

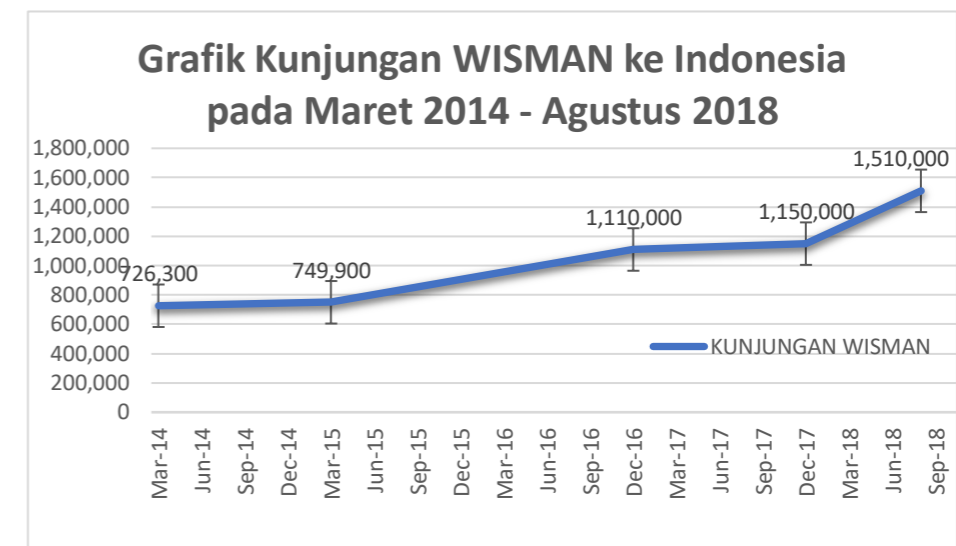
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Salah satu sektor ekonomi terbesar dan paling cepat berkembang di dunia pariwisata. Pariwisata telah melewati peningkatan yang stabil dan dapat dibuktikan dari tahun per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa krisis di seluruh dunia telah mempengaruhi berbagai negara di seluruh dunia, pertumbuhan tahunan jumlah individu yang melakukan perjalanan internasional tetap menunjukkan keuntungan.

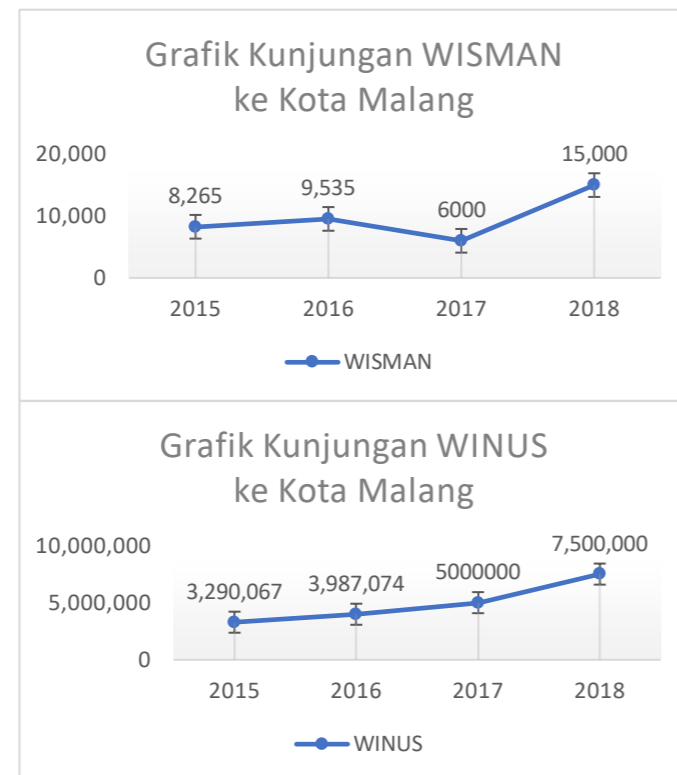
Saat ini, kegiatan wisata tidak hanya dikaitkan dengan jalan-jalan; mereka juga dilakukan bersamaan dengan berbagai kegiatan organisasi, seperti mengadakan pertemuan atau pertemuan di tempat-tempat wisata. Banyak bisnis yang membutuhkan kegiatan MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) karena pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kegiatan ini memungkinkan bisnis untuk berkembang dengan bertukar informasi atau bekerja sama selama pertemuan yang diadakan di lokasi yang mudah diakses. (Pendit, 1986).



Gambar 1.1. Kunjungan WISMAN menuju Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terus mengalami peningkatan, pada maret 2014 terdapat 726.300 ribu kunjungan. Lalu di maret 2015 meningkat 3,24% menjadi 749.900 ribu kunjungan, lalu

meningkat tajam sebesar 48,01% di desember 2016 menjadi 1,11 juta. Lalu meningkat lagi 3,03% pada desember 2017 menjadi 1,15 juta dan pada agustus 2018 naik 31,3% menjadi 1,51 juta kunjungan.



Gambar 1.2. Kunjungan Wisman dan Winus ke Kota Malang
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang

Dengan terus meningkatnya kunjungan wisatawan asing ke Indonesia, Kota Malang ikut merasakan dampaknya. Pada kategori Wisatawan Mancanegara (WISMAN) mengalami peningkatan 2016 sebesar 15,3% dengan jumlah 9.535 kunjungan yang sebelumnya ditahun 2015 dengan jumlah 8.265 kunjungan WISMAN. Lalu pada tahun 2017 mengalami penurunan hingga 58,9% menjadi 6000 kunjungan saja. Lalu ditahun 2018 mengalami peningkatan yang pesat hingga 150% menjadi 15.000 kunjungan Wisman.

Pada kategori Wisatawan Nusantara (WINUS) mengalami peningkatan 2016 sebesar 21,1% dengan jumlah 3.987.074 juta kunjungan yang sebelumnya ditahun 2015 hanya 3.290.067 kunjungan WINUS. Lalu pada tahun 2017 mengalami peningkatan hingga 25,4% menjadi 5 juta kunjungan. Lalu ditahun 2018 mengalami peningkatan yang pesat hingga 50% menjadi 7,5 juta kunjungan Wisatawan Nusantara.

Pada skala publik, MICE Indonesia mengalami peningkatan pesat dengan hadirnya wadah MICE di beberapa Kota-Kota seperti di Jakarta, Bali, Medan, Surabaya, Malang dan beberapa Kota lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan hadirnya Gedung-Gedung Konvensi, baik jenis Gedung Konvensi Mandiri maupun yang menjadi fasilitas Hotel bintang 4 dan 5.

Berdasarkan data statistik kunjungan wisatawan diatas, Untuk memastikan bahwa industri MICE nasional memiliki daya saing yang tinggi dan akhirnya Indonesia menjadi tujuan MICE global, industri MICE Indonesia harus bekerja keras untuk dapat menyediakan tempat kegiatan MICE yang memenuhi persyaratan minimal tempat untuk Kegiatan MICE yang diterima baik secara regional maupun internasional yang mampu mendorong kunjungan, penginapan, dan pengeluaran pengunjung internasional untuk tujuan bisnis MICE dan berdaya saing global.

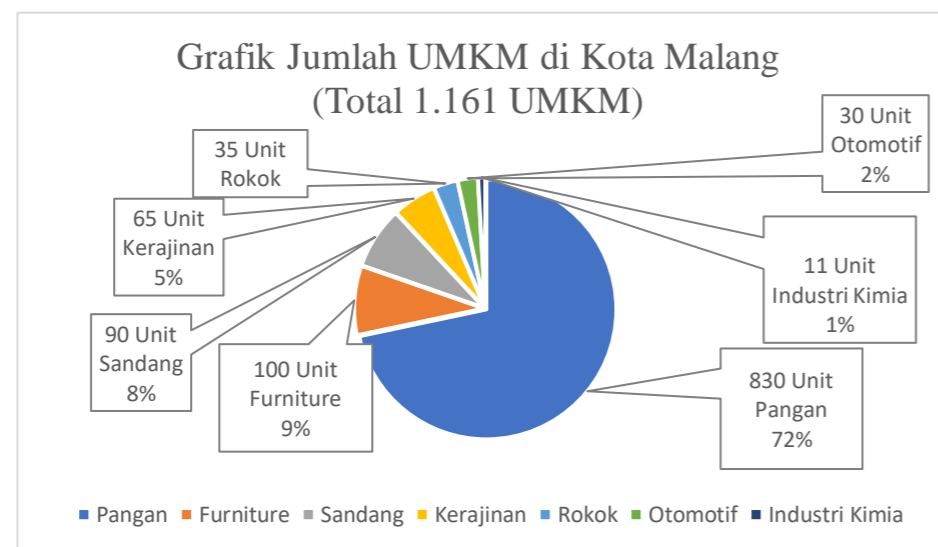
Mengingat jumlah kunjungan wisatawan yang relatif tinggi dan keinginan untuk meningkatkan kunjungan, penginapan, dan pengeluaran pengunjung tersebut, maka saya menggabungkan kegiatan konvensi dengan kegiatan jual beli sekaligus mempromosikan produk-produk daerah yang memiliki potensi meningkatkan ekonomi Kota Malang semakin baik yaitu produk UMKM Kota Malang. Salah satunya bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sekarang ini sedang berkembang.

Tabel 1.1. Jumlah UMKM di Kota Malang

No.	Sektor Usaha	Blimbing	Kedung kandang	Klojen	Lowok waru	Sukun	Jumlah
1.	Sandang	14	40	12	15	9	90
2.	Pangan	495	63	199	30	43	830
3.	Furniture	45	42	13	0	0	100
4.	Kerajinan	3	2	18	33	9	65
5.	Otomotif	11	7	9	2	1	30
6.	Rokok	4	13	3	0	15	35
7.	Industri Kimia	5	2	1	0	3	11
Jumlah		577	169	255	80	80	1.161

Sumber: BAPPEDA Malang

Tabel 1.1 menjelaskan di Kota Malang Tahun 2018 terdapat jumlah unit usaha di berbagai sektor UMKM menurut kecamatan dan industri. Pertumbuhan UMKM di wilayah kota Malang sangat penting karena Malang merupakan salah satu kota di Indonesia dengan UMKM yang bergerak di berbagai industri. Kota Malang yang terdiri dari 5 kecamatan memiliki sejumlah potensi industri UMKM yang dapat dikembangkan guna meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Kota Malang memiliki 1.161 UMKM menurut data statistik yang disusun oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), yang terbagi dalam 5 kecamatan: Kec. Blimbing, Kec. Klojen, Kec. Kedungkandang, Kec. Sukun, dan Kec. Lowokwaru. UMKM dapat membuat koperasi jika operasinya sebanding.



Gambar 1.3. Persentase Jumlah UMKM di Kota Malang 2018
Sumber: BAPPEDA Malang

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa terdapat 1.161 UMKM di Kota Malang yang dikategorikan ke dalam 7 kategori ekonomi. Dengan total 830 unit usaha (71,4% dari seluruh UMKM), sektor usaha makanan mendominasi dan menduduki peringkat pertama di kota Malang, lalu disusul pada peringkat ke 2 sektor Furniture sebanyak 100 unit usaha (8,6%), lalu sektor sandang sebanyak 90 unit usaha (7,7%), lalu sektor kerajinan sebanyak 65 unit usaha (5,5%), lalu pada sektor rokok sebanyak 35 unit usaha (3%), lalu pada sektor otomotif sebanyak 30 unit usaha (2,5%), dan terakhir pada sektor Olahan Kimia sebanyak 11 unit usaha (0,9%). Dari 7 sektotr UMKM ini, saya mempertimbangkan untuk mengambil sektor yang memiliki ciri khas dan produk yang lebih mudah untuk dibawa oleh wisatawan dalam perjalanan jauh diantaranya ada 5 sektor yaitu dari sektor pangan, sektor sandang, sektor kerajinan, sektor rokok, dan sektor Industri Kimia.

Dengan besarnya kenaikan dan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Malang untuk melakukan kegiatan wisata MICE serta sekaligus diwaktu yang sama untuk mendukung dan menguatkan produk-produk UMKM Kota Malang sebagai bentuk mempromosikan dan meningkatkan ekonomi masyarakat, maka diperlukan suatu wadah untuk mengkomodirnya, Gedung Konvensi & UMKM menjadi solusi yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan akan adanya Gedung Konvensi & UMKM juga di dasarkan pada fakta bahwa wisatawan lokal maupun asing ingin melakukan kegiatan MICE sekaligus mengenali produk-produk hasil dari destinasi wisatanya yaitu dalam kasus ini adalah Kota Malang.

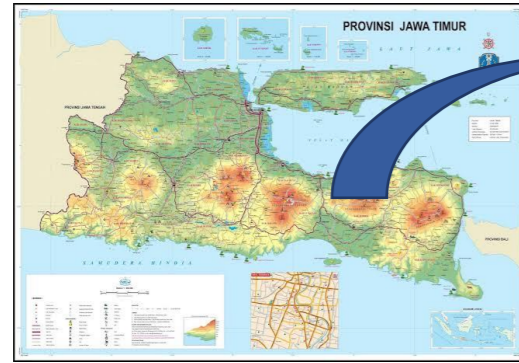
Sebuah wadah yang dapat menyampaikan tujuan bangunan dalam bentuk visualnya adalah sesuatu yang saya pikirkan berdasarkan uraian di atas sehingga pengunjung dapat merasakan fungsi utama bangunan secara visual. Hal ini akhirnya membuat saya mempertimbangkan hal tersebut sambil mempraktikkan tema arsitektur yang disebut Arsitektur Metafora Tangible di Gedung Konvensi & UMKM yang akan saya desain. Ide ini bertujuan untuk menonjolkan suatu karakter objek dalam bentuk visual bangunan ini.

1.2. Tujuan Perancangan

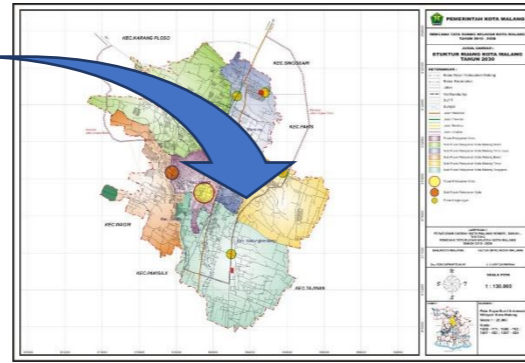
1. Memberikan kepada Kota Malang tempat atau sarana konferensi atau pertemuan yang dapat diterima dan memenuhi persyaratan serta memiliki ruang lingkup konvensi daerah.
2. Mampu mengembangkan produk dan pelaku UMKM di Kota Malang.
3. Merancang sebuah wadah untuk Kegiatan Konvensi untuk wisatawan.
4. Merancang sebuah wadah untuk bisnis bagi pelaku UMKM di Kota Malang.
5. Merancang sebuah Gedung Konvensi dan UMKM yang memiliki tema Metafora Tangible.

1.3. Lokasi Tapak

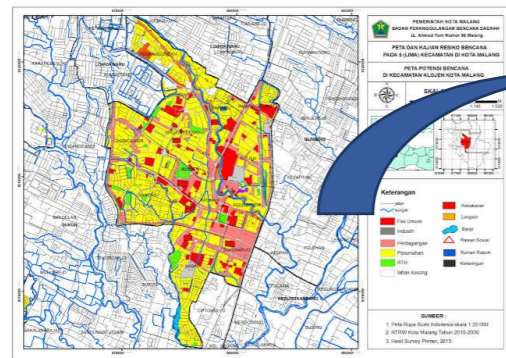
Lahan yang dirancang pada area Kantor Bupati Malang. Terletak di jalan Merdeka Timur, Kec. Klojen, Malang Jawa Timur.



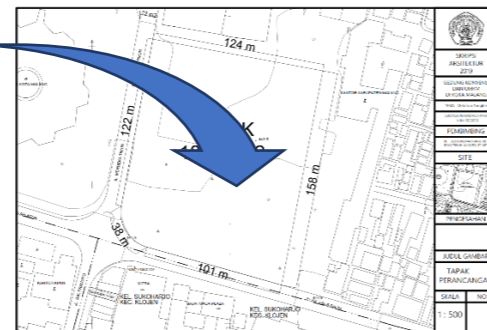
Gambar 1.4. Peta Provinsi Jawa Timur
Sumber: Google Image 03-07-2020



Gambar 1.5. Peta Kota Malang
Sumber: Google Image 03-07-2020



Gambar 1.6. Peta Kec. Klojen
Sumber: Google Image 03-07-2022



Gambar 1.7. Lokasi Tapak
Sumber: Data Pribadi

1. Luas Tapak : ± 18.800 m²
2. Lokasi Tapak : Jl. Merdeka Timur, Kec. Klojen, Kota Malang
3. Lebar Jalan : ± 12 m²
4. Kemiringan Kontur : 0,3%
5. Batas Utara : Mall Ramayana
6. Batas Timur : Kantor Kabupaten Malang
7. Batas Selatan : Area Komersial
8. Batas Barat : Alun-alun Kota Malang
9. KLB = 1,0 – 3,0
10. KDB = 60% - 70%
11. TLB = 4 – 20 lantai
12. KDH minimal 10%

1.4. Tema Perancangan

Salah satu majas yang digunakan dalam bahasa Indonesia dan banyak bahasa lainnya adalah metafora. Sebuah kiasan yang dikenal sebagai metafora mengkomunikasikan ekspresi langsung. Metafora adalah kiasan yang digunakan untuk membandingkan dan membedakan dua hal untuk menggambarkan sesuatu. WJS Purwadarminto mengklaim bahwa pemahaman bersama merupakan transformasi atau metafora makna kiasan. Dalam kaitannya dengan arsitektur, perubahan ini terjadi di setiap aspek kehidupan. Berikut ada juga beberapa pengertian menurut beberapa tokoh, yaitu:

1. Anthony C. Antoniades

Dalam bukunya *"Poethic of Architecture"* (Antoniades, 1990) Metafora adalah menafsirkan sesuatu seolah-olah itu adalah sesuatu yang lain, kita dapat memperoleh pengetahuan yang lebih dalam melalui penggunaan metafora. Metafora, kemudian, dapat membandingkan satu subjek dengan subjek lainnya untuk menjelaskan yang pertama.

2. James C. Snyder, dan Anthony J. Catanese

Dalam bukunya *"Introduction of Architecture"* (Catanese, 1979) Metafora Berbeda dengan analogi, yang memahami segala sesuatu secara harfiah, metafora melihat pola yang dapat muncul dari hubungan yang sebanding.

3. Charles A. Jencks

Dalam bukunya *"The Language of Post Modern Architecture"* (Jencks, 1991) Metafora dengan menggambar pada item terkait, pengamat dari satu objek dapat memperoleh kode yang dikenal sebagai metafora, yang memungkinkan mereka untuk melihat objek tersebut sebagai sesuatu yang berbeda di lain waktu.

Menurut beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli, Tema Metafora adalah gagasan arsitektural yang menitikberatkan pada bentuk yang diambil oleh bangunan itu sendiri dengan harapan dapat menimbulkan reaksi dari mereka yang mengapresiasi arsitektur agar ketika merancang fungsi ruang, itu cenderung mengikuti ide bentuk yang akan dirancang.

1.5. Batasan Perancangan

1. Luasan Tapak: $\pm 18.800 \text{ m}^2$
2. Kapasitas minimum menurut PERMEN PARIWISATA RI No. 2 Tahun 2007 :
3. Memiliki ruang utama dengan batas tampung sedikitnya sebanyak 300 peserta dalam bentuk ruang kelas.
 - a. Memiliki Ruang Transisi dengan batas tampung sedikitnya 80% dari kapasitas ruang utama.
 - b. Terdapat ruang sekretariat seluas 20 m^2 yang berdiri sendiri dan berdekatan dengan ruang utama.
 - c. Memiliki *lounge area* dengan batas tampung sedikitnya 60% dari kapasitas ruang utama.
4. Fasilitas dan Pelayanan minimum PERMEN PARIWISATA RI No. 2 Tahun 2007:
 - a. Aksesibilitas yang baik menuju fasilitas pendukung dan pelayanan konvensi seperti Ruang Pleno, Ruang Transisi, Ruang Perjamuan, dan Ruang Pameran.
 - b. Adanya akses independen atau khusus dari akses pengunjung umum untuk penyelenggara melakukan bongkar muat keperluan kegiatan yang memadai.
 - c. Tersedianya fasilitas kantor keamanan dan sistem pemadam kebakaran yang sesuai dengan Hukum peraturan perundang-undangan yang ada.
 - d. Aksesibilitas terhadap sumber sistem listrik cadangan (*genset*) sesuai dengan kebutuhan penggunaan Gedung penyelenggaraan yang harus mampu menyuplai seluruh kebutuhan tenaga listrik seperti keadaan normal.
 - e. Memiliki fasilitas dan pelayanan Retail UMKM.
 - f. Memenuhi Kebutuhan Pengusaha UMKM untuk berbisnis.
 - g. Memiliki Selasar Pameran dengan luas dan spesifikasi tertentu.
5. Tema Rancangan :
 - a. Gedung Konvensi dan UMKM dengan menerapkan Arsitektur Metafora Tangible.