

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM memiliki dampak baik bagi perekonomian Indonesia (DJPb Kementerian Keuangan RI, 2023). Kontribusi UMKM mencapai 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 96,92% dari total tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023). Dalam hal ini, UMKM terdapat di berbagai daerah dan setiap daerah memiliki potensinya masing-masing. Kota Tasikmalaya sendiri memiliki beberapa subsektor unggulan, salah satunya adalah bidang kuliner (Mulyani, 2018). Menurut data yang disajikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, pada tahun 2021 tercatat bahwa ada sebanyak 591 unit usaha kuliner yang aktif beroperasi di Kota Tasikmalaya. Lalu, menurut pernyataan Pj Wali Kota Tasikmalaya, Cheka Virgowansyah, pada tahun 2023 terdapat sekitar 1.056 pelaku UMKM makanan (Amiruddin, 2023).

Perkembangan UMKM yang pesat tidak lepas dari berbagai permasalahan dan kendala. Penelitian yang dilakukan di Kabupaten Jember mengungkapkan bahwa hanya sekitar 20% dari pelaku UMKM kuliner yang disurvei menyatakan kualitas sarana dan prasarana pengembangan usaha sudah baik, sementara 28% menyatakan cukup (Ashary et al., 2019). Ini menandakan bahwa sarana yang ada belum optimal mendukung iklim usaha di sektor kuliner. Hasil penelitian lain mengatakan bahwa tidak tersedianya tempat dan ruang untuk membuka usaha juga menjadi kendala karena biaya sewa yang tinggi sehingga sulit dibayar oleh para pelaku usaha (Alputra Sudirman et al., 2020). Selain itu, alat pengolahan yang masih tergolong tradisional dan tingginya harga bahan baku karena aksesnya yang sulit merupakan kelemahan dan ancaman bagi UMKM industri kuliner (Zulfikri & Iskandar, 2022).

Khususnya di Kota Tasikmalaya, pemasaran menjadi salah satu kendala yang dirasakan para pelaku UMKM. Menurut Alfin, konsultan kewirausahaan di Tasikmalaya, banyak pelaku UMKM tidak memiliki pemahaman teknis dalam pemasaran sehingga menghambat perkembangan bisnis mereka. Hal ini disampaikan juga oleh narasumber, seorang pelaku UMKM kuliner di Tasikmalaya yang mengungkapkan bahwa selama berbisnis, pemasarannya belum bisa maksimal karena hanya mengandalkan metode *word-of-mouth*. Selain itu, untuk beberapa jenis kuliner, bantuan berupa penyediaan peralatan produksi belum bisa dirasakan oleh seluruh pelaku UMKM.

Interior desainer memiliki peran dalam mengatasi beberapa permasalahan tersebut. Desain interior dapat meningkatkan presentasi produk dan pengalaman konsumen secara visual yang pada akhirnya memengaruhi persepsi, *branding*, dan keterlibatan pelanggan dalam strategi pemasaran (Schifferstein, 2016); (Kostina & Gorlatova, 2022). Selain itu, desain interior dengan penyesuaian pencahayaan dan optimalisasi tata letak interior dapat mengoptimalkan produktivitas dan menciptakan lingkungan yang nyaman, kreatif, dan inovatif bagi pengusaha (Chen & Wen, 2022); (Wijaya et al., 2020). Desain interior juga dapat menciptakan ruang untuk koneksi emosional dan pengalaman yang dapat membantu pengusaha di bidang kuliner membangun hubungan secara efektif (Di Prete, 2020).

Melihat pentingnya peran desain interior dalam mendukung perkembangan UMKM kuliner, maka diambil keputusan untuk menjadikan objek perancangan inkubator bisnis kuliner sebagai solusi komprehensif untuk mengatasi berbagai permasalahan yang telah disebutkan. Menurut Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan UKM Nomor 81.3/Kep/M.KUKM/VIII/2002, Inkubator Bisnis berfungsi sebagai penyedia fasilitas fisik dan juga sebagai lembaga yang mendukung pengembangan aspek manajemen dan teknologi bagi UMKM. Tujuan utama inkubator bisnis adalah untuk mendukung pengembangan dan keberhasilan perusahaan baru, baik melalui penyediaan sumber daya, layanan bisnis, maupun lingkungan yang kondusif bagi

pertumbuhan usaha (Hackett & Dilts, 2004). Dalam konteks ini, perancangan sebuah inkubator bisnis kuliner di Kota Tasikmalaya akan dibawahi oleh INOPAK Institute. INOPAK Institute merupakan konsultan kewirausahaan yang bergerak dalam pengembangan ekonomi kawasan dan berkomitmen untuk meningkatkan nilai tambah produk UMKM sebagai pembangunan yang berkelanjutan.

Proses perancangan inkubator bisnis ini menyoroti beberapa permasalahan interior yang perlu diatasi. Pertama, kurangnya pertimbangan terhadap tata letak interior pada fasilitas pemasaran, yang secara signifikan mempengaruhi daya beli konsumen. Fasilitas pemasaran menjadi salah satu layanan yang disediakan oleh Inkubator Bisnis, yang mana diartikan sebagai penyediaan fasilitas atau ruang bagi UMKM untuk menjalankan usaha bisnis mereka (Bank Indonesia, 2006). Namun, sering kali ditemukan kurangnya pertimbangan atas tata letak di fasilitas pemasaran tersebut. Tata letak toko menjadi elemen kunci dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Hal ini dapat berpengaruh pada pemanfaatan perilaku pelanggan sesuai harapan perusahaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penyusunan display produk yang menarik dan efektif juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kelancaran penjualan serta memperoleh kepuasan pelanggan (Sukma et al., 2012) (Fuadi et al., 2019).

Kedua, berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola INOPAK Institut, saat ini bangunan belum memiliki fasilitas yang sesuai dengan standar umum yang biasanya dimiliki oleh inkubator bisnis. Menurut ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Presiden RI Nomor 27 Tahun 2013 mengenai Perkembangan Inkubator Wirausaha, Inkubator Bisnis harus bisa memfasilitasi dan memberikan pelayanan berupa penyediaan ruang, dukungan fasilitas perkantoran, bimbingan dan konsultasi.

Ketiga, terkait dengan higienitas. Untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama di sektor makanan, penting untuk membangun kepercayaan konsumen bahwa produk yang dihasilkan aman dan bermutu. Hal ini dapat

dicapai dengan menerapkan proses produksi yang bersih dan higienis sesuai dengan prinsip cara produksi pangan olahan yang baik (Fajriansyah, 2016;Auliya & Aprilia, 2016). Atmoko (2017) menyoroti bahwa kenyamanan dan kebersihan dalam layanan bisnis makanan sangat penting untuk mencapai kepuasan dan loyalitas konsumen. Kebersihan melibatkan aspek bahan baku, kebersihan personal pekerja, dan kebersihan dapur produksi secara menyeluruh (Dwijayanti & Purwidiani, 2019). Dalam wawancara dengan narasumber dari Mister Kitchen Studio, terdapat hambatan dalam mempertahankan higienitas tersebut yaitu hubungan antar ruang yang tidak optimal serta material yang kurang tepat.

Inkubator bisnis kuliner dirancang dengan fokus pada penyelesaian tantangan lokal yang sudah teridentifikasi sebelumnya. Melalui upaya pembaruan ini, diharapkan inkubator mampu menyajikan solusi dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM kuliner di Kota Tasikmalaya, membantu pengembangan inkubasi dan penyediaan fasilitas untuk membantu meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk. Selain itu, perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi model katalisator guna mendukung pertumbuhan UMKM kuliner skala nasional.

## **1.2 Identifikasi Permasalahan**

Berdasarkan pernyataan hasil wawancara dan studi literatur yang dicantumkan dalam latar belakang, masalah utama yang diidentifikasi antara lain sebagai berikut:

1. Tata letak interior pada fasilitas pemasaran yang kurang dipertimbangkan sehingga kurangnya minat pengunjung dalam membeli produk;
2. Belum tersedianya fasilitas sebagaimana harusnya sebuah Inkubator Bisnis;

3. Tidak maksimalnya proses perawatan dan higienitas karena hubungan antar ruang yang tidak optimal serta material yang kurang tepat.

### **1.3 Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan identifikasi permasalahan, berikut adalah rumusan permasalahan pada perancangan inkubator bisnis kuliner di Kota Tasikmalaya:

1. Bagaimana mendesain tata letak interior secara optimal untuk memaksimalkan presentasi produk, menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, dan mempengaruhi positif kepuasan serta daya beli konsumen?
2. Bagaimana merancang fasilitas interior Inkubator Bisnis Kuliner untuk memenuhi standar umum, khususnya dalam hal layanan pemasaran, fasilitas perkantoran, dan fasilitas pengembangan usaha agar mendukung kreativitas dan produktivitas?
3. Bagaimana merancang ruang interior bisnis makanan yang memperhatikan penerapan elemen interior yang sesuai dengan standarisasi kebersihan dan pertimbangan hubungan antar ruang yang baik, sehingga tercipta lingkungan yang higienis dan optimal untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan kepuasan pengguna

### **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

#### **1.4.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan interior Inkubator Bisnis Kuliner di Kota Tasikmalaya adalah untuk menciptakan sebuah fasilitas yang menjadi katalisator bagi kemajuan UMKM kuliner setempat dengan mengaplikasikan pendekatan visual merchandising yang dapat meningkatkan nilai beli produk dan mendukung aktivitas bisnis secara keseluruhan.

### **1.4.2 Sasaran Perancangan**

Sasaran dari perancangan interior Inkubator Bisnis Kuliner di Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

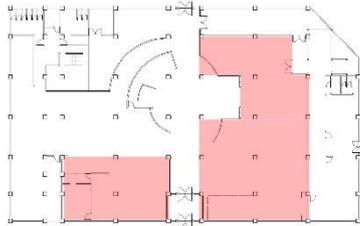
1. Merancang interior inkubator bisnis yang mempromosikan kolaborasi, kreativitas, dan produktivitas melalui penyelarasan fasilitas pemasaran, fasilitas perkantoran, dan fasilitas pengembangan usaha sesuai standar umum.
2. Merancang ruang interior bisnis makanan dengan fokus pada keamanan dan kualitas produk, serta menciptakan lingkungan bersih dan nyaman untuk meningkatkan daya saing UMKM, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen.
3. Mengoptimalkan desain tata letak interior toko untuk memaksimalkan visualisasi produk, menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, dan meningkatkan kepuasan serta daya beli konsumen.

### **1.5 Batasan Perancangan**

Pada perancangan baru interior Inkubator Bisnis Kuliner di Tasikmalaya ada beberapa batasan agar perancangan lebih terarah dan jelas, antara lain:

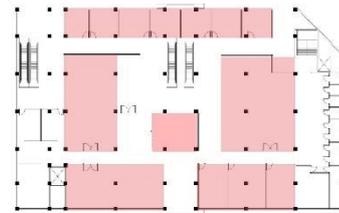
1. Lokasi Perancangan  
Inkubator Bisnis Kuliner di bawah kelola INOPAK Institute ini terletak di Ruko Hamas, Jl. Pancasila No.1, Lengkongsari, Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46112.
2. Bangunan Perancangan  
Bangunan merupakan *single building* yang memiliki 5 lantai dengan luas keseluruhan 7464 m<sup>2</sup>. Bangunan bersifat *shared building* dengan Lantai 1-3 dapat digunakan sebagai perancangan, sedangkan Lantai 4 dan 5 telah direncanakan untuk kantor institusi.

### 3. Luas dan Batasan Ruang



Gambar 1. 1 Area perancangan Lantai 1

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024



Gambar 1. 2 Area perancangan Lantai 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Sesuai dengan batas yang sudah ditentukan, luas objek perancangan tanpa menghitung ruang tipikal adalah sebesar 962 m<sup>2</sup>. Perancangan dilakukan pada Lantai 1 dan 2 dengan luas masing-masing 1710 m<sup>2</sup>. Berikut rincian luasannya.

#### a. Lantai 1

Lantai 1 merupakan area untuk fasilitas pemasaran dengan total luas 542 m<sup>2</sup>. Dengan luas ruang sebagai berikut,

- Toko oleh-oleh/*Gift Shop* : 392 m<sup>2</sup>
- *Bakery & Café* : 150 m<sup>2</sup>

#### b. Lantai 2

Lantai 2 merupakan area untuk fasilitas pengembangan produk dengan total luas tanpa menghitung ruang tipikal adalah 420 m<sup>2</sup>, namun apabila dihitung keseluruhannya adalah 941 m<sup>2</sup>. Dengan luas ruang sebagai berikut,

- *Shared kitchen*, tipe produksi : 136 m<sup>2</sup>
- *Shared kitchen*, tipe lab : 178 m<sup>2</sup>
- *Private kitchen*, tipe pods : 20 m<sup>2</sup>
- *Private kitchen*, tipe studio : 39 m<sup>2</sup>
- *Lobby* : 47 m<sup>2</sup>

**c. Area yang tidak dirancang**

Memiliki total luas 5999 m<sup>2</sup>, dengan rincian luas lantai dan asumsi fasilitas sebagai berikut,

- Lantai 1 : Kantor informasi, toko peralatan masak, *staff room*, gudang barang/storage, area stand kuliner, mushola, dan toilet. (1168 m<sup>2</sup>)
- Lantai 2 : *Storage* berupa *walk in refrigerator*, *freezer*, dan *dry storage*, jalur akses untuk pengguna *non-membership*, mushola, dan toilet. (769 m<sup>2</sup>)
- Lantai 3 : Kantor informasi, *hall/conference room*, *classroom*, *coworking space*, *meeting room*, *private office*, mushola, dan toilet. (1540 m<sup>2</sup>)
- Lantai 4 : Kantor divisi, *pantry* dan ruang santai, *meeting room*, mushola, dan toilet. (1540 m<sup>2</sup>)
- Lantai 5 : *Owner room*, *manager room*, *meeting room*, *pantry* dan ruang santai, *warehouse*, mushola, dan toilet. (964 m<sup>2</sup>)

## 1.6 Metode Perancangan

Tahapan metode perancangan yang digunakan untuk perancangan interior Inkubator Bisnis Kuliner di Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Melakukan pendataan secara langsung pada Gedung Hamas yang berada di Jl. Pancasila No.1, Lengkongsari, Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat dan melakukan studi banding pada fasilitas sejenis yang ada di Bandung.

2. Observasi

Observasi dilakukan di sekitar daerah site untuk mengetahui batasan bangunan dan juga kebutuhan dari pelaku UMKM kuliner setempat.

Observasi dilakukan dengan mengamati, mencatat, menganalisis dan mendokumentasikan objek yang ada di lokasi.

3. Studi literatur

Studi literatur mengenai pembahasan-pembahasan yang berkaitan dengan objek perancangan, seperti fenomena atau isu, standarisasi perancangan, pendekatan desain, dan sebagainya. Literatur ini didapatkan baik itu dari buku, jurnal, maupun artikel-artikel.

4. Wawancara

Wawancara terkait kebutuhan dan segala hal tentang fasilitas bisnis kuliner kepada beberapa narasumber, seperti pengelola INOPAK Institute dan manajer operasional pada fasilitas terkait yang menjadi objek studi banding.

## **1.7 Manfaat Perancangan**

### **1.7.1 Manfaat bagi Masyarakat / Komunitas**

- Dapat menjadi acuan dalam perancangan Inkubator Bisnis Kuliner terutama pada bagian interior bangunan.
- Dapat menjadi fasilitas untuk menunjang pelaku UMKM kuliner untuk berkolaborasi, mengembangkan kreativitas, dan produktivitas yang dapat mendorong pertumbuhan UMKM kuliner di Kota Tasikmalaya.

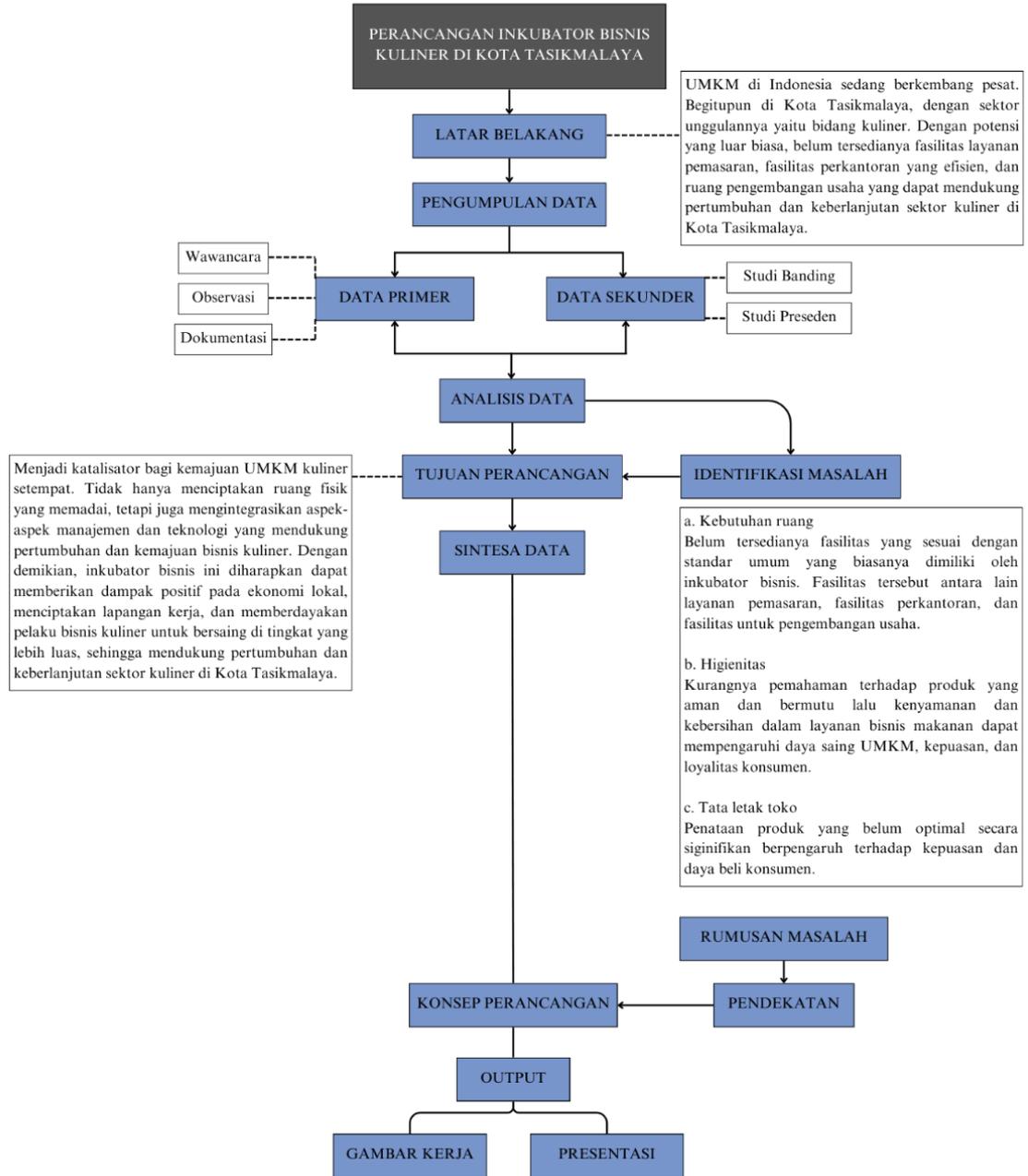
### **1.7.2 Manfaat bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan**

- Dapat menjadi kajian dalam Dokumentasi Pribadi, 2024an desain interior dengan materi terkait bagi kampus Telkom University.
- Dapat menciptakan peluang untuk kolaborasi pendidikan-industri yang memberikan pengalaman praktis dan relevan bagi para mahasiswa.

### **1.7.3 Manfaat bagi Keilmuan Interior**

Dapat memberikan kontribusi pada perkembangan keilmuan desain interior dalam tata letak, fungsionalitas, maupun elemen desain yang dibutuhkan oleh pelaku kreatif berdasarkan pendekatan yang diterapkan.

## 1.8 Kerangka Pikir Perancangan



Gambar 1. 3 Diagram Alur Pikir  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

## **1.9 Pembaban Laporan Tugas Akhir**

Sistematika Dokumentasi Pribadi, 2024an yang digunakan pada proposal ini antara lain sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Berisi uraian-uraian mengenai latar belakang dipilihnya perancangan interior Inkubator Bisnis Kuliner di Kota Tasikmalaya, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, manfaat desain, metode perancangan, kerangka pikir, dan sistematika Dokumentasi Pribadi, 2024an.

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN REDERENSI DESAIN**

Meliputi uraian-uraian kajian literatur dimulai dari pengertian secara umum hingga tinjauan untuk pendekatan, analisis studi kasus bangunan serupa, dan analisis data proyek.

### **BAB III: DESKRIPSI PROJEK DAN DATA ANALISIS**

Berisi uraian tema perancangan, konsep desain, organisasi ruang, layout, bentuk, material, warna, pencahayaan, penghawaan dan keamanan serta penerapannya pada Inkubator Bisnis Kuliner di Kota Tasikmalaya.

### **BAB IV: TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan ruang dan elemen interior.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi bagian dari akhir Dokumentasi Pribadi, 2024an laporan yang yang menjabarkan mengenai kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**