

ABSTRAK

Industri gerabah, yang sering disebut dengan tembikar atau keramik, merupakan salah satu jenis usaha yang mampu bertahan bahkan berkembang dalam kondisi krisis saat ini sementara sekian banyak jenis usaha lain mengalami kemacetan bahkan kehancuran. Bagi Daerah Istimewa Yogyakarta, keberadaan industri gerabah khususnya di Kasongan telah menjadikan salah satu ciri khas wilayah ini dan salah satu komoditi unggulan Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal tidak saja karena mutu yang tinggi, desain yang variatif dan kualitas yang bagus, tetapi juga dari nilai eksportnya yang tinggi.

Kepala Desa Kasongan, Nangsib Muhhadi Suprojo mengatakan pada tahun 2015 ini, dari 1483 jiwa, hampir 95 persen warga Kasongan bekerja sebagai perajin gerabah. Dengan kegigihan dari para warga serta bantuan promosi dari pemerintah, kini hasil kerajinan tangan desa Kasongan telah terkenal dan di ekspor ke manca negara. Negara tujuan ekspor adalah Amerika, Eropa dan Australia. Komposisi ekspor bahkan sekarang lebih besar dari penjualan dalam negeri perbandingannya 60 persen ekspor sedangkan 40 persen dalam negeri.

Hingga saat ini, produk gerabah buatan Kasongan masih menjadi potensi wisata daerah Bantul. Menurut Suwarjo (2014), pada hari-hari kerja (Senin – Jumat), pengunjung Kasongan dapat mencapai 400 orang (sekitar 6 – 7 bus), sedangkan pada akhir minggu (Sabtu – Minggu) dapat mencapai 1500 pengunjung (sekitar 20 – 30 bus). Selain itu, kunjungan wisatawan yang datang ke Kasongan juga dipengaruhi oleh hari libur dan kunjungan *study tour* dari berbagai sekolah. Lonjakan wisatawan yang datang ke Kasongan biasanya terjadi pada bulan Februari, Maret, Oktober, dan juga November (Suwarjo, 2014).

Workshop yang terintegrasi dengan produksi akan menambah minat wisatawan untuk mencoba membuat produk gerabah yang lebih kompleks dan indah serta mampu menarik wisatawan untuk membeli dan memiliki gerabah baik dalam skala kecil maupun besar. Tidak hanya itu, pengolahan desain arsitektural juga merupakan poin penting yang dapat membedakan bangunan ini dengan fasilitas bangunan serupa yang sudah ada. Diharapkan dengan adanya fasilitas bangunan ini, mampu menarik wisatawan umum khususnya keluarga dan kelompok untuk berkunjung mempelajari dan mengeksplorasi seni gerabah sekaligus sebagai media promosi perusahaan secara pasif, serta berinteraksi dengan penduduk Kasongan dan mampu meningkatkan pemasukan sekitar.

Untuk itu penulis terpikir akan gagasan perancangan bangunan produksi gerabah yang tidak hanya sebagai produksi namun masyarakat luas dapat berwisata khususnya edukasi di dalamnya. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data primer, studi literatur, observasi, dan wawancara pada berbagai pihak. Kemudian dilakukan analisis data dan site untuk selanjutnya dibentuk konsep yang sesuai. Konsep desain dimaksudkan sebagai solusi permasalahan dari isu yang diangkat.

Kata kunci: gerabah, produksi, workshop, Kasongan

ABSTRACT

The pottery industry, often referred to as tembikar or ceramics, is one of the most sustainable businesses that are able to survive even under current crisis conditions while many other types of businesses experience congestion and even out of business. For the Special Region of Yogyakarta, the existence of the earthenware industry especially in Kasongan has made one of the hallmark of this region and one of the leading commodities of Special Region of Yogyakarta known not only because of its high quality, varied design and good quality but also from its high value export.

Head of Kasongan Village, Nangsib Muhhadi Suprojo said that in 2015, from 1483 people, almost 95 percent of Kasongan people work as pottery craftsmen. With the persistence of the residents as well as government promotion assistance, now the handicraft of Kasongan village has been well known and exported to foreign countries. Export destinations are America, Europe and Australia. The composition of exports is now even greater than domestic sales comparable to 60 percent of exports while 40 percent in the country.

Until now, Kasongan pottery products are still the tourism potential of Bantul. According to Suwarjo (2014), on working days (Monday - Friday), Kasongan visitors can reach 400 people (about 6 - 7 buses), while on weekends (Saturday - Sunday) can reach 1500 visitors (about 20 - 30 bus). In addition, tourist arrivals coming to Kasongan are also influenced by holidays and study tour visits from various schools. The surge of tourists who come to Kasongan usually occurs in February, March, October, and November (Suwarjo, 2014).

Workshops integrated with production will increase the interest of tourists to try to make pottery products more complex and beautiful and able to attract tourists to buy and have pottery both in small and large scale. Not only that, the processing of architectural design is also an important point that can distinguish this building with similar building facilities that already exist. It is expected that with this building facility, able to attract common tourists, especially families and groups to visit to learn and explore the art of pottery as well as a media promotion for company passively, and interact with Kasongan residents and able to increase the income around.

For that the authors thought of the idea of building design of pottery production not only as a production but also where people can tour especially educational tour in it. The method used is primary data collection, literature study, observation, and interviews on various parties. Then performed analysis of data and site for subsequently formed the appropriate concept. The design concept is intended as a solution to the problem of the issues raised.

Keywords: pottery, production, workshop, Kasongan