



LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN  
DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR

**PUSAT INFORMASI, PEMASARAN DAN PROMOSI  
INDUSTRI KERAJINAN KUNINGAN JUWANA  
DI JUWANA**

Diajukan untuk memenuhi sebagian  
persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Teknik

Diajukan Oleh :  
**HIKMA ZAKIA**

**NIM : L201958890**

Periode 73

November 2000 – April 2001

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2001**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Kota Juwana merupakan salah satu kecamatan di Pati mempunyai aktifitas seni kerajinan yang cukup menonjol. Berdasarkan UU No. 5/1974 (asas desentralisasi) menyatakan bahwa Ibukota kecamatan merupakan “home base” untuk menciptakan kondisi dimana titik berat otonomi daerah ada pada daerah Tingkat II. Ibukota kecamatan melalui kemampuan kelembagaan akan dapat memantapkan sistem perencanaan “bottom up” dalam penyusunan program pembangunan nasional. Kecamatan Juwana adalah salah satu kecamatan yang memiliki potensi sebagai sumber dana pendapatan asli daerah yang sifatnya otonom dan pemanfaatannya diserahkan sepenuhnya pada kebijaksanaan Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Pati serta diharapkan ibukota kecamatan Juwana dapat memacu pertumbuhan wilayah di sekitarnya. Masyarakat membutuhkan tempat bertemu dan berkumpul untuk melakukan aktifitas bersama pada suatu kawasan yang biasanya merupakan simpul-simpul kota. Node atau simpul yang merupakan tempat berkumpul dengan sendirinya dapat menumbuhkan potensi untuk berkembang sejalan dengan kebutuhan masyarakat. Demikian pula dengan industri Kerajinan Kuningan di Kecamatan Juwana merupakan tempat berkumpulnya masyarakat dengan aktifitas Kerajinan Kuningan.

Kecamatan Juwana merupakan kecamatan terbesar dalam menghasilkan Kerajinan Kuningan. Berdasarkan laporan dari Kandep perdagangan dan Industri Kabupaten Dati II Pati tahun 1999-2000, dengan jumlah industri kecil 195 unit dan jumlah pekerja 4931 orang, serta nilai investasi Rp. 6.383.270,-. Dengan berkembangnya Kerajinan Kuningan ini

dibutuhkan sarana pemasaran yang memadai yaitu showroom atau tempat pemasaran. Pada saat ini pusat pemasaran kerajinan kuningan di Juwana dapat dikatakan belum memadai. Pusat Pemasaran Industri Kerajinan Kuningan ini berfungsi sebagai wadah untuk melayani kegiatan informasientang seni kerajinan Kuningan Juwana, promosi hasil produk seni kerajinan dan pemasaran hasil produk seni kerajinan, pusat ini juga berfungsi untuk mengembangkan daya kreativitas para seniman dan para pengrajin untuk menghasilkan produk-produk karya seni yang baru memiliki daya jual yang lebih tinggi. Berdasarkan fenomena yang ada maka tempat pemasaran yang lengkap dengan kegiatan penunjang lainnya perlu diwujudkan dan wadah ini dapat berupa Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan Juwana (PPIPIKK Juwana) di Juwana.

Disamping itu juga pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan, Departemen Perindustrian atau pihak-pihak yang berkompeten dengan seni kerajinan mempunyai tanggung jawab moral untuk lebih mengembangkan seni kerajinan dan mengontrol pemasaran produk kerajinan agar tidak terjadi persaingan diantara pengrajin terutama dalam pemasarannya dan mendapatkan bahan bakunya. Selain itu diharapkan Industri Kerajinan Kuningan Juwana ini dapat dikenal oleh masyarakat nasional maupun internasional dan dapat menjadi salah satu sumber devisa pemerintah daerah setempat khususnya daerah Tingkat II Pati serta pemasukan devisa negara dalam hal ini seni kerajinan rakyat.

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kondisi pemasaran yang ada di Juwana pada saat ini, untuk penyebaran produk kerajinan kuningan adalah :

- a. Secara tidak langsung, pemasaran dengan cara pemasaran/kontak dagang.
- b. Secara langsung, pemasaran yang dilakukan melalui pasar kerajinan, toko-toko souvenir dan pedagang kerajinan.

Sistem pemasaran pada umumnya secara tradisional melalui perantara atau konsumen langsung datang ke tempat-tempat home industri. Berdasarkan bertambahnya jumlah pengrajin dan meningkatnya nilai investasi dari kerajinan kuningan ini dapat para pengusaha dituntut untuk dapat bersaing dan mendapatkan informasi tentang perkembangan mode yang diekehendaki pasar, serta penentuan harga secara tepat. Konsumen menginginkan kemudahan untuk mendapatkan seni kerajinan kuningan yang ada di Juwana sesuai dengan selera baik secara desain, kualitas, maupun harganya.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Masalah Umum**

Masalah umum yang ada dalam kasus ini adalah :

- a. Terdapatnya persaingan yang tidak seimbang antara pengusaha besar dan kecil dalam pemasaran produk hasil kerajinan kuningan di Juwana yang mampu memberikan kemudahan dan kenyamanan pada konsumen melalui pola sirkulasi/ruang gerak yang jelas, sistem display obyek kerajinan yang lancar dengan aliran sirkulasi yang mendukung dan menarik minat konsumen.
- b. Bagaimana bentuk fisik bangunan yang mendukung hubungan dari fungsi bangunan tersebut.
- c. Bagaimana menciptakan bentuk/tampilan fisik bangunan yang mewakili image dari suatu bangunan dengan fungsi sebagai pusat

informasi, promosi, dan pemasaran. Pnampilan fisik ini diharapkan mempunyai kesan mengundang, mengajak, dan mewakili jiwa seni yang kreatif, dan dinamis tanpa meninggalkan adaptasi terhadap lingkungan sekitarnya.

### **1.3 Maksud dan Tujuan**

Adapun maksud dan tujuan dari perencanaan Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan di Juwana adalah menyediakan wadah yang berguna untuk konsumen mendapatkan informasi dan produk dengan mudah dan membantu pengrajin untuk mengembangkan dan meningkatkan nilai jual serta memasarkan hasil produknya. Selain sistem pemasaran dengan pelayanan pasif (pameran) dilakukan juga melalui sistem pemasaran aktif (show atau pertunjukan) yang diharapkan dapat menarik minat para konsumen.

### **1.4 Lingkup Pembahasan**

Lingkup pembahasan berada di kawasan perdagangan Juwana yaitu sekitar jalan arteri pantura Jawa Tengah sebagai kawasan perdagangan blok I. pembahasan dititikberatkan pada permasalahan yang berkaitan dengan masalah-masalah arsitektur setempat dan lingkungan setempat serta potensi yang ada di Juwana untuk mendapatkan pola tata ruang, tata masa dan sirkulasi yang dapat menunjang kegiatan informasi, promosi dan pemasaran, serta perwujudannya dalam bentuk ungkapan fisik bangunan pada Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan di Juwana.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

### **Bab I. Pendahuluan**

Berisikan latar belakang, permasalahan, maksud dan tujuan, lingkup pembahasan, dan sistematika pembahasan.

### **Bab II. Tinjauan Industri Kerajinan Kuningan Juwana**

Berisikan tentang kerajinan kuningan Juwana dan penyebarannya serta usaha-usaha yang telah dilakukan pemerintah setempat untuk dapat mengembangkan produk kerajinan kuningan Juwana.

### **Bab III. Tinjauan Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan Juwana**

Berisikan tentang pengertian, tinjauan, dan permasalahan tentang Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan Juwana, serta uraian kegiatan yang ada serta pelaku kegiatan.

### **Bab IV. Batasan dan Anggaran**

Menganalisa mengenai sistem pelayanan yang efektif agar dapat memberikan dan diterima secara mudah mengenai informasi, promosi dan pemasaran produk industri kerajinan, serta perletakan yang menunjang kegiatan pelayanan, batasan dan anggaran dalam perencanaan dan perancangan Pusat Promosi, Informasi dan Promosi Industri Kerajinan Kuningan Juwana di Juwana.

### **Bab V. Pendekatan perencanaan dan perancangan**

Pada bab ini membahas pendekatan macam jenis kegiatan, pendekatan mengenai tata ruang dalam dan ruang luar, pendekatan

hubungan antara kelompok kegiatan, pendekatan besaran ruang yang berisi tentang standar kebutuhan ruang/aktivitas sesuai dengan fungsi ruang, dan pendekatan utilitas kawasan, serta pendekatan penekanan desain arsitektur Neo-Vernacular dengan acuan Arsitek YB. Mangunwijaya.

## **Bab VI. Program dasar perencanaan dan perancangan**

Penyusunan program perencanaan dan perancangan yang meliputi perencanaan tapak, sistem perlengkapan yang dipergunakan dalam perencanaan fisik bangunan, dan penyusunan program standar ruang yang baku.