

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian hari semakin pesat sangatlah berdampak terhadap sektor ekonomi di berbagai belahan dunia, tak terkecuali di negara berkembang seperti Indonesia. Dalam rencananya Indonesia juga mengembangkan ekonomi kreatif dan digital guna yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020 - 2024, dengan target pada tahun 2025 *creative core* seperti seni dan budaya Indonesia sebagai substansi dasar pengembangan produk kreatif dan digital diharapkan semakin kuat, serta infrastruktur dalam bentuk pusat pertumbuhan industri kreatif, inkubator, *science/technopark*, klaster kreatif, listrik dan jaringan pita lebar telah terbangun untuk mendukung pertumbuhan pelaku dan usaha kreatif dan digital (Bappenas, 2020).

Selain itu dengan transformasi digital di Indonesia (*smart cities*) atau lebih dikenal dengan *society 5.0* di Jepang yang juga menjadi salah satu rencana pembangunan nasional, dimana Indonesia berada pada posisi utama tren perkembangan ekonomi digital di Asia Tenggara yang diperkirakan tumbuh 3 kali lipat mencapai USD 240 miliar di tahun 2025 dengan 40 persen transaksi pasar ekonomi digital di Asia Tenggara berada di Indonesia dan pertumbuhan pengguna yang sangatlah signifikan sejak 2017 (Bappenas, 2020).



Gambar 1. 1 Perbandingan Pengguna Internet Dunia dan Indonesia Tahun 2017-2019  
Sumber : Bappenas, 2020

Sebagai pelaku industri ekonomi digital yang juga terpuuk akibat pandemi COVID-19, Indonesia membuktikan bahwa perkembangan industri ekonomi digital tidak dapat dibendung. Bahkan melalui *startup* yang mulai berkembang menjadi *unicorn* seperti Gojek, Traveloka dan OVO mampu menempatkan Indonesia kedalam posisi 45 Startup Global Rank dan posisi 10 top 10 *Startup Regional Rank Asia Pacific* pada tahun 2021 ini (StartupBlink, 2021).

Rank	Country	Number of Ranked Cities	Global Rank	Rank Change (from 2020)	Total Score 2021
1	China	40	7	+7	<b>15.128</b>
2	Australia	12	9	-2	<b>13.835</b>
3	Singapore	1	10	+6	<b>13.745</b>
4	South Korea	5	19	-	<b>8.888</b>
5	India	43	20	+3	<b>8.833</b>
6	Japan	8	21	-	<b>8.709</b>
7	Taiwan	6	26	+4	<b>6.946</b>
8	New Zealand	4	33	+14	<b>5.865</b>
9	Malaysia	5	40	+8	<b>4.411</b>
10	Indonesia	7	45	+9	<b>3.657</b>

Gambar 1. 2 Top 10 *Startup Country Rankings Asia-Pacific Region*  
 Sumber : StartupBlink, 2021

Dengan tranformasi digital dan perkembangan ekonomi digital atau *startup* di Indonesia yang kian hari makin positif ini memerlukan perhatian baik secara global di tingkat pemerintahan maupun di tingkat daerah. Salah satu daerah yang mempunyai perkembangan startup signifikan namun memiliki infrastuktur yang mendukung yakni Surabaya, kota yang masuk dalam posisi 4 kota dengan ekosistem startup terbaik di Indonesia dalam *Startup Ecosystem Ranking Report 2021* oleh StartupBlink.

Surabaya sebagai salah satu kota di Jawa yang menjadi klaster penguatan ekonomi kreatif dan ekonomi digital mempunyai potensi yang menjanjikan mulai dari kemudahan pengembangan transportasi perkotaan yang diintegrasikan dengan aspek tata guna lahan (*transit-oriented development*) melalui Suroboyo bus, infrastuktur jaringan internet yang memadai bahkan Surabaya sudah mendukung jaringan 5G hingga banyaknya perguruan tinggi bergengsi yang dapat menjadi stakeholder perkembangan ekonomi digital mengingat Surabaya juga menjadi salah satu daerah pelaksana Gerakan Nasional 1000 Startup Digital yang merupakan

program pembinaan perusahaan rintisan tingkat awal (*early-stage*) yang diprakasai oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dan Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (1000startupdigital.id, 2021).

Dalam pelaksanaannya program Gerakan Nasional 1000 Startup Digital ini bersifat *mentoring* dengan berbagai tahap, Namun berdasarkan studinya (Wirawan dan Junita, 2020). program yang bersifat *workshop mentoring* ini masih perlu diwadahi secara berkelanjutan sehingga dapat menghasilkan dan melahirkan berbagai inovasi di bidang teknologi digital. Terlebih dengan jumlah industri kreatif dan digital yang ada di Surabaya yang mencapai 142.438 unit usaha (BEKRAF, 2020) program mentoring ini akan menjadi incaran bagi pelaku usaha industri kreatif dan digital dalam pengembangan usahanya.

JUMLAH UNIT USAHA (per kota)

Kediri <b>14.939</b>	Blitar <b>8.738</b>	Malang <b>40.680</b>	Probolinggo <b>10.892</b>	Pasuruan <b>12.631</b>
Mojokerto <b>7.238</b>	Madiun <b>11.798</b>	Surabaya <b>142.438</b>	Batu <b>9.221</b>	

Gambar 1. 3 Jumlah Unit Usaha Perkota di Jawa Timur  
Sumber : BEKRAF, 2020

Berdasarkan potensi dan program penunjang yang ada, dapat dilihat bahwa Kota Surabaya memiliki potensi sebagai pusat ekonomi kreatif dan digital yang cukup tinggi. Namun pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat telah melampaui investasi di sektor energi, sehingga menyebabkan kekurangan, kesendatan, dan ketergantungan berlebihan pada sumber daya kotor yang tidak terbarukan (Global Green Growth Institute, 2017). Tak terkecuali ekonomi kreatif dan digital yang pastinya bergantung pada penggunaan teknologi informasi yang menjadikan semua produk semakin efisien, akurat dan lebih terjangkau. Namun segala teknologi memunculkan data yang terkoneksi dengan komputer. Berbagai kemajuan tersebut membuat usaha di bidang energi terjadi pergeseran – pergeseran (Elia, 2017).

Tak hanya di Indonesia di berbagai belahan dunia lain akibat digitalisasi juga membawa dampak pada emisi karbon, berdasarkan studi oleh Xiaoyan Li pada tahun 2021 ketika tingkat digitalisasi tinggi, jumlah *treatment* atau perbaikan CO<sub>2</sub>

yang diperlukan lebih besar daripada emisi CO<sub>2</sub>, karena perusahaan beraktivitas atau memproduksi barang pada tingkat yang stabil sehingga kemajuan teknologi harus mengarah pada ekonomi hijau. Terlebih semenjak rilisnya COVID-19 *economic stimulus plans* oleh IMF, hampir seluruh kekuatan ekonomi dunia mencantumkan dua kata kunci “*green*” dan “*digital*” sebagai arah dalam menentukan kebijakan utama (Li, Liu dan Ni, 2021).

Dengan adanya Surabaya Digital Hub yang berlandaskan dua kata kunci “*green*” dan “*digital*” ini diharapkan dapat memicu ide – ide generasi muda dalam pengembangan ekonomi kreatif dan digital yang dapat memberikan kontribusi bagi lingkungan sekitar khususnya wilayah Surabaya dan Jawa Timur. Dengan menyatukan *stakeholder* yang ada mulai dari akademisi, pelaku bisnis, komunitas, media, hingga pemerintah. Mewujudkan wadah bagi industri ekonomi kreatif dan digital bukanlah mimpi semata, mengingat Surabaya belum memiliki tempat berkreasi yang layak dan tidak terpusat sehingga dalam melakukan kegiatan cenderung terpisah – pisah.

## **1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan**

### **Tujuan**

1. Mengusulkan rancangan desain *Digital Hub* di Kota Surabaya sehingga membantu dalam proses pengembangan industri ekonomi kreatif dan digital di wilayah Surabaya dan sekitarnya.
2. Menjadi wadah bagi *stakeholder* yang ada dalam menjalankan program – program pengembangan industri ekonomi kreatif dan digital baik dari individu, kelompok, korporasi hingga pemerintah.
3. Merancang *Digital Hub* yang tidak hanya mampu mewadahi kegiatan bagi penggunanya namun juga dapat menjalankan kegiatannya secara mandiri melalui fungsi komersialnya.
4. Merancang *Digital Hub* yang mampu ikut andil dalam *treatment* dan perbaikan lingkungan sekitar akibat aktivitas digitalisasi.

## **Sasaran**

1. Menghadirkan *Digital Hub* yang dapat membangun ekosistem industri kreatif dan digital serta pusat informasi dan pengembangan industri kreatif dan digital di Jawa Timur khususnya kota Surabaya.
2. Menciptakan *Digital Hub* yang dapat mengakomodasi kebutuhan dan kreativitas pengguna dalam pengembangan diri sekaligus memotivasi dalam pengembangan ide – ide dibidang industri kreatif dan digital.
3. Menciptakan *Digital Hub* yang mempunyai fungsi komersial sehingga bangunan dapat aktif berkelanjutan secara mandiri.
4. Menciptakan *Digital Hub* yang telah memenuhi kaidah – kaidah perancangan berbasis lingkungan (*Green Building*).

### **1.3. Batasan dan Asumsi**

#### **Batasan**

Batasan perancangan “*Surabaya Digital Hub*” adalah sebagai berikut:

1. *Digital Hub* ditujukan sebagai fasilitas bagi pemenuhan kebutuhan akan ruang bekerja dan beraktivitas bagi pelaku usaha industri kreatif dan digital.
2. *Digital Hub* ditujukan untuk mewadahi kegiatan baik dalam lingkungan regional dan nasional dalam pengembangan industri ekonomi kreatif dan digital.
3. *Digital Hub* ditujukan sebagai pusat informasi dan tempat berinteraksi berbagai stakeholder industri ekonomi kreatif dan digital,
4. *Digital Hub* akan dibuat memenuhi kaidah *green building* terbatas pada tahap perencanaan
5. Lokasi yang mungkin dipakai adalah tapak yang berada di daerah komersil kota Surabaya.
6. Sesuai dengan Peraturan RDTRK Surabaya

#### **Asumsi**

Asumsi perancangan *Digital Hub* adalah sebagai berikut:

1. Kepemilikan proyek adalah milik pemerintah berdasarkan rencana pembangunan jangka menengah nasional 2020-2024.

2. Rancangan *Surabaya Digital Hub* akan menjadi rumah berkembangnya industri kreatif dan digital dengan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan teknologi informasi, sehingga faktor dampak terhadap lingkungan akan diperhatikan dalam perancangannya.
3. Daya tampung fasilitas diasumsikan dapat menampung hingga 400 pengguna untuk memenuhi kebutuhan yang diperkirakan mampu untuk digunakan hingga sepuluh tahun kedepan.
4. Jam operasional *Surabaya Digital Hub* adalah 12 jam sehari selama satu minggu penuh baik bagi pelaku industri kreatif dan digital maupun bagi pengunjung atau pengguna umum.

#### **1.4. Tahapan Perancangan**

Untuk merealisasikan gagasan tersebut menjadi sebuah rencana dan rancangan fisik yang tepat, maka penyusunannya dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu :

1. Interpretasi Judul : Menjelaskan secara singkat tentang judul yang telah disusun.
2. Pengumpulan Data : Mengumpulkan data yang dapat membantu proses perancangan baik berupa literatur, peraturan, data angka, dan lain-lainnya dari sumber primer maupun sekunder.
3. Menyusun Azas dan Metode Perancangan : Mengolah data dan literatur yang telah diperoleh menjadi sebuah kerangka proses perancangan.
4. Konsep dan Tema Perancangan : Menyusun gagasan utama menjadi benang merah untuk membantu proses perancangan agar tetap sesuai dengan jalur yang sudah ditentukan.
5. Gagasan Ide : Memunculkan ide-ide rancangan yang lebih spesifik sesuai konsep dan tema perancangan.
6. Pengembangan Rancangan : Mengembangkan gagasan ide menjadi rancangan pra-rancang sesuai dengan konsep dan tema yang sudah ditentukan sebelumnya.

7. Gambar Pra-Rancang : Mewujudkan desain pra-rancang dalam bentuk gambar seperti site plan, layout plan, denah, potongan, tampak, perspektif, dan utilitas.

### **1.5. Sistematika Laporan**

Sistematika penyusunan proposal desain ini disusun dalam beberapa bab dengan bahasannya masing-masing yaitu :

- BAB 1 : Pendahuluan berisi tahapan-tahapan mulai dari latar belakang judul, tujuan dan sasaran perancangan, batasan dan asumsi rancangan, dan tahapan perancangan beserta sistematika pembahasan.
- BAB 2 : Tinjauan Kajian Rancang berisi interpretasi judul, berbagai macam literatur yang mendukung rancangan, serta studi kasus serupa yang dapat dijadikan acuan.
- BAB 3 : Tinjauan lokasi perancangan berupa penjelasan dan pertimbangan dalam pemilihan lokasi yang terletak di Kota Surabaya
- BAB 4 : Analisa perancangan, merupakan analisa terhadap site, ruang, serta bentuk dan tampilan pada bangunan.
- BAB 5 : Konsep rancangan, berisi rumusan fakta, isu, dan goal, penentuan tema rancangan, metode rancangan yang meliputi tatanan massa, bentuk tampilan, ruang luar, ruang dalam, konsep struktur, utilitas, pencahayaan, penghawaan, akustik, dan lainnya.