

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

#### **A. SEJARAH SINGKAT SPEDAGI DAN GERAKAN REVITALISASI DESA.**

Spedagi berasal dari kata “sepeda pagi”, sebuah aktivitas yang awalnya rutin dilakukan oleh Singgih Susilo Kartono untuk menjaga kebugaran. Singgih yang merupakan founder dari magno design, sebuah produsen radio kayu yang sudah dikenal didunia. Radio Magno sebagai produk yang berasal dari desa merupakan bukti nyata yang ingin di perlihatkan oleh singgih bahwa desa mampu menghasilkan produk kelas dunia. Potensi desa yang sebenarnya dimiliki oleh desa dimana pun di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Melalui spedagi pula, Singgih ingin meunjukkan potensi desa ke khalayak ramai tentang segala potensi desa yang sebenarnya sangat berlimpah.

Spedagi adalah sebuah brand dari produk sepeda yang menggunakan bambu sebagai bahan utamanya. Bambu merupakan bahan yang sangat melimpah yang dapat kita temui di pedesaan. Temanggung yang merupakan asal dari Singgih adalah daerah yang juga adalah salah satu daerah yang berlimpah dengan tanaman bambu. Aktivitas bersepeda yang rutin dilakukan oleh Singgih di waktu pagi melalui jalan-jalan desa yang masih asri banyak ditemukan pemandangan khas desa baik itu persawahan, rumah khas pedesaan dan kebun bambu. Bambu yang melimpah di pedesaan tentunya menjadi salah sat bagian penting dari keseharian masyarakat desa. Bambu menjadi salah satu bahan utama yang menjadi bagian masyarakat desa baik itu sebagai bahan bangunan, bahan kerajinan, dan sebagainya. Hal ini memberikan inspirasi untuk membuat sepeda dengan bambu sebagai material utamanya.

Sepeda bambu bernama spedagi ini selain sebagai sebuah produk sepeda, juga merupakan sebuah alat dari sebuah gerakan yang di rintis oleh Singgih. Melalui spedagi sepeda bambu, singgih membawa sebuah gerakan revitalisasi desa. Sebuah gerakan yang bertujuan membawa desa kembali menemukan jati dirinya sebagai komunitas lestari dan mandiri. Pemberdayaan kembali desa sebagai penopang ekonomi masyarakat menjadi salah satu misi gerakan ini. Kota sebagai wilayah yang menjadi tempat acuan masyarakat untuk memperbaiki kemampuan ekonominya memiliki efek samping yang negatif. Jumlah populasi manusia yang terkonsentrasi di wilayah perkotaan menimbulkan beragam masalah sosial. Dengan desa yang mandiri tentunya akan mampu membangun kehidupan berkelanjutan yang lebih baik, dan mengurangi perpindahan manusia ke kota.

Spedagi yang awalnya hanya sebuah produk sepeda berkembang menjadi sebuah gerakan sosial dengan misi revitalisasi desa sebagai misi utamanya. Sebuah gerakan mengaktifkan kembali fungsi-fungsi dari desa yang sebenarnya penting. Spedagi berkeyakinan bahwa sekarang merupakan saat yang tepat untuk kembali memikirkan desa sebagai tempat hidup masa depan karena sesungguhnya desa memiliki potensi yang sangat besar untuk dapat dikembangkan menjadi tempat hidup yang nyaman, sekaligus menjadi komunitas yang lestari, mandiri dengan kehidupan sosial yang baik. Redistribusi populasi dari kota ke desa adalah sebuah keharusan untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik.

### **Gambar 2.1 Logo Spedagi**

# *spedagi*

( sumber : dokumen Spedagi )

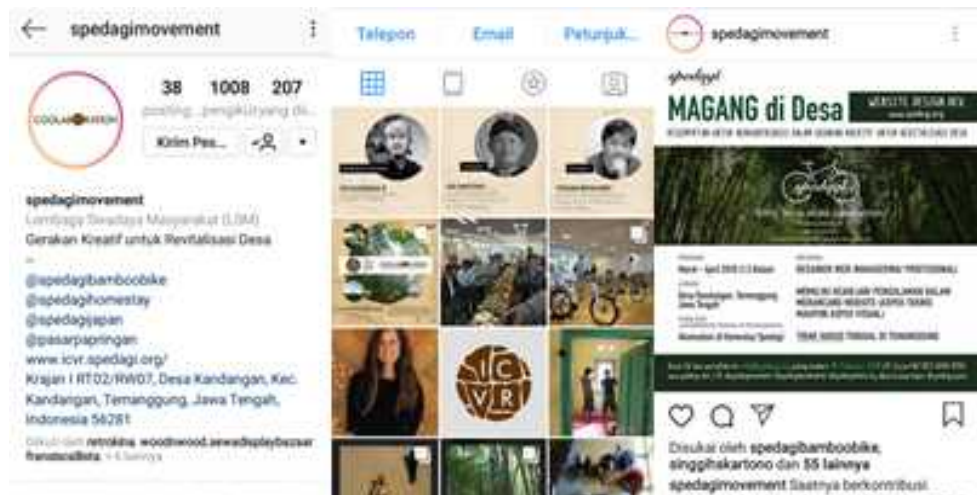
## **1. LOKASI**

Alamat spedagi movement : Krajan 1 RT 2 / RW 7 Desa Kandangan, Krajan,  
Kandangan, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah 56281

Telepon : (0293) 4900895

Alamat instagram : @spedagimovement

**Gambar 2.2 Instagram Spedagi Movement**



(sumber :instagram @spedagimovement)

## 2. VISI DAN MISI

Adapun visi dan misi spedagi sebagai sebuah gerakan revitalisasi desa adalah sebagai berikut :

### Misi :

- “Mewujudkan distribusi populasi yang berimbang antara desa dan kota,dimana desa-desa,maju-sejahtera,mandiri-lestari menjadi pondasi keberlanjutan kehidupan global.”

### Visi :

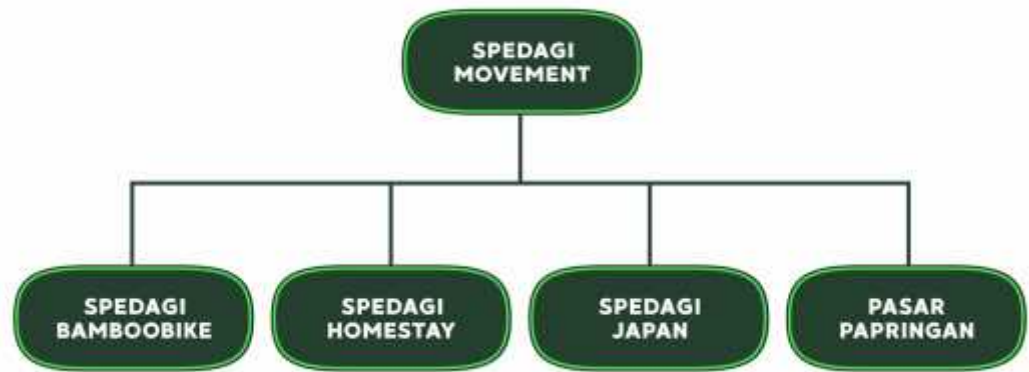
- “Memprakarsai program-program kreatif inspiratif untuk mengajak anak-anak muda memilih desa sebagai tempat tinggal dan berkarya kini dan ke depan.”
- “Mengerahkan sumber daya eksternal ke desa untuk membantu masyarakat desa dan pemangku kepentingan lain bersama - sama memecahkan permasalahan dan mengembangkan potensi desa.”

- “Bersama pihak-pihak terkait mewujudkan model-model desa maju, sejahtera, mandiri, lestari, sebagai laboratorium hidup pengembangan dan pelestarian desa.”
- “Mewujudkan pendidikan kontekstual sebagai jantung komunitas desa.”

### **3. GERAKAN REVITALISASI DESA**

Seiring berjalannya gerakan revitalisasi desa spedagi yang awalnya hanya sebuah merk dari sepeda bambu kini bertransformasi menjadi sebuah gerakan yang bernama Spedagi Movement. Dengan spedagi sebagai lembaga swadaya masyarakat diharapkan kegiatan revitalisasi desa sebagai tujuan utama gerakan ini dapat terfokus dan terorganisir dengan baik. Spedagi movement memiliki beberapa program yang menjadi sarana penerapan program revitalisasi desa. Program tersebut antara lain spedagi bamboobike, Spedagi homestay, Spedagi Japan dan Pasar Papringan. Program yang saling menyokong satu dengan lainnya ini merupakan gerakan berkelanjutan yang diharapkan dapat membantu terwujudnya visi dan misi revitalisasi desa yang diusung oleh Spedagi.

#### **Gambar 2.3 Stuktur organisasi Spedagi Movement**



(sumber : dokumentasi 2018)

Berikut susunan organisasi Spedagi Movement tersebut:

Founder & director : Singgih Susilo kartono

Co-founder & spedagi Bamboobike Production manager : Tri Wahjuni

Program Director & Pasar papringan Manager : Fransisca Callista

Spedagi Homestay Manager : N Meida Ratnasari

Spedagi Bamboobike Marketing Manager : Ara Kusuma

Spedagi Japan : Lavinia elysia

Volunteer :

- Pratama Panji P
- Partini
- Yudhi Setiawan
- Lilo Liris L

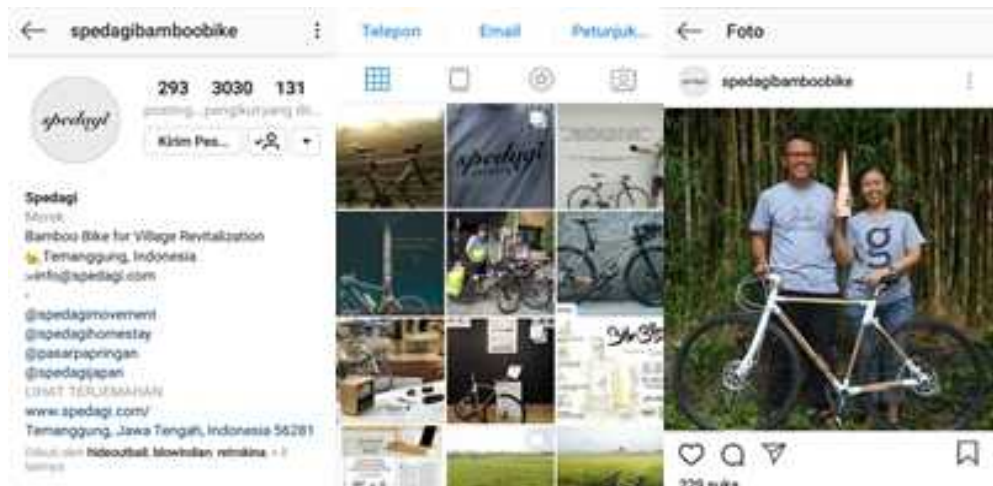
- Wening Lastri
- Yudo Nugroho

Berikut gambaran singkat program –program tersebut:

### **1. Spedagi Bamboobike**

Berlimpahnya bahan baku berupa bambu yang sangat mudah ditemui di pedesaan menjadikan sepeda ini dapat dikenal sebagai sepeda yang berasal dari desa. Dengan menggunakan sepeda ini sebagai sarana transportasi atau olah-raga identitas material bambu sebagai ciri khas pedesaan akan menjadi nilai lebih untuk mengenalkan kembali potensi desa. Bambu merupakan material lokal yang mampu menyerap getaran dengan baik. Dengan material yang cocok dengan kebutuhan material sepeda berkualitas maka tidak dapat dipandang sebelah mata sebagai produk yang berkualitas yang asalnya dari desa.

**Gambar2.4 Instagram Spedagi Bamboobike**



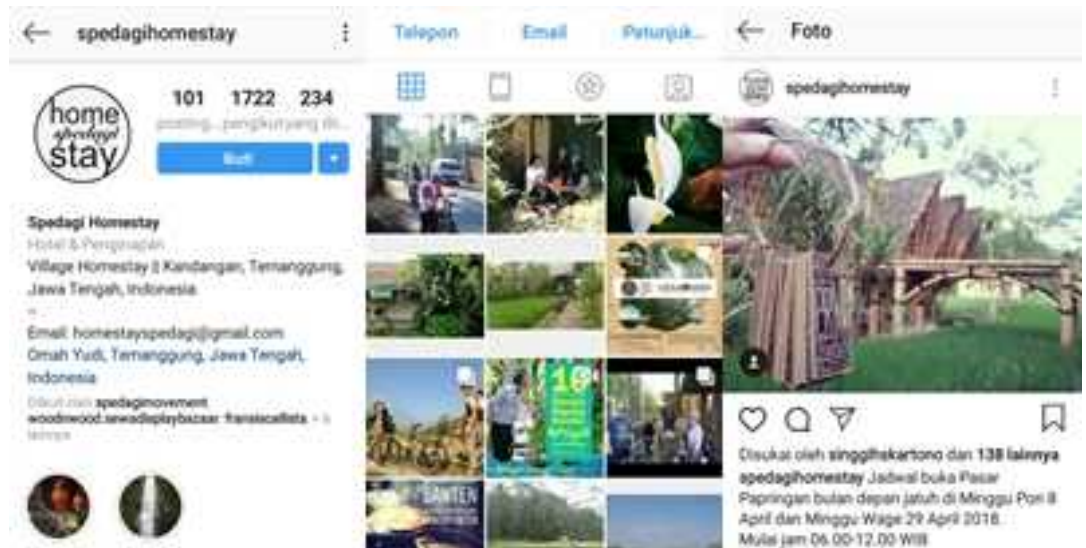
(sumber : instagram @spedagibamboobike)

## 2. Spedagi homestay

Spedagi juga merancang dan melaksanakan program revitalisasi desa dengan pendekatan budaya melalui berbagai aktivitas di perdesaan yang memfasilitasi transfer pengetahuan antara warga desa dan pihak luar. Program-program Spedagi bisa diikuti oleh individu, keluarga, komunitas, pelajar, mahasiswa, institusi swasta maupun pemerintah lokal maupun internasional. Untuk memfasilitasi kegiatan tersebut, Spedagi membangun beberapa homestay di desa lokasi pengembangan. Homestay Spedagi di desain oleh para arsitek dengan desain yang disesuaikan dengan potensi lokal. Dalam pembangunannya, homestay Spedagi memanfaatkan material murah dan sederhana, namun memiliki desain yang unik dan harmoni dengan alam sekitarnya. Selain berfungsi sebagai tempat menginap, homestay juga menjadi titik-titik pengembangan masyarakat sekitar. Homestay Spedagi menjadi salah satu proyek arsitektur pedesaan spedagi yang sebagian pendapatannya digunakan untuk membiayai proyek revitalisasi desa Spedagi.



**Gambar 2.5 Instagram Spedagi Homestay**

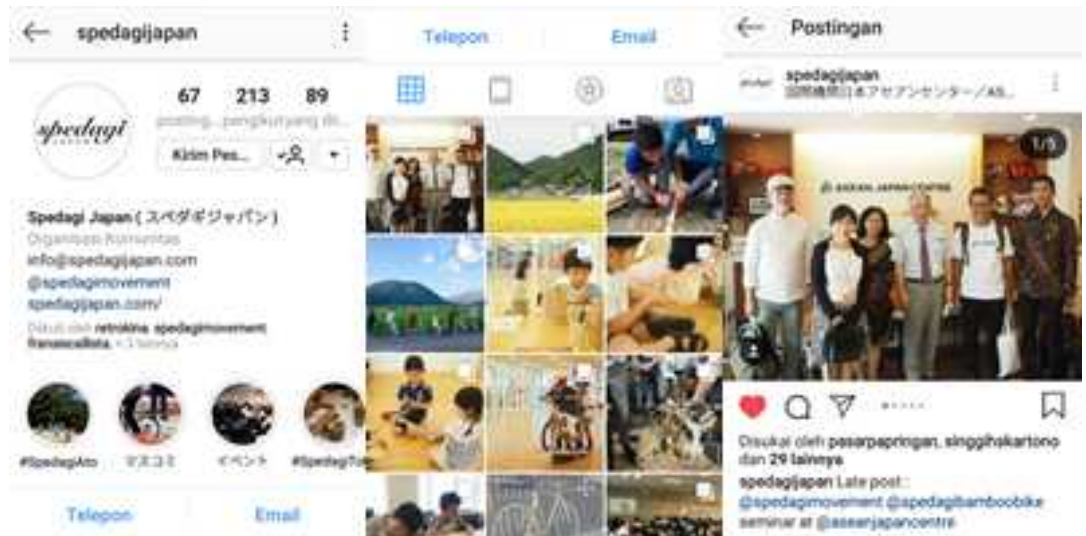


(sumber : instagram @spedagihomestay)

### **3. Spedagi japan**

Spedagi japan kelanjutan dari beberapa kegiatan spedagi dilaksanakan di temanggung. Beberapa program yang dilaksanakan menarik animo dari peserta dari luar negeri baik salah satunya dari jepang. Negara yang juga tidak asing dengan keberadaan bambu sebagai material yang digunakan untuk beragam keperluan penunjang kegiatan sehari-hari. Dengan difasilitasi oleh spedagi japan sebagai komunitas yang berasal dari luar negeri, tim spedagi berkesempatan mempresentasikan program greakan revitalisasi desa spedagi. Hal ini merupakan wujud realisasi dari pemikiran akan gerakan revitalisasi desa merupakan kegiatan yang diyakini oleh spedagi sebagai kegiatan yang penting dari gerakan global, bukan hanya di Indonesia.

**Gambar 2.6 Instagram Spedagi Japan**



(sumber : instagram @spedagijapan)

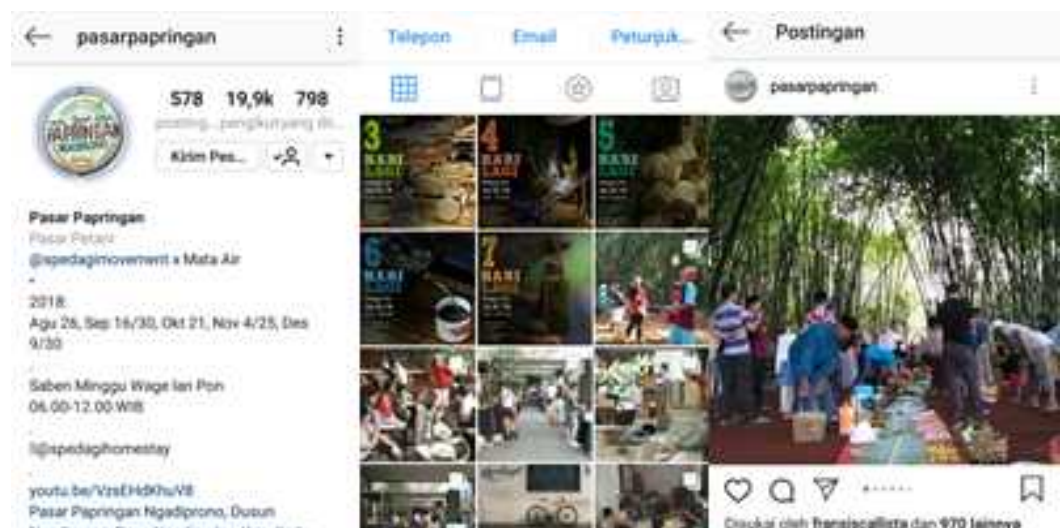
#### **4. Pasar Papringan**

Pasar papringan merupakan sebuah konsep pasar yang mengangkat kembali desain pasar tradisional desa. Pasar yang berlokasi dibawah rumpun kebun bambu ini menjadi pasar yang sangat unik. Lokasi yang merupakan kebun bambu adalah salah satu daya tariknya. Kebun bambu yang awalnya tidak dilihat sebagai tempat beraktivitas dan hanya menjadi tempat pembuangan sampah dari masyarakat sekitar dapat difungsikan menjadi lokasi wisata dan dapat menjadi sarana masyarakat untuk memutar roda perekonomian keluarga.

Konsep pasar yang para partisipannya merupakan warga asli desa setempat menjadi sebuah contoh revitalisasi desa. Gerakan yang dimulai dari revitalisasi kebun bambu ini kemudian memberikan wadah bagi penduduk lokal mengenalkan potensi desanya baik itu kuliner dan hasil bumi. Pengunjung yang datang pun dapat merasakan kembali ruang hijau yang

dapat memberikan kenyamanan yang hanya dapat ditemukan di desa. Masyarakat lokal pun mendapatkan kembali kepercayaan dirinya untuk mengembangkan potensi yang selama ini mereka miliki.

**Gambar 2.7 Instagram Pasar Papringan**



(sumber : instagram @pasarpapringan)

## **B. PASAR PAPRINGAN**

### **1. SEJARAH SINGKAT PASAR PAPRINGAN NGADIPRONO**

Bambu memiliki sejarah panjang dalam kehidupan masyarakat desa dan menjadi bagian hidup mereka dari sejak lahir sampai akhir hayat. Namun, kebersamaan yang panjang dalam kehidupan masyarakat desa tampaknya memberikan kebosanan dan ketidakperdulian akan kelestarian papringan.. Karena umumnya terletak di belakang rumah, rumpun bambu justru menjadi tempat pembuangan limbah rumah tangga. Papringan yang dalam bahasa jawa berarti kebun bambu menjadi bermakna negatif, yaitu tempat yang gelap, lembab, kumuh dan biasanya berada di belakang. Hal itu membuat Melawan rasa bosan membutuhkan upaya-upaya kreatif yang bertujuan untuk menyalurkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan pengolahan bambu agar menjadi produk bernilai tambah besar dan memberikan kebanggaan bagi warga desa. Gagasan yang diangkat adalah membalik permasalahan menjadi potensi.

Berbeda dengan pasar desa pada umumnya, Pasar Papringan menjual produk-produk lokal yang berkualitas sehingga nilai produk menjadi lebih tinggi dan masyarakat bisa mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Kedatangan para pembeli secara tidak langsung turut membangun rasa percaya diri masyarakat desa lewat produk berkualitas yang dihasilkan. Pasar Papringan menjadi sebuah contoh revitalisasi desa yang dimulai dari revitalisasi kebun bambu dan hal-hal terdekat yang ada di sekitar: Bagaimana kebun bambu yang semula menjadi tempat pembuangan sampah di lingkungan masyarakat desa berubah menjadi ruang yang kembali disenangi masyarakatnya, memberikan

keriangan dan kepercayaan diri bagi masyarakat yang hidup di dalam dan di sekitarnya.

Pasar Papringan pertama kali dibuka 10 Januari 2016 di Dusun Kelingan dan diadakan setiap 35 hari sekali pada minggu Wage mulai pukul 6 pagi hingga pukul 12 tengah hari. Lalu pada gelaran pasar papringan Dusun Kelingan yang ke 10 menjadi gelaran terakhir di Dusun Kelingan. Gelaran selanjutnya diadakan kembali di Dusun Ngadiprono pada tanggal 14 Mei 2017. Berbeda dengan gelaran sebelumnya, pada gelaran yang diadakan di Dusun Ngadiprono ini menjadi dua kali dalam sebulan yaitu pada minggu Pon dan minggu Wage di waktu yang sama yaitu pukul 6 pagi hingga pukul 12 tengah hari. Gelaran yang diadakan pada minggu Pon dan minggu Wage sengaja mengikuti tanggalan pasar pada penanggalan budaya masyarakat Jawa.

Pada pasar Papringan Ngadiprono, Spedagi yang merupakan penggerak dan pemilik hak cipta dari pasar papringan berkerjasama dengan komunitas lokal Desa Ngadiprono yaitu Komunitas Mata Air Ngadiprono. Komunitas yang diketuai oleh Imam Abdul Rofiq ini bertindak sebagai pelaksana gelaran Pasar Papringan Ngadiprono. Spedagi melakukan pendampingan dalam segala aspek yang berkenaan dengan pasar Papringan, hal ini agar kegiatan revitalisasi desa yang melatarbelakangi lahirnya pasar papringan dapat terlaksana dengan baik sesuai visi dan misi Spedagi.

## **2. LOKASI**

Alamat Pasar Papringan Ngadiprono : Dusun Ngadiprono, Desa Ngadimulyo, Kecamatan Kedu, Temanggung, Jawa Tengah, Indonesia 56252.

Alamat Instagram : @pasarpapringan

**Gambar 2.8 Logo Pasar Papringan Ngadiprono**



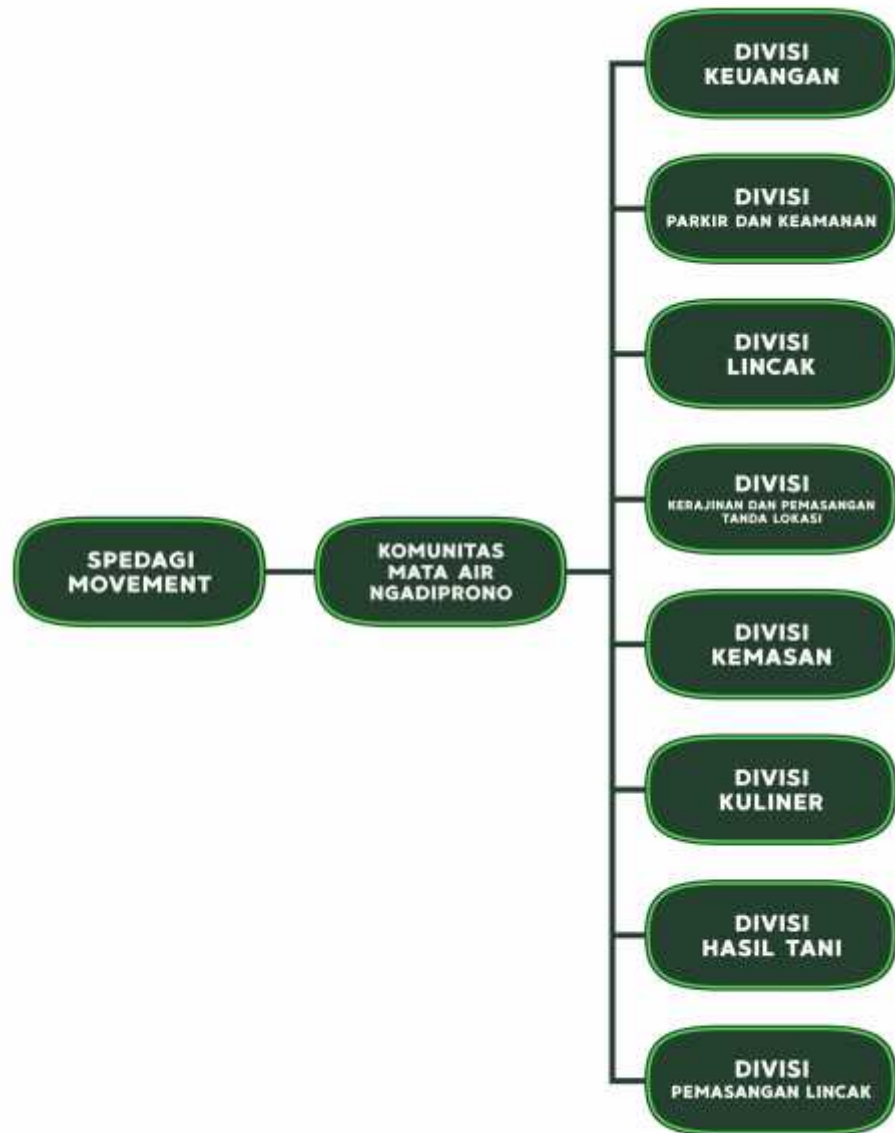
(sumber : instagram @pasarpapringan)

**Gambar 2.8 Lokasi Pasar Papringan Ngadiprono**



( sumber : instagram @pasarpapering )

**Gambar 2.9 Struktur Pengelolaan Pasar Paperingan Ngadiprono**



( sumber : dokumenstasi 2018 )

Berikut deskripsi *jobdesk* pengelolaan Pasar Papringan Ngadiprono:

- 1) Spedagi Movement



Sebagai inisiator dari pasar papringan,spedagi bertugas memberikan pendampingan kepada masyarakat dengan bantuan komunitas mata air ngadiprono. Pendampingan dilakukan agar konsep pasar papringan yang diusung oleh spedagi dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat sebagai pelaku pasar papringan nantinya. Tim pendamping dalam hal ini yaitu Spedagi movement juga berperan dalam hal melakukan promosi gelaran pasar papringan, baik itu yang dilakukan media online atau media offline. Para pendamping pun tinggal di desa Ngadiprono untuk memastikan berjalannya kegiatan.

## 2) Komunitas Mata Air Ngadiprono

Komunitas Mata Air yang diketuai oleh Imam Abdul Rofik memiliki peran sebagai perpanjangan tangan dari Spedagi Movement untuk mengedukasi masyarakat ngadiprono tentang konsep pasar papringan. Kegiatan mulai pendampingan hingga rapat rutin tiap minggu yang melibatkan perangkat dusun, masyarakat desa dan spedagi movement. Kegiatan tersebut menghasilkan beberapa divisi yang akan mendukung terselenggaranya kegiatan Pasar Papringan. Divisi tersebut antara lain :

- a) Divisi keuangan : bertugas untuk mengelola keuangan pasar.
- b) Divisi lincak : bertugas dalam penyediaan lincak yang merupakan sarana penjual dagangan untuk menaruh dagangan mereka
- c) Divisi kerajinan dan pemasangan denah lokasi : bertugas dalam penyediaan ornamen yang berbahan dasar bambu yang nantinya

digunakan sebagai detil lokasi seperti tanda lokasi, penunjuk arah, nama makanan dan lain-lain.

- d) Divisi parkir dan keamanan : bertugas dalam pengaturan parkir pengunjung pada saat gelaran Pasar Papringan dan keamanan lokasi pasar demi kenyamanan pengunjung.
- e) Divisi kemasan : bertugas dalam menyediakan kemasan makanan, cinderamata yang berbahan dasar bambu.
- f) Divisi kuliner : bertugas dalam hal yang berkaitan dengan kuliner seperti penentuan menu dan jumlah porsi yang akan dihidangkan di gelaran Pasar Papringan.
- g) Divisi hasil tani : bertugas dalam hal yang berkaitan dengan hasil bumi dan juga peternakan seperti ternak dan telur.
- h) Divisi pemasangan lincak : divisi yang bertugas untuk mengkoordinir persiapan kegiatan pasar papringan. Kegiatan yang dilakukan sehari sebelum gelaran Pasar Papringan baik itu berupa kegiatan pembersihan lokasi dan pemasangan licak pedagang.

### **3. KEGIATAN PASAR PAPERINGAN NGADIPRONO**

#### **A. Persiapan lokasi pasar**

Kebun bambu yang digunakan sebagai lokasi pasar Paperingan banyak ditemui di dusun Ngadiprono. Kebun bambu di dusun Ngadiprono ini yang sebelumnya hanya difungsikan sebagai lokasi pembuangan sampah rumah oleh tangga warga dusun dilakukan pembersihan. Dengan kegiatan gotong-royong oleh warga dusun Ngadiprono

sampah yang awalnya berserakan dan menumpuk akhirnya dapat ditiadakan. Pemetaan dan desain lokasi pasar dilakukan oleh tim pedagi. Penataan susunan batu trasa sebagai salah satu ciri khas pasar papringan juga diterapkan di lokasi pasar ini.

**Gambar 2.10 Proses Pembersihan Lokasi**



(sumber : dokumentasi tim Spedagi)

**Gambar 2.11 penataan jalan trashed batu**



(sumber : dokumentasi tim Spedagi)

**Gambar 2.12 Penataan Jalan Trashed Batu**



(sumber : data dan dokumentasi spedagi)

**Gambar 2.13 Penataan Lapak Pedagang**



(sumber : data dan dokumentasi spedagi)

## **B. Gelaran Pasar Papringan Ngadiprono**

Pada gelaran pasar Papringan Ngadiprono para partisipan baik penjual,petugas keamanan, petugas parkir dan lain-lain merupakan warga asli dusun Ngadiprono. Pasar ini menjual 3 kategori produk yang antara lain kuliner lokal, produk hasil bumi berupa hasil tani dan ternak hewan,dan juga kerajinan lokal yang mayoritas berbahan dasar bambu baik itu peralatan rumah tangga ataupun mainan anak-anak. Beberapa fasilitas lain pun disuguhkan pada gelaran ini antara lain

perpustakaan, taman bermain, jasa potong rambut, jasa pijat, toilet umum, bilik menyusui dan juga pojok Spedagi sebagai sarana untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan dari spedagi movement termasuk tentang pasar Papringan.

Daya tarik yang dimiliki pasar Papringan tentunya menjadi faktor yang membantu nilai jual promosi pasar papringan. Keunikan pasar papringan tidak hanya dari lokasi yang digunakan yaitu kebun bambu namun ada beberapa hal lain seperti makanan yang disajikan atau diperjual-belikan adalah makanan yang tidak mengandung MSG, lalu kemudian alat pembayaran yang berlaku di Pasar papringan berupa keping bambu yang disebut dengan kepring. Satu pring mempunyai nilai yang sama dengan 2000 rupiah. Kepring tidak bisa ditukar kembali ke mata uang rupiah jika masih tersisa di akhir gelaran namun bisa digunakan pada gelaran selanjutnya.

#### **Gambar 2.14 Kuliner Pasar Papringan**





(sumber : data dan dokumentasi spedagi)

**Gambar 2.15 Hasil Bumi yang Diperdagangkan**



(sumber : data dan dokumentasi spedagi)

**Gambar 2.16 Suasana Pasar Papingan**



(sumber : instagram @pasarpringan)

**Gambar 2.17 Alat Tukar Pasar Papringan**



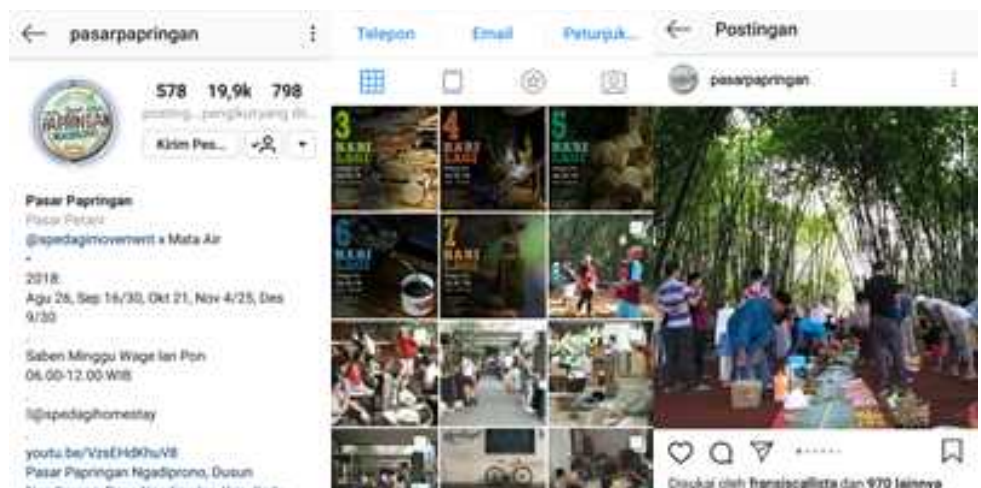
(sumber : instagram @tiarautm)

### **C. Aktivitas media sosial Instagram pasar Papringan**

Sosial media adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi. Segala informasi mengenai gelaran pasar papringan dapat diakses oleh masyarakat umum dengan mudah

melalui media sosial. Salah satu media yang dimanfaatkan oleh Spedagi movement adalah Instagram. kegiatan promosi melalui media sosial Instagram sepenuhnya dikelola oleh internal tim Spedagi,hal ini tentunya agar kegiatan promosi dapat lebih terarah sesuai konsep yang diusung oleh Spedagi Movement. Kegiatan persiapan gelaran dan ketika gelaran pasar berlangsung juga menjadi konten yang diunggah ke media sosial instagram.

### **Gambar 2.18 Aktivitas Instagram @pasarpapringan**



(sumber : instagram @pasarpapringan)