

ABSTRAK

Eiffel Christopher (00000021789)

REVITALISASI SENTRA UMKM SEBAGAI *LANDMARK* KAWASAN DENGAN KONSEP PUSAT KOMERSIL TERBUKA Studi Kasus IKM Jendela Indonesia

Di masa sekarang ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu tipe usaha yang sangat diminati. Dilansir dari Bank Indonesia, sekitar 99.9% usaha di Indonesia merupakan golongan UMKM. Sentra UMKM pun dibuka dimanamana untuk memfasilitasi para penggiat usaha, termasuk di bagian perkotaan, dimana terdapat potensi pasar yang lebih tinggi. Salah satu dari sentra UMKM tersebut adalah IKM Jendela Indonesia. Dengan posisinya yang berada di pusat kawasan komersil di kota Manado, tempat ini memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi destinasi wisata yang ramai untuk dikunjungi warga lokal dan turis yang ramai untuk dikunjungi. Namun, sentra UMKM ini kurang diminati oleh semua kalangan. Berdasarkan wawancara dan pengambilan data singkat, salah satu penyebab tempat ini kurang diminati adalah karena kurangnya daya tarik secara arsitektural. Tempat ini juga membatasi produktivitas para pengusaha karena ruang yang terbatas. Mengingat tempat ini merupakan pusat klaster usaha lokal, sudah sepantasnya tempat ini dibenahi untuk dapat menjadi representasi produk-produk dan kebudayaan lokal yang baik di antara pusat komersil modern di sekitarnya. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk menemukan strategi untuk merevitalisasi kawasan sentra UMKM yang berlaku sebagai landmark kawasan, dan yang ideal baik bagi pengunjung maupun penggiat usaha. Dalam penelitian ini dilakukan kajian literatur untuk menemukan kriteria-kriteria sentra UMKM dan pusat komersil yang ideal, serta elemen-elemen yang dapat membuatnya menjadi landmark. Studi preseden dilakukan untuk melihat penerapan elemen dan pemenuhan kriteria tersebut pada dua pusat komersil terbuka yang sudah ada, sehingga kemudian dapat diadaptasi sesuai konteks untuk perancangan kembali IKM Jendela Indonesia. Pembagian kuesioner kemudian dilakukan untuk mengetahui pendapat warga kota Manado mengenai UMKM secara umum dan IKM Jendela Indonesia secara spesifik, serta preferensi mereka terhadap pusat komersial. Dari proses penelitian tersebut disusun 4 strategi yang digunakan sebagai dasar untuk menghasilkan konsep desain sentra UMKM sebagai landmark kawasan dengan konsep Pusat Komersil Terbuka.

Referensi : 20 (1960-2021)

Kata Kunci : Revitalisasi, Sentra UMKM, Pusat Komersil Terbuka, Ruang Publik, *Landmark*

ABSTRACT

Eiffel Christopher (00000021789)

REVITALIZATION OF SMALL-MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) CENTRE AS A LANDMARK WITH OPEN AIR SHOPPING CENTRE CONCEPT:

Case Study - IKM Jendela Indonesia

Nowadays, Small-Medium Enterprise is one of the most prosperous type of businesses. According to Bank Indonesia, 99.9% of the businesses in Indonesia are in fact, SMEs. Because of this, SMEs centres are being opened everywhere to accommodate the business owners, including but not limited to city areas, where the market potential is very high. One of those city center SMEs is IKM Jendela Indonesia. With its strategic location, being in the center of a commercial boulevard in Manado, this place has a very high potential of being a local tourist destination. Sadly, this SME center is not getting a lot of attention from all the citizens. According to interviews and surveys, one of the main reasons people are not interested in visiting the centre is the lack of architectural appeal. This SMEs centre also limits the productivity of the business owners due to the limited amount of space and facilities. Because this place is a center of local commerce, it needs to be renewed into a good representation of local commodities and culutre. This research is conducted to formulate the strategies needed to do such revitalization, in order to turn the current SME center into a marketplace that is ideal for both the visitors and the business owners, that can also act as a landmark for the area and the city. In this research, literature studies are done to find the criterias of a good SMEs centre and commercial centres in general, and also the elements needed to classify them as landmarks. Precedent studies are also conducted to analyze the applications of those elements and criterias on existing commercial centres, to then be adapted according to context to redesign the current SMEs centre. Questionnaire and surveys are then carried out in order to know the thoughts of Manado citizens on the current state of the SMEs centre, and their preferences for SMEs centres and commercial centres in general. 4 strategies are then developed from the research, which are later used as a foundation of designing a small-medium enterprises (SMES) centre that acts as a landmark with open air shopping centre concept.

Reference : 20 (1960-2021)

Keywords : *Revitalization, SMEs Center, Public Space, Open Air Shopping Center, Landmark.*