



BUKU SAKU

Pengenalan Kawasan Pusaka Niaga Indonesia



DIREKTORAT BINA TEKNIK PERMUKIMAN DAN PERUMAHAN



Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta
(sumber: koleksi pribadi)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
LATAR BELAKANG	2
TUJUAN PENGENALAN KPNI	3
PEMAHAMAN DASAR KPNI (D.O.P.E)	4
PENDEKATAN DESAIN	5
PENDEKATAN ORGANISASI	9
PENDEKATAN PROMOSI	14
PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI	18
LAMPIRAN	

LATAR BELAKANG

Dilatarbelakangi oleh sebuah "Pilot Program" berskala nasional di negara Amerika yang dinamakan "Main Street Program", sebuah program pengembangan ekonomi dalam konteks pelestarian pusaka yang diprakarsai oleh *Heritage Strategies International*, yang telah melibatkan 5 kota dalam setiap 6 negara bagian Amerika (1981-1985), dimana saat ini, keberhasilannya telah mencapai 2500 komunitas "Main Street" pada negara-negara di dunia. Program "Main Street" dijalankan melalui 4 (empat) pendekatan, yaitu: organisasi, promosi, desain dan vitalitas ekonomi; yang keempatnya perlu dilakukan secara komprehensif dan digali dari karakter masing-masing kawasan.

APA ITU KAWASAN PUSAKA NIAGA INDONESIA (KPNi)?

Sementara itu, nama Kawasan Pusaka Niaga Indonesia (KPNi) sendiri lahir dari salah satu butir kesepakatan bersama antara para fasilitator dan peserta, dalam sebuah kegiatan "International Masterclass of Introduction to Main Street" yang baru pertama diadakan di Indonesia, tepatnya di Kota Yogyakarta, pada tanggal 17-21 September 2023. KPNi merupakan sebuah embrio dari pendekatan "Main Street" yang dapat diimplementasikan pada kawasan-kawasan pusaka niaga yang telah tumbuh dan berkembang selama ini pada kota-kota pusaka di Indonesia.



Pada tahun 1977-1980, sebuah eksperimen pendekatan *Main Street* diimplementasikan pada 3 kota kecil di barat Amerika yaitu: Galesburg-Illinois (gambar kiri atas), Hot Springs-South Dakota (gambar kanan atas) dan Madison-Indiana (gambar samping kanan).

(Sumber: *Heritage Strategies International*, "Indonesia Meets Main Street Masterclass", 2023)



TUJUAN PENGENALAN KPNI

Ada banyak Kota-kota dengan tematik Pusaka Indonesia memiliki kawasan-kawasan dengan fungsi niaga didalamnya, yang telah tumbuh dan berkembang sejak dulu hingga sekarang.

Selama ini belum ada pendekatan yang digunakan, yang dapat terukur, untuk menilai keberhasilan kawasan-kawasan ini sebagai Kawasan Pusaka berbasis Niaga di Indonesia.

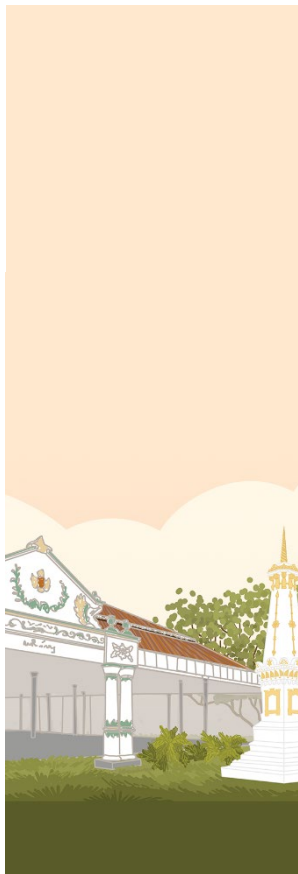
KPNI merupakan adopsi pendekatan dari program "**Main Street**" yang selama 40 tahun telah diterapkan di Amerika Serikat.

Kawasan Pusaka Niaga Indonesia memiliki 4 prinsip yang selaras namun lebih sederhana jika dibandingkan dengan 8 instrumen Kota Pusaka yang lebih dulu diperkenalkan Kementerian PUPR melalui Program Penataan dan Pelestarian Kota Pusaka (P3KP).

KPNI merupakan pendekatan sistematis untuk menggunakan bangunan pusaka sebagai dasar revitalisasi kawasan niaga. KPNI selama ini telah menjadi bentuk pembangunan ekonomi yang paling hemat biaya di Amerika Serikat. Contoh penerapannya seperti di Kota Boston, Philadelphia, Baltimore, Chicago, Washington, dan banyak lagi.

Di Inggris pendekatan ini dikenal sebagai *High Street*, Amerika Latin sebagai *Calle Principal*, India sebagai *Commercial Street*, sementara di Belanda sinonim KPNI adalah *Hoofdstraat*.

KPNI dilaksanakan secara bertahap – pendekatan ini tidak menjanjikan perbaikan dan solusi instan. KPNI dibangun di atas aset yang ada dan bekerja melalui kemitraan dengan pemerintah daerah, pemilik bisnis dan properti, dan dengan organisasi lain.



PENGENALAN DASAR KPNI (D.O.P.E)

KPNI menggunakan 4 (empat) kekuatan nilai yang melatarbelakangi 4 (empat) pendekatan, seperti pada teori *Main Street*, yaitu: nilai sosial, nilai ekonomi, nilai politik dan nilai fisik. 4 (empat) nilai ini merupakan elemen dari pembangunan berkelanjutan, yang kemudian diadopsi menjadi 4 (empat) pendekatan, yaitu: nilai fisik untuk pendekatan desain, nilai politik untuk pendekatan organisasi, nilai sosial untuk pendekatan promosi, dan nilai ekonomi untuk pendekatan vitalitas ekonomi, (DOPE: *Design-Organization-Promotion-Economic Vitality*).

Pada pendekatan 'design', pendekatan yang dilakukan adalah soal pemahaman dan pendidikan pelestarian pusaka, bantuan arsitektur, ruang publik dan reviu desain. Pada pendekatan 'organisasi', KPNI akan memfokuskan pada pentingnya pembentukan dewan direksi, manajer program, pendanaan, komunikasi, manajemen dan sukarelawan untuk menjalankan kegiatan pada kawasan ini.

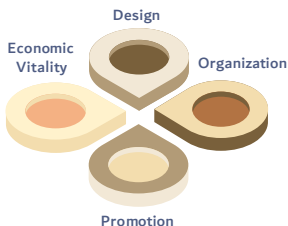
Pada pendekatan 'promosi', akan mengedepankan perihal periklanan, materi promosi, acara-acara khusus, festival dan promosi ritel untuk mendukung kegiatan ini. Sedangkan pada pendekatan 'vitalitas ekonomi', KPNI akan menggunakan survei pelanggan, retensi dan rekrutmen bisnis, bantuan teknikal dan insentif untuk meningkatkan nilai ekonomi kawasan.

Dalam pendekatan KPNI, seperti pada *Main Street*, soal otentisitas kawasan pusaka, keraguan akan konsep *adaptive reuse*, tidak menjadi pembahasan utama atau menjadi perdebatan yang sering dipersalahkan pada kawasan-kawasan pelestarian.

Fokus utama pendekatan KPNI adalah lebih kepada: penetapan standar-standar untuk konservasi, bagaimana menarik investasi untuk kawasan, memulihkan peraturan dan kebijakan kawasan serta membentuk kelompok komunitas dalam melakukan upaya bersama bagi pelestarian pusaka.

Seperti pada *Main Street*, KPNI akan merujuk pada 8 (delapan) prinsip, yaitu:

1. komprehensif/menyeluruh;
2. inkremental, melakukan langkah-langkah kecil secara bertahap;
3. pengembangan diri, dilakukan secara mandiri;
4. kerjasama;
5. identifikasi dan fokus pada aset eksisting;
6. kualitas;
7. perubahan;
8. implementasi.



"Menggambar D.O.P.E seperti helai benang dan ragam warna pada tenunan, yang perlu dianyam dengan kesabaran dan ketekunan, memerlukan waktu, agar menciptakan sebuah karya kain tenun yang indah, artistik dan bernilai jual tinggi".

PENDEKATAN DESAIN

Ada beberapa hal terkait desain yang mempengaruhi peningkatan kualitas fisik dan lingkungan yang berkelanjutan, diantaranya:

- bagaimana menciptakan ruang dengan fisik dan lingkungan yang aman dan nyaman (berkenaan dengan faktor fisik dan psikis manusia), memperhatikan faktor iklim setempat dan kaitkan dengan nilai keberlanjutan;
- berkaitan dengan nilai ekonomi: bagaimana menciptakan suasana nyaman dan aman, mengutamakan pejalan kaki, memperhatikan sirkulasi dan konektivitas, memperhatikan irama pada jalan dan bangunan, serta dampak visual;
- berkaitan dengan nilai sosial: bagaimana menciptakan ruang yang dapat digunakan bersama, untuk menghadirkan sebanyak mungkin kesempatan berinteraksi, sektor formal dan informal dapat bekerjasama, dan menghitung peluang;
- terkait dengan stakeholder pemerintah sebagai penentu kebijakan: yang mempengaruhi kebijakan dan rencana, perijinan dan proses, investasi publik, bagaimana membuat jalan yang benar jadi mudah dan yang salah jadi sulit;
- pentingnya panca indera kita digunakan dengan baik dan benar (*thinking-feeling-acting*).

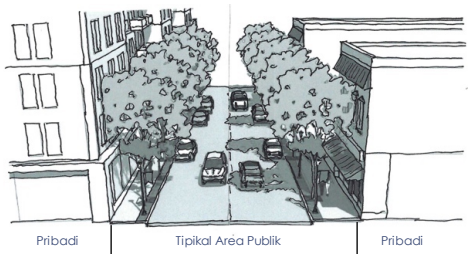
Dalam desain ruang kota, kita harus memahami area yang menjadi fokus desain atau disebut dengan amplop desain. Area tersebut terbagi kedalam kepemilikan pribadi dan ranah publik (ruang antara fasad).

(Sumber: Heritage Strategies International, "Indonesia Meets Main Street Masterclass", 2023)

Apa Saja Prinsip Pendekatan Desain KPNI?

Adapun prinsip pendekatan desain pada KPNI untuk menciptakan desain yang baik, yaitu diantaranya:

- menghargai konteks;
- menghargai dan mencerminkan budaya lokal dan karakteristik masyarakat setempat;
- desain dengan skala manusia, memberikan prioritas pada pejalan kaki;
- menyediakan konektivitas;
- menyediakan panduan untuk menolong orang menemukan jalannya (*wayfinding*);
- termasuk pemeliharaan kualitas ruang secara berkala;
- berfikir "hijau" (ramah lingkungan);
- memahami bahwa ini adalah desain yang baik dan benar adalah sebuah investasi.



PENDEKATAN DESAIN



Contoh Desain Area Publik
Memberi Dampak pada Desain
Area Pribadi, Desain dikaitkan
dengan Investasi Publik yang
dapat Mempengaruhi
Datangnya Investasi
Pribadi/Swasta

(Sumber: *Heritage Strategies International*, "Indonesia Meets Main Street Masterclass", 2023).

Sementara itu, beberapa prinsip dasar desain bangunan pada KPNI, yaitu diantaranya:

- pentingnya transparansi, kontinuitas dan ritme jalan;
- fasad-fasad bangunan menjadi dinding jalan;
- hindari pembongkaran untuk mempertahankan dinding jalan tersebut;
- rehabilitasi konservatif (tidak harus

melakukan restorasi bangunan ke masa konstruksinya);

- mendorong pemeliharaan rutin untuk melindungi sumber daya dan investasi sebelumnya.
- kompatibilitas, bukan imitasi;
- tujuan utama adalah bukan untuk menciptakan pemahaman yang salah tentang sejarah, namun untuk mendorong massa, bahan dan lainnya yang saling melengkapi.



Contoh Fasad-fasad pada Bangunan yang Menjadi Dinding Jalan serta Contoh Restorasi dengan Penyesuaian Fungsi Sekarang.

"As defined by the Department of the Interior, rehabilitation is: '... the process of returning a property to a state of utility, through repair or alteration, which makes possible an efficient contemporary use while preserving those portions and features of the property which are significant to its historic, architectural and cultural values'".

(Sumber: *Heritage Strategies International*, "Indonesia Meets Main Street Masterclass", 2023).

PENDEKATAN DESAIN STUDI KASUS

Studi kasus yang diambil adalah Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta. Kawasan ini masih banyak memiliki bangunan-bangunan tua yang dapat dijumpai pada bentuk arsitektur bangunan-bangunan sepanjang koridornya atau misalnya keberadaan *gate* pada layer ke-2 jalan ini. Keberadaan Pasar Ngasem dan Pemandian Tamansari yang berada di sekitar kawasan, menjadi magnet yang menyatukan kawasan menjadi kawasan pusaka niaga. Walaupun ada yang sudah beradaptasi menjadi fungsi baru, namun nafas kehidupan masyarakatnya masih dapat dirasakan nilai lokal nya, dan upaya konservasi masih menjadi prioritas kawasan ini.

Ada 4 (empat) langkah identifikasi yang perlu dilakukan terkait pendekatan desain pada Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem ini, yaitu diantaranya:

1. Identifikasi terhadap tantangan desain;
2. Identifikasi terhadap aset desain;
3. Identifikasi strategi untuk meningkatkan desain ruang publik;
4. identifikasi potensi insentif untuk mengatasi masalah desain bagi properti pribadi.

(Sumber: Dokumentasi Tim Peserta pada *International Masterclass of Introduction to Main Street, Yogyakarta, 2023*).



Terhadap tantangan desain beberapa identifikasi pada kawasan ini, diantaranya terkait: desain ruang pedestrian, parkir kendaraan, aktifitas pejalan kaki, penempatan signade, fasad bangunan, keberadaan aset desain, yang semua memerlukan penataan kembali dan perbaikan.

Terhadap aset desain kawasan ini diantaranya: keberadaan Gerbang Pasar Ngasem, Gerbang Jagasura, Pasar Ngasem

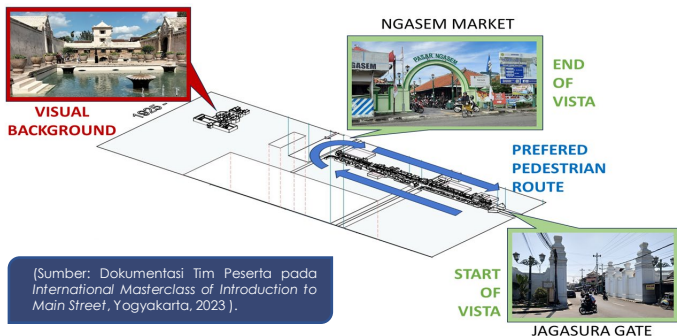
Deretan Pertokoan (bentuk bangunan, fasad), Gang-gang, Dinding Taman Sari sebagai latar kawasan.

Identifikasi strategi untuk meningkatkan desain ruang publik, diantaranya: menetapkan Panduan Desain Rancangan Kota yang disesuaikan dengan 'Paugeran Keraton' (peraturan keraton), memperbaiki kualitas ruang pedestrian serta mengusulkan kegiatan ekonomi baru yang mendukung karakter lokal.

PENDEKATAN DESAIN STUDI KASUS

Pada identifikasi potensi insentif untuk mengatasi masalah desain bagi properti pribadi, diantaranya: memberikan bantuan teknis bagi pemeliharaan dan peningkatan kualitas bangunan terutama milik pribadi, insentif pajak, kebutuhan dana pemeliharaan gedung, serta bantuan promosi terkait identitas bisnis kawasan ini.

Beberapa kesulitan yang mungkin perlu penyesuaian antara konsep *Main Street* pada Kawasan Pusaka Niaga di Indonesia, terutama terkait karakter sosial masyarakat yang memiliki lebih banyak aturan tidak tertulis, yang turut mempengaruhi pendekatan desain dalam KPNi.



Beberapa rekomendasi berdasarkan hasil identifikasi pendekatan desain pada Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta, diantaranya:

- sebagai agenda prioritas, perlu melakukan studi terhadap aset Jalan Ngasem yang melibatkan peran masyarakat setempat;
- sebagai agenda prioritas dan jangka pendek, berkolaborasi dengan pemerintah daerah (dinas kota dan keraton) untuk menetapkan Panduan Desain Rancang Kota (UDGL) resmi untuk Jalan Ngasem;
- mengembangkan kemitraan dengan ahli desain (para arsitek) untuk memberikan saran teknis desain dan membuat konsep desain dan gambar rancangan kawasan;
- mengusulkan proyek percontohan, revitalisasi *streetscape* Jalan Ngasem dengan mengadopsi konsep Jalan Woonerf;
- menetapkan rute wisata budaya (*heritage trail*) bagi wisatawan dengan keterlibatan masyarakat setempat;
- memperbaiki gerbang masuk Pasar Ngasem;
- mempromosikan desain universal pada jalur pejalan kaki dengan menyediakan blok pemandu, jalur landai yang aman, dan lainnya;
- sebagai agenda prioritas menerus hingga jangka panjang adalah melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan secara berkesinambungan.

PENDEKATAN ORGANISASI



Sumber gambar: adobomagazine.com

Indonesia merupakan negara multikultural dengan multi agama, suku, etnis, bahasa, dan kebudayaan. Keniscayaan tersebut tentu menjadi sebuah peluang sekaligus tantangan bagi organisasi agar dapat merangkul dan menyatukan keragaman dalam bingkai organisasi sehingga tujuannya dapat tercapai.

Kunci keberhasilan organisasi pada KPNi adalah sebagai berikut:

1. mulailah dari mana anda memulai;
2. kepemimpinan;
3. bangun keterlibatan;
4. buat struktur dan manajemen (*focus energy*);
5. *sidebar*: pentingnya kemitraan;
6. buat pernyataan misi yang jelas;
7. buat visi bersama;
8. dan mulailah bekerja.

Semua orang ingin sukses, namun sedikit yang berkeinginan untuk melakukan pekerjaan yang dibutuhkan.

Dalam kepemimpinan, perlu memilih pemimpin yang baik, yang mampu menyikapi keberagaman, menyatukan perbedaan dalam kesatuan. Beberapa kuncinya: satukan orang-orang yang ada, bangun kepercayaan, bertanggungjawab, yang pertama hadapi dan menjadi juru bicara serta tumbuhkan kepemimpinan.

Bangun keterlibatan dalam KPNi dengan siapapun: pemilik properti, *pedagang*, pemilik bisnis, Pemerintah baik pusat dan daerah, KADIN, *Business Leadership*, pelaku pariwisata (*tourism group*), organisasi/komunitas pelestarian budaya, pelaku seni, pengelola fasilitas umum, akademisi (sekolah, universitas), institusi keagamaan, masyarakat, pengelola hotel, restoran, *café*, dan lainnya.

Dalam membuat struktur dan manajemen (*focus energy*), beberapa hal perlu lakukan:

- a. bentuk panitia khusus dan informal;
- b. resmikan/formalkan dengan prakarsa: pemerintah, komunitas/NGO, akademisi, swasta.
- c. hybrid – Public and Private Partnership (Pemerintah, komunitas, akademisi, swasta).

PENDEKATAN ORGANISASI

Beberapa pertanyaan kunci yang perlu dijawab dan disusun dalam membentuk organisasi dalam KPNI adalah:

- berapa banyak yang harus ada didalam tim?
- dari mana pendanaan didapat?
- bagaimana bangun tim dengan strategi, yang siap luncur seperti roket;
- bagaimana susun investasi dalam membangun manajemen yang profesional.

Dalam proses memilih manajer, harus berdasarkan: orang yang ditunjuk, menerima posisi *full time*, digaji (bukan sukarelawan), memiliki ketrampilan baik, energik, bekerja mandiri namun juga memberi arahan.

Dalam kemitraan, perlu memahami karakter masing-masing sektor. Upaya terbaik jangka panjang adalah dengan memanfaatkan kekuatan masing-masing sektor.



Dokumentasi Komunitas **Skelas** dalam Kegiatan BeSelo-Bebual Semangat Lokal dalam "Gotong Royong Membangun Usaha Lestari di Siak", membangun kemitraan, memanfaatkan kekuatan masing-masing sektor (Sumber: Skelas.org, 2024).

Dalam membuat pernyataan misi yang jelas, perlu beberapa pertanyaan kunci terkait hal: apa yang anda lakukan, bagaimana anda melakukannya, mengapa anda melakukannya.

Susun visi bersama dengan menekankan pada: visi yang berorientasi masa depan, harus dapat dikembangkan secara luas, perlu upaya sungguh-sungguh dalam melibatkan orang, kepemilikan menjadi penting karena mempengaruhi dukungan, biarkan berkembang seiring berjalannya waktu dan buat strategi.



Terakhir, mulailah bekerja dengan mengembangkan rencana kerja yang strategis, dengan:

- melakukan test kunci: apakah sudah sesuai dengan misi dan apakah sudah membantu mencapai visi?;
- mengorganisir tim D.O.P.E: Komite Eksekutif, Tim Desain, Tim Promosi dan Tim Vitalitas Ekonomi;
- buat rencana jangka pendek, menengah, panjang;
- buat tujuan, sasaran dan strategi;
- tentukan target *deadline* dan penanggungjawab.

Tugas Komite Eksekutif: mencari pekerja, bertanggungjawab dalam pengawasan manajemen, membangun tim. Sementara tugas Tim Desain-Promosi-Vitalitas Ekonomi, agar disesuaikan dengan bidang masing-masing.

PENDEKATAN ORGANISASI

Skelas (Sentra Kreatif Lestari Siak) merupakan pusat inkubasi yang diinisiasi oleh orang muda Kabupaten Siak untuk meningkatkan ekonomi masyarakat lewat solusi kreatif yang berbasis Ekonomi Lestari serta Pelestarian Budaya Lokal (<https://skelas.org>)

Skelas (Sentra Kreatif Lestari Siak) yang berfokus pada inovasi pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Siak melalui ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal. Skelas menyediakan platform bagi kaum muda dan UMKM untuk mengembangkan potensi ekonomi berbasis keberlanjutan lingkungan. Mereka menjalankan program seperti inkubasi bisnis lokal, riset pasar, serta menyediakan akses promosi bagi UMKM setempat. Salah satu inisiatif mereka adalah program KUBISA (Inkubasi Bisnis Lestari Siak), yang membantu UMKM lokal dalam membangun bisnis berkelanjutan (Skelas)(Kawan).

Hubungannya dengan KPNI (Kemitraan Pemerintah dan Non-Pemerintah Indonesia) adalah pada aspek gotong-rojong dan kolaborasi lintas sektor untuk mendukung pemulihan ekonomi melalui pengembangan ekonomi lestari di tingkat lokal. Skelas berkolaborasi dengan berbagai pihak termasuk komunitas lokal dan pemerintah untuk menciptakan dampak sosial yang positif(The David and Lucile Packard Foundation).

Sumber gambar: detiknews86.com



PENDEKATAN ORGANISASI

STUDI KASUS

Masih menggunakan studi kasus Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta, yang memiliki keragaman karakter sosial masyarakatnya. Pada identifikasi keterlibatan *stakeholder* di kawasan ini, terdapat: masyarakat lokal yang berkegiatan langsung pada kawasan ini, ada RT, RW dan POKDARWIS, pemilik bangunan dan/ atau penyewa toko sepanjang Jalan Ngasem dan Pasar Ngasem dengan kegiatan perniagaannya. Sementara dari kelompok penentu kebijakan terdapat: pihak Keraton Yogyakarta, *Cosmological Axis Management Unit*, Kantor Perdagangan atau asosiasi yang berkaitan dengan kegiatan perniagaan, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah terkait.



Karakter organisasi pada Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem ini lebih kepada organisasi berbasis masyarakat. Hal ini menjadi nilai lebih bagi kawasan karena memang lebih baik diorganisir oleh masyarakat setempat yang memahami masalah, mengerti tujuan dan melayani setiap kebutuhan *stakeholder*.

Tantangannya dalam organisasi di kawasan ini adalah:

- menyatukan perbedaan agenda menuju tujuan akhir bersama, yaitu kesejahteraan dan mendapatkan keuntungan bagi semua pihak;
- paradigma masyarakat yang masih selalu mencari peluang hibah dari pemerintah;
- niat dan keinginan yang masih rendah dari masyarakat untuk mau terlibat langsung dalam organisasi setempat;
- menemukan orang yang tepat, yang sanggup memulai inisiatif pembentukan organisasi berbasis masyarakat ini.

Agar berbagai tantangan dapat teratasi maka dibutuhkan:

- menganjurkan masyarakat lokal terutama yang berkegiatan di kawasan ini untuk mau terlibat aktif dalam organisasi yang dibentuk, baik oleh pemerintah, NGO, sekolah/ universitas/ akademisi, dan Kesultanan Yogyakarta;
- mulai memperkenalkan konsep mandiri dan keterlibatan desain dalam penyelesaian berbagai masalah;
- saling berbagi ide terutama untuk kegiatan perniagaan di kawasan pusaka tersebut, khususnya kepada anggota masyarakat yang berpotensi serta mempelajari contoh-contoh aplikasi terbaik dari seluruh dunia;
- mengadakan kegiatan-kegiatan diskusi yang melibatkan seluruh masyarakat setempat dan berbagai *stakeholder* yang ada.

PENDEKATAN ORGANISASI

STUDI KASUS



Beberapa rekomendasi berdasarkan hasil identifikasi pendekatan organisasi pada Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta, diantaranya:

- sebagai agenda prioritas, perlu mengembangkan organisasi dari yang sudah ada, menyesuaikan dengan kondisi dan karakter masyarakat setempat dengan pelibatan berbagai pihak;
- sebagai agenda prioritas, juga perlu memetakan aset potensial kawasan, baik fisik dan kegiatan menarik yang dapat dikembangkan;
- buat struktur manajemen khusus Jalan Ngasem;
- cari dan pekerjakan seorang manajer untuk mengelola manajemen tersebut.
- buat FGD dengan melibatkan berbagai stakeholder yang ada, termasuk masyarakat lokal dan tokoh masyarakat, guna memetakan isu dan menyusun tujuan secara bersama;
- kembangkan program-program KPNI kawasan ini dan kawasan sekitarnya;
- lakukan konsultasi program-program KPNI ini secara intens terutama pada *Cosmological Axis Management Unit*, agar tidak mengganggu nilai universal yang telah ditetapkan dunia;
- lakukan pengembangan program-program KPNI kepada setiap anggota baru dan *capacity building* untuk anggota yang ada;
- selalu lakukan evaluasi dalam setiap aspek termasuk performa manajemen.

PENDEKATAN PROMOSI

Apa itu Promosi?

Promosi dapat diartikan:

- menjual citra positif dan menonjolkan karakter unik;
- mengubah cara pandang masyarakat terhadap kawasan (komersial);
- menciptakan kenangan dan asosiasi positif;
- membangun daya tarik yang membuat orang-orang ingin menjadi bagiannya;
- mengomunikasikan nilai penting/ atribut penting/OUV;
- f. mengomunikasikan ekspresi budaya yang hidup di dalam bangunan dan/ atau kawasan pusaka.

Tanggung jawab Komite/Tim Promosi ialah diantaranya: identifikasi dan kurasi aset di pusat kota, memahami pasar ceruk/niche/minat khusus kawasan, membuat program/acara dan kampanye untuk mendatangkan orang (keramaian), memberikan bantuan teknis, menyebarkan berita tentang perkembangan positif. Untuk menjangkau anggota Komite/Tim Promosi ini mulailah dengan sedikit orang yang mau bersedia untuk bergerak, libatkan orang/komunitas yang mempunyai keahlian di bidang pemasaran, periklanan, perencanaan acara/kegiatan/ event, desain situs web, grafis, hubungan masyarakat, dan manajemen ritel.

Promosi dimulai dengan mengidentifikasi aset yang ada, dari tempat kita akan memulai. Kita tidak dapat mengimpor identitas. Identifikasi terkait promosi diantaranya: warisan budaya (benda dan takbenda), bisnis yang telah ada, produk yang unik/khas, event atau kegiatan, perencanaan /penelitian yang telah ada, pengalaman yang unik, infrastruktur, sumber daya alam, dan tempat publik yang telah ada.

Pahami pasar ceruk/minat khusus dan rumuskan pernyataan posisi dengan menggunakan data untuk mempelajari pasar potensial kawasan kita – baik pelanggan maupun pesaing kita. Target pasar nya bisa pekerja di kawasan tersebut, penduduk sekitar, pelajar/mahasiswa, wisatawan, konsumen dengan tujuan minat khusus.

Berikut contoh rumusan pernyataan atribut penting dari Kota Lama Lasem yang menjadi bagian dari promosi: "Lasem Kota Lama mengkhususkan diri dalam menyediakan produk pariwisata pengalaman tematik budaya dan produk kreatif unggulan batik dengan suasana kota lama klasik dan keramahan komunitas/warga; layanan publik terpercaya, amenities yang baik, atraksi unik untuk pengunjung/wisatawan/ konsumen domestik maupun mancanegara".

SDM	ASET FISIK	ORGANISASI, KOMUNITAS	INSTITUSI/ LEMBAGA	EKONOMI LOKAL	SEJARAH/PE-RENCANAAN
Sukarelawan	Sumber Daya Alam	Kamar Dagang	Pemerintah	Budaya Seni	Perkembangan Ekonomi
Penghuni/Pe-milik BG	Bangunan Bersejarah/CB	Group Muda Kreatif	Pendidikan	Agrikultur	Promosi Infrastruktur
Pemuda/ Warga Senior	Infrastruktur	Perkumpulan Masyarakat	Layanan Umum	Layanan	Pertumbuhan

PENDEKATAN PROMOSI

Komponen penting dalam promosi, diantaranya: edukasi warisan budaya/pusaka, kegiatan membangun citra, kegiatan promosi bisnis dan ritel serta bantuan teknis, acara dan festival khusus.

Pendidikan pusaka dan pembangunan kesadaran diperlukan untuk mengkomunikasikan pentingnya warisan budaya/pusaka, serta meningkatkan kesadaran mengenai manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan dari pelestarian warisan budaya/pusaka.

Kegiatan membangun imej atau citra berguna untuk: membuat orang bangga, tidak fokus pada ritel atau bisnis tetapi pada kawasan keseluruhan, memperkuat wilayah/kawasan sebagai pusat kehidupan masyarakat yang dinamis, serta perlunya mengubah kesan negatif dan memperkuat persepsi positif untuk mempromosikan identitas unik dan aset pusaka.

Pastikan masyarakat mengetahui siapa yang bertanggung jawab atas perubahan positif dengan mempromosikan organisasi KPNi kita. Untuk itu perlunya bantuan teknis bisnis dan ritel dengan bantuan pemasaran dan pengembangan Situs Web dan Ritel Online.

Penggunaan alat strategi lain, diantaranya: survei pelanggan, laporan kebocoran, pendapatan (Sales Leakage Reports), grup fokus atau kelompok terpumpun.

Jenis kegiatan promosi usaha dan ritel yaitu: promosi klaster untuk bisnis dalam kategori yang sama, promosi silang menciptakan koneksi baru, dan promosi sesuai segmen pasar.

Caranya? Dengan melibatkan pemangku kepentingan bisnis dalam perencanaan, serta mendorong kolaborasi.

Mengadakan *special events* dan *festivals* akan mendatangkan calon pelanggan dan menyediakan pengalaman ke KPNi untuk memberikan dampak panjang pada KPNi itu sendiri dan kegiatan ekonomi didalamnya. Tidak semua acara harus diselenggarakan besar, bisa dengan konser makan siang di ruang terbuka hijau atau acara komunitas di alun-alun atau acara musik di Rumah Cagar Budaya. Tujuannya adalah memposisikan kawasan sebagai pusat kehidupan masyarakat.



PENDEKATAN PROMOSI

Bagaimana Berpikir Strategis dalam Promosi?

Apakah acara tersebut sejalan dengan visi dan misi strategis?

Apakah waktu promosi sudah tepat?

Mitra potensial bisa didapat dari: bisnis lokal, pemilik properti, grup hotel, otoritas pariwisata atau biro pengunjung, media, taman rekreasi dan dewan kesenian.

Sementara pendanaan promosi bisa didapatkan dari: sponsor, penjualan tiket, vendor, konsesi, sumbangan/donasi, dan barang dagangan.

Cara mengevaluasi promosi bisa dengan: survei kehadiran, penjualan, media, jumlah sponsor vendor.

Catatan penting terkait promosi yaitu:

1. perlu membuat peta jalan promosi;
2. tantangan terbesar adalah pendanaan dan SDM;
3. promosi merupakan akhir dari serangkaian proses berkesinambungan yang dimulai dari identifikasi aset, pemetaan pemangku kepentingan, analisis SWOT, struktur organisasi, perumusan visi misi, manajemen, perencanaan dan pengembangan interpretasi, kanvas model bisnis yang terhimpun dalam D.O.P.E.;
4. perencanaan interpretasi: atribut penting/keunikan, interpretasi personal, interpretasi non personal, media interpretasi, jenama kawasan (branding), produk turunan dari interpretasi, *storynomic*;
5. promosi – media promosi hingga event;
6. kemitraan – pelibatan pemangku kepentingan.

Imej/citra membangkitkan (pemahaman) dan emosi. Emosi menggerakkan tindakan. Tindakan menciptakan perubahan*.

** Tujuan intelektual, tujuan emosional, tujuan behavioral dalam perencanaan interpretasi.*



■ PENDEKATAN PROMOSI STUDI KASUS

Berikut adalah studi kasus Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta, terkait promosi. Beberapa identifikasi awal yang perlu dilakukan melalui pendekatan KPNI adalah: identifikasi aset unik kawasan, identifikasi kelompok target audiens, usulan kegiatan promosi atau acara yang menampilkan identitas dan aset unik kawasan, identifikasi tantangan promosi serta membuat slogan untuk Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem.

Aset unik kawasan di Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, diantaranya: Pasar Ngasem dengan keunikannya menjual kuliner tradisional (jajanan pasar) dan pertunjukan seni, bangunan pusaka dan gang-gang yang memiliki kekhasan lokal, pertokoan yang menjual kebutuhan sehari-hari, toko batik, toko yang menjual burung dan perlengkapannya, serta penjual box/kotak souvenir tradisional. Ada 3 target audiens di kawasan ini: masyarakat lokal terutama dari kampung Kadipaten dan Patihan, wisatawan lokal dari Yogyakarta dan sekitarnya serta wisatawan manca negara.

Usulan kegiatan promosi yang sesuai dengan karakter kawasan misalnya: festival masakan lokal dan seni (malam hari), buat signage kawasan baik fisik dan virtual, buat jejajah pusaka Jeron Beteng, buat kompetisi sketsa dan pameran.

Tantangan promosi pada kawasan ini diantaranya:

1. masalah aktivitas lalu lintas dan manajemen sampah/pembuangan selama aktivitas promosi berjalan;
2. kurangnya fasilitas bagi wisatawan dan kurangnya atraksi di kawasan ini;
3. perubahan fisik yang terjadi dari fasad bangunan eksisting yang mempengaruhi identitas kawasan.

Beberapa rekomendasi terkait promosi untuk Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem yaitu:

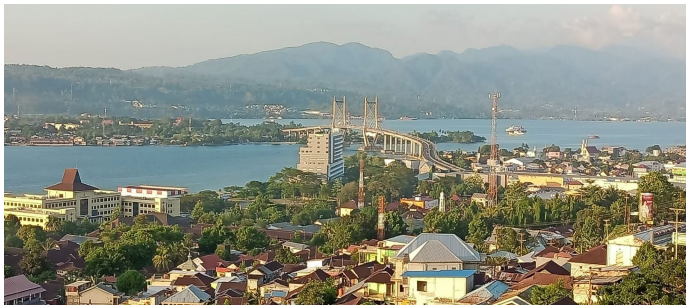
1. dalam agenda prioritas, perlu mencari ahli marketing untuk membantu mengangkat promosi khususnya bagi Jalan Ngasem;
2. dalam agenda prioritas, perlu mengidentifikasi karakteristik budaya lokal sebagai materi promosi potensial dan membangun slogan/branding bagi Jalan Ngasem, dengan menggunakan materi promosi fisik (brosur, liflet, dan lainnya) serta materi promosi virtual (media sosial);
3. membangun manajemen KPNI sebagai sarana pusat informasi kawasan;
4. menyelenggarakan FGD dengan keterlibatan berbagai stake holder termasuk masyarakat lokal untuk menyaring ide promosi;
5. menawarkan kerjasama dengan berbagai pihak guna mempromosikan event lokal dan mencari pendanaan dari sektor swasta;
6. mengembangkan events tahunan dengan dana pemerintah maupun swasta seperti: Festival Jalan Ngasem, lomba sketsa kawasan, festival masakan lokal dan seni.



Contoh slogan untuk Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem.

*** gambar hanya ilustrasi, dapat berpotensi melanggar hak cipta.*

PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI



Apa itu vitalitas ekonomi? Vitalitas Ekonomi dalam Kawasan Pusaka Niaga Indonesia adalah yang terkait dengan membangun lingkungan ekonomi, menghasilkan lebih banyak rupiah. Vitalitas ekonomi termasuk pula meningkatkan nilai Kawasan Niaga. Pertanyaan selanjutnya, kawasan seperti apa yang lebih ekonomis?

Kawasan siapa? Terkait kegiatan ekonomi didalamnya, unsur yang berperan dalam suatu kawasan niaga yaitu diantaranya: pemilik bisnis, pemilik bangunan, lembaga keuangan, pemerintah, penghuni, penghuni terdekat, pelanggan, lembaga, advokasi pembangunan ekonomi, industri lokal, pelestari pusaka, advokasi sejarah lokal, polisi dan lain sebagainya.

Selain itu beberapa pertanyaan penting lainnya yang perlu penelusuran, seperti: dimana lokasi kawasan? kawasan apa? Terkait fisik, bangunan atau bisnis? Jika terkait bangunan maka kata kunci yang perlu diperhatikan seperti: ukuran, umur, kondisi, kepemilikan, penggunaan, ketersediaan untuk dijual atau disewa, berapa harga sewanya dan bagaimana kondisinya, pajak dan keunggulan pusaka.

Jika bicara soal bisnis, maka kata kunci yang perlu diperhatikan seperti: pemilik, pelanggan, area pengembangan, produk/servis, ketersediaan bisnis bila ada-kapan-berapa besar, kondisi sewa saat ini, pola penjualan, pola pelanggan, kondisi untuk penjualan, pergeseran demografis, pergeseran produk.

Kawasan dapat kehilangan nilai. Agar memperoleh kawasan bagus perlu peningkatan nilai.

Tahapan yang perlu dilakukan dalam restrukturisasi ekonomi ialah:

- tahap identifikasi (6-8 bulan);
- tahap evaluasi (12-18 bulan);
- tahap implementasi (6-12 bulan);
- tahap pengelolaan (on going).

■ PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI

Pada tahap identifikasi (6-8 bulan), beberapa hal yang perlu dilakukan adalah:

- identifikasi target kawasan;
- mencari apa masalahnya;
- mencari masalah siapa;
- identifikasi minat;
- daftar sumber daya manusia dan organisasi;
- inventarisasi bangunan pusaka dan tidak;
- inventarisasi bisnis;
- pahami persepsi pedagang;
- perhitungkan area target.

Pada tahap evaluasi (12-18 bulan) perlu melakukan sebagai berikut:

- identifikasi kelompok pembeli;
- identifikasi pasar;
- profil pembeli/pelanggan;
- identifikasi 'gaps' antara pembeli dan pedagang;
- identifikasi peluang kebutuhan pembeli;
- perencanaan kelompok-kelompok bila perlu;
- identifikasi kebutuhan penyimpanan, perluasan, pengumpulan;
- identifikasi kebutuhan, tapi tidak ada sumber daya.

Pada tahap implementasi (6-12 bulan), hal yang perlu dilakukan adalah:

- kaitkan peluang dengan fasilitas;
- laksanakan kebutuhan penyimpanan, perluasan, pengumpulan;
- bentuk organisasi pengelolaan sebagai 'satu toko belanja' untuk kawasan;
- buat katalis untuk perubahan;

- peserta aktif dalam proses pembangunan.

Pada tahap pengelolaan (on going), perlu melakukan hal sebagai berikut:

- terus melakukan inventarisasi
- perbarui selalu survei;
- kelola dan atur proses vitalitas ekonomi;
- ikuti selalu hasil dari upaya bertahap;
- pengulangan proses.

Hasilnya, penerima keuntungan adalah pemerintah lokal, pemilik bangunan, lembaga, pemilik bisnis, pelanggan dan masyarakat dalam arti luas.



Dalam vitalitas ekonomi kita dapat melakukan gerakan "dari lokal ke global", atau bagaimana mengekspresikan vitalitas ekonomi pada wajah jalan, menghadirkan dalam rasa ruang, keterlibatan dan peran investor, gerakan *Public Private Partnership*, peran serta masyarakat dan ide-ide lainnya yang dapat meningkatkan nilai kawasan dan mendatangkan kesejahteraan.

PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI STUDI KASUS

Studi kasus yang diambil untuk pendekatan vitalitas ekonomi adalah Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, Jeron Beteng, Yogyakarta. Beberapa identifikasi awal terkait vitalitas ekonomi yang perlu dilakukan melalui pendekatan KPNI adalah:

- identifikasi tantangan vitalitas ekonomi pada Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem: bagaimana konektivitas/transportasi ke kawasan? Bagaimana kondisi aset bangunan dan lingkungannya? bagaimana kondisi bisnis dan aset perdagangan? Bagaimana kondisi dan peran serta masyarakat (aktor-aktor) pada kawasan ini? adakah investor potensial pada kawasan ini, dan lainnya;
- adakah peluang dan apa yang akan dilakukan menghadapi tantangan-tantangan yang ada di Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem?
- siapa yang akan memperoleh keuntungan bila ekonomi kawasan ini lebih kuat dan menjanjikan?
- bagaimana dan tunjukkan mereka yang akan memperoleh keuntungan agar terlibat dalam upaya pelaksanaan pendekatan KPNI?
- apa kegiatan untuk upaya pelaksanaan vitalitas ekonomi dalam waktu dekat (3 bulan), jangka pendek (1 tahun), jangka menengah (3 tahun), jangka panjang (5 tahun)? Dan berapa anggaran untuk mempersiapkan dalam waktu dekat?

Tantangan yang paling nyata terkait vitalitas ekonomi di Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem, diantaranya:

- kurangnya fasilitas infrastruktur untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas wisatawan di area Jeron Beteng;
- keterlibatan masyarakat setempat dalam aktifitas ekonomi cenderung lebih rendah dibandingkan pendatang dan/ atau investor;
- harga sewa tempat yang masih tinggi dalam jangka waktu yang lama terutama untuk bisnis skala kecil dan/ atau bagi sektor informal yang sudah tinggal di Ngasem, sehingga perlu menjadi perhatian untuk menghindari gentrifikasi;
- aktivitas jual beli termasuk di Pasar Ngasem yang jam operasionalnya belum maksimal, atau masih hanya dari pagi sampai sore.



■ PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI STUDI KASUS

Tanpa dipengaruhi oleh masalah legal, politikal dan/ atau keuangan, perubahan yang diharapkan pada kawasan ini yaitu:

- mengusulkan untuk prioritas terhadap *pedestrian oriented* di sepanjang Jalan Ngasem, seperti "Konsep **Woonerf**" (*street for living*) di Belanda, yaitu menciptakan ruang bersama bagi pejalan kaki, pesepeda dan aktifitas motor dengan kecepatan rendah. Tipe jalan tanpa pembatas jalan untuk kendaraan berkecepatan rendah, dan menempatkan pohon, tanaman, area parkir, dan perabot jalan lainnya;



- mengusulkan untuk menyediakan ruang dengan desain khusus untuk aktifitas informal guna memperkuat karakter Jalan Ngasem, untuk memwadhahi aktifitas angkringan atau kaki lima lainnya;
- mengusulkan untuk menjadikan Pasar Ngasem sebagai *landmark* kawasan dengan aktivitas ekonomi 24 jam;
- Mengusulkan untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam kegiatan ekonomi di kawasan ini (dengan memperkuat SDM nya melalui pelatihan, terlibat dalam komunitas dan mendapatkan skema pinjaman lunak).

Jika kawasan ini semakin meningkat vitalitas ekonominya, yang paling mendapatkan keuntungan diantaranya: masyarakat lokal/setempat termasuk pemilik bangunan, pelaku bisnis, pekerja di sektor informal, kaki lima dan wisatawan.

Bagaimana caranya agar kawasan mendapatkan keuntungan dari upaya peningkatan vitalitas ekonomi? Beberapa hal dapat dilakukan melalui: sosialisasi, sesi dengar pendapat, diskusi dengan pelaku yang telah sukses atau narasumber yang mengambil contoh baik dan berhasil dari kawasan lain dalam program KPNI, mengembangkan kemitraan dengan kawasan atau kota lain yang telah mengimplementasikan KPNI, dan berbagai keuntungan ini harus menjadi bagian dari desain partisipasi agar masing-masing mendapatkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Rekomendasi terkait vitalitas ekonomi untuk Kawasan Pusaka Niaga Jalan Ngasem adalah:

- pada agenda prioritas perlu mengidentifikasi kembali pemilik bangunan, penyewa toko, serta berbagai aktifitas informal;
- mengusulkan aktifitas ekonomi baru di Pasar Ngasem dan menyesuaikan wajah jalan/fasad bangunan dengan karakter lokal;
- insentif dan fasilitas lainnya bagi pemilik bangunan;
- menyediakan pelatihan untuk penyewa toko untuk meningkatkan pengetahuan mereka terutama di bidang penjualan, manajemen inventarisasi, marketing dan lainnya;
- penyediaan infografis terutama dalam promosi kegiatan bisnis-ekonomi di kawasan ini.

PENDEKATAN VITALITAS EKONOMI

STUDI KASUS

Konsep Jalan Woonerf dimana kendaraan tidak memiliki hak utama atas jalan, melainkan harus berbagi ruang dengan pengguna jalan lain. Beberapa ciri khas dari jalan Woonerf meliputi:

- Kecepatan kendaraan sangat rendah (biasanya di bawah 15 km/jam).
- Desain jalan yang tidak lurus untuk memperlambat kendaraan secara alami.
- Area hijau, taman kecil, atau kursi di sepanjang jalan.



Jalan yang dirancang oleh konsep Woonerf tidak menciptakan pemisahan antara kendaraan dan orang. Oleh karena itu, jalan ini disebut sebagai "ruang bersama" yang terbuka untuk mobil tetapi juga dirancang untuk memberikan lingkungan yang ramah bagi pejalan kaki dan ramah bagi warga.

Salah satu ciri khas penataan konsep Woonerf adalah penataan lanskap. Melalui kebun masyarakat, kotak tanaman, dan pepohonan kota yang rimbun baik karena unsur alam yang menenangkan dan mengundang yang menciptakan suasana yang lebih menyenangkan, mendorong interaksi pejalan kaki, dan memprioritaskan kesejahteraan individu daripada lalu lintas kendaraan saat bepergian melalui jalan-jalan kota setempat.

- Tidak ada trotoar yang jelas karena seluruh area jalan dianggap ruang bersama.

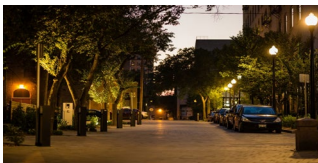
Tujuan utama dari Woonerf adalah menciptakan lingkungan yang lebih aman, nyaman, dan ramah untuk interaksi sosial serta aktivitas publik, dengan menekan dominasi kendaraan bermotor di area permukiman atau komersial tertentu.



(Sumber: Artikel City Green oleh Ben Gooden pada Rabu 11 Nov 2020).

Studi kasus Woonerf yang sebenarnya: John Hirsch Place di Winnipeg, Kanada

Model Woonerf kemudian diterapkan di John Hirsch Place untuk mengurangi lalu lintas di jalan perumahan, meningkatkan keselamatan jalan dan memposisikan gagasan jalan sebagai ruang terbuka publik tempat orang dapat bergerak bebas dari jalur setapak, tempat parkir, dan bangunan yang terhubung.



[illegible]

CATATAN

This image shows a full page of white paper with horizontal blue dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

LAMPIRAN

Portal Informasi
Pengenaln Kawasan
Pusaka Niaga Indonesia



<https://intip.in/diseminasiKPNi/>

Indonesia Charter For Heritage Conservation 2003

https://chc.ft.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/397/2021/05/2003-PIAGAMPELESTARIAN-PUSAKA-INDONESIA_Charta-for-Heritage-Conservation.pdf

Indonesia Charter For Heritage Cities Conservation 2013

https://chc.ft.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/397/2021/05/2013-PIAGAMPELESTARIAN-KOTA-PUSAKA-INDONESIA_Charta-for-Heritage-Cities-Conservation.pdf

The New Life for Historic Cities: The historic urban landscape approach explained
<https://chc.ft.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/397/2021/05/New-Life-for-HistoricCities.pdf>

Managing Heritage Cities in Asia and Europe: The Role of Public-Private Partnerships - Experts' Meeting in Preparation for the 5th ASEM Culture Ministers' Meeting 2012

<https://asef.org/wp-content/uploads/2020/10/ASEFRecommendationstoCMM2012.pdf>

The New Urban Agenda Illustrated Handbook

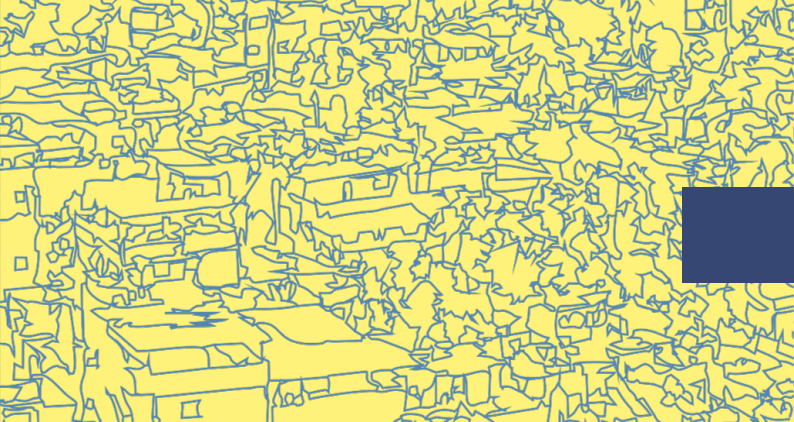
<https://unhabitat.org/the-new-urban-agenda-illustrated>

Woonerf : Konsep Living Street untuk Ruang Bersama di Kota, Artikel Citygreen Urban Landskap Solutions 2020

https://citygreen-com.translate.goog/woonerf-street-concept-for-shared-city-spaces/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=tc

Sentra Kreatif Lestari Siak

<https://skelas.org>



KEMENTERIAN PEKERJAAN UMUM DAN PERUMAHAN RAKYAT
DIREKTORAT JENDERAL CIPTA KARYA
DIREKTORAT BINA TEKNIK PERMUKIMAN DAN PERUMAHAN
BALAI KAWASAN PERMUKIMAN DAN PERUMAHAN

 **Website**

ciptakarya.pu.go.id/satupintu/balaikpp/

 **E-mail**

ditbtpp.bkpp@pu.go.id