dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf d, dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisata dalam mendukung:

- a. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Perpustakaan Kota Malang dan Arsip, Komplek Perguruan Tinggi, Kompleks Toko Buku Bekas Wilis;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau: Stadion Gajayana, Hutan Kota Malabar, Jalan Besar Ijen Boulevard, Alun-alun Merdeka, Alun alun Tugu;
  - c. Daya Tarik Wisata berbasis Taman Rekreasi: Taman Rekreasi Kota, Taman Senaputra;
  - d. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Musium Brawijaya, Musium Bentul, Balai Kota Malang, Gedung PLN, Corjesu, Toko OEN, Bangunan Kolonial Jalan Ijen, Patung Pahlawan Trip;
  - e. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Pasar Burung, Pasar Bunga splendid, Pasar Besar, Malang Olympic Garden (MOG), Pasar Comboran, Malang Town Square (MATOS);
  - f. Daya Tarik Wisata berbasis Peribadatan: Masjid Jami', Gereja Ijen, Gereja Kayutangan.
- (5) Peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata kawasan Lowokwaru dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf e, dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Buatan: Telogo Mas;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Musium Mpu Purwa, Taman Krida Budaya;
  - c. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Keramik Dinoyo;
  - d. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Kompleks Perguruan Tinggi.
- (6) Strategi peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata kawasan Blimbing dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf f dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Rotan Bale Arjosari, Sentra Industri Mebel Kemirahan, Sentra Industri Tempe Sanan;

- b. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Araya;
  - c. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau dan Rekreasi: Kota Araya;
- (7) Strategi peningkatan kualitas Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata kawasan Kedungkandang dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf g, dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung :
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Olahraga: GOR Ken Arok, Sirkuit Sepeda Gunung, Velodrom;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Makam Ki Ageng Gribig.
- (8) Strategi pengembangan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung daya tarik wisata kawasan Sukun dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf h, dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung:
- a. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Dieng;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Rekreasi :Istana Dieng.
- (9) Strategi pembangunan Fasilitas Kepariwisataaan yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata kawasan Sukun dan sebagian kawasan Kedung kandang dan sekitarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf i, dengan cara mengembangkan Fasilitas Kepariwisataaan dalam mendukung:
- a. Daya Tarik Wisata Buatan berbasis Rekreasi: Kolam Renang, Permainan Anak-anak;
  - b. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Pondok Pesantren.

#### Pasal 20

Pemerintah Daerah dan/atau Pemerintah Kabupaten/Kota memberikan insentif dan disinsentif dalam pembangunan Fasilitas Kepariwisataaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 21

Penanggung jawab dalam melaksanakan arah kebijakan dan strategi dilakukan oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) sesuai dengan keterkaitan fungsinya.



## Bagian Keenam

## Pembangunan Aksesibilitas dan/atau Transportasi Pariwisata

## Pasal 22

Arah kebijakan pembangunan aksesibilitas dan/atau transportasi Pariwisata, meliputi pengembangan:

- a. moda transportasi dalam mendukung pengembangan Pariwisata;
- b. prasarana transportasi dan lahan parkir yang luas untuk kendaraan besar/bus dalam mendukung pengembangan Pariwisata; dan
- c. sistem transportasi dalam mendukung pengembangan Pariwisata.

## Pasal 23

- (1) Strategi untuk pengembangan moda transportasi dalam mendukung pengembangan Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 huruf a, dengan cara mengembangkan moda transportasi:
  - a. darat yang nyaman dan aman disepanjang koridor Pariwisata utama;
  - b. perkeretaapian yang nyaman dan aman sebagai pendukung pembangunan Kepariwisata;
  - c. udara yang nyaman, aman, dan memenuhi kebutuhan penerbangan nasional dan membuat jalur penerbangan internasional sebagai gerbang utama Pariwisata untuk pendukung pembangunan Kepariwisata;
  - d. penunjang pengembangan bandar udara yang nyaman dan aman;
  - e. penghubung antara Daya Tarik Wisata dan bandar udara yang nyaman dan aman;
  - f. fasilitas sarana bagi wisatawan penyandang disabilitas;
  - g. meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan angkutan umum;
  - h. mengadakan angkutan umum massal meliputi angkutan umum bus metro, bus kota dan kereta api komuter;
- (2) Strategi untuk pengembangan prasarana transportasi dalam mendukung pengembangan Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 huruf b, dengan cara mengembangkan prasarana transportasi:
  - a. meningkatkan dan memperbaiki kualitas sarana dan prasarana terminal dan sub terminal;

- b. mengalih fungsikan Terminal Gadang menuju ke Terminal Hamid Rusdi;
  - c. membangun terminal kargo di sekitar jalan lingkar sebagai terminal angkutan barang;
  - d. membangun halte khusus untuk bus metro, bus kota, dan angkutan kota (angkot) sebagai tempat menaikkan dan menurunkan penumpang dan berfungsi untuk mencegah kemacetan.
- (3) Strategi untuk pengembangan sistem transportasi dalam mendukung pengembangan Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 huruf c, dengan cara mengembangkan sistem transportasi:
- a. mengatur rute arus pergerakan/lalu lintas melalui peraturan khusus, berupa pengalihan rute pada jam-jam khusus untuk menghindari penumpukan jumlah pergerakan;
  - b. mengkondisikan kembali fungsi-fungsi jalan untuk kesesuaian antara kondisi fisik dengan persyaratan pada masing-masing fungsi jaringan jalan;
  - c. membangun jaringan jalan lingkar yang dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat;
  - d. meningkatkan kapasitas ruas jalan utama kota.

## Bagian Ketujuh

### Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kepariwisata

#### Pasal 24

Arah kebijakan pemberdayaan masyarakat melalui Kepariwisata, meliputi:

- a. peningkatan kapasitas dan peran masyarakat dalam pembangunan bidang Kepariwisata;
- b. peningkatan usaha ekonomi kreatif di bidang Kepariwisata; dan
- c. penguatan kesadaran Wisata masyarakat.

#### Pasal 25

- (1) Strategi untuk peningkatan kapasitas dan peran masyarakat dalam pembangunan bidang Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 huruf a, dengan cara:

- a. mengembangkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Kepariwisata; dan
  - b. menguatkan kelembagaan masyarakat dalam pengembangan Pariwisata.
- (2) Strategi untuk peningkatan usaha ekonomi masyarakat di bidang Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 huruf b, meliputi:
- a. meningkatkan kapasitas/skill serta produk layanan usaha ekonomi masyarakat di bidang Pariwisata; dan
  - b. mengembangkan regulasi yang berorientasi untuk mendorong perkembangan usaha ekonomi yang dikembangkan oleh masyarakat lokal.
- (3) Strategi untuk penguatan kesadaran Wisata masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 huruf c, meliputi:
- a. meningkatkan pemahaman, dukungan, dan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan sapa pesona bagi terciptanya iklim kondusif Kepariwisata setempat; dan
  - b. meningkatkan motivasi, kesempatan, dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai alam dan budaya Daerah.

## Bagian Kedelapan

### Pembangunan Investasi di bidang Pariwisata

#### Pasal 26

Arah kebijakan pembangunan investasi di bidang Pariwisata meliputi:

- a. peningkatan insentif investasi di bidang Pariwisata sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- b. peningkatan kemudahan investasi di bidang Pariwisata; dan
- c. peningkatan promosi investasi di bidang Pariwisata;

#### Pasal 27

- (1) Strategi untuk peningkatan insentif investasi di bidang Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf a, dengan cara meningkatkan:
- a. pemberian keringanan pajak secara gradual untuk investasi penanaman modal asing dan modal dalam negeri di sektor Pariwisata;

- b. perbaikan jasa pelayanan pajak untuk investasi penanaman modal asing dan modal dalam negeri disektor Pariwisata; dan
  - c. respon positif masyarakat untuk menciptakan iklim investasi yang sehat.
- (2) Strategi untuk peningkatan kemudahan investasi di bidang Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf b, dengan cara mengembangkan:
- a. debirokratisasi investasi di bidang Pariwisata; dan
  - b. deregulasi peraturan yang menghambat perizinan.
- (3) Strategi untuk peningkatan promosi investasi di bidang Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf c, dengan cara:
- a. menyediakan informasi peluang investasi di Kawasan Pariwisata;
  - b. meningkatkan promosi investasi bidang Pariwisata di dalam negeri dan luar negeri; dan
  - c. meningkatkan sinergi promosi penanaman modal bidang Pariwisata dengan sektor terkait.

## BAB V

### ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN PEMASARAN PARIWISATA DAERAH

#### Pasal 28

- Arah kebijakan pemasaran Pariwisata Daerah dilaksanakan melalui;
- a. pemetaan event wisata dan analisis peluang pasar ke pasar potensial;
  - b. pemantapan segmen pasar Wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar dalam mengoptimalkan pengembangan Destinasi Pariwisata dan dinamika pasar global;
  - c. pemantapan segmen pasar Wisatawan massal, dengan fokus pengembangan segmen keluarga dan komunitas/tradisi budaya dan pengembangan segmen ceruk pasar dengan fokus pengembangan segmen MICE;
  - d. pengembangan dan pemantapan citra Daerah sebagai Destinasi Pariwisata;
  - e. pengembangan citra Kepariwisata Daerah sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman dan berdaya saing;
  - f. peningkatan peran media komunikasi pemasaran dalam memasarkan dan mempromosikan Wisata;

- g. pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan;
- h. pendukung kebijakan promosi penggerak Wisatawan; dan
- i. pemberdayaan lembaga Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD).

#### Pasal 29

- (1) Strategi untuk pemetaan event wisata dan analisis peluang pasar ke pasar potensial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf a, dengan cara:
  - a. pendataan secara rutin event / kegiatan yang sudah ada setiap tahun seperti AKSIOMA (festival Madrasah) dan berbagai festival kampung yang kini banyak muncul dalam suatu dokumen sehingga akan memudahkan wisatawan untuk menyusun rencana perjalanannya;
  - b. dokumentasi produk wisata wisata yang menjadi unggulan Kota Malang di catat dan didokumentasikan dalam satu pedoman wisata sehingga memudahkan biro perjalanan atau organisasi terkait dalam menyusun paket wisata;
  - c. penambahan *Tourist Information Center* baik secara kuantitas dan kualitas misalnya mendirikan Pusat Informasi Wisata di bandara atau stasiun dan sekaligus tersedia angkutan wisata untuk berkeliling Malang. Serta di masukan dalam buku '*Lonely Planet*' (buku petunjuk wisata internasional);
  - d. melakukan analisis, penetapan dan pengembangan pasar potensial Wisatawan nusantara dan manca negara;
  - e. merencanakan dan mengembangkan strategi bauran pemasaran untuk target pasar potensial berbasis prinsip pemasaran bertanggung jawab.
- (2) Strategi untuk pemantapan segmen pasar Wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar dalam mengoptimalkan pengembangan Destinasi Pariwisata dan dinamika pasar global sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf b, dengan cara :
  - a. mengembangkan program pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar;
  - b. mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
  - c. akselerasi pergerakan Wisatawan; dan

- d. intensifikasi pemasaran Wisata MICE yang diselenggarakan oleh sektor lain.
- (3) Strategi untuk pemantapan segmen pasar Wisatawan massal dengan fokus terhadap pengembangan segmen keluarga dan komunitas/tradisi budaya, pengembangan segmen ceruk pasar dengan fokus terhadap pengembangan segmen Wisata MICE sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf c, dengan cara:
    - a. mengembangkan segmen pasar Wisatawan berbasis komunitas;
    - b. mengoptimalisasi segmen kunjungan teman dan relasi terutama saat liburan dan wisuda;
    - c. merevitalisasi dan mendiversifikasi produk Wisata bagi Wisatawan;
    - d. memberikan insentif khusus Wisata bagi Wisatawan;
    - e. mengakselerasi program-program promosi Wisata secara lebih terfokus;
    - f. mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
    - g. meningkatkan publikasi promosi Pariwisata; dan
    - h. mengembangkan segmen Wisata MICE.
  - (4) Strategi untuk pengembangan dan pemantapan citra Daerah sebagai Destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf d, dengan cara:
    - a. mengembangkan dan memantapkan positioning; dan
    - b. mengembangkan program perlindungan hak-hak konsumen.
  - (5) Strategi untuk pengembangan citra Kepariwisata Daerah sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf e, dengan cara meningkatkan kehadiran media dan dalam rangka meningkatkan citra positif Pariwisata.
  - (6) Strategi untuk peningkatan peran media komunikasi pemasaran dalam memasarkan dan mempromosikan Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf f, dengan cara:
    - a. mengoptimalisasi pemanfaatan media komunikasi pemasaran, baik media cetak maupun media elektronik;
    - b. mengembangkan *E-Marketing*;
    - c. meningkatkan kehadiran media dan dalam rangka meningkatkan citra positif Pariwisata;

- d. *Public relation* dan mengembangkan pengalaman pemasaran sebagai mekanisme mendatangkan kunjungan dalam jumlah besar; dan
  - e. *Public relation* dalam penanganan pembenahan citra pasca bencana alam.
- (7) Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 huruf g, dengan cara:
- a. mengembangkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan Pariwisata Daerah;
  - b. mengembangkan strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumber daya lingkungan dan Wisatawan; dan
- (8) Strategi untuk pendukung kebijakan promosi pepergerakan Wisatawan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf h meliputi:
- a. memberlakukan 5 hari kerja; dan
  - b. menyelenggarakan berbagai program pendukung penerapan cuti bersama oleh pemerintah pusat.
- (9) Strategi untuk pengembangan Badan Promosi Pariwisata Daerah, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 huruf i, adalah mengembangkan Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) sebagai lembaga mitra promosi pemerintah.

## BAB VI

### ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN INDUSTRI PARIWISATA DAERAH

#### Pasal 30

Arah kebijakan pembangunan Industri Pariwisata, meliputi:

- a. peningkatan kualitas dan keragaman produk-produk usaha Pariwisata;
- b. peningkatan fasilitasi, regulasi, dan insentif untuk pengembangan usaha Pariwisata;
- c. penguatan struktur usaha Pariwisata; dan
- d. penguatan kemitraan usaha Pariwisata dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mendukung usaha Kepariwisataaan.

## Pasal 31

- (1) Strategi untuk peningkatan kualitas dan keragaman produk-produk usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf a, dengan cara:
  - a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas UKM yang memiliki ciri khas budaya malang;
  - b. Pengembangan pasar kuliner dalam satu kawasan tersendiri untuk memudahkan wisatawan;
  - c. meningkatkan daya saing usaha Pariwisata; dan
  - d. menciptakan iklim usaha yang kondusif.
- (2) Strategi untuk peningkatan fasilitasi, regulasi, dan insentif untuk pengembangan usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf b, dengan cara meningkatkan:
  - a. sistem dan skema fasilitasi untuk usaha Pariwisata;
  - b. sistem dan skema regulasi untuk usaha Pariwisata; dan
  - c. penggunaan teknologi informasi dalam usaha-usaha di Kawasan Pariwisata.
- (3) Strategi untuk penguatan struktur usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf c, dengan cara:
  - a. memfasilitasi pembentukan organisasi industri Pariwisata; dan
  - b. memperkuat mata rantai penciptaan nilai.
- (4) Strategi untuk penguatan kemitraan usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf d, dengan cara mengembangkan:
  - a. pola-pola kerjasama industri lintas sector yaitu melaksanakan koordinasi antar UKM dan HPI. Melakukan pendampingan bagi UKM dan pelatihan SDM di bidang pariwisata. Kerjasama antara pengusaha dan HPI dalam pemberian komisi. Hal ini sangat penting untuk menjaga relasi karena apabila hal ini kurang diperhatikan maka pemandu akan membawa wisatawan untuk berbelanja di daerah lain;
  - b. pola-pola kerjasama untuk keadaan darurat; dan
  - c. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mendukung usaha Kepariwisataaan.



BAB VII  
ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN  
KELEMBAGAAN KEPARIWISATAAN DAERAH

Bagian Kesatu  
Umum

Pasal 32

Pembangunan kelembagaan Kepariwisata Daerah meliputi:

- a. pengembangan organisasi Kepariwisata; dan
- b. pembangunan sumber daya manusia Pariwisata.

Bagian Kedua  
Pengembangan Organisasi Kepariwisata

Pasal 33

Arah kebijakan pengembangan organisasi Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf a, meliputi:

- a. restrukturisasi organisasi dan optimalisasi koordinasi Kepariwisata di Daerah;
- b. optimalisasi organisasi Kepariwisata swasta dan masyarakat di daerah; dan
- c. optimalisasi kemitraan usaha pariwisata antara Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat.

Pasal 34

- (1) Strategi untuk restrukturisasi dan reposisi organisasi Kepariwisata di Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 huruf a, dilaksanakan melalui: koordinasi antar wilayah Kabupaten/Kota, antar SKPD, meningkatkan peran Perguruan tinggi negeri maupun swasta untuk konsep-konsep /teori di berbagai bidang yang terkait dengan pariwisata.
- (2) Strategi untuk optimalisasi organisasi Kepariwisata swasta dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 huruf b, dengan cara:
  - a. menguatkan peran serta swasta dalam meningkatkan akselerasi pembangunan kepariwisataan melalui kemitraan swasta dan Pemerintah Daerah; dan

- b. mengembangkan dan revitalisasi organisasi masyarakat di bidang Pariwisata melalui peran BPPD (Badan Promosi Pariwisata Daerah) agar lebih aktif dalam memasarkan produk karena badan ini adalah salah satu *think-tank* (pemikiran/otak yang berhubungan dengan riset)nya pengembangan pariwisata suatu daerah.
- (3) Strategi untuk optimalisasi kemitraan usaha Pariwisata antara Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 huruf c, dengan cara;
- a. memperkuat sinkronisasi antara Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat dengan peran serta ABG (*Academician Businessman and Government*) suatu peran yang sinergis dan sangat tepat, pariwisata dibangun dengan konsep-konsep oleh akademisi dijalankan oleh pebisnis akan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat banyak; dan
  - b. memperbaiki pelayanan kepada swasta dan masyarakat.

### Bagian Ketiga

#### Pembangunan Sumber Daya Manusia Pariwisata

##### Pasal 35

Arah kebijakan pembangunan sumber daya manusia Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf b, meliputi:

- a. optimalisasi dan akselerasi kompetensi sumber daya manusia Pemerintah Daerah;
- b. akselerasi kualitas institusi pendidikan Kepariwisata;
- c. standarisasi dan sertifikasi tenaga pendidik; dan
- d. optimalisasi kuantitas dan kualitas sumber daya manusia Pariwisata.

## Pasal 36

- (1) Strategi untuk optimalisasi dan akselerasi kompetensi sumber daya manusia Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf a, dengan cara:
  - a. optimalisasi kapasitas sumber daya manusia pemerintah kota; dan
  - b. pemetaan kualifikasi kompetensi profesi di bidang Pariwisata.
- (2) Strategi untuk akselerasi kualitas institusi pendidikan Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf b, dengan cara:
  - a. penguatan institusi pendidikan Pariwisata; dan
  - b. pengembangan kerjasama antara institusi pendidikan dan industri Pariwisata.
- (3) Strategi untuk standarisasi dan sertifikasi tenaga pendidik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf c, dengan cara:
  - a. sertifikasi profesi calon tenagakerja industry pariwisata, tenaga pendidik , guru atau dosen; dan
  - b. akselerasi kualitas pendidik Kepariwisata.
- (4) Strategi untuk optimalisasi kuantitas sumber daya manusia Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf d, dengan cara:
  - a. perancangan jangka panjang kebutuhan sumber daya manusia Pariwisata;
  - b. pemetaan dan pengadaan sumber daya manusia di tiap-tiap DTW; dan
  - c. sertifikasi profesi di bidang Kepariwisata.

## BAB VIII

## INDIKASI PROGRAM PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

## Pasal 37

- (1) Rincian indikasi program pembangunan Kepariwisata Daerah dalam jangka waktu 2013-2025 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) huruf e, serta penanggungjawab pelaksanaannya tercantum dalam lampiran Peraturan Walikota ini.
- (2) Indikasi program pembangunan Kepariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan tahapan rencana pembangunan jangka menengah Daerah.

- (3) Dalam pelaksanaan indikasi program pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penanggungjawab didukung oleh SKPD terkait lainnya.
- (4) Dalam pelaksanaan indikasi program pembangunan Kepariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat didukung oleh dunia usaha dan masyarakat.

## BAB IX

### PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN

#### Pasal 38

- (1) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan RIPPDA Kota Malang.
- (2) Pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara:
  - a. koordinasi lintas sektor dan lintas pemangku kepentingan dalam melaksanakan RIPPDA Kota Malang;
  - b. pendataan dan inventarisasi potensi dan permasalahan di bidang Kepariwisata yang mencakup Destinasi Pariwisata, pemasaran Pariwisata, industri Pariwisata, kelembagaan dan Sumber Daya Manusia Kepariwisata.

## BAB X

### KETENTUAN PENUTUP

#### Pasal 39

Dengan berlakunya Peraturan ini, maka RIPPDA Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kota Malang dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 40

Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan, agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Malang.

Ditetapkan di Malang  
pada tanggal 1 Oktober 2014

WALIKOTA MALANG,

ttd.

H.MOCH. ANTON

Diundangkan di Malang

Pada tanggal 2014

SEKRETARIS DAERAH KOTA MALANG

ttd.

Dr. Drs. H. SHOFWAN, SH, M.Si  
Pembina Utama Madya  
NIP. 19580415 198403 1 012

LEMBARAN DAERAH KOTA MALANG 2014 NOMOR 34

Salinan sesuai aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM,

TABRANI, SH, M.Hum.

Pembina

NIP. 19650302 199003 1 019

## PENJELASAN

## PERATURAN DAERAH KOTA MALANG

NOMOR .....

## TENTANG

RENCANA INDUK PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH  
KOTA MALANG

## A. UMUM

Posisi sektor Pariwisata sebagai salah satu pilar pembangunan nasional semakin menunjukkan posisi dan peran yang sangat penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan baik dalam penerimaan devisa, pendapatan Daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja di berbagai wilayah di Indonesia. Dinamika dan tantangan dalam konteks regional dan global, telah menuntut suatu perencanaan dan pengembangan sektor Pariwisata yang memiliki jangkauan strategis, sistematis, terpadu, dan sekaligus komprehensif mencakup keseluruhan komponen pembangunan Kepariwisata yang terkait, baik dari aspek industri Pariwisata, Destinasi Pariwisata, pemasaran, maupun kelembagaan.

RIPPDA Kota Malang akan menjadi pondasi dan dasar yang sangat penting bagi pengembangan dan pengelolaan sumber daya Pariwisata budaya dan alam yang tersebar di seluruh Daerah. RIPPDA Kota Malang secara konkrit akan memberikan visi, arah, dan rencana yang jelas bagi pengembangan kawasan-kawasan Wisata baik yang sudah layak disebut unggulan maupun yang potensial di seluruh Daerah. RIPPDA Kota Malang ini sekaligus akan memberikan panduan atau arahan bagi pemangku kepentingan terkait baik di tingkat pusat maupun Daerah, baik pemerintah/ sektor publik, swasta, maupun masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan Destinasi Pariwisata secara terarah, tepat sasaran, dan

berkelanjutan.

Keseluruhan substansi yang dicakup dalam penyusunan RIPPDA Kota Malang tersebut selanjutnya akan menjadi kunci atau *roadmap* yang sangat penting dalam membangun dan membangkitkan keunggulan banding dan keunggulan saing Pariwisata Daerah dalam peta Pariwisata nasional dan internasional di abad 21 ini, dan khususnya dalam meningkatkan kontribusi sektor Pariwisata sebagai sektor andalan dalam pendapatan asli Daerah dan menggantikan kontribusi sektor lain di masa mendatang.

RIPPDA Kota Malang diperlukan sebagai acuan operasional pembangunan Pariwisata bagi pelaku Pariwisata dan pelaku ekonomi, sosial dan budaya, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dengan pembangunan Kepariwisataan Daerah. RIPPDA Kota Malang sangat penting, karena:

- a. memberikan arah pengembangan yang tepat terhadap potensi Kepariwisataan (dari sisi produk, pasar, spasial, sumber daya manusia, manajemen, dsbnya), sehingga dapat tumbuh dan berkembang secara positif dan berkelanjutan bagi pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat; dan
- b. mengatur peran setiap pemangku kepentingan terkait (lintas sektor, lintas pelaku, lintas Daerah/ wilayah) agar dapat mendorong pengembangan Pariwisata secara sinergis dan terpadu.

## B. PENJELASAN PASAL DEMI PASAL

Pasal 1.

Cukup jelas.

Pasal 2.

Huruf a

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Destinasi Pariwisata” adalah upaya pembangunan secara terpadu dan sistematis seluruh komponen Destinasi Pariwisata dalam rangka menciptakan, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan Kepariwisataan serta kemudahan pergerakan Wisatawan di Destinasi Pariwisata.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Pemasaran Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk Wisata dan mengelola relasi dengan Wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisata dan seluruh pemangku kepentingannya.

#### Huruf c

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Industri Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka mendorong penguatan struktur industri Pariwisata, peningkatan daya saing produk Pariwisata, penguatan kemitraan usaha Pariwisata, penciptaan kredibilitas bisnis; dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

#### Huruf d

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka pengembangan organisasi Kepariwisata, pengembangan sumber daya manusia Pariwisata untuk mendukung dan meningkatkan kualitas pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisata di Destinasi Pariwisata.

### Pasal 3.

#### Ayat 1

Cukup jelas.

#### Ayat 2

Cukup jelas.

#### Ayat 3

Yang dimaksud dengan “Destinasi Wisata berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara, berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan Daerah untuk kesejahteraan masyarakat” adalah Destinasi Wisata yang memiliki keunikan dan kekhasan dengan karakter dan kearifan lokal yang bertaraf internasional, memiliki layanan yang memenuhi standar internasional, mampu menarik Wisatawan mancanegara dan nusantara untuk datang



berkunjung, memberikan nilai dan kepuasan yang tinggi bagi Wisatawan, mengangkat harkat dan martabat bangsa di dunia dan menjadi kebanggaan nasional.

Ayat 4

Cukup jelas.

Ayat 5

Cukup jelas.

Ayat 6

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Huruf j

Cukup jelas.

Huruf k

Cukup jelas.

Huruf l

Cukup jelas.

Huruf m

Cukup jelas.

Huruf n

Yang dimaksud dengan “masyarakat sadar Wisata”

adalah partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan Kepariwisata di suatu tempat/ wilayah.

Partisipasi dan dukungan masyarakat tersebut, dijabarkan ke dalam dua dimensi atau sasaran, yaitu:

- a. Masyarakat sebagai host/tuan rumah yang baik. Mendorong masyarakat untuk dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan Kepariwisata di wilayahnya.
- b. Masyarakat sebagai guest/Wisatawan. Mendorong masyarakat untuk dapat menjadi pelaku atau Wisatawan yang melakukan perjalanan ke suatu Daerah tujuan Wisata.

Yang dimaksud dengan “Sapta pesona” adalah Partisipasi dan dukungan masyarakat sebagai tuan rumah terkait dengan penciptaan 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan Kepariwisata di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat Wisatawan untuk berkunjung.

Ketujuh unsur sapta pesona yang dimaksud di atas adalah:

1. aman;
2. tertib;
3. bersih;
4. sejuk;
5. indah;
6. ramah tamah; dan
7. kenangan.

Ayat 7

Cukup jelas.

Ayat 8

Yang dimaksud dengan “kejadian luar biasa” adalah

terjadinya bencana alam atau perubahan kebijakan di tingkat nasional.

Ayat 9

Cukup jelas.

Ayat 10

Cukup jelas.

Pasal 4.

Cukup jelas.

Pasal 5.

Cukup jelas.

Pasal 6.

Cukup jelas.

Pasal 7.

Cukup jelas.

Pasal 8.

Cukup jelas.

Pasal 9.

Cukup jelas.

Pasal 10.

Cukup jelas.

Pasal 11.

Cukup jelas.

Pasal 12.

Cukup jelas.

Pasal 13.

Cukup jelas.

Pasal 14.

Cukup jelas.

Pasal 15.

Ayat 1

Huruf b

Yang dimaksud dengan “Daya Tarik Wisata budaya” adalah DayaTarik Wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya Tarik Wisata budaya selanjutnya dapat dijabarkan,

meliputi:

1. Daya Tarik Wisata budaya yang bersifat berwujud (*tangible*), yang berupa antara lain:

cagar budaya, yang meliputi:

- 1) benda cagar budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia, contoh: keris, gamelan, dan sebagainya.
- 2) bangunan cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap.
- 3) struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.
- 4) situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
- 5) kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.

2. Daya Tarik Wisata bersifat tidak berwujud (*intangible*), yang berupa antara lain:

- 1) kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat,
- 2) Kesenian khas malangan dan sebagainya.

Yang dimaksud dengan “Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia” adalah Daya Tarik Wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah Wisata alam dan Wisata budaya.

Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi antara lain:

1. fasilitas rekreasi dan hiburan/taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, contoh: taman bertema (*theme park*)/taman hiburan (kids fun, terbang jidor malang).
2. fasilitas rekreasi dan olahraga, contoh: kawasan rekreasi dan olahraga Stadion Gajayana dan vilodrom dan lainnya.

Ketiga jenis Daya Tarik Wisata tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan Wisata, antara lain:

1. Wisata agro (*farm tourism*);
2. Wisata kreatif (*creative tourism*);
3. Wisata kapal pesiar (*cruise tourism*);
4. Wisata kuliner (*culinary tourism*);
5. Wisata budaya (*cultural tourism*);
6. Wisata sejarah (*heritage tourism*);
7. Wisata memorial (*dark tourism*), contoh: Merapi pasca letusan;
8. Wisata ekologi (*ecotourism/wild tourism*);
9. Wisata pendidikan (*educational tourism*);

10. Wisata massal (*mass tourism*);
11. Wisata pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran (*meeting, incentive, convention, and exhibition tourism*);
12. Wisata kesehatan (*medical tourism/wellness tourism*);
13. Wisata alam (*nature-based tourism*);
14. Wisata religi (*religious tourism/pilgrimage tourism*);
15. Wisata budaya kekinian (*pop culture tourism*);
16. Wisata olahraga (*sport tourism*);
17. Wisata kota (*urban tourism*); dan
18. Wisata relawan (*volunteer tourism*).

## Ayat 2

### Huruf a

Yang dimaksud dengan “perintisan pengembangan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan membuka dan membangun Daya Tarik Wisata baru di Destinasi Pariwisata yang belum berkembang Kepariwisataannya, dalam rangka mengembangkan peluang pasar yang ada.

### Huruf b

Yang dimaksud dengan “pembangunan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas Daya Tarik Wisata yang sudah ada dalam upaya meningkatkan minat, loyalitas segmen pasar yang sudah ada dan memperluas cakupan wilayah Daya Tarik Wisata yang sudah ada atau pengembangan ke lokasi baru berdasar pada inti (*nucleus*) yang sama.

### Huruf c

Yang dimaksud dengan “peningkatan pemantapan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan menciptakan Daya Tarik Wisata baru yang memiliki jenis berbeda dalam upaya menangkap peluang pasar baru.

## Huruf d

Yang dimaksud dengan “revitalisasi Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan perbaikan kondisi dan kualitas Daya Tarik Wisata yang ada yang mengalami degradasi dalam upaya menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kualitas serta daya saing daya tarik untuk menarik pangsa pasar yang sudah ada maupun peluang pasar Wisata baru.

## Ayat 3

Cukup jelas.

## Pasal 16.

Cukup jelas.

## Pasal 17.

## Ayat 1

Cukup jelas.

## Ayat 2

## Huruf a

Cukup jelas.

## Huruf b

Yang dimaksud dengan “Intensifikasi” adalah upaya untuk mendayagunakan secara optimal suatu daya tarik secara lebih efisien dan tepat guna sehingga dapat meningkatkan daya saing.

## Ayat 3

Cukup jelas.

## Ayat 4

Cukup jelas.

## Ayat 5

Cukup jelas.

## Ayat 6

Cukup jelas.

## Ayat 7

Cukup jelas.

## Ayat 8

## Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Huruf j

Cukup jelas.

Huruf k

Cukup jelas.

Huruf l

Cukup jelas.

Huruf m

Cukup jelas.

Huruf n

Cukup jelas.

Ayat 9

Cukup jelas.

Ayat 10

Cukup jelas.

Ayat 11

Cukup jelas.

Ayat 12

Cukup jelas.

Ayat 13



Cukup jelas.

Ayat 14

Cukup jelas.

Ayat 15

Cukup jelas.

Ayat 16

Cukup jelas.

Pasal 18.

Cukup jelas.

Pasal 19.

Yang dimaksud “Fasilitas Kepariwisata” adalah prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata yang meliputi:

“prasarana umum” terdiri dari:

- a. jaringan listrik dan lampu penerangan;
- b. jaringan air bersih;
- c. jaringan telekomunikasi; dan
- d. sistem pengelolaan limbah.

“fasilitas umum” meliputi:

- a. fasilitas keamanan: Pemadam Kebakaran, Fasilitas tanggap bencana (*Early warning system*) di Destinasi yang rawan bencana;
- b. fasilitas keuangan dan perbankan: ATM dan tempat penukaran uang (*money changer*);
- c. fasilitas bisnis: kios kelontong dan obat 24 jam (*drug store*), warnet, telepon umum, *public locker*;
- d. fasilitas kesehatan: poliklinik 24 jam dan fasilitas P3K;
- e. fasilitas sanitasi dan kebersihan: toilet umum, *laundry*, dan tempat sampah;
- f. fasilitas khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia;
- g. fasilitas rekreasi: fasilitas Peristirahatan (*rest area*), fasilitas bermain anak-anak, fasilitas olah raga, fasilitas pedestrian;
- h. fasilitas lahan parkir; dan
- i. fasilitas ibadah.

“fasilitas Pariwisata” meliputi:

- a. fasilitas akomodasi;

- b. fasilitas rumah makan;
- c. fasilitas informasi dan pelayanan Pariwisata: fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi Pariwisata (*tourism information center*), dan *e-tourism* kios;
- d. Polisi Pariwisata dan Satgas Wisata;
- e. *souvenir shop*;
- f. *tourism sign & posting* (*gate, interpretation board*, rambu lalu-lintas Wisata); dan
- g. *Landscaping*

Pasal 20.

Yang dimaksud dengan “insentif” adalah kemudahan yang diberikan oleh Pemerintah kepada investor berupa keringanan baik itu pajak, fasilitas pendukung, maupun pengurusan investasi.

Yang dimaksud dengan “disinsentif” adalah pengurangan kemudahan yang diberikan oleh Pemerintah kepada investor berupa penambahan pajak, pembatasan fasilitas pendukung.

Pasal 21.

Cukup jelas.

Pasal 22.

Cukup jelas.

Pasal 23.

Cukup jelas.

Pasal 24.

Cukup jelas.

Pasal 25.

Cukup jelas.

Pasal 26.

Cukup jelas.

Pasal 27.

Ayat 1

Yang dimaksud dengan “insentif investasi” adalah kemudahan yang diberikan oleh pemerintah kepada investor berupa keringanan baik itu pajak, fasilitas pendukung, maupun pengurusan investasi.

Ayat 2

Cukup jelas.

Ayat 3

Cukup jelas.

Pasal 28.

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “segmen pasar Wisatawan massal” (*massmarket*) adalah jenis Wisatawan yang datang secara berombong dalam kelompok-kelompok yang biasanya memiliki lama tinggal relatif singkat.

Yang dimaksud dengan “segmen ceruk pasar” (*niche market*) adalah jenis Wisatawan yang datang secara individu atau kelompok kecil yang berkunjung karena minat khusus dan biasanya memiliki lama tinggal relatif panjang.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Pasal 29.

Ayat 1

Cukup jelas.

Ayat 2

Huruf a

Cukup jelas.

## Huruf b

Yang dimaksud dengan “promosi berbasis tema tertentu” adalah promosi yang diarahkan pada segmen pasar tertentu yang sesuai dengan tema produk yang dipasarkan, seperti: ekoWisata, Wisata spiritual, dan sebagainya.

## Huruf c

Cukup jelas.

## Huruf d

Yang dimaksud dengan “pemasaran Wisata MICE yang diselenggarakan oleh sektor lain” adalah pemasaran yang berkaitan dengan Kepariwisataaan yang dilakukan oleh lembaga lain sesuai dengan tugas dan fungsinya, misalnya pemasaran yang dilakukan oleh dinas Perdagangan, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Pemerintah Daerah.

## Ayat 3

Cukup jelas.

## Ayat 4

Cukup jelas.

## Ayat 5

Cukup jelas.

## Ayat 6

Cukup jelas.

## Ayat 7

Cukup jelas.

## Ayat 8

Cukup jelas.

## Ayat 9

Cukup jelas.

## Pasal 30.

Cukup jelas.

## Pasal 31.

Cukup jelas.

## Pasal 32.

Cukup jelas.

Pasal 33.

Cukup jelas.

Pasal 34.

Cukup jelas.

Pasal 35.

Cukup jelas.

Pasal 36.

Cukup jelas.

Pasal 37.

Cukup jelas.

Pasal 38.

Cukup jelas.

Pasal 39.

Cukup jelas.

Pasal 40.

Cukup jelas

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KOTA MALANG 2013 NOMOR .....