



BAGIAN SATU

A.PENDAHULUAN

Promotion, Trade, And Recreation Facility

I. LATAR BELAKANG

Kabupaten Ciamis terletak pada koordinat $108^{\circ} 20' - 108^{\circ} 40'$ BT dan $7^{\circ} 40' 20'' - 7^{\circ} 4' 20''$ LS atau berjarak 137 km. dari pusat kota Propinsi Jawa Barat ke arah selatan, merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang menjadi daerah tujuan wisata baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan letak geografis yang berada pada jalur lalu lintas regional dan merupakan kota yang terletak pada jalur over land tour dari Jakarta dan Bandung menuju ke arah timur (Jawa Tengah, Yogyakarta, Bali) atau sebaliknya, mendorong pertumbuhan Kabupaten Ciamis semakin berkembang.¹

PETA KABUPATEN CIAMIS



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2003

¹ Sekilas Pandang Kepariwisata Di Kabupaten Ciamis, Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, 2003.

A. POTENSI KEPARIWISATAAN DI KABUPATEN CIAMIS

Bila dilihat dari minat wisatawan manca negara yang berkunjung ke Indonesia pada umumnya dapat dikelompokkan sebagai berikut :²

1. 53 % tertarik pada rakyatnya, adat – istiadat, serta cara hidup masyarakatnya.
2. 21 % tertarik pada berbagai macam bangunan, kesenian, dan candi kuno.
3. 24 % tertarik pada kebudayaan masyarakatnya.
4. 16 % tertarik pada sejarah dan peradaban di jaman purbakala.
5. 15 % tertarik pada pemandangan, keindahan panorama alam.
6. 14 % tertarik pada keadaan yang kontras antara barat dan timur.
7. 14 % tertarik pada keadaan dan suasana kota.
8. 12 % tertarik pada agama, kepercayaan dan mistik masyarakatnya.
9. 13 % tertarik pada berbagai macam keadaan

Kabupaten Ciamis sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Barat mempunyai potensi alam yang cukup mendukung, dengan keindahan alamnya yang eksotis, adat istiadat dan budaya yang masih dianut oleh masyarakat pada umumnya, serta fasilitas – fasilitas yang telah tersedia baik transportasi maupun fasilitas akomodasi merupakan sumber potensi yang sangat menunjang sektor pariwisata. Dengan keberadaan obyek dan daya tarik wisata yang berada di Kabupaten Ciamis seperti wisata alam, wisata Budaya, dan wisata khusus, merupakan peluang untuk lebih dikembangkan dan dilengkapi guna meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata.

Diantara beberapa obyek wisata di Kabupaten Ciamis, obyek wisata alam merupakan primadona dan menjadi daerah tujuan wisata utama di Ciamis. Ribuan Wisatawan domestik dan mancanegara mengunjungi Kabupaten Ciamis setiap tahunnya. Terutama pada hari-hari menjelang

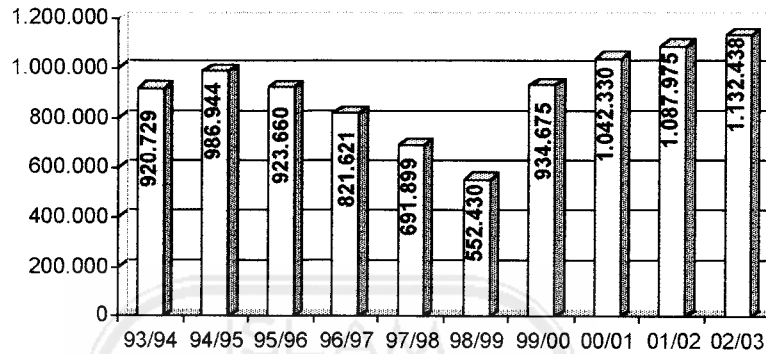
² Badan Pusat Statistik Indonesia, www.bps.go.id, Statistik Tahun 2000

PASAR WISATA

Promotion, Trade, And Recreation Facility

Tahun Baru atau hari raya. Menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis Wisatawan Yang Datang ± 909.470 orang per tahunnya, dengan rata-rata kenaikan $\pm 6,337 \%$.

TABEL JUMLAH WISATAWAN



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2003³

PETA OBYEK WISATA KABUPATEN CIAMIS



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2003

³ Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, 2003

B. POTENSI BARANG KERAJINAN SEBAGAI PENDUKUNG KEPARIWISATAAN

Propinsi Jawa Barat pada umumnya, dikenal sebagai penghasil barang – barang kerajinan yang sudah menembus pasar mancanegara. Hal ini merupakan suatu potensi yang harus dikembangkan dengan pembangunan sarana dan prasarana yang mendukung, sehingga produk kerajinan tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas.

Adapun jenis dari produk kerajinan yang berada di Jawa Barat secara umum dibagi dalam lima kategori : ⁴



1. Produk kerajinan dari pandan (Tas, dompet, boks, dll.)

Lokasi sentra produksi kerajinan pandan terletak di sebelas desa yang berada di lima wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Rajapolah, Cibalong, Cicalong, Cipatujah dan Pagerageung. Sentra produksi terbesar usaha kerajinan pandan adalah Kecamatan Rajapolah.

Untuk usaha kerajinan dari pandan, pada tahun 2002 tercatat terdapat 644 unit usaha (home industry) dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5.861 orang. (data terlampir)



2. Produk kerajinan dari bambu (Alat musik (contoh angklung), miniatur (contoh perahu) kursi, rak buku, kop lampu, dll.)

Lokasi sentra produksi terletak di : Desa Nangerang, Desa Coreg, Desa Cikadu, Desa Cisaruni, Desa Padakembang, Desa Cigadog, Desa Mandalagiri, Desa Ciawang, Desa Jayamukti, Desa Pusparahayu, Desa Salawu, Desa Neglasari, Desa Cikunir, dan Desa Tanjungsari. Jumlah unit usaha sebanyak 1.562 dengan 13.899 tenaga kerja. (data terlampir)

⁴ Dinas Perindustrian dan Perdagangan, www.Unsil.go.id

PASAR WISATA

Promotion, Trade, And Recreation Facility



3. Produk kerajinan dari mendong (Tas, tikar, boks, plesmet, dll.)

Lokasi sentra produksi terletak di : Desa Cijulang, Desa Gunung tanjung, Desa Kamulyan, Desa Margahayu, Desa Jatijaya, Desa Tanjungsari, Desa Cinunjang, Desa Pulo Muncang, Desa Giriwangi, Desa Cibatuireng, Desa Kaputihan, dan Desa Karyawangi. Memiliki 1.310 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 11.790 orang. (data terlampir)



4. Produk kerajinan bordir (Mukena, kerudung, hiasan, dll.)

Lokasi sentra produksi terletak di : Desa Singkur, Desa Cayur, Desa Cilumba, Desa Cikuya, Desa Neglasari, Desa Sarimanggu, Desa Simasari, Desa Kalimanggis, Desa Mandalamekar, Desa Ciwarak, Desa Leuwibudah Sukaraja, Desa Mekarjaya Mekarjaya, Desa Leuwibudah Sodonghilir, dan Desa Mekarjay Sodonghilir. Memiliki 906 unit usaha dengan 10.961 orang tenaga kerja. (data terlampir)



5. Produk kerajinan dari kayu (Mebel, wayang golek, dll.)

Lokasi sentra produksi terletak di : Desa Neglasari, dan Desa Singasari. Memiliki 815 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 15.237 orang. (data terlampir)

Industri kerajinan merupakan kegiatan padat karya, indutri ini mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja untuk setiap satu satuan investasi.

C. POTENSI SENI DAN BUDAYA SEBAGAI PENDUKUNG SEKTOR KEPARIWISATAAN

Daerah Jawa Barat memiliki cukup banyak pembendaharaan kesenian dan budaya yang cukup beragam, seperti :

PASAR WISATA

Promotion, Trade, And Recreation Facility

1. Pertunjukan wayang golek, Reog, Pencak silat, Longser, dan pantun.
2. Musik tradisional seperti kecapi suling, gamelan, degung, angklung dan sebagainya.
3. Tari – tarian seperti tari topeng, Rampak Sekar, tari burung merak, tari kupu – kupu, Ketuk tilu, tari jaipong dan sebagainya.
4. Upacara adat seperti upacara adat dalam perkawinan, panen raya, selamatan, dan sebagainya.

Dari kesenian daerah yang tertulis diatas, masih banyak kesenian yang lain yang belum mendapatkan kesempatan untuk bisa pentas pada acara atau pementasan di pusat-pusat wisata untuk bisa diperkenalkan pada masyarakat luar.

D. PEMBANGUNAN PASAR WISATA SEBAGAI SARANA PENDUKUNG SEKTOR KEPARIWISATAAN

Dalam rangka lebih meningkatkan daya tarik wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Ciamis, serta sarana bagi para pengrajin untuk mempromosikan dan menjual hasil produk kerajinannya, maka diperlukan suatu tempat yang bisa menampung kebutuhan tersebut sebagai fasilitas pendukung sektor kepariwisataan.

Menurut Drs. Wing Haryono M.Ed, dalam bukunya *Rekreasi dan Entertainment*, bahwa ada beberapa faktor yang harus dipenuhi demi kelangsungan suatu obyek wisata, yaitu :

1. Faktor sesuatu yang dilihat (to see) hal ini dapat berupa obyek dan atraksi wisata yang memiliki tingkat keunikan tertentu dan khusus serta obyek atau atraksi yang bersifat entertainment.
2. Faktor adanya sesuatu yang dapat dilakukan (to do) hal ini dapat berupa fasilitas rekreasi yang melibatkan para wisatawan.
3. Faktor adanya sesuatu yang dapat dibeli atau diperoleh (to buy to shop / to get) hal ini dapat berupa cendera mata, keperluan umum, penukaran uang, pos dan telepon.

PASAR WISATA

Promotion, Trade, And Recreation Facility

4. Faktor adanya sesuatu wadah untuk menginap dan atau beristirahat (to stay/ to refresh) hal ini dapat berupa fasilitas akomodasi dan peristirahatan.
5. Faktor adanya sesuatu untuk dimakan, diminum, dan penyegaran kembali (to eat) hal ini dapat berupa restaurant dan bar.

Dengan berpijak pada pembangunan sarana baru yang mampu menunjang sektor pariwisata, dan perdagangan serta berdasarkan teori dari Drs. Wing Haryono M.Ed diatas, maka dipilihlah Pasar Wisata sebagai sarana promosi produk kerajinan dan sarana rekreasi alternatif bagi para wisatawan.

Pembangunan Pasar Wisata ini sangat potensial untuk dikembangkan, karena para wisatawan yang berkunjung ke Pasar Wisata ini tidak hanya mendapatkan barang kerajinan yang diinginkan tapi sekaligus dapat berekreasi dengan melihat para pengrajin membuat produk kerajinannya atau para pengunjung dapat ikut serta belajar membuat barang kerajinan sekaligus dapat melihat pagelaran seni dan budaya daerah Jawa Barat.

1. **To see**, para pengunjung dapat melihat produk kerajinan dan demonstrasi dari pengrajin dalam membuat produk kerajinannya serta melihat pagelaran seni dan budaya daerah Jawa Barat,
2. **To do**, para pengunjung dapat mencoba membuat barang kerajinan dengan bantuan pengrajin.
3. **To buy**, para pengunjung dapat membeli produk-produk kerajinan yang diinginkan.
4. **To refresh**, para pengunjung dapat beristirahat untuk menyegarkan kembali.
5. **To eat**, para pengunjung bisa menikmati makanan untuk menghilangkan rasa lapar.

BAGAN LATAR BELAKANG GAGASAN



II. RUMUSAN MASALAH

A. KERANGKA MASALAH

Pasar Wisata merupakan penggabungan secara terpadu dari fungsi pasar sebagai tempat untuk berjual beli, dengan fungsi untuk berwisata atau berekreasi. Kedua fungsi yang diwadahi ini memiliki karekteristik yang berbeda, dimana karekteristik tersebut merupakan faktor yang sangat penting agar pasar atau tempat rekreasi dapat berjalan sesuai dengan fungsinya.



Pasar sebagai tempat untuk berjual beli merupakan tempat komersial yang pembentukanya haruslah menguntungkan. Dengan kemudahan sirkulasi dan tata letak yang strategis dari kios-kios merupakan faktor yang sangat penting dari sebuah pasar. Sedangkan tempat untuk berekreasi faktor yang menjadi dasarnya adalah suasana yang nyaman atau kenyamanan.

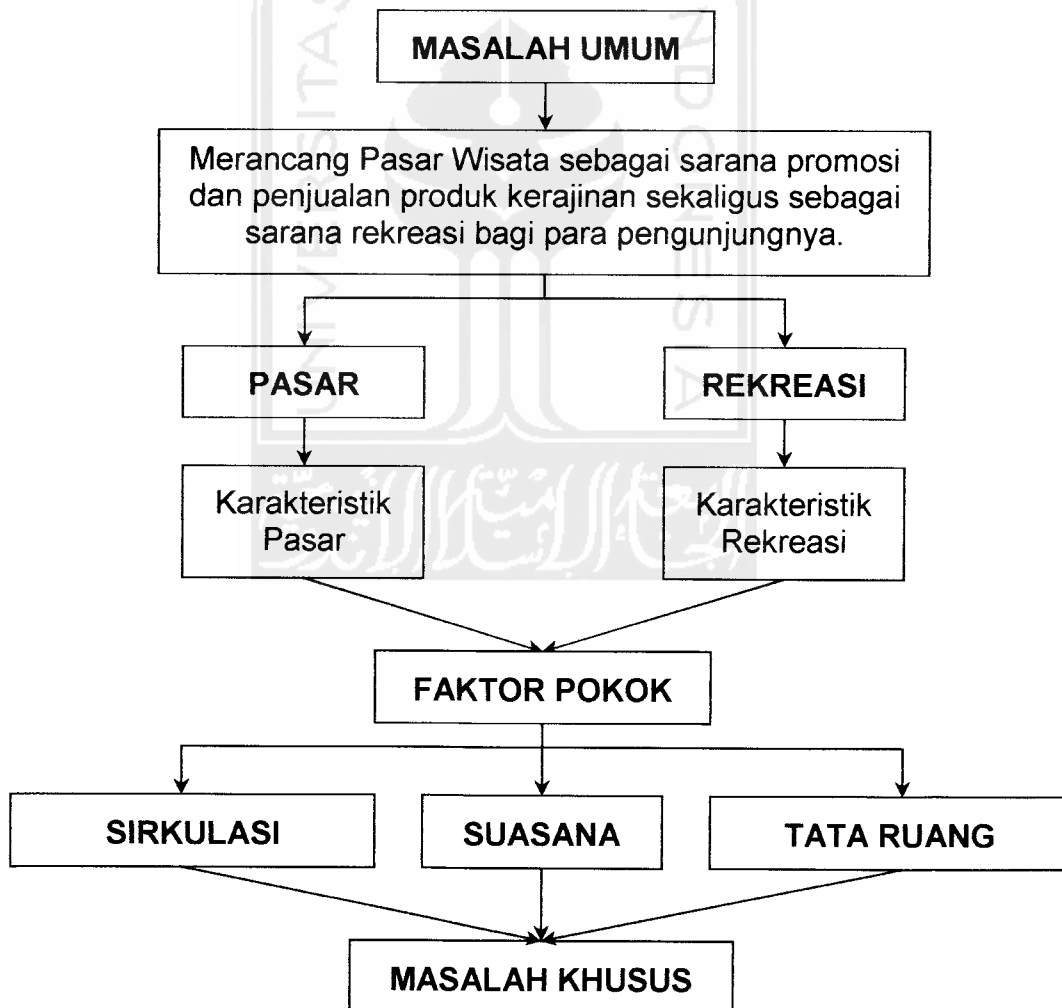
Kedua aktivitas yang diwadahi Pasar Wisata ini harus saling melengkapi dan menguntungkan, dengan arti bahwa fungsi pasar di sini harus diuntungkan dengan adanya aktivitas rekreasi. Begitu pula fungsi rekreasi tidak akan dirugikan dengan adanya aktivitas jual beli (pasar).

PASAR WISATA

Promotion, Trade, And Recreation Facility

Berdasarkan hal diatas, ada beberapa faktor pokok yang harus diperhatikan agar Pasar Wisata ini dapat berjalan dengan dua aktifitas yang diwadahnya. Faktor yang pertama adalah *sirkulasi* yang mudah untuk mengakses setiap fungsi, kedua adalah *tata ruang* yang nyaman bagi pengguna bangunan sekaligus menguntungkan sebagai tempat jual beli, yang ketiga adalah *suasana* yang nyaman ketika melakukan aktifitas belanja maupun berekreasi.

Ketiga faktor tersebut merupakan hal yang penting agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan (symbiosis mutualisme) dari kedua fungsi yang akan diwadahi.



B. MASALAH UMUM

Merancang Pasar Wisata sebagai sarana promosi dan penjualan produk kerajinan sekaligus sebagai sarana rekreasi bagi para pengunjungnya.

C. MASALAH KHUSUS

1. Sirkulasi yang menjadikan akses antar fungsi lebih mudah tetapi privacy di tiap fungsi bisa tetap terjaga.
2. Pengunjung dapat merasakan suasana rekreatif ketika beraktifitas.
3. Tata ruang dari counter kerajinan yang dapat mewadahi produk kerajinan.

III. TUJUAN DAN SASARAN

A. TUJUAN

Memenuhi kebutuhan dasar para wisatawan dalam berekreasi (to see, to do, to buy, to refresh, to eat) serta dengan adanya Pasar Wisata ini dapat memenuhi kebutuhan para pengrajin untuk menjual dan mempromosikan produk kerajinannya.

B. SASARAN

1. Mendapatkan tata ruang dan sirkulasi yang mampu memberikan suasana nyaman dan saling melengkapi antara fungsi yang satu dengan fungsi yang lainnya.
2. Menghasilkan tata ruang dan sirkulasi yang menguntungkan bagi para pengrajin untuk mempromosikan dan memasarkan produk kerajinannya.
3. Menghasilkan tata ruang dan sirkulasi yang mampu memberikan suasana rekreatif.
4. Tata landscape yang mampu menghadirkan suasana yang nyaman dan rekreatif.
5. Bangunan mampu memberikan daya tarik secara visual kepada para pengunjung.

IV. LINGKUP PEMBAHASAN

Pembahasan dibatasi pada masalah arsitektural yang meliputi aspek tata ruang dalam maupun luar, sirkulasi, dimensi ruang, kebutuhan ruang, program ruang, aspek kenyamanan dalam berekreasi, berbelanja, bekerja serta visualisasi dari bangunan.

V. SPESIFIKASI UMUM PROYEK

A. PROFIL PENGGUNA BANGUNAN

Secara garis besar ada tiga pihak yang akan menggunakan Pasar Wisata ini, yaitu :

1. Pengunjung

- Tempat mendapatkan informasi seputar produk kerajinan.
- Tempat untuk membeli produk kerajinan.
- Sebagai sarana rekreasi (melihat para pengrajin membuat karyanya, mencoba membuat produk kerajinan dengan bimbingan dari pengrajin, dan melihat pagelaran seni dan budaya daerah)

2. Pengrajin

- Tempat untuk memamerkan (promosi) serta menjual hasil karyanya kepada masyarakat.
- Tempat untuk mendemostrasikan keahliannya kepada pengunjung.
- Tempat untuk berkomunikasi dengan para pengrajin lain.

3. Pemain Kesenian Tradisional

- Mempertunjukan/memainkan kesenian tradisional

4. Pengelola

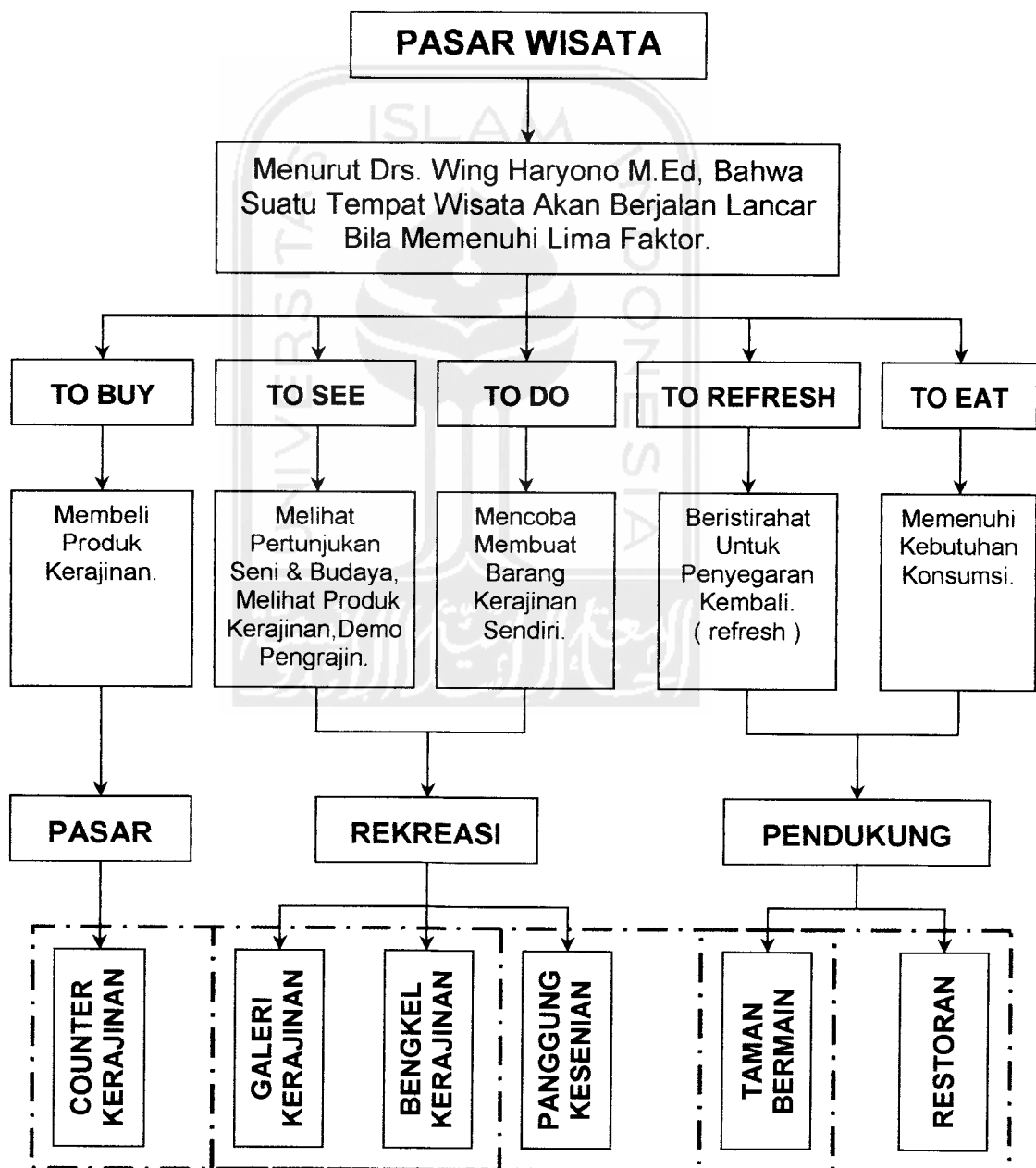
- Mengelola pasar wisata
- Sarana untuk mempromosikan sumber daya kerajinan untuk mendapatkan suatu penghasilan.

B. FUNGSI BANGUNAN

Secara umum bangunan ini berfungsi sebagai tempat penjualan dan promosi produk kerajinan serta sebagai tempat rekreasi alternatif bagi para wisatawan.

Berdasarkan hal tersebut maka Pasar Wisata ini termasuk ke dalam kelompok bangunan komersial.

C. AKTIVITAS YANG DI WADAH



D. LOKASI DAN SITE PROYEK

Dasar pemilihan lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam perancangan suatu bangunan. Dalam perancangan Pasar Wisata ini, terdapat dua kategori utama yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi, yaitu :

1. Kondisi Tapak Terpilih

Menyangkut semua hal mengenai potensi – potensi dari site terpilih yang bisa menunjang dari fungsi bangunan Pasar Wisata. Antara lain lingkungan, vegetasi, panorama, sosial budaya dan sebagainya.

2. Potensi Pasar

Menyangkut semua hal yang menguntungkan untuk pembangunan Pasar Wisata, seperti frekuensi lalu lintas, posisi yang strategis, sarana dan prasarana yang mendukung dan sebagainya.

Tapak terpilih adalah di sekitar kawasan wisata **Cagar Budaya Karangkamulyan Ciamis** yang memiliki potensi tapak yang cukup baik, diantaranya :

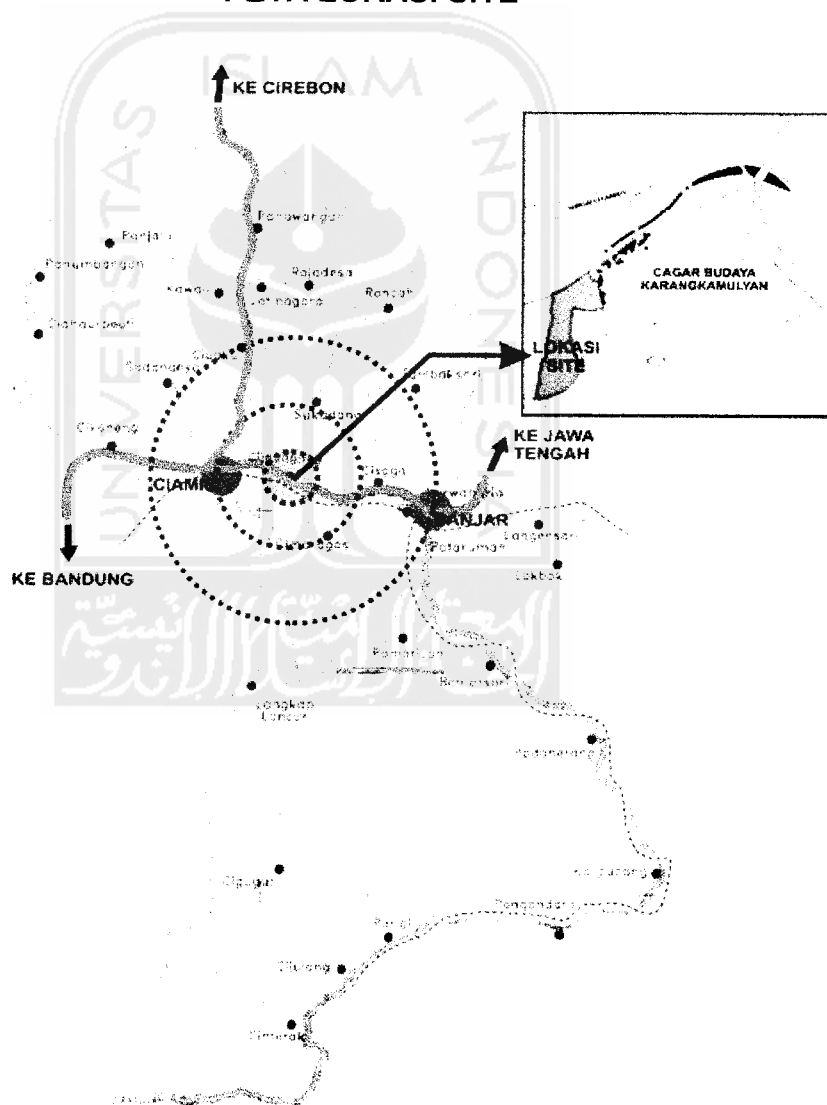
1. **Aksesibilitas tinggi**, karena terletak pada jalur lingkaran selatan (jalur over land tour, jalur dari Bandung menuju Jawa Tengah – Jogjakarta – Bali) atau sebaliknya, dimana pencapaiannya langsung dari jalan utama.
2. **Lokasi strategis**, karena berada pada jalur lalu lintas regional.
3. Dilihat dari ketersediaan **infrastruktur** daerah Karangkamulyan sudah memiliki jaringan yang cukup memadai.
4. **Memiliki sarana angkutan masal** yang cukup memadai (Stasiun Kereta Api, dan Terminal Bus – Angkot)
5. Site terpilih oleh pemerintah **dialokasikan** untuk pengembangan tempat rekreasi.⁵

⁵ Bappeda Kab Ciamis, Rencana Umum Tata Ruang Kota Cijeungjing

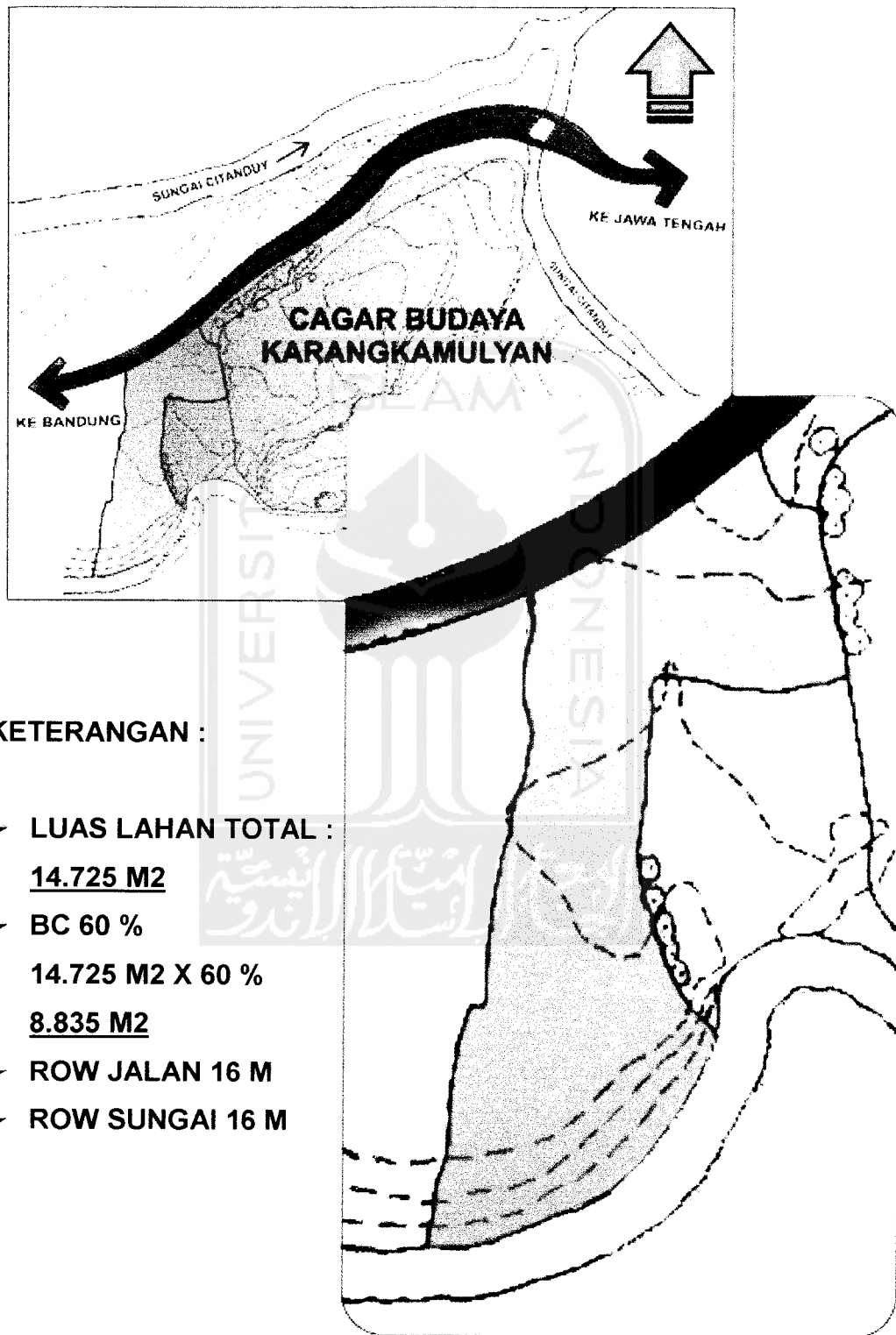
6. Memiliki **nilai budaya** yang cukup tinggi karena terletak di sekitar kawasan wisata budaya Karangamulyan.

Dilihat dari potensi tapak maka kemungkinan pangsa pasar yang dapat dicapai cukup besar, karena tidak hanya mereka yang melakukan perjalanan lewat jalur overland tour tapi wisatawan yang akan melanjutkan menuju tempat wisata di daerah Ciamis seperti Pangandaran akan tertarik untuk mampir di Pasar Wisata ini.

PETA LOKASI SITE



PETA SITE TERPILIH



KETERANGAN :

- **LUAS LAHAN TOTAL :**
14.725 M2
- **BC 60 %**
14.725 M2 X 60 %
8.835 M2
- **ROW JALAN 16 M**
- **ROW SUNGAI 16 M**

VI. DIAGRAM POLA PIKIR

