

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Perkembangan Pariwisata di Jepara

Pengembangan kepariwisataan di Jepara telah memberikan sumbangan yang tidak sedikit dalam pembangunan nasional yang sudah berjalan. Sumbangan dalam sektor pariwisata terhadap pembangunan tidak hanya berupa sumbangan devisa yang tidak kecil jumlahnya, tetapi juga kenaikan tingkat hidup penduduk daerah sekitar objek wisata.

Sebagai daerah tujuan wisata, kota Jepara sangat menarik bagi kalangan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan manca negara, keadaan ini didukung oleh banyaknya tempat-tempat yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang masuk ke kota Jepara, yaitu dengan mengembangkan produk kerajinan ukir Jepara. Dengan banyaknya wisatawan yang datang ke kota Jepara dan khususnya wisatawan manca negara, dapat meningkatkan nilai export bagi Indonesia ke luar negeri.

1.1.2 Potensi dan Perkembangan Industri Kerajinan Ukir di Jepara

Jepara sebagai kota industri mempunyai potensi yang cukup menonjol, hal tersebut menyangkut keberadaan pengusaha ukir yang tersebar merata di wilayah Jepara. Kota Jepara memiliki industri ukir cukup banyak baik yang industri kecil maupun yang sudah besar. Barang-barang ukir tersebut perlu lebih diperkenalkan kepada para wisatawan baik wisatawan nusantara maupun manca negara.

Tabel 1.1
 Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang
 Tahun 1992-2000

Industri Perusahaan	Tahun								
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Makanan	10	9	11	13	17	15	15	13	11
Tekstil	61	60	63	68	65	50	32	28	28
Kayu	88	120	166	238	329	339	366	357	346
Kertas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kimia	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galian non logam	7	6	8	9	8	8	9	8	7
Logam dasar	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Barang dari lgn	-	-	-	-	1	1	1	-	-
Pengolahan lain	1	1	1	2	1	1	1	1	1
JUMLAH	170	199	252	333	424	417	427	410	396

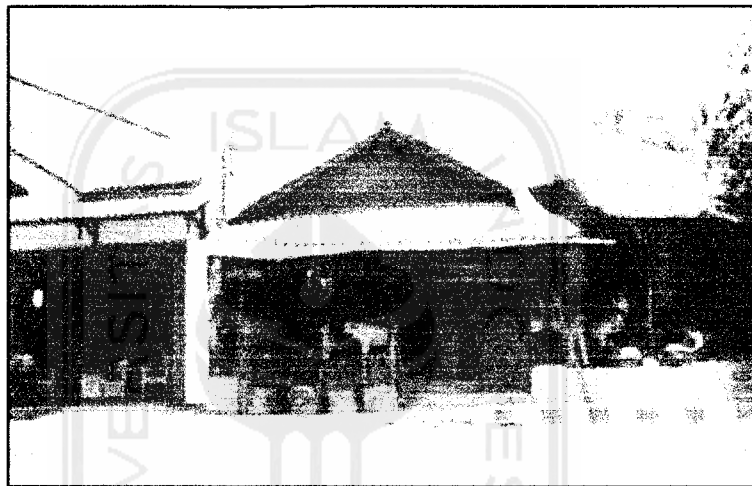
(Sumber : Dinas Statistik Kab. Jepara)

Ukir merupakan salah satu industri milik bangsa Indonesia yang sudah berkembang sampai ke manca negara. Salah satu kota penghasil ukir adalah kota Jepara yang sudah dikenal sejak dahulu kala dengan banyaknya *home industri* yang tersebar hampir di berbagai wilayah Jepara, hingga kota Jepara mendapat sebutan sebagai Kota Ukir. Namun demikian, para *home industry* tersebut belum memiliki wadah untuk lebih meningkatkan promosi dan cara pemasaran produk hingga terjadi kelesuan pemasaran yang merugikan para *home industry*. Meskipun sudah ada industri yang besar dan menengah namun jumlahnya masih sedikit dibandingkan dengan jumlah industri kecilnya. Sebagian besar ukir jepara diproduksi melalui industri kecil (*home industri*) atau industri yang dihasilkan oleh rumah tangga (lihat tabel 1.2).

Tabel 1.2
Perkembangan Industri di Kabupaten Jepara
Tahun 1997-2001

Kelompok Industri	Jumlah Unit Usaha				
	1997	1998	1999	2000	2001
a. Besar	7	7	24	37	45
b. Menengah	24	31	115	150	180
c. Kecil	7.863	8.017	7.676	8.125	8264
Jumlah	10.196	10.389	10.205	10.676	10.884

(Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Jepara)



Gambar 1.1
Keadaan *Home Industry* di Jepara
(Sumber : Dokumen)

Perlu adanya peningkatan pemasaran produk ukir yang lebih efektif untuk meningkatkan promosi serta pengembangan desain sesuai dengan fungsi dan jenis produk ukir dengan maksud untuk meningkatkan pemasaran, baik lokal maupun ekspor. Sedangkan konsumen yang dituju adalah wisatawan nusantara dan manca negara. Upaya peningkatan promosi tersebut dapat diwujudkan pada sebuah gallery sebagai wadah promosi dan pemasaran ukir Jepara dengan upaya untuk menciptakan tata ruang dalam yang berkarakter dinamis, yang memamerkan dan memperjual belikan produk ukir serta sebuah ruang koleksi ukir yang menyimpan, merawat dan

menjaga koleksi ukir kuno, diharapkan para wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi objek tersebut.

Faktor yang perlu dipertimbangkan berkaitan dengan pengadaan gallery sebagai wadah promosi dan pemasaran ini adalah faktor daya tarik terhadap konsumen. Motivasi masyarakat (khususnya konsumen) yang datang ke tempat produksi atau pemasaran biasanya bukan hanya tertarik untuk membeli barang kerajinan yang ditawarkan. Melainkan juga tertarik untuk melihat bagaimana proses pembuatan barang kerajinan tersebut dilaksanakan. Maka untuk dapat menarik perhatian konsumen, gallery ini juga untuk mengarah pada bentuk kegiatan *work-shop*. Dimana selain menjual barang kerajinan, pengunjung (konsumen) yang datang juga bisa memperoleh banyak pengalaman dan informasi berkaitan dengan produk kerajinan yang ada.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan wadah promosi dan pemasaran ukir Jepara.

1.2.2 Permasalahan Khusus

Bagaimana konsep untuk menciptakan tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Mewujudkan Konsep Perencanaan dan Perancangan bangunan sebagai suatu wadah promosi dan pemasaran produk ukir dan tempat untuk penyelenggaraan pameran ukir dengan fasilitas ruangan peragaan. Serta untuk menciptakan tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.

1.3.2 Sasaran

1. Menciptakan konsep suatu fasilitas yang dapat memudahhi kegiatan informasi, promosi dan pemasaran tentang produk ukir Jepara yang diwujudkan dalam bentuk fasilitas gallery.
2. Menghadirkan konsep fasilitas gallery ukir Jepara dengan fasilitas ruang peragaan sebagai daya tarik terhadap konsumen.
3. Menciptakan konsep tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.

1.4 Keaslian Penulisan

Untuk menghindari duplikasi dalam penulisan terutama pada penekanan penulisan, maka dengan ini disertakan beberapa Penulisan Tugas Akhir yang digunakan sebagai studi literatur dalam penulisan :

1. Irma Novel S.

“Pusat Pendidikan, Pelatihan dan Pemasaran Industri Kerajinan Ukir di Jepara Jawa Tengah”, Tugas Akhir Teknik Arsitektur Ull Jogjakarta.

Penekanan : Merencanakan bangunan dengan fasilitas terpadu yang di dalamnya berisi kegiatan pendidikan, pelatihan dan pemasaran industri kerajinan dengan mempertimbangkan faktor kenyamanan dan keefektifan penggunaan ruang yang mendukung produktifitas dan kelancaran kerja.

2. Hana Nur Aji

“Gallery Seni Gerabah di Desa Kasongan Yogyakarta”, Tugas Akhir Teknik Arsitektur Ull Jogjakarta.

Penekanan : Menciptakan pola sirkulasi ruang gallery seni gerabah yang mampu mendukung kegiatan pameran, promosi dan pemasaran, serta penataan sirkulasi sebagai pendukung ruang pameran, ruang promosi dan ruang pemasaran.

3. Laeli Innayati

“Gallery Seni Ukir Sebagai Wadah Promosi dan Pemasaran di Jepara”, Tugas Akhir Teknik Arsitektur Ull Jogjakarta.

Penekanan : Merancang wadah pembinaan, promosi dan pemasaran produk ukir Jepara dengan fasilitas ruang peragaan sebagai daya tarik terhadap konsumen dan untuk menciptakan tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.

1.5 Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan yang berkaitan dengan pemecahan permasalahan yang merupakan permasalahan perancangan dari fasilitas untuk mewujudkan suatu wadah pembinaan, promosi dan pemasaran produk ukir Jepara dengan fasilitas ruang peragaan sebagai daya tarik terhadap konsumen, dan kemudahan pengunjung untuk mengenal dan mendapatkan produk ukir Jepara. Selain itu untuk menciptakan tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Pembahasan

1.6.1 Metode pengumpulan data

Pengumpul data yang berhubungan dengan latar belakang dan permasalahan tersebut dilakukan dengan metode :

1. Wawancara, yaitu mewawancarai langsung dengan pihak-pihak yang mengerti tentang seni ukir.
2. Observasi, yaitu dilakukan pada beberapa gallery, serta literatur yang ada seperti pedoman ruang pameran pada sebuah gallery atau museum.
3. Study literatur, yaitu study yang ada kaitannya dengan data-data pendukung baik yang bersifat kearsitekturalan maupun aspek-aspek pendukung di luar hal tersebut.

1.6.2 Metode Pembahasan

Metode pembahasan dengan cara analisa dan sintesa.

1.6.2.1 Analisa

Merupakan tahap penguraian dan pengkajian data yang sudah di dapat, kemudian dilakukan pendekatan konsep dengan teori-teori yang ada.

1.6.2.2 Sintesa

Hasil analisa yang didapat akan diolah dan dipilih kembali untuk dijadikan konsep perencanaan dan perancangan yang digunakan sebagai pedoman dalam proses desain.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan pemahaman tugas akhir ini dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Menciptakan wadah promosi dan pemasaran produk ukir Jepara yang dapat memberikan kemudahan dalam membina promosi dan pemasaran produk ukir bagi para pengusaha ukir dan kemudahan pengunjung untuk mengenal dan mendapatkan ukiran Jepara.
2. Menghadirkan fasilitas gallery ukir Jepara yang dilengkapi dengan ruang peragaan sebagai daya tarik terhadap konsumen.
3. Merancang dan menciptakan konsep tata ruang dalam yang berkarakter dinamis.
4. Membahas tentang potensi dan kondisi wilayah kota Jepara, membahas kota Jepara sebagai tempat produksi ukir, serta sejarah seni ukir itu sendiri sampai dengan perkembangan seni ukir di Indonesia pada khususnya.
5. Membahas tentang pengertian gallery ukir dan pembahaasan tentang gallery ukir beserta faktor-faktor pendukungnya, dan membahas tentang kebutuhan ruang yang harus di sediakan sebuah gallery seni ukir.

6. Membahas tentang permasalahan dalam perencanaan dan perancangan gallery ukir yang membahas tentang program kegiatan yang akan diwadahi, meliputi pembahasan tentang bentuk, pola dan sifat kegiatan yang menciptakan pola sirkulasi yang mampu mendukung kegiatan pameran, promosi dan pemasaran.
7. Membahas kesimpulan yang didapat dari analisa perencanaan dan perancangan gallery ukir, menguraikan pendekatan menuju ke konsep perencanaan dan perancangan serta membahas konsep dasar dan konsep-konsep perencanaan dan perancangan yang digunakan sebagai dasar dalam perancangan di studio.



KERANGKA ALAPIKIR

