

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang berkembang pesat saat ini memiliki peran yang signifikan pada sektor bisnis. Penggunaan teknologi dalam dunia bisnis saat ini menjadi kebutuhan tersendiri untuk mencapai tujuan bisnis secara efisien (Henderson & Venkatraman, 1999). Penggunaan teknologi dalam dunia bisnis menciptakan berbagai inovasi. Inovasi tersebut berupa perubahan dalam hal model, proses, dan *e-Commerce* khususnya di Indonesia. *e-Commerce* saat ini menjadi pilihan utama di kalangan konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pergeseran perilaku ini juga mempengaruhi model yang diterapkan oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM menunjukkan peningkatan yang cukup pesat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknologi, bisnis para pelaku UMKM mengalami peningkatan dalam beberapa hal yaitu dalam hal pemasaran, peningkatan komunikasi menjadi lebih efektif dan efisien, dan mengalami pertumbuhan yang efektif, efisien, kompetitif, dan inovatif (Akhmad & Purnomo, 2021). Pelaku UMKM memutuskan menggunakan teknologi disebabkan karena adanya faktor lingkungan bisnis yang kompetitif dan dorongan pemerintah agar mengikuti perkembangan dunia (Ghobakhloo dkk., 2011). Dalam sebuah penelitian menyatakan bahwa penggunaan teknologi di kalangan pelaku UMKM dapat meningkatkan aset dan omset hingga 30% (Berlilana dkk., 2020). Meski telah banyak penjelasan mengenai keuntungan dalam penggunaan teknologi, pelaku UMKM menyatakan masih mengalami kendala dalam menerapkannya dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari. Beberapa faktor yang menjadi kendala para pelaku UMKM antara lain kemampuan dan pengalaman yang dimiliki dalam bidang informasi dan teknologi (Rahayu & Day, 2015). Pemerintah sendiri telah menargetkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024

untuk digitalisasi UMKM sebesar 30,9% dimana ekonomi digital Indonesia sendiri sudah menunjukkan angka tertinggi di ASEAN sebesar 12% dan terus mengalami pertumbuhan (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2023).

Dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendeskripsikan bahwa UMKM ialah sebuah kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat dengan tujuan untuk berbisnis dan memperluas lapangan pekerjaan. UMKM sendiri merupakan kegiatan berbisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, rumah tangga, maupun usaha kecil (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20, 2008). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia terdapat 65,4 juta UMKM yang terdaftar pada tahun 2019. UMKM juga berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60.5% dan terus bertambah setiap tahunnya (Tambunan, 2023). Kontribusi UMKM yang besar terhadap perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk mendukung para penggiat UMKM agar dapat terus berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilaksanakan oleh pemerintah baik dalam memproduksi maupun memasarkan usaha. Seluruh kegiatan ini dilaksanakan pada sebuah bangunan komersial yang memusatkan para UMKM di suatu daerah.

Bangunan komersial merupakan sebuah bangunan yang dibangun dengan tujuan untuk mengakomodasi proses jual-beli yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Nugraha, 2023). Hal ini berlaku pula pada bangunan sentra UMKM. Sentra UMKM ini merupakan satu tempat terpusat yang memiliki berbagai fasilitas untuk menunjang proses bisnis para pelaku UMKM. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebanyak 9,4 juta UMKM sudah melakukan proses digitalisasi terhitung pada tahun 2020 dan angka ini terus didorong oleh pemerintah dengan berbagai program yang ada (Ayu Nurharista dkk., 2021). Tentunya dengan jumlah ini, para pelaku UMKM membutuhkan suatu tempat yang bukan lagi menopang proses jual-beli secara langsung namun menopang proses jual-beli yang

dilakukan secara daring. Menurut (Satriya dkk., 2021) menyatakan bahwa walaupun dengan adanya perkembangan teknologi dalam pemasaran produk khususnya melalui media daring, namun pelaku usaha masih menghadapi masalah seperti belum terpenuhinya tempat yang mewadahi usaha-usaha tersebut.

Di Kota Semarang telah terbangun beberapa sentra UMKM untuk memfasilitasi para pelaku UMKM. Salah satu UMKM tersebut merupakan *UMKM Center* Jawa Tengah yang berada di Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang. Pembangunan sentra UMKM Jawa Tengah ini dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah dalam rangka untuk memaksimalkan fungsi pelayanan pendampingan koperasi dan UMKM yang terpadu dan terintegrasi oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Selain itu, *UMKM Center* memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas produksi, akses permodalan/pembiayaan, perluasan pemasaran, pengembangan kapasitas SDM dan peningkatan kelembagaan. *UMKM Center* Jawa Tengah ini dipilih menjadi studi kasus disebabkan lokasi bangunan berada pada lokasi yang strategis yaitu di kawasan yang memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi baik bagi konsumen maupun produsen. Hal ini memberikan sebuah potensi mengenai pengurangan biaya operasional yang diperoleh melalui infrastruktur yang sudah tersedia, seperti transportasi dan utilitas umum. Selain itu, *UMKM Center* Jawa Tengah telah menjalin kerjasama dengan salah satu *e-Commerce* terbesar di Indonesia yaitu Shopee. Hal ini menjadi relevan mengingat peran teknologi dalam dunia usaha di kalangan UMKM. Peran *e-Commerce* dalam *UMKM Center* memberikan kemudahan akses bagi pelaku UMKM dalam proses jual-beli secara *hybrid*. Dengan mempertimbangkan faktor lokasi yang strategis dan faktor telah terjalin kerjasama antara pengelola dengan *e-Commerce*, *UMKM Center* Jawa Tengah memiliki potensi lebih dalam peningkatan kemajuan teknologi sehingga dapat bertumbuh lebih cepat dan berkelanjutan.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, terbentuknya sebuah ide untuk mengubah tujuan bangunan komersial yang saat ini berfokus ke

pengalaman berbelanja bagi pengunjung menjadi kemudahan sebuah usaha dalam menjalankan bisnis secara daring. Desain sentra UMKM ini akan berfokus pada aktivitas para pelaku UMKM yang telah melakukan pemasaran secara daring di dalam sentra UMKM dapat berjalan sesuai dengan penataan massa bangunan dan sirkulasi yang baik. Sentra UMKM ini didesain untuk memiliki fasilitas penunjang para pelaku UMKM di dalamnya dalam hal pemasaran daring, transaksi daring, logistik, pergudangan, maupun perbankan namun tetap tidak menghilangkan fungsi pemasaran maupun pelatihannya. Perancangan sentra UMKM ini diharapkan dapat mendukung para pelaku UMKM untuk melaksanakan bisnis daringnya secara cepat, tepat, dan efisien. komersial yang ada.

Didirikannya sentra UMKM dengan pendekatan teknologi ini menjadi sangat penting karena dapat memperluas akses pasar melalui proses digitalisasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing UMKM. Selain itu, perancangan sentra UMKM dengan pendekatan teknologi dapat mendorong kolaborasi antar pelaku usaha dan mendorong akses pembiayaan. Dengan begitu, perancangan ini dapat membantu pemerintah dalam mempercepat transformasi digital, menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inovatif, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat disimpulkan sebuah permasalahan, antara lain:

1. Terdapat perubahan perilaku dalam dunia bisnis yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi.
2. Tidak adanya tempat yang dapat menunjang kegiatan bisnis UMKM daring dalam satu tempat untuk menciptakan kegiatan bisnis yang cepat, tepat, dan efisien.

Perancangan dan penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa saja kebutuhan ruang yang dibutuhkan para pelaku UMKM daring?
2. Berapa besaran unit ruang yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM daring agar dapat menunjang kegiatan berbisnisnya?
3. Bagaimana wujud dan rancangan tata ruang sentra UMKM yang dapat memfasilitasi kegiatan berbisnis pelaku UMKM daring?

3.1. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses perancangan sentra UMKM yang berfokus pada kegiatan jual-beli secara daring secara terpusat untuk meningkatkan perekonomian dan potensi UMKM tersebut.
2. Meningkatkan potensi UMKM yang melakukan kegiatan bisnis secara daring untuk mencapai tujuan bisnis yang efisien.

3.2. Sasaran Perancangan

Sasaran perancangan (Subyek) dalam perancangan ini yaitu pengguna UMKM, pemerintah sebagai regulator serta pendukung keberlangsungan pelaku UMKM, serta para pelaku di dunia arsitektur yang memahami dan mendalami perancangan bangunan. Subyek tersebut yang menjadi narasumber dalam perancangan ini.

3.3. Manfaat Perancangan

Hasil dari perancangan ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun kegunaan perancangan sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

- a. Perancangan ini diharapkan dapat menambah informasi serta menjadi bahan referensi yang berkaitan dengan sentra UMKM.
- b. Perancangan ini dapat menghasilkan suatu tahapan yang jelas mengenai proses perancangan sentra UMKM yang sesuai dengan kriteria penggunaan teknologi pada bangunan.

- c. Perancangan ini dapat dijadikan perancangan yang relevan bagi perancangan selanjutnya.

1.5.2.Manfaat Praktis

- a. Perancangan ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa arsitektur.
- b. Bagi Universitas Diponegoro
Perancangan ini diharapkan mampu dijadikan sarana acuan dalam meningkatkan wawasan mengenai sentra UMKM.
- c. Bagi Peneliti
Perancangan ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan studi Magister serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan.
- d. Bagi Masyarakat Umum
Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai pengembangan tentang desain penggunaan teknologi pada sentra UMKM. Perancangan ini diharapkan juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan tentang desain sentra UMKM lainnya yang lebih spesifik.

1.6. Ruang Lingkup Perancangan

1.6.1.Ruang Lingkup Spasial

Perancangan ini dilakukan pada fasilitas pada bangunan sentra UMKM.

1.6.2.Ruang Lingkup Substansial

Sentra UMKM merupakan satu tempat terpusat yang memiliki berbagai fasilitas untuk menunjang proses bisnis para pelaku UMKM. Berdasarkan pengertian tersebut, sentra UMKM merupakan tempat para pelaku UMKM yang menunjang berbagai kegiatan bisnis yang dibutuhkan untuk mewujudkan tujuan bisnis setiap pelaku UMKM.

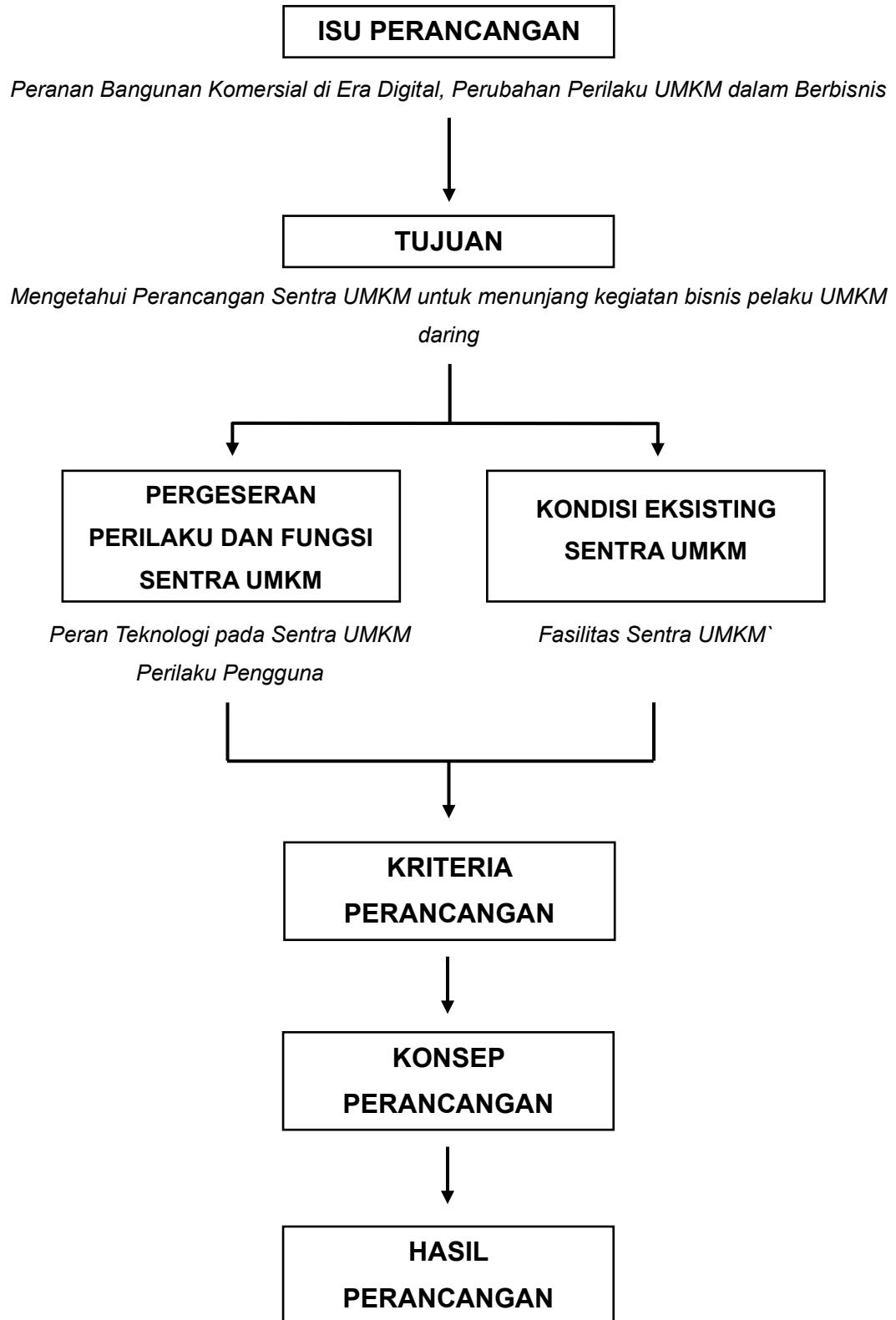
1.7. Keaslian Perancangan

Keaslian perancangan ini merupakan perancangan atau penelitian sejenis dengan topik sentra UMKM yang diambil dari berbagai jurnal atau studi yang sudah ada sebelumnya serta dilakukan dalam rentang 10 tahun terakhir, diantaranya sebagai berikut:

Peneliti	Judul	Hasil Perancangan/Penelitian
I Kadek Dwika Satriya, I Wayan Widanan, Made Suryanatha Prabawa. (UNDAGI: Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa Vol. 9 No. 1 Juni 2021 2581-2211)	Kriteria Desain Perancangan Mall UMKM Bidang Industri Kreatif di Denpasar.	Ditemukan permasalahan dimana pelaku UMKM menyatakan masih membutuhkan tempat untuk mewadahi usahanya walaupun telah melakukan pemasaran produk melalui <i>online</i> .
Sidharta Chandana Deva dan Martin Halim (Jurnal STUPA: Sains, Teknologi, Urban, Perancangan. Arsitektur Vol. 6 No.1 2024 2685-6263)	Peran Arsitektur Terhadap Kemajuan UMKM di Bidang <i>Fashion</i> di Era Digitalisasi Melalui Pendekatan Arsitektur Empati.	Ditemukan bahwa terdapat transformasi fungsi dari sisi arsitektur atau bangunan yang digunakan oleh UMKM. Praktik bisnis yang semula luring menjadi daring mendorong perubahan dalam konsep arsitektur dan mengikuti kebutuhan penggunaanya saat ini.
Hertrisna Ayu Dahlima dan Andy	Redesain Pasar UMKM dengan	Ditemukan konsep perancangan yang

Mappajaya (Jurnal Sains dan Seni ITS Vol. 7 No.2 2018 2337-3520)	Pendekatan Kontekstual.	diajukan dengan pendekatan kontekstual untuk memunculkan bangunan dengan fungsi-fungsi baru yang berkelanjutan dan memperbaiki aspek dari desain sebelumnya.
Shella Rafsanjani, Gaguk Sukowiyono, Putri Herlia Pramitasari (PENGILON: Jurnal Arsitektur Vol. 5 No. 1 2021 9772597762005)	Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya Tema: Arsitektur Berkelanjutan	Ditemukan untuk meningkatkan perekonomian dibidang industri kreatif di daerah tersebut maka dibutuhkan fasilitas yang berkelanjutan yang disesuaikan dengan kebutuhan saat ini seperti fasilitas edukasi, pameran, dan pusat penjualan digital.

1.8. Alur Pikir Perancangan



1.9. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman, penulisan tesis ini disusun secara sistematis dengan struktur sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menyajikan Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Sasaran Perancangan, Manfaat Perancangan, Ruang Lingkup Perancangan, Keaslian Perancangan, Alur Pikir Perancangan, serta Sistematika Perancangan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan mengenai sentra UMKM serta tinjauan mengenai UMKM daring.

BAB III METODELOGI PERANCANGAN

Menjelaskan metode dan langkah-langkah yang diterapkan dalam perancangan sentra UMKM dengan pendekatan teknologi..

BAB IV PROSES PERANCANGAN

Menyajikan mengenai konsep perancangan yang akan diterapkan dalam perancangan sentra UMKM dengan pendekatan teknologi.

BAB V HASIL PERANCANGAN

Menyajikan mengenai hasil perancangan dari konsep perancangan yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya hingga terbentuk sebuah perancangan bangunan sentra UMKM dengan pendekatan teknologi.

BAB VI KESIMPULAN

Menjelaskan tentang uraian kesimpulan hasil perancangan bagaimana perancangan sentra UMKM dengan pendekatan teknologi.