

ABSTRAK

Penggunaan teknologi yang massif dewasa ini memberikan dampak yang besar bagi dunia bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya model bisnis baru seperti *e-Commerce*. Dengan munculnya *e-Commerce* di Indonesia, memberikan kesempatan berkembang bagi para pelaku UMKM menjadi lebih mudah dengan mengubah praktik bisnisnya menjadi bisnis daring. Meskipun pemasaran telah dilakukan secara daring, para pelaku menyatakan bahwa mereka masih memerlukan infrastruktur yang dapat menunjang kegiatan bisnis mereka. Hal ini yang menciptakan sebuah ide perancangan sentra UMKM yang berfokus pada kegiatan bisnis para pelaku UMKM daring yang melakukan pemasaran secara daring. Perancangan ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM daring. Metode perancangan yang digunakan adalah kuantitatif dengan mengumpulkan data kuisioner dan studi literatur kemudian melakukan analisis dari data-data tersebut. Dalam perancangan ini ditemukan bahwa pelaku UMKM daring memerlukan akses fasilitas ruang pemasaran daring, ruang penyimpanan, kantor logistik, kantor perwakilan *e-Commerce* dan perbankan untuk menunjang tujuan bisnisnya secara efektif dan efisien.

Kata kunci: Sentra UMKM, Pemasaran Daring, Bangunan Komersial