

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mall adalah sebuah produk arsitektur retail yang mewadahi kegiatan perbelanjaan bagi penggunanya. Kelahiran *mall* sebagai fasilitas penyedia tidak dapat dilepas dari kegiatan perdagangan yang sudah menjadi peradaban manusia sejak dahulu kala. Pada sekitar 3150 SM peradaban Orang Mesir disepanjang hilir Sungai Nil melakukan kegiatan perdagangan beserta negara lain dengan tujuan memperoleh barang yang mereka miliki. Namun tidak pernah ditemukan bukti yang menjelaskan fasilitas atau bangunan seperti apa yang digunakan untuk berdagang oleh mereka. Lain halnya dengan Bangsa Yunani yang meninggalkan Agora sebagai suatu situs bangunan untuk melakukan kegiatan berdagang pada zaman Yunani awal (900-700 SM).



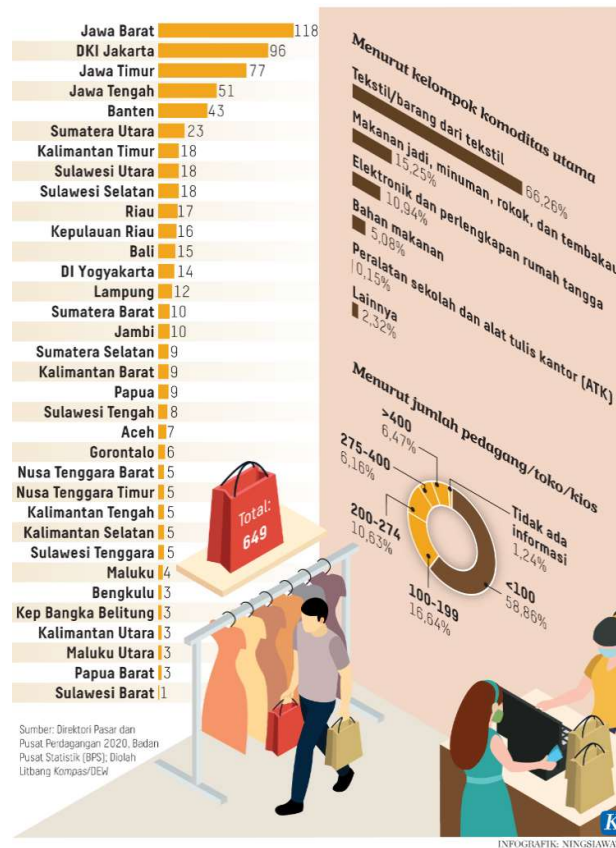
Gambar 1. Agora sebagai pusat perdagangan Bangsa Yunani Kuno

Sumber : <http://www.yasou.org>

Coleman (2006) dalam Sari (2014) mengatakan mengatakan, “agora merupakan sebuah ruang persegi yang berbentuk terbuka, dibuat untuk lokasi diadakannya pertemuan, berada di dalam kota dan bebentuk bangunan utama” (hal. 19). Pada hari khusus bangunan ini digunakan sebagai tempat berdagang dimana para pedagang akan menggelar karpet dan meletakkan barang dagangan mereka.

Pada abad ke 11 sampai dengan 16 terjadi perkembangan bangunan pusat perbelanjaan di Eropa. Perkembangan yang paling mencuat terjadi di Belanda di abad ke 15. Pevsner (1976) mengatakan, walaupun Belanda mendirikan bangunan untuk tujuan utama sebagai balai kota dan pasar di abad ke 15, namun membangun ruang dengan cenderung lebih spesifik, dengan memisahkan balai kota dari balai daging dan kain” (hal 236). Pada saat itu di wilayah Eropa suatu pusat perbelanjaan berbentuk gang atau koridor yang dikelilingi oleh toko-toko. Hingga abad ke 17 sampai 20 *mall* mulai dibentuk dalam suatu gedung yang diisi oleh kios tempat barang-barang dipajang dengan penggunaan kaca yang dipengaruhi oleh revolusi industri. Puncaknya pada akhir abad ke 20 banyak berdiri bangunan-bangunan besar dan tinggi yang mewah sehingga *mall* tidak hanya menjadi pusat perbelanjaan, tapi juga telah menjadi gaya hidup.

Di Indonesia sendiri bangunan *mall* mulai menggeliat di akhir tahun 1980an. Dimana pada masa itu *mall* yang besar dan fenomenal di Indonesia dibangun. Blok M Plaza diresmikan pada tahun 1990 setelah dua tahun dibangun semenjak tahun 1988 dengan harapan dapat menjadi sentra bisnis di Jakarta Selatan (Okezone.com : 2023). Semenjak saat itu mulai tumbuh banyak *mall* di Indonesia.



Gambar 2. Persebaran Mall di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik dan diolah oleh Litbang Kompas

Namun dalam perkembangannya *mall* mulai terasingkan sebagai pusat perbelanjaan disebabkan oleh masifnya perkembangan teknologi dalam hal ini *e-commerce* dan fenomena COVID-19 pada tahun 2020 yang menyebabkan manusia enggan untuk berkunjung ke *mall* demi menghindari keramaian dan penularan penyakit tersebut. Sebelum adanya COVID-19, pusat belanja yang hanya sekadar menampilkan fungsi belanja akan terlibas terutama dialami oleh pusat-pusat belanja yang berada di kota besar seperti Jakarta. Hal tersebut dikatakan oleh Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) yaitu Alphonzus Widjadja. Pasca pandemi COVID-19 APPBI memperkirakan 20 persen pengunjung *Mall* tidak akan kembali lagi ke *mall* (Kompas.id : 2022).

Berdasarkan laporan *MarketBeat Greater Jakarta Retail H1–2022* yang dirilis Cushman & Wakefield, hingga akhir Juni 2022 tingkat hunian pusat

perbelanjaan di Jabodetabek tercatat 75,8 persen atau turun 1,1 persen (year on year) secara nominal karena penutupan beberapa gerai peritel besar, seperti Best Denki dan Ace Hardware, di seluruh mal di kawasan tersebut.

Jika fenomena ini dibiarkan dan terjadi secara terus menerus maka dapat membuat *mall* sebagai pusat perbelanjaan dan juga sebagai salah satu produk arsitektur retail mengalami kehilangan fungsi. Oleh sebab itu dirasa perlu diadakan penelitian dengan pendekatan arsitektural yang dapat membangkitkan kembali fungsi dari *Mall* di tengah masifnya gempuran *e-commerce* dan efek pandemi COVID-19 di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di poin A tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam perkembangannya keberadaan *e-commerce* dan dampak pasca pandemi COVID-19 dapat menurunkan fungsi *Mall* sebagai bangunan komersil apabila tidak dapat disiasati dengan baik.

Pertanyaan :

1. Bagaimana dampak perkembangan *e-commerce* dan pengaruh pandemi COVID-19 terhadap fungsi dan tata ruang *Mall* sebagai bangunan pusat perbelanjaan?
2. Apakah *Mall* sebagai pusat perbelanjaan dapat bertahan di tengah gempuran *e-commerce* pasca pandemi COVID-19?
3. Apa solusi yang dapat dilakukan dari segi arsitektural terhadap fungsi dan tata ruang *Mall* terkait gempuran *e-commerce* setelah pandemi COVID-19 berakhir?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membentuk atau menemukan poin-poin penting yang dapat :

1. Mengetahui dan memahami dampak perkembangan *e-commerce* dan pengaruh pandemi COVID-19 terhadap fungsi dan tata ruang *mall* sebagai bangunan pusat perbelanjaan
2. Menemukan model *mall* sebagai pusat perbelanjaan yang dapat bertahan di tengah maraknya *e-commerce* dan pandemi COVID-19.
3. Menemukan solusi dari segi arsitektural terhadap fungsi dan tata ruang *mall* terkait disruption dari *e-commerce* setelah pandemi COVID-19.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah adanya sebuah portal dokumen ilmiah yang berisi kajian tentang Analisis dampak *e-commerce* dan Pandemi COVID-19 terhadap fungsi dan tata ruang *mall* sebagai bangunan komersil. Selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan manfaat referensi dasar-dasar perancangan *mall* yang dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat di era belanja *online* pasca pandemi COVID-19. Manfaat lain yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah eksisnya kembali *mall* yang sudah dibangun sebelumnya apabila menerapkan rekomendasi hasil penelitian ini.

E. Batasan Penelitian

Pembatasan penelitian ini adalah :

1. Lokasi penelitian adalah *Living Plaza* Purwokerto dan *Mall Moro* Purwokerto
2. Dampak yang dikaji adalah dampak *e-commerce* dan pasca pandemi COVID-19 terhadap fungsi dan tata ruang *Living Plaza* Purwokerto dan *Mall Moro* Purwokerto
3. Penelitian ini dibatasi pada permasalahan arsitektural.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun proposal tesis ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

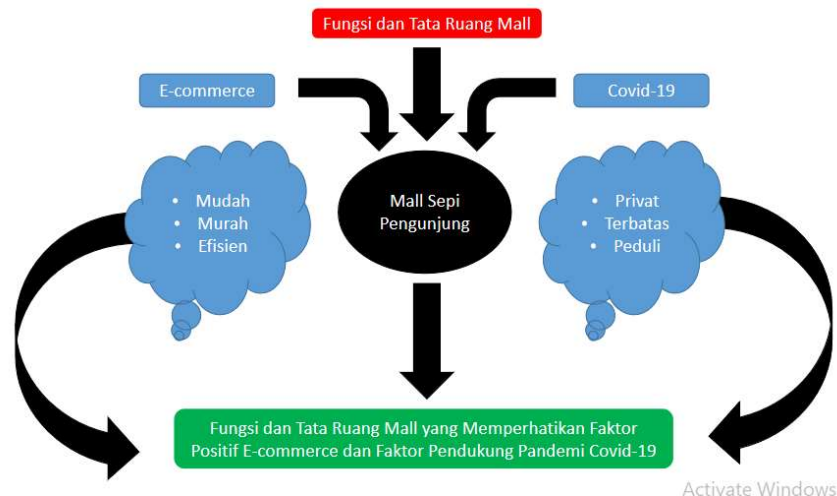
Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka mengenai :

- a. Literasi Penelitian, terdapat hasil penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.
- b. Landasan Teori, terdapat teori yang akan menjadi sebuah dasar di dalam penelitian serta program yang nantinya digunakan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti menjabarkan tentang tempat dan waktu penelitian, alat dan bahan yang dipakai berikut metode yang akan digunakan dalam perancangan dokumen ilmiah ini.

G. Kerangka Berpikir



Gambar 3. Kerangka Berpikir

Sumber : Penulis (2024)