

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri sipil yang terpenting di dunia karena dapat meningkatkan ekonomi dan devisa negara (*World Travel and Tourism Council*, 2000). Dalam era otonomi daerah, sektor pariwisata juga memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian dan sumber percepatan ekonomi daerah. Namun sebetulnya pariwisata tidak hanya sekedar aktivitas ekonomi karena di dalamnya terdapat interaksi yang begitu besar dalam masyarakat (Pitana dan Gayatri, 2005; Syafrini, dkk, 2016). Setidaknya, pengembangan pariwisata haruslah terintegrasi dengan unsur budaya lokal sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, melestarikan sumber daya alam, dan tetap memelihara teknologi lokal yang sesuai dengan kondisi lingkungan alam dan potensi daerah. Pengembangan pariwisata yang berbasis sumber daya lokal ini akan memberikan efek ganda terhadap sektor ekonomi lainnya melalui peningkatan nilai tambah dan kenaikan pendapatan masyarakat (Purwanti, 2013).

Efek ganda inilah yang menjadikan sektor pariwisata merupakan aset yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi dalam kancah globalisasi atau yang disebut oleh Putra Muriawan (2008) sebagai “katalisator” dalam pembangunan ekonomi¹. Menurut Irianto (2016: 214) globalisasi ekonomi pada dasarnya memberi gambaran tentang suatu kehidupan ekonomi secara global dan terbuka tanpa mengenal batasan teritorial negara satu sama lain. Globalisasi ekonomi di

¹ Lihat juga Putra Muriawan (2008: 7) mengatakan belakangan ini kita dihadapkan pada suatu tantangan yaitu pertumbuhan pariwisata sebagai suatu industri yang pada akhir-akhir ini menunjukkan grafik meningkat dan bahkan melampaui pertumbuhan ekonomi.

Indonesia tumbuh beriringan dengan perkembangan konsumsi budaya, dimana tumbuh dalam bentuk salah satunya industri pariwisata. Pariwisata adalah investasi yang sangat menjanjikan dalam menambah devisa negara dengan banyaknya orang asing yang datang (baca: berkunjung) ke negara Indonesia. Sebagaimana yang dilaporkan oleh Kemenparekraf dalam Rencana Strategis tahun 2020-2024 memiliki tujuan untuk mewujudkan pariwisata yang berkualitas (*quality tourism experience*), pariwisata berbasis ekonomi kreatif maupun pertumbuhan nilai tambah ekonomi kreatif yang diharapkan dapat menjadi penggerak ekonomi nasional (www.kemenparekraf.go.id diakses pada 24 Maret 2022). Hal ini dapat kita lihat dalam laporan BPS RI pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) mencapai 1,38 juta kunjungan (www.bps.go.id diakses pada 24 Maret 2022). Kemudian diharapkan pada tahun 2021 jumlah wisman sebanyak 8,5-10,5 juta pengunjung serta target itu terus ditambah hingga 2024 sebanyak 16-17 juta pengunjung dengan anggaran pembangunan disektorpariwisata senilai 3,6 T (Kemenparekraf, 2020: 74-87). Untuk mencapai target tersebut, tidak terlepas dari adanya upaya pengembangan destinasi wisata di seluruh kawasan wisata yang ada di Indonesia.

Salah satu kawasan yang memiliki potensi pariwisata adalah provinsi Sumatera Barat yang sangat beragam dan bervariasi. Bisa lihat potensi alam yang banyak menawarkan keanekaragaman daya tarik wisata baik bersifat alam (bahari, pantai dan hutan) maupun budaya (*heritage* dan *living culture*) (lihat Fitriani, dkk 2018; Febrianto & Fitriani, 2019). Sehingga pada tahun 2017 lalu, Sumatra Barat dalam forum pemerintah Kabupaten dan Kota se-Sumatera Barat telah merumuskan *branding* wisata baru yaitu, "Taste of Padang", yang bertujuan mengenalkan

identitas dan kekuatan produk wisata Sumatra Barat kepada pasar, baik pasar yang sudah eksis atau pasar potensial yang baru di sasar. Paling tidak ada tiga hal yang menjadi pertimbangan dalam membuat branding wisata ini, yakni budaya, masyarakat, dan produk yang ditawarkan (<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/11/27branding-wisata-taste-of-padang-untuk-siapa>). Walaupun *branding* wisata ini masih menuai pro dan kontra, terutama masalah bagaimana mewujudkan Sumatera Barat dengan *branding taste of Padang*-nya. Namun setidaknya pariwisata untuk daerah Sumatera Barat telah memiliki *branding* seperti provinsi lain di Indonesia.

Melalui *branding taste of Padang* ini dapat dilihat bahwa, dalam laporan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2020 jumlah wisatan (baik mancanegara dan nusantara) berjumlah 10.874 pengunjung (<http://dispar.sumbarprov.go.id/>). Dengan jumlah pengunjung yang direncanakan akan terus meningkat dengan menciptakan pengembangan dan pengelolaan yang lebih baik serta daya tarik melalui citra yang dibangun untuk menarik wisatawan berkunjung ke Sumatera Barat. Menciptakan citra (*image*) terhadap massa, menurut Hall, dkk (2005: 90) menjelaskan suatu daya tarik wisata di dalam wisata pedesaan memperhatikan 3 unsur yaitu unsur *seeing, buying and being or doing*. sebagai bagian dari aktivitas masyarakat saja tapi juga untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk bisa ‘menikmati’ dan ‘membayar’. Maka pertumbuhan ekonomi ini dapat kita lihat dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dimana dari sektor pariwisata-lah yang banyak menyumbang pemasukannya (lihat Widyastuti, 2008: 4-5). Seperti yang dikatakan (Gayatri, 2005), mengembangkan pariwisata harus memiliki citra yakni mental maps seseorang terhadap suatu destinasi pariwisata.

Citra itu di dukung oleh faktor psikologis, motivasi dan nilai-nilai budaya (Lopes 2011), dan citra yang kuat akan memberikan efek positif dalam pengambilan keputusan akhir tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan (Lim dan O'cass dalam Lopes, 2011).

Salah satu daya tarik wisata (destinasi) yang dapat dikunjungi di Sumatera Barat adalah berada di Kota Padang. Kota Padang merupakan pusat dari pemerintahan provinsi Sumatera Barat. Sebagai ibu kota, tentunya juga memiliki beberapa destinasi wisata yang menarik. Karena memiliki budaya khas Minangkabau sebagai *icon* utamanya. Begitu juga wisata bahari, hal ini dikarenakan merupakan kota terbesar di pantai barat Pulau Sumatera yang berhadapan langsung dengan Samudera Hindia serta sebagai pintu gerbang barat Indonesia (Nofrianti & Susilawati, 2020). Atas dasar letak geografi kota yang berada di wilayah pesisir pantai, maka banyak wisata pantai yang dikelola oleh pemerintah salah satunya Pantai Padang. Pantai Padang atau yang familiar bagi orang Sumatera Barat disebut dengan *Taplau* menjadi destinasi wisata sudah sejak tahun 2014². Namun citra wisatanya yang kurang baik mengakibatkan taplau menjadi tidak terurus dan terakomodir dengan baik kala itu. Ditambah lagi stigma tentang Pantai Padang beragam dari kalangan masyarakat sehingga banyak pengunjung yang datang ke Kota Padang tidak mau berlama-lama dan singgah untuk menikmati keindahan pantainya. Hal ini disebabkan oleh pemalakan, tempat mesum (*payung ceper*) dan pengamen, pungli parkir dan kotor. Oleh sebab itu, daya tarik dari wisata Pantai Padang kurang di minati.

² Peraturan Wali Kota Padang Nomor 253 Tahun 2014 Tentang Penetapan Pantai Padang Sebagai Kawasan Pariwisata di Kota Padang.

Sejak Wali Kota Padang Bapak Mahyeldi³ melakukan penertiban dan penataan kembali lokasi Pantai Padang. Maka saat ini wajah baru *taplau* kian disolek dan dialih rupa menjadi lebih anggun dan layak dikunjungi. Hal ini atas dasar Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang tahun 2019-2024 dikatakan bahwa kawasan Pantai Padang termasuk kawasan wisata terpadu kota Padang yang perlu penataan ulang. Penataan ini juga atas dasar untuk meningkatkan pembinaan pariwisata halal di Sumatera Barat. Sesuai dengan tujuan pariwisata adalah untuk membangun citra pariwisata itu sebaik mungkin agar wisatawan dapat merasa nyaman, aman dan mudah untuk bersantai dan menghabiskan waktu luangnya dengan menikmati keindahan pantai Padang.

Berdasarkan hal ini, penelitian ini ingin mengkaji bagaimanaproses pengembangan kawasan pantai Padang dari yang dianggap kotor, premanisme, tempat mesum serta kafe pelangi yang berjajaran disepanjang jalan kawasan pantai Padang menjadi seperti saat ini. Kemudian sejauh mana perkembangan itu membangun citra wisata Pantai Padang bagi pengunjung dan masyarakat sekitar melihat perubahannya. Dasar inilah yang menjadi pondasi bagi kawasan Pantai Padang untuk menuju wisata halal yang ada di Kota Padang.

Mengikuti pendapat Cox (1985 dalam Pitana, 2009) tentang alasan kenapa penting pengelolaan pariwisata kota dengan memperhatikan prinsip salah satunya memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan

³ Periode 2019 sampai 2024 bersama dengan wakil Wali Kota Hendri Septa

dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif.

Namun sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas kerusakan lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun disisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Sehingga konsep dari wisata halal yang diaplikasikan dapat menakar kedua isu utama yang disampaikan Cox (1985) dengan membuat wisata yang mengandalkan manfaat positif, pengelolaan dan pengembangan dengan basis wisata halal dan memberikankonservasi dan daya guna terhadap alam (pantai).

B. Rumusan Masalah

Bagi Indonesia pariwisata merupakan penyumbang PDB, Devisa dan lapangan kerja yang paling mudah, murah dan multisektoral. Sesuai dengan pendapat SICTA-WTO (*Standard International Classification of Tourism Activities-World Trade Organization*) mengatakan pariwisata memberikan dampakekonomi yang besar mencakup 185 kegiatan usaha yang sebagian besarnya dalam jangkauan UKM. Untuk mencapai itu, maka dikembangkan pariwisata halal. Pengembangan ini didasari atas populasi Muslim menurut PEW Research adalah populasi terbesar di dunia yang mencapai angka 1,7 miliar jiwa (Djakfar, 2017: iv).Sedangkan, di Indonesia sendiri memiliki populasi Muslim sekitar 88% dari akumulasi seluruh penduduk Indonesia pada tahun 2020 (BPS, 2020). Maka dari itu, Pariwisata Halal sangat tepat dikembangkan di Indonesia.

Pengembangan wisata halal di Indonesia, di inisiasi oleh Kemenparekraf RI yang telah membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal sertamelakukan pengembangan tersebut di 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional yang mengacu pada standar GMTI (*Global Muslim Travel Index*). Destinasi tersebut adalah Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (Malang Raya), Lombok, dan Sulawesi Selatan (Makassar dan sekitarnya) (Maryati, 2020: 117-118). Hal ini terbukti menunjukkan bahwa Indonesia menjadi peringkat 1 pada tahun 2019 mengenai pariwisata halal di dunia yang dinilai oleh GMTI.

Di Sumatera Barat, khususnya Kota Padang memiliki populasi Muslim yang banyak sekitar 90%. Hal ini dikarenakan juga Kota Padang adalah pusat perkotaan, maka masih banyak orang Minangkabau yang bertempat tinggal dan para pendatang juga tidak banyak. Sehingga Kota Padang saat sekarang ini sedang mengusahakan pariwisata halal khususnya di Pantai Padang. Sesuai dengan visi Wali Kota Kota Padang tahun 2019-2024 yang berkeinginan untuk mewujudkan “Kota Padang yang madani berbasis pendidikan, perdagangan dan pariwisata unggul serta berdaya saing”. Sehingga destinasi pariwisata yang ada di Kota Padang khususnya wisata bahari seperti Pantai Padang diupayakan untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata halal berdasarkan visi dari Dinas Pariwisata Sumatera Barat yaitu “Terwujudnya Sumatera Barat sebagai destinasi utama pariwisata berbasis agama dan budaya di wilayah Indonesia bagian

barat”.

Dalam laporan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang tahun 2020 sebanyak 2.584.626 yang terdiri dari 21.660 Wisman dan 2.562.966 Wisnus. Maka dari itu, berdasarkan Renstra (Rencana Strategis) Dinas Pariwisata Kota Padang tahun 2019-2024 dikatakan pada bagian barat, pengembangan kawasan pantai akan dimaksimalkan. Menyitir ucapan Kadis Pariwisata Kota (Padangmedia.com) mengatakan “kawasan Pantai Padang sepanjang 5 km dalam perencanaan penataan akan dibagi beberapa sektor dan diwujudkan sebagai destinasi wisata halal” (diakses pada 27 Maret 2022).

Dalam penilaian terhadap persepsi pengunjung mengenai pariwisata halal di Kota Padang menunjukkan perlunya peningkatan kualitas, peningkatan fasilitas wisata sesuai dengan syariat Islam (Maryati, 2019: 126; Larasati, dkk,). Penelitian strategis dari pariwisata adalah untuk menjaga supaya pariwisata dapat berlangsung berkelanjutan dan perkembangan pariwisata di suatu daerah lebih mengarahkan pada manfaat bagi masyarakat dibidang ekonomi, sosial dan budaya (Wardiyata, 2006).

Menurut Kusudianto (dalam Pitana Dkk, 2019: 126), destinasi wisata tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa ciri-cirinya, yaitu, *pertama*, destinasi sumber daya alam seperti iklim, pantai dan hutan. *Kedua*, destinasi sumber budaya seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal. *Ketiga*, fasilitas rekreasi seperti taman hiburan.

Keempat, beberapa event seperti pesta kesenian Bali, pesta Danau Toba, pasar malam dan sebagainya. *Kelima*, aktivitas spesifik seperti kasino di Genting Highland Malaysia, Wisata Belanja di Hongkong, dan sebagainya. *Keenam*, daya tarik psikologis seperti petualangan, perjalanan romantis, keterpencilan, dan seterusnya. Destinasi ini merupakan satu tempat yang akan dikunjungi oleh wisatawan dalam waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang, yang mengalami pertumbuhan dan pengembangan.

Oleh sebab itu, konsep pariwisata halal dikembangkan di kawasan Pantai Padang. Atas dasar itu, maka pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk dan upaya pengembangan kawasan Pantai Padang hingga saat ini?
2. Bagaimana perkembangan kawasan Pantai Padang menuju wisata halal?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan menggambarkan perkembangan kawasan Pantai Padang hingga saat ini.
2. Untuk menjelaskan persepsi masyarakat dan perkembangan kawasan Pantai Padang menjadi wisata halal.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis penelitian ini dapat menambah kajian mengenai antropologi pariwisata.
2. Secara praktis penelitian memberikan gambaran pada pemerintahan setempat mengenai perkembangan dan persepsi masyarakat tentang pengembangan kawasan Pantai Padang serta memberikan sejauh mana destinasi wisata bahari menjadi wisata halal di Kota Padang.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian, peneliti menelaah penelitian yang terdahulu sebagai acuan dan gambaran dalam melakukan penelitian nantinya:

Tulisan dari Rahman & Muktialie (2004) tentang *Pengaruh Aktivitas Pariwisata Pantai Taplau Kota Padang Terhadap Ekonomi, Sosial Masyarakat dan*

Lingkungan. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pariwisata memberikankonsekuensi logis yang berupa dampak positif dan negatif. Wisata Taplau dalam pengaruh terhadap ekonomi sangat berdampak baik bagi masyarakat karena dapat membuka peluang kerja seperti berdagang bagi masyarakat yang ditawarkan pada pengunjung. Namun pada sektor lingkungan dan sosial cenderung berdampak kearahnegatif, dimana karena pengelolaan sampah dan perhatian terhadap pengurangan abrasi pantai yang kurang diperhatikan pemerintah. Begitu juga dampak sosial yang relatif mengganggu karena manajemen kawasan yang tidak diawasi langsung oleh

dinas terkait sehingga muncul premanisme dan pemalakan parkir liar.

Tulisan dari Putri (2016) tentang *Pengembangan Wisata Kota Padang Sebagai Destinasi Wisata Kota di Sumatera Barat*. Berdasarkan kesimpulan dari telaah tulisan Putri menggambarkan bahwa pengembangan wisata Kota Padang akan menjadi trend menarik di masa depan dan meningkatkan PAD. Namun ada beberapa kendala yang dapat menghambat perkembangan pariwisata tersebut yaitu belum efektifnya regulasi pengembangan maupun pengendalian pembangunan pariwisata, kurangnya sarana dan prasarana, tidak adanya koordinasi antara stakeholder dan sektor terkait, kurangnya kuantitas dan kualitas SDM dan belum optimalnya promosi dan pemasaran pariwisata serta belum optimal kemitraan berbasis kerakyataan.

Maka dari itu, tantangan-tantangan yang disampaikan oleh Putri berkenaan dengan pengembangan pembangunan pariwisata di Kota Padang maka, salah satu penelitian ini ingin melihat bagaimana saat ini pengembangan destinasi kawasan Pantai Padang dalam pengelolaan dan pembangunan pariwisata saat ini. Apakah tantangan dan hambatan yang dikhawatirkan oleh Putri masih ada atau malah cenderung membaik dan menuju kepada sisi positif dari pariwisata tersebut.

Tulisan Pramono & Dwimawanti (2017) tentang *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Gunungkidul*. Dimana wisata mampu menunjang visa negara namun harus dikelola dan memiliki

strategi yang baik. Pengembangan wisata pantai di Gunungkidul memiliki strategi yaitu meningkatkan atraksi dan event, koordinasi dengan berbagai sektor, mengadakan event nasional maupun internasional, fasilitas umum, pelatihan dan sosialisasi, kerjasama dengan investor, media promosi yang ditingkatkan serta menyebarkan wabah pada masyarakat akan sadar wisata. Sehingga wisata pantai di Gunungkidul ini dapat menjadi wisata bahari yang dapat diminati wisatawan asing maupun lokal.

Strategi-strategi yang dimunculkan oleh Pramono dan Dwimawanti ini akan sangat berguna untuk melihat Pantai Padang. Apakah memiliki strategi pengembangan seperti itu atau malah memiliki strategi-strategi yang lebih baik sehingga pada saat ini dapat menjadi lebih baik dan dikelola dengan stakeholder dan sektor yang profesional. Maka dari itu, penelitian ini juga akan melihat strategi-strategi yang dimunculkan dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata Pantai Padang.

Tulisan dari Wulandari, dkk (2020) tentang *Pariwisata, Masyarakat dan Kebudayaan: Studi Antropologi Pariwisata Pantai Marina di Pajukukang Bantaeng, Sulawesi Selatan*. Dalam pengelolaan wisata pantai maka perlu upaya dalam pengembangan seperti kasus di Pantai Marina. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah yaitu meningkatkan SDM melalui sosialisasi dan melengkapi fasilitas berupa penyaring air bersih. Hal ini menjadi kendala karena kurangnya air bersih di kawasan wisata pantai Marina. Kemudian setelah pengembangan dilakukan maka partisipasi masyarakat sangat diperlukan sehingga terjalin sinergi antar kedua elemen demi memajukan wisata

pantai Marina.

Untuk pantai Padang sebenarnya sudah dipaparkan beberapa kendala yang dihadapi dalam pengelolaan dan pengembangan sehingga perlunya pemerintah daerah fokus mengembangkan infrastruktur dan SDM agar Pantai Padang lebih baik sehingga sinergi antara pemerintah, masyarakat dan pariwisata dapat mencapaicita-cita yaitu sesuai dengan TAP MPR IV/MPR/1978 yaitu pariwisata ditingkat dan diperluas untuk menambah devisa negara, membuka lapangan kerja serta memepkenalkan budaya dan secara tidak langsung bagian dari konservasi lingkungan alam.

Dalam tulisan Fajri, dkk (2012) tentang *Studi Abrasi Pantai Padang Kota Padang Provinsi Sumatera Barat*. Lokasi Pantai Padang terletak di ketinggian 0-2m di atas permukaan laut. Karakteristiknya pantai terbuka dengan bentuk horisontaldan tidak memiliki lekukan dari landai pasir. Hal ini lah yang menyebabkan abrasipantai kerap menjadi musuh terbesar Pantai Padang. Dikarenakan tinggi gelombang yang dihasilkan dari laut berkisar antara 0,88-1,5 m. Dapat diprediksi bahwa kecepatan abrasi Pantai Padang berkisar antara 0,24-0,36 m/thn. Sehingga untuk menindaklanjuti hal ini, bagaimana pengembangan pariwisata yang faktor alamnya juga perlu diperhatikan serta bagaimana strategi pemerintah menindaklanjuti hal tersebut.

Masalah abrasi yang terjadi di bibir pantai telah lama terjadi. Sehingga upaya pemerintah dalam menindaklanjuti juga sudah dilakukan

namun belum menyeluruh. Sehingga dengan dijadikannya kawasan Pantai Padang sebagai program unggulan Dinas Pariwisata Kota Padang maka pengelolaan dan pengembangan berbasis konservasi lingkungan akan dimaksimalkan. Sehingga dalam penelitian ini, akan menggambarkan apakah masalah mengenai lingkungan seperti abrasi, sampah sudah terkelola dengan baik pada saat ini.

Tulisan dari Wahyuni (2016) tentang *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan, Kota Padang*. Menggambarkan bagaimana strategi pengembangan kawasan wisata pantai Air Manis di Kota Padang yang sama-sama wisata bahari yang ada di Kota Padang. Hasilnya menunjukkan kondisi sapa pesona sangat didukung dengan faktor alam namun hal yang mengkhawatirkan adalah sampah plastik yang tidak terkelola yang mengakibatkan laut, pantai dan lokasi pantai Air Manis yang kotor dengan sampah. Hal ini didasari oleh pengelolaan masih tergolong sedang karena banyak oknum yang tidak bertanggungjawab terhadap pekerjaannya. Sehingga dari masalah inilah perlunya strategi dimana sinergi antar pemerintah, masyarakat dan pengelola dalam memaksimalkan pengembangan objek wisata pantai Air Manis.

Begitu juga dengan pantai Padang dalam pengelolaannya yang sedang bermasalah dan sekarang dalam proses pengembangan. Maka dari itu peneliti ingin melihat bagaimana pengelolaan pantai Padang agar maksimal dalam terlaksananya wisata yang aman, unggul dan halal sesuai sapa

pesonan wisata. Hal ini diwujudkan agar kawasan pantai Padang menjadi tujuan utama wisata bahari Kota Padang.

Dalam tulisan Agustanya & Yulianti (2020) tentang *Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Pantai Kanjeran Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Jawa Timur*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya dalam upaya mengembangkan wisata Pantai Kanjeran dengan menelaah masalahnya terlebih dahulu. Setelah ditemukan masalahnya baru mengeluarkan kebijakan. Masalah yang dihadapi pantai Kanjeran adalah kurangnya spot-spot yang menarik untuk difoto maka minat pengunjung sedikit. Maka dari itu, melalui program pembangunan yang berkelanjutan dibangun air mancur menari, jembatan Surabaya, rumah pohon dan flying fox, penataan PKL dan panggung hiburan. Dengan dibangunnya infrastruktur tersebut dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai Kanjeran.

Begitu juga dalam tulisan Nawangsari, dkk (2018) mengenai *Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung dan Desa Sendang Kabupaten Paction Tahun 2017*. Hal yang dibutuhkan dalam suatu destinasi wisata adalah 3A yaitu Atraksi, Amenitas Aksesibilitas. Maka dari itu wisata pantai desa Watu Karung dan Desa Sendang membutuhkan penambahan kreasi wisata seperti area outbond, surfing dan agenda wisata budaya seperti karawitan dan ketoprak.

Sehingga wisatawan memiliki minat dan membangun citra bagi wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang dituju. Dalam

penelitian ini hal tersebutlah akan dilihat dan dibahas dalam konteks wisata Pantai Padang yang berada di Kota Padang yang menjadi wujud dari wisata kota dan berbasis halal. Sehingga bagaimana upaya pemerintah setempat mengembangkan wisata tersebut sedemikian rupa agar dapat menambah ekonomi masyarakat, PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan visa negara.

F. Kerangka Pemikiran

1. Antropologi Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah industri yang berkembang pesat mengikuti zaman (Husni & Safaat, 2019). Pariwisata juga salah satu bentuk pengembangan ekonomi yang berlandaskan dari keunikan suatu masyarakat, kebudayaan, bentang alam dan sejarah yang melekat pada suatu daerah yang menjadi destinasi. Biasanya destinasi wisata tersebut dibentuk dan dialih rupa oleh masyarakat, stakeholder dan pemerintah setempat untuk dikembangkan dan nantinya dapat menunjang ekonomi masyarakat sekitar serta pemasukan devisa bagi daerah dan negara. Salah satunya destinasi wisata yang terdapat di perkotaan.

Pada dasarnya pariwisata merupakan fenomena multidisiplin yang mencakup ruang ekonomi, politik, lingkungan, sosial budaya. Sehingga perlunya disiplin ilmu untuk menelaah fenomena dan gejala yang ada di sektor pariwisata. Salah satu disiplin ilmu yang berperan dalam melihat fenomena pariwisata bisa dilihat melalui pandangan antropologi. Antropologi telah berkembang dan melahirkan banyak subdisiplin kajian salah satunya antropologi pariwisata. Di dalam diktat antropologi

pariwisata yang di tulis oleh Pujaastawa (2017: 1) mengatakan perkembangan antropologi pariwisata dirintis oleh N. H. Graburn melalui karyanya *The Anthropology of Tourism* (1975) . Dimana, antropologi pariwisata lebih memfokuskan perhatian pada masalah-masalah sosial budaya yang terkait dengan kepariwisataan. Hal ini lebih mengacu pada sistem sosial dan sistembudaya, dimana tindakan berpola, ide-ide, nilai, hukum serta benda-benda yang menjadi pedoman bagi kehidupan suatu masyarakat dilihat dalam rangka pariwisata.

Di Indonesia sendiri, secara legal formal konsep pariwisata tertuang dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Dalam pengertian mengenai pariwisata dapat kita jumpai beberapa penjelasan. Begitu banyak para ahli mendefinisikan konsep pariwisata sehingga peneliti harus mengikuti pengertian tentang pariwisata yang dirasa cocok dalam penelitian ini . Peneliti mengutip definisi pariwisata dari dua ahli; *Pertama*, Yoeti (1990: 109) mengatakan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. *Kedua*, Widyastuti (2008: 55) pariwisata menurutnya suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain yang mempunyai objek dan daya tarik wisata untuk dapat dinikmati sebagai suatu rekreasi atau hiburan

demi mendapatkan kepuasan lahir dan batin.

Atas definisi diatas, maka suatu tujuan wisata (destinasi) tersebut harus memiliki tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi, diantaranya memiliki atraksi atau objek menarik, mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan, menyediakan tempat untuk tinggal sementara (Pendit, 2002: 67 dalam Widyastuti, 2008: 55). Sehingga hal ini harus dimiliki kawasan Pantai Padang.

Menurut Yoeti (1996) suatu daerah dalam pengembangan tujuan wisata harus memiliki 3 hal supaya menarik dan dapat dikunjungi, diantaranya:

- a. *Something to see*, yaitu sesuatu yang menarik dilihat.
- b. *Something to buy*, yaitu sesuatu yang khas bisa untuk dibeli.
- c. *Something to do*, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan.

Hal ini terkait dengan syarat suatu destinasi yang tertuang dalam pentahelikepariwisataan yaitu 3A yaitu:

- a. *Attraction*, yaitu mencakup daya tarik alam, budaya amuan buatan seperti event, festival, atau *special interest* lainnya.
- b. *Amenity*, yaitu ketercukupan fasilitas-fasilitas pendukung yang beradadi objek pariwisata tersebut.
- c. *Accsesbilitas*, yaitu sarana transportasi dan jalan supaya mudah mencapai tujuan wisata tersebut.

Yoeti (1996) menyatakan alasan perlunya pengembangan pariwisata atau objek wisata sebagai berikut :

- a. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.
- b. Pengembangan pariwisata lebih banyak bersifat nonekonomis sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam daerah yang dikunjungi.
- c. Untuk menghilangkan kepanikan berfikir, mengurangi salah pengertian dan mengetahui tingkah laku wisatawan yang datang berkunjung terutama bagi masyarakat di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

Perlu adanya keterpaduan dan kerjasama yang baik antara unsur-unsur kepariwisataan dalam upaya pengembangan objek wisata. Dalam hal ini peranan pengelola dan masyarakat sangat penting. Pengertian masyarakat mencakup tiga komponen yaitu:

1. Komponen pemerintah, yaitu adanya suatu usaha untuk mampu meningkatkan sumber dana dan menciptakan lapangan kerja yang seluas-luasnya bagi seluruh warga.
2. Komponen penyelenggara, yaitu dengan berusaha untuk dapat terselenggara dengan lancar dan dapat diberikan keuntungan

sebesar mungkin dari kegiatan pariwisata.

3. Komponen masyarakat sebagai pemilik wilayah dan pendukung serta pelaku budaya setempat berusaha mengupayakan, melestarikan wilayah, dan kehidupan di alam budayanya agar tidak tercemar.

Marpaung (2000) mengungkapkan pengelolaan kawasan objek wisata alam selama ini masih terkesan parsial dan sektoral. Sebagian besar pola pengembangannya dilakukan lebih mengejar keuntungan ekonomi yang dapat dihasilkan oleh objek wisata tersebut dibandingkan menjaga kelestarian kawasan tersebut dengan memberikan kesan aslinya. Maisardi (2005) mengemukakan bahwa manajemen pengelolaan objek wisata adalah kegiatan atau kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah, pihak swasta atau masyarakat dalam rangka menjadikan objek wisata tersebut nyaman untuk dikunjungi oleh wisatawan. Bentuk pengelolaan yang dapat dilakukan dengan cara menyiapkan sarana dan prasarana pendukung yang sifatnya tidak merubah keaslian kawasan objek wisata itu sendiri, bisa saja pemerintah atau pihak swasta melakukan aktifitas pembangunan fisik sebagai sarana penunjang tetapi tetap harus memperhatikan aspek ekologis, demografis, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. Terdapat Sapta Pesona Objek Wisata, antara lain:

1. Keamanan
2. Ketertiban
3. Kebersihan

4. Kesejukan
5. Keindahan
6. Keramahan
7. Kenangan
8. Sarana prasarana

Dalam perspektif antropologi, suatu pengembangan dan pembangunan dalam suatu wilayah masyarakat meletakkan kebudayaan sebagai salah satu faktor pendukung. Pembangunan harus dilihat dari bagaimana pelibatan masyarakat didalamnya, mulai dari setiap tahapan pembangunan, seperti perencanaan, pelaksanaan, monitoring, hingga evaluasi dan pemanfaatan atau pengelolaan hasil pembangunan tersebut. Masyarakat dapat mengetahui bahwa pembangunan itu apakah memenuhi kebutuhan mereka dan apakah pembangunan tersebut memberi manfaat pada mereka (Erwin, 2022: 1). Begitu juga dengan pembangunan pariwisata, pembangunan pariwisata juga pasti melibatkan perspektif-perspektif masyarakat sekitar agar objek wisata yang dibangun sesuai dengan kaidah dan peraturan-peraturan yang berlaku serta memiliki daya tarik yang tinggi.

Pembangunan adalah eksistensi dari sejumlah tindakan manusia. Sementara, kebudayaan merupakan pedoman bagi tindakan manusia. Dengan demikian berdasarkan pemahaman antropologi, pembangunan berorientasi dan bertujuan untuk membangun masyarakat dan peradaban

umat manusia. Menurut Koentjaraningrat (1980) bahwa hampir semua tindakan manusia adalah kebudayaan. Dalam pembangunan, masyarakat menjadi pelaku dan sekaligus objek dari aktivitas pembangunan. Keterkaitan atau korelasi antara masyarakat dan pembangunan akan terjadi melalui pengendalian dari kebudayaan. Di dalam kebudayaan, tatanan nilai menjadi inti dan basis bagi tindakan manusia. Fungsi elemen nilai (cultural value) bagi pembangunan adalah untuk mengevaluasi proses pembangunan agar tetap sesuai dengan standar dan kadar manusia. Pembangunan dapat diartikan sebagai proses menata dan mengembangkan pranata-pranata dalam masyarakat, yang didalam pranata tersebut berisi nilai-nilai dan norma-norma untuk mengatur dan memberi pedoman bagi eksistensi tindakan masyarakat. Sejumlah pranata tersebut, antara lain pendidikan, agama, ekonomi, politik, ekologi, akan membentuk suatu keterkaitan fungsional guna mendukung, melegitimasi dan mengevaluasi kompleks tindakan manusia tersebut. Dengan kata lain, pembangunan akan menyinggung isu pemeliharaan nilai dan norma masyarakat, namun sekaligus membuka ruang bagi isu perubahan sosial.

Selain membutuhkan pembangunan dan pengembangan pada suatu kawasan agar lebih maju dan berkembang, implementasi atau pelaksanaan dari pembangunan tersebut juga dibutuhkan, agar rencana tersebut terealisasi. Implementasi merupakan suatu tindakan atau pelaksanaan yang telah dirancang dan disusun secara baik, matang, dan juga terperinci (Hastuti, 2018: 166). Menurut Tangkilisan (2003: 12, dalam Hastuti 2018:

166), implementasi merupakan suatu tindakan rancangan pengembangan atau pembangunan dari seseorang yang berpengaruh seperti pemangku kepentingan demi mencapai tujuan-tujuannya. Implementasi tersebut juga bisa dilaksanakan dalam suatu strategi, strategi tersebut sebagai alat yang digunakan dalam sebuah pengembangan dan implementasi adalah tindakan atau proses realisasi dari strategi dan rencana yang sudah disusun dengan baik tersebut.

2. Pariwisata Halal

Wisata halal pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat luas dimulai pada tahun 2000 saat pertemuan yang diselenggarakan oleh OIC (*Organization of Islamic Cooperation*) atau OKI (Organisasi Kerja Sama Islam) (Surur, 2020: 25). Gagasan diluncurkannya wisata halal ini sebagai alternatif kegiatan wisata yang dapat menyesuaikan dengan gaya hidup dan pemenuhan kebutuhan Muslim dalam berwisata. Konsep wisata halal mengutamakan gagasan gaya hidup Islami yang mengintegrasikan penerapan nilai 'halal' dan menghindari sesuatu yang 'haram'.

Usaha wisata halal sudah dikukuhkan dalam nota kesepahaman antara Kemenparekraf RI dengan DSN-MUI Nomor 11/KS.001/W.PEK/2012 dan Nomor B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syari'ah. Kemudian terbit pula fatwa DSN MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Di dalamnya menetapkan bahwa:

- a. Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
- b. Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Secara sederhana pariwisata halal (*islamic tourism*) sama halnya dengan pariwisata pada umumnya. Yang membedakannya adalah menyiapkan *extended service* (layanan tambahan) bagi (khusus) wisatawan Muslim. Menurut Djakfar (2017: 15) pariwisata halal atau bisa juga disebut sebagai pariwisata syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun dalam beberapa literatur juga menyebut pariwisata halal dengan wisata halal (*halal tourism*), wisata islami (*islamic tourism*), *halal lifestyle*, *halal travel* atau syaria travel (*sharia travel*) (Surur, 2020; Umiyati & Tamrin, 2020). Tetapi terminologi yang paling umum digunakan adalah wisata halal atau wisata islami (Satriana & Faridah, 2018: 32).

Menurut Henderson (2010) wisata halal mengacu pada semua pengembangan produk dan upaya pemasaran yang dirancang untuk umat Islam (Satriana & Faridah, 2018: 33). Munculnya, konsep pariwisata yang seharusnya memiliki layanan tambahan dan berbasis syariah. Pengembangan wisata halal baru dimulai dan dikembangkan pada tahun

2015 dalam sebuah acara WHTS (*World Halal Tourism Summit*) di Abu Dhabi, UEA (Andriani, *et al*, 2015). Menurut Djakfar (2017: 31-32) setidaknya dapat dikemukakan konsep yang mendasari wisata halal untuk diaplikasikan pada destinasi-destinasi wisata, diantaranya:

- a. Dari aspek objek (tujuan atau destinasi), selama ini tempat wisata belum menyediakan fasilitas yang sepenuhnya. Misalnya saja fasilitas untuk ibadah seperti Mushalla dan Masjid.
- b. Dari aspek sarana akomodasi, belum menyediakan hotel, *guest houses*, villa, *home stay* dengan konsep syariah.
- c. Begitu juga dengan Kafe dan Spa yang banyak menyediakan minuman keras yang memabukkan.
- d. Kaitannya dengan kuliner seperti rumah makan (restoran) yang belum menunjukkan keterbukaan, kebersihan dan layak dikonsumsi oleh orang Muslim.
- e. Sektor pendukung, yaitu biro perjalanan (*travel*) yang masih tidak jelas dalam menganggarkan dana untuk satu kali berwisata.
- f. Terakhir yaitu masalah sertifikasi halal dalam semua bentuk faktor pendukung pariwisata misalnya hotel syariah, restoran halal, dan lain- lain.

Dengan hal ini, dapat dikatakan bahwa wisata halal merupakan jenis wisata yang ramah terhadap wisatawan muslim dan nyaman untuk wisatawan non muslim. Wisata halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk,

pelayanan, dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi unsur syariah (Rozalinda, dkk, 2019: 47). Sehingga pemerintahan Indonesia menyusun dan mengaplikasikan wisata halal. buktinya pada tahun 2019, Indonesia meraih penghargaan “*World’s Best Halal Travel Destination*” versi GMTI. Sehingga dari hasil ini dapat dikatakan bahwa Indonesia menjadi pusat pariwisata halal pada skala global karena didukung dengan keragaman dan kekayaan alam, budaya dan etnik (Wuryandani, 2020).

Secara spesifik, pariwisata halal merupakan kegiatan perdagangan atau bisnis berupa wisata halal. Sehingga sebagai industri pariwisata yang memakai label halal, maka anjuran WTO (*World Tourism Organization*) bukan hanya diperuntukan untuk kaum Muslim tetapi juga non muslim. Dimana hal ini menunjukkan beberapa kriteria menurut Jaelani (2017) sebagai berikut:

1. Memiliki orientasi pada kemaslahatan umum.
2. Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran dan ketenangan.
3. Menghindari kemusrikan dan khurafat.
4. Bebas dari perilaku maksiat.
5. Menjaga keamanan dan kenyamanan (sapta pesonan)
6. Menjaga kelestarian lingkungan.
7. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Sebagai bisnis wisata maka wisata halal harus di bingkai oleh semua komponennilai-nilai Islam (Sucipto & Handayani, 2014: 64). Oleh sebab

itu, melalui Kemenparekraf RI dan berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata untuk melakukan pemasaran wisata maka diluncurkan konsep *great*. Konsep ini merupakan salah satu pendekatan pengemabangan kewilayahan kepariwisataan yang mengintegrasikan beberapa dimensi seperti infrastruktur, aksesibilitas, konektivitas, aktivitas, fasilitas, hospitalitas dan preferensi pasar terkait pemilihan pintu masuk (*point of distribution*). Menurut Widagdyo (2015) terdapat tiga *great* yang berhasil dan menjadi tolak ukur, yang meliputi :

1. *Great* Bali yang meliputi NTB, NTT dan Jawa Bagian Timur.
2. *Great* Jakarta yang meliputi Banten dan Jawa Barat.
3. *Great* Batam yang meliputi Kepulauan Riau, DI Nangroe Aceh Darussalam, Riau, Sumatera Barat.

Sumatera Barat sebagai daerah yang memiliki icon budaya “adat basandisarak, syarak basandi kitabbullah (ABS-SBK)” memiliki potensi yang besar untuk dikembangkannya konsep wisata halal. pengakuan Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal dilangsungkan pada tahun 2016 pada saat malam anugerah Wisata Halal di Gedung Sapta Pesonan Kemenparekraf RI (Rozalinda, dkk, 2019). Namun dalam riset Rozalinda, dkk (2019) menunjukkan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat masih memiliki tantangan dan kendala yaitu minimnya restoran dan rumah makan yang bersertifikasi halal. Disamping itu juga, masalah keamanan di sekitar lokasi, akses jalan menuju objek wisata, rendahnya keramahan masyarakat di sekitar kawasan wisata. Namun menurut Umiyati & Tamrin

(2020) Provinsi Sumatera Barat termasuk dalam 5 Top Destinasi Pariwisata Halal TerbaikIMTI.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2015: 56) secara metaforis penelitian dengan metode kualitatif ini seperti sehelai kain yang rumit, yang tersusun dari benang-benang yang sangat kecil, begitu banyak warna, berbagai macam tekstur dan beragam campuran bahan. Oleh sebab itu, kain ini tidak dapat dijelaskan dengan mudah dan sederhana. Namun, ada cara-cara yang digunakan untuk menjelaskan yaitu seperti alat tenun dimana dapat merajut kain yang rumit tersebut. 'Alat tenun', disebut metode pengumpulan data supaya data kualitatif jadi seperti 'kain' yang bisa dipahami dengan mudah dan sederhana. Dengan alat tenun, berbagai asumsi dan kerangka penafsiran (bahan-bahan, warna, tekstur dan benang) itu jalin menjalin dan membentuk suatu penelitian kualitatif tersebut. Lebih jelasnya Creswell (2015: 60-63) mengusulkan ciri-ciri metode kualitatif, diantaranya:

- a. Lingkungan alamiah: para peneliti sering mengumpulkan data dilapangan dimana terdapat masalah-masalah yang diteliti tersebut.
- b. Peneliti sebagai instrumen penting: peneliti mengerjakan dan

mengumpulkan data sendiri.

- c. Beragam metode: peneliti mengumpulkan data dalam bentuk wawancara, partisipasi, dokumen tanpa bersandar pada satu data tunggal.
- d. Pemikiran menggunakan logika induktif dan deduktif: para peneliti membangun berbagai pola, kategori dan tema.
- e. Pemaknaan para partisipan: peneliti selama penelitian harus fokus padapemaknaan dari partisipan yang diteliti.
- f. Desain baru dan dinamis: dimana proses penelitian bisa saja tema berubah dan bergeser sewaktu berada di lapangan penelitian.
- g. Refleksivitas: peneliti ‘memposisikan diri-nya’ untuk menyampaikan apa yang terjadi di balik penelitian lapangannya (pengalamannya selamadilapangan).
- h. Pembahasan holistik: peneliti mengembangkan gambaran lengkap tentang permasalahan studinya.

Dengan ciri-ciri dan metaforis yang disampaikan oleh Creswell diatas, maka salah satu metode atau pendekatan dalam melakukan penelitian kualitatif adalah pendekatan etnografi⁴ (lihat Creswell, 2015). Etnografi sebagai metode tertuadalam riset kualitatif sangat penting dalam penelitian sosial dan budaya, dimana karakteristiknya yaitu, (a) Menggali atau meneliti

fenomena sosial dan budaya, (b) data tidak terstruktur, (c) kasus atau sampel sedikit, (d) melakukan analisis data dan interpretasi data tentang arti dari tindakan manusia (*human action*) (Atkinson & Hammersley, 1994 dalam Setyowati, 2016: 36). Kemudian Spradley (1997: 12 dalam Zakiah, 2008: 183) mengatakan etnografi merupakan suatu bangunan pengetahuan yang meliputi teknik penelitian, teori etnografi, dan berbagai macam deskripsi kebudayaan. Sehingga lazimnya etnografi menguraikan keseluruhan suatu budaya dari aspek material, ide/nilai dalam uraian yang tebal⁵.

⁴ Secara klasifikasi, etnografi termasuk ke dalam penelitian kualitatif (Bungin, 2007 dalam Kamarusdiana, 2019: 85)

⁵ Lihat Mulyana, 2003: 161.

Ciri khas dalam penelitian antropologi adalah menggunakan metode etnografi⁶. Metode ini, ‘mengharuskan’ peneliti untuk berinteraksi langsung dimana dapat merasakan, melihat, mendengar dan berada dalam waktu yang cukup lama berada di suatu kondisi sosial budaya masyarakat (etnik). Turun lapangan atau istilah lainnya *fieldwork* merupakan terjemahan sederhana untuk cara kerja etnografi. Fokus utama etnografi adalah mengumpulkan data dengan observasi dan wawancara; deskripsi yang tebal dan mendalam secara ilmiah, bekerja bersama informan kunci

dan dimensi 'emic/etic' (Setyowati, 2006: 37). Pada dasarnya, perhatian utama penelitian etnografi adalah tentang *the way of life* suatu masyarakat (Kamarusdiana, 2019: 85) dan Spradley (2006: 3) menambahkan bukan hanya sekedar mempelajari tapi belajar dari masyarakat.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di sekitar kawasan Pantai Padang. Pantai Padang merupakan salah satu pantai di Indonesia dengan aktivitas wisata dan sebagai icon sector unggulan yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah (Rahman & Muktiali, 2004). Pantai Padang juga sering dirujuk dengan istilah *Taplau* (*tapi lawik* dalam bahasa Minangkabau) atau dalam bahasa Indonesia dapat diartikan tepi laut.

⁶ Dalam pengantar buku Spradley (2006: vii-viii) Amri Marzali menyebutkan tentang hubungan antropologi dan etnografi dari sudut pandang beberapa ahli: Adamson Hoebel "*the foundation of cultural anthropology is ethnography*", Margaret Mead "*anthropology as a science is entirely dependent upon field work record made by individuals within living societies*", Anthony F. C Wallace "*all of teh comparative and theoritical work of cultural anthropology depends upon thorough and precise ethnographic description*".

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mencakup pengurusan izin, pelaksanaan strategi sampling kualitatif yang baik, mengembangkan cara-cara untuk merekam informasi baik secara digital maupun kertas, menyimpan data dan mengantisipasi persoalan etika yang mungkin muncul (Creswell, 2015: 205). Secara filosofis, etnografi dalamemic didefinisikan oleh Kim (1993) dari perspektif metodologi yaitu terutama menggunakan interview yang tidak

terstruktur dan berbagai tingkat observasi dari deskripsi sederhana sampai observasi partisipan yang lengkap (Setyowati, 2006:37). Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

a. Observasi

Pengamatan atau observasi dilakukan atas dasar tujuan dan pertanyaan penelitian. Mengamati berarti menggunakan kelima panca indra (empiris) peneliti. Sehingga data yang dihasilkan adalah dalam bentuk apa yang bisa ditangkap, didengar, dirasakan dan dilihat oleh indrawi saat berada dilapangan. Creswell (2015: 231) berpendapatkan dalam pengamatan seorang peneliti mungkin menyaksikan lingkungan fisik, partisipan, aktivitas, interaksi, percakapan dan perilaku peneliti sendiri selama proses dilapangan tersebut. Maka dalam melakukan pengamatan peneliti harus jeli dan fokus terhadap setiap situasi, kondisi dan kejadian yang tak terduga jangan sampai terlewatkan.

Guba dan Lincoln (1981: 191-193 dalam Moleong: 1995: 125) berpendapat yang lebih rinci tentang bagaimana melakukan pengamatan saat berada di lapanganyaitu a. Pengamatan didasarkan atas pengalaman secara langsung, b. Pengamatan memungkinkan melihat dan mengamati diri sendiri kemudian mencatat perilaku dan situasi kejadian saat itu, c. Mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan diperoleh dari data, d. Adanya keraguan dan bias saat penelitian, maka menjaga jarak dengan yang di amati, e. Memahami situasi-situasi yang rumit dan, f.

Dalam kasus-kasus tertentu teknik komunikasi tidak diperlukan. Terdapat tiga pertanyaan penting dalam observasi yakni: *siapa yang ada di latar penelitian?*, *apayang mereka lakukan?*, dan *apa latar fisik situasi sosial tersebut?* (Hanifah, 2010: 13 dalam Kamarusdiana, 2019: 120). Tapi tidak menutup kemungkinan juga peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang lainnya yang menjadi fokus penelitiannya.

Observasi ini tentu dilakukan langsung di lapangan selama penelitian dan mungkin juga sebelum penelitian (observasi awal). Secara garis umum, peneliti perlu mengobservasi keseluruhan perkampungan adat, bagaimana bentang alamnya, kondisi jalan, sungai, rumah-rumah warga, kegiatan masyarakat, dan bagaimana cara masyarakat berinteraksi. Sehingga gambaran umum dahulu nampak dari kehidupan masyarakat Nagari Sijunjung. Kemudian, observasi ini juga penting memperhatikan tujuan dan masalah dalam penelitian maka observasi mencakup menemukan data melalui pncasila tentang bagaimana bentuk rumah gadang, isi rumah gadang, perumahan yang dialami rumah gadang, dimana tempatdilaksanakan acara *bakaua adat*, bagaimana prosesnya.

Data yang dihasilkan dari pengamatan yang tergantung dengan kondisi dansituasi inilah nanti dicatat dalam catatatan lapangan. Karena hasil observasi sangat penting dan dalam penelitian etnografi observasi yang baik akan menghasilkan data yang baik dan mendalam jika dikombinasikan dengan data wawancara. Karena dalam observasi juga adalah termasuk proses triangulasi data ketika melakukan analisis data yang dilakukan di

akhir pembuatan laporan etnografi.

b. Observasi Partisipasi

Pengumpulan data dengan observasi partisipasi adalah bagian utama dalam penelitian kualitatif (metodologi)⁷. Observasi partisipasi adalah proses dimana sebagai peneliti, fokusnya adalah dirinya sendiri secara keseluruhan dalam situasi sosial dengan demikian peneliti akan lebih dekat dengan informan ketika berada dalam lingkungan kehidupan mereka, bagaimana mereka berperilaku, bertindak, merespon terhadap kehidupan. Observasi tidak hanya mendengarkan dan melihat apa yang mereka katakan dan lakukan tetapi jauh dari hal itu, semua tindakan yang kecil pun harus diambil dari semuanya oleh peneliti (lihat Goffman, 1989 dalam Setyowati, 2006: 37). Hal ini menandakan bahwa observasi

⁷ Uraian tebal (*thick description*) berdasarkan pengamatan terlibat (*observatory participant*) merupakan ciri utama etnografi (Frey et.al, 1992: 7 dalam Mulyana, 2001: 161-162).

partisipasi adalah kunci keberhasilan dalam penelitian etnografi karena hubungan baik peneliti, membaca situasi dan bertindak terhadap kondisi sosial harus benar-benar dipahami dengan baik oleh peneliti sehingga untuk mengumpulkan data akan lebih mudah serta berinteraksi dengan informan untuk wawancara.

c. Wawancara

Ada tiga unsur penting dalam pengajuan pertanyaan (wawancara), yakni tujuan yang eksplisit, penjelasan dan pertanyaan yang bersifat

etnografis (Kamarusdiana, 2019: 120).

Wawancara etnografi bertujuan untuk menemukan artibudaya yang terjadi pada *group social*, terutama interaksi, konteks sosial dan konstruksi sosial dari pengetahuan (Lowenberg, 1993 dalam Setyowati, 2006: 37). Artinya perlu diingat bahwa wawancara etnografik pada dasarnya mencakup proses. Proses dimana satu sisi peneliti mengembangkan hubungan baik dengan informan (*rapport*) dan disisi lain juga mengejar untuk memperoleh informasi darimereka (informan).

Dalam melakukan wawancara, peneliti tentunya sudah mengurus semua perizinan supaya orang-orang yang ditemui tidak merasa terganggu dan waspada dengan kita melakukan wawancara. Dalam wawancara tentu yang diwawancara adalah orang-orang yang terlibat langsung atau mempunyai pengalaman dengan kajian yang sedang diteliti. Sehingga data wawancara ini menjadi relevan untuk dimuat dalam laporan. Proses melakukan wawancara tentu menemui informan dan menyampaikan maksud dan tujuan kita untuk wawancara. Tentunya, kita sebelum melakukan wawancara harus mendapat izin dan waktu luang dari informan terlebih dahulu dan tidak merasa terganggu dengan kedatangan kita menemuinya. Disinilah sikap etnografer sangat ditentukan dalam mendapatkan data karena 'kedekatan' dengan informan menjadi kunci dalam menghasilkan data yang berkualitas.

Dalam melakukan wawancara, peneliti dibantu dengan membuat

panduan wawancara terlebih dahulu. Sehingga dalam melakukan wawancara dengan informan akan lebih mudah dan mencapai capaian dari tujuan penelitian. Tidak dipungkiri juga pertanyaan konter dapat pula dilontarkan saat wawancara walau tidak ada di panduan. Pengajuan pertanyaan akan dimulai dengan pertanyaan yang besar seperti bagaimana, menurut ibu/bapak..., mengapa sehingga mengharuskan informan bercerita banyak dan tidak hanya menjawab dengan jawaban singkat. Intinya dalam wawancara kita mengembangkan jawaban demi jawaban yang muncul dari informan kemudian mencacarnya dengan pertanyaan selanjutnya yang ada di panduan sehingga apa yang ada dipikiran dan pengealaman infoman dapat kita ketahui.

Namun dalam wawancara juga ada batas waktu, kemungkinan terbesar waktu dalam satu kali wawancara 2 jam atau 3 jam karena mengingat keresahan dan mungkin informan merasa lelah juga perlu diperhatikan. Sehingga, jawaban yang dikeluarkan informan tidak asal-asalan dan kita juga tidak membuang waktu lama. Selama wawancara, peneliti menggunakan alat perekam suara untuk menyimpan hasil wawancara karena tidak mungkin peneliti langsung mencatat semua jawaban yang disampaikan oleh informan.

d. Perekaman Data (Pengarsipan)

Berbagai data yang sudah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi partisipasi harus dilakukan perekaman atas data tersebut.

Perekaman data dapat dilakukan dengan bentuk catatan lapangan, foto, video serta cara lainnya yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis (Kamarusdiana, 2019: 121). Menurut Bogdan dan Biklen (1982: 74 dalam Moleong, 1995: 153) mengatakan catatan lapangan berbentuk catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif (secara empiris). Catatan lapangan ini sangat berguna saat melakukan observasi, observasi partisipasi dan wawancara karena tidak semua orang dapat mengingat dengan baik situasi atau kondisi apa yang dialami serta didalam catatan lapangan juga dapat digunakan oleh peneliti untuk mencatat kode atau istilah yang disampaikan oleh informan agar tidak salah. Data lainnya yaitu cara menyimpan data pada saat wawancara yaitu perekaman selain catatan lapangan. Creswell (2015: 244) mengatakan peneliti perlu mengarsipkan data melalui tape sebagai *back up* untuk informasi yang dikumpulkan. Sehingga pada saat menulis, peneliti dapat mendengarkan kembali hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan informan. Data yang tersimpan di dalam *recorder/tape/voice recorder* ini juga sangat membantu peneliti saat melakukan analisis data karena apa yang diucapkan melalui pertanyaan oleh informan menjadi penting.

Data yang dikumpulkan melalui foto dan video ini sering disebut teknik dokumentasi untuk menjelaskan suatu objek atau kondisi dan mempertegasnya dalam laporan penelitian yang dibuat nanti (laporan

etnografi). Data dokumentasi ini juga disebut sebagai data pendukung karena dapat memperjelas data yang mungkin tidak dapat dijelaskan maksud dari kondisi atau situasi dalam tulisan, maka foto/gambar dapat mendukung penjelasan tersebut. Dalam pengarsipan data ini dapat digunakan kamera digital atau kamera *handphone* sendiri.

e. Studi Literatur

Menurut Sugiyono (2012: 291) studi kepustakaan berkaitan dengan kajianteoritis dan referensi lain yang kaitannya dengan nilai budaya dan nilai yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti selin itu juga penelitian tidak terlepas dari literatur-literatur ilmiah. Walaupun dalam penelitian etnografi sumber data utama adalah kata-kata dari informan yang diteliti tetapi perlu juga data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam melakukan penelitian, peneliti juga menggunakan bahan bacaan dari penelitian ataupun tulisan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dikaji. Tulisan itu berupa jurnal, buku, website institusi dan artikel maupun berita online yang ada di internet⁸. Sehingga dengan banyak merujuk dan membaca bacaan tadi, maka dapat menambah wawasan, memberikan perbandingan dan memperkuat argumentasi yang peneliti bangun dalam penelitian ini. Tidak terlepas juga bahan (data) diambil dari video dokumenter⁹ yang di unggahdi Youtube dan media sosial (FB, Instagram, Website) demi menambahkan dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data.

4. Informan Penelitian

Mengacu pada apa yang dikatakan oleh Spradley (2006: 3) bahwa informan adalah pembicara asli atau *native speaker*, dimana peneliti (etnografer) meminta informan untuk berbicara dengan bahasa atau dialeknya sendiri sebagai sumber informasi¹⁰. Dalam hal ini juga, Spradley menekankan bahwa informan menjadi guru bagi etnografer (peneliti) maka ada etika yang perlu dijalankan oleh seorang etnografer saat meneliti. Etika itu juga disampaikan oleh Spradley (2006: 53-58) yaitu menyeleksi informan, memperhatikan hak-hak, kepentingan dan sensitivitas informan, menyampaikan tujuan penelitian kepada informan, melindungi privasi, jangan mengeksploitasi dan nantinya memberikan laporan akhirnya kepada informan (tulisan etnografi).

⁸ Menurut Creswell (2015: 221) penggunaan data studi literatur dapat diambil dari internet, ruang- obrolan (*room chat*) dan papan-buletin.

⁹ Guba dan Lincoln (1981: 228 dalam Moleong, 1995: 161) bahan untuk dokumen dapat diperoleh selain dari bahan tertulis juga dari film.

¹⁰ Lihat juga Afrizal (2014: 139) mendefinisikan informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam.

Teknik penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling*¹¹.

Teknik ini mengharuskan peneliti untuk menyeleksi informan yang akan di wawancarai. Sehingga penyeleksian ini, bisa di tentukan dengan seberapa besar keterlibatan informan tersebut dengan tema penelitian yang dilakukan. Penentuan informan juga didasarkan pada pengetahuannya tentang riset yang kita lakukan. Sehingga informan yang di wawancarai dapat

memberikan data sesuai apa yang diketahuinya, apa yang pernah dilakukannya, apa yang sedang dikerjakannya dan bagaimana pengalamannya terkait riset yang kita tanyakan pada mereka. Penyeleksian informan ini juga berguna untuk melihat sejauh mana informan mengetahui kebudayaannya yaitu mungkin saja dari status dan perannya dalam agenda pariwisata dan kebudayaan yang sedang peneliti kaji. Dalam hal ini, demi menyeleksi informan dengan kriteria tertentu mengacu kepada kategori menurut Afrizal (2014: 139) yaitu:

- a. Informan pelaku, adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya. Sehingga informan ini pengunjung, pedagang, pemerintah terkait dan stakeholder.

¹¹ Menurut Afrizal (2014: 140) kegunaan teknik ini sebagai mekanisme disengaja yang berarti sebelum melakukan penelitian para peneliti menerapkan kriteria tertentu yang dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi

- b. Informan pengamat, adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Orang-orang yang termasuk dalam informan pengamat ini adalah masyarakat sekitar kawasan.

H. Analisis Data

Secara sederhana, Creswell (2015: 153) mengatakan ada strategi umum yang digunakan dalam analisis data yaitu melakukan coding data dan kemudian mengidentifikasi tema atau pola yang menonjol. Tahapan dalam analisis data melalui empat bentuk, yaitu: analisis domain yang digunakan untuk memperoleh gambaran umum atau pengertian menyeluruh tentang objek penelitian (situasi sosial); analisis taksanomi digunakan untuk menjabarkan domain-domain yang dipilih menjadi lebih rinci untuk mengetahui struktur internalnya; analisis komponensial digunakan untuk melakukan wawancara atau pengamatan terpilih agar memperdalam data melalui pengajuan pertanyaan yang kontras antar elemen domain; analisis tema kultural yang digunakan untuk melakukan pencaharian kesimpulan antara domain untuk memperoleh tema-tema tertentu (Kamarusdiana, 2019: 121). Setelah itu, peneliti juga perlu untuk membanding antara data observasi partisipasi dengan data wawancara sebagai upaya untuk triangulasi data. Karena data observasi bersifat umum dan data wawancara lebih bersifat pribadi.

Perlu diingat bahwa etnografi bukan memberikan penilaian terhadap apa yang diteliti melainkan memberikan arah baru pandangan dan pola-pola kebudayaan dalam suatu masyarakat sehingga sinergi antara kebudayaan dan pariwisata dalam konteks penelitian ini bukan tentang baik buruknya namun tentang sinergitas tersebut yang memiliki pola dan aspek penting. Sehingga dalam menulis laporan akhir peneliti perlu memperhatikan kemungkinan muncul pertanyaan-pertanyaan baru yang masih

membutuhkan observasi lanjutan atau yang disebut dengan open-ended enquiry. Sehingga capaian yang diharapkan dalam tulisan etnografi tercapai yaitu tulisan mendalam tentang suatu kebudayaan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Spradley (2006: 3) etnografi merupakan pekerjaan yang mendeskripsikan suatu kebudayaan.

I. Proses Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah ujian proposal. Peneliti langsung melakukan penelitian lapangan di Kawasan Pantai Padang. beberapa hari peneliti melakukan pengamatan di seluruh objek wisata yang ada di kawasan Pantai Padang. mengambil beberapa foto dan memperhatikan setiap kegiatan yang dilakukan baik pedagang, pengunjung dan beberapa perubahan yang ada di tempat lokasi penelitian. Hal ini, peneliti taksir bahwa peneliti sendiri memiliki pengalaman di Pantai Padang karena pernah berkunjung dan menikmati keindahan pantai. Sehingga dengan pengalaman itu, peneliti dapat melihat perbedaan yang dahulunya awal 2015 peneliti pernah ke sini dan sekolah di Padang hingga saat ini. Melalui pengalaman itu, peneliti memiliki pengetahuan untuk menilai dan membandingkan keadaan Pantai Padang dahulu dan sekarang.

Setelah melakukan pengamatan. Peneliti juga berhenti di beberapa objek wisata seperti Pantai Purus, Muarao Lasak, Danau Cimpago, Kampung Nelayan dan Taman Budaya Sumatera Barat. Saat berhenti dan mengamati objek wisata tersebut. Peneliti sempatkan untuk bertanya kepada pedagang

yang berjualan di kawasan objek wisata. Peneliti juga bertanya dan memperhatikan apa yang dilakukan pengunjung saat berada di Pantai Padang. Sehingga dapat diperoleh data yang berkaitan dengan topik penelitian.

Kemudian, peneliti juga berkunjung ke beberapa restoran dan kafe serta coffe shop yang ada di Pantai Padang. menikmati makanan dan minumannya. Sehingga peneliti merasakan sendiri perubahan dari bentuk rasa, konsep yang ditawarkan oleh objek-objek pendukung pariwisata di Kawasan Pantai Padang. hanya saja peneliti tidak bisa berkunjung ke hotel yang ada di kawasan Pantai Padang karena keterbatasan biaya dan kesempatan.

Setelah dilakukan beberapa observasi dan wawancara. Maka peneliti mulai menuliskan data dan mengelompokkannya. Sehingga data dari wawancara dan observasi peneliti identifikasi dan kembangkan menjadi satu sub bab bagian dalam tulisan ini. Sehingga pada akhirnya data yang diolah dalam skripsi ini adalah data yang peneliti peroleh dari observasi dan informan di kawasan Pantai Padang. tidak terlepas pula peneliti juga mengambil beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan dalam mendukung tulisan khususnya di bab 3 mengenai keadaan Pantai Padang dahulu.

Tabel 1. Daftar Informan.

No	Nama dan Inisial	P/L	Umur	Status
----	------------------	-----	------	--------

1	Yola Kumalasari (YR)	P	25	Karyawan Swasta (Pengunjung)
2	Yuni (Y)	P	22	Mahasiswa (Pengunjung)
3	Agus (A)	L	39	Wiraswasta (Pengunjung)
4	Wahyuning Fuji (WF)	P	26	Perawat (Pengunjung)
5	Nila (N)	P	32	Pedagang (PKL)
6	Ade Satria (AS)	L	32	Pemilik Coffee Shop
7	Yumarni (YM)	P	40	Pedagang (PKL)
8	Alim (AL)	L	45	Pengelola Masjid

9	Titi (T)	P	45	Pedagang (PKL)
10	Satrio (S)	L	32	Satpol PP
11	Siti Aminah (SA)	P	40	Pedagang (PKL)
12	Adi Surya (AS)	L	35	Satpol PP

Para informan ini di temui saat melakukan terjun lapangan. Beberapa informan ditemui secara tidak sengaja. Namun penetapannya sudah ditentukan yaitu pedagang, wisatawan, petugas dan pihak pengelola. Sehingga orang - orangnya memang diwawancarai secara tidak terstruktur dan sambil lalu. Mengingat situasi dan suasana pada saat itu yang tidak memungkinkan untuk wawancara terlalu lama. Sehingga peneliti langsung saja menanyakan hal yang dianggap penting dalam tujuan dari penelitian ini. kemudian, data wawancara tadi didukung oleh data observasi dan studi pustaka yang peneliti kumpulkan dan amati secara empirik selama di

lapangan.





