

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
1.1.1 Kontribusi UMKM sebagai Pilar Perekonomian Indonesia.....	1
1.1.2 Perkembangan UMKM di Kota Bandung.....	3
1.1.3 Tantangan UMKM di Kota Bandung.....	5
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
1.2.1 Non Arsitektur.....	9
1.2.2 Arsitektur.....	9
<b>1.3 Tujuan dan Sasaran</b> .....	<b>9</b>
1.3.1 Tujuan.....	9
1.3.2 Sasaran.....	10
<b>1.4 Lingkup Pembahasan</b> .....	<b>10</b>
1.4.1 Non Arsitektur.....	10
1.4.2 Arsitektur.....	10
<b>1.5 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>11</b>
1.5.1 Studi Literatur.....	11
1.5.2 Studi Kasus.....	11
1.5.3 Wawancara.....	11
1.5.4 Analisis.....	11
1.5.5 Sintesis.....	12
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>12</b>
1.6.1 BAB I : Pendahuluan.....	12
1.6.2 BAB II : Tinjauan Pustaka.....	12
1.6.3 BAB III : Tinjauan Lokasi.....	12
1.6.4 BAB IV : Analisi Perancangan.....	12
1.6.4 BAB IV : Analisis Perancangan.....	13
1.6.5 BAB V : Konsep Perancangan.....	13
<b>1.7 Keaslian Penulisan</b> .....	<b>13</b>



<b>1.8 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Tinjauan UMKM.....</b>	<b>15</b>
2.1.1 Definisi UMKM.....	15
2.1.2 Kriteria UMKM.....	15
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	17
2.1.4 Pola Pembelanjaan Konsumen.....	18
2.1.4.1 Pola Pembelanjaan Konsumen Online.....	18
2.1.4.2 Pola Pembelanjaan Konsumen secara Offline.....	21
2.1.4.3 Adaptasi Sistem Pembelanjaan.....	25
<b>2.2 Tinjauan Mixed Use Building.....</b>	<b>27</b>
2.2.1 Definisi Mixed Use Building.....	27
2.2.2 Manfaat Mixed Use Building.....	27
2.3.3 Karakteristik Mixed Use Building.....	28
<b>2.3 Tinjauan Area Pelatihan UMKM.....</b>	<b>28</b>
2.3.1 Definisi Umum Area Pelatihan UMKM.....	28
2.3.2 Sarana dan Prasarana Area Pelatihan.....	29
2.3.3 Klasifikasi Ruang Pelatihan.....	30
2.3.4 Kriteria Ruang Pelatihan.....	31
<b>2.4 Tinjauan Creative Hub.....</b>	<b>32</b>
2.4.1 Definisi Creative Hub.....	32
2.4.2 Coworking Space.....	34
<b>2.5 Tinjauan Pendekatan Behaviour Setting.....</b>	<b>36</b>
2.5.1 Definisi Behaviour Setting.....	36
2.5.2 Kriteria Pembentuk Behaviour Setting.....	36
<b>2.6 Studi Preseden.....</b>	<b>38</b>
2.6.1 Studi Tipologi.....	38
2.6.1.1 Ruang Publik dan Komersial.....	38
2.6.1.2 Sarana Pelatihan.....	42
2.6.1.3 Analisis Perbandingan Studi Tipologi.....	46
2.6.2 Studi Pendekatan.....	49
2.6.2.1 Analisis Perbandingan Studi Pendekatan.....	53
<b>BAB III.....</b>	<b>55</b>
<b>TINJAUAN LOKASI.....</b>	<b>55</b>
<b>3.1 Kondisi Kota Bandung.....</b>	<b>55</b>
<b>3.2 Kriteria Pemilihan Tapak.....</b>	<b>56</b>
<b>3.3 Alternatif Tapak.....</b>	<b>58</b>



3.3.1 Alternatif Tapak I.....	58
3.3.2 Alternatif Tapak II.....	61
<b>3.4 Perbandingan Alternatif Tapak.....</b>	<b>63</b>
<b>3.5 Kondisi Tapak Terpilih.....</b>	<b>64</b>
3.5.1 Data dan Analisis Tapak Terpilih.....	65
3.5.2 Elemen Pembentuk Fisik Tapak.....	69
<b>BAB IV.....</b>	<b>75</b>
<b>ANALISIS PERANCANGAN.....</b>	<b>75</b>
<b>4.1 Analisis Masalah.....</b>	<b>75</b>
4.1.1 Fasilitas Pusat UMKM dalam menggerakkan aktivitas ekonomi kreatif di Kota Bandung.....	75
4.1.2 Fungsi fasilitas Pusat UMKM bagi Kualitas Pelaku Usaha.....	75
4.1.3 Fungsi fasilitas Pusat UMKM dalam Peningkatan Pemasaran Produk Usaha.....	76
4.1.4 Fungsi fasilitas Pusat UMKM untuk menarik target pasar yang lebih luas.....	76
<b>4.2 Analisis Metode Pendekatan.....</b>	<b>76</b>
4.2.1 Implementasi Metode Behavior Setting.....	77
4.2.1.1 Implikasi pada Fasilitas Pelatihan.....	78
4.2.1.2 Implikasi pada Fasilitas Pemasaran.....	79
4.2.2.3 Implikasi pada Fasilitas Penunjang.....	87
<b>4.3 Analisis Potensi Pengelolaan Bangunan.....</b>	<b>88</b>
<b>4.4 Durasi Operasional Bangunan.....</b>	<b>90</b>
<b>4.5 Klasifikasi Kelas Pelatihan.....</b>	<b>91</b>
<b>4.6 Analisis Pendekatan Konsep.....</b>	<b>93</b>
4.6.1 Konsep Community Mall.....	93
4.6.2 Konsep Plaza.....	94
<b>4.7 Analisis Pemrograman Ruang.....</b>	<b>95</b>
4.7.1 Pola Aktivitas Pengguna.....	95
4.7.2 Pembagian Zona Ruang.....	97
4.7.3 Hubungan Antar Ruang.....	100
4.7.4 Program Ruang.....	101
<b>BAB V.....</b>	<b>104</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN.....</b>	<b>104</b>
<b>5.1 Konsep Filosofis.....</b>	<b>105</b>
<b>5.2 Konsep Meso.....</b>	<b>106</b>
5.2.1 Konsep Tata Zona Tapak.....	106
5.2.2 Konsep Sirkulasi Pencapaian ke dalam Bangunan.....	108
5.2.3 Konsep Sirkulasi Pejalan Kaki.....	109
5.2.4 Konsep Penataan Massa Bangunan.....	111



5.2.5 Konsep Transformasi Massa Bangunan.....	114
<b>5.3 Konsep Mikro.....</b>	<b>116</b>
5.3.1 Konsep Zonasi Ruang dalam Bangunan.....	116
5.3.2 Konsep Lanskap.....	117
5.3.3 Konsep Sistem Fasad Bangunan.....	122
5.3.4 Konsep Material.....	124
5.3.5 Konsep Interior.....	124
5.3.6 Konsep Penghawaan.....	134
5.3.7 Konsep Pencahayaan.....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>139</b>