BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL : PASAR SENI YOGYAKARTA SEBAGAI PENDUKUNG KAWASAN CAGAR BUDAYA BENTENG VREDERBERG

B. PENGERTIAN JUDUL

1. PASAR

- Pasar adalah tempat yang digunakan untuk jual-beli yang terdiri dari sekumpulan penjual dan pembeli.[1)]
- Dalam kegiatan transaksi jual-beli barang/materi, pasar berfungsi sebagai tempat promosi dan pemasaran.[2)]
  - sebagai promosi adalah usaha menawarkan barang/ materi yang dilakukan pedagang kepada konsumen dengan cara tertentu, sehingga orang akan merasa tertarik untuk membelinya.
  - sebagai pemasaran adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen melalui transaksi jual-beli dan terjadi pemindahan hak milik.

2. SENI

- Kata seni mempunyai arti yang luas, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan cipta rasa dan karsa serta keindahan yang merupakan hasil karya manusia.[3)]

---

1). Kamus Bahasa Indonesia, JWS. Poerwadarminta, BP. JKT'84
2). Kantor Dinas Pasar, Kodya Yogyakarta
3). Arti Seni, Majalah Kalpadruma - Fak. Sastra UNS

- Seni mencakup pengertian yang sangat luas dan memiliki pengertian yang berbeda pada tempat dan saat yang berlainan (tergantung ruang dan waktu).[1)]

3. PENGERTIAN PASAR SENI

Pasar seni adalah suatu tempat untuk menampung kegiatan promosi dan pemasaran, yang mana terjadi suatu transaksi jual-beli barang/materi yang berupa karya seni maupun hasil kerajinan, sehingga terjadi perpindahan hak milik dari penjual kepada konsumen.

C. LATAR BELAKANG

Kota Yogyakarta cukup banyak menyimpan potensi seni dan budaya, baik yang berciri tradisional maupun yang berciri modern. Hal ini sejalan dengan predikat kota Yogyakarta sebagai kota budaya. Sebagai komsekuensinya, kesemua potensi ini layak diwadahi dalam suatu/beberapa fasilitas yang cukup representatif, mengingat peran kota Yogyakarta yang bertingkat nasional dalam seni serta budaya.[2)]

Selama ini memang sudah ada sejumlah fasilitas fisik yang mewadahi kegiatan-kegiatan budaya. Mulai dari budaya tradisional (Kraton Yogyakarta, Pura Pakualaman, dan sejumlah Dalem Pangeran), monumental historis (Monumen Yogya Kembali, Benteng Verderberg) dan berbagai museum, galeri-galeri seni rupa.

---

1). Pengetahuan Seni, Drs.P.Mulyadi, FSSR*UNS, 1989
2). Rancangan Laporan Akhir, Study Kawasan Cagar Budaya Yogyakarta, Pemda DI. Yogyakarta.

Kawasan Cagar Budaya Yogyakarta yang meliputi wilayah benteng Vredeburg dan sekitarnya serta Societeit Militaire, merupakan suatu kawasan yang strategis. Dan hingga kini, sesungguhnya kawasan tersebut belum termanfaatkan secara optimal. Dengan demikian diperlukan sejumlah persiapan pelaksanaan pengembangan dan pembangunan Kawasan Cagar Budaya secara efektif dan efisien dengan mempertimbangkan aspek politik, sosial, budaya, ekonomi dan fisik yang berorientasi pada Rencana Detail Tata Ruang Kota dan bertujuan menciptakan suatu kawasan yang bermanfaat bagi masyarakat kota secara keseluruhan, dan menjadikan kawasan yang tertata di dalam tata ruang kota yang telah direncanakan, sehingga dapat menambah kuat ciri kota Yogyakarta sebagai kota budaya.[1)]

Adalah sebagai kwajiban kita semua sebagai warga negara untuk menjaga serta melestarikan "warisan budaya " bangsa Indonesia yang adiluhung, terutama yang diterapkan dalam area kehidupan modern saat ini. Dimana peran hasil kerajinan tangan (lukis,ukir,keramik,batik,perak) sebagai salah satu peninggalan budaya yang sangat tinggi, menghadapi beberapa masalah dalam pengembangannya karena mayoritas pengrajin masih tetap statis menerapkan metode-metode tradisional, baik pada proses produksi, distribusi pemasaran, maupun tata operasional manajemen. Sehingga ruang gerak produksi mereka masih sangat terbatas.

---

1). Rancangan Laporan Akhir, Study Kawasan Cagar Budaya Yogyakarta, Pemda DI. Yogyakarta.

Dengan tersebarnya lokasi unit-unit usaha kerajinan di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta, berakibat sulitnya komunikasi antar pengrajin dengan konsumen potensiel (domestik dan manca negara) antara lain :

a. Bagi publik dan wisatawan.
   - kesulitan mengetahui perkembangan seluruh jenis yang ada, mode, harga yang riel dan sebagainya.
   - timbul "gab" untuk komunikasi dengan produk kerajinnan dalam hal ini selera dan daya beli.

b. Bagi pengrajin dan konsumen/produsen.
   - kesulitan mengetahui informasi pasar, dan biaya produksi yang tidak terjangkau.
   - ketergantungan pada tengkulak (pedagang perantara).

Dengan kenyataan ini dari usaha tersebut di atas, dapat disimpulkan adanya kebutuhan sarana/pewadahan yang komunikatif dan rekreatif (menikmati barang pameran) dalam usaha mepromosikan dan memasarkan produk-produk kerajinan dengan cara yang lebih efektif.

Sabah satu sarana yang dianggap memenuhi tuntutan dan persyaratan di atas adalah suatu wadah kegiatan yang menampung penampilan produk-produk kerajinan Indonesia. Kerajinan dengan cara memamerkan agar dapat menarik wisatawan,dan pengunjung dapat lebih banyak mengamati berbaga i macam obyek kerajinan, kemudian diharapkan akan berlanjut ke transaksi jual beli antara produsen dan konsumen , baik lingkup dalam negeri maupun eksport.

Sebagai sasaran utamanya adalah bagaimana produk-produk kerajinan itu sendiri dapat dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian untuk memperoleh sasaran tersebut maka perlu adanya peningkatan pada beberapa bidang antara lain :

- Bidang promosi, yang meliputi 4 cara :
  - melalui iklan
  - melalui selebaran, brosur, folder dan sebagainya
  - secara langsung yang dilakukan dengan memamerkan,memperagakan dan menjual sekaligus.

Dari beberapa cara tersebut yang dianggap paling menguntungkan adalah melalui pameran, peragaan, sekaligus penjualan. Hal ini dikarenakan disamping masyarakat atau pengunjung dapat mengamati dan menikmati secara langsung dari dekat barang-barang pameran juga mendapatkan informasi tentang produk-produk kerajinan sehingga memberi kebebasan bagi pengunjung/masyarakat untuk memilih.

- Bidang pelayanan meliputi :
  - bidang informasi
  - fasilitas, wadah kegiatan untuk kegiatan tersebut diatas baik yang permanen maupun temporer.

Sampai saat ini usaha tersebut masih dilakukan oleh pihak-pihak tertentu saja,khususnya pengusaha bidang kerajinan yang bermodal besar dan kuat, baik dalam promosi maupun penjualan dengan demikian usaha peningkatan pelayanan masih kurang memenuhi sasaran.

Pemerintah dengan segala upaya telah mengadakan langkah-langkah kongkrit untuk membantu pembinaan dan pengembangan sektor industri kerajinan ini. Peranan industri kerajinan sebagai sumber nafkah bagi warganya mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah dalam berbagai bentuk bantuan fisik dan non fisik yang telah terealisir, misalnya: bimbingan kewiraswastaan, bantuan pemasaran, bantuan teknis lainnya yang pada hakekatnya adalah peningkatan taraf hidup warganya. Yogyakarta berdasarkan potensi pariwisatanya yang cukup besar dibebani tugas menjaga kelestarian dan meningkatnya daya tarik terhadap arus wisatawan, terutama berbentuk spesifikasi "buah tangan" Yogyakarta seperti: peninggalan yang bernilai historis, penampilan pertunjukan seni tradisional (Senderatari Ramayana), pengenalan hasil seni budaya daerah misalnya produk kerajinan.

Yogyakarta yang menyandang banyak predikat seperti kota budaya, kota wisata, kota pelajar dan sebagainya ternyata cukup pantas dijuluki sebagai kota kerajinan dengan mengingat potensi di sektor ini sangat menonjol.

Agar menjadikan karya kerajinan sebagai kehidupan bagi para pengrajin berarti meningkatkan pula mutu, tuntutan pemasaran dan pengenalan akan produk-produk kerajinan pada masyarakat. Juga pada umumnya mereka masih menunggu pesanan atau memproduksi barang yang modelnya sudah ada. Karena itu kreativitas mereka masih sangat peru dipacu.[1)]

1). Harian "Kedaulatan Rakyat", Kamis 17 Februaru 1994,hl3

Dengan meningkatnya arus wisatawan manca negara yang datang ke Indonesia khususnya Yogyakarta, tentu akan memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan sektor industri dan hasil kerajinan seni. Untuk itu diperlukan adanya suatu koordinasi antar kerja masing - masing kegiatan yang menunjang, termasuk informasi, promosi dan pemasaran. Adapun fasilitas pemasaran yang berupa wadah kegiatan barang-barang karya seni dan kerajinan dengan dasar pertimbangan :

- Daerah Istemewa Yogyakarta yang merupakan daerah tujuan wisata kedua memiliki banyak seniman dan pengrajin yang produktif dari berbagai macam bidang.
- Kurangnya informasi masyarakat luas dan para pengrajin maupun seniman terhadap perkembangan di bidang seni dan kerajinan sehingga bisa meningkatkan kreatifitas seniman/pengrajin yang diharapkan dapat menarik konsumen.
- Belum adanya fasilitas yang menampung kegiatan promosi dan pemasaran barang-barang karya seni dan kerajinan sebagai media informasi yang rekreatif.
- Meningkatkan fasilitas rekreasi dengan pasar seni sebagai obyek wisata, untuk meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.
- Dengan potensi hasil karya seni yang mendukung dan belum adanya fasilitas pemasaran yang memadai, hal ini mendorong pihak swasta/investor untuk menanamkan modalnya, karena keberadaan Pasar Seni Yogyakarta ini di harapkan mempunyai prospek yang cerah.

Selanjutnya agar usaha-usaha tersebut diatas dapat berjalan dengan baik harus diperhatikan tuntutan dari beberapa kegiatan spesifik yang berlangsung di dalamnya.

- sebagai kegiatan promosi lewat pameran, obyek kerajinan dan kegiatan pemasaran/penjualan harus mempunyai sistem yang terungkap dalam karakter kegiatan.
- sehubungan dengan adanya beberapa kegiatan yang berlangsung di dalamnya, maka perlu adanya fasilitas pemasaran yang dapat memberikan koordinasi yang efisien terhadap kegiatan lainnya.

D. PERMASALAHAN

Umum : Bagaimana merencanakan tata ruang dan perancangan elemen dan ungkapan fisik bangunan Pasar Seni Yogyakarta, diupayakan agar secara visual dan spasial dapat mencerminkan fungsi wadah pasar seni sebagai wadah kegiatan pameran, promosi, informasi dan pemasaran barang barang produk karya seni/kerajinan.

Khusus : Bagaimana mengungkapkan konsep perancangan ungkapan fisik Pasar Seni dengan kontektual bangunan tradisional setempat dengan ciri-ciri khusus ke dalam bangunan Pasar Seni yang mempunyai karakter kebebasan dan rekreatif (menghibur).

E. TUJUAN DAN SASARAN

TUJUAN : Menyusun konsep perencanaan dan perancangan Pasar Seni di Yogyakarta dengan karakter seni, komunikatif dan rekreatif, sebagai wadah untuk menampung kegiatan pusat informasi, promosi dan pemasaran mengenai barang-barang seni dan kerajinan.

SASARAN :

- Konsep perencanaan dan perancangan Pasar seni di Yogyakarta sebagai pusat kegiatan promosi, informasi dan pemasaran barang karya seni maupun kerajinan, dengan melalui:
  - Pendekatan penentuan lokasi dan pemilihan site dengan mempertimbangkan tata ruang kota berdasarkan Rencana Detail Tata Ruang Kota.
  - Pendekatan program ruang berdasarkan kegiatan yang ditampung, pola tata ruang dan pola sirkulasi yang sesuai dengan karakter seni, komunikatif, rekreatif dan atraktif.
  - Pendekatan gubahan massa dan ungkapan fisik.

- Mengungkapkan bentuk fisik Pasar Seni Yogyakarta yang mempunyai nilai seni dan ciri yang sesuai dengan karakter komunikatif serta rekreatif, melalui perwujudan :
  . bentuk fisik bangunan
  . pola sirkulasi
  . pola tata ruang pada site
  . pola gubahan massa

F. METODE PEMBAHASAN

Teknik yang dipakai untuk mendapatkan data adalah dengan observasi, wawancara dan studi literatur mengenai kegiatan industri kerajinan serta pendekatan terhadap pasar seni yang sudah ada (Ancol, Pasar Seni Bandung, dan sebagainya).

Metode pembahasan yang digunakan adalah analisis dan sintesis yaitu menganalisis unsur-unsur yang menuju permasalahan, kemudian mensintesisnya untuk digunakan sebagai informasi dalam proses penyusunan konsep perencanaan dan perancangan.

G. LINGKUP PEMBAHASAN

- Dalam pembahasan dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan kegiatan pasar seni yaitu pemasaran barang-barang seni kerajinan.

  Adapun karya seni yang dipasarkan pada pasar seni hanya karya seni yang berupa materi/benda/barang

yang bisa dilihat dan diraba.

. Dari seni rupa : produk yang dipasarkan adalah seni lukis, seni patung, seni grafis.

. Dari bidang kerajinan adalah semua barang hasil kerajinan seperti : batik, perak, anyaman bambu /pandan dan keramik atau gerabah.

- Pasar seni ini merupakan proyek swasta, maka dalam perencanaan proyek selalu memperhitungkan segi bisnis/keuntungan. Hal ini akan dibahas:

. Penggunaan lahan secara optimal dan seefisien mungkin, sehingga diharapkan per-luasan menghasilkan pendapatan.

- Analisa permasalahan ditekankan pada kegiatan pokok pasar seni yaitu kegiatan promosi lewat pameran, berkarya dan pemasaran yang bersifat rekreatif. Segi lain dibahas tidak mendetail.

- Pembahasan ditekankan pada disiplin ilmu arsitektur untuk mendapatkan suatu pola kegiatan yang dapat menunjang perwujudan dalam ungkapan bentuk fisik pasar seni di Yogyakarta, sedang disiplin lain digunakan sejauh mendukung proses penyusunan.

H. SISTIMATIKA PEMBAHASAN

- Tahap I

Merupakan tahap pendahuluan yang mengemukakan pengertian judul, latar belakang pemilihan judul, permasalahan yang timbul dan perlu

dipecahkan, tujuan dan sasaran, ruang lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika pembahasan.

- Tahap II

  Tinjauan Umum terhadap Daerah Istimewa Yogyakarta mengenai kondisi fisik dan potensi yang dimiliki khususnya mengenai potensi karya seni dan hasil kerajinan yang ada.

- Tahap III

  Tinjauan khusus mengenai :

  . Pengertian seni yang berkaitan dengan seni rupa dan kerajinan serta produk barang yang disilkan.

  . Tinjauan terhadap pengertian pasar dalam arti luas dan tinjauan pasar seni sebagai wadah promosi guna menunjang pemasaran hasil industri dan spesifikasinya, serta tinjauan pasar seni di Indonesia.

- Tahap IV

  Menganalisa permasalahan sebagai spesifikasi dalam memberi kriteria konsep perencanaan dan perancangan.

- Tahap V

  Menganalisa pendekatan perencanaan dan perancangan pasar seni sebagai pusat informasi, promosi dan pemasaran barang-barang hasil kerajinan dan barang karya seni yang meliputi identifikasi

kegiatan, kebutuhan ruang, besaran ruang dan organisasi ruang serta persyaratan ruang.

Menentukan lokasi, pemilihan site, analisa site yang meliputi pencapaian, exsisting, orientasi, dan penzoningan. Dari analisa pendekatan ungkapan fisik, analisa kelengkapan bangunan/utilitas.

- Tahap VI

  Menyusun konsep dasar perencanaan dan perancangan sebagai konsep penerapan dalam persyaratan desain pasar seni.

- Tahap VII

  Merupakan sintesa dari bab-bab sebelumnya.


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA