

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa hal yang menjadi latar belakang pemilihan judul:

1. Potensi wisata D.I.Yogyakarta

(News.detik.com, Februari 2020) “Sebagai provinsi tujuan wisata kedua setelah Bali, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah mencanangkan Visi Pembangunan Wisata 2012 – 2025 adalah mewujudkan Yogyakarta sebagai destinasi wisata kelas dunia, berdaya saing, berwawasan budaya, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah, dan pemberdayaan masyarakat.” Pernyataan artikel tersebut didapat berdasarkan Hasil Perhitungan Indeks Pembangunan Kebudayaan 2018 yang menempatkan DIY diposisi pertama dan disusul oleh Provinsi Bali, sehingga destinasi DIY dapat menjadi titik cerah bagi wisata di Indonesia.

D.I Yogyakarta merupakan provinsi yang istimewa, penuh dengan keanekaragaman terutama wisata, mulai dari alam, budaya dan sejarah yang kental, pantai, museum, buatan dan desa/ kampung wisata. Hal ini didukung dengan peran pemerintah dalam mengembangkan setiap destinasi wisata yang diatur dalam PERDA DIY NO.1 Tahun 2012 yang mengatur tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Provinsi DIY Tahun 2012 – 2024, dilengkapi dengan memberikan berbagai informasi serta fasilitas lengkap yang berhubungan dengan kegiatan, event, atau peta wisata dan informasi lainnya baik secara online melalui website visitjogja.jogjaprov.go.id atau offline dengan mengunjungi berbagai bangunan pusat informasi wisata DIY.

**APLIKASI DATAKU
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Elemen : Pariwisata

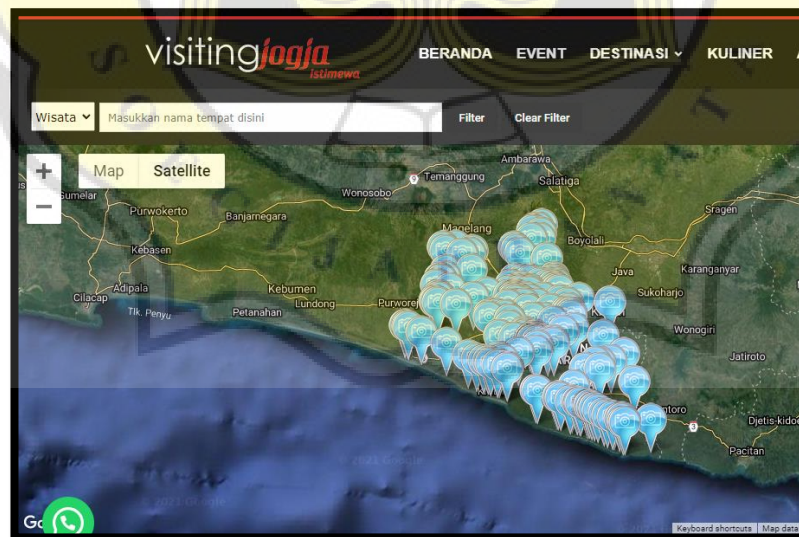
No	Bidang Urusan	Elemen	Tahun					Satuan	Sifat Data
			2017	2018	2019	2020	2021		
1	Pariwisata	Jumlah Objek Wisata							Tahunan
1.1	Pariwisata	Jumlah Objek Wisata Alam	12,00	17,00	32,00	32,00	32,00	Unit	Tahunan
1.2	Pariwisata	Jumlah Objek Wisata Buatan	13,00	15,00	42,00	42,00	42,00	Unit	Tahunan
1.3	Pariwisata	Jumlah Objek Wisata Sejarah	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	Unit	Tahunan
2	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata							Tahunan
2.1	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Maju	24,00	25,00	48,00	60,00	60,00	Desa	Tahunan
2.2	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Berkembang	30,00	57,00	39,00	33,00	33,00	Desa	Tahunan
2.3	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Tumbuh/Embrio	31,00	50,00	48,00	48,00	48,00	Desa	Tahunan
3	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di DIY	135,00 *	129,00	131,00	131,00	131,00	Kelompok	Tahunan
3.1	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Gunungkidul	15,00	41,00	42,00	42,00	42,00	Kelompok	Tahunan
3.2	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Kulon Progo	40,00	20,00	20,00	20,00	20,00	Kelompok	Tahunan
3.3	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Sleman	36,00	15,00	15,00	15,00	15,00	Kelompok	Tahunan
3.4	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Bantul	23,00	39,00	40,00	40,00	40,00	Kelompok	Tahunan
3.5	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kota Yogyakarta	21,00	14,00	14,00	14,00	14,00	Kelompok	Tahunan

● Tetap ● *) Sementara ● Sangat Sementara n/a Tidak ada

Gambar 1. 1 Data Pariwisata DIY

Sumber : <http://bappeda.jogjaprov.go.id/>

Data Bappeda.jogjaprov tahun 2021 menyebutkan terdapat 91 objek wisata (alam, buatan, sejarah), 141 desa wisata (maju, berkembang, embrio), dan 131 Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di setiap kecamatan di DIY, data menunjukan banyaknya objek wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 1. 2 Peta Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Sumber : <https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/map/>

Beberapa obyek wisata di D.I.Y berdasarkan jenisnya :

a Wisata Alam

Setiap daerah di D.I.Yogyakarta memiliki keindahan alamnya tersendiri. Salah satunya Gunung Merapi, Gunung Kidul, Goa Pindul, dan lain- lain.

b Wisata Pantai

Wisata pantai yang terkenal adalah segaris pantai selatan, yaitu Pantai Parangtritis, Pantai Cemara, Pantai Glagah dan lainnya.

c Wisata Budaya dan Sejarah

Wisata Budaya dan Sejarah di DIYogyakarta sangatlah kental, Keraton Yogyakarta, Candi Borobudur, Candi Sewu, dan masih banyak lagi, terkenal budaya dan sejarah di Yogyakarta mempengaruhi desain dan suasana setiap wisata yang ada.

d Wisata Museum

Beragam budaya dan sejarah di D. I. Yogyakarta perlu untuk dirawat dan dikumpulkan baik itu benda ilmu pengetahuan, seni, karya, dan benda yang bernilai sejarah salah duanya Museum Gunung Api Merapi dan Museum Ullen Sentalu yang merupakan museum dengan sejarah kehidupan bangsawan dinasti Mataram.

e Wisata Minat Khusus

Yang dimaksud dengan wisata khusus adalah wisata yang terbentuk karena keramaiannya, contohnya Titik Nol km Yogya, Alun – Alun Lor Yogyakarta, Tugu Yogya dan lain lain yang ramai orang nongkrong atau berjalan – jalan.

f Desa/Kampung wisata

Desa/ Kampung wisata saat ini menjadi perhatian khusus bagi pemerintah/ Kemeparekraf salah satunya Desa Wisata Nglanggeran yang sudah dinobatkan menjadi desai wisata Terbaik yang digagas oleh UNWTO, hal ini sejalan dengan tujuan pemerintah dalam memperbaiki dan memajukan wisata domestik.

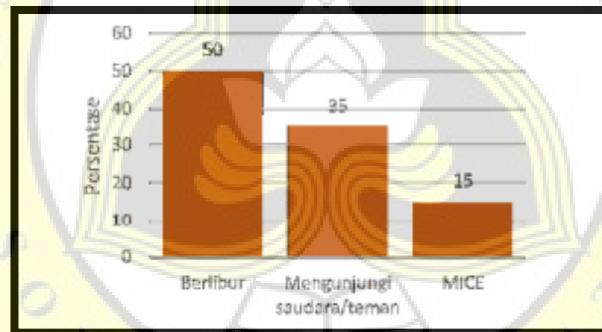
g Wisata Kuliner

Wisata kuliner di Yogyakarta sangat beragam mulai dari Bakmi Ayam Bu tumini, Mangut Lele Mbah Marto, Nasi Goreng, Lumpia Samijaya dan yang paling

utama adalah Gudeg Yogya, bukan hanya makanan tradisional saja yang menjadi populer, wisata kuliner berbasis alam dan budaya juga sangat banyak di jumpai di Yogyakarta.

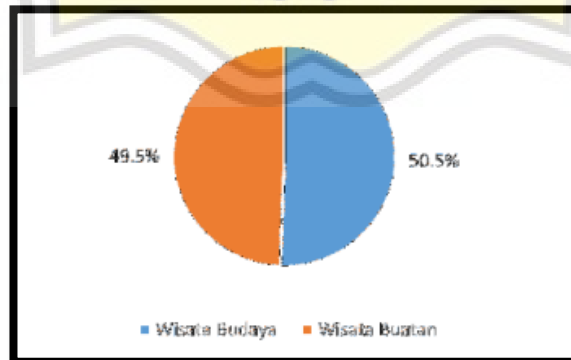
Setiap sudut di DIYogyakarta memiliki keunikannya tersendiri, banyak hal yang dapat menjadi daya tarik wisata, tetapi masih banyak juga hal – hal yang belum terekspos atau tersembunyi, salah duanya adalah potensi kerajinan dan kuliner yang kaya di DIY, hal ini perlu disikapi dengan memberikan wadah bagi daya tarik tersebut untuk dikembangkan.

Potensi wisata dan pasar menjadi latar belakang dibutuhkannya obyek wisata yang dapat mengintegrasikan kedua potensi tersebut, sehingga memaksimalkan potensi wisata DIY dengan menciptakan pasar yang berbasis wisata, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dengan tujuan berbelanja, berwisata atau keduanya. Hal tersebut juga sesuai dengan visi misi DIY, yang didukung dengan arsitektural khas DIY sebagai sebuah apresiasi dan nilai yang lebih terhadap budaya dan wisata Yogyakarta.



Gambar 1. 3 Hasil penelitian yang menganalisis belanja wisatawan Yogyakarta 2020

Sumber : Pariwisata.jogjakota.go.id



Gambar 1. 4 Persentase Daya tarik wisata Yogyakarta

Sumber : Pariwisata.jogjakota.go.id

Dari banyaknya potensi wisata di DIY, berikut tinjauan data hasil analisis belanja wisatawan kota Yogyakarta (2021), dari 100 wisatawan yang datang berkunjung ke D.I.Yogyakarta 50% bertujuan untuk berlibur, dan dari gambar 1.4 menunjukkan minat wisatawan yang berlibur yaitu 49,5% wisata budaya dan 50,5% adalah wisata buatan. Disimpulkan bahwa wisata budaya dan wisata buatan sama – sama memiliki daya tarik bagi wisatawan yang berlibur, sehingga jika kedua fungsi tersebut digabungkan dalam pasar wisata diharapkan dapat mawadahi minat setiap wisatawan yang datang ke DIYogyakarta.

1.2 Isu/ Permasalahan/ Fokus

Pasar menjadi salah satu tujuan akhir bagi wisatawan, berbelanja atau hanya berjalan – jalan terutama di daerah wisata seperti Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar merupakan destinasi populer di DIY, Pasar Brinjarjo yang berlokasi di kawasan Malioboro memiliki nilai historis dan filosofi yang melekat dengan Keraton Yogyakarta, Pasar Legi Kotagede yang merupakan pasar tertua di Yogyakarta, Pasar Seni Gabusan yang menjual beraneka ragam barang bernilai seni.

Berbagai macam pasar yang ada di Yogyakarta membuat wisatawan tidak akan bosan, saat ini essensi pasar di DIY hanyalah pasar tradisional yang menjual barang dan jasa, sehingga bagi wisatawan yang datang untuk berwisata saja akan jarang pergi ke pasar tradisional, salah satu pasar di DIY yang menjual barang dan jasa tetapi memiliki fungsi wisata adalah pasar seni gabusan yang menjual barang seni tetapi kurang diminati, sehingga ditambahkan beberapa fasilitas rekreasi seperti bianglala, komedi putar dan sebagainya namun masih tidak dapat berjalan dikarenakan ketidak sesuaian antara fungsi jual beli barang seni (yang dinilai klenik) dengan fungsi rekreasi yang mengarah untuk anak – anak, sehingga terjadi kesenjangan dan pasar seni dan wisata Gabusan tidak dapat berjalan sesuai dengan target. Selain itu lahan bersebelahan dengan kawasan pemakaman menjadi kurang sesuai dengan fungsi wisata, sejak tahun 2006 hingga 2019 banyak pedagang yang mengeluh dikarenakan sepi pengunjung yang datang, revitalisasi sudah dilakukan berkali – kali tetapi pasar seni tetap tidak berjalan sesuai dengan target.

Berdasarkan latar belakang dan isu yang berkembang dibutuhkan rencana yang matang dalam pembangunan sebuah Pasar Wisata terutama dengan jual beli dan wisata, diperlukan penataan yang tepat sehingga permasalahan serupa tidak terjadi lagi yang

diharapkan dapat membantu menjadi wadah promosi potensi wisata DIY dan meningkatkan pendapatan warga maupun daerah. Sebagai pasar wisata bukan hanya memiliki fungsi ekonomi tetapi juga sosial, kebudayaan sehingga menjadi daya tarik, unik, indah dan banyak didatangi sebagai salah satu destinasi wisata di D.I.Yogyakarta.

1.3 Pernyataan Masalah

Dalam mendesain dan merancang Pasar Wisata di D.I.Yogyakarta terdapat beberapa permasalahan desain sebagai berikut:

- a. Bagaimana menciptakan tata ruang sebuah Pasar Wisata di D.I.Yogyakarta dengan fungsi utama sebagai tempat jual-beli berbagai produk kerajinan dan kuliner khas DIY, juga sebagai fungsi rekreasi dan sosial?
- b. Bagaimana merancang struktur bangunan Pasar Wisata di DIYogyakarta yang terletak dilahan berkontur landai sehingga menjadi nilai *plus* bagi bangunan ?
- c. Bagaimana merancang bentuk bangunan dan façade Pasar Wisata di D.I.Yogyakarta dengan pendekatan Neo-Vernakular yang memiliki unsur kelokalitasan budaya sekitar sehingga menjadi ikon daerah ?

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat, didapatkan tujuan dan harapan yang akan dicapai:

1. Mengkaji kerajinan dan kuliner apa saja yang ada di DIYogyakarta yang akan ada di dalam Pasar Wisata sehingga menjadi one stop market kerajinan dan kuliner DIY.
2. Menciptakan pasar berbasis wisata dengan adanya kegiatan rekreasi seni dan pertunjukan.
3. Menciptakan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan bagi pengguna yang disesuaikan dengan upaya pemerintah dalam pariwisata Indonesia.
4. Memberikan nilai fungsi lebih bagi Pasar Wisata di DIYogyakarta dengan kelokalitasan dan nilai – nilai budaya jawa yang disesuaikan dengan perkembangan zaman modern yang diwujudkan dalam arsitektural bangunan Pasar Wisata.

1.5 Manfaat

Harapan kedepan dengan adanya perancangan Pasar Wisata di D.I Yogyakarta dapat menjadi sebuah jawaban bagi masyarakat agar dapat mendorong pembangunan daerah dan pemberdayaan masyarakatnya dengan menambahkan fungsi rekreasi dan edukasi yang dikemas dengan arsitektural berwawasan budaya dan menghadirkan unsur lokalitas serta merespon alam, sehingga dapat menambah masa *stay* bagi wisatawan yang saat ini berfokus pada wisatawan lokal, dan diharapkan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan wisata yang akan datang.

1.6 Orisinalitas

Berdasarkan dari kajian beberapa jurnal, skripsi, tesis, dan artikel yang terkait dengan judul yang penulis ambil :

Tabel 1. 1 Orisinalitas dari Topik yang diangkat penulis

No	Judul Penelitian, Topik /pendekatan yang diangkat	Persamaan , Perbedaan	Nama Penulis, Institusi	Orisinalitas Penelitian
1	Pasar Wisata Budaya di Solo	Pasar Wisata, Berada di Solo dan dengan Pendekatan Arsitektur Jawa	Umami Salamah M, Universitas Sebelas Maret	Pasar Wisata yang mengakomodasi budaya di Solo dan menggunakan pendekatan Vernakular yaitu arsitektur Jawa
2	Pasar Wisata Sarana Promosi, Penjualan Produk Kerajinan dan Rekreasi Penekanan Pada Sirkulasi dan Tata Ruang Dengan	Pasar Wisata yang menjadi wadah jual beli dengan suasana rekreatif,	Budi Nurcahyadi, Univesitas Islam Indonesia	Pasar Wisata yang mengakomodasi produk kerajinan di Kabupaten Cimahi

	Suasana Rekreatif di kab Ciamis			
3	Pasar Wisata di DIYogyakarta dengan pendekatan Neo- Vernakular	Pendekatan Neo – Vernakular	Natalia Purnama Setiawan, Universitas Khatolik Soegijapranata	Pasar yang mengakomodasi produk kerajinan dan kuliner DIY dengan fungsi tambahan yaitu rekreasi di DIYogyakarta

Sumber : Analisa Pribadi, 2022

Dari tabel Orisinalitas, perbedaan terletak pada fungsi yang diakomodasi oleh setiap pasar wisata .Dengan pendekatan yang sama yaitu Neo – Vernakular tetapi daerah yang dituju berbeda – beda sehingga akan memunculkan perbedaaan desain dan perancangan.

