

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

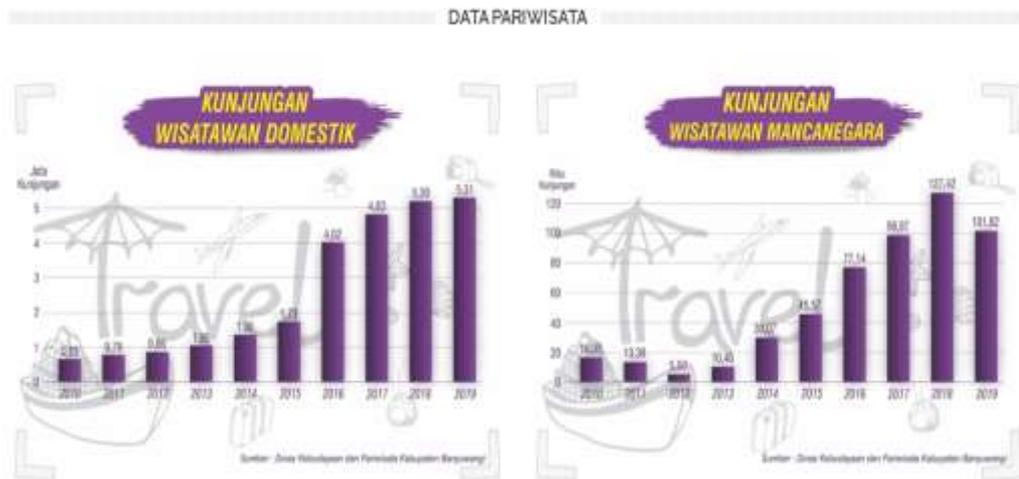
Mall merupakan suatu bangunan yang mengarah pada fasilitas komersial sebagai salah satu jenis pusat perbelanjaan yang lebih kompleks dengan banyak retail dan tambahan fasilitas penunjang seperti bioskop, *gamezone*, spa, kafe dan restoran serta fasilitas-fasilitas baru yang diintegrasikan dengan *mall* seiring perkembangan zaman. Berhubungan dengan penjelasan di tersebut, Herabadi, et al dalam Nurlalia (2013) menyebutkan bahwa berbelanja tidak hanya untuk mendapatkan keperluan akan barang-barang atau memenuhi kebutuhan, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup atau *lifestyle* dan mungkin untuk memenuhi kebutuhan psikologi. Saat ini pusat perbelanjaan modern seperti *mall* mulai mengalami pergeseran fungsi. Pada mulanya masyarakat datang ke *mall* khusus untuk berbelanja keperluan, namun saat ini *mall* tidak sekedar tempat berbelanja barang yang dibutuhkan, tetapi juga sebagai tempat hiburan yang memberikan suatu sarana rekreatif. Selain itu sering juga ditemui aktivitas *window shopping* yaitu aktivitas rekreasi dengan berkunjung ke pusat perbelanjaan untuk sekedar melihat-lihat dan membandingkan harga barang walaupun pada akhirnya tidak membeli.

Pusat perbelanjaan modern (*mall*) idealnya dikembangkan pada daerah perkotaan maupun daerah strategis pariwisata, daerah yang banyak dikunjungi wisatawan dunia. Keberadaan *mall* pada suatu daerah, dapat meningkatkan perekonomian daerah dan sekaligus mampu menjadi fasilitas pendukung kawasan strategis pariwisata untuk wisatawan yang berwisata pada daerah tersebut.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di ujung timur pulau Jawa, tepatnya di Provinsi Jawa Timur yang memiliki andil dalam pembangunan nasional melalui terwujudnya pembangunan daerah. Kabupaten Banyuwangi merupakan daerah strategis pariwisata alam yang merupakan tonggak awal pengembangan kawasan strategis pariwisata di Banyuwangi. Selain berkembangnya kawasan strategis pariwisata, tentunya Kabupaten Banyuwangi memiliki keindahan alam dan budaya Banyuwangi (Osing) yang khas, sehingga sangat potensial menarik wisatawan untuk datang ke Banyuwangi.

Menanggapi perkembangan Kabupaten Banyuwangi yang semakin pesat dan menunjukkan eksistensinya, perkembangan tersebut di dorong pula oleh faktor perkembangan infrastruktur yang mendorong pertumbuhan di sektor properti. Kabupaten Banyuwangi perlu dikembangkan dan diproduktifkan pada sektor pariwisata, dengan demikian mampu meningkatkan perekonomian. Namun pembangunan sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi harus disesuaikan dengan peraturan tata ruang Kabupaten Banyuwangi.

Suku Osing merupakan suku asli Kabupaten Banyuwangi yang dipercaya merupakan suku keturunan Kerajaan Blambangan. Suku Osing memiliki adat budaya yang kuat, banyak kegiatan tradisi suku tersebut yang masih berjalan hingga sekarang. Salah satu peninggalan budaya dari Suku Osing yaitu rumah adatnya. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, pembangunan rumah tinggal dan bangunan milik pemerintah di Banyuwangi tidak mencerminkan arsitektur khas daerah. Arsitektur dengan gaya modern lebih dipilih dengan alasan modernitas, dibandingkan mempertahankan arsitektur asli daerah. Dikutip dari berita Times Indonesia, Lembaga Masyarakat Adat Osing (LEMAO), Hasan Basri (2017) mengatakan “Penguatan identitas budaya lokal salah satunya bisa dilihat dari arsitektur bangunan sebagai *tetenger*.” *Tetenger* memiliki arti penanda (tanda) bahwa generasi sekarang tidak saja menikmati suasana fisik namun menangkap makna historis dari tempat dimana peristiwa tersebut terjadi (Nugroho,2013). “Masyarakat sebenarnya tidak menuntut bangunan harus seratus persen sama dengan yang asli. Entah itu dari beton atau kayu, asalkan sudah mencerminkan ciri khas Rumah Osing, masyarakat dan wisatawan pasti akan puas.”(Purwanto, Ketua Dewan LEMAO,2017).



Gambar 1.1 Rumah adat tipe baresan, cerocogan, tikel balung
(Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2022)

Wisatawan yang datang ke Kabupaten Banyuwangi mengalami perkembangan tiap tahunnya seperti yang terlihat pada gambar diatas. Dengan begitu, semakin diperlukan upaya untuk meningkatkan eksistensi budaya Osing Banyuwangi, untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan dunia dan domestik terhadap kebudayaan Suku Osing Banyuwangi, direncanakan sebuah alternatif untuk menarik minat wisatawan yang datang ke Kabupaten Banyuwangi. Alternatif yang direncanakan berupa menambah pengembangan pembangunan sektor pariwisata berupa adanya fasilitas komersil berupa pusat perbelanjaan modern dengan jenis mall terpadu (*integrated mall*) yang diselaraskan dengan kebudayaan Banyuwangi dan di integrasikan dengan pantai atau tempat wisata di Banyuwangi. Pembangunan sektor itu akan menjadi peluang dan mampu meningkatkan lapangan pekerjaan pada bidang usaha dan pariwisata bagi masyarakat Banyuwangi sendiri.

Pembangunan *mall* berorientasi pada sektor pariwisata dan komersial yaitu fungsi pusat perbelanjaan, budaya dan rekreasi. Dalam penciptaan bangunan, harus ada sinergi dengan lingkungan alam. Tersedianya fasilitas tersebut nantinya akan mampu menarik minat orang untuk datang ke Kabupaten Banyuwangi. Relevannya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi utamanya melihat wisata alam dan budayanya.

Meningkatnya minat dan daya beli masyarakat Banyuwangi terhadap pusat perbelanjaan dan pusat hiburan yang lengkap, menyebabkan *Shopping Mall* mempunyai masa depan yang cerah dalam dunia perdagangan di kota Banyuwangi dikarenakan di Banyuwangi belum terdapat pusat perbelanjaan modern skala besar seperti mall. Dengan adanya mall juga dapat semakin menarik datangnya wisatawan melihat terjaminnya kebutuhan mereka saat berlibur terpenuhi.

Kecamatan Subdistrict	Pasar Umum Public Market	Toko Shop	Rumah Makan Restaurant
(1)	(2)	(3)	(4)
010 Pesanggaran	3	694	167
011 Siliragung	4	633	154
020 Bangorejo	5	587	112
030 Purwoharjo	4	753	210
040 Tegaldlimo	12	668	175
050 Muncar	4	726	200
060 Cluring	8	708	123
070 Gambiran	4	746	221
071 Tegalsari	6	621	172
080 Glenmore	4	648	189
090 Kalibaru	3	627	172
100 Genteng	4	852	186
110 Srono	3	702	168
120 Rogojampi	8	680	240
130 Kabat	6	749	223
140 Singojuruh	3	600	176
150 Sempu	6	672	120
160 Songgon	2	584	112
170 Glagah	3	699	213
171 Licin	2	646	197
180 Banyuwangi	4	892	240
190 Giri	4	722	218
200 Kalipuro	4	730	204
210 Wongsorejo	3	674	218
Banyuwangi	111	16 616	4 414

Gambar 1.2 Banyaknya Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya Kabupaten Banyuwangi (sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan Kabupaten Banyuwangi, 2022)

Keberadaan Shopping Mall di kawasan Banyuwangi dan sekitarnya belum ada, tetapi untuk jumlah pasar swalayan cukup banyak. Namun diantaranya masih minim yang menyediakan kelengkapan fasilitas rekreasi dan kebudayaan untuk wisatawan dan pebisnis dari luar kota. Mereka hanya sekedar menyediakan fasilitas

perbelanjaan saja. Fasilitas rekreasi di Banyuwangi masih terpisah-pisah dan tersebar, sehingga kurang efisien karena harus menyita waktu untuk menempuh perjalanan. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, perlu adanya unsur-unsur rekreatif untuk dimasukkan ke dalam kawasan perdagangan sehingga dapat memberikan warna baru akan pusat bisnis dan pusat perbelanjaan yang sudah ada.

1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan :

Tujuan dari perancangan *Integrated Mall* dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Banyuwangi antara lain:

- a. Menghadirkan mall yang terintegrasi dengan unsur budaya Osing Banyuwangi sebagai upaya melestarikan kebudayaan suku Osing Banyuwangi.
- b. Mewujudkan *mall* sebagai suatu sarana rekreasi dan pusat perbelanjaan yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat Banyuwangi dan wisatawan di Banyuwangi.
- c. Mendorong pertumbuhan dan perkembangan perekonomian masyarakat Banyuwangi dengan memanfaatkan sumber daya manusia dari kawasan sekitar.

Sasaran :

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dengan dirancangnya *Integrated Mall* dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Banyuwangi ini yaitu:

- a. Menciptakan tempat hiburan baru untuk wisatawan sekaligus tempat untuk lebih mengenal budaya Banyuwangi yang dikemas secara modern.
- b. Menghadirkan *mall* yang memiliki integrasi dengan lingkungan alam (pantai) di Banyuwangi pada lokasi yang strategis dan mudah diakses.

1.3. Batasan dan Asumsi

Batasan :

Batasan perancangan “*Integrated Mall* dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Banyuwangi” adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna mall ini adalah masyarakat Banyuwangi dan para wisatawan yang berkunjung di Banyuwangi.
- b. Mall ini diperuntukan masyarakat semua umur.
- c. Jam operasional *mall* dari pukul 10.00 – 22.00 WIB setiap hari.

Asumsi :

- a. Kepemilikan dari *mall* ini adalah pihak swasta.
- b. Pengguna mall ini nantinya dapat memenuhi kebutuhan sampai dengan 10 tahun mendatang.
- c. Mall ini dapat digunakan untuk pagelaran kesenian Banyuwangi maupun event tertentu.

1.4. Tahapan Perancangan

Integrated Mall dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Banyuwangi diambil sebagai judul tugas akhir karena ingin memberikan suasana baru terhadap pusat perbelanjaan yang ada di Banyuwangi. Dimana saat ini di Banyuwangi belum terdapat pusat perbelanjaan modern (*mall*) yang mengangkat unsur lokalitas.

Data yang diambil untuk menunjang penyusunan proposal tugas akhir antara lain, data primer : studi literatur (buku standar arsitektur, buku anatomi rumah adat Osing), studi kasus. Data sekunder terdiri dari buku, majalah arsitektur, browsing internet.

Setelah melalui pengumpulan dan mengkompilasikan data, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis data dan melaksanakan metoda perancangan yang dilanjutkan dengan merancang tema dan konsep. Dalam tema dan konsep perancangan ini akan dibuat tampilan bangunan yang menggabungkan nilai-nilai budaya lokal kedalam bangunan modern.

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

1. Penentuan Judul
2. Interpretasi Judul
Menjelaskan secara singkat tentang nilai-nilai lokal Banyuwangi.
3. Pengumpulan Data
Pengumpulan data berupa Data Premier dan Data Sekunder.
4. Kompilasi dan Analisis Data.
5. Studi Azas, Prinsip, Metode perancangan.
6. Konsep dan Tema Perancangan.
7. Gagasan Ide.
8. Pengembangan Rancangan.

1.5. Sistematika Laporan

Sistematika penyusunan dari laporan ini disusun dalam beberapa bab pokok pembahasan yang menguraikan antara lain:

- Bab I. Pendahuluan
Bab ini menjelaskan tentang latar belakang timbulnya obyek perancangan yang ditegaskan dengan data wisatawan di kabupaten Banyuwangi pada saat ini, terdapat pula tujuan dan sasaran yang dapat dirumuskan karena mendapatkan data penguat yang dilampirkan dilatar belakang. Terdapat pula batasan dan asumsi, tahapan perancangan dan sistematika laporan.
- Bab II. Tinjauan Obyek Perancangan
Bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum perancangan dimana terdapat pengertian judul yang mendasari mengapa mengambil judul *Integrated Mall* dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Banyuwangi, studi literatur dengan mencari data-data kuat baik dari buku maupun dari browsing internet. Tahap studi literatur yang berisi tentang segala data dari bermacam jenis literatur yang digunakan sebagai data penunjang yang berkaitan dengan obyek rancangan.

- Bab III. Tinjauan Lokasi Perancangan
 Pada bab ini menjelaskan tinjauan lokasi perancangan yang berada pada Kabupaten Banyuwangi.
- Bab IV. Analisa Perancangan
 Bab ini menjelaskan mengenai analisa site, analisa ruang, analisa bentuk dan tampilan karena di bab III kita sudah tinjauan lokasi maka di bab IV ini kita melanjutkan proses dari bab III. Dengan memikirkan bagaimana tampilan pada fasade yang disesuaikan pada konsep dan tema.
- Bab V : Konsep Perancangan
 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.
- Bab VI : Aplikasi Perancangan
 Pembahasan berupa proses pengaplikasian hasil eksplorasi konsep untuk menjadi sebuah objek perancangan.