

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

### 1.1.1. Perkembangan Sektor Pariwisata di Yogyakarta

Jumlah kunjungan wisatawan ke DI Yogyakarta selama 3 tahun terakhir ini (dari tahun 1997 – 1999) mengalami pasang surut (tabel A.1.1. Lamp. i). Pasang surut jumlah kunjungan wisatawan tersebut salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya fasilitas penunjang kepariwisataan, seperti pengadaan cinderamata dengan penonjolan produk khas Yogyakarta<sup>1</sup>. Keberadaan cinderamata sebagai salah satu komponen pariwisata sangat berperan dalam menambah daya tarik obyek wisata yang ada, karena ada beberapa faktor yang harus dipenuhi bagi daerah yang menjadi tujuan wisata, yaitu<sup>2</sup>:

- a. Ada yang dilihat (to see).
- b. Ada yang dilakukan (to do).
- c. Ada yang dibeli (to buy).
- d. Ada yang bisa ditempati (to stay).
- e. Ada yang dimakan dan diminum (to eat, to drink).

Disamping itu, Yogyakarta mempunyai potensi dengan banyaknya sentra-sentra kerajinan yang berkualitas unggulan seperti perak di Kota Gede, Gerabah di Kasongan, bambu di Mlati, batik di Tamansari, ukir kayu / topeng di Gunung Kidul<sup>3</sup>. Dengan potensi kualitas produk kerajinan tersebut, selayaknya industri kerajinan mampu mendukung pariwisata, tetapi kurangnya pemasaran yang baik dari produk-produk kerajinan maka produk-produk kerajinan kurang mendukung pariwisata<sup>4</sup> dalam memenuhi kebutuhan wisatawan memperoleh cinderamata.

Dalam hal pemasaran produk-produk kerajinan tersebut, sebenarnya pemerintah telah mengusahakan peningkatan penjualan produk dengan mengadakan kegiatan pameran untuk mempromosikan produk-produk kerajinan,

---

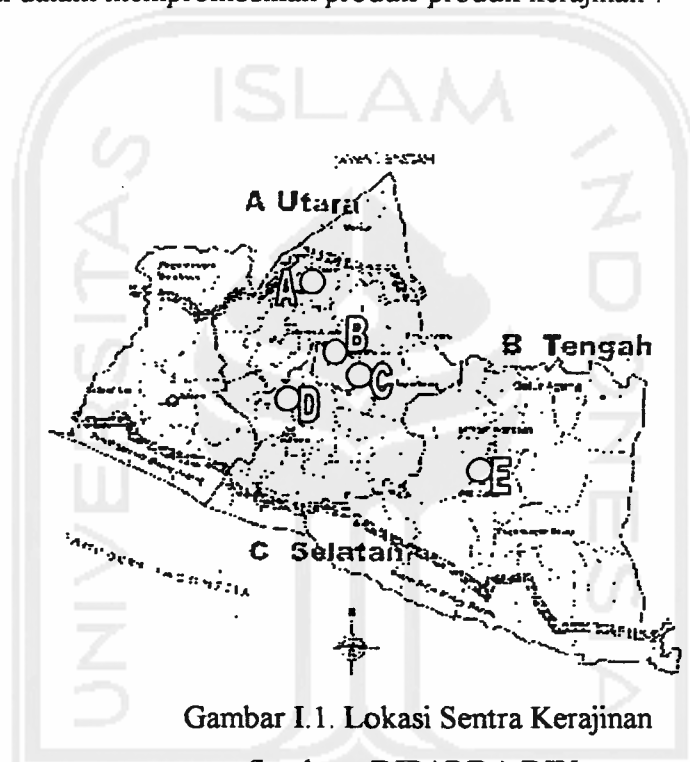
<sup>1</sup> Wismadi Arif, *Teknisia* Vol. III No. 8, 1998, Hal. 21.

<sup>2</sup> Gunawan, 1996, hal. 5.

<sup>3</sup> Gunawan, 1996, hal. 42.

<sup>4</sup> Windya Deddy, 1996, hal. 1.

seperti yang dilakukan pada pameran produk ekspor daerah (PPED) yang dilaksanakan setiap tahunnya di Hotel Ambarukmo, , lingkungan industri kecil di Jl. Adi Sucipto, pusat pelayanan promosi (PPP) di art & craft centre Hotel Ambarukmo<sup>5</sup>, Festival Kesenian Yogyakarta. Tetapi karena pameran yang dilaksanakan sifatnya insidental dan menempati gedung yang tidak representatif (tidak mempunyai kekhususan untuk pameran kerajinan), maka hasilnya juga tidak optimal dalam mempromosikan produk-produk kerajinan<sup>6</sup>.



Gambar I.1. Lokasi Sentra Kerajinan

Sumber : DIPARDA DIY.

Keterangan :

- |                            |                                  |
|----------------------------|----------------------------------|
| A. Sentra kerajinan bambu. | D. Sentra kerajinan gerabah.     |
| B. Sentra kerajinan batik. | E. Sentra kerajinan kayu/topeng. |
| C. Sentra kerajinan perak  |                                  |

Selain itu, sentra-sentra kerajinan yang tersebar diberbagai lokasi, menyebabkan wisatawan enggan untuk mengunjunginya, jika dikaitkan dengan terbatasnya waktu wisatawan dalam berwisata di Yogyakarta. Terbatasnya waktu

<sup>5</sup> Ibid, hal. 2.

<sup>6</sup> Ibid, hal.3.

tersebut, dilihat dari lamanya tinggal wisatawan mancanegara yang rata-rata 1,67 hari, sedangkan wisatawan nusantara rata-rata 1,78 hari dalam mengunjungi beragamnya obyek wisata yang ditawarkan (tabel A.1.2. Lamp.i). Hal itu menyebabkan diperlukannya alternatif lokasi yang dapat menyatukan berbagai macam sentra kerajinan. Lokasi tersebut terletak pada pusat jalur wisata, agar wisatawan dapat mengunjunginya walaupun dengan adanya keterbatasan waktu bagi wisatawan. Berkenan dengan hal tersebut sehingga pusat jalur wisata terletak di dalam kota. Hal ini disebabkan juga karena beragamnya obyek wisata di dalam kota seperti Kraton, Benteng Vredenburg, Kebun Binatang, Museum Affandi, Monumen Jogja Kembali dan lain-lain serta kemudahan dalam memperoleh transportasi dan akomodasi.

Oleh karena itu, dengan uraian diatas maka diperlukan pusat perbelanjaan kerajinan yang menampung produk-produk kerajinan khas Yogyakarta. Pusat perbelanjaan kerajinan tersebut mewadahi kegiatan pemasaran produk-produk kerajinan agar lebih terarah, efisien dan optimal serta mempunyai sifat yang menerus tidak insidental. Selain itu lokasi yang terletak di dalam kota, sehingga memudahkan wisatawan dalam memperoleh produk cinderamata walaupun dengan adanya keterbatasan waktu dalam berwisata.

#### **1.1.2. Pentingnya Tata Atur Ruang yang Mengintegrasikan Fungsi Komersial dengan Fungsi Wisata.**

Dewasa ini, komunikasi untuk kepentingan promosi antara konsumen dengan produsen atau distributor terus ditingkatkan. Hal tersebut agar produk-produk yang ditawarkan oleh produsen maupun distributor mudah dikenali oleh konsumen, yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sarana komunikasi tersebut dilakukan melalui media masa elektronik maupun cetak. Selain itu, komunikasi yang lebih efektif dapat dilakukan melalui promosi dengan komunikasi secara langsung, yaitu melalui pameran. Pameran merupakan suatu media yang cukup efektif dibandingkan dengan media promosi lainnya, karena pameran memungkinkan pengunjung untuk dapat melihat,

mendengarkan bahkan meraba produk pameran<sup>7</sup>. Promosi dan penginformasian produk kerajinan melalui pameran itu, agar secara efisien produk-produk kerajinan yang ditawarkan di pusat perbelanjaan kerajinan ini mampu dikenali oleh konsumen, dan konsumen dapat terpengaruh untuk membeli produk-produk yang ditawarkan. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan komersial yang diwadahi pada pusat perbelanjaan kerajinan.

Sebagai wadah bagi kegiatan komersial maka efisiensi pada pusat perbelanjaan kerajinan sangat diperlukan dalam mempromosikan dan memamerkan produk kerajinan. Dalam hal ini efisiensi untuk kemudahan pengunjung dalam membeli produk-produk kerajinan, baik itu keinginan pengunjung membeli secara eceran, partai besar, ataupun lewat pesanan. Disamping itu, efisiensi ruang mutlak diperlukan agar tercipta kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi antara penjual dan pengunjung, sehingga pengunjung merasa tertarik untuk membeli produk kerajinan yang ditawarkan. Dengan adanya kemudahan tersebut, pembeli akan mengunjungi pusat perbelanjaan kerajinan ini. Sehingga keberadaan pusat perbelanjaan kerajinan ini mempunyai nilai niaga yang tinggi.

Salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan itu adalah dengan menampilkan proses pembuatan produk kerajinan dan mengikutsertakan pengunjung untuk membuat sendiri produk kerajinan yang diinginkan. Karena ketertarikan wisatawan kepada produk-produk kerajinan tidak hanya dengan menyajikan kerajinan dalam bentuk jadi. Konsep-konsep tersebut timbul, karena didasari bahwa toko yang menjual cinderamata yang menampilkan proses pembuatannya juga mengikutsertakan pengunjung dalam membuat produk kerajinan merupakan daya tarik tersendiri. Penampilan proses pembuatan kerajinan dan keikutsertaan pengunjung tersebut, membuat minat wisatawan semakin besar untuk mengetahui seluruh kegiatan yang mereka terima<sup>8</sup>. Penampilan proses pembuatan kerajinan dan keikutsertaan pengunjung tersebut

---

<sup>7</sup> Deddy Windya, 1996, hal. 2.

<sup>8</sup> Agung Kurniawan, 1997, hal.4.

dapat dijadikan sebagai kegiatan wisata di pusat kerajinan, karena memberikan pengalaman-pengalaman baru bagi wisatawan.

Seperti telah diuraikan diatas, bahwa lokasi pusat perbelanjaan kerajinan terletak di dalam kota, karena untuk menjaring pengunjung lebih banyak. Lokasi yang terletak di dalam kota menyebabkan permasalahan yang terbentur pada keterbatasan lahan. Keterbatasan lahan ini berkaitan dengan banyaknya bangunan bersejarah yang ada di dalam kota Yogyakarta, padatnya bangunan, peraturan-peraturan pemerintah yang mengatur pendirian bangunan, dan faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan pada pusat perbelanjaan kerajinan selain mempunyai fungsi komersial juga mempunyai fungsi wisata. Kedua fungsi tersebut saling berintegrasi satu sama lain karena dalam meningkatkan penjualan produk-produk kerajinan dilakukan dengan kegiatan wisata melalui penampilan proses pembuatan dan mengikutsertakan pengunjung untuk membuat kerajinan. Dilain pihak, lokasi pusat perbelanjaan kerajinan yang terletak di dalam kota pada pusat jalur wisata, mempunyai masalah pada keterbatasan lahan. Keterbatasan lahan tersebut bertentangan dengan keinginan kegiatan yang diwadahi pusat perbelanjaan kerajinan. Keinginan untuk mengadakan promosi melalui pameran serta menampilkan proses pembuatan dan mengikutsertakan pengunjung dalam membuat kerajinan, secara otomatis memerlukan kebutuhan dan besaran ruang yang besar.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Permasalahan Umum**

Bagaimana rumusan konsep perencanaan dan perancangan pusat perbelanjaan kerajinan di Yogyakarta yang mempunyai fungsi sebagai fungsi komersial dan fungsi wisata yang terletak di dalam kota.

### **1.2.2. Permasalahan Khusus**

Bagaimana tata atur ruang yang mencerminkan kepentingan integrasi fungsi komersial dengan fungsi wisata dalam keterbatasan lahan.

### 1.3. Tujuan dan Sasaran

#### 1.3.1. Tujuan

Mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan tata ruang dalam pusat perbelanjaan kerajinan di Yogyakarta yang mempunyai fungsi sebagai fungsi komersial dan fungsi wisata dengan letak di dalam kota yang mempunyai masalah keterbatasan lahan.

#### 1.3.2. Sasaran

Mendapatkan rumusan konsep perancangan tata atur ruang yang mencerminkan kepentingan integrasi fungsi komersial dan fungsi wisata dalam keterbatasan lahan.

### 1.4. Lingkup Pembahasan

#### 1.4.1. Batasan Pengertian Judul

**Pusat Perbelanjaan** : Tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa bercirikan komersial ; tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli<sup>9</sup>.

**Kerajinan** : Barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan (seperti kerajinan gerabah, kerajinan batik, kerajinan perak, kerajinan bambu)<sup>10</sup>.

**Integrasi** : Pembauran hingga menjadi kesatuan yang utuh<sup>11</sup>.

**Fungsi** : Kegunaan suatu hal<sup>12</sup>.

**Komersial** : Dimaksudkan untuk diperdagangkan, bernilai niaga tinggi<sup>13</sup>.

**Wisata** : Memperluas pengetahuan dengan cara bersenang-senang<sup>14</sup>.

**Tata Ruang Dalam** : Cara mengatur ruang dalam pada bangunan<sup>15</sup>.

**Kesimpulan** : Tempat kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan yang cara mengatur ruang dalam pada

<sup>9</sup> Firzal Sapta, 2001, hal. 1.

<sup>10</sup> Susdiana Baiq Fibrianti, 1999, hal. 1.

<sup>11</sup> Dep. P&K, 1995, hal. 383.

<sup>12</sup> Ibid, 1995, hal. 281.

<sup>13</sup> Ibid, 1995, hal. 515.

<sup>14</sup> Ibid, 1995, hal. 1130.

<sup>15</sup> Ibid, 1995, hal. 1014.

bangunannya antara kegunaan sesuatu yang diperdagangkan dengan kegunaan sesuatu yang memperluas pengetahuan. menjadi kesatuan yang utuh.

#### **1.4.2. Perkara yang diselesaikan**

1. Pusat perbelanjaan kerajinan yang menampung produk kerajinan khusus Yogyakarta, meliputi kerajinan perak, batik, gerabah, bambu, kayu dan kulit.
2. Tata ruang dalam yang dihasilkan adalah pola, modul dan dimensi ruang

#### **1.4.3. Aspek-aspek yang diselesaikan**

1. Aspek yang ingin dicapai pada fungsi komersial adalah memperoleh efisiensi ruang dengan melihat rasio antara area penjualan dengan area service.
2. Sedangkan aspek yang ingin dicapai pada fungsi wisata adalah memperoleh kenyamanan, yaitu kenyamanan gerak dan visual.
3. Kedua fungsi tersebut diintegrasikan pada tata ruang dalam yang dikaitkan dengan keterbatasan lahan.

### **1.5. Metode Pembahasan**

#### **1.5.1. Pengumpulan data**

1. Pengamatan langsung ke pusat kerajinan (perak di Kota Gede, Gerabah di Kasongan, batik di Taman Sari) untuk mendapatkan data mengenai aktifitas dan karakteristik kegiatan untuk menentukan kuantitas dan kualitas ruang.
2. Pengamatan tak langsung dengan melakukan survey instansional untuk mendapatkan data, diantaranya :
  - a. BAPPEDA DIY, untuk mendapatkan penentuan tata ruang zona perdagangan.
  - b. BPS DIY, Untuk mendapatkan jumlah pengeluaran untuk belanja, jumlah wisatawan dan prospek dimasa datang.
  - c. Departemen Perindustrian dan Perdagangan, untuk mendapatkan nilai penjualan, lokasi sentra kerajinan, jumlah pengrajin.

- d. Studi literatur, untuk mendapatkan literatur mengenai pusat perbelanjaan kerajinan.

### **1.5.2. Analisa**

1. Analisa lokasi dan site untuk menentukan lokasi dan site yang sesuai dengan pusat perbelanjaan kerajinan yang mewadahi pengrajin dari sentra-sentra kerajinan yang ada untuk menentukan faktor keterbatasan lahan.
2. Analisa sistem aktifitas yang ada di pusat perbelanjaan kerajinan, yang meliputi aktifitas pameran, pembuatan dan transaksi pada setiap kerajinan.
3. Analisa pengelompokan kerajinan berdasarkan sistem aktifitas dan tuntutan kualitas dari aktifitas yang ada.
4. Analisa pola sirkulasi pengunjung yang sesuai dengan pusat perbelanjaan kerajinan

### **1.5.3. Pendekatan konsep**

1. Menentukan modul kerajinan terkecil dari modul-modul kerajinan.
2. Menentukan luas lantai fungsional pusat perbelanjaan kerajinan dari keterbatasan lahan dan rasio area kerajinan dengan service
3. Menentukan organisasi ruang pusat perbelanjaan kerajinan dari pengelompokan aktifitas kerajinan, sirkulasi dan dimensi modul untuk menentukan tata ruang dalam.
4. Menentukan zoning dari site.

### **1.5.4. Perumusan konsep**

Menghasilkan tata ruang dalam yang mengintegrasikan fungsi komersial dan fungsi wisata yaitu pola, modul dan dimensi modul.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **Bab I : Pendahuluan**

Mengemukakan latar belakang permasalahan, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan, sistematika penulisan, keaslian penulisan dan kerangka pikiran.

### **Bab II : Pusat Perbelanjaan Kerajinan di Yogyakarta**



Tinjauan pusat perbelanjaan kerajinan, tinjauan fungsi komersial, tinjauan fungsi wisata untuk menentukan aktifitas yang diwadahi, penentuan lokasi.

### **Bab III : Integrasi Fungsi Komersial Dengan Fungsi Wisata Pada Tata Atur Ruang**

Menentukan lokasi dan site, menentukan sistem aktifitas di setiap kerajinan untuk menentukan modul kerajinan, menentukan pengelompokan kerajinan, menentukan pola sirkulasi yang ada di pusat perbelanjaan kerajinan.

### **Bab IV : Pendekatan Konsep**

Menentukan modul terkecil kerajinan, menentukan luas pusat perbelanjaan kerajinan, menentukan organisasi ruang pusat perbelanjaan kerajinan dan menentukan zoning dari site untuk pusat perbelanjaan kerajinan.

### **Bab V : Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan**

Konsep tata ruang yang mengintegrasikan fungsi komersial dengan fungsi wisata yang dikaitkan dengan keterbatasan lahan yang berupa pola modul, modul dan dimensi modul.

#### **1.7. Keaslian Penulisan**

1. Baiq Susdiana Fibrianti, TA UII, *Pasar Seni dan Kerajinan Tradisional di Lombok*, 1999.

Permasalahan : Harmoni antara fasade bangunan tradisional sasak dengan lingkungan alam pantai sebagai faktor penentu citra bangunan.

Perbedaannya : pada perkara penyelesaiannya, pada pasar seni dan kerajinan tradisional di Lombok ini menyelesaikan wujud dari bangunan sedangkan pada pusat perbelanjaan kerajinan di Yogyakarta perkara penyelesaiannya pada tata atur ruang.

2. Gunawan, TA UII, *Pasar Seni Kerajinan di Yogyakarta*, 1996.

Permasalahan : Bagaimana jenis bentuk kegiatan, fasilitas penunjang, penyelesaian lay out, tata ruang agar setiap kegiatan mendapatkan pengunjung dan bentuk bangunan yang akrab, terbuka dan menerima.

Perbedaannya : pada aspek yang diselesaikan, pada pasar seni kerajinan ini aspek yang diselesaikan hanya pada fungsi komersialnya saja sedangkan pada pusat perbelanjaan kerajinan aspek yang diselesaikan juga meliputi aspek fungsi wisata.

3. Agung Kurniawan, TA UII, Pusat Pamer Seni Kerajinan di Kawasan Candi Borobudur, 1997.

Permasalahan : Bagaimana tata ruang yang dapat menampilkan proses pembuatan kerajinan, penerapan arsitektur abstract regional pada bangunan.

Perbedaannya : pada PPSK di Candi Borobudur ini aspek yang diselesaikan pada tata ruangnya adalah fungsi komersial juga menampilkan proses pembuatan tetapi pada pusat perbelanjaan kerajinan aspek-aspek tersebut diintegrasikan sehingga menjadi satu kesatuan yang dikaitkan dengan keterbatasan lahan.

4. Windya Deddy DC, TA UII, Gedung Pameran Perdagangan, 1996.

Permasalahan : Bagaimana site yang sesuai dengan bangunan komersial, memperoleh ruang-ruang produktif secara maksimal.

Perbedaannya : pada aspek yang diselesaikan oleh GPP ini adalah hanya mewadahi kegiatan komersial tetapi pada pusat perbelanjaan kerajinan selain kegiatan komersial juga kegiatan wisata.

5. Rudy Hermawan, TA UII, Pusat Kerajinan Yogyakarta Sebagai Tempat Promosi dan Pemasaran Barang Kerajinan, 1999.

Permasalahan : Bagaimana bangunan yang mendukung fungsi jual beli dan sebagai memperagakan pembuatan kerajinan, ruang yang dapat menciptakan pemasaran barang kerajinan yang mendukung sirkulasi dan pergerakan di dalam ruang, penataan ruang peragaan yang dapat menciptakan daya tarik visual bagi pengunjung.

Perbedaannya : pada perkara yang diselesaikan oleh pusat kerajinan Yogyakarta ini adalah menciptakan tata ruang yang mewadahi jual beli dan peragaan, sedangkan pada pusat perbelanjaan kerajinan kegiatan kegiatan tersebut disatukan yang mempunyai kaitan dengan keterbatasan lahan.

1.8. Kerangka Pikiran

