

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Gambaran Umum Proyek

2.1.1 Pengertian UMKM

Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM , terdapat sekitar 98,7% usaha yang ada di Indonesia adalah usaha mikro, Usaha mikro sendiri juga dapat disebut dengan UMKM yang kepanjangannya adalah Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Pada hakikatnya UMKM merupakan istilah bagi pelaku usaha ekonomi yang dalam pengelolaannya dimiliki oleh perorangan dan memiliki kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-undang No.20 tahun 2008. Dalam Undang-undang No.20 tahun 2008 disebutkan bahwa definisi UMKM terbagi atas 3 jenis usaha , yaitu :

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik perorangan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan dan dilakukan oleh perorangan atau suatu badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

4. Usaha Besar

Usaha Besar merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan dan dilakukan oleh badan usaha dengan hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi

usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha paungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.2 Pengertian Pusat Pemasaran

Secara umum , pemasaran memiliki arti suatu proses terencana yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan usaha guna mengakomodir permintaan pasar (konsumen) dengan upaya menciptakan produl yang memiliki nilai jual dan kualitas produk yang baik. Definisi lain yang lebih sederhana adalah upaya memperkenalkan produk kepada konsumen . Terdapat pula definisi pemasaran menurut beberapa para ahli.

Menurut John Westwood, definisi dari pemasaran adalah sebuah usaha terpadu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keunungan atau laba kepada perusahaan. Sedangkan menurut Tung Dasem Waringin, pengertian pemasaran adalah media untuk mengkomunikasikan sebuah nilai tambah yang lebih tinggi. Selain itu, Philip Kotler mendefinisikan sebagai akivias sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan jumlah nominal penukaran tertentu kepada orang lain.

Terdapat beberapa fungsi pemasaran, diantaranya sebagai berikut :

1. Fungsi Pertukaran

Pemasaran berfungsi sebagai sebuah upaya agar konsumen mengetahui sebuah produk dengan segala kualifikasinya sehingga tertarik untuk membeli produk tersebut.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Pemasaran juga berfungsi sebagai distribusi fisik yang berupa menyimpan dan mengangkut produk. Kegiatan menyimpan produk dengan cara memasok produk agar tersedia ketika dibutuhkan oleh konsumen.

3. Fungsi Perantara

Selain memiliki fungsi pertukaran dan fungsi distribusi fisik, dalam pemasaran juga memiliki fungsi perantara, dimana dalam proses ini terjadi kegiatan pembiayaan, pencarian informasi, klasifikasi produk, dan lain-lain.

Selain fungsi tersebut, berikut adalah fungsi sederhana dari Pemasaran :

- 1. Memperkenalkan Produk**
- 2. Mencapai Target Penjualan**

3. Memastikan Kepuasan Konsumen
4. Membuat Strategi Lanjutan
5. Membuat Rekapitulasi Penjualan

Setelah membaca penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan serta menjual sebuah produk dengan menyampaikan kualifikasi produk kepada konsumen.

2.1.3 Pengertian Pusat Pelatihan

Secara umum, Pelatihan UMKM dapat diartikan sebagai sebuah proses berupa pendidikan yang dilakukan dalam jangka waktu yang pendek kepada pelaku UMKM guna memberikan materi yang telah direncanakan oleh pihak penyelenggara atau sebuah lembaga sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Sehingga dengan adanya pelatihan banyak manfaat baik dari segi pengetahuan, kompetensi dan juga ketrampilan.

Namun terdapat beberapa pengertian pelatihan menurut beberapa para ahli. Menurut Noe, Hollenbeck, Gerhart & Wright (2003:251) bahwa pelatihan merupakan suatu usaha yang terencana untuk memfasilitasi pembelajaran tentang pekerjaan yang berkaitan dengan pengetahuan, keahlian dan perilaku oleh para pegawai. Sedangkan menurut Gomez-Mejia, Balkin dan Cardy (2001-259) bahwa pelatihan adalah suatu usaha yang dilaksanakan pada saat para pekerja memiliki keahlian yang kurang atau pada saat suatu organisasi mengubah suatu system dan para pekerja perlu belajar tentang keahlian baru.

Dalam sebuah pelatihan terdapat beberapa jenis pelatihan yang dapat dipilih oleh peserta pelatihan sesuai dengan jenis kelas atau pelatihan yang diinginkan atau yang berpotensi untuk mendapatkan ilmu lebih ringan dan cepat dalam memahami mengenai materi yang diberikan. Jenis kelas yang biasanya disediakan dalam lembaga pelatihan adalah Pelatihan di dalam kelas, Pelatihan langsung, Pelatihan berbasis computer, Pelatihan online dan pelatihan interaktif atau workshop.

2.1.4 Pengertian Pusat Pelayanan

Secara umum pelayanan memiliki arti sesuatu usaha untuk menolong dan menyediakan sesuatu yang dibutuhkan dan diperlukan oleh orang lain, sehingga dengan pertolongan dan bantuan yang diberikan dapat membantu orang lain dalam menyelesaikan

dan mengatasi masalahnya. Orang lain tersebut baik individu, kelompok ataupun masyarakat. Berdasarkan keputusan Menteri Negara Aparatur Negara No. Tahun 2003 bahwasannya pelayanan adalah segala aktivitas pelayanan yang dijalankan oleh lembaga pemerintah yang dilaksanakan di pusat ataupun di daerah dimana pelayanan tersebut dapat berupa barang ataupun jasa guna memenuhi kepentingan masyarakat serta dalam rancangan pelaksanaan ketetapan peraturan perundang-undangan. Tujuan dari pelayanan itu sendiri adalah untuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan agar konsumen yang mendapatkan pelayanan merasa puas dan mendapat pengaruh positif bagi konsumen. Selain itu, terdapat beberapa pengertian pelayanan menurut beberapa para ahli. Berikut pengertian pelayanan menurut para ahli:

1. Moenir (2005:47)

Pelayanan menurut Moenir adalah sebuah proses untuk memenuhi kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

2. Brata

Pelayanan menurut Brata ialah “ Suatu pelayanan akan terbentuk dikarenakan adanya sebuah proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan pada pihak yang dilayaninya” (Brata,2003:9)

3. Loina (2001:138)

Sedangkan pelayanan yang didefinisikan oleh Loina adalah “suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan , baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal , ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintah serta public yang lainnya yang berkepentingan”.

4. Kotler (2003:464)

Pelayanan berdasarkan Kotler merupakan suatu tindakan yang diberikan kepada orang lain dan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu *High contact service* yang berarti sebuah pelayanan berupa jasa yang diberikan kepada konsumen oleh penyedia jasa dimana kontak antara keduanya sangat tinggi. Konsumen selalu terlibat di dalam proses dari layanan jasa tersebut. Dan yang kedua adalah *Low contact service* ialah pelayanan jasa antara konsumen dengan penyedia jasa namun kontak antara mereka tidak terlalu tinggi.

5. Freed luthans (1995:46)

Pelayanan menurut Freed luthans adalah sebuah proses untuk memenuhi kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang menyangkut segala masalah yang ditujukan orang lain untuk menyelesaikan masalah.

Sebagai Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM, bangunan ini dapat dikategorikan sebagai bangunan komersial dan bangunan layanan publik. Bangunan komersial sendiri memiliki fungsi sebagai gedung bisnis yang dapat didirikan oleh perseorangan ataupun kelompok organisasi. Sedangkan gedung layanan publik karena inisiator pengadaan fasilitasnya berdasarkan kebutuhan orang banyak dan dikelola oleh pemerintah. Berikut macam-macam bangunan komersial :

1. Bangunan Ritel
2. Pasar Swalayan
3. Pertokoan
4. Pusat Perbelanjaan
5. Gedung Perkantoran

Pusat pemasaran, pelatihan dan pelayanan UMKM yang direncanakan di kawasan wisata Candi Prambanan sebagai upaya untuk mendukung visi pemerintah dalam menstabilkan perekonomian negara melalui gerakan semangat mendukung dan memprioritaskan UMKM. Upaya untuk meningkatkan perkembangan ekonomi serta menciptakan lapangan kerja di Indonesia saat ini berlandaskan pada jumlah UMKM yang ada di masing-masing daerah di Indonesia. Untuk itu Pusat UMKM di kawasan Candi Prambanan direncanakan untuk memfasilitasi UMKM dalam bidang pemasaran, pelatihan hingga pelayanan.

2.1.5 Persyaratan Pusat UMKM

Bangunan Komersial merupakan bangunan yang memiliki fungsi sebagai tempat melakukan aktivitas komersial. Komersial pada bangunan Pusat UMKM disini terdapat aktivitas jual beli produk UMKM antara pengelola pusat pemasaran dengan konsumen dan produsen atau pelaku UMKM. Adapun factor utama dalam membangun gedung komersial sebagai berikut :

- Lokasi Strategis

Merupakan faktor utama yang harus diperhatikan dalam membangun sebuah bangunan dengan fungsi komersil yang didalamnya menampung aktivitas jual beli produk. Hal tersebut agar konsumen dengan mudah mengakses atau menjangkau bangunan dari segi transportasi.

- **Penggunaan Bahan Bangunan Kaca**

Pada bangunan komersil penggunaan bahan kaca diperlukan sebagai factor pendukung agar apa yang terdapat dan di display didalam bangunan terlihat oleh konsumen dari luar. Dengan kata lain bangunan tersebut dapat mengkomunikasikan secara visual bahwa bangunan tersebut terdapat produk yang dijual.

- **Memiliki Desain Menarik**

Sebagai bangunan komersil tentu daya tarik bangunan sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Bangunan dengan desain menarik dan memiliki fasad yang berbeda dengan bangunan disekitarnya tentu akan menarik konsumen.

- **Faktor Sosial Budaya**

Budaya orang Indonesia dalam system jual beli masih memegang pengaruh penting dalam potensi perniagaan dalam sistem jual beli. Sehingga dalam rancangan bangunan harus tepat karena hal ini berkaitan dengan sosial budaya setempat.

- **Penggunaan Teknologi**

Penggunaan teknologi dalam sebuah gedung komersil dapat memberikan daya tarik lebih kepada konsumen. Dengan penggunaan teknologi akan memberikan kemudahan konsumen dalam bertransaksi.

Sebagai bangunan komersial, tentu perancangan Pusat Pemasaran , Pelatihan dan Pelayanan UMKM harus memperhatikan dasar-dasar perancangan. Berikut dasar desain bangunan komersil:

1. **Desain untuk Fleksibilitas**

Memastikan ruang yang direncanakan sebagai pusat pemasaran dapat diperbarui dengan mudah apabila terdapat perubahan warna, penambahan furniture, penambahan ornamen. Untuk mendapatkan fleksibilitas yang maksimum usahakan dalam mendesain meminimalkan penggunaan perlengkapan bergerak.

2. **Ruang Terbuka**

Dalam mendesain bangunan komersial usahakan untuk memprogramkan ruang terbuka untuk membantu pergerakan lalu lintas yang dapat dikontrol berdasarkan tata letak ruangan.

3. Memasukkan Branding

Branding adalah salah satu faktor untuk menarik konsumen datang. Elemen branding dapat mencerminkan kepribadian bisnis yang dapat diaplikasikan pada warna, papan nama dan logo.

4. Faktor Manusia

Manusia adalah faktor utama dalam sebuah bangunan sehingga dalam merancang bangunan komersial yang tentunya akan di gunakan oleh publik maka hal-hal kecil yang dapat mempengaruhi kenyamanan pengguna harus diperhatikan seperti tempat duduk yang dapat diakses, stop kontak, rak mantel dan lainnya.

Gedung Pemerintah layanan publik memiliki fungsi sebagai tempat layanan public dalam pengurusan data, berkas resmi, surat perijinan , laporan pengaduan dan yang lainnya. Dengan adanya gedung layanan publik diharapkan dapat meningkatkan kehidupan sosial, budaya dan ekonomi masyarakat sekitar. Adapun ketentuan teknis dan syarat-syarat bangunan layanan publik adalah sebagai berikut :

- Menciptakan lingkungan binaan yang baik
- Memiliki program jangka panjang
- Fasilitas yang disediakan lengkap untuk memudahkan aksesibilitas pengguna
- Mencerminkan idenitas Negara Indonesia yaitu Negara pancasila yang memiliki budaya keimuran dan semangat gotong royong.
- Desain bangunan memiliki nilai kearifan lokal sebagai upaya melestarikan arsitektur nusantara.

2.1.6 Fasilitas Pusat UMKM

Gedung bangunan Pusat UMKM dibangun untuk memfasilitasi para pelaku UMKM agar UMKM lebih eksis dan naik kelas. Sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian nasional. Fasilitas dalam gedung Pusat UMKM dalam referensi bangunan Gedung Galeri Koperasi UMKM di Tangerang Selatan yang dalam pembangunannya telah sesuai dengan standar nasional, sebagai berikut :

1. Ruang Pameran Produk

2. Ruang Pelatihan Memasak dan Kuliner
3. Ruang Pelatihan Fashion
4. Ruang Pelatihan Konveksi
5. Ruang Pelatihan Kriya Batik
6. Ruang Pelatihan Musik
7. Ruang Theater
8. Ruang Rapat
9. Food Court
10. Ruang Parkir

Berdasarkan Standard Pelayanan Dinas Koprasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi Jawa Timur, Fasilitas yang disediakan adalah sebagai berikut :

1. Sekretariat – Layanan Pengaduan
(Ruang Pengaduan/Pelayanan Publik)
2. Klinik UKM – Layanan Konsultasi, Informasi, dan Advokasi Bisnis
(Ruang Konsultasi)
3. Layanan Pemasaran – Layanan Promosi
(Ruang Pelayanan Publik)

2.2 Gambaran Umum Data UMKM

Dalam beroperasinya Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM, pelaku UMKM yang dilayani adalah UMKM dari Kabupaten Klaten, dan Kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Klaten yaitu Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sleman. Kabupaten tersebut menjadi batasan pelayanan pengguna pada gedung Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM di Kabupaen Klaten. Dipilih Kabupaten tersebut dikarenakan jarak yang dekat dapat memberikan fleksibilitas pendistribusian produk dalam gedung.





Data yang terlampir merupakan data jumlah dan jenis produk UMKM dari ke empat kabupaten. Dalam pengalokasiannya, produk UMKM yang akan di tampung dalam pusat pemasaran dari Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sleman sebanyak masing-masing 20% dari jumlah keseluruhan UMKM yang terdata. Sedangkan Kabupaten Klaten sebanyak 70-100 % dari jumlah UMKM yang terdata. Jenis produk yang dipasarkan

adalah Kuliner (olahan kering, olahan basah, olahan frozen, minuman serbuk, olahan minuman), Fashion (kain, baju dan celana), dan berbagai produk Kriya.







2.2.1 UMKM Kabupaten Klaten

Berdasarkan data Dinas Perdagangan Koperasi UKM Kabupaten Klaten, Data UMKM Kabupaten Klaten per 1 Desember 2020 mencapai angka 55.100 yang terbagi atas Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Data tersebut adalah data akumulasi dari 26 Kecamatan di Kabupaten Klaten. Jumlah UMKM terbanyak terdapat pada Kecamatan Wedi dengan jumlah 3.575, kemudian Kecamatan Juwiring dengan jumlah 3.321 dan disusul oleh Kecamatan Prambanan sejumlah 3.005 UMKM.








Tabel 2.2.1 Data Produk UMKM Klaten

Bidang UMKM	Nama Usaha	Lokasi	Gambar
BUDAYA			
Fashion	Anarais Craft – Produsen Pengelolaan Kulit	Kunden, Jetis Wetan Pedan	
	Auliacollection – Fashion dress kondangan & Hijab	Jatang, Trucuk Klaten	
	Batik Tole – Baju batik kain batik tulis & tenun lurik	Bareng, Bateng Lor, Klaten Utara	
	Farradisaa – Mukena	Bloro, Juwiran, Juwiring Klaten	



	Fatonah Hijab – Produsen busana muslim dan muslimah	Bugisan, Prambanan, Klaten	
	Gading Kaos – pakaian kaos, kemeja, jaket	Belang Wetan, Klaten Utara	
	Jovie Official – Dress kondangan	Ngreden, wonosari, klaten	
	Jutrajuut – Pakaian pria & wanita	Krenekan , Klepu, Ceper, Klaten	
	Kamala Art – Batik Ecoprint	Keden , pedan , klaten	
	Lurik Rachmad – Kain tenun nusantara	Pedan , Cawas , Klaten	
	Makruf Batik – Batik kayu & batik kain	Karanggumuk , Bayat Klaten	

	Win Batik – batik tulis warna alam	Sidomulyo, banyuripan, Bayat, Klaten	
	Necro.ltd – Baju, tas, mug	Taskombang, manisrenggo, klaten	
	Nuku kolor – fashion	Ngreden, wonosari, klaten	
	Pedan Ecoprint – baju, tas, dompet	Lemahireng, Pedan, klaten	
	Sandyakala – Pakaian dari kain lurik	Sidoharjo, Sorogaten, Tulung, Klaten.	
	Sash Id – fashion dan busana	Pacalan, Sukorejo, Wedi Klaten	

	<p>Simplesoul Apparel – Konveksi dan sablon pakaian</p>	<p>Magersari, Glodogan, Klaten Selatan</p>	
<p>Kerajinan</p>	<p>ABC Art – Kerajinan Gerabah Keramik</p>	<p>Ds. Pagerjurang , Melikan</p>	 
	<p>Lempung Kahuripan – Kerajinan Gerabah</p>		 
	<p>Macramebyane- kerajinan hiasan dinding</p>	<p>Morangan,Karanganom, Klaten Utara</p>	

			
Primitive Bamboo- Kerajinan akar bambu	Sendang sinongko, Padak, Ceper, Klaten		 
Ringboxku- tempat perhiasan dari kayu	Bayat, Klaten		
The Blangkon Village – Pembuatan Blangkon	Perbutan, Ngerangan Bayat Klaten		
Ud Kelapa budaya – handycraft berbagan kayu bersifat fungsional			 

	Makruf Batik – Batik kayu & batik kain	Karanggumuk , Bayat Klaten	
KELUARGA			
Kuliner	Alunna – Olahan Kurma		
	Atthoufunnisa – Aneka peyek	Ds. Sumyang, Jogonalan Klaten.	
	Azzsnack – jajanan pasar	Minggiran	
	Bebe's Snack – Olahan Jamur	Gentan , Trucuk, Klaten	

	Brambang Goreng Karim – Brambang goreng		
	Durian Kenzo – Kuliner Durian	Meger, Ceper , Klaten	
	Handay Mabruk – olahan tradisional, jajan nusantara	Kragilan, Gantiwarno, Klaten	
	Jamiil Snack – snack onde-onde ketawa	Kradenan , Trucuk , Klaten	
	Ke.mas (kelincimas) – kuliner dan aneka snack	Tegal Mas, Prawatan , Jogonalan Klaten	
	Loe Aloe (Omah Aloe vera) – Olahan Aloe vera	Mojorejo , Ngerangan , Bayat	
	Omah Jene Homemade Food	Trunuh , Klaten Selatan	







	Singkong Keju Meletus – gethuk , gemplongm combro frozen	Mranggen , Jatinom , Klaten	
	SKE Indonesia – olahan sambal		
	Superfood Prima International – Sambal, saos, dan teh	Prawaan , Jogonalan, Klaten	
	Susu Kurma D' Hilal – Minuman Kesehatan	Pugeran , Karangdowo Klaten	
	Tahu kuWalik “Fayruz” – Frozen Food	Sanggrahan, Prambanan , Klaten	

2.2.2 UMKM Kabupaten Sleman






Berdasarkan data Dinas Perdagangan Koperasi UKM Kabupaten Sleman, Data UMKM Kabupaten Sleman mencapai angka 99.455 yang terbagi atas Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Data tersebut adalah data akumulasi dari 17 Kecamatan di Kabupaten Sleman. Jumlah UMKM terbanyak terdapat pada Kecamatan Depok dengan jumlah 9.246, kemudian Kecamatan Sleman dengan jumlah 8.228 dan disusul oleh Kecamatan Kalasan sejumlah 7.210 UMKM.






Tabel 2.2.2 Data Produk UMKM Sleman

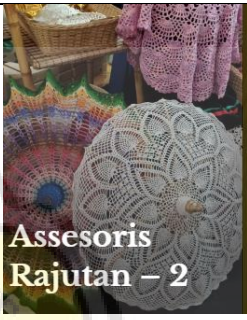
Bidang UMKM	Nama Usaha	Gambar
-------------	------------	--------

<p>Kuliner</p>	<p>Yustin's Kitchen- Roti Sisir</p>	 <p>Roti Sisir. Bludon...42</p>
	<p>CV Cariza Khansa Pratama – Olahan Pisang</p>	 <p>Banania HONEY Banania #DARI JERAM UNTUK KELOMPOK INDONESIA banania.jogja 08560007885</p>
	<p>Soes Snack Nikaniki- Soes Kering</p>	 <p>Nikaniki</p>
	<p>Malya Bhara Boga – Roti Gambang</p>	 <p>Roti Gambang...48 Malya Bhara Boga</p>
	<p>Barak Patndolu- Kurma Coklat dan ampyang kurma</p>	 <p>Olahan Kurma – 48</p>
	<p>Chooby – Pie Salak</p>	 <p>CHOOPY</p>




<p>Dapur Azalia – Serabi mertua dan Putu mayang</p>	
<p>Pawon Akio – Aneka sambal dan keripik</p>	
<p>Geprania- Keripik getuk aneka rasa</p>	
<p>Koperasi Syariah Wanita Amanah Umat – Aneka Keripik</p>	
<p>Hanif Snack – Sistik aneka rasa</p>	

	<p>BMT Citra Buana Syariah – Pempek Frozen</p>	 <p>KSPPS BMT Citra Buana Syariah –</p>
	<p>Warunge Viewie – Kroket macaroni schotel</p>	 <p>Kroket_Macaroni_Schotel – 40 Warunge Viewie</p>
	<p>Koprasi Kebun Makmur – Serbuk Kopi Merapi</p>	
	<p>Chos Food – Minuman lidah buaya</p>	 <p>Minuman Lidah Buaya – 39</p>
	<p>Jahe Bu Heri – Minuman serbuk jahe dan secang</p>	 <p>Minuman Serbuk – 46</p>
	<p>Sarijoku – Sirup Parijoto</p>	 <p>Sirup Parijoto – 36</p>

	<p>Pawon Masdana – Kentang mustofa</p>	 <p>Kentang Mustofa Dana – 38</p>
	<p>Abon Ayam Ibu Peri- Abon ayam</p>	 <p>Abon Ayam Rasa – 45</p>
	<p>Sarisa Merapi – Manisan salak, dodol salak, sarisalak, teh telang</p>	
	<p>Dapur Sip – Aneka olahan ikan</p>	
	<p>Kafayari – Kue kering eggroll</p>	

<p>Kerajinan</p>	<p>Kopma UGM- Gantungan Kunci</p>	
	<p>Omah Rendo – Assesoris rajutan</p>	
	<p>UD Berkat Anugrah – Tas Kulit</p>	
	<p>Elshanza Accessories – Kalung batik</p>	
	<p>Hizza Batik – Masker, hem ecoprin, outer ecoprin, totebag, tas kulit</p>	





	Multi Kreatif – baju&kain batik, baju,kain,tas ecoprint	 Aneka Batik – 4
Fashion	Batique Batik – Kain, baju, masker batik	 Batique Batique Batique
	Kopma UPN- Kaos	 Kopma UPN – 19
	Sentanu Batik – Batik jumputan warna alami	 Batik Jumputan – 6
	Tihal Fashion – Pakaian pria dan wanita	 Pakaian Pria & Wanita – 14





	Hastamy – Baju batik cap kombinasi tenun lurik	 <p>Baju Batik Cap – 9</p>
	Nuaris Colleccion – Batik ecoprint, mukena ecoprint	 <p>Batik, Ecoprint – 11</p>
	Multi Kreatif – baju&kain batik, baju,kain,tas ecoprint	 <p>Aneka Batik – 4</p>


2.2.3 UMKM Kabupaten Sukoharjo

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Sukoharjo. Data UMKM Kabupaten Sukoharjo tahun 2018/2019 mencapai angka 20.580 yang terbagi atas Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Data tersebut adalah data akumulasi dari 12 Kecamatan di Kabupaten Sukoharjo. Jumlah UMKM terbanyak terdapat pada Kecamatan Gatak dengan jumlah 2.734, kemudian Kecamatan Mojolaban dengan jumlah 2.377 dan disusul oleh Kecamatan Sukoharjo sejumlah 2.209 UMKM.

Tabel 2.2.3 Data Produk UMKM Sukoharjo

Kuliner		
	Keripik Pak Sudilam – Aneka keripik	
	Jawara Chips – Jamur & kulit krispi	
	Rengginang Berkah – Rengginang merekah	
	Dapur Maudy F & B – Keripik Pisang	
	Zaddam – Keripik Singkong & Telur asin	
	Bandeng Patera – Olahan bandeng, kepala ikan mangut dan ikan manyung	
Rinuk - Macaroni goreng aneka rasa		
Berkah Snack – Jamur krispi dan ubi oven		

	<p>Yuni – Egg Roll</p> <p>Bu Jasmin – Kacang bawang & Klengkem Kentang</p> <p>Nofara – Kripik usus dan pare</p> <p>3 Putri – Wedang Uwuh</p>	
<p>Kerajinan</p>	<p>Caroline homedecor – Aneka homedecor</p>	
	<p>Mad woodltd – Kacamata kayu</p>	
	<p>Guruh Sabdo Nugroho – Gitar batik</p>	







	Suryo Art – Kerajinan khas jawa, wayang	
--	---	---

2.2.4 UMKM Kabupaten Boyolali

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali jumlah UMKM mencapai angka 70.570 yang terbagi atas Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Data tersebut adalah data akumulasi dari 22 Kecamatan di Kabupaten Boyolali. Jumlah UMKM terbanyak terdapat pada Kecamatan Andong dengan jumlah 6.472, kemudian Kecamatan Cepogo dengan jumlah 5.354 dan disusul oleh Kecamatan Boyolali sejumlah 4.628 UMKM.

Tabel 2.2.4 Data Produk UMKM Boyolali

Kuliner	UMKM Kodim Boyolali – Kopi biji salak, jamu tradisional	
	Abon Sapi asal Ampel Boyolali	
	Dendeng Sapi asal Ampel Boyolali	

	<p>Yoghurt kemasan cup dan kemasan plastik</p>	
	<p>Keju</p>	
	<p>Dodol Susu</p>	
	<p>Kelompok Maju Tani, Cepogo Boyolali – Bawang goreng</p>	
<p>Kerajinan</p>	<p>Istanakaleng.ku – Kaleng Lukis</p>	
	<p>Kerajinan Tembaga asal Tumang, Cepogo Boyolali</p>	

		
	Kerajinan Kayu asal Mojosongo Boyolali	
	Nuanza Porcelen Ampel Boyolali – Trophy keramik, mosaic keramik, figurin, tableware	
	Makarti – Keripik jamur	

2.3 Gambaran Umum Jenis UMKM

2.3.1 UMKM Kriya

Secara umum seni kriya merupakan cabang seni rupa yang menghasilkan suatu kerajinan yang memiliki nilai seni yang membutuhkan keahlian tangan yang tinggi. Kata kriya berasal dari kata “*krya*” yang dalam bahasa sansekerta memiliki makna “mengerjakan”. Dari kata tersebut perkembangan zaman maka kata “*krya*” berubah menjadi kaa karya, kriya, dan kerja yang memiliki arti sebuah kegiatan kreatif yang menghasilkan suatu benda atau objek. Selain pengertian tersebut terdapa pula pengertian Kriya menurut para ahli, berikut pengertian kriya menurut para ahli :

1. Timbul Haryono (2002)

Menurut Timbul Haryono Seni kriya merupakan sebuah cabang seni yang dalam proses mengerjakannya membutuhkan penekanan ketrampilan tangan yang tinggi dengan hasil benda yang bernilai seni tinggi.

2. Gustami

Kriya merupakan suatu karya seni yang dapat menghasilkan benda unik dengan karakteristik yang terkandung dalam karya seni adalah nilai-nilai estetik, simbolik, filosofis, dan fungsional. (Gustami, 1992 : 71)

3. Soedarso Sp (2000)

Menurut Soedarso Sp, Seni kriya merupakan perkataan kria yang memang belum lama dipakai di Indonesia, kata kriya sendiri berasal dari bahasa Sansekerta dalam kamus Wojowasito memiliki arti sebagai sebuah; pekerjaan, perbuatan sedangkan dari kamus Winter memiliki arti sebagai “damel” yaitu membuat .

Seiring berkembangnya zaman, hasil karya seni kriya dari masa demi masa memiliki konsep yang selalu berkembang. Dimulai dari kriya zaman klasik yang lebih menekankan hasil karya seni yang memiliki nilai-nilai spiritual, religious, serta magis. Seperti contoh hasil seni kriya pada zaman klasik adalah; Keris dan senjata hias lain, perhiasan emas dan perak, ukir-ukiran kayu, topeng (sebagai hiasan maupun benda pakai untuk upacara, wayang. Kemudian berkembang lagi di zaman Madya (Islam) pada masa ini hasil karya seni lebih menerapkan nilai-nilai guna dengan perlahan meninggalkan nilai-nilai magis, namun tetap mengagungkan nilai-nilai tradisi. Tidak berhenti di zaman madya saja, perkembangan seni kriya berlanjut pada zaman modern (kolonial) dimana pada era ini nilai dari hasil karya seni sudah semakin bergeser yaitu sebagai benda yang dipakai sehari-hari. Namun sayangnya nilai artistiknya semakin ditinggalkan karena pengaruh budaya luar. Hingga pada masa sekarang (konemporer) seni kriya kembali diapresiasi sebagaimana mesinya dan tidak dibeda-bedakan seperti dulu. Nilai yang diagungkan adalah nilai tradisi dan ketrampilannya sehingga seni kriya dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas daerah tertentu.

Sebagai sebuah karya seni yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas suatu daerah tentu benda hasil karya kriya tersebut memiliki fungsi atau guna sebagai; Benda hias yang diutamakan dalam hasil karyanya adalah keindahan; Benda Pakai yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga nilai yang diutamakan adalah kenyamanan dan keefektifitasan benda tersebut namun tidak meninggalkan nilai estetis dan kekhasan produk; Mainan yang diciptakan harus mampu berinteraksi dengan penggunaannya; Benda Seni Eksperimental hasil dari seni dapat dijadikan sebagai karya seni

eksperimental seperti pohon yang di beri hiasan hasil produk kriya. Untuk menghasilkan sebuah karya seni kriya yang bernilai tinggi, terdapat bahan dan teknik yang dapat digunakan. Berikut adalah jenis seni kriya berdasarkan bahan dan teknik penggunaannya:

1. Jenis kriya berdasarkan bahan yang digunakan

- Kriya Kayu : topeng,mebel,ukiran pintu
- Kriya Keramik : guci,piring,vas bunga, gelas
- Kriya Logam : perhiasan, patung,miniatur,peralatan makan
- Kriya Tekstil : kain batik, kain tenun, songket
- Kriya Kulit : dompet, sepatu, gesper, wayang
- Kriya Bahan Khas : kulit telur, pecahan kaca, kain perca

2. Jenis kriya berdasarkan teknik pembuatannya

- Kriya Ukir/pahat :teknik dengan mencungkil menggunakan alat pada media kayu dan batu.
- Kriya Anyam :teknik memilah lembaran saling menyilang dengan material yang lentur seperti rotan, serutan bambu, plastic,daun pandan,janur.
- Kriya Tenun :teknik tradisional dengan menyilangkan dua jajaran benang.
- Kriya Batik :teknik menggambar pada sebuah kain dengan menggunakan lilin.
- Kriya Rajut :teknik membuat kain dari benang rajut dengan menyilangkan sehelai benang.

2.3.2 UMKM Fashion

Secara Umum definisi Fashion merupakan gaya berbusana atau berpakaian yang digunakan sehari-hari oleh seseorang. Kata fashion sendiri berasal dari bahasa *inggris* yang artinya adalah mode,model,cara,gaya atau kebiasaan. Perkembangan sektor fashion dari tahun ketahun akan menghasilkan produk fashion yang selalu berubah atau berbeda. Fashion di tahun 2000an sangat berbeda dengan era sebelumnya. Era 2000an adalah era milenial yang dalam menciptakan produk fashion dibebaskan untuk berekspresi sesuai dengan keinginannya . Seperti pencipta dapat mencampurkan mode di era sebelumnya ke masa era yang sekarang hingga menghasilkan produk fashion yang bernilai tinggi.

Dalam indusri fashion, Indonesia memiliki banyak keanekaragaman budaya, seperti halnya Indonesia memiliki tekstil tradisional yang memiliki makna simbolis, nilai

estetik serta fungsi sosial. Eksil tradisional bukan hanya benda pakai yang memiliki nilai estetika saja namun memiliki dimensi spiritual dan dimensi translingual yang menunjukkan tingkat kebudayaan bangsa Indonesia yang sudah sangat tinggi (Widagdo, 1997 : 2).

Seiring berkembangnya zaman, tekstil tradisional mengalami perubahan-perubahan akibat faktor dari teknologi, lingkungan alam, serta ilmu pengeahuan yang semakin maju. Hal tersebut akibat dorongan dari permintaan pasar yang dalam perkembangan produk fashion cukup dinamis dan cepat karena bergantung pada tren yang terjadi disetiap tahunnya atau bahkan bisa lebih cepat. Berikut adalah contoh hasil karya fashion dapat berupa:

1. Kain Tenun
2. Kain Batik Tulis/cap
3. Kain Ecoprint
4. Pakaian

2.3.3 UMKM Kuliner

Indusri kuliner merupakan sebuah kegiatan mengolah makanan dengan keahlian dan peralatan dengan tujuan untuk mencapai kegiatan ekonomi. Kuliner tidak terlepas dari kehidupan manusia, karena makanan merupakan sumber utama energy yang harus terpenuhi bagi tubuh manusia. Indonesia sendiri merupakan Negara yang memiliki warisan kuliner yang memiliki kekhasannya masing-masing mulai dari bahan yang digunakan, tekstur, warna hingga rasa.

Bisnis kuliner saat ini di Indonesia cukup menjamur akibat kebutuhan ekonomi yang tinggi pula. Selain itu makanan merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Secara umum pengertian kuliner adalah berkaitan erat dengan teknik memasak dan mencicipi suatu olahan makanan yang dalam menciptakannya melibatkan berbagai aspek mulai dari mempersiapkan bahan makanan, pengolahan, memasak hingga penyajian. Berikut adalah beberapa tujuan dari kuliner :

1. Mengamplikasikan resep makanan
2. Mengetahui warisan kuliner
3. Manfaat ekonomi

Dalam menciptakan kuliner yang diminati oleh seorang konsumen, maka harus memperhatikan proses yang melibatkan berbagai aspek sebagai berikut :

1. Harus memiliki pengetahuan mengenai bagaimana mengolah makanan yang lezat, bergizi yang layak untuk disajikan kepada konsumen.
2. Memiliki ketrampilan memasak mulai dari melihat, membaca, hingga mempraktikkan ketrampilan tersebut.
3. Memiliki pemahaman mengenai proses memasak seperti pengelolaan bahan makanan serta mengetahui mengenai sifat, keadaan, asal hingga manfaat dari bahan tersebut.
4. Memiliki ketrampilan dalam menyajikan makanan yang layak untuk disajikan kepada konsumen.

Dalam perkembangannya bisnis kuliner saat ini sudah dikemas lebih modern. Sifat konsumtif masyarakat yang tidak menentu menjadi faktor pelaku usaha lebih berinovasi dalam menciptakan produk kuliner. Jenis makanan yang dikemas dalam bentuk frozen ataupun dikeringkan cukup banyak di Indonesia. Tujuannya adalah agar menciptakan jenis makanan yang lebih praktis dalam penyajiannya oleh konsumen sendiri, selain itu agar produksi makanan lebih cepat dan produk memiliki ketahanan yang lebih lama. Berikut adalah beberapa jenis produk kuliner:

1. Olahan berbagai keripik
2. Olahan berbagai Frozen Food
3. Olahan kue kering maupun basah
4. Olahan Serbuk minuman herbal
5. Olahan Minuman siap saji dsb.

2.4 Gambaran Umum Kantor Lembaga Pengembangan UMKM

Lembaga pengembangan UMKM yang berada dalam pemerintahan daerah dilampirkan sebagai bukti bahwa fasilitas-fasilitas pengembangan UMKM pada tiap daerah belum melayani secara maksimal. Oleh sebab itu lembaga terlampir menjadi lembaga yang bekerja sama dengan Pusat Pemasaran, Pelatihan, dan Pelayanan UMKM di Kabupaten Klaten guna memaksimalkan fungsi Pemerintah dalam mengembangkan dan mendukung pelaku UMKM.

Tabel 2.4 Kantor lembaga pengembangan UMKM

Kabupaten	Nama Lembaga	Alamat	Fasilitas
Klaten	DKUKMP	Jl. Pemuda No.220, Pondok,Klaten, Klaten Tengah	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan UMKM • Pemasaran Produk UMKM
Gunung Kidul	FORKOM UMKM Gunung Kidul	Jl. Gereja No.2 Purbosari Wonosari Gunungkidul	<ul style="list-style-type: none"> • Legalitas Usaha • Situs Social Media Forkom UMKM • Market UMKM • Branding Product
Boyolali	Kantor Badan Penanaman Modal & Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMP2T) Dinas Ketahanan Pangan (DKP) Boyolali melalui Lokal Mart	Jl.Merdeka Barat, Kemiri , Mojosongo,Boyolali Kelurahan Pulisen, Kecamatan Boyolali	<ul style="list-style-type: none"> • Surat izin Usaha Industri • Pelatihan UMKM • Pemasaran produk lokal Boyolali
Sukoharjo	DKUKMP melalui UMKMSkh Mal Pelayanan Publik (MPP)	Jl. Rajawali No 7, Mojoegalan, Joho, Kec. Sukoharjo, Kab. Sukoharjo	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran produk UMKM • Pelayanan Publik

2.5 Gambaran Umum Lokasi

Kabupaten Klaten merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah yang ber Ibu Kota di Kota Klaten. Kabupaten sendiri terdiri dari 26 kecamatan, 391 desa dan 10 kelurahan dengan jumlah penduduk di tahun 2019 sebanyak 1.174.986 jiwa yang mayoritas penduduknya adalah etnis jawa. Kabupaten Klaten adalah bagian dari Subosukawonosatren dengan arah pengembangan adalah sektor pertanian, industri dan

pariwisata. Kabupaten Klaten adalah Kabupaten yang dilalui oleh jalur lintas Nasional yaitu Yogyakarta – Solo. Secara administrasi, berdasarkan blok sensus kecamatan pada tahun 2010, Kabupaten memiliki luas wilayah sebesar 65.556 Ha yang terbagi atas 26 Kecamatan, 401 Desa/Kelurahan. Berikut adalah data luas wilayah per kecamatan:

Kecamatan / Sub District	Desa / Village	Kalurahan	Dukuh	BS Biasa / Cencus Block	BS Khusus / Cencus Block	Luas Wilayah (Km2) / Area (Km2)	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
J1 Prambanan	16	-	183	147	-	24,43	
02 Gantiwarno	16	-	149	122	-	25,64	
03 Wedi	19	-	178	164	-	24,38	
04 Bayat	18	-	228	174	-	39,43	
05 Cawas	20	-	238	189	-	34,47	
06 Trucuk	18	-	171	239	-	33,81	
07 Kalikotes	7	-	99	99	-	12,98	
08 Kebonarum	7	-	65	61	-	9,67	
09 Jogonalan	18	-	202	160	-	26,70	
10 Manisrenggo	16	-	252	113	-	26,96	
11 Karangnongko	14	-	35	97	-	26,74	
12 Ngawen	13	-	124	121	-	16,97	
13 Ceper	18	-	42	184	-	24,45	
14 Pedan	14	-	151	143	-	19,17	
15 Karangdowo	19	-	161	135	-	29,23	
16 Juwiring	19	-	208	182	-	29,79	
17 Wonosari	18	-	149	175	-	31,14	
18 Delanggu	16	-	37	130	-	18,78	
19 Polanharjo	18	-	44	125	-	23,84	
20 Karanganom	19	-	48	141	-	24,06	
21 Tulung	18	-	185	141	-	32,00	
22 Jatinom	17	1	207	157	-	35,53	
23 Kemalang	13	-	214	105	-	51,66	
24 Klaten Selatan	11	1	112	117	1	14,43	
25 Klaten Tengah	3	6	97	117	1	8,92	
26 Klaten Utara	6	2	124	120	-	10,38	
Jumlah / Total	2010	391	10	3.703	3.658	2	655,56
	2009	391	10	3.703	3.658	2	655,56
	2008	391	10	3.703	3.192	5	655,56
	2007	391	10	3.703	3.192	5	655,56
	2006	391	10	3.703	3.192	5	655,56

2.5.1 Pemilihan Lokasi

Dalam penetapan lokasi Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM dipilih lokasi atas dasar pertimbangan sebagai berikut :

1. Lokasi yang diambil adalah di Kabupaten Klaten Kecamatan Prambanan yang merupakan kawasan wisata purbakala yang masih eksis sampai sekarang. Sehingga potensi pemasaran produk UMKM cukup besar karena faktor wisatawan yang berkunjung yang cukup tinggi.
2. Candi Prambanan dan kecamatan prambanan dapat menjadi magnet pengembangan produk UMKM untuk layanan pelatihan dengan kekhasannya.

3. Dalam Perda Kabupaten Klaten Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Klaten Tahun 2021-2041, Kecamatan Prambanan termasuk kedalam Kawasan Strategis Kabupaten pada Bab VI Bagian Kedua (1) Kawasan Strategis dari Ekonomi,
4. Sektor Industri perdagangan dan Sektor wisata sangat berkaitan dan saling menguntungkan, sehingga lokasi wisata cocok untuk didirikan bangunan Pusat UMKM.
5. Lokasi merupakan jalur lintas nasional Yogyakarta – Solo yang merupakan jalur kepulangan dan kepergian wisatawan.

Lokasi yang diambil dalam perencanaan Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM adalah di Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten dan masih berada dalam satu wilayah dengan Candi Prambanan. Diambil lokasi tersebut karena potensi pengembangan UMKM cukup besar dimana lokasi merupakan kawasan wisata. Sektor wisata sangat berpengaruh pada sektor industri perdagangan. Kabupaten Klaten memiliki banyak potensi baik sumber daya alam dan sumber daya lainnya. Potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai tujuan industri, pertanian, perikanan dan juga wisata. Kabupaten Klaten terletak diantara Kota Surakarta dan juga Provinsi Yogyakarta sehingga sangat strategis karena menjadi jalur pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan DIY.

2.5.2 Peraturan Daerah Kabupaten Klaten

Dalam pemilihan lokasi perencanaan perancangan Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM di Kawasan Candi Prambanan diperlukan adanya peninjauan tentang regulasi yang diatur untuk Kabupaten Klaten. Seperti yang telah di atur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 10 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Klaten Tahun 2021-2041. Peraturan tersebut menjadi landasan regulasi dalam perencanaan bangunan di wilayah tersebut.

Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM di kawasan Candi Prambanan dapat dikategorikan dalam sektor industri karena bergerak dalam bidang ekonomi dan jasa. Kecamatan Prambanan dipilih karena memiliki peraturan karakteristik bangunan yang sesuai dengan Perencanaan Perancangan Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM. Pada Bab III, bagian kesatu tentang Tujuan Penataan Ruang Wilayah Kabupaten Pasal 3 “Penataan Ruang Wilayah Kabupaten bertujuan mewujudkan Ruang Wilayah

Kabupaten yang aman, nyaman, produktif, dan berkelanjutan dengan pelaksanaan pembangunan yang berbasis pertanian, industri dan pariwisata. Kemudian pada bagian kedua tentang Kebijakan Penataan Ruang Wilayah Kabupaten, pasal 4 huruf c berbunyi “Pengembangan sistem jaringan prasarana Wilayah yang mendukung pertanian, industri, dan pariwisata yang terpadu dan merata di wilayah Kabupaten. Bagian ketiga tentang Strategi Penataan Ruang Wilayah Kabupaten pasal 6 ayat 3 huruf b “Meningkatkan kualitas kelembagaan” dan huruf c “Mengembangkan produk usaha pertanian, perikanan, kehutanan, industri dan pariwisata”. Pasal 6 ayat 5 huruf b berbunyi “Meningkatkan kapasitas pelaku usaha” dan huruf d berbunyi “Mengembangkan jenis produk bernilai tambah tinggi”.

Pada Bab VI Tentang Kawasan Strategi Kabupaten pasal 43, bagian kedua ayat (1) berbunyi “Kawasan Strategis dari Sudut Kepentingan Pertumbuhan Ekonomi Pasal 44 Kawasan strategis dari sudut kepentingan pertumbuhan ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (1) meliputi : huruf b “Kawasan Perkotaan Prambanan”. Ayat (3) “Arah pengembangan Kawasan strategis dari sudut kepentingan pertumbuhan ekonomi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) meliputi : huruf b “arah pengembangan Kawasan Perkotaan Prambanan adalah pengembangan pariwisata, perdagangan dan jasa, permukiman, dan industri”.

2.5.3 Topografi

a. Kondisi Topografi

Kondisi topografi Kabupaten Klaten diapi oleh Pegunungan Seribu dan Gunung Merapi yang memiliki ketinggian 76 – 1.0 mdpl (diatas permukaan laut). Pembagian ketinggian wilayah Kabupaten Klaten terbagi atas wilayah yang memiliki ketinggian 100 m diatas permukaan laut (dpl) yang meliputi kecamatan Juwiring, Karangdowo, dan Cawas. Wilayah yang memiliki ketinggian 100-200 m dpl meliputi wilayah kecamatan Prambanan, Gantiwarno, Jogonalan, Bayat, Wedi, Trucuk, Kalikotes, Klaten (Utara, Selatan, Tengah), Kebonarum bagian Selatan, Ngawen bagian Selatan dan Timur, Pedan, Ceper, Wonosari bagian Barat, Juwiring bagian Barat. Kemudian wilayah dengan ketinggian 200-400 m dpl adalah Kecamatan Manisrenggo, Karangnongko, Jatinom, Jogonalan Utara, Kebonarum Utara, Karangnom Barat, Tulung, Polanharjo Barat, Ngawen Utara. Wilayah yang

memiliki ketinggian 400 – 1000 m dpl meliputi Kecamatan Manisrenggo, Jatinom, Kemalang, dan juga Tulung. Dan yang memiliki ketinggian 1000 – 2000 m dpl hanya pada Kecamatan Kemalang.

b. Kondisi Geologi

Berdasarkan data geologi Kabupaten Klaten memiliki jenis tanah yang terbagi atas 5 macam yaitu; Litosol, Regosol Kelabu, Grumusol Kelabu Tua, Kompleks Regosol Kelabu dan Kelabu Tua, Regosol Coklat Kekelabuan. Dari kelima macam jenis tanah tersebut terbagi atas beberapa kecamatan. Jenis tanah litosol adalah jenis tanah bahan induk dari batu tulis dan terdapa di Kecamatan Bayat. Jenis tanah Regosol Kelabu merupakan bahan induk abu dan pasir vulkanik yang terdapat di Kecamatan Cawas, Trucuk, Klaten Tengah, Kalikotes, Kebonarum, Klaten Selatan, Karangnongko, Ngawen, Klaten Utara, Ceper, Pedan, Karangdowo, Juwiring, Wonosari, Delanggu, Polanharjo, Karangnom, Tulung dan Jatinom. Jenis Tanah Grumusol Kelabu Tua adalah bahan berupa abu dan pasir vulkan interme-dier yang terdapat di Kecamatan Bayat dan Cawas sebelah selatan. Kompleks Regosol Kelabu dan Kelabu Tua merupakan batu apurnapal yang terdapat pada Kecamatan Klaten Tengah dan Kalikotes sebelah selatan. Dan yang terakhir adalah Regosol Coklat Kekelabuan yang berupa abu dan pasir vulkan intermedier yang ada di Kecamatan Kemalang, Manisrenggo, Prambanan, Jogonalan, Ganiwarno dan Wedi.

2.5.4 Geografis

Secara geografis Kabupaen Klaten berada di antara 110°30'-110°45' Bujur Timur dan 7°30'-7°45' Lintang Selatan. Kabupaten Klaten memiliki luas wilayah sebesar 655.56 km². Terbagi atas dataran lereng gunung merapi di sebelah utara, dataran rendah di sebelah timur mrmmbujut, dan dataran gunung kapur di sebelah selatan. Kabupaten Klaten terbagi atas 26 kecamatan yang terbagi lagi menjadi 391 desa dan 10 kelurahan yang ibukotaya derada di Kota Klaten. Berikut adalah kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Klaten :

- a. Sebelah Timur : Kabupaten Sukoharjo
- b. Sebelah Selatan : Kabupaen Gunung Kidul (DIY)
- c. Sebelah Barat : Kabupaten Sleman (DIY)

Kabupaten Magelang

d. Sebelah Utara

: Kabupaten Boyolali

Berdasarkan Badan Statistik, data 2019 Kabupaten Klaten memiliki luas wilayah 655,56 km². Keadaan wilayah kabupaten klaten terbagi atas 3 dataran yaitu:

1. Dataran lereng gunung merapi, yang termasuk berada di dataran lereng gunung merapi adalah sebagian kecil sebelah uawa kecamatan Kemalang, Karangnongko, Jatinom, dan Tulung yang merupakan wilayah bagian Utara Kabupaten Klaten.
2. Dataran rendah meliputi seluruh wilayah Kabupaten Klaten, tetapi ada sedikit wilayah merupakan dataran gunung merapi dan gunung kapur.
3. Dataran gunung kapur yang meliputi sebagian kecil bagian selatan kecamatan Bayat dan Cawas.

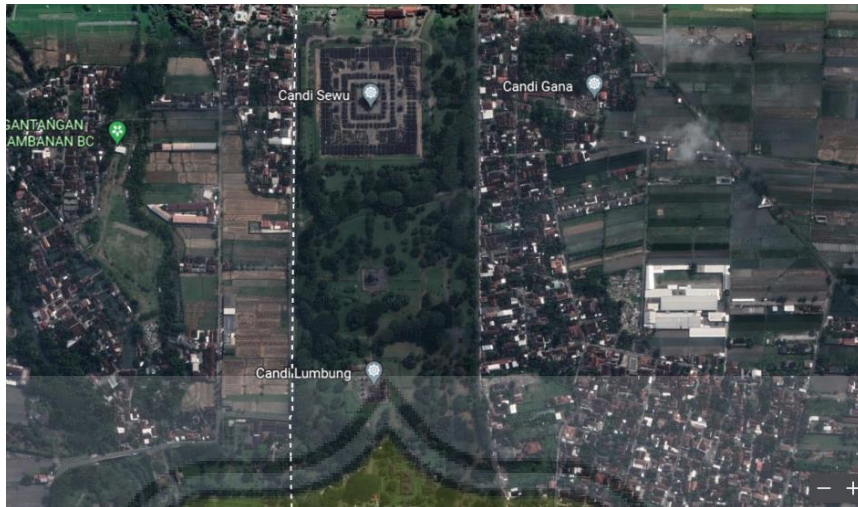
Pada kasus perencanaan perancangan Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM, dipilihlah Kecamatan Prambanan yang memiliki luas wilayah 24,43 km² dalam data statistik 2019.

2.5.5 Karakteristik Iklim

Iklim yang terjadi di Kabupaten Klaten adalah iklim tropis dimana dalam setiap tahun selalu terjadi pergantian antara musim hujan dan musim kemarau.. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari dengan curah hujan (350mm) sedangkan curah hujan terendah terjadi pada bulan Juli dengan curah hujan (8mm). Kecepatan angin disetiap bulannya rata-rata 153 mm dan temperature udara rata-rata 28-30°C.

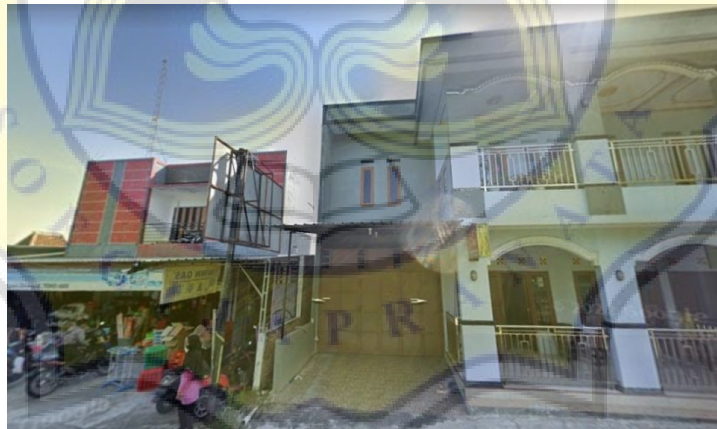
2.5.6 Karakteristik Lingkungan

Pada kasus perencanaan Perancangan Pusat Pemasaran, Pelatihan dan Pelayanan UMKM dipilih di Kecamatan Prambanan yang memiliki potensi cukup besar. Lokasi yang diambil berada di wilayah dekat dengan kawasan wisata Candi Prambanan. Karakteristik lingkungan lokasi yang mungkin akan dipilih adalah area sawah yang tidak produktif atau tidak dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Karakteristik lingkungan tapak dapat dilihat pada gambar 2.5.6.



Gambar 2.5.6 – 1 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com

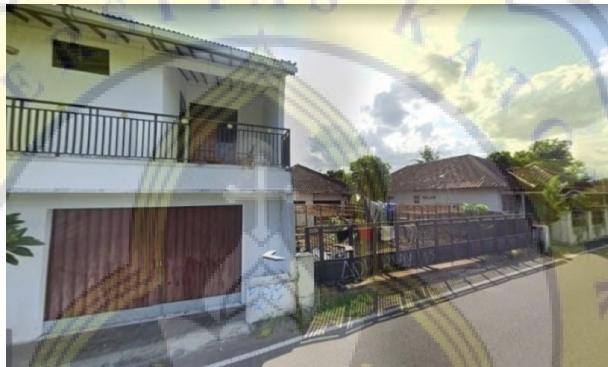
Karakter lingkungan sekitar didominasi oleh lingkungan permukiman. Permukiman yang terbentuk adalah permukiman tempat tinggal dengan ciri-ciri bangunan semi permanen satu-dua lantai. Unsur modern sudah banyak diterapkan pada karakteristik bangunan sekitar.



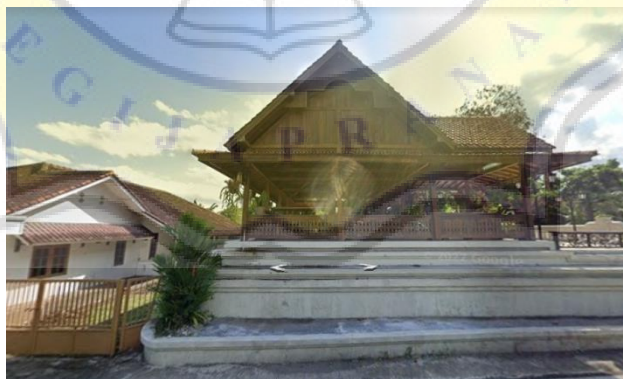
Gambar 2.5.6 – 2 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



Gambar 2.5.6 – 3 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



Gambar 2.5.6 –4 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



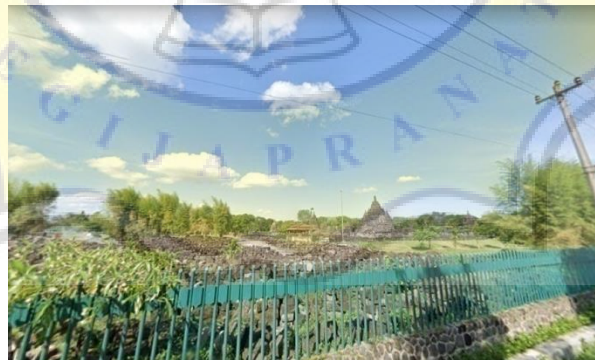
Gambar 2.5.6 – 5 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



Gambar 2.5.6 – 6 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



Gambar 2.5.6 – 7 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com



Gambar 2.5.6 – 8 Karakteristik bangunan
Sumber Googleearth.com

2.6 Studi Preseden

A. Gedung Smesco Indonesia Company

Smesco Indonesia Company memiliki kepanjangan Small and Medium Enterprises and Cooperatives atau dapat disebut KUMKM (Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah). Berdiri di tahun 2007 dan resmi dibuka pada April 2009 dengan visi untuk menjadi ikon pemberdayaan dan ikon industri kreatif yang mewadahi berbagai jenis kegiatan yang berhubungan dengan UMKM. Memasarkan produk-produk Koperasi dan UKM Indonesia adalah tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan ini. Berlokasi Jl. Jend. Gaot Soebroto Kav.94, Jakarta Smesco Indonesia merupakan Badan Layanan Umum di bawah Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. Dalam upaya mempromosikan produk-produk UMKM berikut fasilitas yang menjadi kegiatan didalam gedung :

- Menyediakan sarana dan fasilitas bagi UMKM
- Mempromosikan dan memasarkan produk-produk dari berbagai provinsi di Indonesia
- Mengadakan kegiatan pelatihan bagi pelaku UMKM
- Ruang-ruang yang terdapat didalam gedung dapat disewa sebagai area komersial seperti office, bank, atm, money changer, travel agent, mini market, dan restoran/kafe.

Dengan tugas pokok dan Fungsi Smesco sebagai berikut :

- Melaksanakan pelayanan informasi pasar
- Melaksanakan pelayanan sarana pemasaran produk UMKM Indonesia
- Melaksanakan pelayanan promosi produk UMKM dan mendistribusikan produk UMKM
- Melaksanakan pelayanan konsultasi pemasaran
- Melaksanakan pelayanan peningkatan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran
- Tugas lainnya yang diberikan oleh Kemenkop & UMKM

Main Building terdiri atas 17 lantai yang dikelola manajemen LLP_KUKM sebagian besar difungsikan sebagai area perkantoran. Kegiatan yang berkaitan dengan UKM berlangsung pada lanai ground sampai dengan lantai. Pada area tersebut digunakan untuk mendisplay produk unggulan UKM nasional dan propinsi. Untuk lebih jelasnya pembagian peruntukan lantai pada Main Building adalah sebagai berikut:

Tabel 2.6 – 1 Pembagian lantai sesuai fungsi pada main building

Lantai	Fungsi
--------	--------

Basement 1-2	Area Parkir
Lantai Dasar	Bank, Coffe Toffee, Telkom Smesco SME Center
Lantai 2	UKM Gallery
Lantai 3	UKM Propinsi
Lantai 4	Nareswara Function Hall, Bussiness Lounge, Business Center, Meeting Rooms
Lantai 5	Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (LLP- KUKM), Indonesia Creative Centre (ICC), Trading Board
Lantai 6	PT. Inspectorate (IOL Indonesia), PT. Mitra Mandiri Informatika, PT.Graha Rayhan Triputra
Lantai 7-9	Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP)
Lantai 11	Lembaga Pengelola Dana Bergulir KUKM (LPDB-KUKM)
Lantai 12	UKM Propinsi, PT. Human Power Indonesua
Lantai 14	PT. Bank Syariah Mega Indonesia
Lantai 15	UKM Propinsi
Lantai 16	PT. Infomedia Nusantara
Lantai 17	Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP)

Gallery UKM yang merupakan bagian dari Main Building menempatkan produk-produk UKM dari 34 propinsi di Indonesia yang ditempatkan pada lantai 3,11,12, dan 15. Berikut daftar lantai yang mengalokasikan ruang display untuk setiap propinsi:

Tabel 2.6 – 2 Daftar lantai yang mengalokasikan ruang display

Lantai	Propinsi
Lantai 3	Banten, Jabar,Jateng,Jatim, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, NTT
Lantai 11	Aceh, DI Yogyakarta,NTB,Lampung,Kepulauan Riau, Kaltim, Bali ,Sulawesi Barat, Maluku
Lantai 15	Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Papua, Kalimantan Tengah, Bengkulu, Sulawesi Tengah, Gorontalo,dan Jambi

Berikut adalah gambaran Gallery UKM Smesco Indonesia :



Gambar 2.6 – 1 Gallery Kerajinan

Sumber <https://www.eviindrawanto.com/2015/08/ukm-gallery-smesco-indonesia/>



Gambar 2.6 – 2 Gallery Batik Jatim

Sumber <https://www.eviindrawanto.com/2015/08/ukm-gallery-smesco-indonesia/>



Gambar 2.6 – 3 Gallery Fashion

Sumber <https://www.eviindrawanto.com/2015/08/ukm-gallery-smesco-indonesia/>



Gambar 2.6 – 4 Gallery Papua

Sumber <https://www.eviindrawanto.com/2015/08/ukm-gallery-smesco-indonesia/>



Gambar 2.6 – 5 Galerry Kuliner

Sumber <https://www.eviindrawanto.com/2015/08/ukm-gallery-smesco-indonesia/>

B. Gedung Sarinah Jakarta

Nama Gedung : **Gedung Sarinah Jakarta**

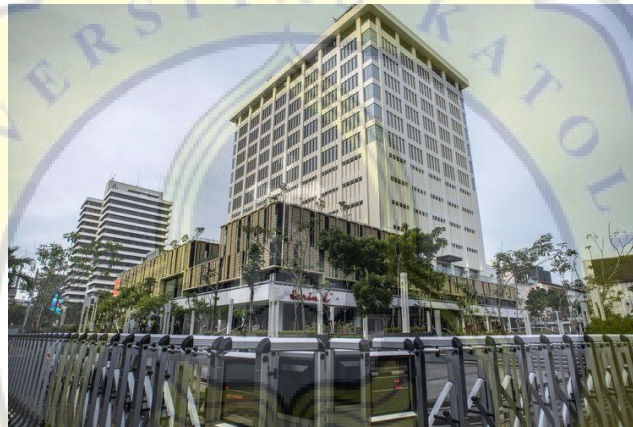
Lokasi : Jl. M.H. Thamrin No.11 Menteng Jakarta Pusat, Jakarta

Arsitek (I) : Ohbayashi Gumi

Arsitek (II) : Atelier 6

Arsitek (III) : Airmas Asri

Signifikasi : Sospol (prakarsa Soekarno dan dibangun atas dasar ideologi) Arsitektur (pusat perbelanjaan pertama di Indonesia guna mendukung pemasaran produk Indonesia)



Gambar 2.6 -6 Gedung Sarinah

Sumber [https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/21/14553611/kembali-beroperasi-
ini-sejarah-gedung-sarinah-di-jakarta?page=all](https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/21/14553611/kembali-beroperasi-ini-sejarah-gedung-sarinah-di-jakarta?page=all)

Pusat perbelanjaan pertama yang digagas oleh Presiden Soekarno didirikan pada tahun 1963 dan di resmikan pada tahun 1966. Rancangan pusat perbelanjaan ini dirancang oleh tim arsitek Parentjana Djaja dengan Ohbayashi Gumi dan dibangun oleh Adhi Karya. Tidak hanya sebagai pusat perbelanjaan namun didalamnya memuat kegiatan perkantoran. Secara administrasi gedung 14 lantai ini adalah milik BUMN Departemen Store Indonesia “Sarinah”. Dalam perencanaannya, oleh Presiden Soeharto Sarinah direncanakan sebagai pusat yang menyalurkan dan menjual produk hasil dalam negeri. Berikut adalah table susunan Sarinah Departemen Store tahun 1966 :

Tabel 2.6 – 3 Susunan produk fasilitas gedung sarinah

Basement	Supermarket, alat-alat rumah tangga dan dapur, kedai kopi
Lantai 1	Salon Kecantikan, kosmetik, perlengkapan rokok, aksesoris pria, alat elektronik, alat jahit, toko kacamata, toko jam, bank, loper koran dan kantin
Lantai 2	Garmen dan busana
Lantai 3	Alat tulis & kantor, buku, alat teknik, perlengkapan musik, perlengkapan olahraga, furniture, dan toko piringan hitam.

Setelah diresmikannya Gedung Sarinah pada tahun 1966, sempat terjadi insiden kebakaran pada tahun 1968 dan 1980 namun kebakaran tidak terlalu serius hanya di bagian lantai terbawah saja. Kemudian di tahun 1984 kembali mengalami kebakaran lagi yang menghancurkan seluruh ruang perkantoran di lantai 6 Gedung Sarinah. Setelah terjadinya beberapa kali insiden kebakaran yang cukup serius. Pada akhirnya Presiden Jokowi melalui Menteri BUMN Erick Thohir berencana untuk merevitalisasi Gedung Sarinah dengan mengembalikan Citra awal sebagai pusat perbelanjaan produk dalam negeri sesuai dengan gagasan Presiden Soekarno.

Revitalisasi Gedung Sarinah adalah upaya pemerintah dalam keinginan mengembalikan khittah Sarinah sebagai pusat UMKM seperti awal mula rencana pembangunan di masa pemerintah Presiden Soekarno. Konsep revitalisasi Gedung Sarinah adalah sebagai pusat perbelanjaan komunitas dan pusat pameran UMKM. Transformasi fasilitas yang ada di Gedung Sarinah adalah sebagai berikut:

Tabel 2.6 – 4 Fasilitas Gedung Sarinah

Basement 1-3	
Lantai 1	Lobi perkantoran, Museum Sarinah, toko seni kerajinan, pangan dan rumah makan
Lantai 2	Pertokoan
Lantai 3	Ruang Pameran, toko seni kerajinan dan pangan
Lantai 4	<i>Skydeck</i> , amfiteater
Lantai 5-8	Toko UMKM
Lantai 9-16	Kantor

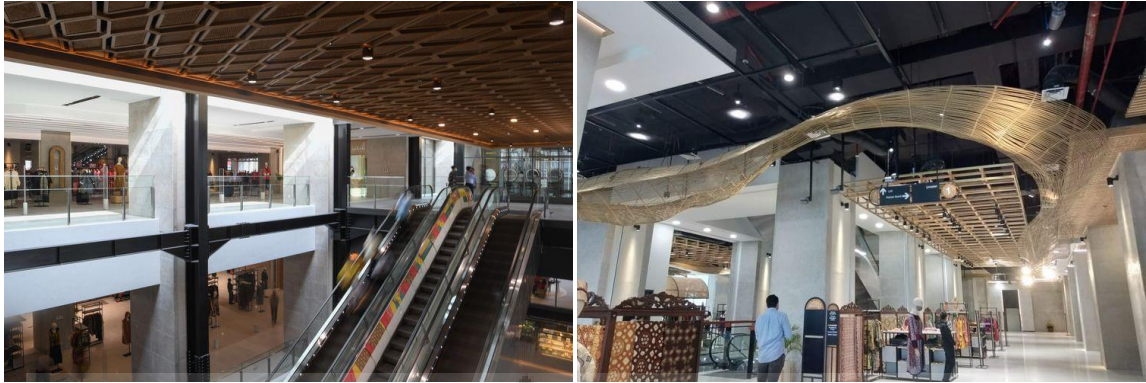


Gambar 2.6 – 7 Revitalisasi Gedung Sarinah

Sumber <https://money.kompas.com/read/2021/01/15/124918326/erick-thohir-mau-gedung-sarinah-pasca-renovasi-diresmikan-saat-hari-pahlawan?page=all>

Gedung sarinah telah beroperasi kembali pada Maret 2022, kembali difungsikannya gedung Sarinah dengan slogan “The Window of Indonesia” diharapkan mampu memberikan ruang kreatif bagi masyarakat dalam menunjukkan produk hasil karya dalam negeri. Gedung Sarinah yang direnovasi memiliki wajah baru dalam interiornya yang didominasi dengan wajah modern yang memiliki nuansa khas nusantara.

Pada lantai dasar menampung fasilitas toko batik, restoran, musem sarinah, relief besar yang mempresentasikan nelayan, petani dan juga peternak kerbau. Pada sisi kiri lanai 1 terdapat fasilitas toko makanan dan minuman serta retail yang menjual berbagai macam produk khas Indonesia. Sedangkan pada lantai 2 terdapat ruang pameran sebagai fasilitas memamerkan pakaian kain songket dan batik yang merupakan khas dari Indonesia serta terdapat ruang seni kerajinan dan restoran. Pada lantai 3 terdapat toko furniture, aksesoris hingga kerajinan khas Indonesia seperti wayang dan kerajinan rotan.



Gambar 2.6 – 8 Interior Gedung Sarinah

Sumber <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/22/10575031/melihat-wajah-baru-mal-sarinah-di-jakarta?page=all>

C. Gedung UMKM Center Jawa Tengah

Gedung UMKM Center berlokasi di Jalan Raya Semarang-Solo, Srandol, Banyumanik Kota Semarang. UMKM Center Jawa Tengah didirikan sebagai upaya pemasaran beragam produk hasil usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berkualitas. Lokasi gedung sangat strategis dan mudah dijangkau oleh transportasi umum. UMKM Center dibangun atas 3 lantai yang terdapat 25 tenan dengan luas 1.893m². UMKM Center didirikan dalam upaya memberikan kontribusi bagi Jawa Tengah. Sehingga UMKM Konvensional mampu go digital yang bukan hanya ada di pasar dan toko online namun dapat berinovasi.

Layanan usaha di UMKM Center diantaranya adalah:

1. Ruang pameran dan penjualan produk unggulan daerah,
2. Konsultasi bisnis bagi koperasi dan UMKM,
3. Pendampingan bisnis
4. Pelatihan bisnis dan teknis
5. Fasilitas akses pembiayaan
6. Penguatan kelembagaan
7. Kerja sama serta layanan pustaka

Didalam UMKM Center terdapat 2 fasilitas pusat pemasaran bagi produk unggulan daerah Jawa Tengah yaitu untuk produk jenis makanan dan minuman olahan dilaksanakan melalui Central Java Mart (CJ Mart) sedangkan untuk produk souvenir melalui Central

Java Craft (CJ Craft). Jumlah produk yang tercatat bergabung dengan CJ Mart sebanyak 142 produk, untuk souvenir sebanyak 33 produk.



Gambar 2.6 – 9 Gedung UMKM & Ruang Konsultasi

Sumber <https://www.tribunnews.com/travel/2015/06/13/umkm-center-jawa-tengah-tawarkan-seratusan-jenis-oleh-oleh>

Diantara gedung yang terbagi atas 2 gedung tersebut terdapat halaman yang digunakan sebagai tempat pengrajin meletakkan hasil karyanya berupa meja dan kursi yang dijual di UMKM Center. Pada lantai 3 terdapat terdapat aktivitas konsultasi bisnis baik dari konsulan bisnis UMKM maupun dari Koperasi. Layanan yang diberikan kepada pelaku adalah berupa pendampingan pembuatan dan pembaruan ijin usaha NIB, IUMK melalui OSS, serta pendampingan pemasaran produk secara online yaitu optimalisasi branding melalui media sosial.