



BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

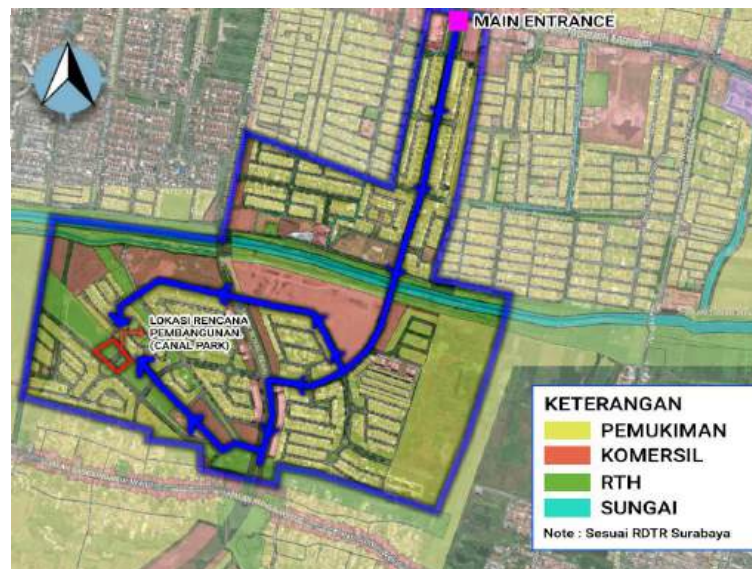
1.1 Latar Belakang

Lifestyle retail merupakan penggabungan konsep pengalaman berbelanja dengan gaya hidup konsumen pada masa kini. Pada era masa kini, perkembangan teknologi sangat berpengaruh pada perilaku masyarakat dalam cara masyarakat berinteraksi dengan merek dan produk. *Lifestyle retail ini* bukan hanya menyediakan tempat untuk konsumen membeli barang, tetapi juga menciptakan lingkungan yang nyaman secara ruang dan visual serta dapat menarik minat konsumen untuk datang kembali lagi ke tempat ini.

Surabaya adalah kota yang memiliki potensi dan minat masyarakat yang tinggi terhadap kegiatan berbelanja terutama pada pusat perbelanjaan atau *mall*. Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Jawa Timur menyebut bahwa pengunjung mal di Surabaya meningkat pesat pada Februari 2022 hingga 70% setelah wabah *covid-19* mereda. Dan kemudian menurut ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Jawa Timur Riza Wibowo, mengungkapkan bahwa kenaikan penyewa *tenant* mal di Jatim meingkat rata-rata 10%-15%. Hal ini menjadi potensi yang akan menjadi masa depan cerah bagi investor dan perencanaan untuk mengembangkan bangunan.

Kepemilikan bangunan ini nantinya akan dimiliki oleh pihak swasta yaitu PT. Bhakti Tamara. Dalam perencanaan bangunan ini berada di wilayah *Central Bussines District* (CBD) di wilayah *royal residence* Surabaya. Fasilitas yang disediakan oleh pengelola *royal residence* Surabaya saat ini TK-SD Nasional Plus, *Royal Square*, Supermarket bahan bangunan, *The Royal Club House*, lapangan tennis, *basketball court*, *The Plaza Royal Canal Park* dan *One Gate System*. Pengembangan fasilitas ini akan terus dilaksanakan kedepannya sesuai dengan kebutuhan dari pengunjung dan peruntukan lahan komersil pada area *royal residence* Surabaya. Terdapat rencana pembangunan yang sudah dalam proses tahap perencanaan desain awal, hal tersebut direncanakan oleh PT. Bhakti Tamara dan dikerjakan oleh PT. Karya Bakti Konsultan untuk menciptakan ruang komunal dan foodcourt bagi para penghuni yang berada di area *Canal Park* namun karena

beberapa pertimbangan tidak jadi terealisasi. Untuk lokasi perancangan dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Lokasi Perencanaan Proyek Canal Park

Sumber : Google Maps

Pengembangan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat *royal residence* Surabaya adalah *lifestyle retail* yang menyediakan tempat berbelanja, restoran, kafe *co-working* dan sarana hiburan untuk bersantai masyarakat *royal residence* Surabaya. Perencanaan fasilitas *lifestyle retail* ini merespon kebutuhan penghuni *royal residence* Surabaya. Unit yang disediakan oleh pengelola sampai saat ini ada 9 unit *cluster* yaitu *Organica*, *Oakwood*, *Soho*, *Greenwich*, *The Royal 55 Cityloft* dan *Canal Park*. Pada setiap *cluster* memiliki jumlah unit hunian yang berbeda-beda, yang terbaru pada area *Organica* terdapat 69 hunian awal yang dipasarkan dan di area Canal park tersedia 200 unit. Penghuni yang ada di *royal residence* Surabaya mayoritas adalah keluarga dengan 1 sampai 2 anak dengan usia orang tua produktif sekitar 30-40 tahun. Pemenuhan kebutuhan berbelanja sehari-hari penghuni dapat terpenuhi dengan mudah ketika ada fasilitas berbelanja di *lifestyle retail*.

Untuk mayoritas penghuni pada *royal residence* ini bekerja pada bidang swasta dan memiliki bisnis sampingan. Pada masa kini, pekerjaan yang dilakukan masyarakat terutama pada masyarakat *royal residence* terkadang memiliki sistem

work from home (WFH) dikarenakan memang pekerjaannya sistemnya bekerja jarak jauh. Fasilitas *co-working* pada *lifestyle* ini memudahkan para pekerja dan juga mahasiswa yang memiliki hunian di *royal residence* ini untuk bekerja pada area *co-working* ketika bosan bekerja dari rumah.

Dalam konteks *lifestyle retail*, *capital investment* menjadi elemen krusial yang tidak hanya sebatas pada proses pembangunan atau tampilan bangunan, tetapi juga pada penciptaan pengalaman berbelanja yang memenuhi gaya hidup konsumen masa kini. Menurut (Yovita, 2021) investasi akan memberikan keuntungan positif bagi para investor yaitu berupa aset dan harta, namun hal tersebut memerlukan waktu untuk mendapatkan profit yang diinginkan. Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana cara untuk menarik konsumen agar ingin mengunjungi ataupun berbelanja pada bangunan *retail* yang akan direncanakan.

Sebagai contoh, investasi modal dalam pembangunan fasilitas *retail* tidak hanya mencakup tampilan fisik bangunan dan pemilihan lokasi strategis, tetapi juga berfokus pada fasilitas dan interior yang mencerminkan identitas, penggunaan teknologi yang mendukung kenyamanan pengunjung, serta pengembangan area *multi* fungsi untuk kegiatan sosial atau hiburan. Semua aspek ini dirancang untuk menciptakan daya tarik yang kuat dan meningkatkan kenyamanan konsumen, sehingga mendorong loyalitas jangka panjang sekaligus memperkuat posisi bisnis dalam persaingan industri *retail*.

Konsep *lifestyle retail* melibatkan desain fasad eksterior dan interior bangunan untuk memberikan kualitas pengalaman berbelanja yang interaktif yang membuat konsumen akan betah berada di area bangunan. Seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengalaman berbelanja, model *lifestyle retail* ini semakin relevan untuk merespon kebutuhan konsumen. Untuk menjangkau konsumen di area sekitar *royal residence*, *lifestyle retail* ini harus memiliki hal pembeda atau sisi yang menarik untuk bersaing dengan kompetitor yang ada di sekitar wilayah tersebut.

Lokasi *lifestyle retail* berada di kawasan *royal residence* Surabaya. Fokus pasar konsumen *lifestyle retail* ini adalah penghuni dari *royal residence* itu sendiri dan untuk target pasar secara meluas mencakup konsumen lokal area Kota Surabaya. Alasan pemilihan lokasi di *royal residence* ini dikarenakan kompleks hunian tersebut sudah memiliki *branding* yang bagus di area Surabaya ini dan masih

memungkinkan untuk direncanakan sebuah bangunan dengan fungsi lain di area ini.

Kompetitor utama dari *lifestyle retail* adalah Pakuwon Mall dan Royal Square yang terletak di pinggir jalan raya menganti . Lokasi site yang akan direncanakan *lifestyle retail* ini berjarak kurang lebih 4 km dari kompetitor utama. Kelebihan dari lokasi yang dipilih ini untuk aksesibilitas kendaraan keluar dan masuk site lebih nyaman dikarenakan di area ini tidak ramai kendaraan melintas di jalan dibandingkan dengan kompetitornya berada di pinggir jalan raya yang sangat padat kendaraan.

Dengan adanya kompetitor yang berada di area yang tidak terlalu jauh dari lokasi site membuat daya saing pasar konsumen antara kedua bangunan *retail* ini menjadi ketat. Hal tersebut akan menjadi patokan pembeda untuk perencanaan *lifestyle retail* ini agar konsumen nantinya lebih tertarik untuk datang ke bangunan ini dibanding Royal Square dan Pakuwon Mall.

Lifestyle retail ini termasuk dalam kategori *shopping center* dimana nantinya akan memiliki beberapa fungsi yaitu pusat perbelanjaan, restoran dan kafe. Area perbelanjaan akan menjadi fokus utama dalam perencanaan bangunan ini serta restoran dan kafe akan menjadi fungsi pendukung untuk menarik konsumen untuk datang sekedar bersantai dan melepas penat. Potensi tersebut juga dapat digabungkan antara *co-working space* dengan restaurant dan kafe yang dapat menjadi daya tarik lebih pada masyarakat untuk bisa datang pada tempat tersebut.

Masyarakat cenderung mengalami perubahan gaya hidup dalam cara bekerja dan menjalani aktivitas mereka, hal tersebut adalah argumen dari (Yovita, Purwoko and Indrawan, 2019). Jika dibanding dengan zaman dimana teknologi belum berkembang dengan pesat, masyarakat lebih menyukai bekerja di area kantor dengan kemudahan komunikasi secara langsung pada masa itu. Pada zaman sekarang, mayoritas masyarakat lebih menyukai melakukan kegiatannya dan bekerja di area *co-working space* ataupun kafe yang dirasa lebih fleksibel dan nyaman bagi mereka saat menjalani aktivitasnya.

Co-working space menjadi tempat dimana orang dapat bekerja di tempat dan bersosialisasi untuk saling berbagi pengalaman, ilmu, serta informasi satu sama lain (Bagus Ananda *et al.*, 2018). *Co-working space* disini memfasilitasi aktivitas

tersebut dengan menyediakan tempat yang nyaman dengan lingkungan yang memadai untuk bekerja. Semua kalangan masyarakat bisa merasakan bekerja di area *co-working space* tanpa memandang latar belakang, keinginan dan kepentingan masing-masing individu. Area tersebut juga memberikan fasilitas bagi masyarakat untuk saling berinteraksi dengan orang-orang baru yang berada di area tersebut. Untuk menciptakan suasana nyaman tidak lepas dengan tatanan eksterior dan interior dari area yang digunakan untuk masyarakat bekerja. ‘

Desain interior dan eksterior saling berhubungan dalam perancangannya, gaya yang digunakan pada eksterior akan diterapkan juga pada interior desain nantinya. Fasad eksterior yang menjadi fokus utama dalam perancangan ini karena sebagai wajah dari bangunan itu sendiri harus dapat memikat masyarakat datang ke *lifestyle retail* ini walau hanya sekedar berjalan-jalan. Selain harus menarik dan inovatif, fasad terluar bangunan juga sebagai penunjang branding *Royal Residence* sudah memiliki ketenaran di area lingkungan tersebut.

Kemudian fokus dari interior bangunan *lifestyle retail* ini untuk memberikan pengalaman yang berbeda untuk masyarakat ketika belanja untuk kebutuhan masyarakat dan bekerja di area kafe ataupun restoran yang ada di area tersebut. Menurut (Furqani and Heldi, 2022) interior kafe, *co-working space* dan restoran yang menarik dan elegan akan menjadi daya tarik pendukung dalam memanjakan pengunjung secara visual ketika sudah masuk dalam area tersebut.

Dengan merancang *lifestyle retail* yang modern, efisien, dan berkelanjutan, Indonesia dapat meningkatkan kualitas perdagangan lokal dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat. Melalui integrasi teknologi, keberlanjutan, dan desain yang inovatif. Perancangan ini dapat menjadi pusat perdagangan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini tetapi juga dapat beradaptasi dengan perubahan yang akan datang.

1.2 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.2.1 Tujuan

Adapun Tujuan dari perancangan *Lifestyle Retail* di *Royal Residence* Surabaya adalah :

1. Memberikan pengalaman yang berkualitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar.
2. Menjadi salah satu tempat untuk melepas penat khususnya bagi masyarakat Surabaya bagian barat.
3. Membantu pemerintah kota Surabaya untuk meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi dalam proses merealisasikan kota Surabaya sebagai kota metropolitan.
4. Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dalam bisnis *retail*.

1.2.2 Sasaran Perancangan

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dengan dirancangnya *Lifestyle Retail* di *Royal Residence* Surabaya ini yaitu :

1. Merancang bangunan *retail* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan sasaran pasar tertentu.
2. Menciptakan suasana yang santai dan nyaman untuk berbelanja sekaligus bekerja di area *co-working space* bagi masyarakat yang ada di dalamnya.
3. Merancang *lifestyle retail* yang inovatif dan tentunya menjadi pelopor dalam berinovasi pada perancangan bangunan *retail*.
4. Merancang bangunan *retail* untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan menawarkan beberapa fasilitas yang dibutuhkan masyarakat masa kini.

1.3 Batasan dan Asumsi

1.3.1 Batasan

Lingkup pembahasan pada desain ini agar objek yang di desain tidak meluas dan dapat tercapai sesuai target, maka lingkup pembahasan desain ini yaitu :

1. Konsep yang digunakan pada perancangan ini adalah bangunan *lifestyle retail* dengan pendekatan kontemporer.

2. Dokumen ini hanya sebatas desain rancangan untuk memenuhi persyaratan tugas akhir dalam mendapatkan gelar Strata-1 , tidak untuk direalisasikan
3. Fungsi bangunan *lifestyle retail* ini sebagai tempat berbelanja, restoran, kafe, area *co-working* dan fasilitas hiburan.
4. *Lifestyle retail* ini ditekankan pada fasilitas, tampilan bangunan dan elemen lanskap untuk menarik perhatian masyarakat sekitar dan memberikan pengalaman yang berkualitas pada pengunjung saat melakukan aktivitas di bangunan ini.

1.3.2 Asumsi

Asumsi rencana proyek perancangan *Lifestyle Retail* di *Royal Residence* Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Kepemilikan dari proyek ini adalah PT. Bhakti Tamara atau biasa dikenal dengan *Royal Residence*.
2. Berdasarkan studi literatur yang dilakukan, rancangan *lifestyle retail* ini meliputi minimal 4 unit restoran, 8 unit kafe *co-working*, area hiburan, *foodcourt* dan 1 unit area pusat perbelanjaan yang memiliki area yang luas dibanding restoran dan kafe.
3. Daya tampung proyek diasumsikan dapat menampung kurang lebih 1000 – 2000 pengunjung dalam waktu yang bersamaan, hal tersebut merupakan hasil studi literatur yang telah dilakukan oleh penulis.

1.4 Tahapan dan Kerangka Rancangan

1.4.1. Tahapan Perancangan

Penyusunan rencana dan rancangan fisik dari gagasan dibagi menjadi beberapa tahapan agar dapat terealisasi dengan baik. Tahapan tersebut yaitu :

1. Menyusun Judul
Menjelaskan judul rancangan secara singkat dan jelas.
2. Pengumpulan Data
Mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk membantu dalam proses perancangan ide desain yang didapatkan dari studi literatur, peraturan dan literatur lainnya yang bersumber dari sumber primer dan sekunder.

3. Menentukan Metode Rancangan

Data yang telah didapatkan dari berbagai literatur akan diolah untuk menunjang teori dan kerangka rancangan nantinya.

4. Konsep Rancangan

Menyusun tema, pendekatan dan gagasan yang akan menjadi inti dari sebuah perancangan agar hasil dari proses merancang tidak melenceng dari apa yang dimaksud sebelumnya.

5. Gagasan desain

Mencari ide rancangan yang dapat memunculkan sebuah desain sesuai dengan konsep dan tema rancangan yang telah disusun.

6. Pengembangan Rancangan Desain

Proses mengembangkan gagasan desain sesuai dengan tema dan konsep yang telah disusun sebelumnya.

7. Laporan Desain

Mewujudkan hasil gagasan desain dalam bentuk gambar rancangan seperti layout plan, site plan, denah, potongan, tampak, perspektif dan utilitas.

1.4.2. Kerangka Tahapan Perancangan

Berikut merupakan kerangka tahapan perancangan atau biasa disebut dengan diagram tahapan perancangan “*Lifestyle Retail di Royal Residence Surabaya*” agar dapat mencapai tujuan perancangan adalah sebagai berikut:

KERANGKA TAHAPAN PERANCANGAN



Gambar 1.2 Alur Tahapan Perancangan

Sumber : Analisis Pribadi, 2024

1.5 Sistematika Penulisan

Gambaran sistematika penulisan yang digunakan dalam pembuatan laporan perancangan agar tujuan dari perancangan dapat terpenuhi, maka perlu adanya sistematika penulisan yang jelas dan terstruktur sebagai berikut :

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas penjabaran tentang deskripsi perancangan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, manfaat desain, metode pembahasan, dan sistematika penulisan.

- **BAB II TINJAUAN OBJEK PERANCANGAN**

Bab ini membahas teori yang berkaitan dengan pasar modern, pertumbuhan laju ekonomi, dan fungsi bangunan yang akan direncanakan.

- **BAB III TINJAUAN LOKASI**

Bab ini berisi tentang gambaran umum site, data fisik site dan memuat potensi site di *Royal Residence* Surabaya.

- **BAB IV ANALISIS PERANCANGAN**

Bab ini berisi tentang analisis site yang akan menghasilkan gambaran umum bentuk dan tampilan bangunan yang nantinya akan dirancang.

- **BAB V KONSEP PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang dasar acuan tema dan konsep rancangan yang akan direalisasikan pada bentuk 3 dimensi bangunan nantinya.