

I. PENDAHULUAN

I.1. Batasan dan Pengertian Judul.

“Pusat Perdagangan Material Batu Alam dan Keramik Yogyakarta”, penekanan pada citra interior yang naturalis dan eksterior yang minimalis.

I.1.1. Batasan pengertian Pusat Perdagangan Material Batu Alam dan Keramik Yogyakarta

Pusat Perdagangan Material Batu dan Keramik Yogyakarta adalah tempat atau wadah yang menampung kegiatan penjualan, proses produksi, pameran, konsultasi dan kreatifitas pelaku kegiatan, yang kesemuanya berkaitan dengan Material Batu Alam dan Keramik yang ada di Yogyakarta.

I.1.2. Batasan Pengertian Citra Interior yang Naturalis :

Pengertian Tampilan Suatu Fungsi Ruang dengan sentuhan Natural (Alami) yaitu suatu konsep perancangan interior bangunan atau suatu ruang yang menekankan prinsip-prinsip alamiah, khususnya dalam kaitannya dengan penggunaan material Batu Alam dan keramik.

I.1.3. Batasan Pengertian Eksterior yang Minimalis :

Konsep minimalis, yaitu, suatu pendekatan desain yang mengedepankan bentuk desain yang lugas, polos, sederhana, kompak, efisien, yang dikaitkan atau dikombinasikan dengan penerapan material batu alam dan keramik yang cenderung memiliki sifat tidak efisien.

I.1.4. Kesimpulan :

Pusat Perdagangan Material Batu dan Keramik Yogyakarta adalah bangunan yang difungsikan sebagai wadah proses produksi, penjualan, pameran, konsultasi dan kreatifitas material Batu dan Keramik, yang pada bagian interior ruang menerapkan konsep nuansa alamiah sedangkan pada bagian eksterior bangunan menekankan pada konsep desain Minimalis.

PUSAT PERDAGANGAN MATERIAL BATU ALAM DAN KERAMIK YOGYAKARTA

Penekanan Pada Citra Interior yang Naturalis dan Eksterior yang Minimalis

I.1. LATAR BELAKANG

I.1.1. Perkembangan Bisnis Material Batu Alam di Yogyakarta

Perkembangan sektor properti di Yogyakarta yang semakin pesat memberi warna baru bagi mereka yang mendukung bisnis properti tersebut. Mereka bergerak dalam bisnis distribusi atau pengadaan material bahan bangunan, khususnya material yang berfungsi mewadahi eksterior dan interior bangunan. Contohnya distributor material batu hias atau batu alam. Hampir seluruh bisnis properti di Yogyakarta untuk membangun perumahan, apartemen, hotel, dan pusat perbelanjaan (Mall) memakai bahan material tersebut.

Bisnis ini dinilai sangat menguntungkan bagi pengusaha material batu alam, karena harga batu alam atau batu hias sendiri berkisar antara Rp.40.000 hingga Rp.200.000 permeter perseginya. Harga itupun biasanya dipengaruhi oleh jenis batu alam itu sendiri. Mahalnya harga jual batu alam dipasaran, disebabkan karena proses pengolahan (pemotongan) batu alam yang relatif tidak mudah dan perlu kecermatan dalam hal pengerjaannya, sehingga wajar jika patokan harga yang diberikan juga tinggi. Oleh karena itu banyak pengusaha khususnya di Yogyakarta yang memilih usaha ini. Karena benar-benar menguntungkan, hasil penjualan yang mereka dapatkan saja dapat mencapai ratusan juta rupiah perbulannya. Ini dapat dilihat dari data hasil survey pengusaha batu alam yang ada di Yogyakarta, yaitu sebagai berikut :

Nama Usaha	Omset/ 3 bulan terakhir, 2005		
	Juli	Agustus	September
1. Alam Sari "batu alam"	Rp.100 juta	Rp.95 juta	Rp.120 juta
2. INDOLANDS	Rp.120 juta	Rp.125 juta	Rp.150 juta
3. Karya Alam	Rp.110 juta	Rp.100 juta	Rp.125 juta

"Hasil Data survey omset pendapatan Pengusaha Batu Alam Yogyakarta

Dalam 3 bulan terakhir pada tahun 2005"

Dari data yang diperoleh diatas dapat diambil kesimpulan bahwa bisnis penjualan material batu alam memang sangat menguntungkan dan sedang menjadi tren usaha di Yogyakarta.

Para distributor atau penyalur material batu alam di Yogyakarta sendiri keberadaannya sudah cukup banyak, biasanya mereka yang bergerak dalam bisnis ini mempunyai lingkup yang kecil atau sederhana, baik dalam hal penjualan dan penyajian produk material batu alam tersebut. Beberapa saja diantara mereka yang memiliki kualitas atau pasokan material batu alam yang maksimal. Selain itu juga biasanya material batu alam yang mereka jual bukan dari hasil produk mereka sendiri, mereka kebanyakan membeli dari pihak lain yang memproduksi material tersebut, dan itupun terletak di luar daerah Yogyakarta.

Di dalam bisnis material batu alam biasanya mereka hanya melayani penjualan batu alam, sehingga banyak konsumen yang ingin membeli produk batu alam merasa kebingungan untuk memilih tipe-tipe batu alam yang cocok untuk digunakan atau diterapkan pada bangunan mereka. Selain itu juga produk batu alam yang banyak dijual di pasaran masih berbentuk lempengan-lempengan dengan berbagai macam ukuran, hal itu akan jauh lebih baik apabila lempengan tersebut di desain dengan mengkomposisikan atau memadukan batu alam yang satu dengan yang lainnya, sehingga nantinya nilai estetika batu alam akan lebih bervariasi dan di jual dengan bentuk lembaran. Hal tersebut dinilai akan sangat baik untuk menambah wacana desain batu alam.

Dengan melihat latar belakang dari bisnis batu alam yang ada maka hal tersebut dapat dijadikan suatu alasan betapa pentingnya wadah yang dapat menampung semua kegiatan dalam bisnis batu alam, baik itu penjualan, sarana konsultasi, dan berkreatifitas dengan sarana dan prasarana yang dapat penunjangnya. Dengan adanya wadah tersebut nantinya seluruh pengusaha batu alam dapat melakukan kegiatan dalam satu wadah, dan konsumen dapat lebih mudah untuk bertransaksi dan berinteraksi dengan para distributor batu alam tersebut.

1.1.2. Perkembangan Pasar Keramik di Yogyakarta.

Selain material batu alam yang sedang menjadi tren usaha di Yogyakarta. Bisnis penjualan keramik baik itu untuk dinding dan lantai juga mengalami perkembangan yang sangat baik. Hal ini didukung karena dua hingga tiga tahun belakangan pembangunan sektor property komersial dan residensial sedang mengalami perkembangan yang pesat.

Para distributor atau penjual keramik yang ada di Yogyakarta juga sekarang sudah semakin banyak, ini dikarenakan semakin banyaknya agen-agen penjualan keramik, baik itu secara khusus maupun dibarengi dengan bahan material lainnya, hampir setiap pengusaha penjual keramik menawarkan jenis keramik yang berbeda-beda. Hal ini yang menjadikan adanya persaingan pemasaran keramik. Namun hal tersebut tidak mengurangi keuntungan penjualan keramik, karena setiap merek keramik memiliki kualitas serta keunggulannya masing-masing. Potensi penjualan merek keramik yang semakin pesat dapat dilihat dari data hasil penjualan beberapa merek keramik di Yogyakarta dalam 3 tahun terakhir berikut

Merek keramik	Omset/3 tahun terakhir		
	2003	2004	2005
Essenza	Rp.144 miliar	Rp.184 miliar	Rp.186 miliar
KIA Standard	Rp.136 miliar	Rp.143 miliar	Rp.175 miliar
Asia Tile	Rp.110 miliar	Rp.125 miliar	Rp.140 miliar
Impero Tile	Rp.115 miliar	Rp.135 miliar	Rp.155 miliar

Sumber Koran Kompas, Januari 2005

Dari data di atas terlihat bahwa pertumbuhan pasar keramik memang sedang berkembang pesat. Banyaknya merek dagang keramik yang dipasarkan maka hal ini mendukung perlunya wadah yang dapat menampung penjualan dari berbagai macam merek dagang dalam satu kegiatan perdagangan, guna memberi kemudahan dan menambah wacana tentang merek dagang keramik kepada para konsumen.

Di Yogyakarta proses produksi keramik untuk lantai dan dinding dinilai masih sangat kurang, kebanyakan jenis keramik guna hiasan atau peralatan dapur yang sudah banyak berkembang. Sehingga para pengusaha distributor keramik biasanya mendapatkan produk dengan cara dikirim atau mengambil dari pihak lain yang memproduksi keramik tersebut. Hal ini mempengaruhi efisiensi dari penjualan keramik, baik itu ongkos kirim dan upah tenaga kerja.

Sebenarnya Yogyakarta memiliki potensi yang besar dalam memproduksi keramik, sama halnya dengan jenis keramik lainnya. Sehingga perlu adanya suatu wadah guna proses produksi keramik guna lantai dan dinding. Dengan demikian pasar penjualan keramik di Yogyakarta dapat lebih berkembang dan dapat bersaing dengan merek dagang keramik lainnya sekaligus menjadi prioritas pasar keramik di Yogyakarta.



Untuk dapat bersaing dengan merek dagang keramik yang sudah terlebih dahulu terkenal, dengan keunggulan warna, corak, tekstur yang mereka miliki. Selain wadah guna proses produksi juga diperlukan wadah yang berfungsi sebagai sarana untuk menuangkan ide-ide kreatif para desainer dalam hal mencari dan menghasilkan inovasi-inovasi terbaru dari produk keramik yang dihasilkan. Sehingga nantinya produk keramik di Yogyakarta dapat merambah wacana pasar penjualan keramik di Indonesia, dengan keunggulan dan kualitas yang tinggi.

I.1.3. Pusat Perdagangan Material Batu Alam dan Keramik yang Naturalis dan Minimalis.

Di dalam perkembangannya sendiri sarana dan prasarana guna mewadahi semua kegiatan perdagangan batu alam dan keramik membutuhkan suatu fasilitas pendukung yang dapat mewakili dari produk yang sebenarnya diperdagangkan. Telah diketahui bahwa usaha material batu alam dan keramik memiliki potensi dan keuntungan yang besar bagi pelakunya, khususnya di Yogyakarta. Oleh karena itu adanya wadah yang akan melingkupi semua kegiatan usaha harus memiliki solusi-solusi khusus atau konsep-konsep khusus guna merancang dan merencanakan wadah yang dapat mendukung nilai jual, produksi dan fungsi kegiatan lainnya.

I.1.3.1. Interior yang Naturalis.

Tingkat keberhasilan penjualan suatu produk tidak lepas dari kepuasan, kenyamanan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Baik itu kenyamanan dalam bertransaksi maupun saat berinteraksi dengan penjual. Sehingga diperlukan adanya suatu sarana atau ruang yang dapat mendukung itu semua. Seringkali para konsumen merasa kurang nyaman saat melakukan transaksi, karena kondisi ruang yang terasa monoton dan membosankan. Khususnya penjualan material batu alam dan keramik, yang biasanya hanya mengekspos produk yang dijual, sedangkan ruang yang melingkupinya tidak mendukung terhadap produk tersebut. Sehingga suasana ruang dalam diharapkan dapat menyatu dan mewakili karakteristik produk yang dijual.

Salah satu karakteristik dari material batu alam dan keramik adalah mampu menghadirkan suasana ruang yang naturalis (alami). Sehingga bagaimana nantinya suatu ruang dapat memaknai sifat naturalis tersebut dengan harapan ruang yang naturalis akan memberikan kenyamanan, kepuasan dalam hal pelayanan terhadap konsumen, kedinamisan fungsi suatu ruang. Sekaligus juga dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu produk



dan memberikan wacana baru tentang desain penggunaan material batu alam dan keramik itu sendiri kepada konsumen. Konsep ruang yang naturalis juga diharapkan mampu berpengaruh pada suasana suatu ruang yang dapat memberikan inspirasi atau ide-ide kreatif dalam hal desain dan inovasi suatu produk baru kepada pelaku kegiatannya, yaitu para arsitek dan desainer, sehingga aktifitas mereka didukung oleh ruang karakteristik produk yang mereka buat.

I.1.3.2. Eksterior yang Minimalis.

Salah satu ciri bangunan industri merupakan suatu bangunan yang mempunyai skala yang luas, sehingga banyak pertimbangan-pertimbangan yang harus direncanakan lebih jauh. Seperti halnya pertimbangan umum ekonomi, yaitu selain akan memakan biaya yang besar dalam hal pembangunan, juga perlu dipertimbangkan biaya operasional bangunan, misalnya biaya perawatan, pemeliharaan, biaya utilitas atau system mekanis suatu bangunan, biaya asuransi, dan biaya pajak yang semuanya rata-rata dapat menghabiskan sepertiga dari keseluruhan biaya bangunan. Jadi semakin luas atau tinggi bangunan akan semakin besar pula biaya pembangunan dan operasionalnya, apalagi bangunan tersebut mempunyai fungsi yang banyak, diantara sebagai tempat proses produksi.

Sehingga melihat kondisi diatas perlu adanya suatu desain atau konsep rancangan bangunan yang minimalis, yaitu bagaimana membuat suatu bangunan yang dapat mengurangi biaya operasional bangunan dengan konsep yang lugas, polos, sederhana, kompak, dan efisien, namun mampu memberikan suatu citra eksterior bangunan yang memaknai karakteristik produk yang dijual dan diproduksi, khususnya produksi keramik dan penjualan batu alam, dengan tidak menghilangkan fungsi bangunan itu sendiri, dan bagaimana nantinya merancang eksterior bangunan yang mempunyai konsep minimalis namun tetap ada pengaplikasian material batu alam dan keramik, agar identitas bangunan tetap terlihat.

I.2. PERMASALAHAN

I.2.1. Permasalahan Umum.

Bagaimana menciptakan suatu wadah yang dapat melingkupi proses produksi pembuatan keramik, proses penjualan bahan bangunan batu alam dan keramik, serta sarana guna kreatifitas pengolahan suatu material bangunan batu dan keramik guna menambah



literature dan kemajuan teknologi material itu sendiri, sebagai sarana konsultasi rancangan suatu bangunan yang akan menggunakan material bangunan batu dan keramik tersebut, dan sebagai sarana pameran produk material batu alam dan keramik, baik dari segi teknologi maupun inovasi produk tersebut.

I.2.2. Permasalahan Khusus.

Permasalahan khusus yaitu segala permasalahan yang berkaitan dengan konsep perencanaan dan perancangan bangunan dari segi Arsitektural :

- a Bagaimana menciptakan konsep interior atau bagian dalam bangunan yang menekankan konsep alamiah, guna mendukung nilai-nilai estetik dari suatu fungsi ruang, khususnya dalam penerapan material batu alam dan keramik itu sendiri, sehingga nantinya konsep alamiah dapat terlihat pada interior bangunan tersebut.
- b Bagaimana menciptakan suatu komponen atau elemen luar bangunan (eksterior bangunan) yang menerapkan perpaduan antara konsep desain Minimalis yang mempunyai ciri lugas, polos, praktis, simple, efisien dan fungsional, dengan penggunaan material batu alam dan keramik yang cenderung memiliki karakteristik yang tidak efisien, sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi suatu kesatuan bagian dari elemen eksterior bangunan itu sendiri.

I.3. TUJUAN DAN SASARAN

I.3.1. Tujuan.

Merancang pusat seni material batu dan keramik dengan criteria sebagai berikut:

1. sebagai wadah guna produksi pembuatan keramik, pengadaan dan penjualan material batu dan keramik sehingga nantinya para konsumen tidak akan mengalami kesulitan dalam memperoleh material tersebut.
2. sebagai sarana penjualan material batu dan keramik yang memiliki beraneka macam jenis dan juga memiliki kualitas yang tinggi.
3. sebagai tempat pameran berbagai macam material batu dan keramik dalam penerapannya pada suatu bangunan baik itu yang bersifat baru atau sedandhg banyak diminati oleh para konsumen.

4. sebagai wadah untuk berkreatifitas guna menciptakan desain-desain baru, corak-corak baru dan motif material batu dan keramik yang baru. Serta untuk mendukung kreatifitas para arsitek dan desainer dalam menentukan pola serta kecocokkan dalam hal tampilan material batu dan keramik pada suatu bangunan. Serta sebagai sarana konsultasi para konsumen yang akan menggunakan material batu dan keramik pada bangunannya.

I.3.2. Sasaran.

Mendapatkan konsep rancangan suatu fungsi ruang dalam bangunan yang menerapkan konsep alamiah atau sentuhan alamiah guna mendapatkan nilai-nilai estetik dari suatu fungsi, dalam kaitannya dengan penerapan material batu alam dan keramik. Selain itu juga untuk mendapatkan suatu konsep rancangan dari bagian eksterior bangunan yang memadukan konsep Desain Minimalis dengan komponen dari material batu alam dan keramik, yang kedua-duanya memiliki karakteristik yang berbeda menjadi suatu kesatuan bagian dari elemen eksterior bangunan.

I.4. LINGKUP PEMBAHASAN

I.4.1. Lingkup Non Arsitektural.

Pembahasan pada lingkup Non Arsitektural yaitu mencakup tentang definisi, teori-teori, data-data hasil survey, serta kegiatan dari bangunan yang akan direncanakan atau dirancang, antara lain :

1. Pembahasan dibatasi pada pengertian batu alam, asal batu alam, proses terbentuknya batu alam, serta jenis-jenis batu alam berdasarkan karakteristik dan proses terbentuknya batu alam tersebut.
2. Pembahasan dibatasi pada macam-macam batu alam yang sekarang banyak diminati dipasaran berdasarkan dari data survey atau via internet, serta penjelasan karakteristik batu alam tersebut.
3. Pembahasan dibatasi pada pengertian dari keramik itu sendiri, proses terbentuknya keramik, komponen-komponen/bahan pembentuk keramik, jenis-jenis keramik berdasarkan bahan dan proses pengolahannya, serta contoh-contoh keramik yang banyak diperdagangkan.

4. pembahasan dibatasi pada pengertian pusat perdagangan material batu alam dan keramik, tujuan, fungsi, jenis kegiatan, dan pelaku kegiatan yang ada pada pusat perdagangan material batu alam dan keramik.

I.4.2. Lingkup Arsitektural.

Pembahasan dalam lingkup arsitektural adalah pembahasan yang mencakup tentang konsep-konsep rancangan dan perencanaan, proses/teknik perancangan, serta susunan kebutuhan ruang, yaitu antara lain :

1. Mendapatkan dan merancang konsep rancangan interior bangunan yang mengacu pada nuansa alamiah, yaitu dengan mengkaitkan dan menerapkan material batu alam dan keramik sebagai dasar perancangan.
2. Mendapatkan dan merancang konsep rancangan eksterior bangunan yang menekankan komposisi Desain Minimalis dengan penerapan material batu alam dan keramik sebagai dasar perancangan.
3. menyusun susunan atau kebutuhan ruang yang diperlukan pada pusat perdagangan material batu alam dan keramik, guna melingkupi atau mewadahi seluruh kegiatan yang ada didalamnya.

I.5. SPESIFIKASI PROYEK

Nama Bangunan :

- Pusat Perdagangan Material Batu dan Keramik di Yogyakarta.

Pelaku Kegiatan :

- Para distributor material batu dan keramik, para pengembang dalam bisnis property, arsitek, pihak-pihak yang terkait dalam pengelolaan fungsi bangunan tersebut serta masyarakat umum.

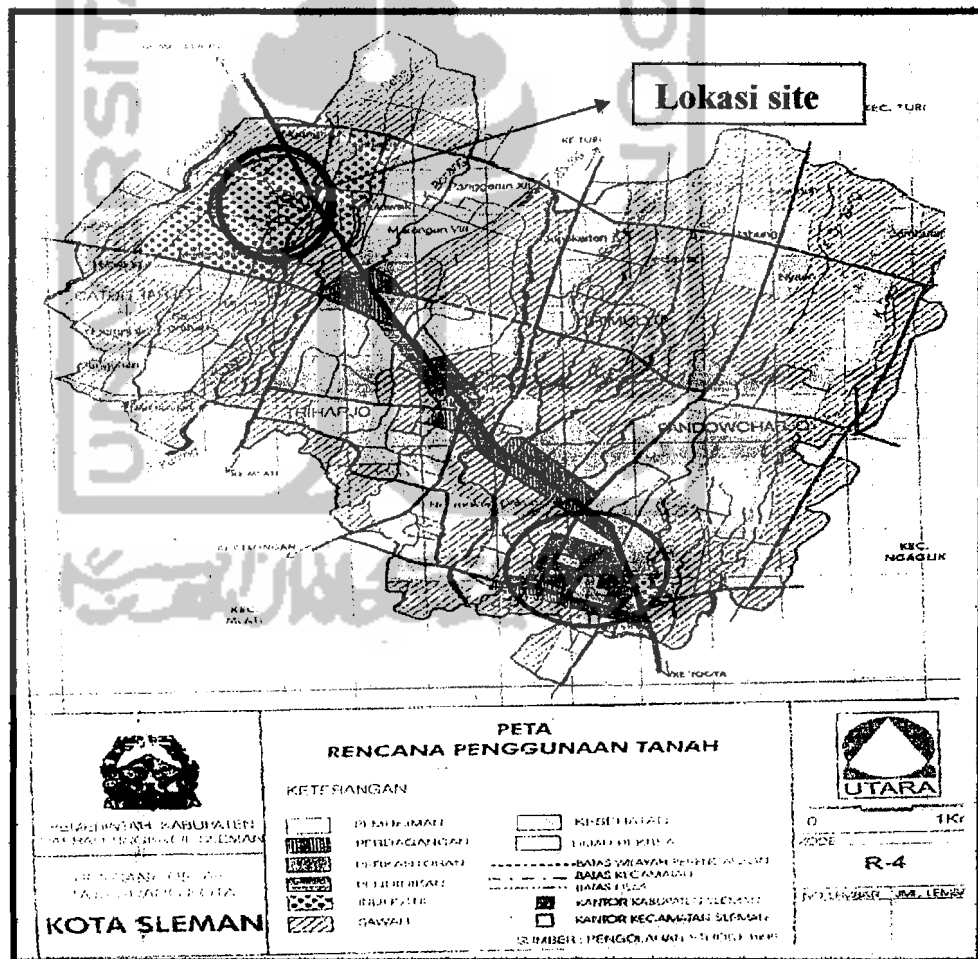
Aspek Arsitektural :

- Merancang ruang dalam bangunan yang memiliki karakter naturalis pada masing-masing fungsi ruang, guna mendukung fungsi-fungsi kegiatan yang ada didalamnya, khususnya dalam penggunaan material batu alam dan keramik.
- Merancang eksterior bangunan dengan prinsip desain minimalis, guna menjadi karakter atau citra dari bangunan pusat perdagangan material batu alam dan keramik tersebut



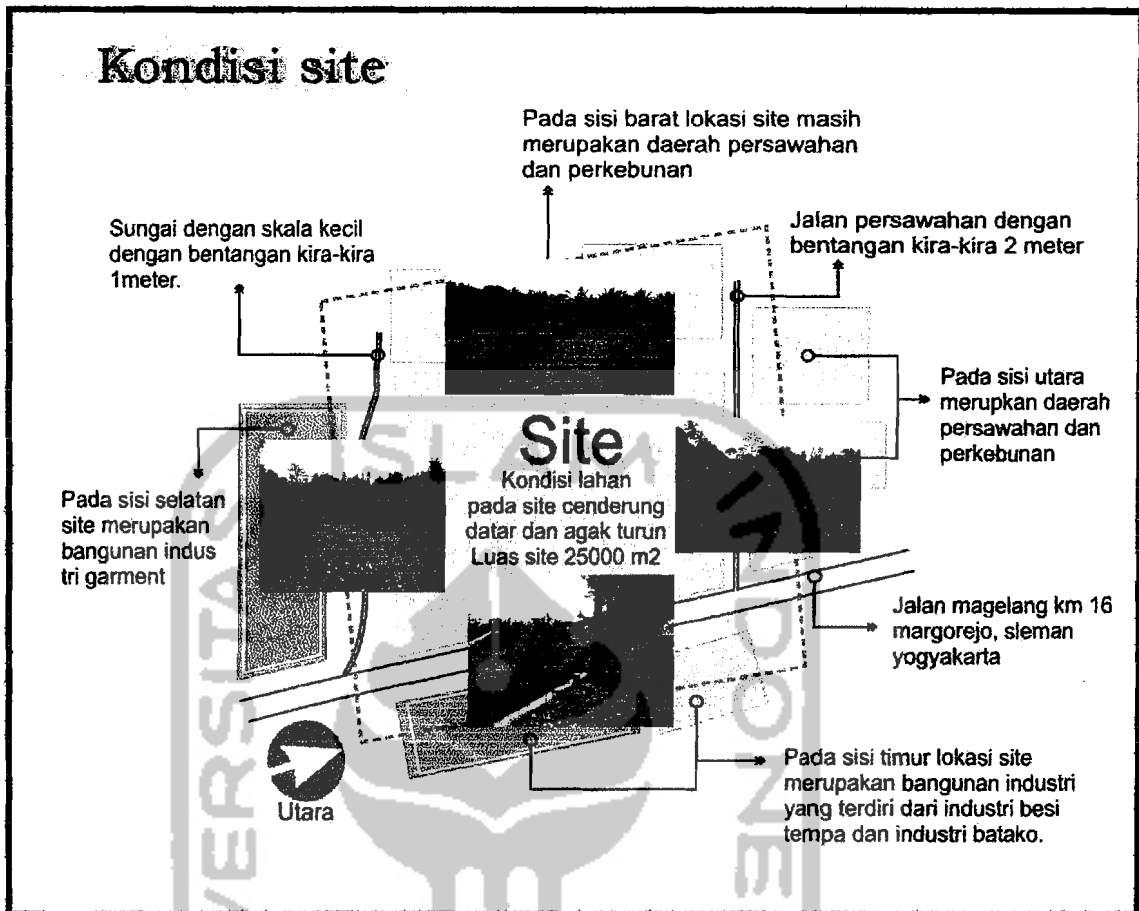
Spesifikasi Pemilihan site :

- Kesesuaian dengan rencana induk kota dan rencana umum tata ruang kota, mengenai peruntukan lahan dan juga peraturan-peraturan yang mendasarinya.
- Lokasi yang dipilih merupakan lokasi guna kawasan pengembangan industri dan juga jalur perdagangan.
- Pemilihan lokasi mempertimbangkan berbagai sarana utilitas yaitu jaringan telepon, air, listrik, drainase kota, transportasi dan juga jalan raya.
- Akses menuju lokasi site yang jelas dan mudah, kondisi jalan yang baik dan dekat dengan jalur kendaraan umum.
- Daerah yang strategis guna perdagangan, produksi, berkreatifitas serta pameran produk material batu alam dan keramik.
- Luasan lahan yang memadai karena banyaknya fungsi kegiatan yang akan dilingkupinya.



Peta tata guna lahan
 Sumber : Bappeda Sleman, Yogyakarta.

Lokasi site



gambar site yang dipilih
sumber : pengamatan.

Kriteria lokasi site :

- Lokasi site strategis, karena terletak di akses jalur antar kota dan antar propinsi.
- Lokasi site yang dipilih sesuai dengan kawasan yang diperuntukkan guna pengembangan industri dan juga merupakan jalur perdagangan.
- Pencapaian kelokasi site yang mudah karena dapat dicapai dengan angkutan umum.
- Luasan site yang cukup luas, sehingga mampu mawadahi seluruh kegiatan yang ada.
- Didukung oleh jaringan utilitas, dan infrastruktur kota yang memadai.
- Lingkungan sekitar site yang juga banyak dipakai guna bangunan industri.

Kerangka Pola Pikir

