

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat sifat dan aktivitas masyarakat dapat berubah, Perubahan yang terjadi salah satunya adalah meningkatnya taraf hidup masyarakat bersamaan dengan sifat konsumtif dan tuntutan untuk memenuhi kebutuhan fisik (makan, pakaian, kebutuhan rumah tangga) maupun mental (rekreasi). Dalam *Less Cash Society* (Jati, 2015) memberikan hasil temuan berupa pola konsumsi kelas menengah di Indonesia yang mengalami transisi dari memenuhi kebutuhan hidup menjadi memenuhi kebutuhan simbolis. Adanya keinginan terhadap pengakuan identitas dan gaya hidup itulah yang menjadikan masyarakat kelas menengah di Indonesia lebih bersifat sekunder. Konsumtif dalam lingkup komersial, salah satu bagian yang terdampak oleh perkembangan ini adalah pusat perbelanjaan (*shopping center*). Pusat perbelanjaan merupakan tempat yang berisikan berbagai macam toko dan menjadi tempat terjadinya transaksi jual beli maupun pertukaran barang dan jasa. Di dalam pusat perbelanjaan, jenis produk yang dijual di antaranya kebutuhan pangan, pakaian, aksesoris dan lain-lain.

Di Indonesia, pusat perbelanjaan pertama yang berdiri adalah Sarinah. Sarinah didirikan pada tahun 1962 dan peresmian dilakukan pada tahun 1966 oleh mantan presiden Indonesia, Ir. Soekarno dan merupakan pelopor bisnis ritel modern di Indonesia. (PT. Sarinah, n.d.). Dengan adanya perkembangan zaman dan ditambah dengan hadirnya Sarinah di Indonesia, para pengembang (*developer*) melihat bahwa hal ini dapat menjadi potensi bisnis yang menarik. Karenanya, mulai bermunculan pusat perbelanjaan baru yang tersebar di Indonesia, khususnya di daerah perkotaan. Adanya pusat perbelanjaan ini sejalan dengan gaya hidup masyarakatnya yang modern dan konsumtif. Pusat perbelanjaan ini saling bersaing menunjukkan keunggulan atau titik jualnya (*selling point*) yang bisa menarik minat pengunjung untuk mengunjungi pusat perbelanjaan tersebut.

Semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang biasanya memiliki konsep bangunan yang sepenuhnya tertutup (*enclosed space*) membuat

masyarakat mulai bosan dengan konsep pusat perbelanjaan yang tipikal. Karena hal tersebut, tidak sedikit pusat perbelanjaan yang sudah mulai sepi pengunjung. Menurut Ahli Properti, dikutip dari detik.finance.com pada 26 Februari 2023, mengatakan secara umum, pusat perbelanjaan harus bisa mengikuti perkembangan zaman, dari kondisi fisik pusat perbelanjaan tersebut, *tenant* dan juga target pasarnya (Sudijanto, 2022). Tidak hanya itu, dari situs web yang sama, Head of Research JLL Indonesia juga mengatakan, jika ingin melakukan *repositioning* atau *revitalising*, bisa dimulai dengan mempelajari target pasarnya, kebutuhan dan gaya hidup dari target pasar tersebut agar bisa lebih jelas dalam melakukan strategi penentuan *tenant* yang akan memenuhi pusat perbelanjaan tersebut (Karim, 2022).

Berdasarkan keterangan di atas, bisa dikatakan bahwa persaingan pusat perbelanjaan yang sedang terjadi saat ini membuahkan suatu gabungan pemikiran konsep yang menyatukan pusat perbelanjaan dengan konsep lain, misalnya hiburan (*entertainment*), jadi tidak hanya fokus ke pusat perbelanjaannya, namun juga menyediakan fasilitas untuk bersenang-senang.

Terlebih lagi adanya belanja secara *online* yang merupakan cara berbelanja yang dapat memudahkan pembeli untuk membeli suatu produk. Pembeli tahu persis situs web apa yang ingin dikunjungi, pilihan produk yang lebih banyak, harga produk yang kompetitif dan akses informasi yang mudah mengenai segala hal yang terkait dengan produk (Peterson, Balasubramanian, & Bronnenberg, 1997). Hal ini mempengaruhi tren belanja dan pembeli menjadikan pusat perbelanjaan sebagai tempat untuk melihat-lihat terlebih dahulu produk yang ingin mereka beli. Mengunjungi toko untuk melihat produk, lalu membelinya secara *online* (Suau & Bauzá, 2009).

Tidak hanya itu, dikarenakan pandemi yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 2020 hingga saat ini dan dengan segala penyesuaian masyarakat terhadap virus Covid-19, seperti mengharuskan pakai masker dimana pun berada, menjaga jarak, hindari ruangan *indoor*, dan lain-lain. Salah satunya adalah masyarakat disarankan untuk mengunjungi tempat yang memiliki konsep terbuka (*open space*) untuk alasan kesehatan. Namun tidak disadari

protokol-protokol Covid-19 ini menyebabkan munculnya kebiasaan dan pandangan baru terhadap konsep pusat perbelanjaan.

Hal ini menjadi pembaharuan yang sepertinya akan lebih diminati oleh pengunjung, karena saat ini tujuan masyarakat ke pusat perbelanjaan tidak hanya berbelanja seperti dulu, namun juga karena fasilitas hiburan yang tersedia. Konsep pusat perbelanjaan yang seperti ini masih terbilang sedikit di Indonesia.

Dengan latar belakang seperti yang dijelaskan diatas, PT. Bumi Serpong Damai Tbk yang didirikan pada tahun 1984 oleh Sinarmas Land untuk dijadikan sebagai kota satelit (*satellite city*), dan mulai beroperasi sejak tahun 1989 dengan total area sekitar 6.000 ha (PT. Bumi Serpong Damai Tbk, 2015). Dibawah naungan Sinarmas Land, BSD City menawarkan konsep kota mandiri dengan berbagai fasilitas, sarana, kenyamanan dan kemudahan, terutama sejak tol Jakarta-Serpong sudah dibuka, pastinya hal ini akan menjadi titik jual (*selling point*) tersendiri dari BSD dalam menarik minat pengunjung. Salah satu fasilitas yang disuguhkan oleh BSD adalah The Breeze BSD City, pusat perbelanjaan dengan sebutan “*Mall without Walls*” yang mengusung konsep *Open Air Lifestyle*. Pusat perbelanjaan ini bisa dikatakan beda dari pusat perbelanjaan lain dikarenakan The Breeze BSD City merupakan pusat gaya hidup dan hiburan dengan konsep terbuka pertama di Indonesia (The Breeze BSD City, 2023).

Melihat kesibukan sehari-hari di perkotaan, seperti sibuk bekerja dan harus menghadapi kemacetan yang akan selalu ada, membuat masyarakat jenuh dan cenderung mudah mengalami stres. Namun kini dengan adanya perubahan masyarakat yang diakibatkan oleh perkembangan demografi, selera masyarakat dan kesadaran akan kehidupan yang sehat (Agustino, 2023), ditambah juga dengan konsep yang diberikan oleh The Breeze BSD City, pusat perbelanjaan ini bisa dibilang menjadi tujuan untuk mereka yang ingin melakukan *short getaway* dari kesibukan hiruk pikuk perkotaan, karena seperti konsepnya yang menyuguhkan tidak hanya sebuah pusat perbelanjaan namun memiliki fasilitas hiburan (*entertainment*). Berdasarkan isu ini, peneliti ingin meneliti salah satu jenis pusat perbelanjaan yaitu *lifestyle center*, dengan studi

kasus The Breeze BSD City yang mengklaim bahwa mereka memiliki konsep perancangan yaitu *The Ultimate Outdoor Lifestyle Excitement*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat dipahami bahwa perubahan minat pengunjung terhadap pusat perbelanjaan konvensional dengan pusat perbelanjaan yang memiliki pembaharuan konsep seperti yang diterapkan di The Breeze BSD City yang mengusung konsep *The Ultimate Outdoor Lifestyle Excitement*. Maka dari itu, penelitian ini memiliki bahasan yang akan menjadi rumusan masalahnya, yaitu:

1. Apakah konsep *lifestyle center* sesuai dengan implementasi yang ada pada The Breeze BSD City?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat dicapai dari penelitian ini adalah untuk memahami atau mengkaji bagaimana penerapan konsep *lifestyle center* pada studi kasus yang dipilih yaitu The Breeze BSD City.

Dengan demikian, peneliti dapat menjadikan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan kepada The Breeze BSD City ataupun pusat perbelanjaan lain, agar dapat memberikan apa yang diinginkan dan kenyamanan bagi pengunjungnya dengan cara menerapkan konsep desain tersebut pada rancangannya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi mengenai minat pengunjung pusat perbelanjaan yang sudah berubah dari masa ke masa yang mempengaruhi sisi arsitektur dari suatu tempat atau bangunan. Tidak hanya itu, dalam penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya:

- Pengunjung

Diharapkan penelitian ini bisa membuat pengunjung pusat perbelanjaan paham akan konsep yang terbilang “baru” dari sebuah pusat perbelanjaan.

- Pihak *developer*  
Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan untuk pihak *developer* bahwa konsep desain yang baru dapat menjadi sebuah pembaharuan dalam bidang ritel dan tentunya menjadi daya tarik tersendiri dari suatu pusat perbelanjaan.
- Mahasiswa  
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau menambah wawasan untuk mahasiswa yang sedang mencari tahu tentang pusat perbelanjaan dengan jenis *lifestyle center*.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### 1. BAB I: Pendahuluan

Peneliti akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian pada bab ini. Bahasan mengenai latar belakang dimulai dengan menjelaskan tentang perkembangan di perkotaan, penyebab mall mulai sepi, hingga profil perusahaan Sinarmas Land yang membuat The Breeze BSD City menjadi suatu jawaban dari isu yang sedang dibahas. Lalu untuk rumusan masalah, memuat pertanyaan besar yang berangkat dari rangkaian isu yang diteliti oleh peneliti. Selesai dengan latar belakang dan rumusan masalah, selanjutnya adalah manfaat serta tujuan penelitian yang diharapkan akan tersampaikan dengan baik untuk pembaca dalam berbagai latar belakang sebagai pembelajaran atau sekedar sumber informasi.

### 2. BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada BAB II, peneliti akan membahas mengenai teori-teori yang digunakan pada penelitian ini. Bahasan ini didapat melalui buku, penelitian terdahulu dan informasi-informasi tambahan yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam membantu proses penelitian. Tinjauan Pustaka ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menemukan letak permasalahan dan memperkuat penelitian.

### 3. BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini, akan menjelaskan mengenai langkah dalam penelitian. Akan dijabarkan metode penelitian, penjelasan objek penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data hingga variabel yang akan digunakan, untuk membantu proses penelitian.

### 4. BAB IV: Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini, akan berisikan penjabaran hasil dan analisis penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan literatur dan teori yang didapatkan dari berbagai sumber. Hasil dan analisis penelitian ini akan peneliti jelaskan melalui variabel teori desain dalam perancangan bangunan The Breeze BSD City. Pada keterkaitannya bagaimana The Breeze BSD City menerapkan teori desain khusus pusat perbelanjaan dengan konsep bangunannya, yaitu *The Ultimate Outdoor Lifestyle Excitement*.

### 5. BAB V: Penutup

Bab ini akan menjadi penutup dalam penelitian, bab ini akan memuat kesimpulan akhir dan analisis yang telah dilakukan selama penelitian dalam durasi waktu tertentu. Pada bab ini juga akan memuat saran dan usulan terkait penelitian yang telah dilakukan, untuk penelitian selanjutnya.