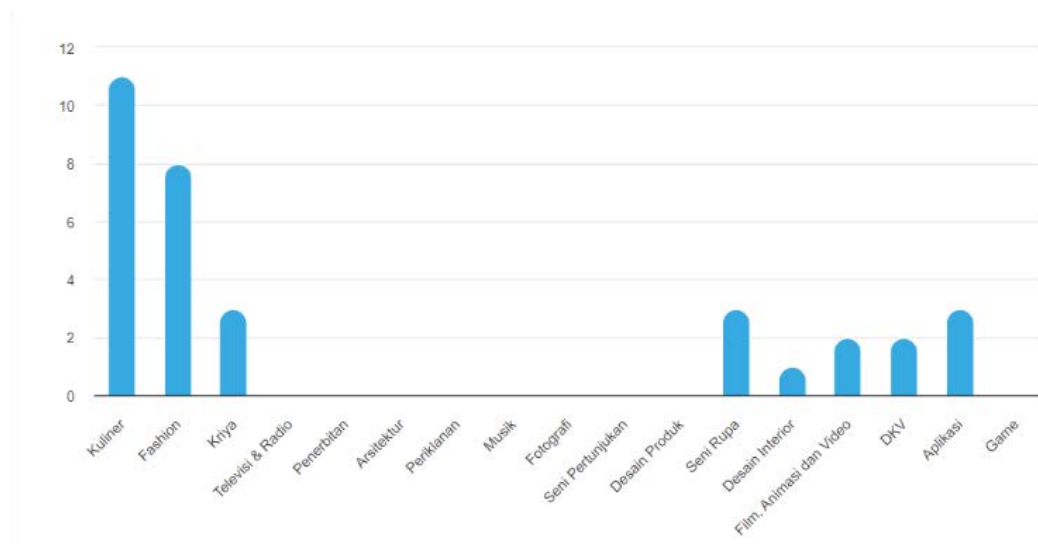


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Barat, bidang industri kreatif telah menjadi salah satu sektor yang menjanjikan karena laju perkembangan perekonomian kreatifnya yang termasuk progresif, dimana hal tersebut juga menjadi bagian utama dalam proses pembangunan di Jawa Barat, salah satunya di Kota Bogor. Berdasarkan informasi yang dilansir dalam Antara Megapolitan, pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Kota Bogor meningkat menjadi 3,76% dan sektor industri kreatif lah yang menjadi penyumbang terbesar dengan banyaknya generasi muda yang menjadi pemicu pertumbuhan dalam ekonomi kreatif (Susanti, 2022). Berdasarkan data yang diperoleh dari Kreasi Jabar, 2023, pelaku usaha kategori kuliner dan fashion yang telah terdaftar menjadi salah satu industri unggulan di Kota Bogor. Industri unggulan dan ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan di Kota Bogor dengan mendorong UMKM dan industri kreatif untuk terus maju.



Gambar 1.1 Infografis Data Pelaku UMKM Kreatif di Kota Bogor
(Sumber: https://kreasijabar.id/info_graphic?city_id=79, 2023)

Namun, pada kegiatan pelatihan yang diadakan oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor mengenai "Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Kota Bogor" tidak sedikit para pelaku UMKM yang belum memahami mengenai pelayanan, pemanfaatan teknologi, pemasaran dan lainnya. Hal tersebut juga dapat disebabkan oleh SDM terkait dengan tingkat pendidikan dan kurangnya pengetahuan yang

akhirnya membentuk pola pikirnya (Listari et al., 2021). Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada pelaku UMKM Kota Bogor yang baru merintis di bidang kuliner dan *fashion*. Pemilik Ludic Kitchen, Luthfiah Madistania (23 tahun), sebagai penjual roti kukus, mengatakan bahwa saat mulai merintis usaha rotinya, ia merasa kesulitan dalam melakukan pemasaran dan membutuhkan waktu yang cukup lama dalam mencari pelanggan. Sedangkan, pemilik ELVN.Co, Faris Al Baqy (23 tahun), sebagai penjual baju rancangan sendiri, mengatakan bahwa sulitnya mencari tempat konveksi yang dapat menerima pemesanan dalam jumlah sedikit atau terdapat minimal pemesanan, sehingga perlu menyediakan modal yang cukup besar.

Banyaknya permasalahan yang dirasakan pelaku UMKM kreatif unggulan di Kota Bogor mulai dari rendahnya SDM, pengetahuan bisnis, hingga fasilitas produksi membuat keberadaan sebuah inkubator bisnis kuliner dan *fashion* di Kota Bogor yang dapat meningkatkan produktivitas dan kreativitas pengguna dalam berwirausaha dan menghasilkan karya memiliki peran penting karena dapat memberikan peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk berkembang dan mengembangkan potensi bisnis. Dari data yang ada pada Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI), Kota Bogor pun belum memiliki inkubator bisnis dalam sektor industri kreatif subsektor unggulan, yaitu kuliner dan *fashion*. Inkubator sendiri berfungsi sebagai intermediasi dan melakukan penguatan terhadap *tenant* atau calon wirausaha baru dan produk atau jasa inovatif yang akan dikembangkan melalui pelayanan penyediaan tempat sebagai sarana pengembangan usaha, akses, permodalan, pelatihan, pendampingan, dan bimbingan kewirausahaan (Maulana, 2021).

Berdasarkan hasil observasi dari studi banding yang diperoleh, pusat inkubator bisnis kreatif menawarkan fasilitas yang bervariasi dengan menyesuaikan keunggulan industri kreatif di daerahnya, kebutuhan, serta target penggunanya. Pada perancangan ini, target pengguna yang dituju adalah generasi muda sebagai calon pelaku usaha atau pelaku UMKM kreatif yang baru merintis yang berasal dari bidang kuliner dan *fashion*. Dikarenakan setiap pengguna memiliki karakteristik dan aktivitas yang berbeda, sehingga fasilitas ruang yang dirancang pun muncul dari kebutuhan aktivitas penggunanya yang beragam. Pada FABRIC Incubator yang merupakan inkubator bisnis *fashion*, menawarkan fasilitas yang cukup lengkap dengan menyesuaikan kebutuhan aktivitas penggunanya, mulai dari ruang kelas, co-

working space, studio fotografi, *makeup room*, *event space*, studio produksi yang dapat memproduksi pakaian tanpa adanya minimal jumlah produksi, dan sebagainya. Sedangkan, pada Miami Kitchen Incubator yang merupakan inkubator bisnis kuliner, memiliki fasilitas mulai dari *private office*, co-working, dan *shared kitchen*. Namun, dari studi banding yang telah dilakukan juga diperoleh adanya kekurangan, seperti pada FABRIC Incubator, fasilitas pada ruang kelas teori tidak memadai karena tidak adanya meja peserta untuk mencatat. Selain itu, ruang *event space*-nya yang menyatu dengan ruang produksi dapat mengganggu kenyamanan dan aktivitas pengguna ketika digunakan secara bersamaan, begitu pula dengan Miami Kitchen Incubator yang memiliki fasilitas co-working yang menyatu dengan area dapurnya.

Maka dari itu, diperlukannya sebuah pusat inkubator bisnis industri kreatif kuliner dan *fashion* di Kota Bogor sebagai sarana dan prasarana untuk para calon pelaku usaha atau UMKM yang baru merintis di bidang tersebut, yaitu berupa perancangan pembangunan baru Bogor *Creative Entrepreneurship Center* (BCEC) dengan memerhatikan aktivitas dan kebutuhan penggunanya hingga elemen interior yang akan dirancang agar dapat meningkatkan inovasi, kreativitas, dan produktivitas, serta terciptanya kenyamanan, aman, dan efektif. Dengan adanya fasilitas ini diharapkan dapat mendorong wirausaha baru yang tangguh agar dapat bersaing di dunia perindustrian kreatif dalam bidang kuliner dan *fashion* serta dapat membantu meningkatkan perekonomian kreatif Kota Bogor.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan studi banding yang telah diperoleh mengenai inkubator bisnis kreatif, terdapat beberapa identifikasi permasalahan yang ditemukan dan akan dijadikan bahan perancangan lebih lanjut:

- a. Membutuhkan fasilitas ruang inkubator bisnis kreatif unggulan di Kota Bogor yang dapat memengaruhi perilaku dan aktivitas pelaku UMKM kuliner dan *fashion* yang optimal, fungsional, serta dapat memadai segala kebutuhan pengguna untuk meningkatkan kreativitas dan produktivitas dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.
- b. Berdasarkan studi banding inkubator bisnis *fashion* & kuliner, FABRIC Incubator & Miami Kitchen Incubator, ruang produksi yang disatukan dengan

fasilitas penunjang yang tidak sesuai dapat mengganggu kenyamanan secara aktivitas dan pengguna ruangnya ketika sedang digunakan secara bersamaan.

- c. Berdasarkan studi banding inkubator bisnis fashion & kuliner, kurang adanya pengalaman ruang di setiap ruangan yang dapat menstimulus pola perilaku dan aktivitas dalam meningkatkan kreativitas dan produktivitas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, rumusan masalah pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menciptakan fasilitas ruang pada inkubator bisnis kreatif kuliner dan fashion di Kota Bogor yang dapat mengakomodasi pengguna sesuai dengan kebutuhannya?
- b. Bagaimana merancang hubungan ruang pada inkubator bisnis kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas yang dilakukan tanpa mengganggu aktivitas antar pengguna?
- c. Bagaimana menciptakan suasana ruang yang dapat memaksimalkan kreativitas dan produktivitas pengguna?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk menciptakan sebuah fasilitas pelatihan dan pengembangan kewirausahaan dalam subsektor industri kreatif kuliner dan *fashion* dengan pengalaman interior yang dapat meningkatkan kreativitas dan produktivitas pengguna dalam berwirausaha dan berkarya yang nantinya dapat meningkatkan daya saing ekonomi kreatif dan membantu perekonomian daerah Kota Bogor.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan Bogor Creative Entrepreneurship Center ini adalah dengan memfokuskan pada calon pelaku usaha maupun pelaku UMKM di sektor kuliner dan *fashion*. Berikut merupakan beberapa poin yang menjadi target perancangan interior Bogor Creative Entrepreneurship Center:

- a. Menciptakan fasilitas ruang sesuai dengan aktivitas dan kebutuhan pengguna inkubator bisnis kuliner dan fashion.
- b. Menciptakan hubungan ruang sesuai alur aktivitas dan kebutuhan pengguna.
- c. Menciptakan ruang yang *open space*, fleksibel, serta penggunaan elemen desain, warna, dan bentuk yang menyenangkan, menenangkan, dan dinamis.

1.5 Batasan Perancangan

Terdapat beberapa batasan masalah pada perancangan inkubator bisnis kuliner dan *fashion*. Berikut ini merupakan batasan pada perancangan yang ditentukan:

- a. Objek
Objek perancangan ini adalah Bogor Creative Entrepreneurship Center, yaitu sebuah pusat inkubator bisnis kreatif yang berfungsi sebagai tempat pelatihan dan pengembangan kewirausahaan dalam subsektor industri kreatif sebagai calon pelaku usaha maupun pelaku UMKM kuliner dan *fashion* untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kemampuan produksinya dalam subsektor industri kreatif.
- b. Pencapaian Luasan
Pencapaian luasan minimal perancangan Bogor Creative Entrepreneurship Center adalah 1.216 m²
- c. Lokasi
Lokasi perancangan Bogor Creative Entrepreneurship Center berada di Jl. Raya Gunung Batu, RT.04/RW.12, Kel. Gunung Batu, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor. Ruang lingkup perancangan ini mengadaptasi denah perancangan fiktif dari tugas akhir salah satu alumni S1 Arsitektur, Institut Teknologi Bandung, Atika Izzatul Mar'ah (15218087).
- d. Pengguna
 - Peserta Inkubasi
Peserta inkubasi adalah calon atau pelaku UMKM yang telah terdaftar dan lolos seleksi tahap inkubasi yang mendapatkan fasilitas berupa pelatihan kewirausahaan, studio produksi, dan lainnya yang disediakan oleh Bogor Creative Entrepreneurship Center. Peserta inkubasi terdiri dari dua jenis pengguna, yaitu peserta inkubasi bisnis kuliner dan fashion.

- Tenaga Pendidik

Tenaga pendidik adalah jenis pengguna yang berfungsi sebagai pembimbing dan pengajar pada masing-masing bidang pada program yang disediakan dan menjadi konsultan bagi pengguna mengenai bisnis maupun karir mereka.

- Pengelola

Pengelola adalah sekelompok individu yang memiliki kaitan erat dalam sebuah struktur organisasi yang mengurus urusan administrasi serta bertanggung jawab penuh atas keberlangsungan sistem kerja dari bangunan tersebut sesuai dengan divisi masing-masing.

- Pengunjung Umum

Pengunjung Umum adalah orang-orang yang mengunjungi Bogor Creative Entrepreneurship Center.

e. Batasan Organisasi Ruang

Perancangan ini fokus pada fasilitas berupa:

- Retail
- Food Court
- Co-Working
- Ruang Kelas
- Makerspace (Studio tekstil, Studio Fotografi, *Shared kitchen*)

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat dengan adanya perancangan pusat inkubator bisnis kreatif ini, terutama para calon pelaku usaha dan pelaku UMKM kreatif, yaitu dapat mengembangkan usahanya dan meningkatkan kemampuan produksinya baik secara kualitas maupun kuantitas melalui fasilitas yang disediakan.

1.6.2 Komunitas

Mendapatkan fasilitas yang dapat mengembangkan potensi dalam berwirausaha, dapat melakukan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan

kegiatan kreatif, menambah relasi, dapat bertukar informasi mengenai bidangnya, serta dapat berkolaborasi antar komunitas lainnya.

1.6.3 Kampus

Membantu memperkenalkan kepada mahasiswa maupun alumni mengenai inkubator bisnis kreatif secara lebih dalam sebagai fasilitas yang bergerak di bidang bisnis industri kreatif serta perancangan ini juga dapat dijadikan referensi pada mahasiswa khususnya mahasiswa industri kreatif.

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Isu dan Fenomena

Menentukan objek dan topik perancangan berdasarkan isu dan fenomena yang terjadi pada masyarakat Kota Bogor dengan dukungan dari fakta-fakta dan data yang diperoleh dalam penentuan topik perancangan ini.

1.7.2 Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, terdiri dari dua kelompok, yaitu:

1. Data Primer

Data primer pada perancangan ini merupakan data yang didapatkan dari hasil pengamatan secara tidak langsung dan observasi pada studi preseden serupa, wawancara, dan mengamati kebutuhan berdasarkan kegiatan dan pengguna ruang.

- **Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung (Riyanto, 2010:96). Pada perancangan ini, observasi dilakukan secara tidak langsung melalui internet untuk mengetahui fasilitas dan aktivitas yang dibutuhkan dan dilakukan oleh pengguna.

- **Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden (Afifuddin, 2009:131). Pada perancangan ini, wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM kuliner dan *fashion* melalui sosial

media untuk mencari informasi mengenai fasilitas, aktivitas pengguna, dan sebagainya yang dibutuhkan pengguna.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada perancangan ini didapatkan melalui hasil studi dan sumber literatur, seperti jurnal, buku, dan *website* terkait perkembangan ekonomi kreatif di Kota Bogor serta objek maupun isu yang diangkat pada perancangan baru inkubator bisnis kreatif ini.

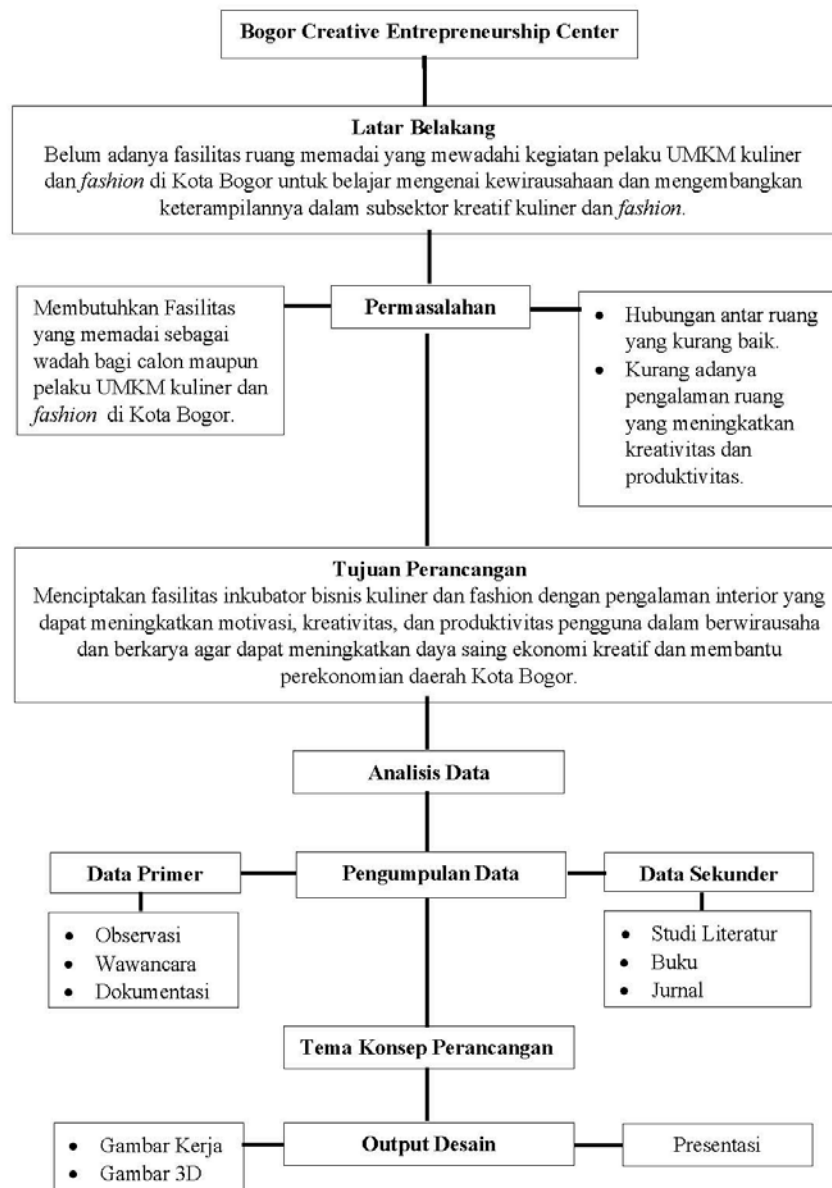
1.7.3 Analisa Data

Data-data yang didapatkan sebelumnya, diproses dengan dianalisa sebagai hasil jawaban untuk pemecahan masalah yang ada pada perancangan. Hasil tersebut berupa programming yang terdiri dari kebutuhan ruang, fasilitas dan standar yang dibutuhkan, penempatan dan hubungan ruang, serta blocking dan zona ruang.

1.7.4 Hasil Akhir Perancangan

Hasil akhir dari perancangan ini mengacu pada aspek-aspek dan kajian-kajian tertentu yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk gambar kerja proyek, skema material, gambar model 3D berupa hasil render, dan presentasi.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Bagan Kerangka Berpikir
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2022)

1.9 Pembaban

Berikut ini merupakan sistematika dari penulisan perancangan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, batasan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, dan pembaban.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Menjelaskan tentang data, teori-teori yang berdasarkan sumber jurnal, buku, serta sumber lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan perancangan baru Bogor Creative Entrepreneurship Center, seperti mengenai inkubator bisnis, industri kreatif, standarisasi, fasilitas, hingga pendekatan desain yang digunakan.

BAB III STUDI BANDING DAN DESKRIPSI PROYEK

Menjelaskan tentang tiga analisis studi banding, tabel komparasi, dan deskripsi proyek yang terdiri dari analisis site, bangunan eksisting, alur aktivitas, kebutuhan ruang, besaran ruang, matriks, bubble diagram, zoning dan blocking pada perancangan.

BAB IV TEMA DAN KONSEP

Menjelaskan tentang tema dan konsep yang digunakan dan didukung dengan pendekatan desain yang telah ditentukan sebagai solusi dari perancangan.

BAB V KESIMPULAN

Menjelaskan tentang kesimpulan dari seluruh proses perancangan yang telah dilaksanakan dalam bentuk desain maupun jawaban permasalahan yang dimuat dalam rumusan masalah.