

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Deskripsi Judul

Judul dari laporan Dasar Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (DP3A) diambil dari beberapa permasalahan yang ada di lapangan dengan judul **Penataan Kembali Pasar Wisata Tawangmangu sebagai Ikon Wisata di Tawangmangu**. Adapun pengertian judul tersebut yaitu:

Penataan Kembali	Proses menyusun, mengatur, membenahi untuk mengembalikan ke kondisi sebelumnya atau ke kondisi yang lebih baik. (Wibowo, 2011)
Pasar Wisata	Suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli yang didalamnya terjadi transaksi jual beli tetapi letaknya berada di Daerah Tujuan Wisata (DWT). (INTANPARI, 2009)
Tawangmangu	Tawangmangu adalah sebuah kecamatan yang berada di bawah lereng Gunung Lawu, kawasan Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah dan berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Timur.
Ikon	Ikon merupakan suatu ciri khas yang menandakan suatu hal biasanya berupa tugu, monumen, atau tempat wisata yang menjadi ciri khas suatu daerah. (Elpi, 2023)
Wisata	Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan)

Berdasarkan pejabaran pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa **‘Penataan Kembali Pasar Wisata Tawangmangu sebagai Ikon Wisata di**

Tawangmangu' adalah proses mengatur atau menyusun kembali Pasar Wisata Tawangmangu sebagai sebuah tempat bertemunya penjual dan pembeli sekaligus sebagai ikon dari ciri khas Daerah Tujuan Wisata (DWT) di Tawangmangu yang dapat menjadi tempat tujuan sebagian atau sekelompok orang untuk berekreasi sambil melakukan transaksi jual beli.

1.2 Latar Belakang

1.2.1 Keberadaan Pasar di Indonesia

Dilansir dari Siaran Pers Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (www.kemendag.go.id), sektor perdagangan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. Laju pertumbuhan ekonomi pada tahun 2022 mencapai 5,3% dan lebih tinggi 3,2% dibandingkan rata-rata pertumbuhan ekonomi global (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2023).

Secara umum sektor perdagangan sendiri tidak bisa lepas dengan keberadaan sebuah *marketplace* atau pasar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2020) pada tahun 2019, jumlah pasar di Indonesia secara keseluruhan adalah 17.586 yang mana 15.657 merupakan pasar tradisional. Jumlah tersebut terus bertambah sekitar 1.475 pasar atau 10,4% dibanding dengan tahun sebelumnya.

Pasar sebagai sebuah ruang publik yang berperan penting dalam kegiatan jual beli barang, keberadaannya menjadi hal yang cukup penting. Dimana pasar sendiri mampu menjadi tempat pergerakan roda perekonomian masyarakat. Hal ini dimaksudkan bahwa pasar menjadi sebuah tempat perputaran mata uang melalui sebuah kegiatan berupa transaksi.

1.2.2 Potensi Pasar Sebagai Daya Tarik Wisata

Sektor Pariwisata adalah sektor yang berkembang cukup pesat. Menurut World Tourism Organization (UNWTO) & Netherlands

Development Organization (SNV) (2010) “*Tourism is one of the strongest drivers of world trade and prosperity*”, mengartikan bahwa pariwisata merupakan salah satu penggerak terkuat dalam sektor perdagangan dunia dan kemakmuran. Hal ini sejalan dengan data *Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)* dalam laporan *Tourism Trends and Policies 2022* menyebutkan bahwa sektor pariwisata menyumbang 5,0 % terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2019. Data tersebut membuktikan bahwa sektor pariwisata Indonesia menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi perekonomian (mediakeuangan.kemenkeu.go.id).

Sektor pariwisata ini sebenarnya tidak melulu mengenai destinasi alam. Destinasi buatan seperti halnya pasar juga mampu menjadi sektor pendukung dari sebuah pariwisata. Keberadaan pasar yang sama-sama bergerak di bidang perekonomian seperti pariwisata, memberikan peluang yang cukup menjanjikan dan berpotensi menjadi daya tarik wisata. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik berupa keunikan, kemudahan, keanekaragaman kekayaan alam, budaya, nilai sosial dan hasil buatan manusia dan nilai yang menjadi keinginan wisatawan untuk datang ke suatu destinasi.

Dimana pada dasarnya, selain sebagai kegiatan transaksi jual beli barang dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pasar juga bisa menjadi tempat tujuan destinasi wisata baru dengan konsep pasar wisata. Konsep pasar wisata ini memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin merasakan destinasi wisata dengan nuansa berbeda.

1.2.3 Pasar Tawangmangu sebagai Pasar Tradisional Berbasis Wisata

Kecamatan Tawangmangu adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Karanganyar yang terkenal dengan pesona wisata alamnya. Keberadaan

kecamatan ini cukup strategis yaitu berada di jalur perbatasan lintas provinsi, Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Pesona alam dengan nuansa pegunungan dan perbukitan beriklim sejuk menjadi salah satu daya tarik wisatawan. Selain pesona alam yang indah Tawangmangu merupakan salah satu daerah yang populer dengan hasil produksi pertanian dan perkebunannya dengan komoditas utamanya sayur-mayur, buah-buahan, dan tanaman hias. Hasil pertanian dan perkebunan ini didistribusikan ke beberapa daerah di Tawangmangu bahkan di sekitar kecamatan Tawangmangu. Salah satunya yaitu pasar tradisional yang berada di Tawangmangu, Pasar Wisata Tawangmangu.

Pasar Wisata Tawangmangu merupakan sebuah pasar tradisional yang sudah berdiri sejak tahun 1979, dimana telah melalui beberapa kali revitalisasi dan terakhir pada tahun 2008. Pasar ini menjadi pusat perdagangan di kawasan tersebut. Sejalan dengan perkembangan wisata alam di sekitarnya, Pasar Wisata Tawangmangu yang semula hanya sebuah pasar tradisional yang kumuh dan tidak tertata, kini berkembang menjadi salah satu tempat destinasi bagi para wisatawan untuk sekadar berkunjung dan berjajak kuliner serta oleh-oleh khas Tawangmangu.

Pasar yang berbasis wisata ini terus berkembang hingga saat ini, dan dikenal luas dengan sebutan Pasar Wisata Tawangmangu. Seiring berjalannya waktu, bangunan pasar ini sudah terlihat mulai terkikis usia. Pertambahan jumlah pedagang yang tidak sejajar dengan luasnya pasar membuat pasar terkesan kurang tertata dan memperburuk sirkulasi. Dimana jika hal tersebut terjadi terus menerus dan tidak ada tindakan dari pemerintah, permasalahan ini dapat mengurangi minat dan daya tarik masyarakat untuk berkunjung.

Ditambah lagi, dengan status pasar sebagai pasar wisata, yang mana memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata dan perdagangan memberikan keuntungan tersendiri bagi daerah sekitar, seperti sebagai

tempat pergerakan perekonomian daerah dan menjadi ajang memperkenalkan kearifan lokal. Pengenalan kearifan lokal ini dapat diterapkan melalui penonjolan ciri khas atau karakteristik daerah yang diterjemahkan ke dalam bentuk dan tatanan bangunan. Sehingga dengan mengangkat ciri khas dari daerah tersebut, pasar wisata ini selain sebagai tempat jual beli, diharapkan dapat menjadi ikon wisata di Tawangmangu. Sehingga akan sangat disayangkan jika tidak dikembangkan dengan baik.

Dengan demikian penataan kembali Pasar Wisata Tawangmangu sebagai sebuah ikon wisata di Tawangmangu perlu dilakukan guna mempertahankan pesona pasar tradisional berbasis wisata serta lebih meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menata kembali sebuah pasar tradisional yang berbasis wisata dengan menerapkan potensi lokal (material, bentuk, dll) yang selaras dengan identitas lingkungan setempat sehingga mampu menjadikannya ikon wisata dan mampu menarik wisatawan?
2. Bagaimana menata ruang yang sesuai, nyaman, dan memiliki daya fleksibilitas sehingga dapat menyelesaikan ketidakberaturan dan sirkulasi, serta mampu mewadahi kegiatan penggunanya secara keseluruhan?

1.4 Tujuan dan Sasaran

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari perancangan dan perencanaan ini berupa:

1. Menata kembali sebuah pasar tradisional yang berbasis wisata dengan menerapkan potensi lokal (material, bentuk, dll) yang

selaras dengan identitas lingkungan setempat sehingga mampu menjadikannya ikon wisata dan mampu menarik wisatawan

2. Menata ruang yang sesuai, nyaman, dan memiliki daya fleksibilitas sehingga dapat menyelesaikan ketidakberaturan dan sirkulasi, serta mampu mewadahi kegiatan penggunanya secara keseluruhan.

1.4.2 Sasaran

Sasarannya sendiri yaitu

1. Menghasilkan konsep penataan kembali pasar tradisional berbasis wisata yang dapat menjadi sebuah ikon wisata di kawasan tersebut dengan mengangkat karakteristik dan ciri khas daerah.
2. Menghasilkan konsep penataan ruang yang dapat mewadahi seluruh kegiatan pengguna.

1.5 Lingkup dan Batasan Pembahasan

1.5.1 Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan berfokus pada topik perencanaan penataan kembali Pasar Wisata Tawangmangu yang memberikan kenyamanan dan kemudahan akses sirkulasi yang efektif bagi pengguna. Serta menjadikan Pasar Tawangmangu sebagai ikon wisata di Kabupaten Karanganyar dalam lingkup disiplin ilmu arsitektur.

1.5.2 Batasan Pembahasan

Batasan pembahasan berupa pembahasan mengenai penataan kembali pasar tradisional yang berbasis wisata sebagai ikon wisata di Tawangmangu yang merepresentasikan karakteristik daerah melalui penerapan desain tampilan bangunan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan pengguna.

1.6 Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif ini memberikan gambaran yang detail tentang objek studi perancangan melalui analisa yang sistematis dan aktual berdasarkan pengamatan langsung saat pengumpulan data di lapangan.

Pengumpulan data-data ini dilakukan dengan cara, antara lain:

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Observasi Langsung di Lapangan

Observasi dilakukan di Pasar Wisata Tawangamau dengan mengamati kegiatan pengguna, pola tata ruang, serta pola sirkulasi aktivitas pengguna yang berada pada pasar tersebut. Observasi juga dilakukan di sekitar Pasar Tradisional Tawangmangu untuk memperoleh data mengenai kondisi fisik lingkungan yang akan diangkat menjadi suatu identitas perancangan.

2. Studi Banding

Studi banding dilakukan dengan mengidentifikasi beberapa pasar terutama pasar yang berbasis wisata atau yang sering menjadi tujuan wisata serta memiliki sistem pola tata ruang dan sirkulasi yang efektif dalam mendukung perencanaan, baik meninjau secara langsung maupun tidak langsung.

3. Studi Literatur

Mencari data dari beberapa sumber sebagai standar dan pedoman dalam perancangan yang berkaitan dengan pendekatan atau topik yang akan digunakan.

1.6.2 Analisa

Dari seluruh data hasil observasi, studi banding, dan studi literatur yang diperoleh dilakukan pengolahan dan pengidentifikasian data sesuai dengan permasalahan yang ada.

1.6.3 Sintesis

Hasil dari analisis data ditarik kesimpulan atau sintesis yang dapat dijadikan acuan serta dalam pembuatan konsep perancangan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian Pendahuluan berisi mengenai deskripsi judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan pembahasan, metode pembahasan, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian tinjauan pustaka berisi mengenai teori dan studi literatur yang berupa pasar wisata, ikon wisata, dan studi banding.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI

Bagian gambaran umum berisi jabaran yang berkaitan dengan data lokasi Pasar Wisata Tawangmangu baik dari secara fisik maupun non fisik, serta evaluasi purna huni.

BAB IV ANALISA PENDEKATAN DAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Bagian ini berisi mengenai data-data serta analisa konsep site baik secara makro maupun mikro yang berupa analisa dan konsep site, analisa dan konsep ruang, analisa dan konsep massa, analisa dan konsep tampilan (interior dan eksterior), analisa dan konsep struktur, analisa dan konsep utilitas, serta analisa dan konsep penekanan arsitektur.