



ABSTRAK

Ekonomi Kreatif memiliki potensi besar menjadi kekuatan ekonomi baru karena sifatnya yang tidak memerlukan modal yang terlalu besar dan subsidi dari Pemerintah. Salah satu subsektor pada Ekonomi Kreatif adalah kerajinan. Kerajinan merupakan produk yang dihasilkan dari proses manual dan berasal dari ide desain pengrajin serta memiliki nilai seni yang tinggi. Pasar kerajinan di Indonesia khususnya Kota Yogyakarta berkembang secara pesat. Sayangnya, PDRB dan nilai ekspor Yogyakarta pada subsektor kerajinan masih dibawah daerah lain. Padahal, Yogyakarta memiliki modal cukup besar berupa nilai budaya dan seni yang telah ada sejak zaman dahulu. Oleh karena itu, Pasar Kerajinan sebagai bangunan retail bertujuan untuk menjadi media promosi kerajinan di Yogyakarta. Terdapat tiga masalah utama yang diangkat pada perancangan ini, antara lain (1) Bagaimana menciptakan ruang yang atraktif untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan kepada masyarakat kota, (2) Bagaimana hubungan ruang dalam dan ruang luar (lanskap) dapat merespon kepadatan kota dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung, (3) Bagaimana menciptakan sirkulasi yang efektif dan memberikan kenyamanan ruang. Dari rumusan permasalahan tersebut, maka dipilihlah konsep *Craft Market as an Urban Park Retail* yang diterapkan ke dalam beberapa transformasi ide. (1) *Attractive Form and Experience*, (2) *Open Public Space Oriented Design*, (3) *Pedestrian Oriented Design*.

ABSTRACT

Creative Economy has great potential to become a new economic power because of its character which does not need too many funds and subsidies from the Government. One of the sub-sectors of the Creative Economy is craft. Craft is made from a manual process and comes from a craftsman's design idea and has high artistic value. The handicraft market in Indonesia, especially Yogyakarta City, is growing rapidly. Unfortunately, the GRDP and the export value of Yogyakarta in the craft sub-sector are still below other regions. In fact, Yogyakarta has many assets in the form of cultural and artistic values that have existed since ancient times. Therefore, craft market as a retail building aims to become a media for promotional crafts in Yogyakarta. There are three main problems raised in this design, including (1) How to create attractive spaces to increase sales of handicraft products to urban communities, (2) How can the relationship between inner and outer space (landscape) respond to population density and provides comfort for visitors, (3) How to create effective circulation and provides space comfort. Concept 'Craft Market as an Urban Park' was chosen based on main problems.