

Penilaian Aset Warisan Budaya Menggunakan Metode Market Appeal – Robusticity Matrix Di Kota Padang

Safa Ayra¹

Universitas Bung Hatta

safaayraaa@gmail.com

Era Triana²

Universitas Bung Hatta

eratriana217@gmail.com

ABSTRAK

Kota Padang memiliki banyak aset bangunan bersejarah yang berfungsi sebagai warisan budaya sekaligus potensi wisata. Namun, berbagai aset tersebut menghadapi tantangan berupa kerusakan akibat bencana alam, pemanfaatan yang kurang memperhatikan nilai sejarah, serta keterbatasan sinergi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Kondisi ini menyebabkan potensi wisata heritage Kota Padang belum dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini bertujuan menilai aset warisan budaya berdasarkan wisata budaya melalui identifikasi aset, analisis daya tarik pasar (market appeal) dan ketahanan (robusticity), dengan menggunakan metode Market Appeal–Robusticity Matrix (MARM). Data diperoleh melalui observasi lapangan sebagai data primer dan dokumen perencanaan sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset warisan budaya di Kota Padang terbagi ke dalam kategori A1, A2, C1, dan C2. Kategori A1 (daya tarik tinggi, ketahanan tinggi) mendominasi dengan 19 aset, sedangkan kategori A2 (daya tarik tinggi, ketahanan sedang) terdiri dari 9 aset. Kategori C1 (daya tarik tinggi, ketahanan sedang) teridentifikasi 4 aset, sementara kategori C2 (daya tarik sedang, ketahanan sedang) mencakup 9 aset. Tidak ditemukannya kategori B1, B2, D1, D2, maupun D3 menunjukkan bahwa tidak ada aset dengan potensi rendah sebagai destinasi wisata budaya. Temuan ini mengindikasikan peluang besar untuk mengoptimalkan aset bersejarah Kota Padang, khususnya melalui penambahan informasi sejarah yang bersifat edukatif dan pengembangan atraksi wisata di sekitar bangunan, sehingga dapat mendukung pelestarian sekaligus meningkatkan daya tarik wisata budaya.

Kata Kunci: aset warisan budaya; wisata budaya; *Market appeal – Robusticity matrix*

ABSTRACT

Padang City possesses a significant number of historic buildings that function both as cultural heritage assets and potential tourism attractions. However, these assets face challenges such as damage from natural disasters, utilization that neglects historical values, and limited synergy between government, private sector, and local communities. Consequently, the city's cultural heritage tourism potential has not yet been fully optimized. This study aims to evaluate cultural heritage assets from the perspective of cultural tourism by identifying assets, assessing their market appeal and robustness, and analyzing them using the Market Appeal–Robusticity Matrix (MARM). Primary data were collected through field observations, while secondary data were obtained from planning documents. The findings

reveal that cultural heritage assets in Padang City are classified into categories A1, A2, C1, and C2. Category A1 (high market appeal, high robustness) dominates with 19 assets, while Category A2 (high market appeal, medium robustness) includes 9 assets. Furthermore, 4 assets fall into Category C1 (medium market appeal, high robustness), and 9 assets are categorized as C2 (medium market appeal, medium robustness). The absence of assets in categories B1, B2, D1, D2, and D3 indicates that none of the cultural heritage assets are identified as having low potential for cultural tourism. These results highlight the considerable opportunities to optimize Padang's historic assets, particularly through enhancing historical information for educational purposes and developing supporting tourism attractions, thereby contributing to both heritage preservation and the growth of cultural tourism..

Keyword: cultural heritage assets, cultural tourism, Market appeal – Robusticity matrix

PENDAHULUAN

Kota Padang memiliki banyak aset bangunan bersejarah yang berperan penting sebagai warisan budaya sekaligus potensi wisata. Namun, berbagai bangunan tersebut menghadapi ancaman kerusakan, terutama akibat bencana alam seperti gempa bumi tahun 2009, serta penggunaan fungsi yang kurang mempertimbangkan nilai sejarahnya. Rendahnya kesadaran masyarakat, minimnya sinergi antara pemerintah, swasta, dan komunitas, serta keterbatasan promosi dan infrastruktur turut menghambat upaya pelestarian. Kondisi ini membuat potensi wisata heritage Kota Padang belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan dengan pertanyaan utama: “Bagaimana menilai aset warisan budaya berdasarkan wisata budaya di Kota Padang?”

Penelitian ini bertujuan untuk menilai aset warisan budaya menggunakan *market appeal – robusticity matrix* di Kota Padang melalui beberapa sasaran, yaitu mengidentifikasi aset warisan budaya, menilai daya tarik pasar (*market appeal*) dan ketahanan (*robusticity*), serta menganalisis menggunakan metode Market Appeal – Robusticity Matrix (MARM). Data penelitian dikumpulkan melalui observasi lapangan sebagai data primer, serta dokumen perencanaan wilayah dan pariwisata sebagai data sekunder. Melalui metode ini, penelitian diharapkan menghasilkan output berupa penilaian nilai aset warisan budaya sebagai objek pelestarian sekaligus dasar pengembangan wisata budaya di Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua sumber utama. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari berbagai dokumen perencanaan wilayah Kota Padang, antara lain daftar bangunan cagar budaya, Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kota Padang, serta Rencana Detail Tata Ruang Kota Padang.

Metode Analisis yang digunakan adalah Market Appeal – Robusticity Matrix (MARM), yaitu metode yang dikembangkan oleh du Cros dan McKercher (2015) untuk menilai aset warisan budaya berdasarkan dua aspek, yaitu daya tarik pasar (*market appeal*) dan ketahanan pengelolaan (*robusticity*). Aspek daya tarik pasar mencakup popularitas, nilai sejarah, aksesibilitas, dan pengalaman wisata, sedangkan aspek ketahanan menilai sejauh mana aset mampu bertahan terhadap tekanan wisatawan serta pengelolaannya dalam menjaga keberlanjutan dan keaslian. Penilaian dilakukan dengan skala Likert yang kemudian dikonversi ke dalam bentuk indeks dan diplot dalam matriks MARM.

Market Appeal-Robusticity Matrix (MARM) adalah metode yang dikembangkan oleh du Cros dan McKercher. Menurut McKercher & Du Cros, (2002) Metode MARM digunakan

untuk menilai aset warisan budaya berdasarkan dua aspek utama, yaitu daya tarik pasar (*market appeal*) dan ketahanan pengelolaan (*robusticity*) sebagai alat evaluasi dalam pengembangan wisata berbasis warisan budaya. Metode MARM digunakan untuk mengevaluasi potensi wisata budaya berdasarkan dua komponen, yaitu *tourism* (pasar pariwisata) dan *cultural heritage management* (pengelolaan cagar budaya). Komponen *tourism* meliputi aspek *market appeal* (daya tarik pasar) dan *product design needs* (desain). Sedangkan komponen *cultural heritage management* meliputi aspek *cultural significance* (signifikansi budaya) dan *robusticity* (kekuatan) (Mckercher & Du Cros, 2002).

Hasil klasifikasi dibagi menjadi beberapa kategori:

- Kategori A1 dan A2 menunjukkan daya tarik tinggi dengan ketahanan tinggi hingga sedang sehingga ideal untuk pengembangan wisata;
- Kategori B1 dan B2 memiliki daya tarik tinggi hingga sedang tetapi ketahanan rendah, sehingga memerlukan pengelolaan hati-hati;
- Kategori C1 dan C2 memiliki ketahanan tinggi hingga sedang namun daya tarik pasar sedang, sehingga potensinya perlu dioptimalkan; sementara
- Kategori D1, D2, dan D3 menunjukkan daya tarik rendah dengan tingkat ketahanan yang bervariasi, yang menandakan aset kurang berpotensi menarik wisatawan kecuali dilakukan perubahan besar yang berisiko mengorbankan nilai aslinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPARDA) Kota Padang dan SK Cagar Budaya Kota Padang. Selanjutnya data ini akan dicari kesamaannya sebagai proses pemilihan (filter). Pemilihan ini dilakukan dengan cara memilah data aset warisan budaya yang tercantum dalam SK Cagar Budaya dengan daftar objek wisata budaya yang telah ditetapkan dalam RIPPARDA Kota Padang dengan mencari kesamaannya. Dengan demikian, berikut ini adalah daftar aset warisan budaya yang termasuk dalam wisata budaya di Kota Padang. Wisata budaya yang akan menjadi fokus penelitian adalah wisata budaya yang termasuk dalam cagar budaya karena memenuhi dua aspek utama:

1. Telah diidentifikasi sebagai bagian dari destinasi wisata budaya oleh RIPPARDA Kota Padang.
2. Aset berupa bangunan yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang telah diakui oleh SK Cagar Budaya.

Dengan demikian, aset yang terpilih bukan hanya memiliki nilai historis dari sebuah bangunan, tetapi juga memiliki potensi pengembangan dalam sektor pariwisata. Proses ini bertujuan untuk menentukan fokus penelitian untuk dianalisis menggunakan metode Market Appeal-Robusticity Matrix (MARM). Berdasarkan penjelasan diatas, berikut ini adalah aset warisan budaya yang termasuk dalam wisata budaya di Kota Padang.

**Tabel 1. Hasil Penilaian Pariwisata (Tourism) dan
Pengelolaan Cagar Budaya (Culture Heritage Management)**

No	Nama Bangunan Cagar Budaya Berdasarkan SK	Alamat
1	Balai Kota Padang	Padang Barat
2	SMU Negeri 1 Padang	Padang Barat
3	SLTP Negeri 1 Padang	Padang Barat
4	Kantor Dinas Pariwisata	Padang Barat
5	Rumah Tinggal (Jl. Sudirman No.45)	Padang Barat
6	Rumah Dinas Gubernur	Padang Timur
7	Kantor Pertamina	Padang Barat
8	Kantor Detasemen AD	Padang Barat

9	Gudang PT. Surya Sakti	Padang Barat
10	Gudang PT. Pataka Karya S	Padang Barat
11	PT. Dharma Niaga/CV. Punwasari	Padang Barat
12	Gudang Minangcaisa	Padang Barat
13	Eks Beautik Hotel (Padang Spaarbank)	Padang Barat
14	Kantor PT. Cipta Niaga	Padang Selatan
15	Klenteng Hoet Tjo / Vihara Tri Dharma	Padang Barat
16	Himpunan Keluarga Tan	Padang Barat
17	Rut-nah Tinggal	Padang Barat
18	PT. Buana Andalas	Padang Selatan
19	Gedung Hong Jang Hoo	Padang Selatan
20	Gedung Himpunan Tjinta Teman	Padang Barat
21	Mesjid Muhammadiyah	Padang Selatan
22	Rumah Tinggal Kel. Abson	Padang Selatan
23	Gudang/ Distributor Semen	Padang Selatan
24	Rumah Tingga/penginapan	Padang Selatan
25	Gedung Juang BPPI	Padang Selatan
26	Den Zibang 5/1 Padang	Padang Timur
27	Rs. DR Rekso Diwiryono	Padang Timur
28	Mess Kuwera	Padang Timur
29	STALTUTMIL	Padang Timur
30	Gedung SMA 17	Padang Timur
31	Keuskupan	Padang Barat
32	Wisma Katedral	Padang Barat
33	SD. Agnes	Padang Barat
34	Mesjid Raya gantung	Padang Timur
35	Gedung Joang 45 Sumbar	Padang Barat
36	Kantor perhubungan Wilayah Rem 032	Padang Barat
37	Kantor Denpal	Padang Barat
38	Stasiun Pulau Air	Padang Selatan
39	Stasiun Simpang Haru	Padang Timur
40	Tugu Pemoeda	Padang Barat
41	Tugu Merah Putih	Padang Barat

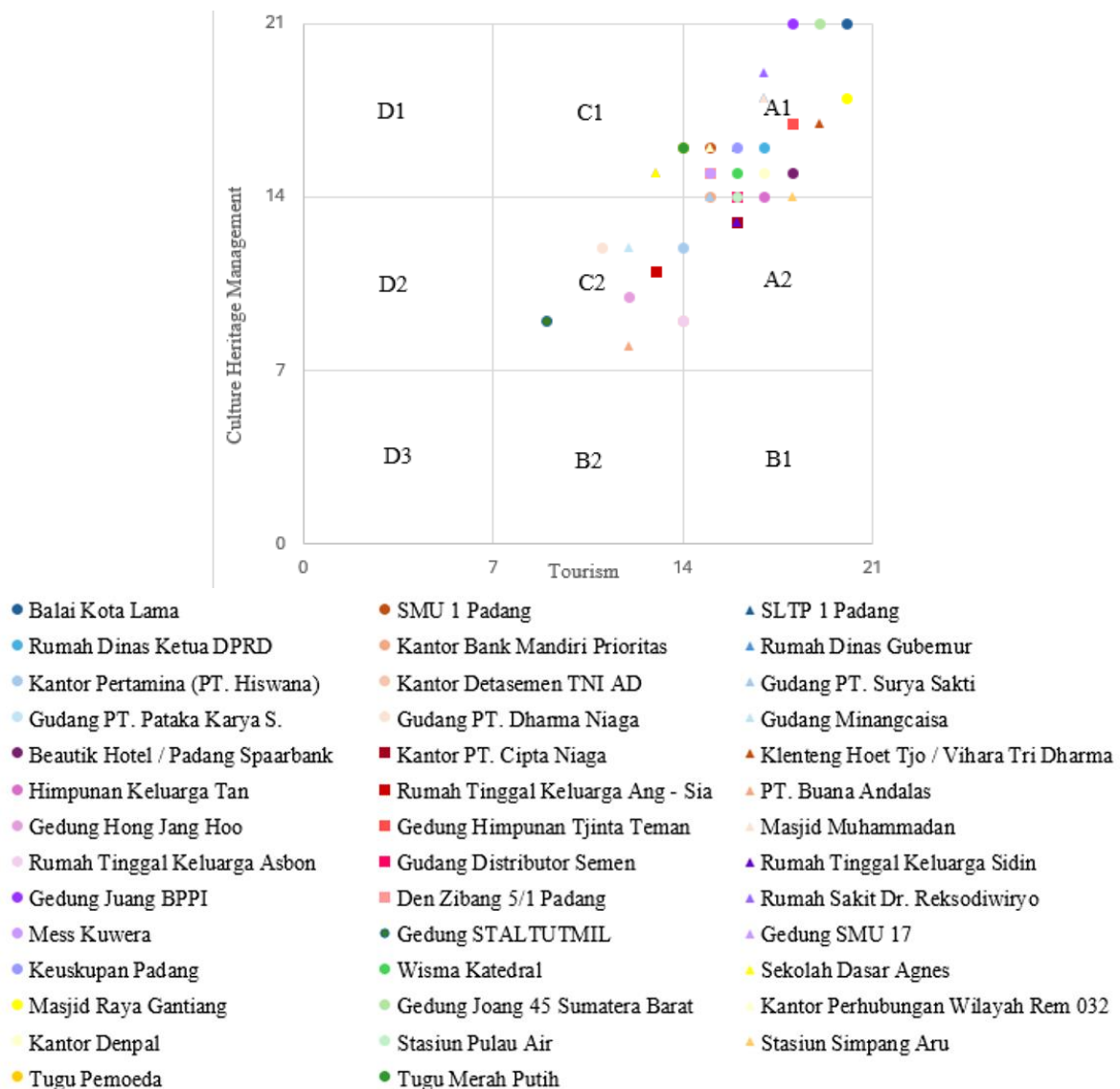
Berdasarkan penilaian tourism (pariwisata) dan cultural heritage management (pengelolaan cagar budaya) didapatkan hasil pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Hasil Penilaian Pariwisata (Tourism) dan Pengelolaan Cagar Budaya (Culture Heritage Management)

No	Nama Cagar Budaya	Tourism (Pariwisata)	Culture Heritage Management (Pengelolaan Cagar Budaya)
1	Balai Kota Lama	20	21
2	SMU 1 Padang	15	16
3	SLTP 1 Padang	16	16
4	Rumah Dinas Ketua DPRD	17	16
5	Kantor Bank Mandiri Prioritas	15	14

No	Nama Cagar Budaya	Tourism (Pariwisata)	Culture Heritage Management (Pengelolaan Cagar Budaya)
6	Rumah Dinas Gubernur	17	18
7	Kantor Pertamina (PT. Hiswana)	14	12
8	Kantor Detasemen TNI AD	14	9
9	Gudang PT. Surya Sakti	15	14
10	Gudang PT. Pataka Karya S.	16	14
11	Gudang PT. Dharma Niaga	11	12
12	Gudang Minangcaisa	12	12
13	Beautik Hotel / Padang Spaarbank	18	15
14	Kantor PT. Cipta Niaga	16	13
15	Klenteng Hoet Tjo / Vihara Tri Dharma	19	17
16	Himpunan Keluarga Tan	17	14
17	Rumah Tinggal Keluarga Ang - Sia	13	11
18	PT. Buana Andalas	12	8
19	Gedung Hong Jang Hoo	12	10
20	Gedung Himpunan Tjinta Teman	18	17
21	Masjid Muhammadiyah	17	18
22	Rumah Tinggal Keluarga Asbon	14	9
23	Gudang Distributor Semen	16	14
24	Rumah Tinggal Keluarga Sidin	16	13
25	Gedung Juang BPPI	18	21
26	Den Zibang 5/1 Padang	15	15
27	Rumah Sakit Dr. Reksodiwiryono	17	19
28	Mess Kuwera	15	15
29	Gedung STALTUTMIL	9	9
30	Gedung SMU 17	13	15
31	Keuskupan Padang	16	16
32	Wisma Katedral	16	15
33	Sekolah Dasar Agnes	13	15
34	Masjid Raya Gantiang	20	18
35	Gedung Joang 45 Sumatera Barat	19	21
36	Kantor Perhubungan Wilayah Rem 032	15	16
37	Kantor Denpal	17	15
38	Stasiun Pulau Air	16	14
39	Stasiun Simpang Aru	18	14
40	Tugu Pemoeda	14	16
41	Tugu Merah Putih	14	16

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada penilaian pariwisata (tourism) adalah nilai 20, yaitu Balai Kota Lama dan Masjid Raya Gantiang. Nilai terendah adalah nilai 9, yaitu gedung STALTUTMIL. Adapun, nilai tertinggi pada penilaian pengelolaan cagar budaya (culture heritage management) adalah nilai 21, yaitu Balai Kota Padang lama, Gedung Juang BPPI dan Gedung Joang 45 Sum-Bar dan nilai terendah adalah nilai 8, yaitu PT. Buana Andalas. Selanjutnya, penilaian diatas akan digambarkan dalam diagram scatter-plot dengan klasifikasi Market Appeal-Robusticity Matrix sebagai berikut.



Gambar 1. Market Appeal – Robusticity Matrix Aset Warisan Budaya Di Kota Padang

Berdasarkan matrix maka dapat dibuat klasifikasi berdasarkan nilai market Appeal – robusticity dari cagar budaya di Kota Padang yang akan dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 2. Klasifikasi Bangunan Cagar Budaya Berdasarkan Market Appeal – Robusticity Matrix

Kategori	Nama Bangunan Cagar Budaya
A1	1. Balai Kota Lama
	2. SMU 1 Padang
	3. SLTP 1 Padang
	4. Rumah Dinas Ketua DPRD
	5. Rumah Dinas Gubernur
	6. Beautik Hotel / Padang Spaarbank
	7. Klenteng Hoet Tjo / Vihara Tri Dharma
	8. Gedung Himpunan Tjinta Teman
	9. Masjid Muhammadiyah

Kategori	Nama Bangunan Cagar Budaya
	10. Gedung Juang BPPI 11. Den Zibang 5/1 Padang 12. Rumah Sakit Dr. Reksodiwiryo 13. Mess Kuwera 14. Keuskupan Padang 15. Wisma Katedral 16. Masjid Raya Gantiang 17. Gedung Joang 45 Sumatera Barat 18. Kantor Perhubungan Wilayah Rem 032 19. Kantor Denpal
A2	1. Kantor Bank Mandiri Prioritas 2. Gudang PT. Surya Sakti 3. Gudang PT. Pataka Karya S. 4. Kantor PT. Cipta Niaga 5. Himpunan Keluarga Tan 6. Gudang Distributor Semen 7. Rumah Tinggal Keluarga Sidin 8. Stasiun Pulau Air 9. Stasiun Simpang Aru
C1	1. Gedung SMU 17 2. Sekolah Dasar Agnes 3. Tugu Pemoeda 4. Tugu Merah Putih
C2	1. Kantor Pertamina (PT. Hiswana) 2. Kantor Detasemen TNI AD 3. Gudang PT. Dharma Niaga 4. Gudang Minangcaisa 5. Rumah Tinggal Keluarga Ang - Sia 6. PT. Buana Andalas 7. Gedung Hong Jang Hoo 8. Rumah Tinggal Keluarga Asbon 9. Gedung STALTUTMIL

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian aplikasi metode market appeal – robusticity matrix dalam penilaian aset warisan budaya berdasarkan wisata budaya di Kota Padang, terbagi ke dalam kategori A1, A2, C1, dan C2. Temuan menunjukkan bahwa :

Kategori A1 (daya tarik tinggi, ketahanan tinggi) adalah yang paling dominan, teridentifikasi sebanyak sembilan belas aset warisan budaya. Kategori A2 (daya tarik tinggi, ketahanan sedang) teridentifikasi sebanyak sembilan aset warisan budaya. Namun, perlu adanya penambahan informasi tentang sejarah aset yang dapat menarik minat wisatawan dan menambah nilai edukatif. Serta perlu penambahan atraksi wisata pada ataupun disekitar bangunan.

Kategori C1 (daya tarik tinggi, ketahanan sedang) teridentifikasi sebanyak empat aset warisan budaya. Namun, perlu adanya penambahan informasi tentang sejarah aset yang dapat menarik minat wisatawan dan menambah nilai edukatif. Kategori C2 (daya tarik sedang, ketahanan sedang) teridentifikasi sebanyak sembilan aset warisan budaya. Namun, perlu adanya penambahan informasi tentang sejarah aset yang dapat menarik minat wisatawan dan

menambah nilai edukatif. Serta, perlu adanya penambahan atraksi wisata pada ataupun disekitar bangunan.

Tidak Adanya Kategori B1, B2, D1, D2, dan D3 menunjukkan hal yang positif, karena itu berarti tidak ada aset warisan budaya di Kota Padang yang saat ini diidentifikasi memiliki potensi rendah sebagai destinasi wisata budaya.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Bung Hatta, serta instansi terkait yaitu Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Kota Padang yang telah memberikan izin dan membantu dalam pengumpulan data. Tidak lupa penulis berterima kasih kepada keluarga dan rekan-rekan yang selalu memberikan dukungan dan motivasi hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ahyati, T. W., Firmansyah, R., & Kausar, D. R. (2020). Penilaian aset warisan budaya menggunakan market appeal-robusticity matrix (Assessment of cultural heritage assets using market appeal-robusticity matrix). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(1), 1-10.
2. Alkaf, F. T., & Widyastuti, S. (2021). Competitiveness analysis of halal tourism: Evidence from Nusa Tenggara Barat (Analisis daya saing pariwisata halal: Bukti dari Nusa Tenggara Barat). *The 8th ITSA Biennial Conference Special Edition*, 1-10.
3. Balai Pelestarian Cagar Budaya Sumatera Barat. (2018). Deskripsi cagar budaya tidak bergerak Kota Padang Provinsi Sumatera Barat.
4. Harahap, R. F., & Puspita, N. (2024). Assessment of cultural heritage assets using market appeal-robusticity matrix at Masjid Sri Alam Dunia Sipirok South Tapanuli District North Sumatra Province (Penilaian aset warisan budaya menggunakan market appeal-robusticity matrix di Masjid Sri Alam Dunia Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 12(2), 96-104.
5. Izah, H. N., Parlindungan, J., & Sari, K. E. (2024). Potensi bangunan cagar budaya sebagai daya tarik wisata cagar budaya Kota Malang. *Planning for Urban Region and Environment*, 13(3), 87-94.
6. McKercher, B., & du Cros, H. (2006). [Review of the book *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*]. *Tourism Analysis*, 11, 165-167.