

PROCEEDINGS

SEMINAR NASIONAL

“TERITORIALITAS, PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN DAERAH”

6 AGUSTUS 2011

Editor:

G. A. M. Suartika, ST., MEngSc., PhD.



PROGRAM STUDI MAGISTER ARSITEKTUR
UNIVERSITAS UDAYANA



IAI Bali



IAP Indonesia



Inkindo-Bali

UDAYANA UNIVERSITY PRESS

2011

ISBN no. 978-602-9042-33-7

Editor :

G. A. M. Suartika, ST., MEngSc., PhD.

Editing Lay Out Naskah :

Ni Made Emmi Nutrisia Dewi, ST

Desain Cover/Sampul :

Ida Bagus Ardi Sentosa, ST,

Hak cipta pada masing-masing kontrobutor

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun,
tanpa izin tertulis dari penulis

Kata Pengantar

Om Swastyastu

Puji Syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena *Proceedings* Seminar "Teritorialitas, Pariwisata, dan Pembangunan Daerah" dengan topik :

1. Percepatan pembangunan desa melalui aspek spasial, pariwisata, sumber daya manusia, capacity building, pertanian, dan budaya
2. Pariwisata dan tata ruang daerah
3. Ruang berfungsi ritual sebagai destinasi wisata
4. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah dan kepariwisataan yang berkesinambungan
5. Pariwisata berkelanjutan dan konservasi

Dapat kami selesaikan sesuai dengan yang direncanakan. *Proceedings* ini disusun sebagai materi yang akan dipresentasikan pada seminar di Wisma Werdapura Sanur pada tanggal 06 Agustus 2011. *Proceedings* ini disusun atas kerjasama antara Program Studi Magister Arsitektur Universitas Udayana dengan Ikatan Arsitek Indonesia Daerah Bali, Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia Daerah Bali dan Ikatan Nasional Konsultan Indonesia Daerah Bali. Tim Penyusun menyadari *Proceedings* ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu saran dan kritik yang bertujuan demi kesempurnaan *Proceedings* ini kami harapkan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa data, informasi dan petunjuk selama proses penyusunan sampai terbitnya *Proceedings* ini, kami mengucapkan terimakasih serta memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya.

Om Santhi, Santhi, Santhi Om

Denpasar, Agustus 2011

Tim Penyusun

Sambutan

Ketua Program Studi Magister Arsitektur

Universitas Udayana

Harapannya, seminar ini akan menjadi ajang aktivitas akademik yang berkelanjutan ke depannya.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tinggi disampaikan kepada para mahasiswa Program Magister Arsitektur Udayana, Program Keahlian Perencanaan dan Manajemen Pembangunan Desa dan Kota angkatan 2010, serta atas segala bantuan dan partisipasi yang diberikan oleh para mahasiswa Program Magister Arsitektur Udayana, Program Keahlian Perencanaan dan Manajemen Pembangunan Desa dan Kota angkatan 2008 dan 2009 dan semua pihak yang telah mendukung kesuksesan pelaksanaan Seminar Nasional ini.

G A M Suartika, ST. MEngSc. PhD

Ketua Program Magister Arsitektur

Universitas Udayana

Denpasar, 06 Agustus 2011

Ucapan Terima Kasih Ketua Panitia

Om Swastyastu

Puji dan syukur kami panjatkan atas berkat Tuhan Yang Mahaesa, Program Studi Magister Arsitektur Universitas Udayana, Program Keahlian Perencanaan dan Manajemen Pembangunan Desa dan Kota angkatan 2010 bekerjasama dengan Ikatan Arsitek Indonesia Daerah Bali menyelenggarakan seminar dengan judul "**Teritorialitas, Pariwisata, dan Pembangunan Daerah**" pada tanggal 06 Agustus 2011, bertempat di Auditorium, Gedung Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar Bali.

Dengan segala kerendahan hati, melalui proceeding ini, kami mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Rekan-rekan Panitia Program Studi Magister Arsitektur Universitas Udayana, Program Keahlian Perencanaan dan Manajemen Pembangunan Desa dan Kota angkatan 2010
2. Ketua Program Studi Magister Arsitektur Universitas Udayana selaku pihak penyelenggara yang telah menyediakan tempat dan segala fasilitas untuk semua kegiatan penyusunan *proceedings*
3. Ketua Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) Daerah Bali yang telah mendukung kegiatan seminar ini
4. Ketua Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia Daerah Bali yang telah mendukung kegiatan seminar ini
5. Ikatan Nasional Konsultan Indonesia Daerah Bali yang telah mendukung kegiatan seminar ini
6. Para penyaji (*Keynote Speaker*) dan pemakalah yang telah berkontribusi menyampaikan ide dan pemikiran kritisnya sebagai bahan diskusi pada acara ini
7. Pihak Sponsor yang telah memberikan dukungan materialnya
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun telah berkontribusi nyata, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pelaksanaan seminar ini dapat berjalan lancar dan *proceedings* ini dapat terwujud

Semoga hasil seminar ini dapat bermanfaat dan *proceedings* ini menjadi dokumentasi berharga bagi pembangunan di Bali dan menjadikan inspirasi oleh *stakeholder* kedepan.

Om Santhi, Santhi, Santhi Om

Denpasar, 06 Agustus 2011

Ketua Panitia

A.A. Sutrisna Wijaya, ST

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	i
Sambutan Ketua Program Studi Magister Arsitektur Universitas Udayana.....	ii
Ucapan Terima Kasih Ketua Panitia	iii
Daftar Isi.....	iv
Paper Seminar	iv
1.Percepatan pembangunan desa melalui aspek spasial, pariwisata, sumber daya manusia, capacity building, pertanian, dan budaya	I-1
a.Percepatan pembangunan desa melalui aspek pariwisata di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Tjokorda Praganingrum dan Emmi Nutrisia Dewi).....	I-2
b.Percepatan pembangunan desa melalui aspek sumber daya manusia di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Anom Gautama, Segeriana dan Purnama Jaya).....	I-13
c.Percepatan pembangunan desa melalui aspek budaya di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Ardi Sentosa dan Aditya Abriawan).....	I-21
d.Percepatan pembangunan desa melalui aspek pertanian di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Ambara dan Swarmini).....	I-34
e.Percepatan pembangunan desa melalui aspek spasial di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Sutrisna dan Tony).....	I-44
f.Percepatan pembangunan desa melalui aspek capacity building di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali (Arya dan Yudha Dwipayana).....	I-54
2.Pariwisata dan tata ruang daerah	II-1
a.Pariwisata akhir pekan: apa yang bisa dipelajari dari <i>2 days and 1 night</i> ? (Ayu Putu Utari Parthami Lestari).....	II-2
b.Perbaikan mutu jalur pedestrian dapat meningkatkan daya tarik suatu kawasan (Vika Lestari).....	II-11
c.Struktur ruang dan potensi kepariwisataan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif wilayah di Bali (Ni Luh Putu Eka Febri Yanti, ST.MSc).....	II-21

d. Kawasan perdagangan sebagai potensi wisata belanja (Dimiyati)	II-31
e. Batas Pengembangan Kawasan Wisata (Franky Liauw)	II-38
f. Tinjauan Ontologis Pengalaman Ruang dalam Pariwisata (Alvin Hadiwono)	II-49
g. Konsep Pengembangan Terbatas Bedugul-Pancasari sebagai Daya Tarik Wisata (I Made Adhika)	II-55
h. Konflik tata ruang dan pariwisata di Bali: pertarungan budaya tradisional dan modern kapitalistik (Syamsul Alam Paturusi dan Widiastuti)	II-61
i. Pola Permukiman Tradisional Madura Desa Ellak Daya Kabupaten Sumenep (Mukhlisah, Antariksa, dan Tunjung Wijayanto.S)	II-66
j. Perlunya <i>master plan</i> prasarana olahraga Bali untuk efektivitas pemanfaatan lahan (I Ketut Mudra)	II-77
3. Ruang berfungsi ritual sebagai destinasi wisata	III-1
a. Pura dan wisatawan: membina simbiosis mutualisme buatan untuk meningkatkan kesucian (I Wayan Runa)	III-2
b. Sinkretisme Budaya Bali-Cina :Potensi <i>Kelenteng</i> sebagai Destinasi Wisata Arsitektur di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung, Bali (Freddy Hendrawan)	III-10
c. Pariwisata dan konsumsi spasial: absensi ruang publik pada tempat berfungsi ritual yang dijadikan destinasi wisata (Studi Kasus Pura Tirta Empul Tampaksiring) (Gusti Ayu Made Suartika)	III-20
d. Dampak Spasial Pembangunan Kepariwisataaan di Tempat-Tempat Berfungsi Ritual (Studi Kasus Pura Tirta Empul Tampaksiring) (Ardi Sentosa dan Aditya Abriawan)	III-27
e. Strategi pengembangan dan dampak spasial pembangunan kepariwisataaan di Pura Tanah Lot (Tjokorda Praganingrum dan Emmi Nutrisia Dewi)	III-39
f. Pembangunan Kepariwisataaan ditempat Berfungsi Ritual Objek Wisata Pura Ulun Danu Beratan (Arya dan Yudha Dwipayana)	III-47
g. Pengembangan Kawasan Sekitar Pura Ulun Danu Batur sebagai Kawasan Pariwisata Berbasis Komunitas (Ambara dan Swarmini)	III-55

h. Strategi Pengembangan Pariwisata Spiritual di Kawasan Pura Besakih (Anom Gautama, Segeriana dan Purnama Jaya)	III-65
i. Penerapan bhisama kesucian pura dan pembangunan pariwisata berkelanjutan (studi kasus kawasan Pura Luhur Uluwatu) (Sutrisna dan Tony)	III-75
j. Ritual dalam Ruang Permukiman (Studi Kasus Desa Puyung – Lombok Tengah) (Ibnu Sasongko)	III-85
4.Partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah dan kepariwisataan yang berkesinambungan	IV-1
a.Peningkatan kualitas dan kuantitas sekolah tinggi pariwisata dan perhotelan sebagai salah satu solusi peningkatan sektor pariwisata (Irene Maya Salim)	IV-2
b.Pendekatan 'partisipatif' dalam pemberdayaan masyarakat pendukung sentra pariwisata (studi kasus : Desa pengrajin lukisan jelekong – bale endah – Kabupaten Bandung) (Nanang Suherman)	IV-9
c.Peranan arsitek profesional dalam dunia pariwisata di era globalisasi (I Kadek Pranajaya)	IV-17
d.Berbagai kemungkinan perubahan arsitektur tradisional yang masih dapat diterima oleh masyarakat banyak, sehingga dapat mempertahankan jumlah kehadiran wisatawan di Bali (I n d a r t o y o)	IV-24
e."Menjual kota", melihat potensi dan mengembangkan pariwisata (Doddy Yuono)	IV-38
f.Destinas kontrol oleh <i>krama adat</i> terhadap pemanfaatan ruang-ruang berfungsi budaya (Gede Andika Lesmana)	IV-49
g. Pengembangan Kawasan Interface Kota – Desa, Catatan Pemikiran <i>Kotadesasi Process</i> (I Komang Gede Santhyasa)	IV-59
5.Pariwisata berkelanjutan dan konservasi	V-1
a.Konsep ekowisata dan tri mandala dalam pengembangan Taman Wisata Alam Danau Buyan Kabupaten Buleleng (Aris Subagiyo dan Made Anik Wiryantini)	V-2
b.Pariwisata, konservasi, kotatua yang terlupakan (Studi Kasus: Kotatua Jakarta) (Wahyu Prakosa)	V-14

c. Dampak perkembangan pariwisata terhadap warisan alam yang perlu dipertanggungjawabkan (studi pembahasan objek wisata pantai) Hakim Iskandar	V-25
d. Pelestarian pariwisata daerah di Indonesia (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Sangeh, Badung, Bali) (Erika Istiyani)	V-35
e. Pengembangan pariwisata dengan pendekatan ekosistem (studi kasus pulau pramuka kepulauan seribu, Jakarta (Parino Rahardjo)	V-42
f. Konservasi Prinsip dan Nilai: Preferensi Bagi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Penglipuran, Bali (Wahyudi Arimbawa)	V-56
g. Observatorium Bosscha dan Kompleksitas Menghadapi Perubahan: Alternatif bagi Sebuah Pusaka Sains Berkelanjutan (Priscilla Epifania Ariaji)	V-66
h. Perencanaan Pariwisata di Kawasan Lindung Kecamatan Sempol Kabupaten Bondowoso (Nindya Sari, Indah Prihatiningsih dan Fadli Usman)	V-74
i. Sumber daya budaya dan konservasi kota dalam konteks perancangan kota (Anak Agung Gde Djaja Bharuna S)	V-80

Susunan Kepanitiaan

Lembar contributor & sponsor

Kawasan Perdagangan sebagai Potensi Wisata Belanja

Dimiyati*

*Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan, Jurusan Teknik Arsitektur Gunadarma
Email : dimiyati@staff.gunadarma.ac.id & dimy9@yahoo.com

Abstrak

Pariwisata diidentikan kunjungan ke objek wisata dengan kekayaan alam dan budaya saat ini berkembang objek agrowisata ataupun desa wisata. Tidak bisa dipungkiri perkembangan dan kemajuan industri pariwisata mengikut selera masyarakat sesuai dengan minat dan tujuan yang diharapkan. Tujuan wisata tidak hanya karena kebesaran alam dan keunikan *culture* sebuah daerah tertentu. Dewasa ini para wisatawan dalam melakukan kegiatan perjalanan wisata mengharapkan memperoleh makanan dan barang belanjaan yang khas dan menarik.

Perkembangan tujuan wisata ke tempat-tempat yang menawarkan barang-barang belanja saat ini banyak menjadi tujuan bagi masyarakat. Sebagai contoh orang mau pergi ke Bandung karena di sana banyak *factory outlet*, pergi ke Singapura menuju kawasan *Orchard* hanya untuk wisata belanja (*shopping*). Ini berarti kawasan perdagangan merupakan potensi bagi para wisatawan untuk berkunjung sekaligus berbelanja. Fenomena kegiatan kepariwisataan seperti ini menjadi potensi bagi industri kepariwisataan ke depan, sekaligus menjadi sektor pertumbuhan ekonomi masyarakat dan daerah.

Untuk menelaah fenomena industri kepariwisataan kawasan perdagangan akan diteliti dari beberapa tempat/tujuan wisata belanja, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Untuk mempermudah menangkap fenomena wisata belanja dalam penelitian ini akan dikaji dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Gagasan-gagasan yang menunjang penelitian ini menggunakan studi akselerasi pembangunan dan perencanaan pembangunan. Hasil penelitian ini merupakan gagasan kawasan perdagangan untuk tujuan pariwisata belanja. Sehingga pihak-pihak di bidang perencanaan pembangunan bisa bersinergi dengan industri kepariwisataan yang dapat meningkatkan kegiatan ekonomi pada kawasan.

Kata kunci: *kawasan perdagangan, potensi wisata, wisata belanja.*

Trade Area As the Potential for Tourism Spending

Abstract

Visits to tourism attractions synonymous with natural and cultural richness, is currently developing agrotourism or rural tourism attraction. Inevitably the development and advancement of the tourism industry to follow suit with the tastes of the public interest and the expected goals. Tourist destination not only because of the greatness of nature and the uniqueness of the culture of a particular area. Today, tourists travel in performing activities expect to obtain food and groceries are distinctive and interesting. The development of tourist destinations to places that offer goods shopping now a destination for many people. For example, people want to go to Bandung because there are many factory outlets, go to Singapore to Orchard area just for shopping. This means a potential trade area for tourists to visit as well as shopping. The phenomenon of tourism activities like this to be a potential for the tourism industry in the future, as well as a sector of the community and regional economic growth.

To examine the phenomenon of tourism industry trade area will be examined from multiple places/shopping destinations, both domestically and abroad. To facilitate capture the phenomenon of shopping in this study will be assessed using descriptive approach kualitatif.

The ideas that support this research uses the acceleration of development studies and development planning. The results of this study is the idea of trading area for the purpose of shopping tourism. So that the parties in the field of development planning can synergize with the tourism industry that could Increasing economic activity in the region.

Key words: *trade area, potential for tourism, shopping tourism.*

1. Kegiatan Wisata Belanja di Kawasan Perdagangan

Kegiatan pariwisata dianggap sebagai satu aset penting untuk mendorong pertumbuhan pembangunan pada satu kawasan. Tidak semua kawasan mempunyai potensi objek wisata, seperti: pegunungan indah, sistem kebudayaan yang unik, atau objek pantai yang eksotis. Salah satu sektor pembangunan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada suatu kawasan dengan potensi yang dapat mendatangkan pengunjung (wisatawan) adalah kawasan perdagangan.

Keberadaan kawasan perdagangan saat ini sudah menjadi tujuan bagi masyarakat untuk berbelanja mendapatkan barang-barang yang dikehendaki. Sekarang aktivitas belanja untuk mendapatkan barang yang khas, unik, murah, barang tersedia dengan lengkap, dan dapat memenuhi kebutuhan menjadi tujuan masyarakat untuk datang secara khusus berbelanja. Kawasan perbelanjaan menjadi tempat untuk destinasi wisata bagi sebagian masyarakat. Dengan perkembangan kegiatan pariwisata dikenal dengan istilah wisata belanja, mendampingi istilah wisata yang sudah dikenal sebelumnya, seperti: wisata bahari, wisata budaya, wisata sejarah, dan jenis-jenis wisata lainnya.

Kawasan-kawasan pembangunan tumbuh dan berkembang dengan segala macam dan jenis kegiatan. Perencanaan kawasan yang mewadahi kegiatan dan aktivitas khusus juga selalu diusahakan. Potensi-potensi kawasan dan daya dukung yang dimiliki suatu kawasan terus didukung pada perencanaan perkembangan pembangunan. Perkembangan kawasan dengan fungsi sebagai kawasan perdagangan guna memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai ruang/tempat kegiatan belanja. Pertumbuhan kegiatan kawasan perdagangan ikut mendorong perkembangan kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Para pedagang memanfaatkan potensi kawasan secara fisik maupun fungsional kawasan menjadi kawasan perbelanjaan. Paradigma pembangunan kepariwisataan tidak hanya pada spektrum fundamental pada pelestarian alam dan pelestarian budaya. Sektor pariwisata alam dan budaya sangat rentan pada faktor kerusakan alam dan aspek globalisasi kebudayaan.

Paradigma pembangunan sektor pariwisata sudah saatnya melihat pada peningkatan ekonomi dan industri, memberi kesempatan bagi kawasan perdagangan yang mempunyai potensi sebagai destinasi pariwisata. Sebagai salah satu tujuan wisata, maka kawasan perdagangan sebagai destinasi wisata belanja sewajarnya harus mulai menjadi perhatian untuk pengkayaan destinasi kepariwisataan kita. Kawasan-kawasan wisata belanja dalam dasarwasa terakhir ini sudah mulai masuk menjadi salah satu jadwal kunjungan bagi para wisatawan.

Kawasan perdagangan sebagai tempat berpusat dan berkumpulnya produk-produk yang disertai aktivitas jual-beli yang dapat mendatangkan banyak orang. Kawasan perdagangan dengan menyediakan produk/barang dagangan yang menawarkan barang-barang belanja pada saat ini menjadi destinasi wisata belanja bagi masyarakat. Kawasan seperti sudah banyak bermunculan dan tumbuh di mana-mana baik di dalam negeri maupun di

luar negeri. Perkembangan kawasan-kawasan wisata belanja sebagai satu tuntutan dari kebutuhan manusia mencari kesenangan pada saat berlibur.

Perkembangan kawasan perdagangan sebagai kawasan belanja ataupun sebuah kawasan yang mengkhususkan sebagai kawasan belanja untuk destinasi wisata bagi masyarakat sudah banyak tumbuh. Di beberapa tempat di Indonesia yang sudah banyak dikenal bagi masyarakat yang ingin berlibur berwisata belanja dan mempunyai kawasan perdagangan sebagai kawasan belanja, diantaranya, Bandung, Jogjakarta, Jakarta, Batam, dan masih banyak lagi. Untuk kawasan perdagangan sebagai tempat wisata belanja di luar negeri yang dikenal oleh masyarakat kita, diantaranya: Singapura, Thailand, beberapa Negara Eropa, dan masih banyak lagi negara sebagai tujuan wisata belanja.

Fenomena destinasi wisata belanja dari beberapa kawasan memperlihatkan bahwa perkembangan manusia untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan ingin belanja sebagai salah satu cara berlibur dan berekreasi. Penelitian ini berusaha mengungkapkan beberapa kawasan perdagangan yang memiliki destinasi wisata belanja dan kawasan wisata belanja tersebut sudah dikenal bagi masyarakat yang akan melakukan perjalanan wisata belanja. Studi ini ingin melihat dan menemukan secara sederhana pada bidang perencanaan pembangunan kawasan perdagangan yang mempunyai hubungan sangat dekat dengan perencanaan perkembangan kawasan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kawasan wisata. Hasil yang diharapkan merupakan untuk pihak-pihak perencana kepariwisataan untuk bersinergi dengan pihak perencanaan kawasan perdagangan, sehingga akan didapatkan kemanfaatan bagi peningkatan ekonomi masyarakat dan menambah kawasan perdagangan sebagai destinasi wisata.

2. Metode Penelitian

Pemilihan metode penelitian disesuaikan aktivitas dan kegiatan yang ada pada kawasan perdagangan sebagai kawasan wisata belanja. Untuk menyajikan secara langsung hakikat pada fenomena antara kawasan perdagangan sebagai objek penelitian dan responden, maka metode yang tepat menggunakan metode kualitatif. Data-data yang akan diungkapkan untuk menjelaskan fenomena yang akan menggambarkan kondisi sebenarnya, metode deskriptif merupakan cara yang dapat digunakan. Metode penelitian deskriptif sangat sejalan dengan pendekatan paradigma kualitatif yang bertujuan ini mengumpulkan data sesuai dengan kondisi asli, metode kualitatif juga melibatkan interpretasi ke dalam permasalahan yang diambil (Moleong, 2001; Darmawan, 2005).

Telaah penelitian akan dilakukan dari beberapa cara, diantaranya; dari internet, buku, kunjungan langsung, dan telaah dari hasil kuliah kerja arsitektur. Lokasi yang menjadi objek penelitian untuk diungkapkan dalam kajian ini dengan melihat dari kawasan perbelanjaan yang ada di luar negeri dan kawasan perbelanjaan di dalam negeri. Keduanya akan dilihat secara mendalam pada setiap aktivitas dan kegiatan yang ada serta mencoba mengungkapkan beberapa fasilitas dan sarana yang mendukung untuk destinasi wisata belanja.

Tujuan wisata belanja luar negeri yang menjadi objek penelitian, yaitu: *Orchard Road* di Singapura dan wisata belanja di Thailand. Kedua objek ini cukup terkenal dan menjadi tujuan bagi wisatawan Indonesia yang ingin melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, dan kedua objek ini menjadi pilihan karena telah menjadi tujuan kuliah kerja arsitektur di Univ. Gunadarma jurusan Teknik Arsitektur. Data-data yang kami punya dapat menggambarkan dengan jelas kondisi empiris kedua objek wisata tersebut.

Untuk objek penelitian dalam negeri akan dipilih sesuai dengan tujuan wisata yang sering menjadi destinasi wisata dan juga akan dilihat pula perkembangan kawasan yang menjadi pusat perdagangan dan perbelanjaan bagi masyarakat, serta kawasan tersebut juga masuk dalam perencanaan kawasan pembangunan. Kawasan wisata belanja di dalam negeri yang akan menjadi talaah penelitian ini, diantaranya: Jakarta, Bandung, Jogjakarta, dan Batam. Kawasan yang menjadi objek penelitian tidak akan membahas

seluruh dalam satu kota, tetapi akan diambil kawasan yang masuk dalam destinasi wisata belanja.

3. Kawasan Perdagangan sebagai Destinasi Wisata Belanja

Kawasan merupakan daerah/ wilayah/ tempat/ ruang dalam kesatuan geografis berdasarkan aspek fungsional yang melekat padanya. Perdagangan merupakan aktivitas/kegiatan yang dilakukan oleh manusia, diantaranya: menjajakan makanan dan minuman, menjadi agen, menjual barang baik langsung atau tidak langsung kepada konsumen, kegiatan paling dominan terjadi di tempat-tempat perdagangan yang dilakukan oleh pedagang dan konsumen. Keramaian dan kelengkapan dari barang yang diperjual belikan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk datang ke kawasan perdagangan dengan tujuan untuk berbelanja guna mencari barang yang dikehendakinya.

Destinasi wisata untuk melakukan perjalanan liburan kadang sebagian dari masyarakat menggunakannya untuk tujuan belanja, dan aktivitas/kegiatan belanja dari juga dipakai sebagai sarana untuk rekreasi maupun berwisata untuk berbelanja, sehingga dapat mengurangi kejenuhan. Kegiatan belanja sudah sebagai destinasi dalam melakukan kegiatan pariwisata. Perkembangan destinasi wisata yang dilakukan oleh masyarakat dewasa ini merupakan potensi untuk membuat perencanaan kawasan perdagangan sebagai kawasan destinasi wisata belanja.

3.1 Kawasan Belanja di Manca Negara

Perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat Indonesia yang meningkat, membawa pada bertambahnya tingkat penghasilan. Masyarakat dengan kemampuan ekonominya yang lebih menjadikan wisata ke luar negeri sebagai suatu keinginan di dalam benak mereka. Alternatif objek wisata banyak di tawarkan dan menjadi daya tarik bagi wisata Indonesia untuk datang ke manca negara dalam rangka berwisata. Aneka ragam jenis wisata ditawarkan, misalkan: wisata budaya, wisata religi, wisata sejarah, dan wisata belanja, serta masih banyak lagi. Bagi masyarakat yang senang dengan wisata belanja, ada dua negara tetangga yang menjadi tujuan wisata belanja. Kedua negara ini adalah Singapura dan Thailand, berada dekat negara kita, dan masih dalam kawasan Asia Tenggara. Kedua negara ini yang sering menjadi negara tujuan wisata belanja selain Malaysia.

a. Orchard Road di Singapura

Orchard Road merupakan sebuah jalur perbelanjaan yang paling terkenal di Asia, berada di negara Singapura. Sebuah kawasan di sepanjang Orchard Road yang menarik, memikat dan mempesona. Tahun 2009 menjadi tonggak bagi kawasan perbelanjaan Orchard Road, tiga mal baru yaitu, 313 @ Somerset, ION Orchard dan Orchard Central. Masih ada beberapa mal yang diantaranya: DFS Galleria, Far East Plaza, Forum The Shopping Mall, Hilton Shopping Gallery, Lucky Plaza, Mandarin Gallery, Marina Square, Ngee Ann City, Orchard Point, Palais Renaissance, Paragon, Plaza Singapura, Raffles City, Shaw House and Centre, Tangs, The Centrepoint, The Heeren, Wheelock Place, dan Wisma Atria.

Pusat perbelanjaan dari masing-masing mal mempunyai keunikan yang berbeda dengan mal yang ada di sepanjang jalan ini. DFS Galleria, menyediakan barang mewah dengan harga lebih murah. Far East Plaza, kawasan belanja di sini sangat populer bagi kalangan pelajar dan remaja dengan kemampuan anggaran terbatas, pengunjung dapat berbelanja dengan harga sangat murah yang dilengkapi dengan restoran, toko jam, dan toko kacamata dengan harga terjangkau. Forum The Shopping Mall, menyediakan pakaian anak-anak, pusat kegiatan kreatif, dan mal ini berorientasi pada wisata keluarga. Hilton Shopping Gallery, merupakan sebuah hotel bintang 5, terdapat pula tempat perbelanjaan dengan merek yang terkenal, seperti, Louis Vuitton, Cartier, Bulgari, Donna Karan dan

Dolce & Gabbana. Semua mal menawarkan kegiatan belanja bagi para wisatawan yang datang ke Orchard Road, sampai tempat di kawasan Orchard Road yang bernama Wisma Astria, wisma (bahasa Indonesia "rumah") ternyata juga terdapat lebih dari 100 toko, butik, dan restoran terkenal yang menawarkan surga wisata belanja di Orchard Road di Singapura.

b. Belanja di Thailand

Negara Thailand merupakan satu negara yang menjadi surga bagi para wisatawan yang ingin berlibur dengan kegiatan belanja. Daerah belanja utama adalah antara stasiun BTS Siam dengan Amarin Plaza, yang terkenal adalah Siam Paragon, merupakan mal megah yang menjual segala barang, merek fashion terkenal dan pusat jajan (makanan) dunia. Siam Square, merupakan kawasan pusat anak muda Bangkok dan mahasiswa seni di sana juga menjajakan hasil kreasi mereka. Di sana juga dilengkapi dengan Siam Ocean World, merupakan akuarium terbesar di Asia untuk menghibur anak-anak.

Dari kawasan Siam Paragon melewati *skywalk* menuju Central World Plaza, terdapat toko-toko menarik yang menyediakan CD dan buku yang lengkap, disertai dengan pusat bioskop. Di seberangnya terdapat supermarket BIG C, yang menjajakan oleh-oleh makanan khas. Masih dalam kawasan yang sama, terdapat Amarin Plaza sebagai tempat menjual sutra Thai dengan harga termurah. Di Thailand juga bisa berkunjung ke tempat belanja lainnya, misalnya ke Chinatown, yaitu di daerah Sampheng Lane dan Yaowarat yang menyediakan barang-barang berupa emas, perhiasan, dan segala rupa barang lainnya.

3.2 Kawasan Belanja di Dalam Negeri

a. Wisata belanja di Jakarta

Jakarta sebagai Ibu Kota Negara Indonesia, mempunyai mempunyai kawasan perdagangan yang berfungsi sebagai kawasan perbelanjaan. Pasar Tanah Abang, sebagai pasar pusat grosir terkenal di Asia Tenggara. Dikunjungi oleh pedagang domestik dan pedagang dari Asia seperti dari Malaysia, Singapura, Vietnam, juga dikunjungi oleh pedagang dari manca negara lainnya, seperti pedagang dari Afrika dan pedagang Timur Tengah. Potensi kawasan perbelanjaan ini merupakan aset bagi pembangunan pariwisata dalam paradigma pembangunan berkesinambungan, peningkatan ekonomi, dan pengenalan kawasan sebagai destinasi wisata belanja yang bisa untuk dijual secara global pada kepariwisataan dunia.

Kawasan perbelanjaan Tanah Abang di Jakarta tidak berdiri sendiri sebagai destinasi wisata belanja, masih banyak kawasan-kawasan perdagangan yang berada di CBD kota Jakarta, diantaranya Plaza Indonesia, Sogo, Plaza Semanggi, Plaza Senayan, Senayan City, Blok M Plaza, Mal Pondok Indah, Mal Kepala Gading dengan Mal Artha Gading, Mal Taman Aggrek, dan WTC Mangga Dua. Bentuk kawasan ini berupa bangunan modern yang mempunyai lokasi secara terpisah tetapi masih dalam CBD kota Jakarta.

Bentuk lain wisata belanja yang ada di Jakarta juga menyuguhkan barang belanja berupa kerajinan, terdapat di Jalan Surabaya di kecamatan Gondangdia – Jakarta Pusat. Terdapat aneka ragam barang yang dipasarkan, seperti kerajinan, patung Asmat, tenun Ulis, dan benda-benda dari kuningan, perunggu. Jalan Surabaya sepanjang 500 meter menjadi deretan etalase barang-barang antik dan unik dengan harga yang bisa ditawar.

b. Kawasan wisata belanja di Bandung

Saat ini banyak masyarakat di kota Jakarta dan sekitarnya menjadikan kota Bandung sebagai surganya wisata belanja. Bandung memiliki daya tarik yang luar biasa di kalangan wisatawan pecinta belanja dan menjadi tempat tujuan tersibuk bagi para

wisatawan domestik atau wisatawan luar negeri yang ingin mencari barang, seperti: pakaian, aksesoris, dan lain-lain.

Salah satu kesenangan kesenangan ketika berlibur, selain jalan-jalan dan makan-makan, adalah berburu barang-barang (belanja). Bandung adalah surganya tempat belanja, di setiap sudut Kota Bandung, akan mudah menemukan barang/tempat belanja yang sesuai dengan selera. Dalam sebuah portal yang dibuat oleh Dudun Abdulah dengan catagori mengenai Info Bandung Raya, memberi informasi mengenai berbagai tempat wisata belanja, diantaranya adalah: cindramata khas, wisata belanja, tempat belanja, dan aksesoris khas Bandung.

Kawasan Cihampelas berada di jalan Cihampelas sebagai pusat perbelanjaan busana, sejak tahun 1980-an kawasan pertokoan Cihampelas terkenal dengan produk khas pakaian berbahan jeans. Seiring dengan perkembangan pada tahun 2000-an sejumlah *factory outlet* atau dikenal dengan singkatan FO yang menawarkan pakaian jadi sisa ekspor. Keberadaan FO yang terus berkembang dan menjadi tujuan bagi wisatawan belanja, berakibat tumbuh menjamur FO di beberapa kawasan kota Bandung. Kawasan pertokoan Cihampelas tetap tak tergoyahkan sebagai kawasan wisata belanja di Bandung. Ini terbukti munculnya lokasi belanja baru yang bernama CiWalk (Cihampelas Walk), sebagai kawasan perbelanjaan. Keberadaan CiWalk ini di belakang pertokoan yang ada di Cihampelas, konsep Ciwalk ini lebih menekankan pada wisata belanja modern yang dilengkapi dengan restoran dan bioskop. Selain ada CiWalk, juga muncul hotel berbintang dengan nama Hotel Sensa yang menambah semarak kawasan perbelanjaan di Cihampelas. Di sana juga tumbuh budaya kreatif dari masyarakat yang membuat produksi, baik dalam bentuk kaos, pakaian, atau aksesoris yang di perdagangkan di kawasan tersebut.

Di Kota Bandung terdapat beberapa kawasan destinasi wisata belanja diantaranya di Jalan Riau/ R.E. Marthadinata, dan Cibaduyut. Jalan Riau/ R.E. Marthadinata, merupakan kawasan di Bandung yang menawarkan jejeran *factory outlet* (FO), menjual jenis produk sandang dengan kualitas bagus tetapi dengan harga terjangkau. Di sana juga terdapat tempat penjualan oleh-oleh/jajanan, rumah makan, aneka cemilan dan makanan khas kota priangan. Kawasan Cibaduyut merupakan sentra sandang, seperti sepatu, sandal, dan tas. Seorang wisatawan kalau datang ke Cibaduyut yang dicari sepatu, sandal, atau tas dari bahan kulit, karena kekhasan dari produk bahan sandang di kawasan Cibaduyut dari bahan kulit asli. Dari semua produk yang terkenal adalah penjualan sepatu yang merupakan hasil kreasi pengrajin. Para pengrajin mendapatkan ilmu pembuatannya secara turun temurun, pada tahun 1989 kawasan Cibaduyut dirermikan sebagai daerah destinasi wisata di Bandung.

c. Kawasan wisata belanja di Jogjakarta dan Batam

Jogjakarta dikenal sebagai pusat kerajinan setelah Bali. Jogja juga dikenal sebagai kota tujuan berbelanja, setiap akhir pekan wisatawan domestik memadati kota, demikian juga saat musim liburan. Para pengunjung memadati kawasan belanja, seperti di sepanjang jalan Malioboro. Berbagai macam barang di jual di kawasan ini, dari kualitas rendah sampai barang-barang berkualitas dan bermerek. Di jalan ini terdapat Malioboro Mall, sebagai tempat belanja modern. Terdapat pula sepanjang jalan ini pedanga kaki lima yang menawarkan berbagai jenis barang, dari pakaian, sepatu, kerajinan, maianan, tas, dan lain-lain, baik bercorak tradisional maupun barang dengan corak dan bentuk yang modern-pun ada.

Pusat perbelanjaan kedua di Jogja ada di sepanjang Jalan Solo. Toko-toko berjajar sepanjang jalan di sisi kanan dan kiri, pada ujung jalan terdapat supermarket bernama Galeria Mall. Terdapat toko yang menyediakan barang-barang dari jenis kerajinan tradisional khas Jogja, dan toko barang-barang bermerek juga ada di tempat tersebut. Seperti tempat perbelanjaan modern lainnya, tempat berbelanja ini juga terdapat juga restoran dan area bermain.

Wisata di Batam menyuguhkan banyak tujuan, di antaranya wisata bahari, wisata kuliner, wisata oleh raga, wisata budaya, wisata religi, wisata sejarah, dan juga wisata belanja. Kawasan-kawasan yang terkenal sebagai destinasi wisata belanja, antara lain Batam City Square, terletak di Penuin, merupakan pusat perbelanjaan yang menjual produk luar negeri, seperti tas, jam, sepatu, baju, aksesoris, dan lain sebagainya. Diamond City Mall sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan perlengkapan muslimah yang bermutu, sama seperti di Batam City Square yang juga menjual produk-produk dari luar dan dalam negeri. Plaza Top 100 Penuin, berupa Department Store dan Supermarket Top 100, menjual barang dalam dan luar negeri, yang dikelilingi oleh toko-toko kecil yang menjual aksesoris dan kebutuhan sandang.

4. Kesimpulan

Perkembangan pembangunan kawasan perdagangan merupakan satu aset bagi pembangunan sektor pariwisata. Tujuan kawasan perdagangan dengan aktivitas dan kegiatan masyarakat di dalamnya secara fungsional sebagai kawasan perbelanjaan. Kawasan-kawasan perdagangan dapat mendatangkan banyak pengunjung ("wisatawan") yang akan berbelanja, berarti kawasan perdagangan dapat menjadi potensi destinasi wisata belanja. Berbagai kawasan perdagangan telah menjadi destinasi wisata belanja yang dapat mendatangkan para wisatawan, seperti kawasan Orchard Road di Singapura, wisata belanja di Thailand. Kawasan wisata belanja di dalam negeri, diantaranya di kawasan perdagangan Tanah Abang di Jakarta, kawasan Cihampelas dan Cibaduyut sebagai destinasi wisata belanja di Bandung, dan kawasan wisata belanja di Jalan Malioboro di kota Jogjakarta.

Perkembangan tujuan dan keinginan wisata yang dilakukan oleh masyarakat dewasa ini, selain wisata alam dan wisata budaya, merupakan potensi baru untuk membuat perencanaan kawasan perdagangan sebagai kawasan destinasi wisata belanja. Diperlukan pemahaman bagi industri kepariwisataan secara bersama-sama mewujudkan perencanaan pembangunan kawasan perdagangan sebagai destinasi wisata belanja.

5. Daftar Pustaka

- Abdulah, D. 2011, (portal), <http://igcomputer.com/wisata-belanja-bandung.html>
- Darmawan, Edi, (2005), *Analisa Ruang Publik Arsitektur Kota*, Semarang: Badan Penerbit Univ. Diponegoro).
- Direktorat Jenderal Cipta Karya – Departemen Pekerjaan Umum (Edisi 1, 1997). *Kamus Tata Ruang*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI (2005), *Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Nasional 2005 – 2009*, Jakarta.
- Moleong L.J. (2001), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nirwandar, S. (makalah). *Pembangunan Sektor Pariwisata di Era Otonomi Daerah*, www.budpar.go.id
- <http://www.wisatathailand.com/belanja.htm>

Susunan Kepanitian Seminar Nasional

“Teritorialitas, Pariwisata dan

Pembangunan Daerah”

Penanggung Jawab : Prof.Dr. dr. A. A. Raka Sudewi, Sp. S (K)

Pembina /Pengarah : Ir. I Putu Rumawan Salain, MSi
: G. A. M. Suartika, ST, MEngSc, Ph.D
: Dr. Ir. Tjok Oka Artha Ardana Sukawati, MSi
: Ir. I Ketut Alit, MT
: Ir. Nyoman Surata, MT
: Ir. Nengah Keddy Setiada, MT

Pengurus :

Ketua : A.A. Gde Sutrisna Wijaya Putra, ST
Sekretaris : Tjokorda Istri Praganingrum, ST
Bendahara : Ni Ketut Ambara Putri Tjatera, ST
Kesekretarian : Ni Made Emmi Nutrisia Dewi, ST
Seksi Humas : Putu Tony Marthana Wijaya, ST
Seksi Acara : Ni Made Swarmini, ST
Penggalian Dana : I.Gst. Agus Yudha Dwipayana, ST
Konsumsi : I.Gst. Ngurah Arya Putra Adi Wijaya, ST
Perlengkapan : I.G.A. Anom Gautama A.P, ST
Transportasi : Putu Segeriana, ST
Publikasi : Ida Bagus Ardi Santosa, ST
Dokumentasi : I Gusti Putu Purnama Jaya, ST
Kerohanian : Komang Aditya Abryawan, ST

PROCEEDINGS SEMINAR NASIONAL

“TERITORIALITAS, PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN DAERAH”

Proceeding ini merupakan kumpulan makalah yang disusun dalam rangka Seminar Nasional “Teritorialitas, Pariwisata dan Pembangunan Daerah” yang diselenggarakan oleh Progran Studi Magister Arsitektur Universitas Udayan bekerjasama dengan Ikatan Arsitek Indonesia Daerah Bali, Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia Daerah Bali dan Ikatan Nasional Konsultan Indonesia Daerah Bali. Acara ini dilaksanakan pada tanggal Sabtu, 6 Agustus 2011 di Auditorium Program Pascasarjana Universitas Udayana, Jl P.B Sudirman, Denpasar Bali. Seminar Nasional ini diharapkan menjadi ajang untuk merangkum berbagai pemikiran, ide, saran yang relevan dari berbagai kalangan baik ilmuwan, praktisi maupun kalangan lainnya sehingga dapat berguna bagi kemajuan Bangsa Indonesia khususnya dalam bidang pembangunan daerah dan pariwisata.

Adapun yang berpartisipasi dalam proceedings ini ini tidak hanya peserta dari Bali melainkan seluruh Indonesia yang terdiri dari 42 makalah terbagi menjadi 5 subtopik yaitu Percepatan pembangunan desa melalui aspek spasial, pariwisata, sumber daya manusia, capacity building, pertanian, dan budaya (6 buah), Pariwisata dan tata ruang daerah (10 buah), Ruang berfungsi ritual sebagai destinasi wisata (10 buah), Partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah dan kepariwisataan yang berkesinambungan (7 buah), serta Pariwisata berkelanjutan dan konservasi (9 buah).

Akhir kata semoga rangkuman hasil seminar ini dapat bermanfaat bagi pembangunan daerah dan pariwisata di seluruh Indonesia sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kemakmuran serta mengucapkan terima kasih banyak atas kerjasama dan partisipasi dari berbagai pihak yang telah mendukung pelaksanaan seminar nasional ini.

ISBN no. 978-602-9042-33-7

PROGRAM STUDI MAGISTER ARSITEKTUR
UNIVERSITAS UDAYANA

R 2.20 Lt II Gedung Pascasarjana, Universitas Udayana, Kampus
Denpasar, Jl. P.B. Sudirman Denpasar (80232)

Telp : +62 361 239577 ; +62 362 8705904

