

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan globalisasi ekonomi dan teknologi, informasi, komunikasi telah mendorong perkembangan manusia yang dituntut untuk berkembang secara kreatif. Perkembangan industri telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih efisien. Industri kreatif sangat diperlukan karena merupakan industri dengan sumber yang terbarukan yaitu berfokus pada penciptaan daya kreasi, berbeda dengan industri pada sektor tambang dan migas yang semakin lama akan semakin habis. Didukung dengan adanya INPRES RI No 6 Tahun 2009 Tentang Pembinaan Ekonomi Kreatif yang memuat instruksi untuk mendukung kebijakan ekonomi kreatif, yakni pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia, dengan sasaran, arah dan strategi yang telah ditetapkan.

Bandar Lampung sebagai ibukota Provinsi Lampung memiliki letak yang strategis sebagai pintu gerbang pulau Sumatra. Posisi Lampung secara geografis berada di sebelah barat berbatasan dengan Samudra Hindia, di sebelah timur dengan Laut Jawa, di sebelah utara berbatasan dengan provinsi Sumatra Selatan, dan di sebelah selatan berbatasan dengan Selat Sunda. Bandar Lampung juga merupakan kota terbesar dan terpadat kedua di Pulau Sumatra setelah Medan, serta termasuk salah satu kota besar di Indonesia dan salah satu kota terpadat di luar pulau Jawa. Saat ini kota Bandar Lampung merupakan pusat jasa, perdagangan, dan perekonomian di provinsi Lampung dan merupakan kota yang berkembang dalam sektor ekonomi, seperti perdagangan, jasa, dan juga ekonomi kreatif.

Sebagai pusat pertumbuhan ekonomi Provinsi Lampung, Bandar Lampung memiliki potensi besar untuk pengembangan industri kreatif. Hal ini dibuktikan dengan perhatian pemerintah Indonesia lewat program Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) yang menjadikan Bandar Lampung sebagai kota pertama (kick off) dalam rangkaian BEKRAF Developer Day 2019, selain itu juga BEKRAF ikut mendorong pertumbuhan programmer Lampung dengan mengadakan pelatihan programming bekerja sama dengan PT. Kolaborasi Ide Kreatif (Kolla Space) menyelenggarakan Coding Mum di Rumah Kreatif BUMN Lampung, Tanjungkarang Pusat, Bandar Lampung.



. Gambar 1. Bandar Lampung sebagai kota "Kick Off" BEKRAF Developer Day 2018. Gambar 2. Coding Mum di Rumah Kreatif BUMN Lampung oleh BEKRAF dan Kolla Space.

(Sumber : Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

Dalam Peraturan Presiden no. 142 tahun 2018, 16 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia terdiri dari: aplikasi dan game developer; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; televisi dan radio. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Bandar Lampung menjadi kota dengan kontribusi jumlah unit usaha sekaligus pelaku ekonomi kreatif terbanyak di Propinsi Lampung, yaitu sebanyak 20,23% atau 36.113 dari total 178.511 unit usaha ekonomi kreatif, dengan pelaku ekonomi kreatif 58,05% atau 447 dari total 770. Pelaku ekonomi kreatif didominasi oleh mahasiswa yaitu 43,29% dari 770 total pelaku ekonomi kreatif. (Sumber : Data Badan Pusat Statistika dan BEKRAF, Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif, diterbitkan tahun 2019)

Statistik Ekonomi Kreatif Lampung Berdasarkan Subsektor Ekraf.

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Persentase
1	Kuliner	71.25%
2	Fesyen	15.67%
3	Kriya	8.15%
4	Penerbitan	1.94%
5	Musik	0.77%
6	Fotografi	0.74%
7	Desain Produk	0.37%
8	Seni Pertunjukan	0.30%

9	Arsitektur	0.27%
10	Seni Rupa	0.24%
11	App & Games Developer	0.15%
12	TV & Radio	0.06%
13	Periklanan	0.04%
14	Desain Interior	0.02%
15	DKV	0.01%
16	Film, Animasi, & Video	0.01%

Tabel 1.

- a. Berdasarkan Subsektor Ekraf
- b.
- b. Berdasarkan Kabupaten/Kota

Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif Lampung,

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Persentase
1	App & Games Developer	22.60%
2	Kuliner	14.68%
3	Musik	7.01%
4	Fesyen	4.42%
5	Film, Animasi, & Video	4.03%
6	Fotografi	3.25%
7	DKV	3.25%
8	Seni Pertunjukan	2.86%
9	Kriya	2.60%
10	Desain Produk	2.47%
11	Periklanan	1.04%
12	Penerbitan	0.78%
13	Seni Rupa	0.65%
14	Desain Interior	0.39%
15	TV & Radio	0.26%
16	Arsitektur	0.13%

No.	Kabupaten/Kota	Persentase
1	Kab. Lampung Barat	1.69%
2	Kab. Lampung Selatan	6.23%
3	Kab. Lampung Tengah	5.58%
4	Kab. Lampung Timur	5.06%
5	Kab. Lampung Utara	2.86%
6	Kab. Mesuji	0.39%
7	Kab. Pesawaran	4.61%
8	Kab. Pesisir Barat	0.13%
9	Kab. Pringsewu	5.84%
10	Kab. Tanggamus	2.47%
11	Kab. Tulang Bawang Barat	1.04%
12	Kab. Tulangbawang	0.78%
13	Kab. Way Kanan	0.91%
14	Kota Bandar Lampung	58.05%
15	Kota Metro	4.81%

Tabel 1, Tabel 2, Tabel 3 Data Sebaran Ekraf Lampung. (Sumber : Data Badan Pusat Statistika 2019)

Berdasarkan data tersebut, terdapat 3 subsektor ekonomi kreatif prioritas, yaitu Subsektor Kuliner dengan beragam makanan khas Lampung yang dijadikan makanan Frozen Food, Keripik Pisang dengan kreasi varian rasa sebagai oleh-oleh juga produk kopi robusta. Kolaborasi subsektor Fesyen dan Kriya terdapat kain tapis khas Lampung, merupakan pakaian wanita suku Lampung yang berbentuk kain sarung terbuat dari tenun benang kapas dengan motif atau hiasan bahan sugi, benang perak atau benang emas dengan sistem sulam, motifnya yang menarik dikreasikan sehingga cocok dipergunakan dalam berbagai jenis pakaian, formal maupun non formal serta produk-produk olahan tradisional yang dikemas secara kekinian sehingga menambah nilai jual namun tidak menghilangkan nilai budaya tradisional seperti peci tenun, dan lain-lain. Tiga subsektor ini memberi kontribusi ekonomi terbanyak di Provinsi Lampung, kemudian selanjutnya, terdapat subsektor ekonomi kreatif yang sedang berkembang dan potensial yaitu Aplikasi dan Games Developer memiliki jumlah pelaku ekonomi banyak namun kurang ada embrio atau wadah yang memfasilitasi atau menjadi katalis produktifitas subsektor potensial ini.

Ada beberapa masalah utama yang dihadapi para pelaku ekonomi kreatif di Bandar Lampung, yaitu sudah punya ide usaha tapi tidak punya ruang untuk memproduksi, memasarkan dan mengelola usahanya sehingga sering ditemui pelaku ekonomi kreatif menjual produk ditempat yang kurang baik seperti emperan jalan yang menimbulkan image produk yang rendah sehingga harga jual juga menjadi rendah, tidak memiliki fasilitas yang menunjang produk usaha maupun keterbatasan dalam adanya pengetahuan dalam mengoperasikan peralatan produksi, serta kurang adanya ruang bersama untuk menampung kegiatan jika terdapat program dan pelatihan entrepreneurship & craftsmanship rutin dengan pakar-pakar industri kreatif sebagai pengajar, pendamping, dan kuratornya.

Maka Bandar Lampung Creative Hub akan menjadi wadah kegiatan subsektor ekraf yang memiliki peran dalam produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha, dengan pembekalan program pendampingan. Hal ini pun juga dengan mengacu kepada konsep industri kreatif berbasis seni, budaya dan teknologi yang di keluarkan oleh Departemen Perdagangan RI, diharapkan kota yang tadinya hanya mengandalkan sektor ekspor migas dan non migas, bisa memanfaatkan potensi alam, seni budaya khususnya di propinsi Lampung yang hidup dan berkembang menjadi sebuah kota/daerah kreatif dengan masyarakat yang mampu memaksimalkan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan karya karya kreatif berbasis seni, budaya dan teknologi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang didapat adalah :

1. Bagaimana cara merancang sebuah ruang yang layak mewadahi potensi-potensi ekonomi kreatif yang ada di kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana cara merancang Creative Hub/ Pusat Kreatif yang dapat menjadi katalis produktifitas juga mengangkat ekonomi kota Bandar Lampung?

1.3. Tujuan

1. Merancang sebuah ruang yang layak mewadahi potensi-potensi ekonomi kreatif yang ada di kota Bandar Lampung.
2. Menciptakan Creative Hub/ Pusat Kreatif yang dapat menjadi katalis produktifitas juga mengangkat ekonomi kota Bandar Lampung.

1.4. Manfaat

1.4.1. Subjektif

Menyediakan ruang yang mewadahi potensi-potensi ekonomi kreatif yang ada di kota Bandar Lampung dan diharapkan perancangan Creative Hub Bandar Lampung ini dapat menjadi suatu masukan bagi pihak yang terkait dalam mengembangkan Fasilitas Ekonomi Kreatif berupa Pusat Kreatif/ Creative Hub.

1.4.2. Objektif

Perancangan Bandar Lampung Creative Hub ini dapat katalis produktifitas bagi para pelaku ekonomi kreatif yang ada di Bandar Lampung juga mengangkat ekonomi kota Bandar Lampung.

1.5. Ruang Lingkup Pembahasan

1.5.1. Ruang Lingkup Substansial

Mencakup Perencanaan dan Perancangan Creative Hub mulai dari membahas kebutuhan wadah kegiatan pelaku sesuai subsektor ekonomi kreatif yang layak berdasarkan suatu acuan atau standar tertentu yang ditetapkan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintah dan mencari literatur yang berkaitan dengan rancangan Pusat Kreatif.

1.5.2. Ruang Lingkup Spasial

Creative Hub/ Pusat Kreatif berlokasi di kota Bandar Lampung.

1.6. Metode Pembahasan

Pembahasan dilakukan dengan metode deskriptif dengan langkah mengumpulkan, mengolah, memaparkan data, dan perumusan masalah serta analisis, guna memperoleh dasar program perencanaan dan perancangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1.6.1. Studi Literatur

Mempelajari buku, standar, aturan, dan literatur dari internet yang berkaitan dengan rancangan Creative Hub/ Pusat Kreatif.

1.6.2. Studi Preseden

Melakukan studi objek rancangan yang memiliki karakteristik serupa dan diusahakan berada pada daerah yang sama dengan objek yang akan dibangun guna dijadikan referensi dalam kegiatan perencanaan dan perancangan Bandar Lampung Creative Hub, yaitu Bandung Creative Hub dan Jakarta Creative Hub.

1.7. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas dan menguraikan literatur yang terkait dengan tinjauan umum objek rancangan mulai dari pengertian Industri Kreatif, Elemen pada Industri Kreatif , Tinjauan Umum Creative Hub ang meliputi Pengertian, Fungsi dan Jenis serta kemudian Studi Preseden.

BAB III DATA

Menguraikan data yang telah diperoleh dari objek yang sedang dibahas. Berisi tentang data Creative Hub/ Pusat Kreatif serupa –kondisi existing & peraturan bangunan setempat.

Daftar Pustak