

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi dan modernisasi mendorong berbagai aspek kehidupan untuk bertumbuh secara cepat, tidak terkecuali pada aspek pariwisata dan perdagangan oleh-oleh di berbagai destinasi wisata. Arah mobilitas tersebut menjadikan Kota Surabaya menjadi kota yang tersibuk kedua setelah Ibukota DKI Jakarta menurut Prabawati, dkk (2022). Dikutip dari Riani (2021), Wisata adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau berkelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu dan bersifat sementara.

Tidak heran apabila tingkat pariwisata Kota Surabaya yang terus meningkat dari tahun ke tahun melihat potensi tujuan wisata di Kota Surabaya yang semakin beragam dan menemukan nilai nya sendiri. Kota Surabaya memiliki berbagai jenis objek wisata yang wajib dikunjungi apabila bertandang ke kota ini. Wisata sejarah (*heritage kota*), wisata religi, wisata alam, wisata edukasi, wisata budaya, hingga wisata keluarga tidak luput dari jenis wisata yang disuguhkan di Kota Surabaya.

Kota Surabaya sendiri telah dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia sebagai Kota Pahlawan yang dapat dilihat dari aspek kesejarahan atau *historical* nya dan dapat menjadi daya tarik wisata *heritage* di Indonesia. Dikenal sebagai Kota Pahlawan, Surabaya memiliki banyak peninggalan sejarah yang dapat menjadi daya tarik wisatawan. Menjadi branding nasional, sebutan Kota Pahlawan tidak lepas dari sejarah panjang yang telah terjadi di Kota Surabaya. Wisata *heritage kota* gencar ditawarkan, dipromosikan, dan dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam rangka merepresentasikan branding Kota Pahlawan yang sudah melekat sejak lama. Sejarahnya yang panjang, melibatkan berbagai periode sejarah dan perubahan budaya, telah menciptakan lingkungan perkotaan yang beragam dan kaya akan berbagai elemen arsitektur historis.

Salah satu pembabakan sejarah yang terjadi di Kota Surabaya ialah masa kolonialisme Belanda yang terjadi dari abad ke – 17 hingga abad ke – 20. Era kolonialisme yang terjadi lebih dari 350 tahun menjadikan Kota Surabaya menjadi kota pelabuhan utama yang berperan sebagai *collecting centers* dari rangkaian terakhir kegiatan pengumpulan hasil produksi perkebunan di ujung Timur Pulau Jawa, yang ada di daerah pedalaman untuk diekspor ke Eropa. Hal tersebut membuat Kota Surabaya memiliki berbagai peninggalan bangunan bersejarah yang masih dioperasikan hingga saat ini. Pembangunan infrastruktur yang maju sejalan dengan perkembangan ekonomi pada masa tersebut membuat Kota Surabaya menjadi kota yang modern.



Gambar 1.1 Bangunan Heritage Kota Surabaya

Sumber : Google.com, 2023

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur tahun 2009 hingga 2017, jumlah pengunjung dalam beberapa tahun mengalami peningkatan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara hingga melampaui lebih dari seratus persen dari target wisatawan. Meskipun mengalami penurunan pada jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2016, namun pada tahun berikutnya mengalami kenaikan yang signifikan.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Lokal di Kota Surabaya

Tahun	Target	Realisasi	Persentase Capaian
2009	2.288.755	7.230.202	316 %
2010	2.632.068	7.544.997	287 %
2011	7.656.584	9.194.116	120 %
2012	7.869.775	9.561.881	122 %
2013	8.082.966	11.122.194	138 %
2014	8.296.157	15.929.745	192 %
2015	8.509.348	18.019.629	212 %
2016	16.478.019	20.580.728	125 %
2017		22.713.892	
Rata – Rata	7.726.709	13,544,154	189%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dalam BPS Tahun 2018

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara di Kota Surabaya

Tahun	Target	Realisasi	Persentase Capaian
2009	157.013	154.866	99 %
2010	164.863	168.804	102 %
2011	174.315	279.230	160 %
2012	179.835	323.037	180 %
2013	185.353	350.017	189 %
2014	190.872	742.084	388 %
2015	196.390	853.790	435 %
2016	772.000	772.058	100 %
2017		1.569.130	
Rata - Rata	252.580,125	579.224	206,7%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dalam BPS Tahun 2018

Pemerintah telah memfasilitasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Surabaya dengan produk UMKM makanan dan minuman, souvenir, maupun oleh - oleh khas

Kota Surabaya yang bisa didapatkan di 12 titik baik Sentra maupun Stand UMKM di seluruh Kota Surabaya. Untuk Sentra UMKM sendiri berada di 3 tempat yakni Surabaya Kriya Gallery Gedung SIOLA, Sentra Kriya Gallery Merr, dan Sentra Ikan Bulak di Kenjeran. Dari beberapa sentra oleh – oleh tersebut, belum memiliki konsep dan gaya arsitektur yang merepresentasikan historis dari Kota Surabaya.

Selain itu, Kota Surabaya belum memiliki Pusat Oleh – Oleh yang dapat menjadi tujuan wisata yang menggabungkan *experience* berbelanja, berwisata sejarah, dan berwisata kuliner dalam satu wadah yang juga dilengkapi ruang diskusi untuk umum berskala besar. Mengingat perkembangan pesat di bidang pariwisata, Perancangan Pusat Oleh-Oleh Di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* adalah langkah yang sejalan dan strategis dalam meningkatkan daya tarik pariwisata kota, mempromosikan warisan sejarah dan budayanya, serta memberikan pengalaman belanja buah tangan yang tak terlupakan bagi pengunjung. Oleh karena itu, pentingnya diusulkan Pusat Oleh – Oleh yang dapat merepresentasikan branding Kota Pahlawan dan dilengkapi dengan *experience* mempelajari sejarah juga mencicipi kuliner khas Kota Surabaya agar memberikan kesan khusus bagi wisatawan yang datang ke Surabaya.

1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Perancangan Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* harus mempertimbangkan keseimbangan antara melestarikan sejarah dan budaya dengan menghadirkan pengalaman modern yang menarik bagi pengunjung. Tujuan yang dikembangkannya obyek perancangan Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya ini adalah sebagai :

- a. Sebagai daya tarik wisatawan untuk mengunjungi dan menjadi objek pengamatan dan pembelajaran di Kota Surabaya dengan representasi Kota Pahlawan yang menghargai dan mempertahankan peninggalan sejarah.
- b. Mendukung industri lokal dengan memberi peluang bagi pedagang lokal untuk menjual produk mereka di pusat oleh-oleh ini, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan kreativitas di kota Surabaya.

Sedangkan untuk sasaran yang ingin di raih dari dirancangnya Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* ini adalah sebagai berikut :

- a. Menjadi tempat promosi dan penjualan yang tepat untuk produk – produk UMKM dari seluruh penjuru Kota Surabaya baik UMKM yang telah memiliki toko maupun *home industry* tanpa toko yang dapat meningkatkan perekonomian dan pendapatan daerah serta memberikan ruang bagi pedagang lokal untuk berjualan oleh-oleh, produk-produk kerajinan tangan, makanan tradisional baik dari masa lampau maupun makanan kekinian, dan barang-barang khas Surabaya dimana barang tersebut menyimpan nilai historis dari Kota Surabaya.
- b. Menjadi tempat tujuan edukasi dan pariwisata yang memberikan pengalaman berbelanja sekaligus menjadi tempat kegiatan sosial – budaya.
- c. Merancang pusat oleh-oleh dengan desain arsitektur yang mengikuti gaya *historicism* klasik, seperti arsitektur Jawa, Oriental Tiongkok, atau Kolonial Belanda yang pernah dominan dalam sejarah Surabaya.
- d. Sebagai tempat membeli buah tangan bagi wisatawan yang mengunjungi Kota Surabaya dengan produk – produk unggulan yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah yang berdiri di seluruh penjuru Kota Surabaya.

1.3. Batasan dan Asumsi

Pada objek rancangan Tugas Akhir yang berjudul Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* memiliki batasan - batasan yang dapat dijadikan acuan bagi pelaksanaan perancangan yaitu :

- a. Pusat oleh – oleh di desain untuk seluruh lapisan masyarakat sehingga masyarakat dari latar belakang ekonomi manapun dapat menjangkau dan menikmati pengalaman berbelanja oleh – oleh dan produk UMKM dengan mengesankan.
- b. Melayani wisatawan domestik, mancanegara, dan penduduk lokal Kota Surabaya.

- c. Objek rancangan dioperasikan selama 16 jam dalam sehari. Dibuka pada jam 08.00 WIB di pagi hari dan tutup pada jam 24.00 WIB pada tengah malam.
- d. Produk yang dapat dijual dan dipromosikan merupakan produk berupa makanan dan minuman siap saji, siap makan, frozen food, produk mentahan; jamu; produk kerajinan tangan; pakaian;

Adapun asumsi arsitektural maupun non – arsitektural pada proyek Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* yakni :

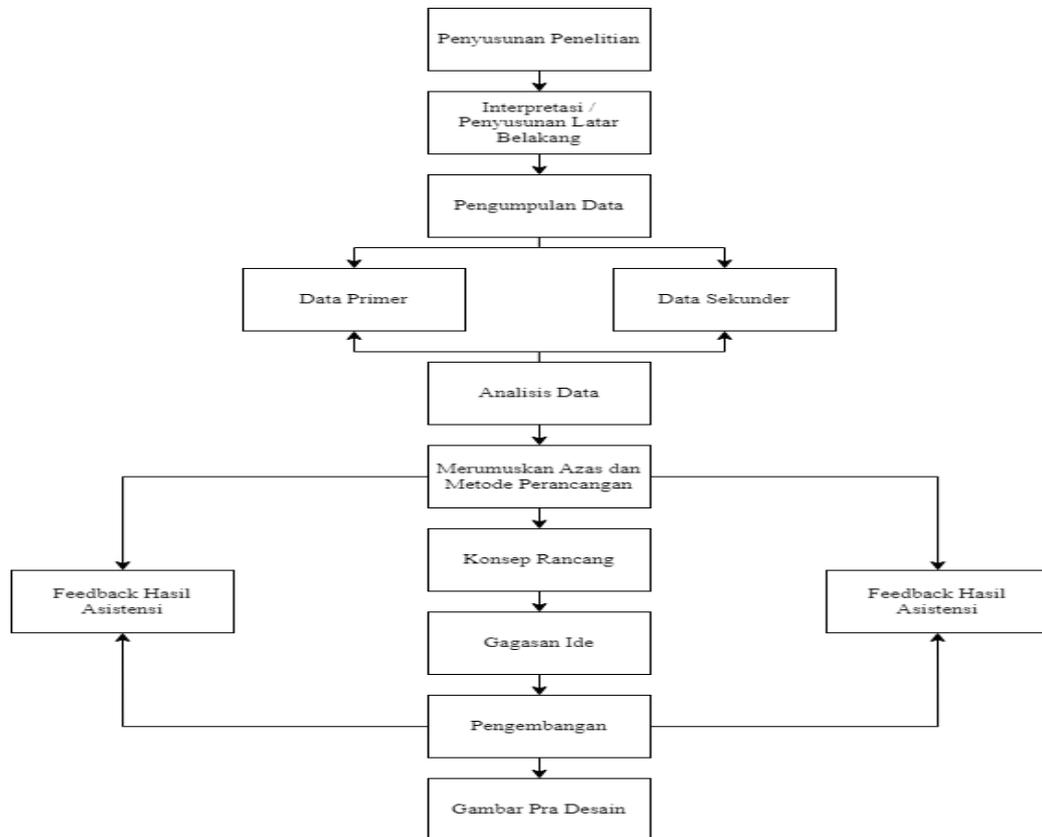
- a. Bangunan Pusat Oleh – Oleh diasumsikan dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Kota Surabaya dan dinaungi oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Departemen Kebudayaan dan Kepariwisata Kota Surabaya.
- b. Daya tampung pengunjung Pusat Oleh – Oleh diasumsikan mencapai hingga 1000 orang setiap harinya selama 10 tahun.
- c. Hasil rancangan diasumsikan dapat menampung kegiatan selama lebih dari sepuluh tahun.

1.4. Tahapan Perancangan

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses perancangan Pusat Oleh - Oleh di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Historicism Architecture* antara lain pada tahap awal dimulai dengan menyusun penelitian yang memiliki relevansi dengan judul perancangan dimana penelitian sangat membantu dalam pembuatan latar belakang pada tugas akhir ini. Pada tahap utama dimulai dengan penentuan judul, apabila telah menemukan judul yang tepat maka dapat dilanjutkan dengan cara mengumpulkan data hasil riset sesuai dengan judul yang telah di pilih. Pengumpulan data tersebut dibagi menjadi dua yaitu pengumpulan secara primer dan sekunder.

Pengumpulan data primer dilaksanakan dengan metode observasi lapangan kemudian disempurnakan dengan data sekunder yang didapatkan dari studi literatur baik dari buku maupun penelitian secara cetak maupun dimuat pada laman internet. Setelah data – data dikumpulkan, tahap selanjutnya yakni dilakukannya analisis dimana hasil analisis tersebut dituangkan ke dalam sebuah rancangan yang akan di

rancang yang kemudian dilanjutkan dengan merumuskan metode rancang dan kemudian pembuatan konsep rancang dan gagasan ide. Setelah semua telah direncanakan, kemudian membuat gambar pra desain yang adalah Tugas Akhir.



Gambar 1.2 Tahapan Perancangan

Sumber : Data Penulis, 2023

1.5. Sistematika Laporan

Sistematika penyusunan proposal tugas akhir ini disusun dalam 6 (enam) bab yang pokok dari bahasannya diuraikan sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan, Berisi tentang latar belakang pemilihan judul, ruang lingkup permasalahan, tujuan dan manfaat, metodologi, dan sistematika penulisan. Latar belakang menjelaskan spesifikasi Pusat Oleh – Oleh secara umum dan khusus yang akan didukung dengan tabel berisi sebaran UMKM beserta produk yang dapat memiliki nilai ekonomis.

BAB II. Tinjauan Objek Rancang, Dalam bab ini akan menjelaskan secara mendasar dari judul yang telah dipilih. Kemudian dilanjutkan dengan tinjauan umum, tinjauan khusus, dan studi preseden (literatur dan lapangan) yang akan menjadi bahan pertimbangan merancang tugas akhir ini. Tinjauan umum berisi literatur yang dapat berasal dari data wawancara maupun literatur. Sedangkan tinjauan khusus adalah studi preseden pada objek dengan jenis yang sama dengan objek perancangan dalam hal ini adalah Pusat Oleh – Oleh yang tersebar di seluruh Indonesia, kemudian analisis kasus tersebut dapat dijadikan acuan dalam merancang.

BAB III. Tinjauan Lokasi perancangan, pada bab ini dibagi menjadi 3 uraian pembahasan yakni terkait dengan latar belakang pemilihan lokasi *site* atau tapak, penetapan lokasi tapak, dan kondisi fisik lokasi.

BAB IV. Pada bab ini membahas mengenai Analisa Perancangan. Mulai dari Analisa Site, Analisa Ruang, Serta Analisa bentuk dan Tampilan Analisa Site.

BAB V. Konsep Rancang, pada bab ini semua konsep telah dijelaskan seperti tema yang akan digunakan dalam objek perancangan yaitu *historicism architecture* yang memungkinkan harmonisasi antara masa lalu dan masa kini serta mengusung gaya – gaya arsitektur yang telah berkembang di Kota Surabaya di masa lampau yang diharapkan mampu beradaptasi dengan lokasi tapak atau *site* yang dipilih.