

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi industri yang mendunia dan menjadi suatu bisnis yang semakin berkembang, terbukti dengan terjadinya peningkatan yang positif setiap tahunnya. Sejak tahun 1950 wisatawan dunia berjumlah 25 juta wisatawan dengan nilai wisata 2 miliar dolar, dan peningkatan di tahun 2015 mencapai 1.186 juta wisatawan, dengan nilai aktivitas wisata 1.260 miliar dolar (UNWTO, 2016). Hal ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor yang dapat membantu meningkatkan perekonomian apabila negara mampu memanfaatkan dengan maksimal potensi pariwisata yang dimiliki.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak potensi pariwisata. Dalam Rancangan Pembangunan Pariwisata 2015-2019, pemerintah Indonesia membagi sasaran pembangunan pariwisata kedalam dua bentuk, yaitu sasaran pertumbuhan dan sasaran pembangunan inklusif. Dalam sasaran pertumbuhan, terdapat dari tiga aspek utama antara lain: kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB); kunjungan wisatawan asing; dan kunjungan wisatawan domestik. PDB tahun 2014 diperoleh 4,2 % dengan harapan mencapai 8% di tahun 2019. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2014 terhitung mencapai 9 juta, dan diharapkan akan mencapai 20 juta di tahun 2019. Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan domestik tahun 2014 terhitung 250 juta, dan mencapai 275 juta di tahun 2019. Adapun pendapatan devisa pada tahun 2014 mencapai 120 triliun rupiah dan perkiraan 240 triliun rupiah pada tahun 2019.

Pada sektor pembangunan inklusif diharapkan mampu meningkatkan usaha lokal dalam industri pariwisata serta dapat meningkatkan tenaga kerja lokal yang tersertifikasi (BAPPENAS, 2014).

Pariwisata Indonesia telah menampilkan perannya dengan nyata dalam memberikan kontribusi terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya bangsa. Sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan yang sangat penting sehingga dari waktu ke waktu terus diupayakan pengembangannya, maka pendayagunaan potensi yang ada masih dimungkinkan untuk terus ditingkatkan. Pengembangan kepariwisataan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tentunya dengan mempertimbangkan berbagai aspek antara lain aspek kelestarian budaya dan lingkungan alam, aspek peningkatan pendapatan daerah maupun aspek pelayanan terhadap wisatawan (Teteki, 2010:15).

Sektor pariwisata diharapkan bisa memberikan sumbangan devisa yang besar bagi Indonesia sebagai salah satu negara berkembang, mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata dunia lain, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan wisata melimpah itu mampu mengatasi masalah-masalah mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai negara yang memiliki

keragaman melimpah Indonesia dapat mengembangkan potensinya. Selain itu, pemerintah gencar mengadakan promosi pariwisata secara langsung maupun tidak langsung. Promosi secara langsung misalnya dengan pengiriman misi kebudayaan keluar negeri, pameran khusus benda-benda kebudayaan, sedangkan promosi secara tidak langsung dapat berupa pemberian informasi wisata dalam bentuk penyebaran leaflet, iklan media cetak, maupun elektronik. Selain itu ada juga promosi yang sangat efektif dan efisien yaitu informasi melalui antar personal maka terbukalah jalan bagi pengembangan dunia industri kepariwisataan (Rani, 2014:413).

Salah satu jenis wisata yang terkenal di Indonesia adalah wisata budaya dan wisata kuliner. Jenis wisata inilah yang paling utama bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik yang ingin mengetahui kebudayaan, kesenian, makanan khas dan segala sesuatu yang dihubungkan dengan adat-istiadat dan kehidupan seni budaya bangsa Indonesia. Pariwisata jenis ini sering dihubungkan dengan istilah atraksi wisata. Di dalam dunia kepariwisataan atraksi adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Nyoman S. Pendit, 1986:17). Wisata kuliner adalah program wisata yang mengangkat tema beragam makanan yang memerlukan waktu untuk memasak khususnya mempunyai sifat khas dan menjadi unggulan dari masing-masing daerah (R.S. Damarjati, 2001). Wisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan untuk memperkaya informasi atau pengetahuan tentang Negara atau daerah lain dengan mengadakan kunjungan kepameran-pameran atau festival, perayaan-

perayaan adat dan berkunjung ke tempat xvi bangunan cagar budaya (Salah Wahab, 1989 : 6).

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata budaya dan kuliner yang cukup diminati wisatawan baik mancanegara maupun nusantara. Sejak tahun 2005 lalu, pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia (Ladan, 2018:6). Setiap Kabupaten Kota di Sumatera Barat tersebut memiliki kekhasan masing-masing. Sumatera Barat disebut sebagai Ranah Minang yang dimana suku Minangkabau berasal, Minangkabau suku yang memiliki ciri khas budaya dan kuliner yang sangat beragam, maka perlunya promosi guna kelestarian yang sejalan dengan satu tujuan komunitas besar yang tersebar di daerah-daerah yaitu Generasi Pesona Indonesia atau dikenal dengan Genpi yang punya suatu konsep destinasi wisata yang dinamakan Destinasi Digital.

Destinasi Digital yang berlatarbelakang seberapa kuat *engagement* media sosial itu, seberapa efektif netizen mengerakkan *followers*, seberapa mampu membuat *friends* dan *fans* di media sosial bergerak offline. Digagas oleh Arif Yahya yang merupakan (Menpar) Menteri Pariwisata Indonesia masa jabatan 2014-2019 mengintruksikan untuk mendirikan destinasi digital ini didaerah-daerah sesuai dengan potensi dan faktor-faktor pendukung yang dimiliki daerah sesuai dengan Pemendagri 2002 No 130 yang berbunyi “Seharusnya kab/kota bisa menjadikan pariwisata menjadi aset utama dalam pembangunan daerah di bidang ekonomi, sosial dan budaya”. Dengan kerja sama antara pemerintah daerah dan Genpi (Generasi Pesona Indonesia)/ Genwi (Generasi Wonderful Indonesia)

melahirkan suatu destinasi digital Pasar Capellen yang basis budaya, dimana pasar yang dibuat bernuansa budaya, kesenian dan tradisi di Kabupaten Tanah Datar.

Pasar Capellen merupakan salah satu destinasi digital berbasis budaya yang berada di Batusangkar. Menyajikan berbagai macam kuliner dan atraksi khas Minangkabau dengan tujuan menciptakan destinasi wisata kuliner dan melestarikan budaya Minangkabau dengan mengkonsep pasar sebagai refleksi pasar tradisional masa lalu. Diresmikan pada Minggu 30 September 2018, berkat kerja sama antara Genpi Sumatra Barat, Genpi Tanah Datar dan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Tanah Datar. Penamaan Pasar Capellen diambil dari lokasi pasar yang diselenggarakan di Benteng Van der Capellen.

Pasar Capellen beroperasi setiap hari Minggu yang dimulai jam 07.00-12.00 WIB. Menampilkan gaya pasar kuno, dimana lapak-lapak seperti di pasar tahun 60-an, para penjual dan panitia pasar yang memakai pakaian tradisional masyarakat Minangkabau yaitu baju kurung basibah dengan tingkuluak sebagai penutup kepala bagi perempuan, baju guntieng cino dan celana batik dilengkapi deta sebagai penutup kepala atau peci nasional bagi laki-laki.

Setelah itu pengunjung dapat menikmati bermacam kuliner Minangkabau maupun permainan anak Nagari seperti tangkelek panjang, enggrang dan lainnya yang berasal dari berbagai daerah yang ada di Kabupaten Tanah Datar, sembari menikmati kuliner yang disediakan pengunjung dihibur dengan berbagai pertunjukan seperti randai, tari-tarian, dan nyanyian tradisional. Alat transaksi berupa koin dari kayu ala Pasar Capellen yang disediakan di pintu masuk pasar. Berdasarkan dari awal Pasar Capellen dibuka pengunjung yang datang bukan

hanya dari masyarakat Batusangkar saja, tetapi juga banyak pengunjung dari luar Batusangkar. (Tribunnews.com.Feb2019)

Tabel 1.1
Daftar Kunjungan Domestik dan Mancanegara
Pasar Capellen

2018			2019		
Wisnu	Wisman	Jumlah	Wisnu	Wisman	Jumlah
17.374	43	17.417	45.741	306	46.047

Sumber: Disparpora2019

Berdasarkan tabel diatas yang bersumberkan dari Disparpora Kabupaten Tanah Datar yang dikeluarkan pada tahun 2019 maka terdapat jumlah kunjungan ke Pasar Capellen adalah 17.374 Wisnu (Wisatawan Nusantar) dan 43 Wisman (Wisatawan Mancanegara) terhitung dari bulan September sampai Desember 2018 dan pada tahun 2019 terdapat kunjungan 45.741 Wisnu dan 306 Wisman. Berdasarkan data kunjungan tersebut dibandingkan dengan waktu penyelenggaraan pasar yang tergolong singkat maka dapat disimpulkan Batusangkar memiliki daya tarik wisata dalam hal kuliner budaya yang direpresentasikan Pasar Capellen. Pasar dalam pengembangan dengan tujuan *sustaineble* (berkelanjutan). Maka berdasarkan hal diatas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengembangan Pasar Capellen Sebagai Destinasi Digital Berbasis Budaya di Kabupaten Tanah Datar”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latarbelakang diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian yakni: **“Bagaimana Pengembangan Pasar Capellen Sebagai Destinasi Digital Berbasis Budaya di Kabupaten Tanah Datar”**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yakni:

1. Tujuan Umum

Mendeskripsikan Pengembangan Pasar Capellen Sebagai Destinasi Digital Berbasis Budaya di Kabupaten Tanah Datar”

2. Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi Potensi dan Faktor Pendukung dalam Pengembangan Pasar Capellen sebagai Destinasi Digital Berbasis Budaya di Kabupaten Tanah Datar”
2. Mengidentifikasi Kendala dalam Pengembangan Pasar Capellen sebagai Destinasi Digital Berbasis Budaya di Kabupaten Tanah Datar”

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat Penelitian ini sebagai berikut:

1. Aspek Akademik

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Pembangunan Pariwisata.

2. Aspek Praktik

Bahan masukan bagi pemerintah Kabupaten Tanah Datar terutama Disparpora (Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga) dalam pengembangan Pasar Capellen.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Konsep Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebut bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan (Karyono, 1997:15).

Definisi pariwisata menurut Yoeti (1996:108) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat yang lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Robert Mc.Intosh bersama Shashiakant Gupta mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis pemerintah tuan rumah dan proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini sertapara pengunjung lainnya (Pendit, 1999 : 31)

Pengertian tentang pariwisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun, pada hakekatnya, pengertian pariwisata adalah suatu bentuk

wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami (*natural area*), memberi mamfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

Oleh karena itu terdapat 5 hal penting yang mendasari kegiatan pariwisata:

1. Perjalanan wisata yang bertanggung jawab, artinya bahwa semua pelaku kegiatan pariwisata harus bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata terhadap lingkungan alam dan budaya.
2. Kegiatan pariwisata dilakukan ke/di daerah-daerah yang masih alami atau kedaerah-daerah yang dikelola berdasarkan kaidah alam.
3. Tujuannya selain untuk menikmati pesona alam, juga untuk mendapatkan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai berbagai fenomena alam dan budaya.
4. Memberikan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi alam.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Berdasarkan pengertian pariwisata diatas maka dapat disimpulkan pariwisata adalah suatu kegiatan wisata baik dengan tujuan wisata mengenal budaya setempat dan didukung oleh fasilitas-fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan (orang yang berwisata), yang datang kesuatu tempat (objek wisata) dalam jangka waktu tidak lama (sementara).

1.5.2. Konsep Upaya Pengembangan Pariwisata

Upaya dalam KBBI diartikan sebagai usaha, ikhtiar untuk mencapai maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya. Sedangkan pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke (Rulyati Susi Wardhani 2016:278) adalah suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung atas kelangsungan pengembangan pariwisata.

Terdapat beberapa jenis pengembangan yaitu:

1. Keseluruhan dengan tujuan baru membangun atraksi disitus yang tadinya digunakan sebagai atraksi.
2. Tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi.
3. Pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak, dan membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas dengan meraih pangsa pasar yang baru.
4. Pengembangan baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung.
5. Penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan kegiatan yang berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya, dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

Dalam konsep pengembangan yang sarannya adalah wisatawan, maka berangkat dari hal-hal yang bisa membuat dari faktor penarik dan pendorong wisatawan untuk berwisata, maka pihak yang melakukan pengembangan akan tertarik dan didorong hal apa untuk berkunjung, maka faktor dalam pendorong adalah hal yang melandasi atau melatarbelakangi suatu objek guna sampai pada apa yang dicari atau tujuan (keinginan), seperti halnya dalam menurut I Gde Pitana (2005:67-68) faktor pendorong orang berwisata 1. *Escape* ingin melepaskan dari kejenuhan, 2. *Relaxation* guna penyegaran atau rileksasi, 3. *Play* menikmati permainan 4. *Strengthening family bond* mempererat hubungan kekeluargaan, 5. *Prestige* menunjukkan gengsi, 6. *Sosial interaction* melakukan interaksi dengan teman sejawat, 7. *Romance*. Keinginan menemukan suasana romantis, 8. *Education Oportunity* melihat sesuatu yang baru dan kebudayaan yang berbeda, 9. *self fulfilment* keinginan untuk menemukan jati diri dan 10. *Wish fulfilment* (keinginan merealisasikan mimpi ataupun cita-cita). Dan faktor penarik adalah sesuatu yang menjadi suguhan daya tarik untuk seseorang (wisatawaan). Seperti halnya menurut James J. Spillane (1997:40) faktor yang menjadi faktor penarik mengunjungi wisata yaitu:

1. Keindahan alam dengan berbagai variasinya
2. Kondisi iklim
3. Kebudayaan dan atraksinya
4. Sejarah dan legendaris
5. Ethnicity dengan sifat kesukuannya
6. Accesbility kemudahan untuk mencapainya.

Jadi disimpulkan dalam pengembangan sektor pariwisata budaya akan menimbang potensi pada suatu daerah atau destinasi wisata, faktor-faktor yang dapat menjadi pendukung wisatawan untuk berwisata dan dilain sisi ada halnya yang menjadi daya tarik yang sudah ada disuatu objek wisata seperti halnya yang mengangkat tema budaya dan lokasi yang merupakan tempat asal usul nenek moyang etnis Minangkabau, dan dalam pengembangan akan ditemui kendala-kendala yang dapat mengganggu berlansungnya pengembangan itu sendiri baik dalam hal perencanaan dan pelaksanaan.

1.5.3. Wisata Budaya

International Council on Monument and Sites (ICOMOS) (2012) menyatakan pariwisata budaya meliputi semua pengalaman yang didapat oleh pengunjung dari sebuah tempat yang berbeda dari lingkungan tempat tinggalnya. Dalam pariwisata budaya pengunjung diajak untuk mengenali budaya dan komunitas lokal, pemandangan, nilai dan gaya hidup lokal, museum dan tempat bersejarah, seni pertunjukan, tradisi dan kuliner dari polusi lokal atau komunitas asli. Parawisata budaya mencakup semua aspek dalam perjalanan untuk saling mempelajari gaya hidup maupun pemikiran (Goeldner, 2003). Pada penelitian ini wisata budaya yang dimaksud dimana wisatawan menikmati wisata dengan konsep pasar yang dirancang dengan tema budaya tradisional dengan memperdagangkan makanan khas Minangkabau, alat-alat yang digunakan tradisional, pakaian, permainan dan atraksi-atraksi kebudayaan.

1.5.4. Destinasi Digital

Pasar Capellen merupakan hasil dari destinasi digital yang dikreasi oleh Genpi (Generasi Pesona Indonesia) sehingga indah di kamera alias *cameragenic*, bahasa lainnya *Instagramable*, kalau dicapture menggunakan kamera handphone, lalu diposting di media social, seperti Instagram atau Facebook selalu mendapat respon positif oleh warga dunia maya.

Destinasi digital nama yang dipopulerkan oleh Menpar Arief Yahya setelah melihat fenomena unik di kalangan millenials, terutama anak-anak Genpi. Setiap membuat aktivitas *offline*, selalu meledak, selalu heboh, selalu menjadi trending topic, viral di mana-mana. Menjadi bahasan yang asyik dan nggak habis-habis di media sosial. Bermula dari Pasar Karetan, di Segrumung, Meteseh, Boja, Kendal. Setahun sebelumnya, 5 November 2017, yang dibuka oleh Ibu Esthy Reko Astuti, saat itu masih Deputi Pemasaran Nusantara Kemenpar, Minggu Pagi. Saat itu, Don Kardono, Stafsus Menpar Bidang Media dan Komunikasi Publik uji coba terhadap kekuatan media sosial. Seberapa kuat *engagement* media sosial itu, seberapa efektif netizen mengerakkan *followers*, seberapa mampu membuat *friends* dan *fans* di media sosial bergerak *offline*.

Masakannya ditata yang indah, pedagang berbusana khas, *Instagramable*, strategi harga diatur yang wajar, kualitas rasa dijaga, jenis kulinernya tradisional, daftar harga dipasang, agar tidak menipu pengunjung, pelayanan ramah, lapak dihias dengan baik. Spirit *Go Green*, ramah lingkungan, mengurangi penggunaan plastik, pakai bahan-bahan alam seperti nenek moyang kita dahulu kala. Piring

daun pisang, daun jati, mangkuk batok kelapa, sendok juga berbahan batok, sampai uang diubah menjadi girik, agar terasa khas dan *Instagramable*.

Konsep yang dibuat selalu pasar, dengan alasan pasar adalah *meeting point*.

1. Tempat bertemunya penjual dan pembeli, 2. Tempat berjumpa *seller* dan *buyer*, 3. Tempat bertransaksi bisnis, 4. Tempat ngopi bareng teman, 5. Tempat nongkrong semua level orang, tempat berbaur, bersosialisasi, berinteraksi, 6. Tempat membahas apa saja dengan bebas, terbuka, tidak ada jarak dan asyik, 7. Tempat aneka ragam kuliner, tempat rekreasi, tempat permainan, ajang promosi, ngobrol ngalor ngidul, 8. Tempat mencari pacar, berkenalan, dan berbagi. Perbincangan di pasar itu jauh lebih bebas, lebih egaliter, lebih leluasa, dibandingkan berdiskusi didalam ruang tertutup.

Dengan pasar itu ada 3 disain yang ditawarkan kepada anak-anak Genpi seluruh Indonesia. Pertama, Pasar dengan basis *nature* atau alam. Pasar jenis ini menggunakan alam dan segala keindahannya sebagai objek foto dan selfie. Mereka mengeksplorasi gunung, hutan, sawah, ladang, sungai, batu-batuan, pantai, dan tepian laut. Contohnya Pasar Karetan, Pasar Pancingan, Pasar Kaki Langit, Pasar Cikundul, Pasar Mangrove, Pasar Kebon Watoe Gede, Pasar Kumandang, Pasar Inis, dll semua masih menggunakan model alam sebagai *ambience*.

Kedua, pasar dengan basis *Culture*. Pasar yang suasananya dibuat dengan nuansa budaya, seperti heritage, kesenian, tradisi, dll. Seperti Pasar Capellen di Sumbar, Pasar Warisan di Lampung, ada nuansa sejarah, budaya, yang kental di destinasi digital itu.

Ketiga, Pasar dengan basis Buatan, atau manmade. Potensinya ada di kota, di parkir yang luas, dibuat mural, lukisan-lukisan, permainan 3 on 3 basket, atau foodtruck, dengan pemandangan buatan, seperti Pasar Kampung Bekelir di Taggerang dengan objek warna-warni.

1.5.5. Tinjauan Sosiologis

Secara sederhana, sosiologi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari interaksi antar manusia didalam masyarakat. Artinya, segala fenomena terjadi didalam masyarakat dapat dianalisis menggunakan kacamata sosiologi. Begitu juga halnya dengan penelitian tentang pengembangan Pasar Capellen sebagai destinasi digital berbasis budaya di Kabupaten Tanah Datar yang mengkaji mengenai potensi, faktor-faktor pendukung dan kendala yang ditemui.

Penelitian ini menggunakan paradigma perilaku sosial. Perilaku sosial memusatkan perhatiannya pada hubungan antar individu dengan lingkungannya. Pokok persoalan dalam paradigma perilaku sosial adalah tingkah laku individu yang berlangsung dalam hubungannya dengan faktor lingkungan yang menghasilkan akibat-akibat atau perubahan dengan faktor lingkungan yang menimbulkan perubahan terhadap tingkah laku (Ritzer, 2010:71-72).

Mempelajari realitas dan fakta sosial memerlukan yang namanya teori. Walaupun banyak yang berbicara bahwa kalau sudah mengetahui faktanya, teori tidak diperlukan lagi. Didalam buku Teori Sosiologi Modern karya (Bernard Raho 2007) menjelaskan bahwa tidak semua fakta jelas didalam dirinya sendiri. Ada banyak fakta yang samar-samar dan membutuhkan penjelasan. Dalam penelitian ini, kita membutuhkan teori yang dapat membantu untuk menilai dan menafsirkan

fakta itu. Teori berusaha memberikan interpretasi atas fakta yang bersifat samar-samar itu. Untuk itu diperlukan teori di dalam setiap disiplin ilmu.

Pada penelitian tentang dalam pengembangan Pasar Capellen sebagai destinasi digital berbasis budaya penelitian ini menggunakan pandangan Ralf Dahrendorf tentang asumsi dasar teori struktural fungsional dalam buku pengantar teori sosiologi (Damsar, 2015 :169) . Teori struktural fungsional terkait mengenai suatu struktur dalam masyarakat. Manusia dikenal dengan makhluk yang patuh dan taat terhadap struktur, dengan demikian manusia dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan struktur yang sudah ada.

Dengan asumsi struktural fungsional yang pertama, setiap masyarakat terdiri dari berbagai elemen struktur yang relatif mantap dan stabil, cenderung tetap dan tidak berubah-ubah. Dalam penelitian ini yang melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan yang terdiri dari elemen-elemen yang terpadu dalam masyarakat, seperti Disparpora sebagai dinas pariwisata pemuda dan olahraga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar dengan agenda mereka yang sudah ditetapkan , Genpi Tanah Datar merupakan Generasi Pesona Indonesia yang berada di daerah dengan tujuan mengekspos pariwisata daerahnya, pedagang-pedagang yang biasanya berdagang dipasar-pasar tradisional dengan produk khasnya, Dinas Pendidikan yang bertanggung jawab pada pengembangan pendidikan yang ada di daerahnya dan swasta yang memiliki kepentingan terkait didalamnya.

Kedua, elemen-elemen terstruktur tersebut terintegrasi dengan baik. Di dalam struktur memiliki pola jaringan dan hubungan. Antara Disarpora, Genpi dan Pedagang yang terintegrasi dalam kepanitian Pasar Capellen, Disarpora yang merupakan pembina, Genpi sebagai panitia penyelenggara, pedagang sebagai anggota. Dinas Komunikasi, Dinas Pendidikan, komunitas-komunitas dan swasta yang menjadi patner.

Ketiga, Setiap elemen dalam struktur memiliki fungsi yaitu memberi sumbangan pada bertahannya struktur itu sebagai suatu sistem. Dalam keberlanjutan dan pengembangan destinasi digital ini ada panitia dan segala elemen-elemen terkait pasar yang memiliki peranan masing-masing seperti Disarpora sebagai pembina memberi pembinaan dan pelatihan untuk panitia penyelenggara maupun anggota, Genpi sebagai panitia penyelenggara dengan peranan dalam menyelenggarakan sesuai dengan tujuan pasar terbentuk. Pedagang membuat produk untuk diperjual belikan dipasar dengan mengutamakan ke higienisan, pelayanan dan berbagai hal sesuai dengan tujuan. Dinas Pendidikan, Dinas Komunikasi dan komunitas-komunitas yang yang terlibat memberi dukungan terhadap perkembangan pasar ini sendiri dengan dinas pendidikan yang memberi akses terhadap sekolah dll untuk bekerjasama dengan pasar, dinas komunikasi yang memberi akses pada radio daerah, komunitas yang memberi banyak kontribusi dalam penyelenggaraan pasar dan swasta seperti agen perjalanan wisata yang memasukan pasar dalam daftar kunjungan.

Keempat, setiap struktur yang fungsional dilandaskan pada suatu konsesus nilai diantara para anggotanya, dengan hal ini struktur keberlansungan pasar ini

dengan adanya, Disparpora, Genpi dan pedagang ini didasari oleh komitmen yang mereka bangun dalam musyawarah kepanitiaan, sedangkan dengan pihak patner Dinas Pendidikan yang merupakan bagian pemerintahan daerah yang bertanggung jawab terhadap pendidikan didaerahnya sudah semestinya menjalin konsesus nilai dengan pasar yang dengan tujuan memberi wadah bagi peserta didik didaerah untuk menampilkan ekstrakurikuler yang dipelajari disekolahnya, lalu dinas komunikasi yang yang semestinya memberi akses komunikasi dan informasi yang ada didaerahnya untuk memberi dukungan atas ekspos pariwisata budaya daerah, komunitas yang memiliki antusias terhadap pengembangan daerahnya dan swasta yang mencari patner bisnisnya untuk mencari keuntungan.

Selanjutnya, dalam konsekuensi bisa dinilai fungsional, disfungsional atau nonfungsional. Dengan hal ini bernilai positif dan negatif bagi suatu sistem. Kesimpulan akhir tindakan yang terjadi bisa menjadi fungsional bagi suatu sistem dan disfungsional bagi sistem lainnya. Pasar Capellen yang melakukan pengembangan sudah semestinya menemukan hal-hal yang menjadi kendala akibat adanya elemen dalam sistem yang disfungsional.

1.5.6. Penelitian Relevan

Ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mahdayana Ladan (2018), yaitu mengenai *Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Kabupaten Tanah Datar*. Tujuan utamanya mengetahui strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Tanah Datar agar dapat berkembang dengan optimal dan bisa meningkatkan PAD Kabupaten Tanah Datar. Dengan dapat

temuan: bahwa strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah Kabupaten Tanah Datar yang sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pembangunan sarana dan prasarana pendukung objek wisata Kabupaten Tanah Datar. Namun kendala dan masalah dalam pengembangan pariwisata ini masih ditemui diantaranya masalah polemik status tanah atau status lahan yang berada di lokasi objek wisata, masih rendahnya kesadaran masyarakat akan keunggulan dari sektor pariwisata, serta belum adanya landasan hukum seperti RIPPDA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah) yang khusus untuk mengatur pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar.

Bedanya dengan terdahulu, dalam penelitian ini melihat bagaimana pengembangan lebih khusus ke Pasar Capellen sebagai objek wisata baru dengan gagasan destinasi digital yang dikonsepsi dengan wisata budaya minangkabau.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Nimas Wara Teteki (2010) mengenai *“Potensi Pasar Gede Sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata Budaya dan Kuliner Kota Solo”*. Tujuannya mengetahui Pasar Gede Solo dalam sejarah Kota Solo, dengan dapat ditemukan Pasar Gede selain pusat peputaran roda ekonomi di kota Solo juga memiliki potensi wisata budaya dan kuliner yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata unggulan baru bagi kepariwisataan Kota Solo, tetapi dalam melakukan pengembangan Pasar Gede masih terdapat beberapa kendala yang dapat menghambat usaha pemerintah kota Solo untuk menjadi pasar Gede sebagai objek dan daya tarik wisata budaya dan kuliner di Kota Solo.

Bedanya dengan terdahulu, dalam penelitian ini melihat bagaimana pengembangan lebih khusus ke Pasar Capellen sebagai objek wisata baru dengan gagasan destinasi digital yang dikonsep dengan wisata budaya minangkabau.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Lusi Andam Suri (2019) mengenai "*Kerjasama Dalam Pembangunan Obyek Wisata Bonto Royo Melalui Pariwisata Berbasis Komunitas*". Tujuannya mengetahui proses pembangunan obyek wisata Bonto Royo dan mengetahui bentuk-bentuk kerjasama dalam pembangunan obyek wisata Bonto Royo yang berada di jorong Kaluang Tapi, Nagari Koto Tangah Kecamatan Kamang, Kabupaten Agam.

Bedanya dengan terdahulu, dalam penelitian ini melihat bagaimana pengembangan lebih khusus ke Pasar Capellen sebagai objek wisata baru dengan gagasan destinasi digital yang dikonsep dengan wisata budaya di Kabupaten Tanah Datar

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Rodli Afarizi (2019) mengenai "*Upaya Dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata Perkampungan Adat Nagari Sijunjung*". Tujuannya mengetahui upaya dan kendala dalam pengembangan pariwisata di Nagari Sijunjung dengan tujuan khusus upaya yang dilakukan dalam pengembangan dan melihat kendala yang ditemui dalam pengembangan.

Bedanya dengan terdahulu, dalam penelitian ini melihat bagaimana pengembangan lebih khusus ke Pasar Capellen sebagai objek wisata baru dengan gagasan destinasi digital yang dikonsep dengan wisata budaya di Kabupaten Tanah Datar

1.6. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam rencana penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dipilih dengan tujuan untuk mengupayakan suatu penelitian dengan menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu. Dimana penelitian ini harus rinci dan lengkap untuk menjelaskan semua fenomena yang ada pada sekitar data yang ditemukan. Menurut Bogdan dan Taylor metode kualitatif yaitu sebagai suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data yang deskriptif berupa data-data tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2004:4).

Sedangkan, menurut Afrizal (2014: 13) mendefinisikan metode kualitatif sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.

Metode penelitian kualitatif sangat cocok digunakan dalam penelitian ini, karena sesuai dengan yang telah dijelaskan sebelumnya. Bahwa, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dari suatu peristiwa. Oleh karena itu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif maka untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh elemen terkait dalam

pengembangan Pasar Capellen sebagai Destinasi Digital Berbasis budaya di Kabupaten Tanah Datar.

1.6.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Strauss dan Corbin merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak di peroleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Afrizal, 2014:13).

Pendekatan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dengan tidak menganalisis angka-angka. Pendekatan ini dipilih karena pendekatan penelitian kualitatif menjelaskan secara detail bagaimana proses yang sebenarnya dan saling berpengaruh terhadap realitas yang ada serta bisa memberikan informasi secara rinci tentang bagaimana keadaan yang sebenarnya.

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan metode ini memberikan peluang kepada peneliti untuk mengumpulkan data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan dan memo guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 1998:6)

Dalam menggunakan tipe penelitian deskriptif peneliti mencatat selengkap mungkin mengenai fakta dan pengalaman yang dialami serta menggambarkan dan menjelaskan secara rinci masalah yang diteliti yaitu pengembangan Pasar Capellen sebagai Destinasi Digital berbasis budaya di Kabupaten Tanah Datar.

1.6.2. Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukanlah informan. Informan berguna untuk mendapatkan informasi sedetail mungkin berdasarkan kebutuhan peneliti. Menurut Moleong (2004: 132) informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Merupakan anggota tim yang dengan kebaikannya dan kesukarelaanya dapat memberikan pandangan tentang nilai-nilai, sikap, pengembangan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar belakang penelitian tersebut.

Afrizal (2014: 139) menambahkan pengertian informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain, suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan.

Ada dua kategori informan menurut Afrizal (2014: 139), diantaranya:

1. Informan Pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang intrepetasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek dari penelitian itu sendiri. Informan pelaku dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pembangunan/pengembangan Pasar Capellen (Disparpora, Genpi, dan Pedagang)
2. Informan Pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau agen kejadian yang diteliti. Mereka disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam berbagai literatur mereka ini disebut pula sebagai informan kunci. Informan pengamat dalam penelitian ini adalah pengunjung baik yang masyarakat Tanah Datar dan Luar Tanah Datar.

Penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan mencari informan-informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis. Menurut Afrizal (2014: 140) kegunaan teknik ini sebagai mekanisme disengaja yang berarti sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang dijadikan sumber informasi.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

1. Panitia penyelenggara yang terlibat langsung dalam pengembangan Pasar Capellen
2. Memiliki pengetahuan dan wawasan dengan pembangunan Pasar Capellen

Dalam penelitian ini peneliti telah mewawancarai 11 Informan yang terdiri dari 6 orang informan pelaku dan 5 orang informan pengamat yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut daftar informan yang telah diwawancarai.

Tabel 1.2
Data Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Kriteria	Keterangan
1.	Evrison	48	Penanggung jawab pasar, pegawai Disparpora	Pelaku
2.	Ade Firman	37	Juragan Pasar, Anggota Genpi	Pelaku
3.	Ikke Ramadhani Nelson	22	Sekretaris Pasar, Anggota Genpi	Pelaku
4.	Winda Yulia Karilda	26	Bendahara Pasar, Anggota Genpi	Pelaku
5.	Rafi Ramadi	23	Pedagang Pasar	Pelaku
6.	Yulianti	44	Pedagang Pasar	Pelaku
7.	Muhammad Ikhsan	25	Pengunjung pasar lebih 2 kali	Pengamat
8.	Niarti	54	Pengunjung pasar lebih 2 kali	Pengamat
9	Martina	26	Wisatawan mancanegara	Pengamat
10	Sabrina Tan	30	Wisatawan mancanegara	Pengamat
11	Siti Munirah Binti Ahad	31	Wisatawan mancanegara	Pengamat

Sumber: Data Primer 2020

1.6.3. Data yang Diambil

Data diambil menjadi alat vital yang paling penting untuk menunjang keberhasilan penelitian yang dilakukan. Menurut Lofland (dalam Moleong, 2004 : 112), sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selengkapnya hanyalah data tambahan seperti dokumen, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, data didapat melalui dua sumber, yaitu:

1. Data Primer.

Data primer atau data utama merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian dilapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam (Moleong, 2004 : 155). Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, diharapkan peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh berupa informasi mengenai bagaimana pengembangan Pasar Capellen dan secara khusus informasi terkait potensi, faktor pendukung dan kendala.

2. Data Sekunder.

Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh melalui penelitian pustaka yakni pengumpulan data yang bersifat teori yang berupa pembahasan tentang bahan tertulis, literatur hasil penelitian (Moleong, 2004: 159). Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yakni dengan mempelajari bahan-bahan tertulis, literatur-literatur yang berkaitan, dan hasil penelitian. Selain itu penelitian ini juga dilengkapi oleh data yang diperoleh dari artikel-artikel maupun

hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang tentu saja mempunyai kaitan dengan pengembangan Pasar Capellen di Kabupaten Tanah Datar.

1.6.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi.

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah pertemuan langsung dengan informan penelitian serta mengumpulkan informasi dari hasil percakapan dengan informan. Maksud untuk mengadakan wawancara menurut Lincoln dan Guba dalam (Moleong 2004 : 135) adalah mengkonstruksikan mengenai orang, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.

Wawancara mendalam atau juga dikenal dengan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara dimana informan tidak memiliki pilihan jawaban, melainkan dapat menjawab dengan apapun yang dia inginkan. Dalam prosesnya peneliti mencatat kemudian merekam yang disampaikan oleh informan dengan maksud untuk mendalami informasi dari seorang informan.

Wawancara mendalam dilakukan karena peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk menceritakan bagaimana pengembangan Pasar Capellen yang diarahkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai seperti Potensi, faktor pendukung dan kendala dalam pengembangan Pasar Capellen. Proses wawancara dilakukan pada saat informan memiliki waktu luang. Waktu dan hari wawancara sebelumnya telah disepakati antara informan dan peneliti, begitu juga dengan lokasi wawancaranya. Kesepakatan dan kesediaan dibuat

beberapa hari sebelum wawancara dilakukan. Saat melakukan wawancara hanya ada penulis dan informan sehingga informan bisa leluasa memberi informasi yang diketahuinya tanpa ada intervensi dari pihak lain. Proses wawancara dilakukan secara informal dengan tujuan informan tidak kaku.

Wawancara dengan informal dimulai dengan memperkenalkan diri peneliti terlebih dahulu serta menjelaskan maksud dari peneliti. Selanjutnya menanyakan mengenai hal-hal yang umum seperti identitas informan serta awal keterlibatan atau kunjungan di Pasar Capellen, kemudian baru masuk kedalam pertanyaan-pertanyaan yang telah ada dalam pedoman wawancara. Pedoman wawancara disusun berdasarkan tujuan-tujuan penelitian sebelum turun lapangan. Perumusan pedoman mengenai informasi umum mengenai pengembangan Pasar Capellen terkhusus potensi, faktor pendukung yang dimiliki serta kendala yang ditemui dalam pengembangan yang dilakukan di destinasi digital Pasar Capellen.

Dalam proses wawancara ini peneliti dibantu oleh alat pengumpulan data berupa:

1. Pedoman wawancara yang telah dibuat dan dirumuskan dengan tujuan sebagai pedoman dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada informan.
2. Alat-alat tulis seperti pensil, pena dan buku catatan yang digunakan untuk mencatat keterangan dan informasi penting dari informan.
3. Handphone atau Gadget yang digunakan untuk merekam audio proses wawancara yang sedang berlangsung dan juga untuk mendokumentasikan bukti wawancara dengan informan.

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai 6 informan pelaku yang dilakukan pertengahan bulan Maret 2020 yang terdiri dari penanggung jawab atau pembina orang Disparpora, ketua serta 2orang panitia Pasar, kemudian 2 orang Pedagang. Dilanjutkan dengan mewawancarai informan pengamat yang terdiri dari 2 orang pengunjung daerah, dan di awal Juli 2020 dilanjutkan dengan 3 orang informan yang merupakan pengunjung mancanegara via aplikasi whatsapp. Hasil dari wawancara yang dilakukan berupa catatan informasi dan rekaman suara setelah wawancara berakhir dan peneliti mendokumentasikan dalam transip wawancara semua hasil yang didapatkan.

2. Observasi

Observasi digunakan sebagai metode utama selain wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Teknik observasi adalah pengamatan langsung pada objek yang di teliti dengan pancaindra. Dengan observasi ini kita dapat melihat dan mendengarkan apa yang terjadi. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang nantinya dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian. Data observasi merupakan data faktual, cermat, dan terperinci tentang keadaan lapangan.

Meskipun dalam penelitian ini teknik yang paling utama dalam pengungkapan data untuk mencapai tujuan penelitian adalah wawancara mendalam, namun mesti diingat kegiatan Pasar Capellen merupakan suatu kegiatan yang dapat dilihat secara langsung, tidak hanya dijelaskan melalui kata-kata. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan observasi. Baik untuk mencari data-data baru yang tidak ditemukan dalam wawancara, observasi

juga dilakukan sebagai proses triangulasi dari wawancara yang dilakukan sebelumnya.

Proses awal dilakukan setelah mengantarkan surat izin penelitian ke kartor DisParpora Kab Tanah Datar, setelah izin diberikan peneliti langsung menghubungi panitia Pasar Capellen melalui DM Instagram resminya pasar, lalu adminnya mengundang untuk datang ke Pasar Capellen, Minggu awal Maret 2020 peneliti datang ke Pasar Capellen untuk memperkenalkan diri dengan panitia dan pedagang yang ada di pasar, untuk hari pertama melakukan observasi jalannya penyelenggaraan pasar dari jam 08.00 – 12.00 WIB dengan berbelanja di lapak-lapak pedangan sembari mencari pedagang yang sesuai dengan kriteria informan, menikmati sajian acara baik itu pertunjukan kesenian, mengikuti permainan dan lain sebagainya sesuai dengan yang disiapkan oleh panitia.

Beberapa kali kegiatan peneliti ikut hadir dalam persiapan dan goro bersama yang dilakukan sore hari Sabtu. Peneliti mencatat berbagai hal yang memang dirasa perlu sesuai dengan pengembangan dan apa yang bisa ditangkap dengan panca indera mengenai keberlangsungan pasar dari persiapan sampai pada tahap evaluasi.

1.6.5. Proses Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan membuat dan mengajukan naskah *Term Of Reference* (TOR). Setelah itu SK TOR keluar pada akhir Juni bulan 2019. Maret 2019 peneliti telah melakukan beberapa kali kunjungan ke Pasar Capellen, ke kantor Disparpora meminta izin penelitian dan melakukan wawancara singkat. .

Data dan informasi yang didapat dari survei awal yang dilakukan digunakan untuk membuat proposal penelitian. Penulisan dan bimbingan penulisan proposal dilakukan pada bulan juli dan agustus 2019. Pada bulan November 2019 proposal diseminarkan. Pada awal bulan Desember peneliti memperbaiki proposal serta membuat pedoman wawancara penelitian. Awal Februari peneliti mengurus surat izin penelitian di Dekanat FISIP, setelah surat tersebut keluar peneliti membuat surat rekomendasi melakukan izin penelitian ke kantor Kasbangpol (Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Pemerintah) Kabupaten Tanah Datar untuk mempermudah izin dari Pihak Disparpora dan panitia Pasar Capellen dalam melakukan wawancara dan observasi.

Selanjutnya, peneliti kelapangan melakukan wawancara dan observasi. Observasi pertama dilakukan pada awal Maret 2020 sendiri tanpa memperkenalkan diri terlebih dahulu kepada pihak penanggung jawab pasar dengan mengikuti pasar dari awal buka sampai dengan pasar ditutup dan Minggu keesokannya peneliti datang lagi kepasar dengan menemui juragan pasar dan memberikan surat izin turun lapangan serta memperkenalkan diri dan tujuan, lalu membuat kesepakatan waktu dan tempat untuk wawancara. Wawancara pertama dilakukan pada tanggal 16 Maret 2020 dengan Ade Firman selaku juragan pasar diruangan kerja beliau. Memulai pertanyaan dengan hal-hal yang mendasar seperti identitas juragan pasar dan hal-hal umum mengenai Pasar Capellen, selanjutnya baru beranjak kepada pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan pedoman wawancara terkait dengan potensi, faktor pendukung dan kendala yang ditemui dalam

pengembangan pasar. Sembari mewawancarai saya mencatat hal-hal penting terkait dan merekam secara audio.

Selanjutnya saya mewawancarai panitia pasar lainnya sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dengan prosedur yang telah di uraikan. Wawancara sampai pada akhir bulan Maret 2020, wawancara dan observasi dilakukan beriringan karena wawancara dilakukan selain hari Minggu dikarenakan peneliti hari Minggu ikut dengan panitia di Pasar Capellen. Selanjutnya dikarenakan pandemi Covid-19 peneliti mencari informan melalui kenalan panitia pasar dan wawancara melalui media sosial yang dilaksanakan awal Juli 2020 untuk informan pengamat yang merupakan wisatawan mancanegara.

Dimulai dengan menuliskan transkrip wawancara dari hasil rekaman secara rinci. Kemudian data yang penting dikelompokkan berdasarkan tujuan penelitian. Selain itu peneliti juga melakukan triangulasi agar peneliti yakin dengan data informan. Tahap selanjutnya peneliti melakukan penyajian data pada bab 3 berdasarkan hasil wawancara yang telah diklasifikasikan dan analisis. Analisis data dilakukan pada akhir Juli 2020, dan dilanjutkan dengan skripsi sampai bulan Oktober 2020. Pada saat peneliti melakukan penyajian data dan penulisan skripsi peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap analisis data yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah data sudah mampu menjawab permasalahan penelitian. Selama pengecekan dilakukan bersama dengan dosen pembimbing skripsi.

1.6.6. Unit Analisis

Dalam riset ilmu sosial, hal yang penting adalah menentukan suatu yang berkaitan dengan apa atau siapa yang dipelajari. Persoalan tersebut bukan

menyangkut topik riset, tetapi apa yang disebut dengan unit analisis. Dari unit analisis itulah dapat diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan.

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis juga berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah kelompok, yaitu kelompok pihak yang terlibat dalam pengembangan Pasar Capellen.

1.6.7. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyusunan data, supaya data mudah dibaca dan ditafsirkan. Menurut Moleong analisis data adalah proses pengorganisasian data yang terdiri dari catatan lapangan, hasil rekaman dan foto dengan cara mengumpulkan, mengurutkan, mengelompokkan serta mengkategorikan data kedalam pola, kategori dan satuan dasar, sehingga mudah diinterpretasikan dan mudah dipahami (Moleong, 2004 : 103).

Dalam hal ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Secara garis besar, Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap yaitu, kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Berikut akan disajikan secara mendetail ketiga tahap tersebut dan akan dijelaskan pula cara-cara melakukan setiap tahapannya.

Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodingan terhadap data. Hal ini mereka maksud dengan pengkodingan data adalah peneliti memberikan nama atau

penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi telah mengalami penamaan oleh peneliti. Cara melakukannya adalah peneliti harus menulis ulang catatan-catatan lapangan yang di buat setelah itu peneliti memilih informasi yang penting dan tidak penting tentunya dengan memberikan tanda-tanda.

Tahap penyajian data adalah sebuah tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan peneliti berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian lebih evektif. Tahap penarikan kesimpulan atau verivikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan (Afrizal, 2014 : 178-180).

1.6.8. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai seting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014: 128). Dalam penelitian ini lokasi penelitian adalah Pasar Capellen di Komplek Benteng Van Der Capellen, Batusangkar, Kabupaten Tanah Datar. Dengan alasan Pasar Capellen merupakan pasar yang masih *sustainable* dari pasar-pasar lainnya dan mempunyai

keberagaman dalam hal budaya karena terdapat di Kabupaten Tanah Datar yang merupakan Luhak Nan Tuo atau asal usul nenek moyang etnis Minangkabau.

1.6.9. Definisi Konsep

1. Pengembangan

Segala cara dan usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diinginkan.

2. Destinasi Digital

Destinasi yang digagas dari media sosial yang berunsurkan *cameragenic* (cantik di dalam camera) guna memunculkan destinasi wisata baru.

3. Berbasis Budaya

Unsur dasar dalam satu destinasi yang menjadi icon utamanya adalah budaya.

4. Minangkabau

Merupakan salah satu etnis terbesar di Indonesia yang mayoritas penduduknya berada di Provinsi Sumatra Barat, dengan beranekaragam keunikan budayanya.



1.6.10. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2019 sampai bulan November 2020. Jadwal penelitian tersebut sesuai dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2019		2020										
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov
1.	Seminar Proposal	■												
2.	Perbaikan Proposal		■											
3.	Pengumpulan dan Analisis Data			■	■	■	■	■	■					
4.	Penulisan Laporan Skripsi									■	■	■	■	■
5.	Ujian Skripsi													■

Sumber : Data Primer 2020

