

ABSTRAK

Kota Bandung yang mendapatkan julukan kota kreatif memiliki pertumbuhan dan persebaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bermunculan di setiap tahunnya. Tidak hanya secara kuantitatif pertumbuhan pelaku usaha ini juga kerap diiringi dengan segi kualitatif di berbagai bidang, seperti *fashion*, kerajinan tangan, produk makanan, kesehatan, kecantikan, dan lain - lain. Dalam perkembangannya, UMKM dinilai telah memiliki berbagai peranan, seperti membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan hingga menjadi stabilisator di bidang perekonomian.

Akan tetapi, para pelaku usaha tersebut kerap menghadapi berbagai tantangan untuk dapat naik kelas, mulai dari keterbatasan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia, kurangnya media pemasaran, hingga karakter dari para pelaku usaha yang justru masih kerap menghambat perkembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan fasilitas yang dapat mewadahi berbagai kebutuhan dari para pelaku usaha. Fasilitas ini mencakup sarana pelatihan, pemasaran, hingga fasilitas penunjang guna menarik target pasar yang lebih luas.

Di sisi lain, tidak hanya berkaitan dengan para pelaku usaha, sebuah fasilitas komersial juga perlu untuk memerhatikan kebutuhan konsumen guna meningkatkan penjualan. Berada di salah satu pusat Kota Bandung yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan serta kepadatan cukup tinggi perlu untuk menjadi perhatian dalam perancangan. Menjawab hal tersebut, *UMKM Community Space* dihadirkan guna mewadahi fasilitas pelatihan bagi para pelaku usaha, sarana pemasaran melalui galeri produk, hingga berbagai fasilitas penunjang untuk komunitas. *UMKM Community Space* ini diharapkan dapat membantu untuk mengenalkan produk UMKM, mengalirkan berbagai kegiatan masyarakat sekitar, hingga menjadi wadah kolaborasi penggerak ekonomi kreatif. Dalam perancangannya, metode *behaviour setting* digunakan sebagai sebuah pendekatan pada konsep sehingga berbagai komponen pada rancangan dapat lebih sesuai dengan kebiasaan hingga kebutuhan para penggunanya. Kesesuaian itulah yang mengarahkan agar kenyamanan dapat dihadirkan bagi para pengguna sehingga menarik target pasar yang lebih luas. Dengan kata lain, fasilitas ini tidak hanya menghadirkan keuntungan bagi para pelaku usaha melainkan juga masyarakat atau target pasar.

Kata Kunci : UMKM, Komunitas, Tatar Perilaku

ABSTRACT

The City of Bandung, which is nicknamed a creative city, has the growth and spread of Micro, Small and Medium Enterprises that emerge every year. Not only is the quantitative growth of these entrepreneurs often accompanied qualitatively in various fields, such as fashion, handicrafts, food products, health, and beauty. In its development, MSME has been assessed to have played various roles, such as opening jobs, increasing regional incomes, reducing unemployment and poverty rates and becoming a stabilator in the economy.

However, these entrepreneurs are often faced with a variety of challenges in order to get up in class, ranging from the limited knowledge and skills of human resources, the lack of marketing media, to the character of the entrepreneur who is still frequently hindering the development of the enterprise. Therefore, there is a need for facilities that can meet the various needs of entrepreneurs. These facilities include training, marketing, and support facilities to attract wider target markets.

On the other hand, it's not just about entrepreneurs, a commercial facility also needs to pay attention to consumer needs in order to boost sales. Being in one of the centers of Bandung which has a high level of tourist visits as well as a high enough density needs to be a concern in planning. In response, UMKM Community Space was presented in order to provide training facilities for entrepreneurs, marketing means through product galleries, to various facilities supporting the community. The UMKM Community Space is expected to help to introduce UMKM products, stream various community activities around, to become a collaboration container of creative economy drivers. In its design, the behaviour setting method is used as an approach to the concept so that the various components of the design can be more adapted to the habits of the users. It is compatibility that guides the convenience to be presented to the users so as to attract a wider target market. In other words, these facilities bring benefits not only to the entrepreneurs but also to the public or the target market.

Keyword : MSME, Community Space, Behaviour Setting