

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian regional Jawa Tengah, menjadikan sektor perdagangan dan industri Kota Semarang dapat berkembang pesat dan kemudian menjadi kunci dasar pembangunan kota. Pertumbuhan kota yang sangat tinggi juga dikarenakan berkembangnya sektor jasa dalam arus perekonomian Kota Semarang. Pertumbuhan perekonomian ini sangat mendorong meningkatnya daya beli masyarakat, arus modal, indeks kepercayaan konsumen, dan minat investasi. Semakin kondusifnya iklim bisnis di Kota Semarang, menyebabkan tumbuhnya kawasan tertentu yang didominasi dengan perkantoran dan perdagangan. Lalu sebagai upaya regionalisasi dan keperluan tata ruang wilayah, berkembang kawasan bisnis terpadu atau CBD (*Central Business District*) di Kota Semarang, yang diperuntukkan untuk kawasan ekonomi terpadu.

Namun terlepas lokasinya yang sangat strategis dan merupakan jantung perekonomian kota, Plasa Simpang Lima masih tertinggal jika dibandingkan dengan *shopping mall* lain yang ada di Kota Semarang. Eksistensinya yang masif di pinggir Jalan Ahmad Yani pun tidak menarik banyak pengunjung untuk datang dan menghabiskan waktunya di Plasa Simpang Lima. Kontras dengan keadaan tersebut, Mal Ciputra yang bersebelahan dengan Plasa Simpang Lima jauh terlihat lebih hidup dan dinamis, tidak seperti Plasa Simpang Lima yang mati dan terkesan “tidak terlihat” terbesar kebesarannya. Usaha untuk menarik arus pengunjung ke Plasa Simpang Lima dapat dilihat dengan adanya pembangunan jembatan penghubung antara Mal Ciputra dengan Plasa Simpang Lima; dan kemudian baru-baru ini, desain ulang fasad depan bangunan yang diharapkan dapat membuat Plasa Simpang Lima menjadi lebih menarik.

Berdasarkan *Time Saver Standards for Building Type*, *Shopping mall* adalah kompleks toko ritel dan fasilitas terkait yang dirancang sebagai kelompok terpadu untuk memberikan kenyamanan belanja maksimal kepada pelanggan dan eksposur maksimum terhadap produk-produk yang diperjualbelikan. Dimana karakteristik fisik suatu *shopping mall* salah satunya adalah ciri horizontal yang lebih dominan dibanding vertikalnya. Ciri ini muncul juga dikarenakan sirkulasi linear yang menghubungkan *anchor tenant*/magnet primer satu dengan magnet primer lainnya, dimana koridor yang terbentuk sebagai jarak diantara kedua (atau lebih) magnet primer tersebut kemudian diisi dengan deretan *retail* yang lebih kecil. Sedangkan Plasa Simpang Lima yang menangkat sistem sirkulasi plasa terkesan sudah tidak lagi dengan kondisi saat ini. Tiap level lantai yang keseluruhannya berjumlah 6 tingkat justru dipenuhi *retail*, namun pengunjung yang ada terlihat sangat sedikit. Kontras dengan pengunjung Mal Ciputra yang lebih ramai di tiap level lantainya. Kesenjangan ini menyatakan bahwa pengunjung lebih menyukai tipe mal sebagai pusat perbelanjaan daripada plasa.

Menurut hemat penulis, Plasa Simpang Lima yang cenderung vertical daripada horizontal juga dikarenakan oleh bentuk tapak Plasa Simpang Lima yang kurang ideal. Umumnya, tapak *shopping mall* berbentuk memanjang, atau setidaknya cukup luas untuk dibangun suatu bangunan yang sifat sirkulasinya linear memanjang. Namun pada kenyataannya, tapak Plasa Simpang Lima berbentuk relatif segi lima dengan luas terbatas, sehingga memaksa Plasa Simpang Lima untuk menekan aspek vertikalnya untuk memaksimalkan luas area pelayanannya.

Bentuk tapak yang tidak ideal dan terbatas ini juga menyulitkan peletakan magnet-magnet primer dalam menciptakan sirkulasi pengunjung yang jelas dengan eksposur *retail* yang baik. Magnet-magnet primer sebagai salah satu elemen penting pada *shopping mall* umumnya diletakkan dengan mempertimbangkan titik kedatangan pengunjung pada tapak. Dimana pada tapak ideal, yang cenderung memanjang atau cukup luas, peletakan magnet-magnet primer ini dapat memenuhi jarak ideal *pedestrian mall* yang maksimum 150 m. Dengan jarak tersebut, pengunjung akan terekspos dengan banyak *tenant-tenant* di antara kedua magnet primer, sehingga eksposur produk yang diperdagangkan menjadi maksimal. Namun pada Plasa Simpang Lima, jarak antar kedua titik kedatangan pengunjung bahkan tidak mencapai 100 m.

Menggali lebih dalam, minimnya arus pengunjung Plasa Simpang Lima dibanding Mal Ciputra, atau pun *shopping mall* lain di kota Semarang, sangat memungkinkan dikarenakan oleh sistem sirkulasi *shopping mall* yang diusung oleh Plasa Simpang Lima bukan sepenuhnya sistem sirkulasi *mall*, melainkan sistem sirkulasi Plasa yang cenderung memiliki lebih banyak titik buta (*blindspot*) dibanding sistem sirkulasi *mall*. Alhasil Plasa Simpang Lima kalah dengan *shopping mall* lain di Kota Semarang yang menawarkan kemudahan sirkulasi linear dan eksposur *retail-retail* yang dimaksimalkan.

Telebih lagi Plasa Simpang Lima tidak mempunyai *enchantment*—sesuatu yang menarik dan mendorong pengunjung untuk datang dengan alasan yang cenderung hedonis—yang cukup baik. *Shopping mall* pada dasarnya menjadi menarik untuk didatangi oleh pengunjung/pembeli bukan hanya didorong oleh pemenuhan kebutuhan utilitarian, yang secara alamiah kita miliki, tetapi juga karena para pengunjung memiliki gaya hidup yang cenderung konsumtif, utamanya karena masyarakat saat ini lebih dikenal sebagai masyarakat pasca industri yang berafiliasi dengan kegemaran mengonsumsi dengan tetap membutuhkan pencitraan yang mendukung eksistensinya. Daya tarik *shopping mall* dapat muncul dari kemampuan *shopping mall* memenuhi kebutuhan kognitif, fisiologis, dan kebutuhan sosial pengunjungnya; yang bervariasi sesuai dengan karakteristik dan faktor-faktor situasional. *Shopping mall* dapat menghadapi tantangan ini dengan memberikan *enchantment* dalam desainnya. *Enchantment* ini bisa diadakan dengan menambahkan fungsi-fungsi hiburan pada *shopping mall*, atau pun mengkondisikan *mall environment* yang menarik dan meningkatkan motivasi hedonis orang-orang. Kondisi Plasa Simpang Lima yang membingungkan secara sistem sirkulasi, dengan atmosfer yang kumuh dan terkesan berantakan, juga tidak adanya fungsi-fungsi rekreasional yang menarik, menyatakan bahwa Plasa Simpang Lima tidak memiliki aspek-aspek *enchantment* yang baik pada desain *shopping mall*-nya.

Karenanya muncul suatu gagasan untuk membangun *shopping mall* baru pada lokasi Plasa Simpang Lima eksisting, dengan mempertahankan prinsip jembatan penghubung antara Plasa Simpang Lima dengan Mal Ciputra. Pada *shopping mall* yang digagas ini, ciri horizontal akan dipertahankan terlepas

tapak tidak ideal dan terbatas, dengan memaksimalkan peletakan magnet-magnet primer dalam membentuk sirkulasinya dan tetap mempertimbangkan titik-titik kedatangan dan parker pengunjung, serta mengadakan *enchantment* yang dapat menarik orang-orang untuk datang menghabiskan waktu dan memaksimalkan potensi hedonis mereka di *shopping mall* yang akan dirancang.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Plasa Simpang Lima sudah tidak optimal sebagai suatu pusat perbelanjaan di jantung perekonomian Kota Semarang, Kawasan Simpang Lima. Dimana pada Plasa Simpang Lima, beberapa aspek utama yang harus diperhatikan adalah keterbatasan yang muncul dari tapak, sistem sirkulasi dan peletakan magnet-magnet primer terhadap arah masuk pengunjung dengan tetap mempertahankan ciri horizontal suatu *shopping mall*, serta mengadakan *enchantment* yang dapat menarik orang-orang untuk datang. Sehingga titik tumpu perancangan dirumuskan sebagai berikut: “bagaimana menciptakan *shopping mall* baru di kawasan simpang lima pada tapak Plasa Simpang Lima yang dapat mengoptimalkan sirkulasi pengunjung dan eksposur *retail*-nya dengan mempertimbangkan peletakan magnet-magnet primer pada tapak yang terbatas, namun dengan tetap mempertahankan ciri horizontal suatu *shopping mall*, sekaligus mengadakan *enchantment* yang dapat menarik orang-orang untuk datang?”

## 1.3. Tujuan

Memperoleh program perencanaan dan perancangan *shopping mall* yang lebih baru dan dapat mengoptimalkan sirkulasi pengunjung dan eksposur *retail* dengan peletakan-peletakan magnet primer, dengan mempertahankan ciri horizontal *shopping mall* pada tapak terbatas sekaligus mengadakan *enchantment* pada *shopping mall* tersebut.

## 1.4. Manfaat

Penyusunan LP3A ini bermanfaat untuk memperoleh program perencanaan dan perancangan *shopping mall* sebagai panduan dalam eksplorasi desain nantinya.

## 1.5. Lingkup

### 1.5.1 Substansi

Tipologi *shopping mall* yang dirancang baru dan berbeda dengan eksisting Plasa Simpang Lima sekarang.

### 1.5.2 Waktu

Plasa Simpang Lima Tahun 2020

Sudah sejak tahun 2016, terdapat gagasan untuk “mempersolek” Plasa Simpang Lima karena dirasa kurang optimal dalam menarik pengunjung (semarangpedia, 2016), dan pada tahun 2019 kemarin kontrak kerjasama *Build Operate Transfer* (BOT) antara pihak pengembang, PT Argamukti Pratama, dengan Pemkot Semarang telah habis dan kemudian diperpanjang dengan persyaratan adanya perbaikan fasilitas yang ada pada Plasa Simpang Lima (Tribun Jateng, 2019). Baru pada tahun ini dilakukan perbaikan fasad Plasa Simpang Lima. Artinya, baik pihak pengembang maupun pemerintah

sudah mulai menyadari bahwa Plasa Simpang Lima tidak beroperasi dengan optimal sebagai suatu pusat perbelanjaan yang ada di jantung perekonomian Kota Semarang, Kawasan Simpang Lima.

#### 1.5.3 Lokasi

Jalan Ahmad Yani, Jl. Simpang Lima No.1, Karangkidul, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah

### 1.6. Metode

#### 1.6.1 Merumuskan masalah

Tahap ini dimulai dari keresahan pribadi terhadap pengalaman ruang dari beberapa kali kunjungan ke Plasa Simpang Lima, berangkat dari keresahan tersebut penulis melakukan penggalian terhadap Plasa Simpang Lima dan mencari permasalahan-permasalahan yang dinilai membuat Plasa Simpang Lima tidak berjalan seoptimal *shopping mall* lain di Kota Semarang, terlepas lokasinya yang strategis. Penulis kemudian mendapati beberapa permasalahan seperti pengunjung Plasa Simpang Lima tidak seramai *shopping mall* lain, sistem sirkulasi Plasa Simpang Lima yang memberikan banyak *blindspot* dan menimbulkan kesulitan dalam bernavigasi. Permasalahan-permasalahan ini kemudian dicari penyebabnya dengan mempelajari lebih lanjut mengenai literatur-literatur *shopping mall*, yang dilakukan pada tahap selanjutnya.

#### 1.6.2 Melakukan studi literatur

Pada tahap ini penulis mendalami tipologi *shopping mall* melalui pemahaman yang didapat dari buku, jurnal, dan web di internet. Pendalaman ini berupa pengertian, karakteristik umum, klasifikasi, elemen-elemen penting pembentuk *shopping mall*, unsur kegiatan *shopping mall*, hingga menemukan studi mengenai *enchantment* dalam *shopping mall*. Pemahaman teori sangat diperlukan untuk mempertajam sudut pandang yang digunakan dalam menjustifikasi desain, dan memperdalam masalah yang dirumuskan sebelumnya. Setelah menyelesaikan studi literatur, diharapkan penulis mampu lebih bijaksana dalam merespon konteks eksisting tapak, yang akan dicari pada tahap selanjutnya; sekaligus mencari studi preseden dan referensi sebagai amunisi penyelesaian masalah desain yang ditemukan di rumusan masalah.

#### 1.6.3 Melakukan studi lapangan, preseden, dan referensi

Pada tahap ini penulis melakukan studi lapangan, preseden, dan referensi yang hamper seluruhnya dilakukan secara online akibat kendala pandemi COVID-19 yang mewabah di Indonesia mulai Maret 2020. Studi lapangan dilakukan berdasarkan pemahaman dasar penulis mengenai konteks tapak, juga didukung dengan informasi-informasi yang ada di internet, di mana harapannya hasil studi ini dapat menghasilkan informasi konteks yang cukup. Kemudian studi referensi dilakukan dengan mencari *shopping mall* dengan keterbatasan serupa, tapak terbatas, untuk dicari daftar *retail/tenant*-nya sebagai data yang akan diolah dan digunakan pada desain *shopping mall* yang baru. Studi referensi juga dilakukan terhadap beberapa *shopping mall* di Kota Semarang untuk mengetahui *enchantment* yang telah diterapkan pada masing-masing *shopping mall*, sehingga *shopping mall* yang akan didesain tidak mengadakan *enchantment* serupa. Studi referensi terhadap *shopping mall* di Kota Semarang akan dilakukan dengan mengumpulkan data lama yang telah dimiliki penulis dan juga akan dilengkapi dengan informasi internet. Sedangkan studi preseden digunakan untuk mencari beberapa pemecahan masalah

perihal spasial yang harus dibatasi oleh tapak terbatas, dengan melihat beberapa referensi pada tipe-tipe yang mungkin bukan *shopping mall* tetapi memiliki ide dan konsep yang bisa diterapkan pada masalah spasial *shopping mall* yang akan didesain. Setelah studi lapangan, referensi, dan preseden selesai; penulis akan melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu tahap mengolah data.

#### 1.6.4 Mengolah dan menyusun program perencanaan dan perancangan

Pada tahap ini penulis akan mengolah data yang didapat dari studi lapangan, preseden, dan referensi yang telah dilakukan. Diharapkan pada tahap ini akan menghasilkan program perencanaan dan perancangan yang kemudian akan menjadi *guideline* dalam mendesain.

#### 1.6.5 Mengembangkan ide dan mencari pemecahan masalah

Pada tahap ini proses pengembangan desain akan dilakukan guna memecahkan masalah yang ada pada objek studi. Tahap ini akan dilakukan pada eksplorasi desain.

### 1.7. Sistematika Pembahasan

#### BAB I Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan ini, penulis menjabarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, lingkup, metode, dan sistematika pembahasan LP3A yang disusun.

#### BAB 2 Tinjauan Tentang *Shopping mall*

Pada bagian ini penulis melakukan studi literatur untuk memperdalam pengetahuan terhadap tipologi *shopping mall*. Pendalaman ini berupa pengertian, karakteristik umum, klasifikasi, elemen-elemen penting pembentuk *shopping mall*, unsur kegiatan *shopping mall*, hingga menemukan studi mengenai *enchantment* dalam *shopping mall*, serta melakukan studi preseden mengenai permasalahan spasial yang akan muncul dalam perancangan *shopping mall* nantinya.

#### BAB 3 Data

Pada bagian ini penulis melakukan studi lapangan dan referensi yang kemudian menjadi data yang harus diolah dan disandingkan dengan pemahaman pada tinjauan pustaka, untuk kemudian membentuk program perencanaan dan perancangan arsitektur.

#### BAB 4 Pendekatan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur

Pada bagian ini penulis melakukan analisa dan pengolahan data yang telah didapatkan pada bab sebelumnya, yang kemudian membentuk program perencanaan dan perancangan arsitektur yang sesuai dan khusus untuk tapak bakal rancangan.

#### BAB 5 Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur

Berisi program-program yang dihasilkan dari pendekatan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, sebagai acuan dalam proses eksplorasi desain nantinya.