

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepadatan dan tingkat stres yang tinggi di Surabaya dapat memicu kualitas hidup yang buruk terkait kesehatan di masyarakat. Dua faktor yang dapat mereduksi tingkat stres dan mendukung pencapaian kualitas hidup yang lebih baik pada individu adalah menjalin hubungan dengan alam (*biophilia*) dan manusia lain (*social life*).

Dalam pengertian umum, stress adalah suatu tekanan atau sesuatu yang terasa menekan dalam diri individu. Sesuatu tersebut dapat terjadi disebabkan oleh ketidakseimbangan antara harapan dan kenyataan yang diinginkan oleh individu, baik keinginan yang bersifat jasmaniah maupun rohaniah. Menurut McGrath dalam Weinberg dan Gould (2003:81), stress didefinisikan sebagai “*a substantial imbalance between demand (physical and/or psychological) and response capability, under conditions where failure to meet that demand has importance consequences*”. Artinya, stress akan muncul pada individu bila ada ketidakseimbangan atau kegagalan individu dalam memenuhi kebutuhannya baik yang bersifat jasmani maupun rohani (Sukadiyanto, 2010).

Pusat perbelanjaan semakin berkembang dengan perpaduan fungsi lain untuk menarik pengunjung. Perkembangan tersebut kini membentuk wadah yang menjadi *one stop lifestyle center* bagi kebutuhan-kebutuhan masyarakat urban terutama Surabaya.

Pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu tempat yang berintikan satu atau beberapa department store besar sebagai daya tarik retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah shopping mall dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).

Pusat perbelanjaan di era modern berbeda dengan jaman dahulu, pusat perbelanjaan era modern ini dirancang dengan retail-retail dan fasilitas yang

mendukung untuk memberikan kenyamanan di dalam kegiatan perdagangan di dalamnya, sedangkan pada jaman dahulu (pasar) hanya dirancang hanya untuk kegiatan perdagangan tanpa memikirkan kenyamanan pelaku kegiatan di dalamnya. Menurut Max Weber, perkotaan merupakan daerah urban yang menjadi pusat perubahan sosial. Kota adalah sistem kapitalis dunia. Orang-orang yang tinggal di kota atau daerah perkotaan umumnya dikenal sebagai komunitas urban.

Masyarakat urban menengah ke atas memiliki kecenderungan memenuhi permintaan di luar kebutuhan dasar mereka. *Lifestyle* masyarakat urban menengah ke atas memiliki orientasi untuk memenuhi kepuasan.

Di Indonesia, Pertumbuhan ekonomi meningkat 5,17 % selama tahun 2018 (BPS, 2018). Sedangkan perkembangan minat dan potensi belanja masyarakat Indonesia terlihat sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pertumbuhan pusat-pusat perbelanjaan di berbagai kota di Indonesia, seperti toko, plaza, hingga mall. Lembaga survei properti Colliers International menyebutkan tren pasar pusat perbelanjaan di Surabaya masih akan terus meningkat. Dari segi suplai atau pasok, ada penambahan ruang ritel sebanyak 150 ribu meter persegi dalam tiga tahun mendatang. Senior Associate Director Colliers International Ferry Salanto mengatakan, total penambahan itu berasal dari lima pusat perbelanjaan yang tersebar di Surabaya. Sehingga pada 2021 mendatang jumlah pasok akan naik hingga 13,7 persen dibandingkan 2018. (Radar Surabaya, 2019)

Surabaya sebagai kota terbesar nomer 2 setelah Jakarta, memiliki masyarakat yang mempunyai minat dan potensi yang sangat besar terhadap kegiatan berbelanja. Menurut ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Jawa Timur Riza Wibowo, mengatakan setiap tahun rata-rata peningkatan keterisian tenant mal di Jatim yakni 10%-15%. Hal tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan pengusaha-pengusaha baru baik bisnis makanan maupun produk pakaian, elektronik dan barang-barang lain. Di Surabaya terdapat 23 mal dengan jumlah pengunjung mall sekitar 50% dari total penduduk Surabaya sebanyak 3 juta orang. Berkaitan dengan meningkatnya minat dan potensi masyarakat Surabaya dalam kegiatan perdagangan yang sangat besar saat ini, perkembangan pembangunan wadah perdagangan yang ada tidak seimbang untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, persebaran pusat perbelanjaan di Surabaya tidak merata, pusat perbelanjaan terbanyak berada di bagian Surabaya pusat dan

Surabaya selatan sedangkan di Surabaya Barat, Timur dan Utara hanya terdapat beberapa pusat perbelanjaan.

Di Surabaya Timur hanya terdapat tiga Shopping mall untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya, sedangkan di Surabaya pusat, Utara, dan selatan dengan jumlah penduduknya lebih sedikit justru terdapat banyak shopping mall yang sudah berdiri. Untuk itu dengan ditambahkan Shopping Mall di Surabaya Timur, diharapkan dapat menambahkan fasilitas berbelanja masyarakat Surabaya Timur dan sekitarnya. Berikut adalah data kepadatan penduduk di Surabaya.

Tingkat kepadatan penduduk tertinggi terletak pada Surabaya Pusat dengan rasio 20.930/km² disusul dengan Surabaya Utara 13,430/km², Surabaya Selatan 11,290/km², Surabaya Timur 10,816/km², Surabaya Barat 4,789/km². Namun dibandingkan dengan jumlah mall per daerah di Surabaya menunjukkan hasil rasio Surabaya Timur 3,605/mall, Surabaya Pusat 3,488/mall, Surabaya Utara 3,358/mall Surabaya Barat 2,395/mall, Surabaya Selatan 1,411/mall.

Data tersebut masih terpaku pada penduduk ber-KTP Surabaya belum termasuk para pendatang seperti mahasiswa, karyawan, wisatawan, maupun warga dari daerah kabupaten tetangga yang berbatasan langsung dengan Surabaya (Sidoarjo & Gresik). Calon pengguna mall juga dapat ditinjau dari jumlah perkantoran dan perguruan tinggi per Kawasan. Surabaya Timur dan Selatan dinilai paling berpotensi dalam jumlah calon pengguna mall karena menjadi pusat Pendidikan Tinggi dan perkantoran di Surabaya.

Mall sebagai tempat refreshing, tempat kehidupan publik dan menjadi wadah interaksi sosial. Menurut Yasraf Amir Piliang (1998:216) yang dikutip dalam jurnal pengaruh kebudayaan kontemporer dalam percangan arsitektur mall yang ditulis oleh Freddy H. Istanto, mengatakan bahwa “shopping mall telah berkembang menjadi pusat pembentukan gaya-hidup. Shopping mall mengkonsentrasikan dan merasionalisasikan waktu dan aktivitas masyarakat, sehingga ia menjadi pusat aktivitas sosial dan alkulturasi, tempat pembentukan citra dan eksistensi diri, sumber pengetahuan, informasi, tata nilai dan moral”.

Pusat perbelanjaan yang ada pada zaman ini juga bukan hanya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan primer para pengunjunnya, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersiernya. Untuk dapat memenuhi segala

kebutuhan para pengunjungnya, pusat perbelanjaan harus dirancang sedemikian rupa agar memberi kenyamanan secara psikologis.

Kebutuhan masyarakat urban yang semakin majemuk memunculkan prediksi bagaimana sebuah mall di masa depan. Sebaliknya, terdapat sifat dasar manusia yang semakin sulit terakomodasi di kawasan urban, yaitu kecenderungan sifat manusia untuk berhubungan dengan alam.

Biophilia adalah ilmu yang mempelajari keinginan manusia untuk berafiliasi dengan bentuk alam dalam kehidupan. Sifat alami tersebut telah melekat sejak hadirnya spesies manusia di bumi dan perlu dipenuhi demi meningkatkan kualitas hidup. Kesehatan manusia merupakan hal yang penting dalam kehidupan. Pengertian sehat menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tahun 1975 adalah suatu kondisi yang terbebas dari segala jenis penyakit, baik fisik, mental, dan sosial. WHO menyatakan bahwa “tidak ada kesehatan tanpa kesehatan mental”. Kesehatan mental merupakan dasar manusia untuk berpikir, berinteraksi satu sama lain dan menjalani hidup. Mental yang sehat memberikan banyak kontribusi bagi kesehatan tubuh yang berpengaruh langsung pada kualitas hidup seseorang. Kesehatan mental merupakan aspek penting yang kadang kurang diperhatikan. Berkaitan dengan tiga aspek kesehatan manusia lainnya, kesehatan mental mampu mempengaruhi semua aspek kesehatan yang lain baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sebagai Kota Metropolitan, Surabaya memiliki banyak faktor penyebab stress ringan bagi masyarakatnya. Warga perkotaan terutama karyawan dan mahasiswa sangat rentan terhadap stress. Untuk itu ditawarkan pendekatan *biophilic design* yaitu mengkoneksikan kembali manusia dengan alam yang bertujuan untuk menambah kualitas kesehatan mental pengguna.

Berdasarkan uraian data di atas, perlu ada prediksi maupun spekulasi untuk sebuah mall di Surabaya. Kami merancang *Surabaya Biophilic Social Mall* berupa wadah urban community lifestyle yang kembali mendekatkan manusia dengan alam dan manusia dengan manusia.

1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan dari perancangan *Surabaya Biophilic Social Mall* ini adalah:

1. Mewujudkan rancangan penampilan dan penataan bangunan *Surabaya Biophilic Social Mall* menjadi *one stop lifestyle center*

- dengan pendekatan *biophilic design* guna meningkatkan kepuasan dan kesehatan mental pengguna,
2. Mengakomodasi kebutuhan *stress reliever space* khususnya bagi masyarakat Kota Surabaya,
 3. Mengintegrasikan kebutuhan provit dan non provit yang saling memberikan benefit.

Sasaran dari perancangan *Surabaya Biophilic Social Mall* ini adalah:

1. Terwujudnya sarana Mall yang interaktif dan rekreatif dengan pengaplikasian *biophilic patterns* sehingga dapat meningkatkan kualitas kesehatan mental warga di kota Surabaya.
2. Bangunan komersil yang menitikberatkan pada kualitas berinteraksi sosial dan sarana rekreasi.
3. Ruang-ruang mall dengan aplikasi *Biophilic Patterns*
4. Desain ruang yang memberi penggunaanya keseimbangan antara hubungan manusia-alam serta manusia-manusia.

1.3. Batasan dan Asumsi

Batasan:

1. Perancangan bangunan berupa *single building* yang ditata dan dibentuk sesuai dengan kondisi eksisting tapak.
2. Sasaran pengguna bangunan ini adalah :
 - a) Masyarakat Urban menengah ke atas yang ingin memenuhi kebutuhan lifestyle mereka sekaligus membutuhkan ruang pereda stress berupa sarana berekreasi.
 - b) Penyedia barang maupun jasa sesuai kebutuhan lifestyle masyarakat.
3. Program kebutuhan ruang dan kapasitas ditentukan berdasarkan studi literatur dan proyek sejenis terbangun maupun konseptual yang berangkat dari isu masa depan mall dengan mempertimbangkan lingkup pelayanan.

Asumsi:

1. Untuk kepemilikan proyek mall ini diasumsikan bersumber dana dan pengelolaan milik swasta. Orientasi mall ini tidak lagi sekedar profit namun sangat mempertimbangkan bagaimana kepuasan pengunjung mall dan benefit dari faktor non-profit di bidang sosial.
2. Bangunan utama *mall* adalah tempat perbelanjaan yang buka setiap hari pukul 09.00-23.00 untuk umum.
3. Bagian *mall* berupa ruang terbuka publik dapat diakses masyarakat 24 jam penuh setiap hari.
4. Kapasitas pengunjung 20.000 orang.

1.4. Tahapan Perancangan

Dalam perencanaan dan perancangan *biophilic social mall* di Surabaya ini menggunakan metode analisa untuk mendapatkan konsep secara kualitatif dengan mengumpulkan data baik secara primer maupun sekunder.

Data primer diperoleh dari studi kasus *mall* di Surabaya dan data sekunder diperoleh dari buku, majalah arsitektur, dan Internet. Setelah riset dan analisa, kesimpulan isu yang terkumpul dilanjutkan diolah sesuai metode perancangan untuk menyusun konsep perancangan.

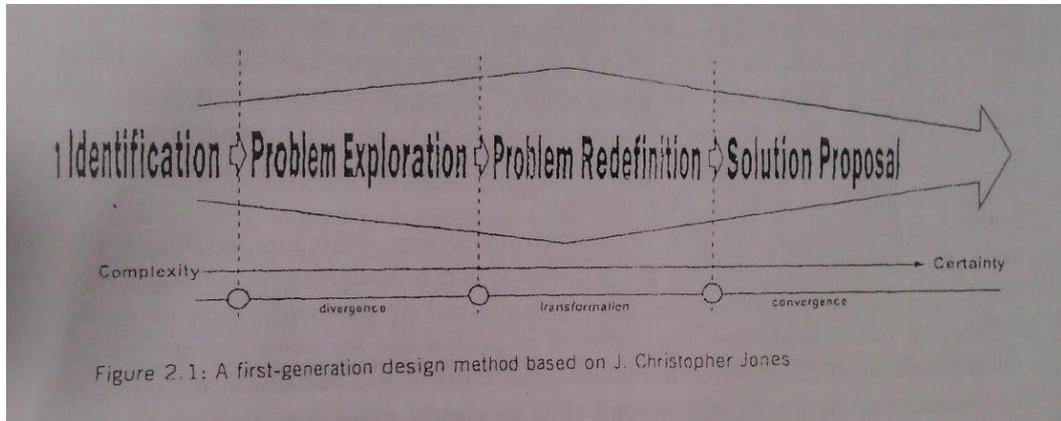
Hasil yang diperoleh dari proses tersebut adalah:

1. Aktifitas yang dibutuhkan dalam mall
2. Pengguna yang melakukan aktifitas mall
3. Fasilitas yang terdapat di mall
4. Bagaimana tampilan *mall*
5. Tema yang digunakan dalam konsep perancangan.

Dari keseluruhan rumusan tersebut di atas diperoleh:

1. Konsep *zoning* ruang
2. Konsep sirkulasi ruang
3. Konsep utilitas
4. Konsep ruang luar
5. Konsep ruang dalam
6. Konsep bentuk dan tampilan

Dari rumusan yang telah diperoleh di atas diharapkan dapat membentuk kerangka berpikir dan mempermudah dalam proses perancangan dan pemikiran ide bentuk rancangan. Berikut adalah gambaran dari pola tahapan perancangan.



Gambar 1. 1 Bagan Tahapan Perancangan

Sumber : Revealing Architectural Design: Methods, Frameworks and Tools
(2014)

1.5. Sistematika Laporan

Dalam penyusunan proposal perancangan ini menggunakan sistematika penulisan yang terbagi menjadi beberapa bab atau sub bab pokok, antara lain sebagai berikut :

- BAB I** :Pendahuluan yang menguraikan dan menjelaskan tentang latar belakang timbulnya ide objek perancangan biophilic social mall di Surabaya, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan dan asumsi, tahapan perancangan dan sistematika perancangan.
- BAB II** :Tinjauan Objek Rancangan berisi beberapa tinjauan umum seperti pengertian dari judul perancangan yaitu '*Surabaya Biophilic Social Mall*' serta tinjauan studi kasus, studi literatur, dan juga studi kawasan.
- BAB III** :Tinjauan Lokasi Perancangan menjelaskan latar belakang pemilihan lokasi dan lokasi yang tepat untuk perletakkan objek perancangan.
- BAB IV** :Analisa Perancangan menjelaskan mengenai Analisa site , Analisa ruang, Analisa bentuk dan tampilan karena di bab III telah ada

tinjauan lokasi maka di bab IV kami lanjutkan proses dari bab III sembari memikirkan bagaimana tampilan pada fasad yang disesuaikan pada konsep dan tema di *biophilic social mall*.