

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia cukup signifikan dari waktu ke waktu, terutama pada pandemi covid-19. *E-commerce* memiliki dampak positif dalam jangka panjang untuk negara berkembang seperti Indonesia, dan masyarakat Indonesia saat ini juga dapat merasakan dampak positif dari perkembangan *e-commerce* (Lestari, 2019). Pada bulan Agustus 2020, sebanyak 140 juta transaksi perdagangan *e-commerce* tercatat oleh Bank Indonesia (Merdeka, 2020). *E-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 5-10 kali lipat selama pandemi dan pengguna baru bertambah hingga 51% (Laming, 2020). Menurut Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Indonesia (BI), penjualan *e-commerce* selama pandemi covid-19 mengalami peningkatan hingga 26%. Menurut (Kominfo, 2021), bisnis *e-commerce* di Indonesia tumbuh hingga 33.2% dari tahun 2020. *E-commerce* digunakan oleh pengguna UMKM untuk mempermudah dalam memasarkan produk dan promosi (Rakanita, 2019). Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alwendi, 2020), bahwa sekitar 32% UMKM terbantu dalam menaikkan angka penjualan produknya. Pertumbuhan bisnis *e-commerce* mendorong setiap perusahaan *e-commerce* untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas perusahaan dengan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan dapat menunjang aktivitas karyawan serta memiliki fasilitas yang baik untuk para pekerja.

Salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yaitu Bukalapak. Terbentuk sejak 2010, Bukalapak telah berkembang menjadi perusahaan *all-commerce*. Bukalapak adalah perusahaan berbasis IT yang menerapkan nilai-nilai perusahaan pada gaya bekerjanya sehingga menjadi budaya dalam kantor Bukalapak. Oleh sebab itu, diperlukan tata letak kantor yang dapat menerapkan nilai-nilai dan identitas Bukalapak. Tingkat kenyamanan suasana kerja sangat mempengaruhi produktivitas karyawan di kantor, terutama pada generasi

milennial. Menurut (Statistik, 2018) sekitar 50% pekerja berusia dibawah 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pekerja aktif di Indonesia rata rata adalah milennial. Menurut (Chandra, Hubeis, & Sukandar, 2016) generasi milennial memiliki karakteristik egosentris, individualis, dan cenderung cepat bosan. Oleh karena itu, perlu tersedia fasilitas dengan fleksibilitas tinggi agar dapat menunjang kenyamanan kerja. Penyusunan layout pada kantor juga harus didasari aktivitas penggunaanya, sehingga dapat meningkatkan produktivitas (Sedarmayanti, 2009). Menurut (Amaliah, 2020), salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas karyawan yaitu dengan memperhatikan fasilitas pada area kerja.

Tujuan perancangan ini yaitu untuk memberikan solusi dan menyelesaikan masalah dengan memberikan layout dan pembagian ruang yang baik serta menyempurnakan desain interior dan fasilitas dari kantor sebelumnya melalui pendekatan *Corporate Identity*. Perancangan kantor Bukalapak *Research and Development* ini akan dirancang sesuai dengan standar yang dimiliki oleh kantor Bukalapak sebelumnya dengan menerapkan nilai perusahaan pada perancangannya. Pendekatan *Corporate Identity* akan dikombinasikan dengan gaya bekerja Bukalapak sehingga akan membedakan kantor ini dengan kantor lainnya. Selain itu, perancangan ini juga akan fokus pada kebutuhan dan kenyamanan pengguna dari fasilitas yang dapat menunjang pekerjaan agar lebih produktif, sehingga dapat menciptakan kantor yang aman, nyaman, dan tetap mencerminkan nilai perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil latar belakang di atas, masalah yang dapat diidentifikasi pada perancangan interior kantor Bukalapak bagian *research and development*, yaitu:

1. Diperlukan kantor yang menerapkan identitas dan nilai perusahaan yang tercermin dari desain interior kantor Bukalapak.
2. Organisasi ruang pada kantor belum dapat memisahkan aktivitas divisi yang berbeda pada ruangan yang sama.

3. Diperlukan ruang atau fasilitas terbuka untuk para karyawan dapat bertukar pikiran, memberikan pendapat secara terbuka, dan dapat beririsan antara divisi yang berhubungan.
4. Belum terdapat fasilitas yang dapat menunjang aktivitas kerja secara individu, kelompok kecil, dan kelompok besar.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah pada perancangan interior kantor Bukalapak bagian *research and development*, yaitu :

1. Bagaimana cara menciptakan suasana kerja yang sesuai dengan nilai perusahaan Bukalapak?
2. Bagaimana cara membagi area sesuai kebutuhan aktivitas tiap divisi?
3. Bagaimana menciptakan ruang dengan fleksibilitas tinggi untuk menunjang gaya bekerja pengguna kantor Bukalapak?
4. Bagaimana cara menciptakan ruang terbuka yang dapat mewadahi karyawan dalam bertukar pikiran?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan interior ini adalah untuk menerapkan kantor yang mencerminkan nilai perusahaan, menciptakan tata ruang yang baik dengan memenuhi fasilitas yang dibutuhkan oleh karyawan untuk menciptakan kantor dengan fleksibilitas tinggi, dapat memberikan kenyamanan untuk produktivitas karyawan dengan konsep dan penataan yang sesuai.

1.4.2 Sasaran Perancangan

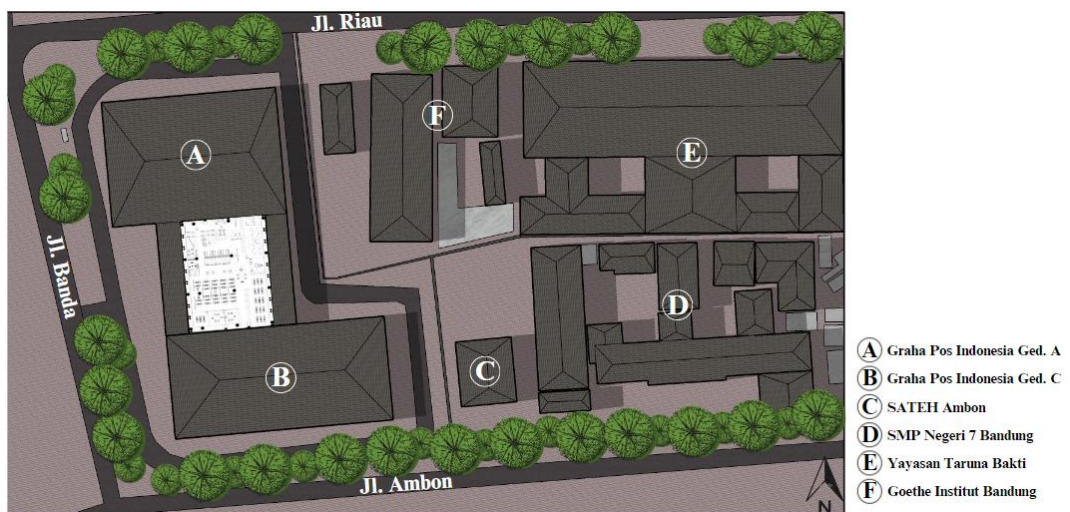
Sasaran yang ingin dicapai dalam perancangan interior ini adalah :

1. Menerapkan kantor yang sesuai dengan nilai perusahaan.
2. Menciptakan ruang dengan fleksibilitas tinggi.

3. Menciptakan ruang kerja yang dapat menunjang aktivitas dan produktivitas karyawan secara baik, aman, dan nyaman.
4. Merancang tata ruang dan layout untuk memenuhi fasilitas yang dibutuhkan oleh karyawan.

1.5 Batasan Perancangan

Batasan perancangan kantor Bukalapak *research and development*, yaitu :



Gambar 1.1 Site Plan Graha Pos Indonesia
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

1. Lokasi Proyek : Graha Pos Indonesia, Jl. Banda No.30, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
2. Data Proyek : Kantor Bukalapak Research and development
3. Jenis Kantor : *Commercial office*
4. Tingkatan Kantor : Kantor kelas B
5. Jumlah Lantai Bangunan : 8 Lantai + 2 *Basement*
6. Jumlah Lantai Perancangan: 1 Lantai
7. Posisi Lantai : Lantai 4
8. Luas Bangunan : 17.669m²
9. Luas Lantai 4 : 2.247m²
10. Luasan Perancangan : 948 M²
11. Area Perancangan :

Tabel 1.1 Area Perancangan
 Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

No.	Area Perancangan	Luasan Area Perancangan
1.	Lobi dan Resepsionis	45.21m ²
2.	Ruang CEO	24.21m ²
3.	Departemen AI	172.09m ²
4.	Ruang kerja umum	265.22m ²
5.	Ruang kerja komunal	275.49m ²
6.	Ruang <i>meeting</i>	52.6m ²
7.	<i>Zen room</i>	43.14m ²
8.	Dapur	51.81m ²
9.	Area istirahat	14.54m ²

12. Pengguna : CEO, *Engineer*, Tim Produk, *AI Research*, *Human Resources*, *Cleaning Service*, *Security*, *Receptionist*, Staff, dan tamu khusus.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Membuat pengguna dapat terpenuhi fasilitas dan kebutuhannya secara nyaman dan aman.
2. Meningkatkan kualitas kerja dan produktivitas karyawan.
3. Memberikan suasana yang nyaman dan kondusif bagi pengguna.
4. Memperkuat nilai perusahaan pada area kantor.
5. Manfaat dalam bidang keilmuan melalui refrensi terkait penerapan pendekatan dan nilai perusahaan.

1.7 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam Perancangan Kantor Bukalapak *Research and Development*, adalah :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada perancangan ini dilakukan dengan dua cara yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui survey dan analisa dari data perusahaan dan tiga studi

banding dari kantor *E-commerce* sejenis yaitu Kantor Bukalapak *Research and Development* Bandung, Kantor Shopee Bandung, Kantor Tokopedia Jakarta. Selain, data juga diperoleh melalui wawancara dengan karyawan serta konsultasi mengenai perancangan. Untuk Data Sekunder, didapatkan dari beberapa literatur dan standarisasi seperti jurnal, buku, studi preseden, artikel, dan situs *online* yang dapat menambah dan melengkapi data kebutuhan perancangan kantor Bukalapak *Research and Development*.

2. Analisa Data

Analisa data dilakukan dengan cara mengobservasi data hasil survey, literatur seperti jurnal, buku, artikel, studi preseden, dan situs *online* dengan tujuan untuk menganalisa objek literatur sebagai landasan untuk analisis terkait eksisting, elemen interior, ruangan, aktivitas, fasilitas, dan karakter desain, serta mengkaji dan menganalisis pendekatan *corporate identity* dari literatur terkait untuk menemukan solusi dari permasalahan.

3. Sintesa

Pemecahan masalah yang didapatkan dari *programming* yang meliputi penerapan tabel kebutuhan ruang, analisa aktivitas pengguna, *zoning, blocking, bubble diagram, matrix* dan sebagainya dengan harapan dapat menyelesaikan masalah dan melengkapi proses analisa sebelumnya.

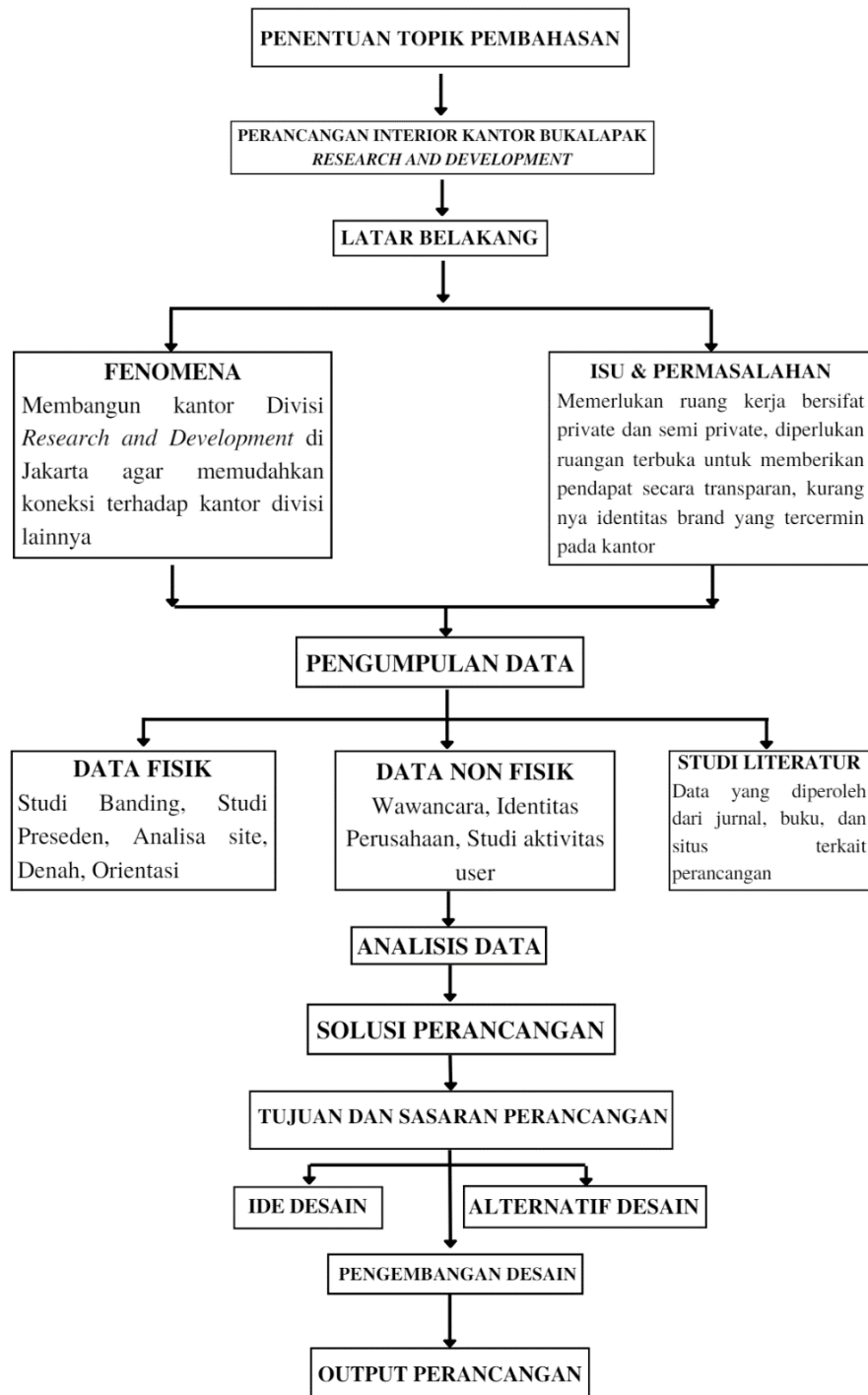
4. Pengembangan Desain

Merupakan hasil dari analisis dan sintesa data yang telah diolah menjadi gambar kerja seperti gambar denah, gambar potongan, gambar tampak, sketsa desain, desain alternatif, dan lainnya.

5. Desain Akhir

Proses dan desain akhir dari perancangan ini didapat dari penyelesaian masalah yang ada dan telah memperoleh *output* perancangan yang sesuai dengan tujuan dari perancangan yang meliputi penulisan, programming, tema, konsep, lembar kerja, dan lainnya.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Kerangka berpikir
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada laporan ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang pengangkatan perancangan kantor Bukalapak *Research and Development*, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, sasaran perancangan, batasan perancangan, lingkup perancangan, manfaat perancangan, kerangka berpikir, dan sistematika pembahasan.

2. BAB 2 : KAJIAN LITERATUR

Berisi tentang kajian literatur dan teori yang sesuai dengan pembahasan dan perancangan yang diangkat serta berisi tentang informasi, definisi kantor, definisi *e-commerce*, klasifikasi dan kategori kantor, klasifikasi dan kategori *e-commerce*, landasan perancangan, standarisasi kantor, teori pendekatan *corporate identity*, dan studi preseden sebagai acuan untuk perancangan.

3. BAB 3 : ANALISIS DAN STUDI BANDING

Berisi mengenai analisis dari data dan bab sebelumnya yang diolah melalui studi banding dari Kantor Bukalapak, Kantor Shopee, dan Kantor Tokopedia. Selain itu, penulis juga melakukan analisis deskripsi Bukalapak, analisis *site* eksisting, analisis denah eksisting, analisis kebutuhan perancangan yang akan menghasilkan *output* desain yang akan diterapkan pada bab selanjutnya.

4. BAB 4 : TEMA DAN KONSEP

Berisi tentang penjelasan tema *Fun and Speak Up*, konsep *Flexibility and Modularity* yang digunakan dalam perancangan yang mengacu pada pendekatan *corporate identity*, lokasi perancangan, budaya perusahaan Bukalapak, dan sebagainya. Bab ini juga menjelaskan mengenai solusi dan penyelesaian dari masalah yang diterapkan pada implementasi desain dan menghasilkan gambar kerja.

5. BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi mengenai rangkuman dan kesimpulan mengenai hasil dari perancangan kantor Bukalapak yang telah menjadi satu kesatuan serta kritik dan masukan.