

## **Taplau: Wajah Baru Kawasan Pantai Padang Menuju Wisata Halal di Kota Padang**

**Ade Irwandi<sup>1</sup>, Riana Putri<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Magister Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang,  
[adeirwandi07@gmail.com](mailto:adeirwandi07@gmail.com)

<sup>2</sup>Jurusan Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang,  
[rianapu13@gmail.com](mailto:rianapu13@gmail.com)

### **Abstract**

The development of halal tourism in Indonesia, was initiated by the Indonesian Ministry of Tourism and Creative Economy, which has formed a Halal Tourism Development Acceleration Team and carried out the development in 10 National Priority Halal Destinations that refer to the GMTI (*Global Muslim Travel Index*) standard. In West Sumatra, especially Padang City has a large Muslim population of around 90%. This is because the city of Padang is also an urban center, so there are still many Minangkabau people living and not many immigrants. So that the City of Padang is currently working on halal tourism, especially in Padang Beach. The purpose of this study is to describe and describe the development of the Padang Beach area as a halal tourist destination in the city of Padang. By using qualitative methods, data collection uses observation, interviews and literature studies so that data can be collected from informants in the form of traders, visitors (tourists) and tourism managers. This paper shows that the Padang Beach area has problems in the form of many flat umbrellas, dirty, unmanaged traders, buskers, blasphemy, lack of supporting facilities (places of worship, parking and toilets) and not pedestrian friendly. So that the span of 2014 until now has been carried out by the Padang City government. So that at this time a new face has made it one of the leading tourism in the city of Padang. development such as pedestrians, arrangement of traders (PKL), clean, availability of parking lots, toilets, mosques and many cafes and coffee shops located in LPC (*Lapau Panjang Cimpago*). However, these efforts do not fully make the Padang Beach area a halal tourism area. there are still many development and structuring efforts to be able to realize taplau as a halal tourist destination in the city of Padang. This is related to halal certification, where there are no halal-certified hotels and restaurants in the Padang Beach area.

**Keywords: Taplau, Padang Beach Area, Halal Tourism.**

### **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan industri sipil yang terpenting di dunia karena dapat meningkatkan ekonomi dan devisa negara. 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 et al., 2019). 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. 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 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](http://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 (BPS, 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 disektor pariwisata 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*) (Febrianto & Fitriani, 2019; E. et al Fitriani, 2018; N. Fitriani & Erianjoni, 2020). Sehingga pada tahun 2017 lalu, Sumatera 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. Walaupun *branding* wisata ini masih menuai pro dan kontra (Hidayat, 1977) 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. 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, suatu daya tarik wisata di dalam wisata pedesaan memperhatikan 3 unsur yaitu unsur *seeing, buying and being or doing* (Hall, 2005). Citra itu dimaksudkan 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. Untuk 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, dan citra yang kuat akan memberikan efek positif dalam pengambilan keputusan akhir tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan.

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. Ditambah lagi 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 2014. 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. Sejak Wali Kota Padang Bapak Mahyeldi 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 bagaimana proses 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 (Pitana et al., 2019) tentang alasan kenapa penting pengelolaan pariwisata kota dengan memperhatikan prinsip salah satunya memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan 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 dengan membuat wisata yang mengandalkan manfaat positif, pengelolaan dan pengembangan dengan basis wisata halal dan memberikan konservasi dan daya guna terhadap alam (pantai).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

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 memberikan konsekuensi 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 kearah negatif, 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 anantara 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 dari (Wulandari, 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 mencapai cita-cita yaitu sesuai dengan TAP MPR IV/MPR/1978 yaitu pariwisata ditingkat dan diperluas untuk menambah devisa negara, membuka lapangan kerja serta memperkenalkan budaya dan secara tidak langsung bagian dari konservasi lingkungan alam.

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.

### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode kualitatif. Menurut Creswell (2015) 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.

Metode atau pendekatan dalam melakukan penelitian kualitatif adalah pendekatan etnografi (Afrizal, 2014; Creswell, 2015). Etnografi sebagai metode tertua dalam 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*) (Setyowati, 2006). Kemudian (Zakiah, 2008) 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 tebal.

Ciri khas dalam penelitian antropologi adalah menggunakan metode etnografi. 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). Pada dasarnya, perhatian utama penelitian etnografi adalah tentang *the way of life* suatu masyarakat (Kamarusdiana, 2019) menambahkan bukan hanya sekedar mempelajari tapi belajar dari masyarakat.

#### **4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Lokasi penelitian akan dilakukan di sepanjang kawasan Pantai Padang, Kota Padang. Pantai Padang merupakan Kota Pantai terbesar di Indonesia dengan aktivitas wisata sebagai salah satu icon dan sektor unggulan yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah (Rahman & Muktialie, 2004). Pantai Padang juga sering di rujuk dengan istilah Taplau (*tapi lawik* dalam bahasa Minangkabau) atau dalam bahasa Indonesia dapat di artikan tepi laut.

Kawasan Pantai Padang adalah sebuah destinasi wisata yang terdapat di Kota Padang. tepatnya berada di Kecamatan Padang Barat sepanjang 20 km tepi pantai. Pantai Padang bisa dikatakan sebagai salah satu objek wisata yang menjadi pilihan bagi para wisatawan yang datang berkunjung ke Padang Sumatra barat. Objek wisata ini menjadi suatu daya tarik bagi pengunjung. Disepanjang pantai padang banyak terdapat masyarakat yang menjual makanan dan minuman yang dapat dinikmati sembari menikmati suasana pantai. Kondisi pantai padang saat ini sudah lebih tertata dan juga lebih bersih. Trotoar jalan sudah di bangun sehingga para wisatawan yang berjalan kaki

tetap bisa menikmati pantai dengan nyaman dan lebih aman. Pantai padang juga merupakan tempat bagi para masyarakat setempat untuk mencari penghasilan. Masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar pantai Padang sangat menyadari seberapa besar potensi yang dimiliki pantai tersebut untuk dijadikan lahan mencari nafkah. Pantai padang dengan segala potensi yang dimilikinya, objek wisata yang sangat ramai dijadikan pilihan untuk menghabiskan waktu bagi para wisatawan.

Wilayah pesisir di Kota Padang merupakan wilayah yang kaya akan potensi untuk dikembangkan dari aspek kualitas dan kuantitas. Potensi pariwisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintahan Kota Padang menjadi prioritas utama di wilayah pesisir yang disebut dengan Kawasan Pantai Padang. Kebijakannya tertuang dalam peraturan Wali Kota Padang No. 253 tahun 2014 tentang Penetapan Pantai Padang sebagai kawasan pariwisata Kota Padang. Sehingga pengembangannya dibebankan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang. Pengembangan strategisnya juga diperkuat dalam Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Dalam yang menjadikan Pantai Padang sebagai prioritas utama.

#### **A. *Taplau*: Sebagai Wajah Baru Wisata Bahari di Kota Padang**

Dalam Renstra Dinas Kota Padang tahun 2019-2024 menyebutkan bahwa ada lima identifikasi permasalahan yang dalam kepariwisataan di Kota Padang. Kelima permasalahan diantaranya (1) Masih rendahnya kontribusi pariwisata terhadap perekonomian, (2) Masih belum optimalnya pengembangan dan penataan destinasi wisata, (3) Masih belum optimalnya pemasaran pariwisata dan kemitraan dengan pelaku usaha, (4) Belum optimalnya pengelolaan, pemanfaatan dan pengembangan objek pemajuan pariwisata dan (5) Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) baik kualitas maupun kuantitas yang memiliki daya saing tinggi.

Kelima permasalahan ini, menjadi fokus utama pengembangan pariwisata di Kota Padang untuk ditindaklanjuti. Untuk memaksimalkan dan mencarikan solusinya perintah Kota Padang mengedepankan visi “Mewujudkan Masyarakat Kota Padang yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan dan Pariwisata Unggul serta Berdaya Saing”. Mengenai visi yang salah satunya tentang memajukan pariwisata terdapat dalam misi (poin 5) yaitu “Meningkatkan kualitas pengelolaan pariwisata yang nyaman dan berkesan”. Dari visi dan misi tersebut dirumuskan 11 program unggulan, salah satunya (poin 3) yang berkaitan dengan pariwisata adalah Melanjutkan Pengembangan Kawasan Wisata Terpadu Gunung Padang, Pulau-Pulau Kecil dan Wilayah Timur Kota Padang.

Untuk mewujudkan program unggulan yang berkaitan dengan pariwisata di Kota Padang. Maka, Dinas Pariwisata memiliki strategi yaitu meningkatkan kualitas destinasi pariwisata, meningkatkan pelestarian seni dan kebudayaan lokal, meningkatkan pelestarian Cagar Budaya dan Museum, meningkatkan promosi dan event pariwisata, meningkatkan pembinaan industri pariwisata halal dan terwujudnya potensi wisata baru.

Sehingga, Kawasan Pantai Padang yang merupakan salah satu wisata unggulan di Kota Padang perlu di benahi dan dikembangkan untuk meningkatkan minat dan daya

tarik wisatawan. Minat dan daya tarik ini akan bermuara pada aspek pendapatan baik secara ekonomi masyarakat maupun pendapatan daerah. Sehingga pengelolaan dan pengembangan di susun berdasarkan konsep pariwisata halal.



Gambar 1.1: Kawasan Pantai Padang.

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, 2022.

Kawasan Pantai Padang tiap tahun terus berbenah untuk menciptakan wisata yang sesuai dengan sapa pesona. Sehingga pembangunan infrastruktur seperti perbaikan jalan raya, pembangunan pedestrian dan revitalisasi beberapa objek wisata yang di kawasan Pantai Padang. Sehingga objek wisata yang ada di Pantai Padang menjadi menarik dan meningkatkan minat bagi wisatawan untuk berkunjung.

Selain itu juga, sarana dan prasarana yang dibangun juga terus dilakukan oleh pemerintahan kota. Sarana dan prasarana seperti toilet umum, pos penjagaan, wahana permainan dan pengelolaan sampah serta kawasan parkir di kawasan Pantai Padang. pembanguna sarana dan prasarana ini untuk menopang kawasan Pantai Padang sebagai wisata unggulan di Kota Padang. Karena Pantai Padang berada di pusat Kota Padang dan menjadi kebanggaan masyarakat Kota Padang.

Selain pembangunan infrastruktur dan sarana dan prasarana. Kawasan Pantai Padang juga di ikuti dengan pengembangan UMKM seperti pembangunan LPC (Lapau Panjang Cimpago) yang baru dengan mengusung tema kekinian. LPC ini memanfaatkan anak muda yang sedang merintis usaha dibidang ekonomi kreatif seperti pembukaan cafe, coffee shop dan resto. Sehingga ekonomi dan daya saing dalam berusaha menjadi tolak ukur dalam keberhasilan suatu pariwisata yang partisipatif.

Selain, pengusaha yang ada di LPC, penataan pedagang kaki lima kian juga ikut serta di tertibkan. Tujuannya agar pedagang terdesentralisasi dan tidak sembarangan. Kawasan Pantai Padang yang memiliki lanscape memanjang sepanjang bibir pantai. Akan tambah indah jika para pedangangnya tertata rapi berada di seberang pantai. Sehingga tidak menutupi keindahan pantai serta menciptakan kenyamanan bagi



pengunjung. Keuntungannya juga para pedagang merasa aman dan mudah dalam berjualan karena sudah diatur oleh pemerintah dan tidak akan diganggu lagi oleh premanisme dan pemalakan liar.

Walaupun pengembangan Pantai Padang mencapai 100% tapi sudah memberikan hasil yang cukup baik dan perubahannya dapat dilihat dengan nyata. Selepas pandemi corona mereda, banyak para anak muda dan masyarakat umumnya Sumatera Barat yang berkunjung ke Pantai padang. Hal ini dikarenakan karena daya tarik yang ditawarkan dari wajah baru taplau yang memiliki sensasi berbeda dari keadaannya yang dahulu.

Wajah baru dari Pantai Padang ini mampu menciptakan pariwisata yang memiliki daya tarik dan minat wisatawan yang tinggi. Sehingga pembangunannya terus dikembangkan dan dimaksimalkan untuk menciptakan wisata bahari yang unggul di Kota Padang serta sebagai destinasi yang mampu memberikan pemasukkan PAD yang cukup tinggi bagi pemerintahan Kota Padang.

Kemudian mengenai pengembangan pembanguna taplau wajah baru yang berkenaan dengan konsep wisata halal sebetulnya hanya memberikan peluang pada beberapa aspek pariwisata. Sehingga penerapannya di Pantai Padang sesuai dengan konsep wisata halal. Setidaknya pembangunan kawasan Pantai padang saat ini sudah memberikan efek yang positif terhadap pariwisata di Kota Padang dibanding pada dahulu yang lebih banyak stigam negatifnya.

### **B. Taplau: Menuju Wisata Halal di Kota Padang**

Perlu disadari bahwa, konsep utama pariwisata halal berada pada layanan tambahan bagi wisatawan muslim bukan mengubah objek wisatanya. Wisatawan muslim memiliki beberapa factor tambahan yang sesuai dengan agama yang dianutnya yaitu Islam. Sehingga konsep halal wajib melekat dalam setiap aspek pariwisata. Aspek tersebut seperti objek wisata, makanan, minuman, penginapan, pelayanan dan jajanan. Hal ini supaya terciptanya kenyamanan bagi setipa wisatwan muslim. Konsep wisata halal diadopsi dari negara Non-Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang meninjau potensi besar untuk dikembangkan. Negara-negara yang cepat tanggap adalah negara Thailand, Malaysia, Singapore, Jepang, Korea, Australia, Selandia Baru, Inggris dan Perancis.

Beberapa negara yang minoritas muslim juga banyak dikembangkan konsep wisata hala (*halal* tourism) karena memiliki potensi besar. Tujuannya agar wisawatan muslim juga dapat menikmati objek wisata yang ada di negara yang bukan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Upaya ini dilakukan agar, wisatawan yang berasal dari Timur Tengah, Asia dan Australia dapat berwisata di Eropa. Pengembangan yang sudah dilakukan ini mengindikasikan bahwa negara muslim seperti Indonesia seharusnya memaksimalkan wisata hala dikarekan menjadi negara dengan populasi muslim terbanyak. Atas itu, Perkumpulan Pariwisata Halal (PPHI) menyatakan bahwa pariwisata hala merupakan *brand* internasional yang menyasar wisatawan muslim seluruh dunia.

Konsep pariwisata halal secara sederhana adalah memberikan layanan tambahan bagi pengunjung Muslim. Hal ini dipicu dengan perkembangan pariwisata dunia yang lebih mengembangkan *islamic tourism*. Hal ini dilakukan karena banyaknya wisatawan muslim yang melakukan kegiatan wisata dan merupakan sebuah peluang yang besar. Di Indonesia, juga dikembangkan. Sehingga ada beberapa lokasi yang termasuk pengembangan wisata halal, salah satunya adalah Sumatera Barat. Pada tahun 2016 yang lalu, hal ini terbukti dengan diraihnya prestasi bergengsi dalam *World Halal Tourism Award*. Ada tiga kategori penghargaan yang di raih oleh Sumatera Barat diantaranya *World's Best Halal Destination, Tour Operation dan Culinary Destination*. Sehingga hal ini memperlihatkan keseriusan Sumatera Barat mengembangkan wisata halal di wilayahnya sebagai wisata unggulan yang diakui dunia.

Pembangunan wisata halal dapat dilihat di kawasan Pantai Padang. salah satunya adalah dengan dibangunnya 2 masjid (Masjid Al-Hakim dan Masjid Mujahiddin) yang menjadi ikon penting dalam wisata halal di kawasan Pantai Padang. Walaupun kedua masjid ini bukan termasuk dalam objek wisata, namun hadirnya masjid ini dapat menambah minat wisatawan yang ada di Sumatera Barat khususnya muslim datang ke kawasan Pantai Padang. Sehingga nilai tambah terhadap memajukan pariwisata dan meningkatkan minat wisatawan berkunjung melalui masjid ini menunjang bahwa keberhasilan wisata halal dengan ikon masjid. Berkenaan dengan konsep wisata halal adalah menambah layanan terhadap wisata muslim dengan menghadirkan masjid sebagai tempat sarana ibadah.

Ditambah lagi kawasan Pantai Padang yang sudah bersih dari sampah. Hal ini menambah kenyamanan bagi wisatawan muslim yang berkunjung dan didukung dengan adanya pedestrian dan sarana umum lainnya yaitu toilet dan lahan parkir. Sehingga baik muslim maupun non muslim dapat merasakan kenyamanan saat berada di kawasan Pantai Padang. Namun ada beberapa aspek yang belum dikembangkan di kawasan Pantai Padang yaitu restoran halal dan hotel halal. Hal ini peneliti lihat belum adanya hotel syariah yang berada di kawasan Pantai Padang. Sehingga dari aspek hospitality masih belum ramah wisatawan muslim. Sehingga hal ini dilaksanakan langsung oleh pihak pemerintah maupun swasta yang berkegiatan di kawasan Pantai Padang.

Masalah restoran yang masih belum ada sertifikasi halal dari MUI. Di Sumatera Barat baru dua rumah makan atau restoran yang memegang sertifikat halal. Diantaranya adalah Lamun Ombak dan Ambun Sari dan selebihnya masih menunggu sertifikasi yang akan dikeluarkan. Di sekitar kawasan Pantai Padang belum adanya restoran maupun rumah makan yang bersertifikasi halal. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan makanan dan kuliner wisatawan masih kurang.

Akan tetapi, hemat peneliti bahwa Sumatera Barat khususnya Kota Padang adalah 99% beragama Islam dan muslim. Dominasi etnis yang ada di Kota Padang Adalah Minangkabau. Sehingga falsafah yang dipakai selama ini tentang *Adat Basandi Syara, Syara; Basandi Kitabullah* adalah sesuatu yang sangat ideologis bagi orang

Minangkabau. Sehingga makanan dan minuman dibuat dalam teknik tradisional adaah semuanya halal.

Tidak mungkin semua restoran besar atau kecil akan di sertifikasi halal. mungkin saja banyak rumah makan kecil yang ada di kawasan Pantai Padang dan tidak mungkin untuk disertifikasi. Hanya saja yang paling penting menjaga kebersihan dan kehalalannya saja. Sehingga pengunjung dan wisatawan merasa aman saat makan atau mencicipi kuliner yang ada di kawasan Pantai Padang. dalam upaya ini, kawasan Pantai Padang dapat menjadi salah satu penopang untuk mensukseskan Sumatera Barat sebagai wisata halal terbaik di Indonesia dan mendapatkan lebih penghargaan dari GMTI.

## 5. PENUTUP

Pada tahun 2014 hingga 2019 kawasan Pantai Padang masih dalam masa kelam dan transisi. Dimana stigma yang melekat pada menjadikan Pantai Padang dilihat sebelah mata. Fenomena payung ceper, tenda biru, kotor, pengamen, pemalakan dan tidak ramah pejalan kaki. Setumpuk permasalahan inilah yang membuat kawasan Pantai Padang dianggap sebagai tempat wisata yang tidak nyaman dan buruk di Kota Padang. Periode kedua Wali Kota Padang saat itu, menyusun RPJMD 2019-2024 menjadikan kawasan Pantai Padang sebagai program unggulan yang harus diselesaikan. Sehingga terbitlah Renstra dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang untuk pengelolaannya dan pengembangannya. Sehingga basis pengembangan kawasan Pantai Padang menuju wisata halal. dengan dibangunnya saran ibadah seperti Masjid, toilet umum, pengamanan dari Satpol PP, pedestrian, restoran, hotel dan penginapan serta cafe dan coffee shop dan pengelolaan sampah yang maksimal. Sehingga citra pariwisata Kota Padang di kawasan Pantai Padang kembali membaik. Sehingga banyak pengunjung yang mulai berdatangan dan menikmati taplau saat ini.

Keadaan *taplau* dengan wajah barunya mampu menarik dan menciptakan citra pariwisata halal di Kota Padang. Sehingga stigma buruk yang dahulu pernah melekat di kawasan Pantai Padang kian pudar dan hampir tidak tersisa. Namun pengembangan dan pengelolaan bukan berhenti sampai disini. Masih banyak *pekerjaan rumah* yang harus diselesaikan oleh pemerintah kota untuk mewujudkan kawasan wisata halal sebagai destinasi wisata halal di Sumatera Barat. Maka dari itu, perlunya kinerja dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan agar dapat menciptakan suatu destinasi wisata halal yang menarik wisatawan khususnya kaum Muslim.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Raja Grafindo Persada.
- BPS. (2022). *Kota Padang Dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Padang.
- Creswell, W. J. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih diantara Lima Pendekatan*. Pustaka Pelajar.

- Febrianto, A., & Fitriani, E. (2019). Masyarakat Air Manis Sadar Wisata. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 28–36.
- Fitriani, E. et al. (2018). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Ekowisata Sungai Pinang. *Jurnal Socius*, 4(2), 83–95.
- Fitriani, N., & Erianjoni. (2020). Eksploitasi Anak Usia Sekolah Sebagai Pengamen di Pantai Purus Kota Padang. *Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 3(1), 102–109.
- Hall, et al. (2005). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Cromwell Press.
- Hidayat. (1977). *Masyarakat dan Kebudayaan Cina Indonesia*. Tarsito.
- Kamarusdiana. (2019). Studi Etnografi Dalam Kerangka Masyarakat dan Budaya. *Jurnal Sosial & Budaya Syar'i*, 6(2), 113–128.
- Nofrianti, D., & Susilawati, N. (2020). Strategi Pengamen Dalam Meningkatkan Ekonomi di Kawasan Wisata Pantai Puruh Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 3(1), 118–122.
- Pitana, I., Gede, & Dirata S I. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. CV Andi Offset.
- Purwanti, N. (2013). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013. *Jurnal Ilmiah Tahun 2014*, 1–11.
- Putri, R. E. (2016). Pengembangan Wisata Kota Padang Sebagai Destinasi Wisata Kota di Sumatera Barat. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 5(1), 64–70.
- Rahman, Y., & Muktialie, M. (2004). Pengaruh Aktivitas Pariwisata Pantai Taplau Kota Padang Terhadap Ekonomi, Sosial Masyarakat dan Lingkungan. *Jurnal Teknik PWK*, 3(4), 979–990.
- Setyowati. (2006). Etnografi Sebagai Metode Pilihan Dalam Penelitian Kualitatif di Keperawatan. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(1), 35–40.
- Wahyuni, V. (2016). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan, Kota Padang. (Skripsi). Tidak dipublikasikan. *Program Studi Pendidikan Geografi, Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat*.

- Wulandari, S. dkk. (2020). Pariwisata, Masyarakat dan Kebudayaan: Studi Antropologi Pariwisata Pantai Marina di Pajukukang Bantaeng, Sulawesi Selatan. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1), 9–17.
- Zakiah, K. (2008). Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Metode. *Mediator*, 9(1), 181–188.