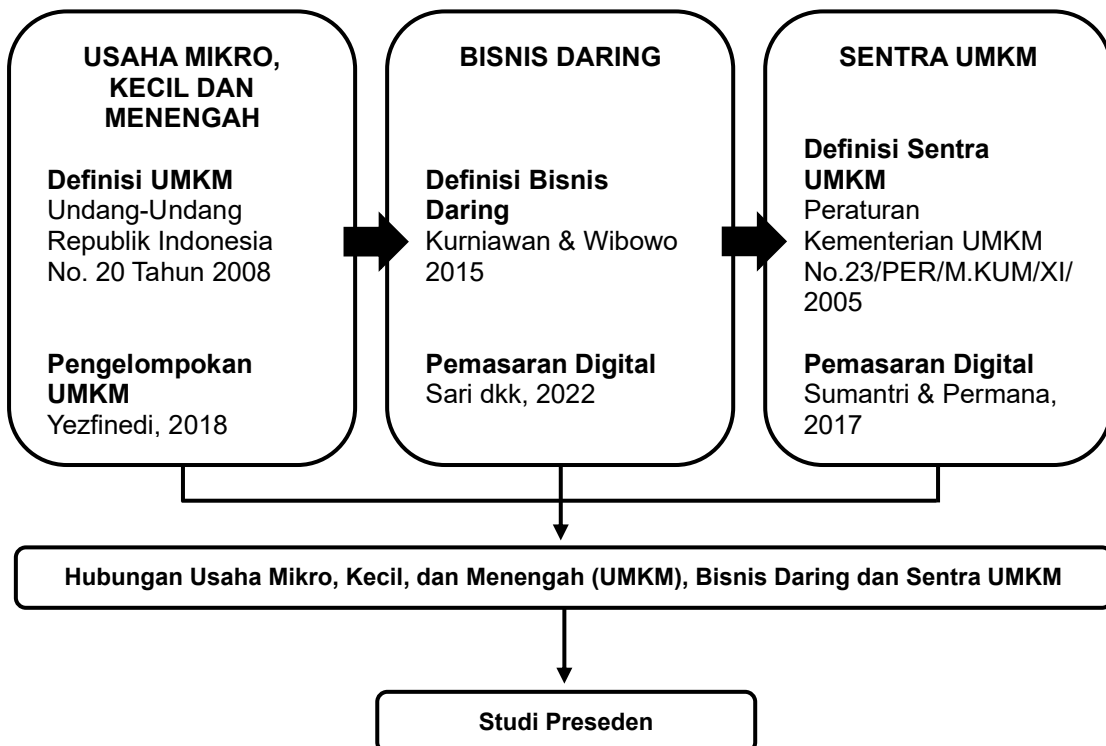


BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

Dalam kajian pustaka ini terdapat dua gagasan utama yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), bisnis daring dan sentra UMKM. Kajian mengenai UMKM ini akan menjelaskan dalam perihal pengertian UMKM dan pengelompokannya berdasarkan literatur maupun peraturan yang berlaku. Bisnis daring akan menjelaskan bagaimana teknologi telah mempengaruhi cara berbisnis para pelaku UMKM. Sentra UMKM akan menjelaskan mengenai fungsi dan ketentuan yang saat ini telah berlaku dan diatur oleh pemerintah.



Gambar 2. 1 Kerangka Teori
Sumber: Penulis, 2024

Ketiga gagasan tersebut akan dikaji untuk menghasilkan rancangan mengenai sentra UMKM yang dapat memfasilitasi para pelaku UMKM daring secara keseluruhan. Untuk mengetahui aspek-aspek yang dibutuhkan kajian dilakukan dengan melakukan penelitian secara kuesioner terhadap para pelaku UMKM daring.

2.2. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang – Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang dijalankan secara produktif oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai dengan Undang – Undang. UMKM tersebut memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) (Ayu Nurharista dkk., 2021). Dalam pasal 1 Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa:

- Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki oleh perseorangan maupun badan usaha yang diatur oleh dalam undang-undang.
- Usaha kecil adalah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha bukan anak perusahaan yang dapat memiliki secara langsung maupun tidak langsung sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang yang dimaksud.
- Usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh perseorangan dan bukan bagian dari perusahaan lain yang dapat memiliki baik secara langsung maupun tidak langsung dan diatur dalam undang-undang.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM dapat dibedakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki dalam setiap UMKM. Usaha yang memiliki tenaga kerja sebanyak 1-4 orang dikategorikan sebagai usaha mikro, usaha yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang dikategorikan sebagai usaha kecil, dan usaha yang memiliki tenaga kerja sebanyak 20-99 orang dikategorikan sebagai usaha menengah (Yazfinedi, 2018).

Menurut (Jayanti Mandasari dkk., 2019), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran krusial dalam perekonomian negara dengan tujuan untuk berkembang dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi tingkat pengangguran.

2.3. Pengertian Bisnis Daring

Bisnis daring adalah salah satu praktik berbisnis yang berkembang dari praktik bisnis tradisional dengan menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan dan mengubah proses dalam berbisnis. Istilah bisnis daring mengacu pada kegiatan berbisnis yang menggunakan internet yang tidak hanya melakukan kegiatan pembelian dan penjualan, namun juga memudahkan pelayanan dengan pelanggan dan mitra bisnis (Kurniawan & Wibowo, 2015).

Menurut (W, 2019), Bisnis daring adalah bisnis yang menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkannya melalui media jejaring sosial atau forum jual-beli dengan menggunakan jaringan internet. Keuntungan yang didapatkan dalam menggunakan praktik bisnis secara daring yaitu:

1. Menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan dengan toko tradisional
2. Waktu kerja yang tidak terbatas
3. Biaya operasional yang cenderung lebih murah
4. Mudah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen

Pemasaran daring adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dengan mengubah cara perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan dalam rangka untuk pengembangan konsep pemasaran (Sari dkk., 2022).

Menurut (Aji dkk., 2022), pemasaran daring adalah suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan dan mempromosikan produk mereka dengan memanfaatkan teknologi. Pemanfaatan teknologi ini dapat menghasilkan data statistik yang dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen,

sehingga upaya pemasaran dapat dilakukan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan.

Menurut (Wahyuni dkk., 2023) menjelaskan bahwa salah satu metode pemasaran secara daring adalah melalui *Live Shopping*. Ini merupakan strategi dimana penjual menggunakan fitur *live* dari *e-Commerce* untuk menawarkan produk mereka dalam jangka waktu tertentu. Fitur ini memungkinkan calon pembeli untuk berinteraksi langsung dengan penjual mengenai produk yang ditawarkan dan menciptakan pengalaman belanja yang interaktif.

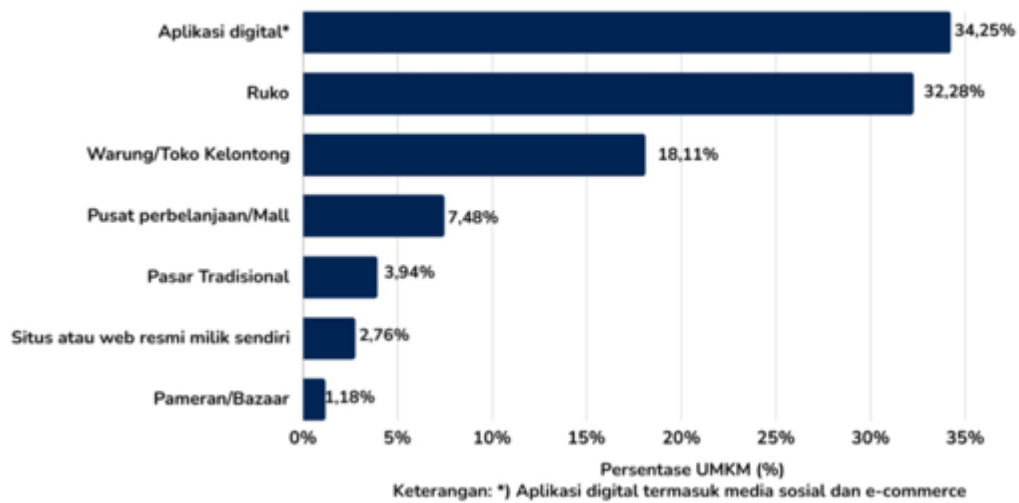
2.4. Pola Kerja UMKM Berbasis Teknologi

Pola kerja UMKM berbasis teknologi mengacu pada pemanfaatan berbagai sistem digital yang mendukung efisiensi operasional dan memperluas akses pasar. Beberapa sistem yang digunakan dalam pola kerja berbasis teknologi antara lain:

2.4.1.e-Commerce Platforms

Keberadaan *e-Commerce* dianggap sangat mempermudah dalam memudahkan penjual untuk menjangkau pembeli yang lebih luas. *E-Commerce* tidak hanya berperan sebagai perantara transaksi, tetapi juga memiliki peran penting dalam pemasaran, penjualan, pengiriman, serta pelayanan kepada pelanggan. Di Indonesia, popularitas *e-Commerce* mulai berkembang pesat pada tahun 2014 dengan munculnya berbagai perusahaan seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain (Maulana dkk., 2021).

Dalam survei (Institut for Development of Economics and Finance, 2024) sebanyak 34,25% persen UMKM memanfaatkan aplikasi digital seperti media sosial dan *e-Commerce* sebagai *platform* utama untuk menjalankan penjualan. Angka ini diikuti oleh penggunaan ruko sebanyak 32,28% yang menduduki posisi kedua.



Gambar 2. 2. Tempat utama berjualan UMKM

Sumber: INDEF, 2024

2.4.2. Sistem Pengiriman dan Logistik

Sistem pengiriman dan logistik mengacu pada serangkaian langkah, kegiatan, dan fungsi yang terlibat dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan pergerakan barang dan jasa dari penjual hingga ke konsumen akhir dalam rantai pasokan. Hal ini melibatkan pengelolaan berbagai tahapan dalam rantai pasokan untuk memastikan aliran barang dan jasa berjalan dengan lancar (Sudrajat dkk., 2024). Beberapa elemen utama dalam sistem pengiriman dan logistik meliputi:

a. Pelacakan Pengiriman (*Tracking*)

Teknologi memungkinkan pemantauan barang secara *real-time* dengan memberikan informasi yang jelas mengenai status pengiriman mulai dari barang dikirim hingga sampai ke tangan konsumen.

b. Integrasi dengan *Platform e-Commerce*

Teknologi *platform e-Commerce* seperti Tokopedia dan Shopee menawarkan integrasi langsung dengan layanan pengiriman seperti JNE, J&T, Gojek, dan perusahaan logistik lainnya yang memungkinkan penjual untuk memilih berbagai opsi pengiriman sesuai dengan kebutuhan dan waktu yang dikehendaki pelanggan.

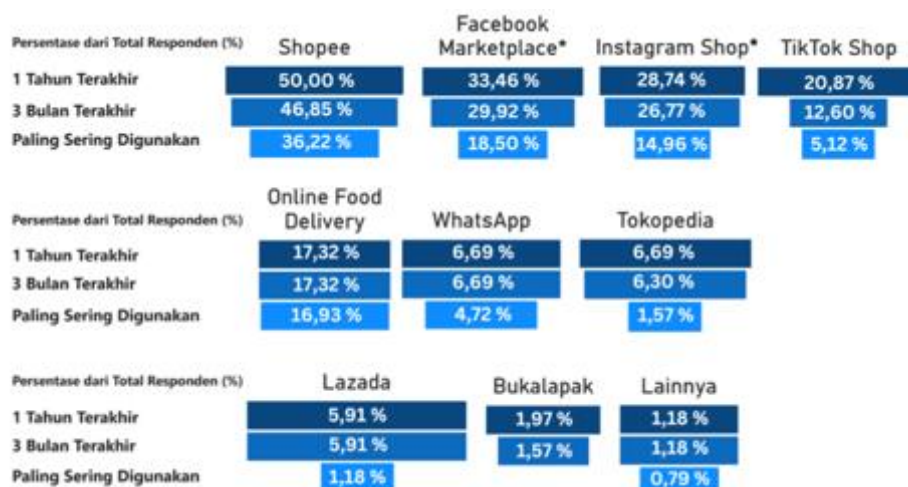
c. Pengelolaan Pengembalian Barang

Teknologi juga memudahkan pengelolaan pengembalian barang jika diperlukan dengan menyediakan *platform* untuk pelanggan melakukan penukaran barang dengan cara yang mudah dan efisien.

2.4.3.Sistem Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah proses mempromosikan produk melalui media digital yang terhubung dengan internet dan memungkinkan terjadinya komunikasi pemasaran secara daring. Hal ini mempermudah interaksi antara produsen, pemasar, dan konsumen. Pemasaran digital memiliki kemampuan untuk menjangkau seluruh pengguna internet tanpa batasan waktu dan lokasi. Berbagai aplikasi berbasis internet seperti Twitter, Instagram, Facebook, Telegram, Youtube, dan TikTok sering dimanfaatkan sebagai alat untuk pemasaran (Mulyansyah & Sulistyowati, 2021),

Dalam penelitian yang dilakukan oleh INDEF, UMKM menggunakan aplikasi media daring selain untuk kebutuhan personal adalah untuk mengembangkan usahanya. Aplikasi media sosial seperti Facebook dan Instagram memiliki fitur *Feed* dan *Story* yang memungkinkan pengguna melakukan pemasaran produknya. Namun meskipun pemasaran menggunakan aplikasi sosial media, transaksi jual-beli akan tetap berlangsung di luar aplikasi atau menggunakan jasa *e-Commerce*.



Gambar 2. 3. Tempat Berjualan dan Pemasaran UMKM Daring

Sumber: INDEF, 2024

2.5. Alur Penjualan dalam Bisnis Daring

Proses atau alur penjualan dalam bisnis daring merujuk pada rangkaian langkah yang perlu dilalui untuk melakukan transaksi jual-beli di *platform e-Commerce* yang disediakan oleh berbagai *marketplace*. Dengan demikian, alur ini mencakup segala aktivitas transaksi jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik atau digital untuk menawarkan produk yang memungkinkan pengusaha untuk menghemat waktu dalam proses transaksi jual-beli (Ginee, 2023). Berikut adalah alur penjualan yang dapat ditemukan dalam berbisnis di *e-Commerce* (*Pusat Edukasi Penjual, 2024*), yaitu:



Gambar 2. 4. Alur Penjualan pada e-Commerce
Sumber: Shopee, 2024

2.6. Struktur Organisasi Sentra UMKM

Struktur organisasi pada UMKM disesuaikan dengan jenis dan tujuan sentra tersebut. Struktur organisasi ini dapat melibatkan beberapa elemen (FEB UI, 2024) seperti:

- a. Kepala UKM Center

Bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan operasional pusat mencakup merencanakan, mengorganisir, dan mengawasi berbagai program pembinaan, pelatihan, serta pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

b. Wakil Kepala UKM *Center*

Bertanggung jawab membantu dalam perencanaan dan pelaksanaan program pembinaan, pelatihan, serta pemberdayaan UMKM dan berkoordinasi antar tim terkait.

c. Sekretaris Pimpinan

Bertanggung jawab untuk membantu dalam menjalankan tugas administratif dan operasional sehari-hari meliputi pengelolaan jadwal, penyusunan surat-menyurat, serta penyusunan laporan atau dokumentasi yang diperlukan oleh pimpinan.

d. Manajer Pelatihan

Bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengawasi program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM.

e. Manajer Penelitian

Bertanggung jawab untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM.

f. Kepala Perencanaan Strategis dan Evaluasi

Bertanggung jawab untuk merancang, mengembangkan, dan mengawasi pelaksanaan, strategi jangka panjang dan jangka pendek dalam pengembangan UMKM.

g. Manajer Operasional

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi operasi sehari-hari meliputi pengelolaan alur kerja, koordinasi tim, serta memastikan semua kegiatan berjalan efisien dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

h. Staf Keuangan

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi semua aspek keuangan yang terkait dengan operasional pusat meliputi pencatatan dan pelaporan transaksi keuangan, pengelolaan anggaran, serta memastikan penggunaan dana yang efisien dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

i. Staf Kearsipan dan Sekretariat

Bertanggung jawab untuk mengelola dan memelihara arsip serta dokumen administratif yang berkaitan dengan operasional pusat mencakup pengarsipan dokumen secara sistematis dan memastikan semua data maupun informasi mudah diakses sesuai kebutuhan.

j. Staf Humas

Bertanggung jawab untuk membangun dan menjaga hubungan positif antara sentra UMKM dengan berbagai pihak eksternal termasuk media, komunitas, pemerintah, dan *stakeholder* lainnya.

k. Staf IT dan Desain

Bertanggung jawab untuk mendukung kebutuhan teknologi informasi dan desain visual untuk mendukung operasional dan promosi sentra UMKM.

2.7. Pengertian Bangunan Komersial

Menurut (Anggraini, 2020), bangunan komersial adalah struktur yang dibangun dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang melalui penjualan atau penyewaan kembali dalam periode waktu tertentu.

Menurut (Tjiasmanto dkk., 2017), bangunan perdagangan adalah bangunan seperti toko atau fasilitas lainnya sebagai tempat menjual barang atau menyediakan pelayanan secara langsung kepada masyarakat seperti:

- Tempat makan seperti kafe, restoran
- Fasilitas hiburan seperti hotel atau motel, bar
- Layanan jasa seperti salon
- Tempat berbelanja seperti pasar, ruang penjualan, ruang pameran

Menurut (Cahyanti dkk., 2018), bangunan komersial adalah struktur yang dirancang untuk mendukung aktivitas sosial dengan tujuan untuk meraih keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Seluruh aspek dalam perancangan bangunan komersial termasuk penampilan, efisiensi, keamanan, dan potensi pengembangan gedung sangat dipertimbangkan untuk mendukung keberhasilan fungsi komersial dalam gedung.

2.8. Pengertian Business Hub

Business Hub adalah tempat fisik yang menyediakan solusi kantor sementara bagi berbagai jenis pengusaha dan organisasi. Ruang-ruang ini menawarkan pilihan kantor yang diperuntukkan untuk pribadi maupun untuk bersama. Fasilitas lainnya yang dimiliki adalah seperti resepsionis, pengiriman, kebersihan, keamanan, internet, dan fotokopi. Selain itu, ruang rapat juga tersedia dengan jam tertentu yang termasuk dalam paket kantor dan dapat digunakan untuk pertemuan. *Business Center* merupakan solusi bagi suatu perusahaan yang ingin mendirikan alamat perusahaan di lokasi profesional dan memanfaatkan layanan terkait tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar dengan kontrak yang fleksibel mulai dari per jam hingga per tahun (Ferreira, 2024b).

Business Hub atau pusat bisnis adalah fasilitas yang dikelola secara profesional, di mana pengusaha dan organisasi dapat menyewa kantor pribadi, ruang rapat, dan berbagai ruang kerja lainnya. Ruangan ini dapat bersifat sebagai ruang pribadi maupun ruang bersama dengan dilengkapi fasilitas seperti resepsionis, layanan kebersihan, keamanan tingkat tinggi, akses internet cepat, serta layanan fotokopi. Pusat bisnis sangat ideal untuk berbagai macam profesional dan bisnis. Pusat bisnis sangat cocok untuk kelompok kecil yang membutuhkan ruang kantor dengan semua kebutuhan dasar. Ruang kerja seperti ini paling sesuai untuk bisnis UKM (Usaha Kecil dan Menengah), pekerja lepas (*freelancer*), perusahaan rintisan (*startup*), dan firma hukum atau konsultan pajak kecil (WeWork Staff, 2024).

Business Hub merupakan pilihan cocok bagi suatu perusahaan yang tidak memerlukan kantor besar namun ingin memiliki tempat usaha di lingkungan yang profesional dengan fasilitas lengkap. Ruangan yang ditawarkan dengan berbagai tipe yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan, dengan beragam ukuran dan fungsi. Fasilitas ini mengintegrasikan desain modern, fungsional, dan teknologi untuk menciptakan suasana kerja yang nyaman, serta memudahkan karyawan dalam mengatur jadwal secara lebih efisien.

2.9. Pengertian Sentra UMKM

Berdasarkan (Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 23/PER/M.KUKM/XI/2005, 2005), sentra UMKM merupakan pusat kegiatan bisnis yang berada di suatu lokasi tertentu di mana terdapat usaha-usaha yang menggunakan bahan baku yang sama, menghasilkan produk yang serupa, serta memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai bagian dari pengembangan usaha di wilayah tersebut. Pembangunan sentra UMKM menjadi pusat fasilitas dan pengembangan dari UMKM diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 19, dimana kegiatan yang difasilitasi dalam sentra UMKM mencakup kegiatan produksi, pemasaran, dan pengembangan SDM. Pengembangan SDM yang dimaksud berupa pembinaan dan pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM serta terdapat pula pameran untuk menarik minat masyarakat.

Berdasarkan kriterianya sentra UMKM diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Sentra UMKM Unggulan

Sentra UMKM Unggulan adalah sentra UMKM yang kegiatan usahanya berkaitan dengan produk unggulan daerah, memiliki kapasitas dan produktivitas yang selalu berkembang, berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, serta memprioritaskan untuk berkembang sebagai bagian dari integral klaster.

Kriteria sentra UMKM Unggulan adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan fasilitas pembinaan

- b. Kegiatan usahanya berhubungan dengan produk unggulan daerah
- c. Lingkup pemasaran produknya setidaknya antar kabupaten/kota dalam satu provinsi
- d. Peningkatan dan pertumbuhan omzet menjadi penanda berkembangnya usaha
- e. Pertumbuhan dalam jumlah tenaga kerja
- f. Melakukan pengembangan teknologi
- g. Terjalannya kerja sama usaha dari hulu ke hilir

2. Sentra UMKM bagian Klaster Bisnis

Klaster bisnis adalah klaster dimana bisnis sentra UMKM Unggulan telah menjadi bagian yang esensial dari industri inti, industri pemasok, dan/atau industri terkait.

Kriteria sentra UMKM bagian klaster bisnis sebagai berikut:

- a. Sentra UMKM Unggulan yang bisnisnya mencakup industri inti, industri pemasok, dan/atau industri terkait dalam suatu klaster bisnis
- b. Sentra UMKM Unggulan yang melakukan pemasaran atau merupakan bahan baku atau bahan pembantu dari suatu produk dalam skala nasional dan/atau ekspor
- c. Sentra UMKM Unggulan yang mampu melakukan pelatihan teknis baik secara mandiri atau dengan bekerjasama
- d. Sentra UMKM Unggulan yang mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk/pemasaran secara mandiri atau bekerjasama

Menurut (Sumantri & Permana, 2017), sentra UMKM memiliki ciri sebagai berikut:

- 1. Merupakan unit kecil dalam suatu kawasan yang memiliki karakteristik tertentu dengan minimal 20 UKM di dalamnya.

2. Memiliki fungsi yang meliputi aspek fisik lahan, geografis, agroklimat, infrastruktur, dan kelembagaan sumber daya manusia dalam satu kesatuan.
3. Terdapat kegiatan produksi untuk menghasilkan sebuah produk yang unggul.
4. Terdapat kegiatan untuk mengembangkan nilai jual dan daya saing suatu produk.

Menurut (Lestari dkk., 2022), sentra Usaha Mikro, Kecil dan Menangan adalah kegiatan bisnis yang terpusat di suatu kawasan tertentu yang memiliki tujuan untuk menghasilkan produk atau barang hasil dari kerajinan manusia. Kriteria sebuah sentra UMKM adalah sebagai berikut:

1. Memiliki minimal 20 UMKM
2. Memiliki penghasilan mencapai minimal 200 juta per bulan
3. Berada di kawasan yang memiliki pasar yang potensial
4. Memiliki jaringan untuk pengadaan bahan baku maupun pemasaran
5. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan dalam kawasan sekitarnya minimal sebanyak 40 orang
6. Menggunakan bahan baku lokal (dalam negeri)
7. Penggunaan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan mutu produk
8. Memiliki sarana dan prasarana yang mendukung

2.10. Fasilitas Sarana dan Prasarana Sentra UMKM

Sarana prasarana pada bangunan komersial merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Suatu bangunan dituntut untuk memiliki fasilitas yang maksimal sehingga dapat menunjang segala kebutuhan maupun aktivitas penggunaannya. Fasilitas yang ada dalam sebuah bangunan komersial dapat mempengaruhi waktu serta efisiensi pengguna dalam menyelesaikan tugas dan tujuannya.

Pengertian sarana atau fasilitas adalah pengoperasian segala sesuatu yang dapat mempermudah pelaksanaan usaha dalam mencapai

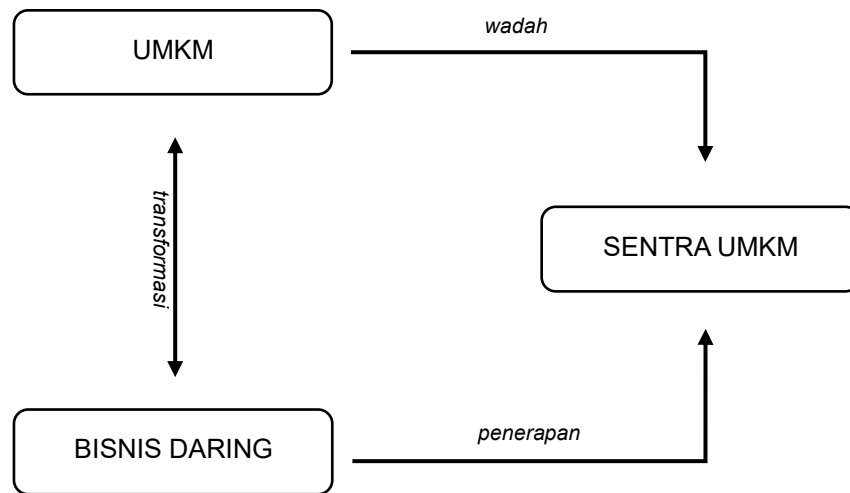
tujuan secara lancar, teratur, efektif, dan efisien baik berupa benda maupun uang. Sedangkan pengertian prasarana adalah fasilitas yang dapat menunjang kegiatan secara tidak langsung untuk mencapai tujuan tertentu (Sutisna & Effane, 2022). Berdasarkan pengertian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pemenuhan sarana dan prasarana merupakan hal yang krusial dalam sebuah perancangan bangunan agar segala aktivitas dalam bangunan dapat mendukung tujuan penggunaannya.

Adapun bentuk layanan yang terdapat pada sentra UMKM (Abisha, 2020), antara lain:

1. Layanan akses dalam memasarkan produk
2. Layanan pendampingan dan konsultasi bisnis
3. Layanan dalam mengakses pembiayaan penunjang bisnis
4. Layanan pelatihan singkat bagi pelaku UMKM maupun calon wirausaha baru

2.11. Hubungan UMKM, Bisnis Daring, dan Sentra UMKM

Perancangan sentra UMKM berbasis pelaku UMKM daring adalah perancangan bangunan yang dimaksud untuk membantu para pelaku UMKM daring untuk dapat mewujudkan tujuan bisnisnya agar lebih optimal dan menguntungkan. Dalam hal ini, selain ketentuan sentra UMKM yang telah diatur oleh pemerintah seperti fungsinya sebagai sarana pelatihan dan pengembangan, sentra UMKM ini akan memiliki fasilitas-fasilitas yang dapat membantu mengoptimalkan berbagai kegiatan seperti pemasaran, penyimpanan, keuangan, dan logistik.



*Gambar 2. 5 Hubungan UMKM, Bisnis Daring dan Sentra UMKM
Sumber: Penulis, 2024*

Secara keseluruhan, sentra UMKM merupakan salah satu fasilitas pendukung sebagai salah satu usaha pemerintah untuk meningkatkan kualitas UMKM dan perancangan UMKM yang berfokus untuk memfasilitasi para pelaku UMKM daring akan membantu mengoptimalkan kualitas UMKM dan mengikuti perkembangan praktik berbisnis yang telah beralih dengan menggunakan teknologi untuk mempercepat dan mempermudah kegiatan bisnis.

2.12. Pengertian Desain Teknologi Terpadu

Desain Teknologi Terpadu merupakan sebuah pendekatan yang menggabungkan berbagai teknologi dalam satu sistem yang saling mendukung untuk menciptakan solusi yang lebih efisien, efektif dan inovatif (Lapinskienė & Motuzienė, 2021). Dalam hal ini, kata terpadu memiliki arti mengenai penggunaan komponen teknologi yang berbeda seperti perangkat keras, perangkat lunak, sistem komunikasi, dan proses bisnis yang digabungkan menjadi satu untuk mencapai tujuan tertentu. Secara lebih rinci, desain teknologi terpadu melibatkan beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Integrasi Berbagai Teknologi

Menggabungkan berbagai teknologi dan sistem yang awalnya berdiri sendiri menjadi satu kesatuan.

b. Inovasi

Mengintegrasikan berbagai komponen teknologi yang berbeda untuk menciptakan solusi baru yang mungkin tidak dapat dicapai dengan pendekatan tradisional.

2.13. Penerapan Teknologi pada Bangunan Komersial

Dengan adanya perkembangan Revolusi Industri 4.0, teknologi digital kini secara perlahan mulai memasuki sektor konstruksi. Teknologi digital kini secara bertahap mengubah cara desain, pembangunan, operasi, dan pemeliharaan baik dalam infrastruktur, properti, maupun aset bangunan lainnya. Teknologi seperti *Building Information Modeling (BIM)*, prefabrikasi, sensor nirkabel, percetakan 3D, serta peralatan otomatis dan robotik, semakin mempengaruhi sektor konstruksi (Firmansyah dkk., 2021).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka masuknya teknologi ke dalam bangunan komersial atau dalam perancangan ini yaitu sentra UMKM merupakan hal yang tidak terelakkan. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penerapan inovasi digital seperti otomasi dalam pengelolaan ruang akan semakin penting untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, serta mendukung keberlanjutan dan daya saing bisnis di sektor UMKM. Berikut beberapa konsep maupun sistem yang dapat diterapkan dalam bangunan komersial maupun logistik:

2.13.1. Konsep Hoteling

Hoteling merupakan sebuah metode yang digunakan dalam konsep kantor maya yang menyediakan fasilitas yang terpusat dan dipakai secara bersama oleh sebuah pengguna bangunan. Metode *Hoteling* tercipta karena mahalnya harga sewa sebuah ruang/bangunan yang dibutuhkan oleh perusahaan namun sebagian pekerjanya hanya menggunakan ruangan/bangunan tersebut sebesar 30% dari waktu kerjanya. Sistem kerja dari konsep sistem *Hoteling* dapat beragam, mulai dari yang sederhana

hingga yang berbasis teknologi tinggi. Pada intinya, sistem *Hoteling* menggunakan perangkat lunak yang dapat memantau sumber daya yang diperlukan seperti sumber daya fisik maupun sumber daya digital yang tersedia maupun ditawarkan dalam ruangan tersebut. Dengan penggunaan perangkat lunak ini, calon pengguna ruang/bangunan dapat memesan ruangan yang diperlukan sesuai fungsinya dengan menggunakan ID dan kata sandi pengguna. Setelah pemesanan terjadi, maka data akan tercatat pada sistem *database* pemilik bangunan yang nantinya perangkat lunak akan memberikan pemberitahuan mengenai pesanan yang ada dan akan memproses pesanan tersebut hingga calon pengguna datang menggunakan ruang/bangunan tersebut (Yuniarto, 2013).

Dengan penggunaan konsep *Hoteling*, sebuah ruangan/bangunan dapat dipesan sesuai dengan waktu penggunaanya secara daring melalui aplikasi maupun situs. Salah satu kelebihan dalam penggunaan konsep *Hoteling* adalah calon pengguna dapat memastikan ketersediaan tempat pada saat mereka membutuhkannya. Sebuah perusahaan yang menggunakan sistem *Hoteling* perlu membangun sebuah perangkat lunak berbasis data berdasarkan bagaimana, kapan, dan oleh siapa ruang kerja akan digunakan (Kerravala, 2022).

2.13.2. Warehouse Management System (WMS)

Warehouse Management System (WMS) adalah solusi teknologi yang efisien untuk mengelola operasi gudang. Peralihan sistem operasi gudang dari sistem manual ke sistem berbasis perangkat lunak ini telah menjadi tren yang signifikan. Dengan menggunakan WMS, karyawan gudang dapat dengan mudah memeriksa stok barang. Melacak pengiriman, dan mengatur proses penyimpanan melalui aplikasi atau *platform* berbasis *website*. Salah satu keuntungan utama dari penggunaan WMS adalah kemampuan untuk memantau stok barang dengan cepat dan akurat dibandingkan dengan pencatatan manual yang memakan waktu dan rawan kesalahan. Sistem WMS memungkinkan karyawan untuk memantau jumlah ketersediaan barang secara *real-time*. Dengan sistem yang terintegrasi ini, pengelolaan

gudang dapat lebih efektif, menghindari kekurangan persediaan, serta mengurangi risiko kerugian akibat kekurangan stok (Azzahra & Fauziah, 2023).

2.13.3. Automated Storage and Retrieval System (AS/RS)

Automated Storage and Retrieval System (AS/RS) adalah sistem yang dirancang untuk menyimpan, mengambil, mengangkat, dan memindahkan barang secara otomatis dari rak penyimpanan dengan akurasi yang tinggi. Sistem ini memiliki keuntungan seperti mengurangi ketergantungan pada tenaga manusia, meminimalisir kesalahan, serta meningkatkan efisiensi dalam proses penyimpanan dan pengambilan barang. Sistem ini memiliki komponen yang kompleks dan dapat diterapkan pada operasi yang dengan kebutuhan kinerja yang tinggi, seperti mesin palet, konveyor, traktor otomatis, sistem pemeriksaan barang, dan sambungan otomatis. Penggunaan AS/RS bertujuan untuk meningkatkan efisiensi waktu dalam proses logistik dan manajemen gudang (Alhilal dkk., 2022).

2.14. Kesimpulan Teori

Sentra UMKM merupakan fasilitas yang dirancang untuk mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dengan menyediakan sarana yang menunjang aktivitas pelatihan, pengembangan, pemasaran, serta layanan pendampingan bisnis. Dengan berkembangnya bisnis berbasis digital, perancangan sentra UMKM kini semakin berorientasi pada optimalisasi teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. *Business Hub* hadir sebagai solusi fleksibel bagi para pelaku usaha yang membutuhkan ruang kerja profesional dengan fasilitas lengkap tanpa harus memiliki kantor tetap. Dengan konsep ini, UMKM dapat beroperasi lebih efektif dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kolaboratif.

Sejalan dengan perkembangan Revolusi Industri 4.0, penerapan teknologi dalam bangunan komersial semakin berkembang. Teknologi seperti Konsep *Hoteling* memungkinkan pemanfaatan ruang kerja secara

fleksibel melalui sistem reservasi digital, sehingga efisiensi penggunaan ruang dapat meningkat. *Warehouse Management System (WMS)* berperan dalam mengoptimalkan penyimpanan dan distribusi barang dengan sistem digital yang memudahkan pelacakan stok secara *real-time*. Sementara itu, *Automated Storage and Retrieval System (AS/RS)* mengotomatiskan penyimpanan dan pengambilan barang untuk meningkatkan akurasi dan mengurangi ketergantungan pada tenaga manusia.

Dengan menggabungkan konsep *Business Hub* dan integrasi teknologi dalam sentra UMKM, perancangan bangunan komersial seperti sentra UMKM dapat lebih mendukung perkembangan UMKM daring. Fasilitas yang modern dan berbasis teknologi tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan.

2.15. Studi Preseden Infrastruktur Pendukung UMKM Daring

Suatu perancangan sering kali merupakan sebuah proses berkelanjutan dari temuan maupun fenomena yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian, melihat suatu preseden tidak hanya memberikan wawasan mengenai apa yang sudah diketahui, namun juga membantu membentuk dasar bagi perancangan ini. Preseden yang relevan dapat mempengaruhi pemikiran perancang serta mengarahkan ke perancangan baru yang paling relevan dan kontribusi tertentu dalam suatu studi.

2.15.1. Kampus UMKM Shopee

Kampus UMKM Shopee merupakan sebuah pusat edukasi yang didirikan oleh Shopee Indonesia yang bekerja sama dengan sentra UMKM setempat untuk menyediakan fasilitas kepada UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memberikan edukasi, pelatihan, serta pendampingan dalam berjualan secara daring. Kampus UMKM Shopee didirikan dengan tujuan untuk dapat membantu pengusaha lokal untuk berbisnis secara daring bersama Shopee. Saat ini Kampus UMKM Shopee

berada di 7 kota di Indonesia, yaitu Bali, Bandung, Jakarta, Makassar, Malang, Semarang, dan Solo.



Gambar 2. 6. Kampus UMKM Shopee di Indonesia

Sumber: shopee.co.id, 2024

Pelaku UMKM yang bergabung dalam program di Kampus UMKM Shopee akan memperoleh manfaat sebagai berikut:

- Mendapatkan pelatihan dan pendampingan oleh perwakilan dari Shopee dalam berjualan secara daring
- Dapat menggunakan fasilitas pendukung dalam berjualan daring seperti studio foto/live streaming dan pergudangan secara gratis
- Memperluas jaringan dengan pegiat UMKM lainnya

Selain ini, Shopee juga mengakomodasi beberapa kebutuhan pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya di Shopee, antara lain:

- Fasilitas Edukasi

Shopee akan memberikan fasilitas edukasi kepada setiap pelaku UMKM yang bergabung dalam program Kampus UMKM Shopee. Edukasi yang diberikan berupa pelatihan mengenai

bagaimana mengembangkan bisnis secara daring khususnya dengan menggunakan aplikasi Shopee. Pusat edukasi ini dilengkapi dengan laptop dan *handphone* yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM selama proses edukasi.

b. Fasilitas Pendukung Pemasaran

Shopee juga akan menawarkan fasilitas studio foto dan *live streaming* yang dapat digunakan untuk berjualan secara daring. Ruangannya ini akan dilengkapi dengan backdrop, sistem pencahayaan, tripod kamera/*handphone*, serta mikrofon yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM secara langsung dan tanpa dikenakan biaya.



Gambar 2. 7. Fasilitas Pemasaran Kampus UMKM Shopee
Sumber: shopee.co.id, 2024

c. Fasilitas Ruang Training

Dalam Kampus UMKM Shopee terdapat pula fasilitas ruang training yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM serta perwakilan dari Shopee dalam melakukan pendampingan dan pelatihan untuk mengembangkan bisnisnya secara daring.



Gambar 2. 8. Fasilitas Ruang Pelatihan Kampus UMKM Shopee
Sumber: shopee.co.id, 2024

2.15.2. Social Bread

Social Bread adalah sebuah Perusahaan *start-up* dalam bidang agensi digital yang didirikan oleh Edho Zell pada tahun 2020. Dilansir dari laman resmi perusahaan, Social Bread didirikan sebagai respon untuk membantu UMKM di Indonesia dalam mengembangkan bisnis mereka melalui *platform* digital. Social Bread memiliki visi untuk membantu UMKM lokal menciptakan kesetaraan melalui penyediaan pengetahuan dan strategi dalam berbisnis menggunakan media sosial (PT. Sosial Berkat Kreatif Indonesia, 2024). Saat ini Social Bread telah memiliki kantor di berbagai kota di Indonesia seperti Jakarta, Tangerang, Surabaya, Bandung, Bali, dan Semarang.



Gambar 2. 9 Social Bread

Sumber: socialbread.co.id, 2024

Social Bread menawarkan berbagai layanan dalam membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya menjadi bisnis digital. Layanan tersebut seperti *Social Media Managament*, *Live Shopping*, dan *Endorsement*. Dalam laman resmi perusahaan, Social Bread menawarkan pelayanan *Social Media Management* yaitu berubah proses strategi pemasaran menggunakan media sosial yang melibatkan proses mengawasi, mengelola, membuat, menjadwal, menerbitkan dan menganalisis konten yang melibatkan calon pembeli. *Social Media Management* dianggap dapat membantu UMKM untuk mengatur sosial medianya agar dapat beroperasi secara efektif menghemat waktu dan sumber daya, lebih kompetitif, serta mendapatkan wawasan berbasis data.

Social Bread juga menawarkan layanan *Live Shopping*. Layanan yang ditawarkan adalah pemasaran produk dengan menampilkan dan menunjukkan barang yang ditawarkan kepada calon pembeli secara *real-time* melalui berbagai media yang ada. Proses pemasaran ini akan dilaksanakan dengan seorang pemandu acara profesional Social Bread di salah satu *studio box* yang telah dipersiapkan sebelumnya mengikuti kebutuhan produk.



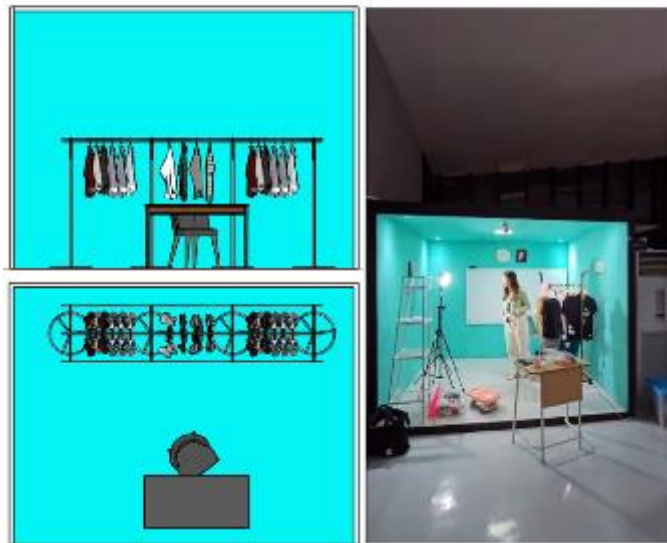
Gambar 2. 10 Studio Tematik Social Bread
Sumber: tempo.co, 2024

TIPE I
200X200 CM



Gambar 2. 11. Studio Pemasaran Social Bread Tipe I
Sumber: socialbread, 2024

TIPE II
300X300 CM



Gambar 2. 12. Studio Pemasaran Social Bread Tipe II
Sumber: socialbread, 2024

Penawaran layanan *Live Shopping* yang dimiliki oleh Social Bread berupa paket yang sudah termasuk sesi *live* per bulan dengan durasi tertentu, pembuatan konten sebelum sesi *live*, pembawa acara, studio tematik, pencahayaan, perangkat pendukung, internet, dan laporan analisis bulanan.

Paket Kami

- 26x Sesi Live per bulan
- Sesi Live dengan durasi 2 jam per sesi
- Minimal 7 konten sebelum siaran langsung
- Termasuk 1 pembawa acara streamer, pengaturan latar belakang, pencahayaan, perangkat, internet, smartphone, 1 analis, laporan bulanan

Mulai dari
Rp 7.500.000 (setelah pajak)

Hubungi kami →

Gambar 2. 13 Paket Penawaran Social Bread
Sumber: socialbread.co.id, 2024

2.15.3. SoundJakarta

SoundJakarta adalah sebuah anak perusahaan dari PT. Saudagar Digital Indonesia yang berpusat di kota DK Jakarta. Dilansir dari laman resmi perusahaan, SoundJakarta menawarkan jasa penyewaan *sound system, band*, alat musik, panggung, dan *lighting* untuk kebutuhan segala acara. Namun selain itu, SoundJakarta juga menawarkan jasa penyewaan untuk kebutuhan *Live Streaming* (PT. Saudagar Digital Indonesia, 2024). Terdapat 2 macam jasa yang ditawarkan yaitu jasa *Live Streaming* serta penyewaan studio untuk kebutuhan *Live Streaming*. SoundJakarta menawarkan studio *Live Streaming* dengan fasilitas lengkap, di tengah pusat kota Jakarta. Spesifikasi yang didapatkan adalah studio dengan ukuran 6.5 x 9.7 m yang berkapasitas 15 orang. Selain itu, terdapat pula fasilitas lainnya berupa *green screen*, kelengkapan pencahayaan, properti, dan internet. SoundJakarta menawarkan jasanya berdasarkan waktu yang dibutuhkan oleh penyewa jasa.



Gambar 2. 14 Fasilitas yang Ditawarkan SoundJakarta

Sumber: soundjakarta.com, 2024

SoundJakarta juga menawarkan jasa *Live Streaming* profesional yang dibantu dengan berbagai tenaga ahli dalam bidangnya. Fasilitas yang ditawarkan yaitu berupa berbagai kebutuhan sarana dan prasarana yang mendukung proses pemasaran secara daring. Kelebihan yang ditawarkan adalah berbagai tenaga ahli dalam bidangnya yang siap membantu segala kebutuhan yang diperlukan selama acara berlangsung.



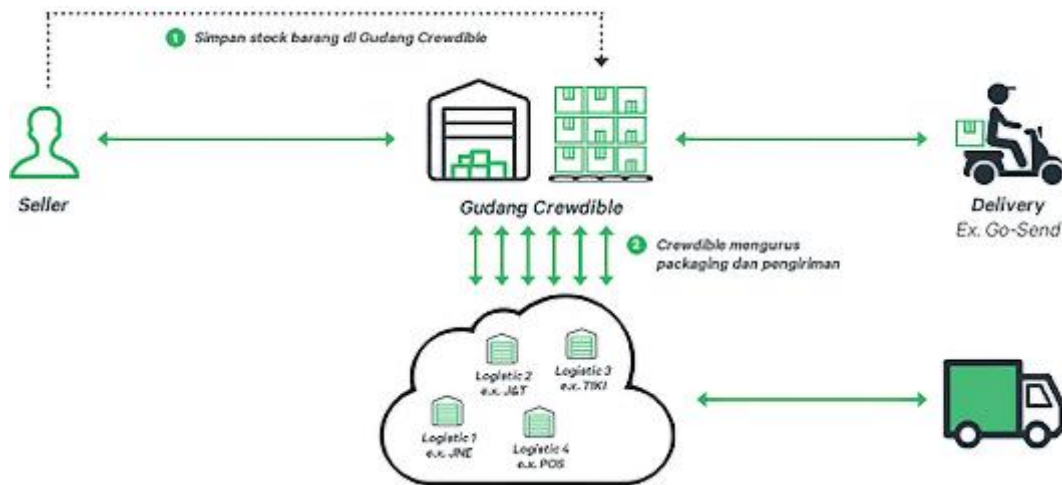
Gambar 2. 17 Paket Live Shopping
SoundJakarta

Sumber: soundjakarta.com, 2024

2.15.4. Crewdible

Crewdible merupakan sebuah perusahaan Start-up asal Indonesia yang fokus pada layanan pemenuhan pesanan secara daring. Perusahaan ini menawarkan solusi terpadu bagi bisnis *e-Commerce* dan UMKM untuk tumbuh dan berkembang bersama. Crewdible mengusung model bisnis yang unik sehingga memungkinkan pebisnis daring dan mitra dapat bertumbuh lebih besar. Pemiliki properti bekerja sama dengan Crewdible membentuk jaringan kemitraan dengan menyediakan ruang gudang kemudian dalam waktu yang sama, pebisnis daring diberikan fleksibilitas untuk memilih gudang yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Seiring dengan meningkatnya volume transaksi, keuntungan juga akan meningkat

bagi semua pihak yang terlibat, termasuk credwible, pebisnis daring, dan mitra gudang.

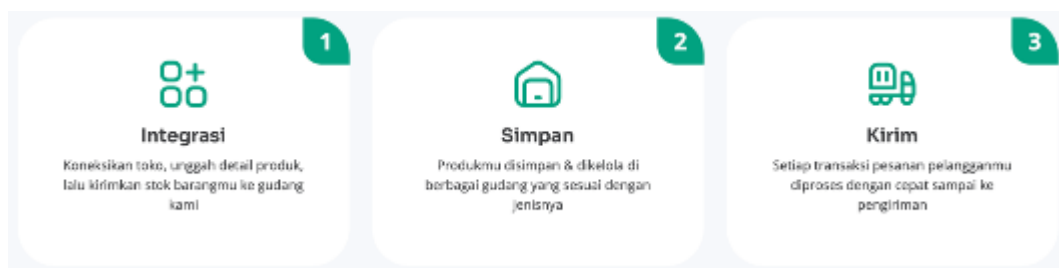


Gambar 2. 18. Alur Bisnis Credible
Sumber: credwible, 2024



Gambar 2. 19. Gudang Credible
Sumber: Liputan6, 2024

Salah satu pelayanan yang ditawarkan oleh Crewdible bagi pelaku UMKM daring adalah *Instant Fulfillment*. *Instant Fulfillment* merupakan model pemenuhan pesanan yang memungkinkan pengiriman barang dilakukan secara cepat, bahkan dalam waktu yang sangat singkat setelah pesanan diterima. Dalam konteks *e-Commerce*, dapat diartikan bahwa barang dapat diproses, dikemas, dan dikirimkan kepada pelanggan dengan segera, bahkan dalam hitungan jam. Model ini sangat bergantung pada teknologi otomatisasi dan infrastruktur logistik yang efisien untuk memastikan kecepatan dan ketepatan pengiriman.



Gambar 2. 20. Layanan *Instant Fulfillment* Crewdible

Sumber: crewdible, 2024

Crewdible menawarkan sistem operasional bisnis daring yang terautomasi dengan kemudahan mengelola *fulfillment* dengan staf yang berpengalaman, platform yang optimal, serta dengan harga terbaik. Kemudahan lain dalam sistem *Instant Fulfillment* Crewdible antara lain:

- a. Satu platform untuk semua kebutuhan
Crewdible menyediakan layanan manajemen pesanan, manajemen stok, manajemen gudang, serta manajemen dropship dalam satu *platform* yang terintegrasi.
- b. Pengelolaan stok produk
Crewdible menawarkan *platform* untuk mengelola stok produk dalam satu *dashboard* walaupun produk dipasarkan di berbagai media daring.
- c. Harga yang bersaing
Dengan menggunakan jasa layanan *fulfillment* maka akan mengurangi risiko terjadinya risiko retur orderan sehingga akan lebih hemat dalam biaya ongkos kirim dan manajemen stok.

Selain itu, Crewdible juga menawarkan kemudahan lainnya dalam satu perangkat lunak seperti *Order Management System* dan *Warehouse Management System*. Crewdible menyatakan bahwa dengan menggunakan sistem *Order Management System*, pebisnis daring dapat menggunakan berbagai fitur yang memudahkan proses bisnis. Fitur tersebut antara lain:

a. *e-Commerce Management*

Fitur ini akan mengintegrasikan transaksi dengan seluruh *marketplace* serta mitra logistik dalam satu platform. Termasuk pemilihan dalam pengemasan dan sistem retur.

b. *Inventory Management*

Fitur ini akan mengatur ribuan SKU dengan sistem *barcode* tanpa kendala dari proses *inbound* hingga *outbound*. Selain itu, fitur ini juga menyediakan fasilitas *Stock Management* hingga proses *Quality Control*.

c. *Customizing Report*

Fitur ini akan memberikan laporan mengenai performansi bisnis daring dengan mudah. Laporan yang ditampilkan dapat berupa laporan pemasuk, laporan performa, peningkatan penjualan, SKU, laporan stok produk, hingga laporan logistik.

Untuk memantau aktivitas operasional di gudang, Crewdible juga menawarkan sebuah sistem dengan berbagai fitur dalam satu *platform*. Fitur *Warehouse Management System* yang ditawarkan oleh Crewdible antara lain:

a. *Inbound Management*

Fitur ini menawarkan sistem untuk dalam memantau pergerakan barang masuk dari luar gudang dengan mudah dan praktis dalam 1 aplikasi.

b. *Inventory Management*

Fitur ini menawarkan sistem untuk selalu dapat memantau keberadaan inventaris secara *real-time*, kapan saja dan dimana saja.

c. *Outbound Management*

Fitur ini menawarkan sistem untuk memantau pergerakan barang keluar dari gudang dengan praktis

2.16. Kesimpulan Preseden

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan preseden yang disebutkan diatas memberikan contoh mengenai konsep arsitektur dalam bisnis daring. Secara umum, preseden diatas menjelaskan penggunaan ruang yang diperuntukkan khusus untuk melakukan praktik bisnis daring. Pada bangunan sentra UMKM berbasis pelaku UMKM daring ini akan menerapkan penggunaan ruang tersebut sebagai salah satu yang ditawarkan.

Tabel 2. 1 Kesimpulan Preseden

Preseden	Fungsi Bangunan	Fasilitas
Kampus UMKM Shopee	Membantu UMKM dalam menjalankan praktik bisnis digital melalui edukasi serta menyediakan fasilitas bisnis daring	- Layanan edukasi - Layanan pendukung pemasaran - Layanan pelatihan pengembangan bisnis
<i>Social Bread</i>	Membantu UMKM dalam menjalankan praktik bisnis digital melalui penyediaan pengetahuan dan jasa pemasaran dalam berbisnis melalui sosial media.	- Pembawa acara - Studio tematik - Pencahayaan - Perangkat pendukung - Internet

SoundJakarta	Menawarkan jasa penyewaan studio <i>live streaming</i> dengan para ahli dalam bidangnya.	- Teknisi ahli dalam bidangnya - Studio - TV - Pencahayaan - Perangkat pendukung - Properti - Listrik - Internet
Crewdible	Menawarkan jasa pergudangan dengan penggunaan sistem teknologi bagi pelaku UMKM	- <i>Instant Fulfillment</i> - <i>Order Management System</i> - <i>Warehouse Management System</i>

2.17. Tinjauan Sentra UMKM Jawa Tengah, Semarang



Gambar 2. 21. UMKM Center Jawa Tengah

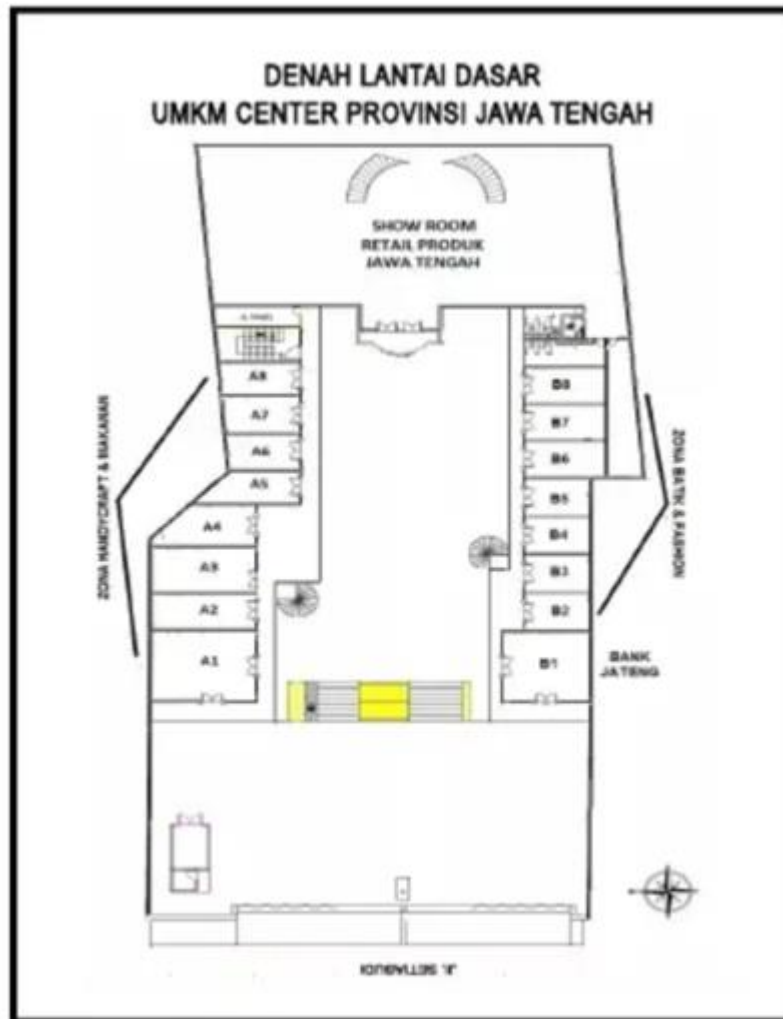
Sentra UMKM Jawa Tengah merupakan salah satu UMKM Center yang berada di Kota Semarang. Didirikan pada tahun 2014, bangunan 3 lantai ini dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. UMKM center menurut Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah adalah merupakan fasilitas pemerintah provinsi dalam bidang koperasi dan UMKM untuk meningkatkan kualitas produksi, akses permodalan, perluasan pemasaran, pengembangan kapasitas SDM, dan peningkatan kelembagaan. Manfaat didirikannya sentra UMKM Jawa Tengah ini adalah untuk mempromosikan serta menjual produk unggulan Jawa Tengah, mengembangkan SDM Koperasi dan UMKM, mengembangkan jaringan pemasaran, dan meningkatkan daya saing antar UMKM. Fasilitas layanan yang dimiliki oleh UMKM Center Jawa Tengah antara lain:

- a. Ruang pameran dan penjualan produk
- b. Konsultasi bisnis KUMKM
- c. Pendampingan bisnis KUMKM
- d. Pelatihan bisnis dan teknis
- e. Akses pembiayaan
- f. Penguatan kelembagaan dan kerja sama
- g. Layanan pustaka

Selain itu, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh UMKM Center ini adalah:

1. Lantai I
 - a. Ruang Pameran dan penjualan batik dan fashion, makanan, oleh-oleh, souvenir
 - b. Hall penjualan retail produk-produk unggulan Jawa Tengah

c. Perbankan



Gambar 2. 23. Denah Lantai I UMKM Center
Sumber: Dinas KUMKM Jawa Tengah, 2024

LUAS RUANG UMKM CENTER PROVINSI JAWA TENGAH

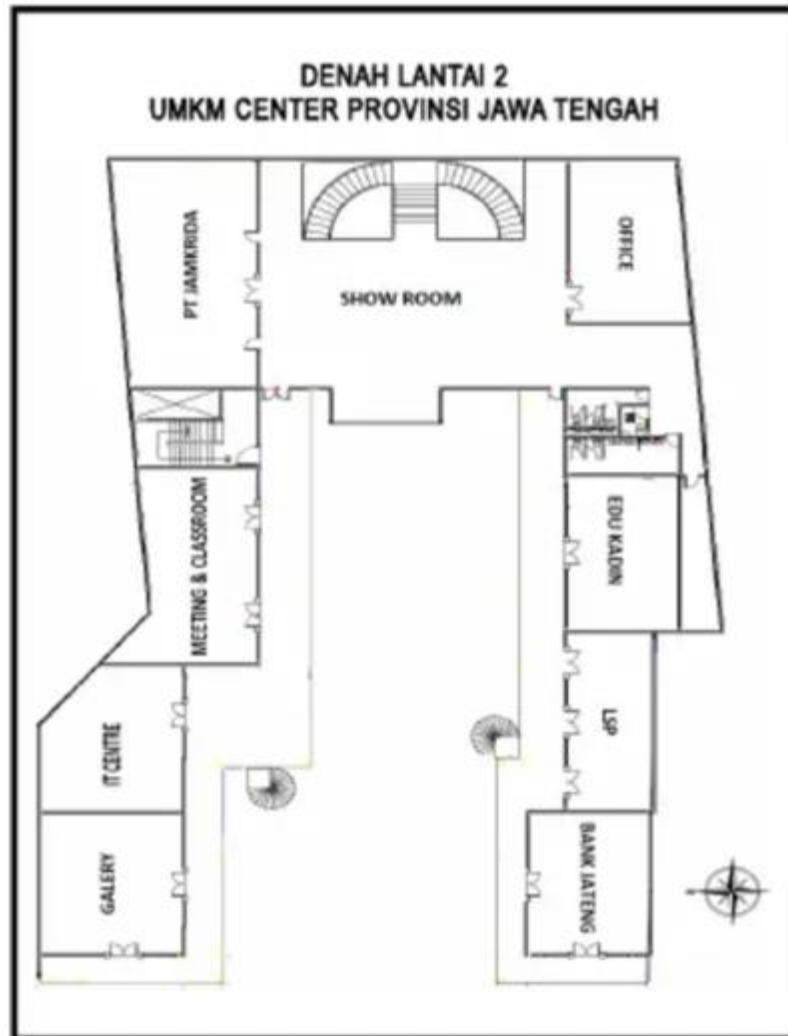
1. LANTAI 1

a. RUANG A1 m2	: 49	j. RUANG B1 m2	: 39
b. RUANG A2 m2	: 31	k. RUANG B2 m2	: 17
c. RUANG A3 m2	: 32	l. RUANG B3 m2	: 17
d. RUANG A4 m2	: 21	m. RUANG B4 m2	: 17
e. RUANG A5 m2	: 20	n. RUANG B5 m2	: 17
f. RUANG A6 m2	: 18	o. RUANG B6 m2	: 22
g. RUANG A7 m2	: 19	p. RUANG B7 m2	: 22
h. RUANG A8 m2	: 20	q. RUANG B8 m2	: 22
i. RUANG SHOW ROOM m2	: 417		

Gambar 2. 22. Luas Ruangan Lantai I UMKM Center
Sumber: Dinas KUMKM Jawa Tengah, 2024

2. Lantai II

- a. Ruang konsultasi dan pendampingan
- b. Ruang advokasi
- c. Ruang IT
- d. Ruangan perbankan/akses permodalan
- e. Ruang pelatihan
- f. Ruang perpustakaan
- g. Showroom
- h. Ruang Laboratorium Boga



Gambar 2. 25. Denah Lantai II UMKM Center
Sumber: Dinas KUMKM Jawa Tengah, 2024

2. LANTAI 2

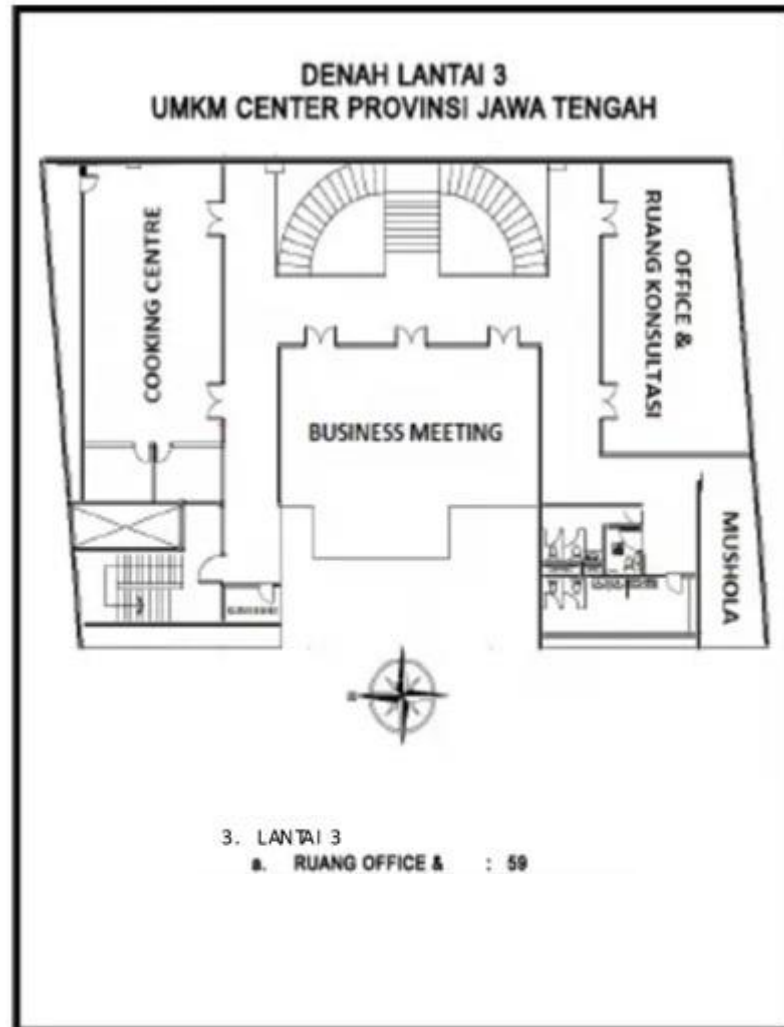
a. RUANG GALLERY : 72 m ²	e. RUANG BANK JATENG : 59 m ²
b. RUANG IT CENTRE : 61 m ²	f. RUANG LSP : 47 m ²
c. RUANG PT JAMKRIDA: 106 m ²	g. RUANG EDU KADIN : 65 m ²
d. RUANG MEETING & CLASSROOM : 84 m ²	i. RUANG SHOW ROOM : 339 m ²

Gambar 2. 24. Luas Ruangan Lantai II UMKM Center
Sumber: Dinas KUMKM Jawa Tengah, 2024

3. Lantai III

- a. Ruang *business meeting*
- b. Ruang *Cooking Center*

- c. Ruang kantor dan ruang konsultasi
- d. Ruang klinik bisnis
- e. Ruang event



Gambar 2. 26. Denah Lantai III UMKM Center
Sumber: Dinas KUMKM Jawa Tengah, 2024

2.18. Kisi – Kisi Perancangan

Berdasarkan analisis teori dan studi preseden, penerapan teknologi pada bangunan sentra UMKM dapat dirancang dengan mempertimbangkan integrasi teknologi, fleksibilitas penggunaan ruang, fasilitas edukasi dan pelatihan, teknologi pendukung pemasaran, dan infrastruktur pendukung logistik. Implementasi pendekatan desain teknologi terpadu yang optimal akan meningkatkan efisien pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan

berbisnis secara daring. Berikut merupakan kisi-kisi perancangan yang diambil melalui studi pustaka dan preseden.

Tabel 2. 2. Tabel Kisi-Kisi Perancangan

Aspek	Kesimpulan Teori	Kesimpulan Studi Preseden	Implikasi dalam Perancangan
Integrasi Teknologi	Sentra UMKM yang dilengkapi dengan teknologi yang mendukung operasional bisnis dapat mendukung sistem manajemen dalam mengelola dan distribusi barang seperti penggunaan WHS dan AR/RS.	Dalam studi preseden Crewdible menggunakan sistem WHS untuk menjadi solusi bagi UMKM dan bisnis <i>e-Commerce</i> yang memungkinkan pengiriman barang dilakukan secara cepat dan efisien dengan teknologi otomasi.	Integrasi Teknologi yang baik dalam perancangan untuk mendukung sistem manajemen pengelolaan dan distribusi barang secara efisien.
Fleksibilitas Ruang	Konsep <i>Hoteling</i> atau ruang kerja yang fleksibel dengan sistem sewa yang dilakukan dengan reservasi digital tanpa	Dalam studi preseden, Kampus UMKM Shopee, Social Bread dan SoundJakarta menerapkan sistem sewa ruang yang dapat	Fleksibilitas Ruang perlu diterapkan dalam perancangan dengan elemen dan fungsi yang jelas agar dapat digunakan secara

	memerlukan kantor tetap.	membantu pelaku UMKM dalam berbisnis daring untuk meningkatkan fleksibilitas dalam beroperasi.	maksimal oleh pelaku UMKM.
Fasilitas Edukasi dan Pelatihan	Sentra UMKM memiliki fungsi utama dalam menyediakan fasilitas edukasi dan pelatihan dengan tujuan agar dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka.	Dalam studi preseden, Kampus UMKM Shopee, fasilitas pelatihan dan edukasi merupakan aspek penting untuk mengembangkan bisnis UMKM dalam aspek digital.	Sentra UMKM yang dirancang harus mencakup ruang pelatihan yang dilengkapi dengan teknologi pendukung seperti ruang pelatihan daring untuk mendukung bisnis daring.
Teknologi Pendukung Pemasaran	Dengan berkembangnya teknologi saat ini mempengaruhi pula terhadap dunia bisnis yang telah beralih dengan sistem daring yang menjadi faktor krusial untuk	Dalam studi preseden, Social Bread menawarkan jasa <i>Social Media Management</i> serta <i>Live Shopping</i> yang memberikan gambaran penting	Sentra UMKM perlu menyediakan ruang dan fasilitas yang mendukung kegiatan pemasaran digital, termasuk studio dan perangkat untuk

	meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM.	mengenai telah beralihnya sistem pemasaran menjadi digital dan menggunakan teknologi.	melakukan <i>live streaming</i> serta promosi melalui media sosial.
Infrastruktur Pendukung Logistik	<i>Warehouse Management System</i> (WHS) dan <i>Automated Storage and Retrieval System</i> (AS/RS) merupakan teknologi yang dapat mengoptimalkan penyimpanan dan distribusi barang secara otomatis untuk meningkatkan akurasi.	Dalam studi preseden, Crewdible menggunakan sistem <i>Instant Fulfillment</i> serta manajemen pengiriman dapat menjadi faktor penting dalam mendukung UMKM dalam memenuhi permintaan pasar dengan cepat.	Sentra UMKM dapat dirancang untuk dapat mengintegrasikan layanan logistik untuk dapat memudahkan pengelolaan pemesanan, stok, dan gudang.

Sumber: Penulis

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1. Langkah Perancangan

Dalam merancang Sentra UMKM dengan Pendekatan Desain Teknologi Terpadu, langkah-langkah perancangan dapat dibagi menjadi empat tahap utama sebagai berikut:

3.1.1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kebutuhan dan tujuan perancangan untuk memastikan bahwa desain sentra UMKM dapat memenuhi kebutuhan pelaku usaha secara optimal. Beberapa langkah yang dilakukan dalam tahap ini meliputi:

- a. Studi Literatur dan Preseden
Menganalisis contoh kasus seperti Kampus UMKM Shopee, Social Bread, SoundJakarta, dan Crewdible untuk memahami penerapan teknologi dalam mendukung UMKM.
- b. Identifikasi Kebutuhan Pengguna
Mengumpulkan data dari pelaku UMKM terkait kebutuhan fasilitas, teknologi, serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan bisnis.
- c. Penentuan Lokasi dan Lingkungan
Menentukan lokasi strategis yang dapat mendukung aksesibilitas dan konektivitas bagi pelaku UMKM.

3.1.2. Tahap Analisis

Pada Tahap ini, dilakukan pemetaan permasalahan dan potensi yang akan menjadi dasar dalam penyusunan konsep desain. Langkah-langkah dalam tahap ini meliputi:

- a. Analisis Kebutuhan Teknologi

Menentukan teknologi yang akan diterapkan, seperti *Warehouse Management System (WMS)*, *Automated Storage and Retrieval System (AS/RS)*, dan sistem reservasi digital (*Hoteling*).

b. Analisis Fasilitas

Mengidentifikasi kebutuhan ruang seperti studio *live streaming*, ruang pelatihan, *co-working space*, gudang, dan pemasaran digital.

c. Analisis Konteks dan Regulasi

Memastikan perancangan sesuai dengan regulasi bangunan serta kebijakan pemerintah terkait bangunan maupun UMKM.

3.1.3. Tahap Konsep Desain

Tahap ini bertujuan untuk merancang konsep yang mengintegrasikan seluruh elemen yang telah dianalisis sebelumnya. Beberapa aspek utama yang dirancang dalam tahap ini meliputi:

a. Konsep Tata Ruang dan Zonasi

Menentukan pembagian ruang berdasarkan fungsinya, seperti area pemasaran, edukasi, dan logistik.

b. Konsep Integrasi Teknologi

Merancang sistem teknologi terpadu yang mendukung operasional UMKM.

c. Konsep Fleksibilitas Ruang

Mengadopsi model *Business Hub* yang memungkinkan penggunaan ruang secara fleksibel sesuai kebutuhan pelaku usaha.

3.1.4. Tahap Proses Perancangan

Pada tahap akhir, konsep yang telah dirancang akan diwujudkan dalam bentuk perencanaan teknis dan implementasi desain. Langkah-langkah dalam tahap ini meliputi:

a. Penyusunan Masterplan

Membuat perencanaan tata letak dan hubungan antar ruang sesuai konsep yang telah ditetapkan.

b. Pengembang Detail Desain

Menyusun detail arsitektural dan teknologi yang akan diterapkan dalam bangunan.

c. Simulasi dan Evaluasi

Melakukan uji coba atau simulasi terhadap desain untuk memastikan konsep yang akan diimplementasikan.

Dengan mengikuti keempat tahapan ini, perancangan Sentra UMKM dengan Pendekatan Desain Teknologi Terpadu dapat menghasilkan solusi yang inovatif, efisien, dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan UMKM di era digital.