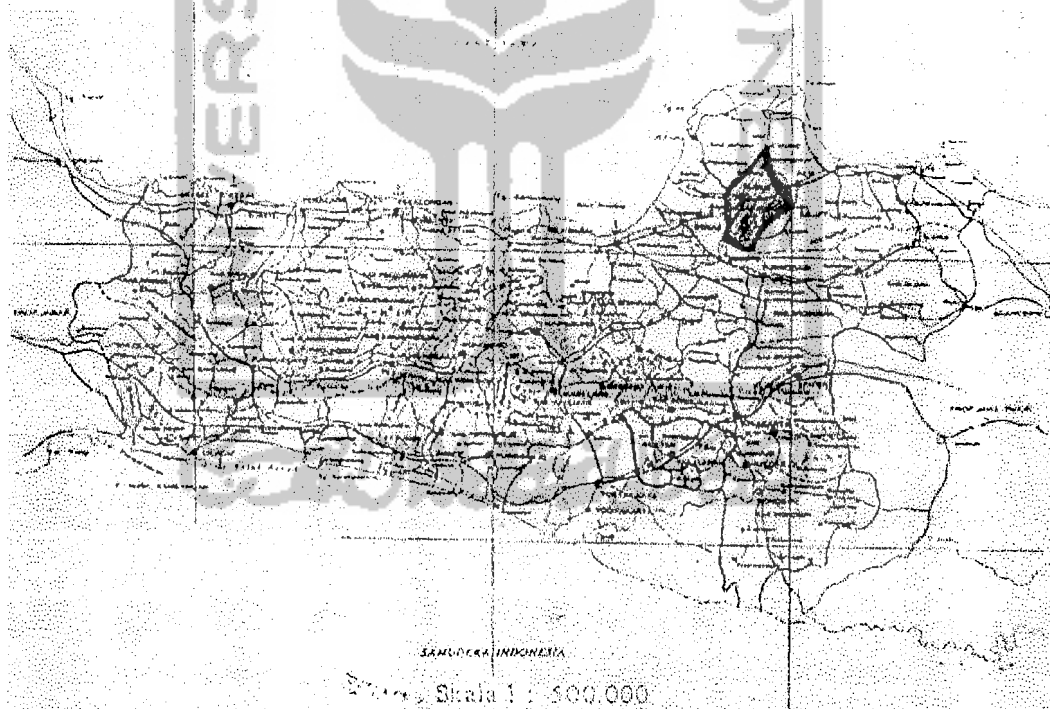


BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

I.1.1. Kabupaten Kudus

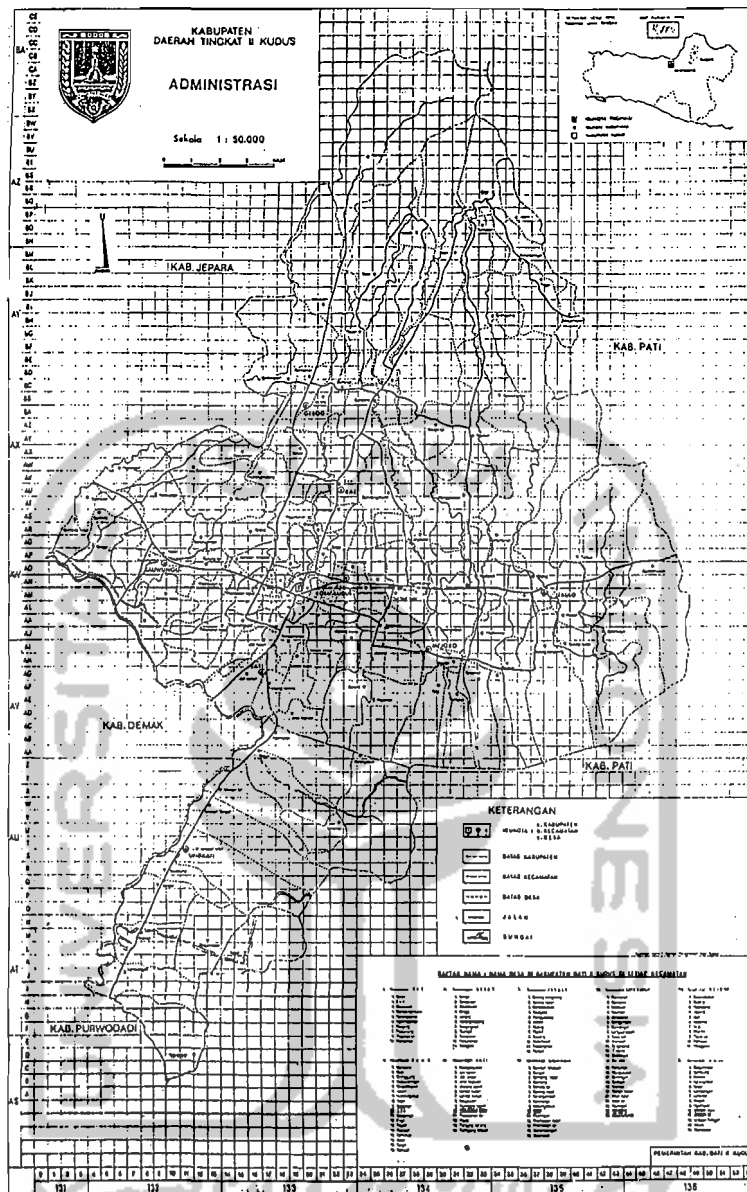
Kabupaten Kudus adalah satu kabupaten kecil yang terdapat di propinsi Jawa Tengah bagian utara yang mempunyai luas 425,15 km² ⁽¹⁾. Titik berat pengembangan adalah pada sektor-sektor perindustrian, perkebunan dan pariwisata. Kudus yang dikenal sebagai kota industri mempunyai fokus kegiatan pada bidang rokok, elektronik, kertas dan industri kecil (rumah tangga) serta kerajinan².



Gb.I.1. peta Kabupaten Kudus dalam propinsi Jawa Tengah
(sumber” Atlas Persada dan Dunia “, Penerbit Ghalia Indonesia)

¹ Diparta Kab. Dati II Kudus, “Kudus Sebuah Budaya Yang Membaur-Symbol Alkulturasasi”1991

² Diparta Kab. Dati II Kudus, “Kudus Sebuah Budaya Yang Membaur-Symbol Alkulturasasi”1991



Gb.I.2. Peta Kabupaten Kudus (sumber: Pemda Kab. Kudus)

Kerajinan merupakan suatu komoditi daerah yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan daerah, serta dapat untuk memajukan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat produsen itu sendiri serta masyarakat di sekitarnya.

I.1.2. Kerajinan di Kabupaten Kudus

Keberadaan kerajinan di Kabupaten Kudus selama ini perkembangannya dirasa sangat lambat dan sulit berkembang. Padahal di Kabupaten Kudus terdapat

cukup banyak kerajinan yang cukup berkualitas dan patut dibanggakan. Namun hal tersebut masih belum dapat berkembang dengan baik dan kurang dikenal oleh masyarakat di luar daerah terutama para *investor*. Selama ini pemasaran kerajinan hanya dilakukan secara konvensional, yaitu secara umumnya dengan menawarkannya ke konsumen melalui pasar dan berkeliling untuk mencari konsumen secara langsung, selain itu pemasaran dilakukan dengan cara kerjasama melalui lembaga masyarakat atau koperasi, dan hal itu dilakukan di daerah sendiri yaitu Kabupaten Kudus dan sekitarnya. Oleh karena itu perlu rasanya untuk meningkatkan keberadaan kerajinan Kabupaten Kudus dengan menyediakan satu tempat khusus untuk promosi produk kerajinan.

Kabupaten Kudus memiliki 9 jenis kerajinan serta jumlah unit usaha yang mencapai 3190 unit. Di Kabupaten Kudus masih belum disediakan satu tempat khusus yang berfungsi sebagai pusat promosi kerajinan. Tempat ini mempunyai tujuan untuk dipergunakan sebagai tempat berlangsungnya kegiatan promosi penjualan oleh semua pengusaha kerajinan di Kudus secara terpadu. Untuk meningkatkan dan mengembangkannya perlu dibuat tempat tersebut di atas, agar keberadaan kerajinan tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luar daerah dan *investor* domestik maupun asing, sehingga dapat meningkatkan kemakmuran penduduk Kabupaten Kudus serta melestarikan kerajinan khas Kudus pada khususnya. Tempat terpadu seperti ini dirasa perlu, melihat banyaknya peminat yang mengunjungi pameran pembangunan di Kabupaten Kudus yang merupakan pameran tahunan tentang segala macam dari Kabupaten Kudus terutama perdagangan dan perindustrian, baik industri besar maupun industri kecil. Hal tersebut perlu diterapkan karena Kabupaten Kudus mempunyai kendala geografis, yaitu tempat produksi yang berjauhan satu sama lain dan bukan merupakan tempat yang populer, sehingga hanya diketahui oleh kalangan masyarakat Kudus sendiri.

Kerajinan mempunyai keunikan tersendiri dikarenakan kerajinan merupakan hasil dari keahlian dan ketrampilan tangan manusia. Masyarakat dan wisatawan mempunyai minat tersendiri terhadap proses pembuatan kerajinan. Ketertarikan masyarakat dan wisatawan terhadap cara pembuatan barang kerajinan tersebut yang pada gilirannya dapat dijadikan sebagai salah satu strategi

pemasaran dengan tujuan meningkatkan daya tarik yang dimiliki oleh barang kerajinan tersebut.

Selain untuk promosi hasil kerajinan, tempat ini juga dapat dipergunakan sebagai tempat promosi wisata Kabupaten Kudus. Dengan demikian hal ini juga membantu investasi daerah dalam bidang pariwisata. Bangunan yang berguna sebagai wadah kegiatan promosi tersebut juga harus mencerminkan bangunan yang mempunyai kekhasan tersendiri yang hanya ada di Kabupaten Kudus³.

I.1.3. Potensi pariwisata di Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus mempunyai beberapa tempat wisata, baik wisata alam maupun wisata budaya. Dengan Adanya Pusat Promosi Produk Kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus ini diharapkan dapat menambah potensi sebagai objek penarik pariwisata di Kabupaten Kudus.

I.1.4. Tinjauan Kegiatan Promosi dan Pemasaran

A. Promosi dan Pemasaran

Promosi merupakan tindakan yang perlu dilakukan oleh produsen dan pedagang sebagai bagian dari langkah penunjang pemasaran untuk menginformasikan, memberi pilihan dan meyakinkan masyarakat terutama calon konsumen⁴.

B. Pengertian Judul

- Pusat adalah pangkal atau pokok.⁵
- Promosi adalah pengenalan, dalam rangka memajukan usaha, dagang, dsb.⁶
- Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya diproses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi (proses mengeluarkan hasil)⁷

³ Diparta, "Arsitektur Tradisional Rumah Adat Kudus"

⁴ Philip Kotler-Gary Armstrong, "Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2", Prentice Hall Jakarta

⁵ Poerwadarminta, W.J.S, "Kamus Umum Bahasa Indonesia", Balai Pustaka, 1987

⁶ Depdikbud RI, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Jakarta, Balai pustaka, 1988

⁷ Depdikbud RI, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Jakarta, Balai pustaka, 1988

➤ Kerajinan adalah karya tangan manusia.⁸

Jadi pengertian pusat promosi produk kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus adalah tempat pangkal untuk memperkenalkan suatu hasil akhir dari proses produksi yang telah dibuat dan ditambah nilai gunanya oleh karya tangan manusia dari Kudus, dalam rangka untuk memajukan usaha, yang terletak di Kabupaten Kudus propinsi Jawa Tengah

Kegiatan yang perlu ditampung pada pusat promosi produk kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus ini:

- Promosi (dengan penjelasan macam-macam produk dan menunjukkan contoh produk baik berupa barang maupun gambar) dan pemasaran produk kerajinan
- Peragaan proses produksi untuk produk tertentu yang memungkinkan
- Pengelolaan bangunan

Pelaku kegiatan di dalam Pusat Promosi Produk Kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus ini adalah:

- Pengunjung
- Pengrajin
- Kerajinan
- Pengelola

I.1.5. Arsitektur Tradisional Kudus

Kabupaten Kudus mempunyai objek wisata berupa arsitektur yang khas. Arsitektur khas Kudus merupakan salah satu objek wisata yang sangat menarik wisatawan terutama kolektor dan pengamat sejarah dan budaya karena ini adalah salah satu hasil karya seni yang keberadaannya sekarang sulit ditemukan⁹. Agar dapat dirasakan kekhasan Kudus, maka arsitektur Kudus akan diaplikasikan ke dalam penampilan bangunan Pusat Promosi Produk Kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus ini.

⁸ Poerwadarminta, W.J.S, "Kamus Umum Bahasa Indonesia", Balai Pustaka, 1987

⁹ Diparta, "Arsitektur Tradisional Rumah Adat Kudus"

Arsitektur tradisional Kudus merupakan perwujudan yang perlu digali dan ditampilkan sebagai jati diri. Arsitektur terbesar yang berpengaruh pada arsitektur Kudus adalah arsitektur Hindu, Cina, Islam dan Eropa¹⁰.

Beberapa arsitektur khas Kudus yaitu pada kompleks menara Kudus, rumah adat/ukir Kudus dan rumah payon.

I.2. Permasalahan

- Bagaimana merancang pusat promosi produk kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus yang mampu mewadahi kegiatan promosi dan pemasaran produk kerajinan Kudus dengan bentuk bangunan yang bercirikan arsitektur khas Kudus.

I.3. Tujuan dan Sasaran

I.3.1. Tujuan

- Merancang pusat promosi produk kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus dengan bentuk bangunan yang bercirikan khas Kudus dan fungsional.

I.3.2. Sasaran

- Mengetahui hasil produksi kerajinan yang berada di Kabupaten Kudus, baik dari segi bentuk, ukuran maupun bahan.
- Mengetahui kegiatan promosi secara umum dan khususnya kerajinan.
- Mengetahui arsitektur tradisional khas Kudus.

I.4. Lingkup Pembahasan

- Bentuk dan finishing bangunan arsitektur meninjau pada bangunan bersejarah Kabupaten Kudus dan rumah tradisional khas Kudus.
- Fungsi bangunan dikhususkan untuk mewadahi promosi produk kerajinan dari Kabupaten Kudus

¹⁰ "Data Arsitektur Tradisional Kudus", PT Wastuwidyawan & DPU Jateng 1986

I.5. Metode Pembahasan

I.5.1. Tahap mengumpulkan data :

- Survey langsung ke lapangan, yaitu:
 - Melihat sekaligus mengamati kondisi yang ada sekarang di Kabupaten Kudus.
 - Mengamati langsung kegiatan kerajinan di Kudus.
- Survey tidak langsung, yaitu:
 - Mengumpulkan data RDTRK dan RTRK dari Bappeda Kabupaten Kudus.
 - Mengumpulkan data yang berhubungan dengan kegiatan kerajinan di Kabupaten Kudus.
- Survey literatur, yaitu:
 - Studi literatur yang berhubungan dan diperlukan dalam penyusunan penulisan TA ini

I.5.2. Tahap Analisis

Merupakan tahap penguraian data serta informasi-informasi lainnya untuk disusun sebagai data yang relevan yang dipergunakan sebagai pertimbangan pemecahan permasalahan dalam memajukan keberadaan dan pemasaran hasil kerajinan di Kabupaten Kudus.

I.5.3. Tahap Sintesis

Tahap ini dilakukan sebagai langkah untuk mendapatkan pendekatan-pendekatan konsep perencanaan dan perancangan. Dan sebagai pendekatan konsep ini diperoleh sintesis permasalahan berupa konsep perencanaan dan perancangan. Adapun tahap yang dilakukan adalah merumuskan pendekatan konsep perencanaan dan perancangan pada pembuatan pusat promosi produk kerajinan Kudus di Kabupaten Kudus.

I.5.4. Tahap Kesimpulan / Konsep

Tahap ini merupakan penyimpulan dari proses analisis dan sintesis antara lain sebagai berikut:

- Konsep pemilihan lokasi dan *site*.
- Dimensi ruang , bentuk, pencapaian, struktur, konstruksi, utilitas dan program ruang.
- Konsep penzoningan dan *plotting*.

I.6.SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I Pendahuluan

Mengungkapkan latar belakang, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan, sistematika pembahasan dan keaslian penulisan.

BAB II Tinjauan Kegiatan Promosi, Pemasaran dan Aspek Pendukungnya serta Kondisi Kabupaten Kudus

Mengungkap tentang kegiatan promosi dan pemasaran secara umum dan tinjauan kerajinan Kabupaten Kudus secara Khusus.

Mengungkap profil Kota Kudus dan budaya khasnya dari segi bangunan arsitekturnya.

BAB III Analisis

Mengungkap analisis fisik tapak perencanaan yang menunjang kegiatan promosi dan pemasaran, analisa penentuan dan penataan bentuk bangunan tradisional yang dimodifikasi sesuai dengan tujuan promosi dan pemasaran.

BAB IV Konsep Perencanaan dan Perancangan

Penerapan konsep perencanaan dan perancangan yang terdiri dari konsep lokasi site, konsep zoning, konsep peruangan, konsep bentukan bangunan dan gubahan massa, serta konsep orientasi.

I.7. KEASLIAN PENULISAN

1. Muhamad / 95/104862/ET/00337/UGM/1997

“Pusat Promosi Kerajinan Yogyakarta”

Penekanan pada konsepsi fisik keraton pada tatanan ruang yang lancar dan konsentrik

2. Doddy T.S. Priambodo / 88/68623/TK/15534/UGM/1996

“Pusat Informasi dan Promosi Industri di Surabaya”

Penekanan pada konsep informasi dan promosi pada Industri di Surabaya

Perbedaan permasalahan :

Dalam tugas akhir yang diusulkan ini adalah bagaimana merencanakan dan merancang pusat promosi kerajinan di Kabupaten Kudus yang mempunyai kekhasan tersendiri.