

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jakarta merupakan kota metropolitan terbesar pertama di Indonesia yang memiliki tema *smart and resilient* sebagai kota pintar dan memiliki ketahanan (Zulfikar, 2021). Jakarta juga sebagai Ibu Kota Negara Republik Indonesia yang merupakan rumah dari 10.5 juta penduduk pada tahun 2020 sehingga faktor perekonomian DKI Jakarta sebagian besar berasal dari pusat perbelanjaan, manufaktur, konstruksi, transportasi, komunikasi informasi, jasa keuangan dan asuransi, serta ritel kelas menengah (Puspa, 2018). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Jakarta menguasai 16,95% perekonomian tertinggi di Indonesia pada tahun 2015 (Jefriando, 2017).

Pada bulan Maret tahun 2020 merupakan pertama kalinya Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) masuk ke dalam Indonesia dan mengalami lonjakan kasus pertama pada 9 Mei 2020 sejumlah 533 kasus dan pada tanggal 9 Juli 2020 sejumlah 1.043 kasus. Dalam mengatasi hal tersebut, pemerintah mengeluarkan perintah kepada masyarakat untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Alam, 2021). Hal tersebut membuat segala aktivitas yang dilakukan masyarakat dari segi industri, transportasi maupun pendidikan diberhentikan untuk sementara kecuali untuk membeli kebutuhan pokok. Akibatnya, pada kuartal II-2020 (April-Juni) perekonomian Indonesia mengalami kontraksi minus 5,32% dari sektor pertanian, perdagangan, manufaktur, transportasi, dan lain-lain (Umah, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik Pendapatan pada Pusat Perbelanjaan

Sumber: ekonomi.bisnis.com, 2020.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Jakarta berada pada peringkat ke 2 pusat perbelanjaan terbanyak pada tahun 2020

dengan jumlah 96 pusat perbelanjaan atau 14,76% (Kusnandar, 2021). Pusat perbelanjaan bukan lagi sebagai tempat untuk berbelanja melainkan tempat rekreasi dan kuliner (Nurhaliza, 2020). Namun, pusat perbelanjaan menjadi subsektor properti yang ter dampak paling dalam selama pandemi Covid-19 karena jumlah pengunjung yang datang sangat minim dan berpengaruh pada penyewaan *tenant* yang memutuskan untuk berhenti. Sehingga pada pusat perbelanjaan, hanya membuka gerai untuk bahan makanan dan kebutuhan pokok. Pusat perbelanjaan juga mengalami penurunan *occupancy rate* atau mengalami kekosongan dan penurunan pendapatan sebesar 77% (Petriella, 2020).

Akibat menurunnya pengunjung pada pusat perbelanjaan, sektor ritel merupakan sektor yang paling dirugikan karena menguasai pusat perbelanjaan sehingga mereka mengalami krisis yang cukup besar akibat dampak covid 19. Seperti misalnya PT Hero Supermarket, Tbk yang merupakan salah satu perusahaan ritel supermarket serba ada di Indonesia mengumumkan bahwa akan menutup salah satu merek gerai supermarket Giant akhir Juli 2021 di seluruh Indonesia. Selain itu, berdasarkan berita yang disiarkan oleh CNBC Indonesia pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa PT Matahari Department Store Tbk akan menutup 13 gerainya yang dijadwalkan pada tahun 2021. Berdasarkan fenomena penutupan gerai yang terjadi di beberapa perusahaan ritel besar di Indonesia, dapat diasumsikan bahwa perusahaan ritel saat ini benar-benar terkena dampak yang cukup signifikan dan mengalami *financial distress* atau sudah memasuki situasi kebangkrutan (Fajar Ramdani et al., 2021).

Seiring berjalannya waktu, akibat dari dampak pandemi yang berkepanjangan dan adanya pusat perbelanjaan yang baru, pusat perbelanjaan yang legendaris kalah bersaing sehingga pusat perbelanjaan tersebut menjadi semakin tertinggal, tidak ada pengunjung yang datang dan akhirnya tidak dapat bertahan atau ditutup. Hal tersebut terjadi karena berdasarkan hasil dari studi Inventure dengan jumlah responden 629 orang, 61,9% diantaranya menyatakan bahwa responden takut untuk berbelanja di pusat perbelanjaan selama pandemi walaupun memiliki ruangan yang luas karena berada pada di ruangan yang tertutup (Ekarina, 2020). Menurut *Senior Advisor Research Knight Frank Indonesia* Syarifah Syaukat mengatakan bahwa selama pandemi, masyarakat lebih

memilih untuk mengunjungi pusat perbelanjaan yang terbuka sehingga ruang terbuka hijau menjadi daya tarik utama pada masyarakat (Petriella, 2021).

Masyarakat semakin lama menjadi semakin jenuh akibat hanya beraktivitas di dalam rumah saja sehingga mereka membutuhkan fasilitas rekreasi seperti pusat perbelanjaan (Dhuhantoro et al., 2021). Namun, berdasarkan data dari Colliers (2021) mengatakan bahwa, pusat perbelanjaan yang telah dibuka kembali masih memiliki jumlah pengunjung yang sangat rendah sehingga ritel perlu beradaptasi pada situasi tersebut (*Q3 2021 Colliers Quarterly Jakarta AllSectors*, 2022). Maka dari itu, dibutuhkan suatu perkembangan pada desain ritel yang lebih fleksibel dalam pusat perbelanjaan dengan adanya ruang terbuka. Dengan memberikan kenyamanan kepada pengunjung untuk beraktivitas pada ruang luar, maka dapat meningkatkan pengunjung pada ritel dan meningkatkan kualitas pada pusat perbelanjaan.

Berdasarkan paparan diatas, maka desain ritel baru perlu dikembangkan khususnya menggunakan pendekatan *placemaking*. Selain sebagai tempat transaksi untuk memenuhi kebutuhan, penerapan *placemaking* juga dapat meningkatkan kualitas hidup lingkungan dan manusia dengan adanya aktivitas aktif yang mendukung pada area tersebut. Maka dari itu, perlu diteliti lebih lanjut mengenai penerapan *placemaking* pada ritel sehingga aktivitas pada pusat perbelanjaan kembali meningkat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Kondisi pusat perbelanjaan yang tidak menarik dan tidak dapat merespon pasca pandemi karena memiliki desain yang tertutup sehingga berdampak pada ritel dan perekonomian di kota Jakarta.
2. Minat pengunjung untuk pergi ke tempat rekreasi seperti pusat perbelanjaan menjadi semakin tinggi. Namun, pada pusat perbelanjaan tidak memiliki sarana yang mendorong aktivitas lain di ruang terbuka sehingga pusat perbelanjaan tetap menjadi sepi akan pengunjung.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, terdapat pertanyaan penelitian yang melatarbelakangi penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana wujud arsitektur dengan penerapan *placemaking* pada desain *retail park*?
2. Bagaimana wujud arsitektur *third place* pada pusat perbelanjaan?

1.4 Permasalahan Perancangan

Berdasarkan permasalahan tersebut, terdapat permasalahan perancangan yang melatarbelakangi penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana perancangan *retail park* yang dapat meningkatkan kualitas dari segi bangunan, manusia, dan lingkungan?
2. Bagaimana perancangan *retail park* yang menarik dari segi bangunan, fasilitas maupun aktivitas untuk mendorong pengunjung datang kembali?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1. Mengidentifikasi penerapan *placemaking* pada *retail park* yang berpengaruh pada keberlangsungan pusat perbelanjaan.
2. Meningkatkan kualitas desain pusat perbelanjaan yang berkesan tertutup menjadi terbuka atau terhubung dengan ruang luar untuk menyambut era pasca pandemi.
3. Meningkatkan aktivitas yang terjadi pada kawasan *retail park* dengan pendekatan *placemaking*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis; yakni dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam dunia arsitektur mengenai solusi desain pada pusat perbelanjaan untuk menghadapi era pasca pandemi. Selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta kajian untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi penerapan *placemaking* pada desain *Retail Park* berdasarkan hasil dari analisis studi preseden yang

dilakukan peneliti dengan tujuan menciptakan suatu perkembangan pada desain pusat perbelanjaan dan menciptakan aktivitas lain yang terjadi pada pusat perbelanjaan dengan pendekatan *placemaking*. Pada perancangan *retail park*, berfokus pada penerapan konsep yaitu *place of happiness* dimana peneliti tidak melakukan penelitian terukur seperti efisiensi dan perencanaan biaya.

1.8 Metodologi penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *case studies* dimana peneliti akan membandingkan beberapa studi preseden lalu melakukan observasi dan wawancara kepada *stakeholders* dan wawancara kepada pengunjung melalui kuesioner. Dalam proses pengumpulan data, menggunakan triangulasi dimana peneliti mengumpulkan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama secara serempak dengan melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner. Peneliti melakukan studi literatur terlebih dahulu untuk memperoleh data sekunder mengenai kondisi ritel selama pandemi dan elemen desain penerapan *placemaking*. Selanjutnya, peneliti menganalisis studi preseden di luar negeri dengan melakukan desktop studi dan studi preseden lokal dengan melakukan observasi, wawancara dan kuesioner. Observasi bertujuan untuk melakukan pengamatan pada aktivitas pengunjung dan mengetahui elemen desain penerapan *placemaking* di lapangan dan wawancara *stakeholders* dan pengunjung melalui kuesioner bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan *placemaking* yang dirasakan oleh pengunjung di lapangan. Data dari hasil analisis peneliti akan diolah menjadi kriteria perancangan dan pertimbangan keputusan yang nantinya akan diimplementasikan dalam mendesain ritel yang baru.

1.9 Nilai Kebaruan

Nilai kebaruan yang hendak dicapai adalah perkembangan pada pusat perbelanjaan dimana dapat merespon perubahan zaman dengan meningkatkan area terbuka serta aktivitas yang terjadi pada perancangan *retail park* dengan pendekatan *placemaking*.

1.10 Sistematika Penelitian

1. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang masalah mengenai yang terjadi pada pusat perbelanjaan di masa pandemi dan solusi yang dibutuhkan pada pusat perbelanjaan supaya dapat bertahan pada era pasca pandemi, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan, metode, laur pikir, serta sistematika pembahasan untuk menjadi dasar dari penulisan tugas akhir ini.

2. BAB II TINJAUAN TEORI

Menguraikan teori arsitektural dan non-arsitektural dengan melakukan studi literatur dan studi preseden terkait dengan judul tugas akhir ntuk mengungkapkan tinjauan pustaka terdahulu yang relevan dengan pusat perbelanjaan dan *placemaking* yang dapat mendukung tipologi bangunan *Retail Park*.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Memaparkan secara rinci metode penelitian yang akan digunakan beserta dengan objek, subjek, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Memaparkan temuan dari hasil analisis berdasarkan pengumpulan data, teori dan studi preseden yang sudah dilakukan sebelumnya untuk menghasilkan kriteria desain yang tepat.

5. BAB V SIMULASI PERANCANGAN

Berdasarkan hasil dari kriteria, menghasilkan strategi perancangan dan sebuah solusi desain yang nantinya akan digunakan pada desain ritel yang baru.

6. BAB VI KESIMPULAN

Menyimpulkan hasil akhir penelitian dan perancangan yang menjadi solusi dari permasalahan yang terjadi mengenai pusat perbelanjaan.

1.11 Kerangka Berpikir

