

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu potensial yang tengah dikembangkan di berbagai wilayah Indonesia ialah mengembangkan bidang pariwisata dan ekonomi kreatif untuk meningkatkan devisa Indonesia. Kedua bidang ini harus berjalan seiring dan saling melengkapi dengan mengedepankan nilai-nilai utama, salah satunya kepuasan pengalaman (*sumber: program strategis parekraf*).

Pada dasarnya prinsip pengembangan pariwisata setidaknya memiliki 3 point yaitu, *something to see* (sesuatu yang dilihat), *something to do* (sesuatu yang dilakukan), *something to buy* (sesuatu yang dibeli). Prinsip wisata yang banyak digunakan umumnya hanya 2, yaitu *something to see* dan *something to buy*. Datang berwisata dan selanjutnya membeli sesuatu yang khas di lokasi wisata tersebut.

Oleh sebab itu prinsip *something to do* dapat dijadikan pengembangan wisata dengan mengkolaborasikan kegiatan ekonomi kreatif didalam aktivitas wisata sebagai kegiatan yang mengedukasi. Selain melihat, pengunjung dapat melakukan sesuatu yang berkaitan dengan industri kreatif tersebut. Ikut “berproses” adalah bagian dari transformasi berwisata. Hanya menjual destinasi tanpa adanya kreativitas tidak akan mampu menjaga keberlangsungannya.

Indonesia mempunyai banyak potensi industri kreatif yang hanya berpaku pada produksi. Padahal jika mengandalkan satu sektor usaha saja, penghasilan yang didapatkan tidak terlalu besar. Mengembangkan industri kreatif menjadi industri pariwisata, selain sebagai pusat produksi bisa juga menjadi wisata edukasi. Beberapa manfaat yang dimiliki dari pengembangan industri kreatif ke pariwisata, adalah edukasi kepada masyarakat bagaimana proses pembuatan sebuah barang, membantu pemasaran barang, sarana bersosialisasi dan menumbuhkan rasa kebanggaan dan kecintaan terhadap budaya bangsa sehingga pengalaman wisata menjadi berkesan.

Kuliner adalah salah satu hasil budaya yang erat kaitannya dengan masyarakat. Karena selain dari fungsi utama sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, kuliner juga memiliki nilai-nilai sejarah bahkan filosofis. Dalam suatu perjalanan wisata tidak akan lengkap tanpa diiringi dengan mencicipi kuliner khas yang beragam jenis. Kuliner yang *authentic* adalah salah satu jenis kreativitas masyarakat dalam mengolah bahan pangan serta menambahkan nilai budaya.

Melihat dua fenomena antara minimnya perhatian dan wawasan masyarakat akan nilai filosofis mengenai budaya kuliner tradisional dan karakter gaya hidup masyarakat akan berwisata kuliner sebagai dua hal yang bisa saling memenuhi kebutuhan satu dengan yang lainnya. Maka wisata kreatif hendaknya dapat menjadi sarana dalam mempopulerkan kembali wisata kuliner khas khususnya Kawasan Wisata

Pantai Padang. Memberikan sajian kuliner yang nikmat, mengajak wisatawan mengenal dengan cara menyenangkan seperti membuat, dan mengetahui beragam sejarah dan filosofi didalamnya.

Tidak hanya memberikan pengetahuan yang dapat disaksikan oleh wisatawan, namun ada aktivitas yang bersifat interaktif yang melibatkan partisipasi pengunjung. Makanan yang telah dibuat oleh wisatawan dapat pula dibawa pulang. Program yang disajikan tersebut merupakan suatu bentuk dari kreatifitas yang dapat disebut dengan *creative tourism*. *Creative Tourism* merupakan pariwisata yang menawarkan kesempatan untuk mengembangkan potensi kreatif melalui partisipasi aktif dalam pelatihan dan pengalaman belajar (edukasi) yang memberi kesan mendalam bagi para pengunjung.

Dengan adanya penelitian ini opsi wisata di Kota Padang diharapkan dapat bertambah. Tidak hanya menawarkan produk-produk kuliner namun dilengkapi galeri dan *workshop* untuk mewujudkan pengalaman wisata yang berkesan dan mengangkat identitas Kota Padang bagi wisatawan lokal dan mancanegara. Serta dapat mengakomodasi industri pariwisata kreatif lebih berkembang lagi di Kota Padang dan menjadi sektor utama dalam menggerakkan ekonomi masyarakat selain sektor lainnya.

1.2 Data dan Fakta

Data

Pengembangan kawasan pariwisata di Kota Padang direncanakan secara terpadu antara pariwisata alam dan pariwisata budaya serta wisata sejarah dan **kuliner** dengan rincian sebagai berikut:

- a. Pengembangan kawasan pariwisata alam diarahkan pada kawasan Pantai Padang, Gunung Padang dan Pantai Air Manis, Sungai Pisang, Pantai Pasir Jambak, serta pulau pulau kecil yang memiliki potensi wisata di wilayah perairan kota Padang. Upaya untuk pengembangan kawasan wisata tersebut dilakukan dengan:
 1. Menata kawasan wisata alam sepanjang Pantai Padang yang dikaitkan dengan wisata sejarah dengan wisata sejarah di Muaro, Air Manis, Gunung Padang
 2. Upaya **penataan kawasan pariwisata sepanjang Pantai Padang** dipadukan dengan **pengembangan kegiatan perdagangan dan jasa sepanjang Jalan Pantai** Muaro-Bandara International Minangkabau serta kegiatan lain yang bersifat rekreatif seperti sarana olahraga (pantai) dan **rekreasi, sarana perdagangan dan jasa yang menunjang kegiatan pariwisata, serta sarana wisata lainnya** seperti restoran, hotel, perbankan, dsb.

Dapat diketahui jumlah wisatawan yang datang ke Kota Padang pada tahun 2015-2019 yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Padang

Tahun	Wisatawan		Total
	Mancanegara	Lokal	
2015	49.781	3.248.673	3.298.454
2016	49.686	3.316.121	3.365,807
2017	56.313	3.444.993	3.501.306
2018	54.361	3.575.031	3.629,392
2019	55.631	3.669.705	3.725.336

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Gambaran ini memperlihatkan bahwa pariwisata memiliki prospek yang cukup besar sebagai kekuatan ekonomi Kota Padang.

Kepala Dinas Pariwisata Kota Padang, Medi Iswandi menyampaikan, pada tahun 2018-2019 pariwisata di Kota Padang tumbuh 30%. "Ini merupakan capaian yang tinggi di Indonesia. Ditargetkan sektor pariwisata dan industri kreatif di Padang ikut berkontribusi, ucapnya saat membuka acara Ekraf Pariwisata Expo. Medi Iswandi menambahkan bahwa "kegiatan ini adalah ajang promosi dan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Padang," ujar Medi. Yang terdiri dari 5 sub sektor ekonomi kreatif yaitu kerajinan, **kuliner**, percetakan/advertising, fashion, animasi dan sebagainya. (<http://relasipublik.com/ekraf-pariwisata-expo>)

Sesuai dengan Rancangan sasaran dan target pembangunan pariwisata 2020-2024 yaitu meningkatkan kontribusi pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Dengan nilai tambah pengalaman wisata yaitu meningkatkan spending agar wisman lebih banyak dengan **wisata minat khusus**. Meningkatkan destinasi pariwisata dan ekonomi kreatif melalui edukasi dan pemberdayaan sehingga daya saing industri pariwisata dan ekonomi kreatif meningkat. (sumber: menteri parekraf, 2019)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya Kota Padang memiliki sasaran dan target pembangunan pariwisata khususnya sektor kuliner sebagai wisata minat khusus yang bertujuan untuk melestarikan budaya.

Fakta

Menyikapi berbagai pergeseran, perubahan, dan perkembangan industri pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah memasukkan wisata kuliner ke dalam kluster ekonomi (pariwisata) kreatif ke-15 sebagai bagian dari industri ekonomi. Subsektor kuliner telah menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2011 atau sekitar Rp169,62 triliun.

Dalam kaitan wisata kuliner dan kegiatan belanja sebagai wisata minat khusus, Kemenparekraf telah menetapkan dua kriteria kuliner yaitu:

1. Kuliner heritage yang mencakup kuliner sejak masa raja zaman dulu, tapi menu tak pernah berubah sampai sekarang dan,
2. Kuliner khas suatu daerah.

Hal ini sesuai dengan agenda tahunan Kota Padang berupa kegiatan kuliner dari pemerintah yaitu Festival Marandang. "Dinas Pariwisata saat ini telah membuat agenda tahunan yaitu kegiatan marandang yang dilakukan setiap tahunnya" kata Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Padang Medi Iswandi di Padang. Membuktikan bahwa saat ini Kota Padang tengah mengenalkan "kuliner khas" sebagai sebuah kegiatan wisata minat khusus kepada wisatawan lokal maupun mancanegara agar Kota Padang menjadi tujuan wisata yang berkesan karena mengenalkan kuliner dan tradisi setempat. "Biasanya kegiatan dilaksanakan di tepi pantai padang, tahun ini di GOR Agus Salim namun diprediksi tetap menarik, "ujarnya. Wakil Gubernur Sumbar Drs Nasrul Abit Datuak Malintang Panai mengatakan bahwa pusat kuliner khas Sumatera Barat yaitu "tidak saja menikmati dan melestarikan nilai nilai adat, budaya dan nilai nilai tradisional, juga sanggup melahirkan inovasi kreatif dalam membangun bangkitan ekonomi baru yakni pusat budaya dan kuliner." (dikutip dari <https://posmetropadang.co.id/>)

1.3 Rumusan Masalah

1.3.1 Permasalahan Non Arsitektural

1. Bagaimana memberikan dampak yang positif pada perencanaan berikut terhadap kawasan sekitar?
2. Bagaimana cara menyampaikan informasi kuliner kepada wisatawan?
3. Bagaimana menciptakan *creative tourism* pada bidang kuliner khas sebagai sarana pengembangan wisata dan budaya yang akan memberi opsi baru dalam berwisata di Kota Padang?

1.3.2 Permasalahan Arsitektural

1. Bagaimana cara meningkatkan kualitas lingkungan yang berdampak terhadap sekitar baik secara ekonomi maupun secara fisik lingkungan itu sendiri?
2. Bagaimana konsep desain yang meng-implentasikan keterbaruan yang menarik, informatif dan menyenangkan kedalam pengalaman ruang wisata kuliner?
3. Bagaimana konsep desain wisata kuliner berbasis edukasi terhadap kearifan lokal Sumatera Barat?

1.4 Ide/Keterbaruan

Keterbaruan ide pada perencanaan ini adalah mengembangkan nilai kreatifitas pada 3 prinsip wisata yaitu:

1. *Something to see*

- Merancang bangunan yang iconic adalah salah satu bentuk kreatif secara arsitektur. Umumnya banyak dijumpai galeri musik dan kerajinan, namun jarang pada galeri kuliner. Padahal makanan tradisional banyak memiliki filosofi yang menarik untuk diketahui sehingga tercipta suasana yang mengangkat sejarah dan latar belakang kuliner tersebut.
- Menyediakan ruang untuk sekedar melihat proses pada pembuatan kuliner adalah bentuk aktivitas kreatif dalam bidang arsitektur selanjutnya.

2. *Something to do*

Ikut serta dalam proses pembuatan makanan sehingga pengunjung dapat melakukan kegiatan yang mengembangkan kreatifitas (*workshop*).

3. *Something to buy*

Penyediaan market dan *traditional food festival* sebagai kegiatan kreatif secara nilai ekonomi pada point something to buy.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup objek pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu ruang lingkup substansial dan ruang lingkup spasial. Ruang lingkup substansial adalah ruang lingkup pemecahan masalah yang akan diselesaikan dalam penulisan ini. Ruang lingkup spasial adalah ruang lingkup lokasi yang akan menjadi objek dalam penulisan.

1.5.1 Ruang Lingkup Spasial

Ruang lingkup pembahasan berada pada kawasan perdagangan dan jasa paragraph 2 pasal 69 yang menjelaskan bahwa menyediakan lahan untuk menampung tenaga kerja dalam wadah berupa pertokoan, jasa, dan rekreasi. Untuk penyelenggaraan dan pengembangan kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya. Yang dikembangkan di kawasan perdagangan dan jasa dengan skala regional yang sudah tumbuh kembang di pusat kota, yang meliputi Kecamatan Padang Barat.

1.5.2 Ruang Lingkup Substansial

Lingkup pembahasan berkaitan dengan aktivitas pengguna wisata kuliner khususnya di Kota Padang adalah pembelajaran yang aktif, kreatif dan sebagai alternatif metode informasi yang menarik.

1.6 Sistemastika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Berisikan latar belakang permasalahan, isu dan fakta, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sasaran penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Berisikan tentang data dan teori yang berkaitan dengan judul, kumpulan rangkuman jurnal yang relevan keluaran 5 tahun dan preseden desain karya arsitek dengan fungsi serupa.

BAB III : Metode Penelitian

Berisikan tentang metoda perancangan arsitektur yang digunakan dan metoda penilitian.

BAB IV : Tinjauan kawasan perencanaan

Berisikan tentang tinjauan lapangan sesuai dengan pemilihan lokasi, tinjauan kawasan sebagai pengumpulan data yang perlu untuk kemudian di analisa sesuai landasan teori yang ada.

BAB V : Program Arsitektur

Tinjauan lebih mendalam mengenai kajian karya ilmiah yang dibahas, kemudian hasil akhir yang menjelaskan mengenai keseluruhan hasil dari penelitian yang dilakukan, di lanjutkan dengan perancangan, untuk mengaplikasikan perancangan.

Daftar Pustaka