



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Latar Belakang Pemilihan Objek

Perkembangan *convention and exhibition* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat menggembarakan. Indonesia tak hanya kaya akan potensi wisata tapi juga potensi untuk dijadikan lahan bisnis komersial di bidang *convention and exhibition*. Hal ini akan menjadi peluang besar bagi pembisnis dan pemerintah Indonesia untuk menjadikan sumber pendapatan yang cukup menjanjikan.

Menurut Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban (LKPJ) Bupati Malang tahun 2011 Pemerintah Kabupaten Malang, perkembangan pada sektor bisnis, Perkembangan jumlah perusahaan yang mempunyai TDP pada tahun 2010 secara kumulatif sebanyak 15.937 perusahaan, dan tahun 2011 menjadi sebesar 17.175 perusahaan atau meningkat 7,8%. Sedangkan penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) pada tahun 2010 sebanyak 1.419 izin dan tahun 2011 sebanyak 1.800 izin atau meningkat sebesar 26,9%. (online), [http:](http://) Dari data BPS Kota Malang tahun 2010, kontribusi yang cukup signifikan membangun perekonomian Kota Malang yaitu sektor industri pengolahan (35,84%), kemudian diikuti oleh sector perdagangan, hotel dan restoran (32,22%), sektor jasa-jasa (11,64%), sektor keuangan (8,33%). Sedangkan sektor lainnya (11,97%) meliputi



sektor pengangkutan dan komunikasi, pertambangan, pertanian, bangunan, listrik, dan gas rata-rata 2-3%. (<http://www.google.com>, diakses pada 1 Juli 2012)

Pertumbuhan tersebut menunjukkan adanya perbaikan iklim usaha dengan tumbuhnya perusahaan baru, hal ini didukung antara lain oleh beberapa faktor yaitu ketersediaan lahan yang masih cukup luas, keamanan yang kondusif, ketersediaan SDM, kemudahan perizinan dan ketersediaan bahan baku. Kinerja perdagangan luar negeri juga menunjukkan peningkatan. Realisasi ekspor tahun 2010 sebesar US\$ 296.937.735, tahun 2011 meningkat menjadi US\$ 303.731.298,57 atau meningkat 2,3%. Sedangkan realisasi impor tahun 2010 sebesar US\$ 60.780.542 sedangkan tahun 2011 sebesar US\$ 64.758.855,43 atau meningkat 6,6% sebagian besar bahan baku. (<http://www.google.com>, diakses pada 1 Juli 2012)

Selain dari sektor bisnis dan perdagangan, potensi Kota Malang dalam *convention and exhibition* didukung dengan potensi seni budaya lokal. Di Malang banyak tempat wisata alam dan budaya yang dapat memikat wisatawan lokal maupun asing untuk berkunjung ke Kota Malang. Malang adalah kota yang diapit oleh kota-kota lain yang mempunyai tempat wisata yang tidak kalah menariknya, sehingga Malang menjadi salah satu kota tujuan wisata, dan yang terpenting menurut perhitungan bisnis adalah biaya segala aktivitas itu bila diselenggarakan di Malang terhitung murah dibanding jika diselenggarakan di Jakarta atau Bali, dari tarif hotel sampai harga makanan, dari biaya transportasi sampai tiket rekreasi. Menurut data BPS Kota Malang 2010, Jumlah akomodasi yang ada sebanyak 61 hotel dan akomodasi lainnya dengan fasilitas kamar 1.893 kamar dan



2.940 tempat tidur. Dari Kamar yang tersedia untuk hotel berbintang tingkat hunian kamar yang terjual sebesar 92,24 % dan hotel non bintang 47,64 % dengan rata-rata tingkat hunian selama 1,82-2,69 hari. Jumlah tamu asing yang menginap di hotel berbintang sebanyak 20.916 orang , sedang kan tamu domestik sebanyak 161.098 orang. Tamu asing yang menginap di hotel bukan bintang sebanyak 186 orang dan tamu domestik 133.527 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan Malang sebagai kota pariwisata dan kota yang sedang berkembang disektor bisnis dan perdagangan, membutuhkan juga tempat untuk menginap bagi pengunjung convention agar akses lebih mudah.

Mengamati perkembangan dan potensi Kota Malang dan sekitarnya yang sudah semakin marak, rasanya saat ini adalah saat yang tepat untuk diimplikasinya suatu wacana dibangunnya sebuah *convention and exhibition centre* yang standar nasional. Sekarang banyak sekali diagendakan perhelatan besar yang bertaraf nasional yang tentu saja melibatkan banyak sekali peserta. Hal ini akan sangat disayangkan bila tidak didukung dengan fasilitas yang memadai, seperti ruangan yang besar dan nyaman dan perlengkapan audio visual yang memadai. Predikat Malang sebagai kota budaya dan pelajar tampaknya sekarang tengah berkembang menjadi kota bisnis, budaya dan wisata.

Dibangunnya *convention and exhibition centre* seperti ini, niscaya perkembangan konfensi dan ekshibisi di Kota Malang dengan sendirinya akan menunjukkan perkembangan yang signifikan, tentu dengan berkembangnya konfensi dan ekshibisi tersebut akan mendorong laju perekonomian Malang, yaitu berkembangnya Malang tak hanya menjadi kota budaya dan wisata tapi juga



menjadi kota metropolitan. Malang akan menjadi pusat bisnis baru di Jawa Timur dan menjadi nadi perekonomian di Indonesia.

Melihat potensi kota, dan keterbatasan fasilitas *convention* yang tersedia di kota Malang, maka diperlukan suatu fasilitas yang mampu memwadahi berbagai kegiatan *convention and exhibition* dengan segala fasilitas pendukungnya yang sangat memadai. Lokasi yang dipilih terletak di Jalan Mayjen Sungkono, Kelurahan Buring, Kecamatan Kedungkandang, lokasi ini terletak di sebelah selatan dari GOR Ken Arok. Lokasi ini dipilih karena perkembangan letak dari pusat pemerintahan Kota Malang yang akan berpindah ke Jalan Mayjen Sungkono, letak yang strategis, yaitu dekat dengan dengan *block office*, GOR Ken Arok, fasilitas transportasi yang mudah, dekat dengan terminal Gadang dan HM. Rusdi dan lokasi tapak juga merupakan peta jalur selatan Surabaya-Balekambang, sehingga pada perkembangannya nanti, lokasi tapak adalah tempat yang sangat strategis untuk dibangunnya fasilitas umum untuk *convention and exhibition*.

Perancangan bangunan *Convention And Exhibition* di Malang ini diharapkan dapat menjadi pintu gerbang bisnis dan gedung pertemuan serba guna di Kota Malang.

1.1.2 Latar Belakang Pemilihan Tema

Convention and exhibition sebagai tempat yang bermanfaat untuk berbagai kegiatan, seperti pertemuan bisnis, memberikan informasi, memamerkan hasil karya, expo, dan kegiatan lain yang berskala besar. Manfaat yang sudah ada kemudian dikembangkan menjadi sebuah ide untuk pemilihan tema.



Intangible methapor cahaya adalah tema yang dipilih sebagai suatu acuan untuk merancang convention and exhibition ini. Cahaya itu sendiri mempunyai berbagai sifat, antara lain dapat merambat lurus, membias, dapat dipantulkan, dan menembus benda bening. Cahaya dalam *convention and exhibition* sangatlah diperlukan sebagai penerangan suatu objek dalam pameran.

Dalam Alquran surat An-Nuur telah dijelaskan:

﴿اللَّهُ نُورُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ
الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ
مُبْرَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ
تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ
اللَّهُ الْأَمْثَلَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾

Artinya: “Allah (pemberi) cahaya (kepada) langit dan bumi perumpaan cahaya Allah adalah seperti sebuah lubang yang tak tembus, yang didalamnya ada pelita besar, pelita itu didalam kaca (dan) kaca itu seakan-akan bintang (yang bercahaya) seperti mutiara, yang dinyalakan dengan minyak dari pohon yang bekahnya, (yaitu) pohon zaitun yang tumbuh tidak di sebelah timur (sesuatu) dan tidak pula di sebelah baratnya (yang minyaknya saja) hampir-hampir menerangi, walaupun tidak disentuh api. Cahaya di atas cahaya(berlapis-lapis), Allah membimbing kepada cahaya-Nya siapa yang Dia kehendaki, dan Allah memperbuat perumpaan-perumpaan bagi manusia, dan Allah mengetahui segala sesuatu” (QS. An-Nuur:35).



1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana rancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang dengan tema *Intangible Metaphor* cahaya?
- Bagaimana rancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang agar bermanfaat untuk masyarakat sekitar khususnya dan masyarakat Jawa Timur umumnya?

1.3 Tujuan Perancangan

- Untuk menghasilkan rancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang dengan menerapkan tema *Intangible Metaphor* cahaya.
- Untuk menghasilkan rancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang yang bermanfaat untuk masyarakat sekitar khususnya dan masyarakat Jawa Timur umumnya.

1.4 Manfaat Perancangan

1) Bagi Pemerintah

- Pemerintah dapat mengambil keuntungan dari acara-acara yang diselenggarakan di Gedung *Convention and Exhibition Center* ini menjadi pemasukan bagi kas pemerintah daerah Malang.
- Pemerintah dapat mengembangkan perekonomian dan bisnis di Kota Malang.
- Pemerintah dapat mengembangkan perindustrian Kota Malang.



2) Bagi Penulis

- Dapat menganalisa dan menerapkan teori-teori tentang perancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang dengan menerapkan *Intangible metaphor*
- Dapat mengetahui berbagai kegiatan yang diwadahi oleh *Convention and Exhibition Center* di Malang

3) Bagi Masyarakat

- Mengetahui fungsi lain dari *Convention and Exhibition Center* di Malang yang tidak hanya sebagai tempat konvensi dan ekshibisi, namun sebagai pintu gerbang untuk berbisnis.
- Dapat menjadi inspirasi masyarakat luas, di Kota Malang terdapat tempat untuk mewadahi kegiatan-kegiatan konvensi, ekshibisi, expo, *meeting* dan pertemuan dengan fasilitas pendukungnya.

1.5 Batasan

Adapun beberapa batasan yang dilakukan dalam perancangan *Convention and Exhibition Center* di Malang ini, diantaranya:

1. Perancangan *Convention and Exhibition* merupakan bangunan yang mewadahi kegiatan yang berkaitan dengan pertemuan, pameran, dan event-event besar.
2. Tema *Intangible Methapor* pada Perancangan *Convention and Exhibition* ini menekankan pada karakteristik dan sifat-sifat yang dipunyai oleh cahaya.



3. *Exhibition* dalam perancangan ini meliputi exhibition untuk kegiatan pameran bisnis, industri, dan perekonomian.
4. *Convention* dalam perancangan ini meliputi kegiatan *meeting* untuk kegiatan rapat bisnis, pertemuan antar perusahaan, pertemuan antar pelaku perekonomian
5. Perancangan *convention and Exhibition* ini merupakan bangunan dengan taraf nasional.

