

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kecil dan menengah merupakan kelompok industri yang paling bertahan dalam menghadapi krisis perekonomian Indonesia. Mudrajad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa pada masa krisis ekonomi tahun 1998-2001 menunjukkan fakta bahwa UMKM secara umum justru lebih mampu bertahan hidup dan tumbuh sekitar 11% per tahun dibanding industri skala besar yang hanya sekitar 6% per tahun. Industri kecil pada umumnya berawal dari industri rumah tangga dengan skala mikro yang kemudian berkembang. Dengan skala produksi yang kecil, maka diharapkan tingkat fleksibilitas dari perusahaan lebih baik yang pada akhirnya dapat lebih bertahan pada saat terjadi krisis apabila dibandingkan dengan industri besar.

Di berbagai wilayah Indonesia industri kecil dan menengah mengalami perkembangan yang pesat. Salah satunya industri kerajinan kulit. Banyak muncul kawasan industri kerajinan kulit di berbagai wilayah Indonesia, antara lain Sidoarjo, Cibaduyut (Bandung), Jogjakarta, Magetan serta wilayah-wilayah lainnya di luar Pulau Jawa. Bandung memiliki kawasan industri yaitu kerajinan kulit yang banyak menghasilkan berbagai macam barang mulai dari sarung tangan, ikat pinggang, sandal, sepatu, tas dan barang-barang lainnya.

Perkembangan kerajinan kulit di kota Bandung bisa dikatakan semakin pesat dan beragam. Hal ini dapat dibuktikan dengan munculnya banyak produsen lokal yang menjual kerajinan kulit di media sosial seperti instagram dan facebook.

Namun, di kota Bandung belum banyak terdapat tempat yang dapat menampung dan sekaligus memasarkan barang-barang kerajinan kulit yang dijual para produsen lokal. Banyak produsen lokal yang tidak memiliki *offline store* sehingga membuat turunnya minat konsumen untuk membeli

barang tersebut, dikarenakan banyak konsumen yang ingin langsung melihat barang aslinya bukan hanya sekedar melihat dari foto saja. Sedangkan banyak produsen lokal yang sudah memiliki kualitas barang yang bagus, namun daya pemasarannya rendah dikarenakan tidak memiliki wadah yang memadai.

Selain itu ketidaktahuan konsumen terhadap kualitas barang-barang kulit juga menjadi sebuah kendala yang dirasakan para penjual. Banyak konsumen yang lebih memilih kulit sintetis atau imitasi dikarenakan harga yang jauh lebih murah dan keanekaragaman warna dan *finishing* yang beragam. Walaupun sebenarnya untuk masalah kualitas, kulit asli sangat jauh lebih tahan lama dan kuat. Sebenarnya tidak harus mengeluarkan biaya tinggi untuk mendapatkan sebuah barang berbahan kulit, sebagai contohnya adalah salah satu produsen lokal di Bandung yang memproduksi sepatu yang dijual dengan kisaran harga 200-300 ribu rupiah saja untuk mendapatkan sepasang sepatu kulit.

Kerajinan kulit diidentikan dengan teknik-teknik yang sulit dan alat-alat yang mahal untuk bisa membuatnya. Saat ini belum banyak tempat yang menyediakan kursus untuk orang yang ingin belajar membuat kerajinan kulit, dikarenakan tidak tersedianya wadah dan alat-alat untuk membuat kerajinan kulit.

Sehingga dalam kesempatan ini, saya ingin menciptakan sebuah wadah untuk orang-orang yang ingin menjual kerajinan kulit, mempelajari lebih dalam tentang kulit, dan memfasilitasi orang-orang yang ingin belajar membuat kerajinan kulit.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Mengacu pada latar belakang, maka dapat ditemukan beberapa masalah yang banyak dialami oleh para produsen lokal kerajinan kulit yaitu tidak tersedianya *offline store*, kurangnya rasa percaya konsumen terhadap produsen lokal sehingga membuat konsumen ragu untuk membeli barang tersebut, tidak tersedianya sarana untuk pembelajaran tentang jenis-jenis dan keunggulan kulit, dan tempat untuk belajar membuat kerajinan kulit.

### 1.3 Ide / Gagasan Perancangan

Setelah melihat identifikasi masalah yang ada maka dalam merancang sebuah *Leather Craft Center* di Bandung perlunya dibuat sebuah tempat yang dapat menampung barang-barang dari para produsen lokal kerajinan kulit, sebuah *mini gallery* yang membahas mengenai jenis-jenis dan keunggulan kulit, dan tempat kursus untuk membuat kerajinan kulit. Sarana pendukung seperti *cafe and lounge* juga akan menarik minat konsumen untuk datang ke *Leather Craft Center*.

Suasana ruang yang ingin ditampilkan adalah mengambil suasana pada era tahun 1900an yang akan mengangkat gaya desain *vintage industrial*. Beberapa material yang dipakai adalah kayu, metal, batu, kulit, dan konkrit, sehingga akan menampilkan suasana ruang yang mendukung untuk perancangan *Leather Craft Center* ini.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang di atas, maka dibuatlah sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menerapkan tema *durable, versatile, natural* dan konsep *Strong by Layers* pada perancangan interior *Leather Craft Center* di Bandung.
2. Bagaimana menerapkan sistem display, pencahayaan, penghawaan, sirkulasi, yang sesuai dengan fungsi dan kebutuhan interior di *Leather Craft Center*.
3. Bagaimana mengaplikasi suasana ruang yang nyaman dan rileks, tapi tetap menghadirkan sisi edukatif dan kreatifitas pada perancangan interior *Leather Craft Center*.

### 1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan *Leather Craft Center* ini :

1. Menaikkan minat konsumen terhadap brand lokal yang ada di Bandung dengan cara menyediakan sarana edukasi tentang kulit.

2. Dengan menyediakan *offline store* agar konsumen dapat melihat barang langsung sehingga dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen.
3. Menambah pengetahuan konsumen terhadap jenis-jenis dan keunggulan kulit dengan merancang *mini gallery*.
4. Untuk mewadahi konsumen yang ingin merasakan sendiri bagaimana cara membuat barang dari kulit dengan mengadakan *workshop*.

## 1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat yang bisa didapat dari perancangan *Leather Craft Center* ini adalah :

1. Agar meningkatkan penjualan brand lokal yang berbasis *online shop* ini.
2. Agar meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap kualitas barang dari brand lokal.
3. Tersedianya fasilitas *mini gallery* dapat menjadi sarana edukasi bagi konsumen agar konsumen tidak salah memilih jenis kulit yang dipilih. Sarana pendukung seperti *cafe* juga akan menarik minat konsumen untuk datang mengunjungi ke *Leather Craft Center* sambil mengajak teman-temannya untuk berkumpul.
4. Tersedianya *workshop* dapat menjadi sarana bagi konsumen untuk belajar membuat kerajinan kulit.

## 1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Lingkup perancangan pada *Leather Craft Center* meliputi area ritel, *mini gallery*, *workshop*, *café and lounge*, *storage room*, dan *office*. Area ritel merupakan tempat menjual semua produk brand lokal sehingga konsumen bisa membeli produk kulit dengan mudah. *Workshop* merupakan tempat untuk konsumen membuat barang kulit. *Café and lounge* tempat untuk pengunjung *Leather Craft Center* untuk bersantai sehabis belanja ataupun untuk berkumpul bersama kerabatnya. *Leather Craft Center* akan terdapat fasilitas *storage* khusus sendiri. Untuk mendukung sistem dari *Leather Craft Center*, maka perlu *office* yang mendukung agar setiap pegawai dapat bekerja dengan maksimal.

## 1.8 Sistematika Penulisan

BAB I membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, ide/gagasan perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan.

BAB II membahas tentang studi literatur kerajinan kulit, definisi ritel, studi banding, kebutuhan ruang pada *Leather Craft Center*, dan ergonomi standar retail.

BAB III membahas tentang analisa site, deskripsi proyek, deskripsi *site*, *programing*, *zoning blocking*, *flow activity user*.

