



LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN
DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR

**PUSAT INFORMASI, PROMOSI, DAN PEMASARAN
SENI KERAJINAN KOTAGEDE DI KOTAGEDE**

Diajukan untuk memenuhi sebagian
persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Teknik

DIAJUKAN OLEH :

MZ. Iwantoni
L201 958907

PERIODE 70

APRIL - JULI 2000

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2000**

BAB I

PENDAHULUAN

Kotagede yang merupakan daerah budaya mempunyai aktivitas seni kerajinan yang cukup menonjol. Sebagai daerah tujuan wisata di wilayah Yogyakarta, wisatawan yang berkunjung ke Kotagede tidak hanya terbatas pada wisatawan domestic saja, tetapi juga wisatawan mancanegara yang jumlahnya terus meningkat dari tahun ketahun.

Salah satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dari kepariwisataan adalah barang – barang seni dari Kotagede, yang juga merupakan cirri dari daerah tersebut. Keberadaan barang seni kerajinan dapat menarik wisatawan yang datang ke Kotagede. Kotagede memiliki potensi seniman yang cukup besar, baik yang telah mapan dan mempunyai pengalaman yang cukup luas serta mempunyai reputasi tingkat nasional maupun internasional, ada juga seniman yang sedang berkembang yang lahir dari pendidikan formal ataupun dari lingkungan tradisi seniman. Dengan potensi seniman yang ada di Kotagede, tentunya banyak hasil karya para seniman yang dapat ditampilkan kepada para wisatawan. Barang – barang seni hasil karya para seniman tersebut perlu lebih diperkenalkan kepada para wisatawan, sehingga para wisatawan lebih mengetahui barang – barang seni khas daerah ini. Disamping itu barang – barang seni tersebut juga perlu dipasarkan sehingga kelangsungan hidup para seniman seni kerajinan dapat lebih terjamin.

Seiring dengan perkembangannya, Kotagede yang merupakan daerah penghasil seni kerajinan saat ini menghadapi masalah dalam perkembangan kerajinan itu sendiri yaitu : adanya sikap mental usaha yang sangat kondusif di Kotagede, lekas merasa puas terhadap hasil yang diperoleh, dan keahlian turun – temurun, selain dari itu masalah kurang meratanya informasi yang didapat untuk dapat memasarkan produk kerajinan, masyarakat juga mengalami kondisi dimana untuk dapat lebih mengembangkan industrinya masyarakat kekurangan modal serta keengganan masyarakat untuk mendapatkan modal dikarenakan adanya peraturan – peraturan dan kesulitan – kesulitan untuk mendapatkan modal tersebut, masyarakat kerajinan Kotagede juga merasa puas akan desain yang dihasilkan oleh mereka, al ini menyebabkan kurang diterimanya produk

kerajinan oleh konsumen, bagi wisatawan sendiri merasa kesulitan untuk mendapatkan produk kerajinan disebabkan oleh berpencarnya unit usaha kerajinan.

Disamping itu juga pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan, Dep. 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 diantarapenerajin terutama dalam hal pemasaran dan mendapatkan bahan baku, lebih mengenalkan produk – produk kerajinannya kepada masyarakat sehingga kerajinan Kotagede tidak hanya dikenal oleh masyarakat Kotagede sendiri, masyarakat AYogyakarta serta masyarakat Indonesia dan Mancanegara, dan diharapkan produk kerajinan Kotagede nantinya dapat menjadi ndalan pemasukan devisa Negara dalam hal ini seni kerajinan rakyat.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu fasilitas kegiatan seni kerajinan yang berbentuk Suatu Pusat Informasi, Promosi dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede Yogyakarta, dengan dukungan Institusi atau Instansi serta unit usaha kerajinan di daerah ini. Pusat Informasi, Promosi dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede merupakan wadah ang memiliki fungsi yaitu : untuk melayani kegiatan informasi tentang seni kerajinan Kotagede, promosi hasil produk kerajinan dan pemasaran produk seni kerajinan, pusat ini juga memiliki fungsi sebagai tempat untuk mengembangkan daya kreativitas para seniman maupun para perajin dalam membuat karya seni kerajinan yang baru kegiatan utama adalah kegiatan informasi dan promosi serta pemasaran hasil rakyat Kotagede.

Pusat Informasi, Promosi dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede ini merupakan kegiatan yang membawa misi terdapat perkembangan seni kerajinan Kotagede, dari segi kualitas dan kuantitas dan peningkatan apresiasi masyarakat terhadap seni kerajinan sekaligus menjadi objek wisata budaya yang dapat diandalkan.

1.1.Latar Belakang Masalah

Kerajinan merupakan hasil aktivitas manusia berupa benda – benda kebutuhan manusia ataupun barang hiasan yang bermutu seni. Beberapa jenis kerajinan yang ada di Kotagede, antara lain :

1. Kerajinan perak
2. Kerajinan emas

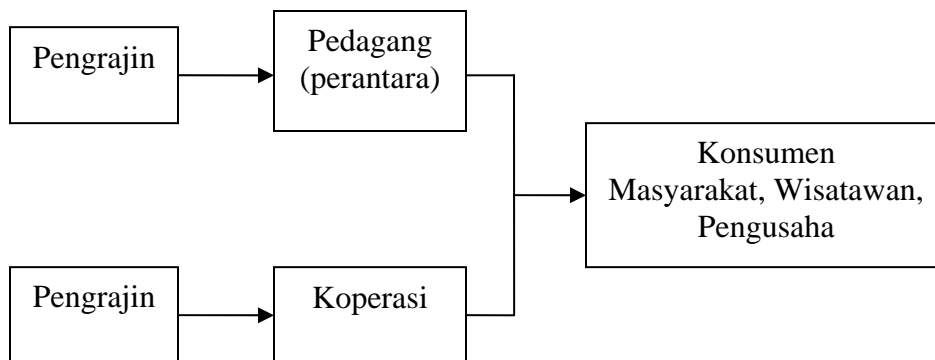
3. Kerajinan kuningan
4. Kerajinan tembaga
5. Kerajinan alumunium
6. Kerajinan kulit

Dari beberapa jenis kerajinan yang terdapat di Kotagede, kerajinan (*perak, emas, dan kuningan*) lah yang telah dan sangat dikenal oleh masyarakat.

Kondisi pemasaran yang ada di Kotagede, untuk penyebaran produk kerajinan terdiri atas :

- Secara tidak langsung, pemasaran dengan cara pemesanan/kontak dagang, biasanya dilakukan oleh Departemen, seperti Dinas Perindustrian dan Departemen Perdagangan, sedangkan konsumen yang berkaitan adalah Pengusaha.
- Secara langsung, pemasaran yang dilakukan di jual melalui pasar kerajinan, took – took souvenir dan pedagang – pedagang kerajinan sedangkan konsumen yang berkaitan adalah wisatawan dan masyarakat luas.

System pemasaran pada umumnya bersifat tradisional, jangkauan pasar bersifat local dan bersifat tergantung pada pedagang perantara yang merupakan factor dominant, juga terdapat koperasi pengrajin di bidang pemasaran.



Sumber : Pemikiran
GB 1 : Diagram pemasaran kerajinan

Beberapa komoditi kerajinan nilai jualnya mengalami penurunan. Penurunan ini di akibatkan kurangnya perkembangan terhadap desain produk kerajinan. Sehingga diperlukan adanya usaha untuk peningkatan desain kerajinan sebagai pengembangan pemasaran. Pemasaran produk kerajinan dilakukan juga dengan memanfaatkan potensi kepariwisataan baik melalui wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Wisatawan membutuhkan kerajinan sebagai oleh – oleh (tanda mata), ini dapat dilihat dari besarnya nilai barang cangkikan dari wisatawan asing yang datang ke Kotagede pada tahun 1998, yang diperkirakan berkisar Rp. 8.023.327,- yang terdiri dari beberapa jenis kerajinan, seperti : perak, emas, dan kuningan.

Banyaknya unit usaha kerajinan di Kotagede tidak semua menjangkau pangsa pasar dan tidak seluruhnya menonjol. Ini terlihat dari hanya sebagian saja (perak) yang masuk dalam pangsa pasar dan selebihnya perlu adanya peningkatan terhadap pengembangan desain dan mutu kerajinan yang rendah, harga barang menjadi murah juga, dan untuk memperoleh harga barang yang cukup tinggi, maka mutu barang harus ditingkatkan. Diperlukan peningkatan kualitas untuk mendapatkan standarisasi melalui desain dan teknologi.

Berdasarkan kebutuhan konsumen terdapat kerajinan, maka kepentingan pengusaha adalah kebutuhan mendapatkan informasi pasar, perkembangan mode, dan harga secara lengkap. Wisatawan menginginkan kemudahan mengenal secara keseluruhan mengenai kerajinan Kotagede, dan mendapatkan barang seni kerajinannya yang diinginkan secara mudah yang sesuai dengan keinginan baik dari segi kualitas maupun desain yang baik.

Berdasarkan kebutuhan pengrajin di Kotagede yang menginginkan kemudahan untuk mendapatkan informasi pasar, perkembangan mode dan mempromosikan serta memasarkan barang kerajinan dengan mudah.

Fenomena yang ada di Kotagede, yang menghambat dalam perkembangan di daerah ini, antara lain :

1. Sikap mental usaha, lekas merasa puas dengan hasil yang diperoleh, sulit menerima hal yang baru, cepat putus asa, problema usia lanjut dan belum siapnya penerus, pendidikan rendah, keahlian turun – temurun, oleh karena itu diperlukan

- adanya pembinaan yang nantinya dapat mengembalikan dan membina mental para pengrajin.
2. Kurang meratanya informasi pasar, khususnya pangsa pasar ekspor yang diterima oleh para pengusaha, hal ini mengakibatkan banyak diantara pengusaha yang kurang mengetahui potensi pasar baik dalam negeri maupun luar negeri.
 3. Keterbatasan modal kerja yang diakibatkan kurang mampunya mengelola modal, kondisi perekonomian dan belum memanfaatkan jasa kredit dari pemerintah karena keengganan masyarakat untuk mendapatkannya.
 4. Kurang control kualitas, sehingga tidak memuaskan selera konsumen, kualitas bahan dan kualitas produk.
 5. Lokasi kerajinan terpencar – pencar sehingga tidak memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dapat lebih mengenal dan mendapatkan produk seni kerajinan secara lengkap dan cepat, dan juga bagi wisatawan yang hanya memiliki waktu tinggal kunjungan wisata yang relative singkat, sehingga sulit untuk dapat mengenal keseluruhan barang seni kerajinan Kotagede, dilain pihak bagi pengrajin sendiri masih banyak yang mengalami kesulitan dalam memasarkan produksinya.

Untuk mendukung perkembangan pemasaran, setelah mendapatkan kualitas yang baik, maka diperlukan adanya factor pendukung dalam memperkenalkan kerajinan Kotagede melalui :

- a. Informasi, yang dilakukan dengan cara :
 - Lisan melalui wawancara, keterangan
 - Tulisan melalui brosur, booklet, dsb
- b. Promosi, yang dilakukan dengan cara :
 - Penjajaan kerajinan atau dengan berkeliling
 - Media massa (iklan) lewat spanduk, majalah, radio, televisi, dsb
 - Promosi melalui pameran, penjualan, daya tarik dengan kegiatan

Berdasarkan atas kebutuhan konsumen dan pengrajin di Kotagede terhadap kerajinan maka dibutuhkan suatu wadah penggabungan antara informasi bagi pengrajin di Kotagede dan konsumen serta sarana pemasaran bagi para pengrajin di Kotagede, penggabungan ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Area informasi memuat informasi tentang seluruh jenis kerajinan di Kotagede.
2. Informasi pasar.
3. Perkembangan mode.
4. Teknik pembuatan dan proses pembuatan serta prospeknya dimasa yang akan datang.
5. Untuk area promosi berfungsi mempromosikan barang kerajinan kepada konsumen tentang jenis kerajinan di Kotagede.
6. Area pemasaran berfungsi dalam jual beli dalam negeri maupun luar negeri termasuk juga pengurusan pengiriman sedangkan kerajinan yang ditampilkan merupakan kerajinan yang memenuhi kualitas untuk dipasarkan.

Dengan demikian diharapkan melalui informasi dapat berfungsi memperkenalkan kerajinan di Kotagede agar konsumen mengerti produk apa saja yang dihasilkan, untuk promosi dapat berfungsi mempromosikan agar konsumen tertarik dengan barang kerajinan yang ditawarkan pada konsumen sedangkan pemasaran dapat berfungsi menyebarkan atau memperluas kerajinan seluas – luasnya.

Dengan kata lain dibutuhkan :

- a. Pengenalan terhadap kerajinan
- b. Daya tarik terhadap pengunjung
- c. Pusat perhatian terhadap kerajinan

Semua kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang berhubungan dengan pengembangan kerajinan di Kotagede tidak dapat terlepas dari pesan pemerintah atau instansi yang membawahi kegiatan tersebut, seperti Departemen Perdagangan serta Dinas Perindustrian dan juga peran swasta untuk menjadi mitra usaha, seperti keterkaitan mitra usaha bapak angkat, sehingga perlunya kerjasama yang terpadu dalam pengembangan kerajinan di Kotagede.

Penggabungan tiga kegiatan dalam satu fungsi, tentunya menuntut suatu pola sirkulasi yang jelas bagi para konsumen meliputi aspek kenyamanan dan kemudahan pencapaian. Hasil dari penggabungan tersebut dapat memberikan petunjuk bagi konsumen akan suatu bangunan ***Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede.***

1.2. Permasalahan

1.2.1. Masalah Umum

Berdasarkan dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dibutuhkan suatu organisasi yang terkoordinasi oleh suatu badan atau lembaga secara terpadu dan efektif dan juga mencerminkan sebagai wadah informasi, promosi, dan pemasaran serta memberikan daya tarik dan minat untuk mengunjunginya.

1.2.2. Masalah khusus

Sebagai akibat dari permasalahan umum diperlukan sarana fisik yang efektif dalam penyampaian informasi, promosi, dan pemasaran agar media komunikasi dapat terwujud melalui :

1. Bagaimana penyelesaian penggabungan tata ruang antara ruang informasi, promosi, dan pemasaran prosuk seni kerajinan Kotagede yang mampu memberikan kemudahan pada pola sirkulasi pengunjung dengan memperhatikan factor penentu, keamanan ruang gerak, system display objek kerajinan serta sirkulasi yang lancar diantara kegiatan tersebut.
2. Bagaimana bentuk massa yang dapat menciptakan suasana yang saling berhubungan pada bentuk fisik bangunan sebagai sarana komunikasi.
3. Bagaimana ungkapan bentuk bangunan yang menunjukkan cirri bangunan informasi dan promosi dalam wujud penampilan sebagai berikut :
 - a. Ungkapan fisik fasilitas yang komunikatif, rekreatif, memberi kesan terbuka dan atraktif sebagai daya tarik.
 - b. Ungkapan citra bangunan arsitektur yang lebih bernuansa kepada karakteristik bangunan informasi promosi, dan pemasaran yang mempunyai kesan mengundang, mengajak, dan lebih kepada arsitektur tropis serta yang mencerminkan jiwa seni yang kreatif, dinamis, dan selalu berkembang serta selalu berubah.

1.3.Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dari perencanaan Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede ini adalah memberikan wadah bagi masyarakat untuk memperoleh produk kerajinan dan membantu masyarakat kerajinan untuk lebih mengembangkan produk kerajinannya dan segi pemasaran produk kerajinannya. Selain penyampaian dengan system pelayanan pasif (pameran) juga dipakai system pelayanan aktif (show atau pertunjukan) agar pengunjung lebih tertarik untuk mengunjunginya.

1.4.Metode Pembahasan

Penyusunan laporan ini menggunakan metode penulisan deskriptif yaitu dengan memberikan gambaran segala permasalahan dan keadaan yang ada, kemudian dianalisis serta dinilai dari sudut pandang ilmu yang relevan untuk mendapatkan suatu kriteria desain dan dasar perncangan. Metode pengumpulan yang dilakukan dalam penyusunan laporan ini adalah metode survey kepustakaan dan survey lapangan dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara yang dilakukan dengan pihak – pihak yang terkait dan kompeten dengan topic permasalahan untuk mendapatkan data primer, yaitu antara lain dengan para pengrajin atau unit usaha kerajinan seperti : Perusahaan Srikandi Nani Silver, Bimo Silver, Suryo Silver, dsb, pihak – pihak yang berwenang dari instansi seperti Bappeda TK I Yogyakarta, Dinas PU, Dinas Pariwisata, Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian, dsb.
2. Study Literatur, dilakukan untuk mendapatkan data – data sekunder yang dalam hal ini termasuk studi kepustakaa, pengumpulan data, dan informasi dan peta instansi terkait. RDTRK, Laporan Komipasi data oleh Dinas PU, laporan analisis data Kotagede, dsb.
3. Survey lapangan, dilakukan sebagai pengamatan langsung terhadap seni kerajinan di Kotagede dan lokasi tapak terpilih di kawasa Kotagede Yogyakarta.

1.5.Lingkup Pembahasan

Pembahasan dibatasi pada masalah – masalah arsitektur yang lebih menekankan repon terhadap potensi arsitektur setempat dan lingkungan setempat serta potensi yang ada di Kotagede untuk mendapatkan pola tata ruang, tata massa, dan sirkulasi yang dapat menunjang kegiatan informasi, promosi, pemasaran, perwujudan dalam bentuk ungkapan fisik pada Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede Yogyakarta.

1.6.Sistematika Pembahasan

Bab I. Pendahuluan

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

Bab II. Tinjauan Seni Kerajinan Kotagede

Berisikan Tinjauan Mengenai macam – macam bentuk kerajinan Kotagede di Kotagede dan penyebarannya serta usaha – usaha dari pemerintah daerah untuk dapat mengembangkan produk kerajinan di Kotagede.

Bab III. Tinjauan Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede Yogyakarta

Berisikan mengenai uraian mengenai pengertian Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede berikut fungsi dan tujuan Pusat Informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede, uraian mengenai kegiatan yang ada, serta pelaku kegiatan.

Bab IV. Perumusan Masalah, Batasan dan Anggapan

Menganalisa mengenai system pelayanan yang efektif agar dapat diberikan dan diterima secara mudah mengenai informasi, promosi, dan pemasaran produk seni kerajinan serta perletakan yang menunjang kegiatan pelayanan, batasan, dan anggapan dalam perencanaan dan perancangan Pusat informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede di Kotagede.

Bab V. pendekatan Perencanaan dan Perancangan

Pendekatan perencanaan dan perancangan Pusat informasi, Promosi, dan Pemasaran Seni Kerajinan Kotagede, pendekatan mengenai tata ruang dalam dan ruang luar serta ungkapan fisik bangunan dalam bentuk pendekatan karakter fungsi fasilitas bangunan seni yang komunikatif, rekreatif, dan atraktif. Pendekatan arsitektur modern Richard Meier.

Bab VI. Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan

Penusunan konsep perencanaan dan perancangan yang meliputi perencanaan tapak, serta system perlengkapannya yang akan digunakan dalam perancangan fisik.