



BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan modernisasi telah mendorong berbagai sektor kehidupan tumbuh dengan cepat, termasuk pariwisata dan bisnis oleh-oleh di sejumlah destinasi wisata. Kondisi ini membuat Surabaya menjadi salah satu kota dengan aktivitas yang padat, menempati posisi kedua setelah Jakarta (Prabawati et al., 2022). Menurut Riani (2021), wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat dengan tujuan untuk bersantai, menambah pengalaman, atau lebih mengenal daya tarik yang ada di tempat tersebut. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan bersifat sementara, bukan permanen.

Pariwisata di Kota Surabaya terus berkembang setiap tahunnya, seiring dengan bertambahnya destinasi wisata yang unik dan beragam. Banyaknya destinasi wisata di Surabaya, Wisatawan yang berkunjung juga mengalami peningkatan. Peningkatan ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara di Surabaya oleh Badan Pusat Statistik Kota Surabaya (2024) pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan tahun 2020-2024

No.	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
1.	2020	697.181	497.125	1.194.306
2.	2021	982.042	512.300	1.494.342
3.	2022	1.382.660	604.285	1.986.945
4.	2023	2.331.655	659.753	2.991.408
5.	2024	2.619.776	713.500	3.333.276

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Surabaya pada periode 2020 hingga 2024 mengalami kenaikan yang cukup

besar. Sebagai Kota Pahlawan, Surabaya memiliki daya tarik tersendiri karena peran pentingnya dalam sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia. Kota ini menawarkan berbagai destinasi wisata yang mencerminkan kekayaan sejarah, budaya, dan pesona alam yang memikat para wisatawan. Destinasi sejarah yang populer antara lain Tugu Pahlawan, Kota Lama Surabaya, Jembatan Merah, Hotel Majapahit, dan House of Sampoerna. Sementara itu, wisata budaya seperti Kampung Lawas Maspati, Balai Pemuda, Kampung Arab Ampel, Kampung Batik Surabaya, dan Gedung Cak Durasim juga tak kalah menarik. Selain itu, Surabaya memiliki berbagai wisata alam seperti Kebun Bibit Wonorejo, Ekowisata Mangrove Wonorejo, Pantai Kenjeran Lama, Hutan Bambu Keputih, dan Taman Flora Bratang.

Tak hanya dikenal dengan destinasi wisatanya, Surabaya juga menjadi surga oleh-oleh khas yang banyak diburu wisatawan. Beragam pusat perbelanjaan oleh-oleh menawarkan produk-produk unggulan khas kota ini. Pasar Turi dan Dupak Grosir dikenal sebagai pusat camilan khas dalam kemasan, sedangkan Wisata Rasa menawarkan aneka makanan ringan lokal. Sambal Bu Rudy populer dengan sambal kemasannya yang khas, dan toko kue seperti Spikoe Resep Kuno, Kue Lapis Surabaya Spesial, serta Pia Cap Mangkok menjadi favorit wisatawan. Tempat lainnya seperti Kerupuk Ikan Kenjeran, Almond Crispy Wisata Rasa, Toko Panen Raya, serta deretan toko di Jalan Diponegoro dan Ngagel turut meramaikan pilihan oleh-oleh.

Beragam jenis produk khas Surabaya dapat ditemukan, mulai dari aneka makanan dan minuman hingga kerajinan tangan serta produk fesyen. Makanan populer antara lain Almond Crispy, Spikoe, Lapis Kukus Pahlawan, Pia Cap Mangkok, Kerupuk Ikan Kenjeran, serta berbagai keripik seperti keripik usus ayam, paru, tempe, dan rengginang. Untuk minuman, terdapat sirup mangrove, kopi Kapal Api, teh Sariwangi, serta minuman tradisional seperti beras kencur dan wedang jahe instan. Di bidang kerajinan, produk seperti anyaman pandan dan rotan, kerajinan kulit dan kayu, logam dan kaca, serta topeng Malangan menjadi pilihan unik. Souvenir khas seperti miniatur rumah adat, gantungan

kunci, dan tas bermotif batik juga banyak diminati. Sementara itu, untuk pakaian dan aksesoris, tersedia kaos bertema lokal seperti Cakcuk, batik Surabaya, perhiasan etnik, serta aksesoris dari bahan alami dan magnet kulkas bertema khas Surabaya.

Sebagai bagian pendukung dari fasilitas pusat oleh-oleh, disediakan juga area foodcourt dan restoran yang menghadirkan ragam kuliner khas Surabaya dalam suasana yang nyaman. Kehadiran foodcourt ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati hidangan, tetapi juga menjadi ruang yang menawarkan pengalaman budaya melalui cita rasa lokal. Pengunjung dapat mencicipi berbagai makanan tradisional seperti rawon, rujak cingur, lontong balap, soto gubeng, tahu tek, nasi bebek, pecel semanggi, dan lainnya, serta pilihan minuman tradisional seperti es dawet, beras kencur, hingga wedang jahe. Dengan integrasi foodcourt dan restoran di dalam pusat oleh-oleh, pengunjung tidak hanya berkesempatan membeli produk khas Surabaya tetapi juga merasakan langsung kuliner autentik kota ini dalam satu kawasan terpadu, sehingga meningkatkan daya tarik wisata dan menambah nilai fungsi bangunan secara keseluruhan.

Saat ini, keberadaan pusat oleh-oleh di Surabaya masih terpencar di banyak titik, sehingga wisatawan perlu menghabiskan lebih banyak waktu untuk menemukan dan membeli kebutuhan mereka. Banyak toko oleh-oleh juga hanya fokus pada satu jenis produk, seperti makanan, minuman, busana, atau kerajinan, sehingga pilihan yang tersedia menjadi kurang beragam. Permasalahan lain yang sering dijumpai adalah keterbatasan lahan parkir, yang kerap menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung. Dari sisi desain, sebagian besar toko oleh-oleh masih menggunakan bentuk kios atau ruko sederhana yang belum memperhatikan aspek estetika maupun kenyamanan. Hingga saat ini, Surabaya juga belum memiliki satu pusat oleh-oleh terpadu yang mampu menjadi destinasi wisata sekaligus menawarkan pengalaman belanja dan kuliner dalam satu lokasi yang terintegrasi.

Dalam perancangan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya, penggunaan

pendekatan arsitektur kontemporer dinilai efektif untuk mendukung konsep yang ingin diwujudkan. Arsitektur kontemporer merupakan gaya arsitektur pada masanya yang menonjolkan kebebasan berekspresi, menghadirkan inovasi, serta sering kali merupakan hasil pengembangan atau perpaduan dari berbagai gaya arsitektur sebelumnya (Koeper & Hilberseimer, 1964). Ciri khasnya tampak pada bentuk-bentuk yang unik, menarik, dan cenderung kompleks. Pemilihan warna serta bentuk tertentu menjadi dasar dalam membangun karakter visual bangunan. Selain itu, permainan tekstur juga sangat penting dan dapat dihadirkan melalui pemilihan material alami yang memiliki karakteristik kuat, seperti kayu (Schirmbeck, 1988).

Perancangan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya menerapkan pendekatan arsitektur kontemporer. Pendekatan ini dipilih karena sebagian besar pusat oleh-oleh di Surabaya masih memiliki tampilan yang sederhana, cenderung monoton, dan kurang tertata dengan menarik. Berdasarkan kondisi tersebut, desain pusat oleh-oleh ini dikembangkan untuk menciptakan suasana yang lebih atraktif sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Konsep yang diusung menggabungkan unsur modern dan inovatif, namun tetap mempertahankan identitas lokal Surabaya, sehingga diharapkan mampu memperkuat citra dan branding kota.

1.2 Tujuan Dan Sasaran Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan Pusat Oleh-Oleh Khas Surabaya ini meliputi:

1. Membangun sebuah pusat oleh-oleh yang dapat berfungsi sebagai destinasi wisata, yang mengintegrasikan aktivitas belanja dan pengalaman kuliner dalam satu lokasi.
2. Menyediakan fasilitas pusat oleh-oleh yang lengkap dan terpusat sebagai rujukan utama di Kota Surabaya.
3. Meningkatkan kenyamanan pengunjung melalui penyediaan area parkir yang memadai.

4. Mewujudkan pusat oleh-oleh yang representatif sebagai *branding* Kota Pahlawan.

Sasaran yang ingin diwujudkan melalui perancangan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya ini adalah:

1. Merancang tata ruang yang menggabungkan area belanja oleh-oleh dan pusat kuliner dalam satu kawasan terpadu.
2. Menyediakan berbagai produk oleh-oleh yang lengkap dan terpusat, sehingga pengunjung dapat menemukan semua yang mereka butuhkan dalam satu lokasi.
3. Mendesain area parkir yang memadai dan nyaman untuk menampung kendaraan pengunjung, sehingga dapat meningkatkan kemudahan akses dan kenyamanan saat berada di pusat oleh-oleh.
4. Mengimplementasikan gaya arsitektur kontemporer yang menampilkan bentuk dinamis, inovatif, dan mencerminkan identitas Surabaya sebagai kota modern dan bersejarah.

1.3 Batasan Dan Asumsi

Batasan dari perancangan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Bangunan di kategorikan milik swasta.
2. Aktivitas pada Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya akan beroperasi setiap hari mulai pukul 07.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB.
3. Lingkup wisatawan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya yaitu wisatawan domestik dan mancanegara.
4. Pusat Oleh-Oleh dirancang sesuai dengan peraturan RTRW dan RDTRK Kota Surabaya
5. Menyediakan ruang untuk penjualan produk oleh-oleh khas Surabaya, seperti makanan, minuman, kerajinan tangan, dan pakaian lokal.

Asumsi dari perancangan Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya adalah:

1. Kapasitas diasumsikan dapat memenuhi kebutuhan sampai 10 tahun ke depan dengan kapasitas $\pm 800-1000$. Kapasitas orang ini di asumsikan dari data Badan Pusat Statistik mengenai pengunjung Tugu Pahlawan yang mencapai rata-rata 900-1000 orang/hari, Cagar Budaya Balai Pemuda dan wisata lainnya yang mencapai rata-rata 400-800 orang/hari. Dari data tersebut diambil kesimpulan bahwa 50%-60% pengunjung Tugu Pahlawan dan Cagar Budaya Balai Pemuda diharapkan juga akan berkunjung ke Pusat Oleh-Oleh.

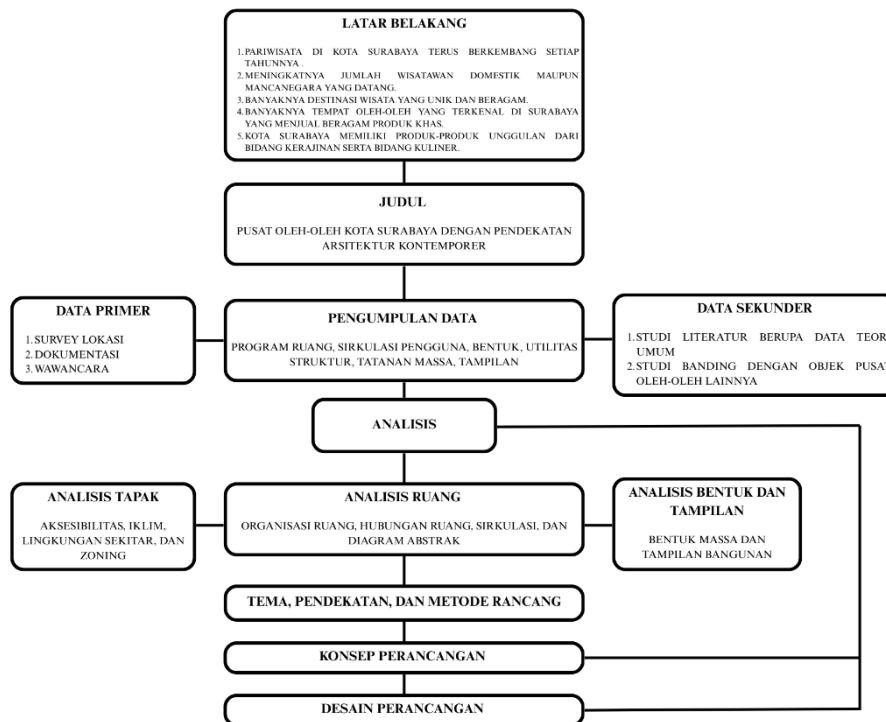
Kepemilikan Proyek Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya adalah milik swasta.

1.4 Tahapan Perancangan

Pada tahap perancangan ini dijelaskan secara skematis tahapan penyusunan laporan, dimulai dari penentuan judul hingga proses penyusunan akhir.

1. Proses diawali dengan interpretasi terhadap judul *Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya dengan Pendekatan Arsitektur Kontemporer*.
2. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data yang berkaitan dengan objek perancangan. Pengumpulan data mencakup data primer yang diperoleh melalui observasi langsung di lokasi serta wawancara dengan narasumber, dan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur serta berbagai sumber referensi tertulis lainnya.
3. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menghasilkan dasar pertimbangan dalam penyusunan konsep perancangan.
4. Hasil analisis tersebut digunakan untuk merumuskan asas dan metode rancang yang menjadi acuan dalam menetapkan tema Pusat Oleh-Oleh Kota Surabaya.

Konsep perancangan yang dihasilkan selanjutnya akan memengaruhi bentuk, susunan ruang, serta pengolahan desain bangunan hingga menghasilkan pra-rancangan yang sesuai dengan teori dan metode yang diterapkan.



Gambar 1. 1 Skema Metode Perancangan
Sumber: Analisis Pribadi, 2025

1.5 Sistematika Laporan

Kerangka pembahasan dalam laporan perencanaan dan perancangan Pusat Oleh-Oleh Khas Surabaya disusun sebagai berikut: Bab I Pendahuluan, memuat latar belakang pemilihan judul *Pusat Oleh-Oleh Khas Surabaya dengan Pendekatan Arsitektur Kontemporer*, tujuan perancangan, batasan serta asumsi rancangan, dan tahapan perancangan yang dijelaskan secara rinci. Bab II Tinjauan Objek Perancangan, berisi kajian terhadap objek sejenis yang relevan dengan topik perancangan. Bagian ini mencakup tinjauan umum mengenai pengertian pusat oleh-oleh dan pendekatan arsitektur kontemporer, serta studi literatur terkait perancangan fasilitas belanja dan rekreasi. Tinjauan khusus meliputi penekanan perancangan, lingkup pelayanan, serta perhitungan kebutuhan ruang untuk diterapkan pada proyek.

Bab III Tinjauan Lokasi, membahas pemilihan lokasi perancangan, mulai dari latar belakang penetapan lokasi hingga kondisi fisik tapak, termasuk aspek aksesibilitas, karakter bangunan sekitar, dan infrastruktur kota pendukung. Bab IV Analisa Perancangan, mencakup analisis tapak, analisis kebutuhan ruang, serta analisis bentuk dan tampilan sebagai dasar penyusunan konsep desain.

Bab V Konsep Perancangan, menyajikan metode yang digunakan serta konsep-konsep utama yang diterapkan dalam perancangan Pusat Oleh-Oleh Khas Surabaya, meliputi konsep tema, tapak, bentuk, struktur, dan utilitas.

Melalui perancangan ini, diharapkan hadir sebuah pusat oleh-oleh yang tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan, tetapi juga berperan sebagai media untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal serta kekayaan budaya dan kuliner khas Surabaya.