

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama 2 tahun terakhir, Pandemi *Corona Virus Diseases 2019* (COVID-19) telah memberikan dampak ekonomi yang signifikan di seluruh dunia. Dampak ini mencakup berbagai aspek, termasuk pertumbuhan ekonomi, lapangan pekerjaan, perdagangan internasional, keuangan, dan banyak lagi. Pemulihan setiap aspek pasca pandemi menjadi poin penting bagi pemerintah. Salah satunya dalam sektor perekonomian. Terdapat berbagai daerah yang berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi (Haryono, 2023). Sumber dari penghasilan ekonomi yang tinggi berasal dari kota metropolitan ataupun wilayah aglomerasi megapolitan dikarenakan kompleksitas yang tinggi terjadi di wilayah tersebut seperti pusat ekonomi, budaya dan infrastruktur (Sodik and Iskandar, 2007).

Gerbang kertokusila (Gresik-Bangkalan-Mojokerto-Surabaya-Sidoarjo-Lamongan) adalah wilayah megapolitan terbesar setelah jabodetabek yang berlokasi di Jawa Timur. Wilayah Gerbang kertokusila memiliki rencana induk pertumbuhan ekonomi. Pembangunan dalam berbagai sektor telah tercantum dalam Rencana Panjang Jangka Menengah Daerah Jawa Timur. Kabupaten Lamongan merupakan salah satu Kawasan yang termasuk dalam rencana pertumbuhan ekonomi gerbang kertokusila yang menjadi keuntungan bagi Kabupaten Lamongan dalam penerimaan pendapatan asli daerah (PAD). Pertumbuhan ekonomi di Lamongan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 mengalami kontraksi sebesar 2,65% pada tahun 2020. Dalam peralihan menuju era endemi pada tahun 2023, Pemerintah Kabupaten Lamongan mengumumkan bahwa pertumbuhan ekonomi Lamongan terus meningkat hingga mencapai 5,56%, mencatat pencapaian tertinggi dalam lima tahun terakhir.

Perubahan cepat dalam siklus ekonomi jangka pendek yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah mengguncang hampir semua sektor perekonomian, dengan salah satunya adalah industri ritel. Industri ritel konvensional mengalami penurunan signifikan, berkisar antara 45 hingga 89%, karena bergantung pada pergerakan dan kehadiran pelanggan untuk menjaga produktivitas bisnisnya.

Menurut data yang diterbitkan oleh CEIC Indonesia, pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia pada bulan Agustus 2021 mencatatkan angka -0,1%. Hal tersebut menunjukkan peningkatan jika dibandingkan dengan angka sebelumnya pada bulan Juli 2021, yang mencapai -2,9%. Pembatasan sosial berskala besar (PSBB), ketentuan jam operasional, serta larangan mudik lebaran yang merupakan kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi COVID-19 telah menyebabkan penurunan omset yang signifikan bagi bisnis ritel.

Pusat Perbelanjaan di Lamongan didominasi oleh perbelanjaan tradisional yang menjadi pusat perputaran uang di Lamongan. Dengan luasan kabupaten Lamongan 1,813 km² terdapat 110 pusat perbelanjaan tradisional yang tersebar di setiap kecamatan di kabupaten Lamongan.

Tabel 1.1. Jumlah Pasar di Kabupaten Lamongan

Kecamatan	Pasar	Toko	Pedagang
Sukorame	1	55	572
Bluluk	2	31	309
Ngimbang	2	88	1017
Sambeng	2	74	933
Mantup	4	359	1722
Kembangbahu	2	433	1265
Sugio	2	328	1425
Kedungpring	4	568	1530
Modo	3	431	1111
Babat	7	2836	4193
Pucuk	3	225	945
Sukodadi	2	685	1656
Lamongan	6	1481	3723
Tikung	2	55	557
Sarirejo	1	47	529
Deket	1	21	740
Glagah	3	171	1181
Karangbinangun	2	125	988

Turi	3	77	810
Kalitengah	2	590	1083
Karanggeneng	8	941	1135
Sekaran	9	902	1914
Maduran	3	157	876
Laren	7	911	1301
Solokuro	9	797	1431
Paciran	11	2010	2766
Brondong	9	306	1091
Jumlah / Total	110	14704	36803

Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Lamongan, 2015

Selain pusat perbelanjaan tradisional terdapat pusat perbelanjaan modern diantaranya lamongan plaza, toserba, dan supermarket. Lamongan Plaza adalah pusat perbelanjaan modern pertama di Lamongan, dengan tiga lantai dan 280 unit toko, termasuk 144 stan, 126 area terbuka, dua departemen store, dan satu food court. Saat ini, hanya beberapa kios yang masih beroperasi. Menurut Anggota Komisi C DPRD Lamongan, Ashari, sepi nya pasar modern di Lamongan ini dapat disebabkan oleh kurangnya perencanaan yang matang dari Pemerintah Kabupaten (Pemkab) sebelum melaksanakan proyek pembangunan tersebut. Riset terhadap perubahan perilaku konsumen menjadi penting terhadap strategi marketing pada pusat perbelanjaan masa kini.

Era pasca pandemi merupakan awal baru bagi industri retail *offline* untuk bengkit dan mengembangkan ide gagasan baru untuk bertahan di era perubahan perilaku konsumen. Menurut Ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI), Alphonzus Widjaja, “Fungsi utama dari pusat perbelanjaan bukan lagi hal yang utama saat ini, karena perubahan ini telah dimulai sebelum pandemi COVID-19. Pelanggan menginginkan lebih dari sekadar tempat berbelanja, pelanggan mencari pengalaman hidup yang lebih luas”. Dengan kompetisi antar banyaknya pusat perbelanjaan, maka pusat perbelanjaan dituntut untuk berfokus pada konsep baru untuk menarik minat pengunjung terhadap pusat perbelanjaan tersebut. Dalam menarik minat pengunjung pusat perbelanjaan semakin

berkembang dengan perpaduan fungsi lain. Perkembangan tersebut kini membentuk wadah yang menjadi *one stop lifestyle center* bagi kebutuhan-kebutuhan masyarakat urban. Beberapa perilaku manusia yang sering dilakukan pengunjung selain berbelanja yaitu, menghabiskan waktu luang bersama keluarga atau teman untuk menonton film, makan di restoran, bersantai di area publik, berinteraksi dan bersosialisasi, melakukan perawatan kesehatan dan kecantikan, serta berjalan – jalan menyusuri setiap retail di pusat perbelanjaan.

Dalam RPJMD KAB. LAMONGAN 2021-2026 isu strategis yang dibahas salah satunya adalah permasalahan lingkungan (Pemerintah daerah Kabupaten Lamongan, 2021). Kenaikan aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat pada kabupaten Lamongan berdampak pada peningkatan tingkat pencemaran lingkungan, yang harus diperhatikan secara serius dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, di mana aspek lingkungan memegang peranan kunci. Masalah penting dalam pembangunan ekonomi adalah bagaimana menghadapi trade-off antara pembangunan dengan upaya pelestarian lingkungan (Febriana, Diartho and Istiyani, 2019). Ekologi ditafsirkan sebagai ilmu yang mempelajari tentang hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungan di sekitarnya (Frick, 2007). ekologi arsitektur merupakan konsep bangunan yang sadar akan pentingnya keberlangsungan ekosistem.

Dengan menempatkan alam sebagai elemen utama dalam proses pembangunan, harapannya adalah bahwa ini tidak hanya akan mengurangi dampak negatif pada lingkungan alam, tetapi juga akan menghasilkan lebih banyak kekayaan alam. Prinsip-prinsip arsitektur ekologi yaitu memelihara sumber daya alam, mengelola tanah, air dan udara, menggunakan sistem-sistem bangunan yang hemat energi, menggunakan material lokal, meminimalkan dampak negatif pada alam, meningkatkan penyerapan gas buang, menggunakan teknologi yang mempertimbangkan nilai-nilai ekologi (Frick, 2007).

Dengan pemikiran ini, Lamongan *eco shopping center* dirancang untuk dapat beradaptasi terhadap tren Masyarakat era pasca pandemi dengan memberikan interaksi antara makhluk hidup dan alam. Pengunjung dapat rekreasi dan beraktivitas sosial bersama nuansa alam yang dihadirkan sehingga dapat

menarik minat pengunjung dan meningkatkan perekonomian daerah. Pendekatan arsitektur ekologi dengan memberikan hubungan antar manusia dan alam menjadi konsep yang mengangkat tentang keadaan alam yang dimiliki Kabupaten Lamongan. Penggunaan konsep yang menghadirkan alam pada shopping center diharapkan menjadi hal baru yang dapat memberikan suasana berbeda dari rutinitas *shopping center* pada umumnya.

1.2 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan Lamongan *Eco Shopping Center* yaitu :

1. Menciptakan *shopping center* yang meningkatkan perekonomian daerah Lamongan dengan memberikan tempat bisnis untuk UMKM
2. Menghadirkan *shopping center* yang dapat memenuhi kebutuhan pokok berbelanja dan gaya hidup masyarakat urban serta memberikan fasilitas rekreasi
3. Menghadirkan *shopping center* yang tanggap isu lingkungan dengan memperhatikan dampak dari bangunan terhadap lingkungan sekitar sebagai bentuk interaksi antara makhluk hidup dan alamnya.

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dalam perancangan Lamongan *Eco Shopping Center* yaitu :

1. Menciptakan *shopping center* yang mengaplikasikan konsep ekologi yang menghadirkan nuansa alam
2. Menghadirkan *shopping center* dengan desain yang memperhatikan lingkungan dan memberikan timbal balik antar manusia dan alam
3. Menghadirkan *shopping center* sebagai bangunan komersil yang berfokus pada kualitas interaksi sosial dan fasilitas rekreasi.

1.3 Batasan Dan Asumsi

Batasan dalam perancangan Lamongan *Eco Shopping Center* yaitu :

1. Perancangan bangunan *Shopping Center* terdiri dari 1 massa bangunan yang dirancang dan dibentuk sesuai dengan situasi eksisting tapak

2. Sasaran pengguna *Shopping Center* adalah masyarakat Urban terutama dalam usia produktif
3. Aktivitas pengunjung beroperasi setiap hari pada pukul 10.00 - 22.00 untuk umum.

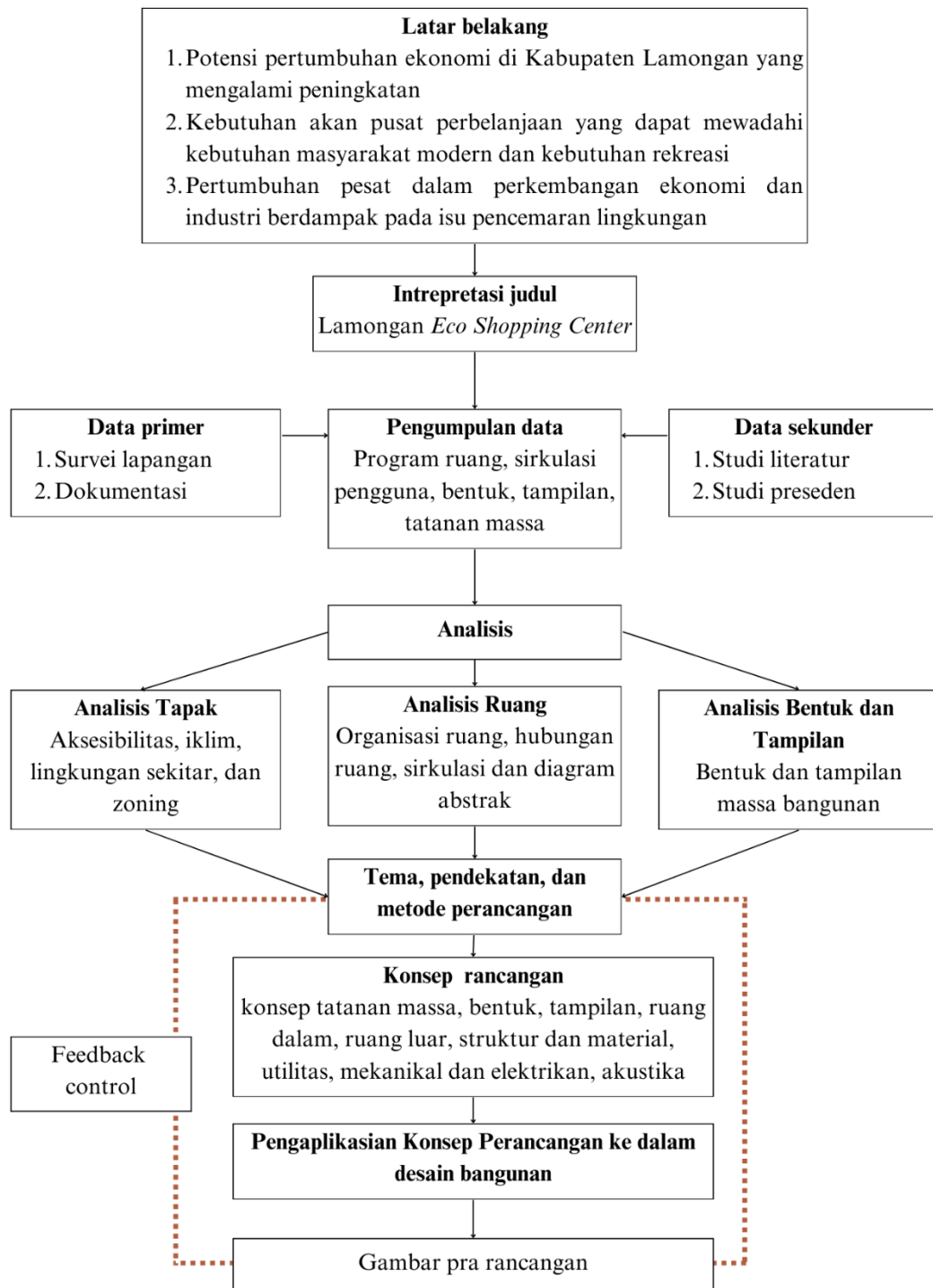
Asumsi dalam perancangan Lamongan Shopping Center yaitu :

1. Kepemilikan dan pengelolaan proyek pusat perbelanjaan ini diasumsikan berasal dari sektor swasta.
2. Bagian *Shopping Center* berupa ruang terbuka publik yang dapat diakses masyarakat penuh setiap hari
3. Kapasitas pengunjung 10.000 orang.

1.4 Tahapan Perancangan

Pada tahap perncangan Lamongan *Eco Shopping Center* menjelaskan tentang urutan susunan laporan

1. Diawali dengan interpretasi judul prancangan Lamongan *Eco Shopping Center*
2. Menggunakan metode analisa untuk mendapatkan konsep secara kualitatif dengan mengumpulkan data baik yang bersumber langsung (data primer) dari observasi lapangan maupun yang bersumber dari referensi lain seperti buku, jurnal, majalah arsitektur, dan sumber internet (data sekunder)
3. Data yang telah diperoleh dianalisa guna menjadi acuan dalam merancang Lamongan *Eco Shopping Center*
4. Setelah menyelesaikan riset dan analisis, kesimpulan dari isu-isu yang telah dikumpulkan akan diolah menggunakan metode perancangan, guna merumuskan konsep perancangan yang sesuai
5. Dengan rumusan yang telah disusun seperti yang telah diuraikan di atas, diharapkan dapat membentuk sebuah kerangka berpikir yang akan mendukung dan menyederhanakan proses perancangan serta membantu dalam merumuskan ide dan bentuk rancangan.



Gambar 1.1. Bagan tahap perancangan Lamongan *Eco Shopping Center*
 Sumber : dokumentasi pribadi, 2023

1.5 Sistematika Laporan

Dalam penyusunan proposal perancangan ini menggunakan digunakan suatu struktur penulisan yang terdiri dari beberapa bab atau sub-bab utama, yang mencakup hal-hal berikut :

- BAB I : Pendahuluan bertujuan untuk memberikan gambaran tentang latar belakang timbulnya ide objek perancangan Lamongan *Eco Shopping Center*, tujuan dan sasaran perancangan, batasan dan asumsi, tahapan perancangan dan sistematika perancangan.
- BAB II : Tinjauan Objek Rancangan mencakup pembahsan berupa beberapa tinjauan umum seperti pengertian dari judul perancangan yaitu Lamongan *Eco Shopping Center* serta tinjauan studi kasus, studi literatur, dan juga studi kawasan.
- BAB III : Tinjauan Lokasi Perancangan membahas tentang latar belakang pemilihan lokasi dan lokasi yang tepat untuk perletakkan objek perancangan.
- BAB IV : Analisis Perancangan menjelaskan mengenai Analisis site, Analisis ruang, Analisis bentuk dan tampilan pada konsep dan tema di Lamongan *Eco Shopping Center*.
- BAB V : Menguraikan tentang dasar dan metode yang dipakai sebagai acuan perancangan, serta konsep yang menjadi dasar dari perancangan, baik konsep tema rancangan, konsep tapak, bentuk utilitas dan struktur.