



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

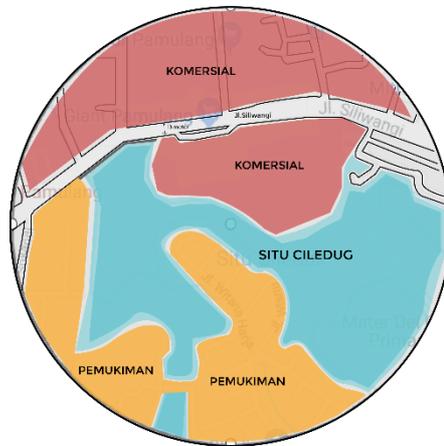
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pamulang merupakan salah satu kecamatan di kota Tangerang Selatan yang menjadi pusat kegiatan dan pemukiman padat. Dari posisinya, kecamatan Pamulang memiliki posisi yang cukup strategis karena berada di tengah-tengah empat daerah yaitu kecamatan Serpong (kota Tangerang Selatan), Ciputat (kota Jakarta Selatan), Cinere (kota Depok) hingga Parung (kota Bogor). Hal tersebut menjadikan Pamulang sebagai daerah transisi menuju pusat kota, sehingga Pamulang merupakan salah satu daerah yang cukup ramai di Tangerang Selatan.

Secara umum, sebuah kota memiliki *image* tertentu yang menjadi ciri-khas dari kota tersebut sehingga meninggalkan kesan tertentu. *Image* tersebut ditentukan juga oleh *value* yang dimiliki oleh kota. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis dalam seminar penelitian yang berjudul “**PERUBAHAN FUNGSI SITU CILEDUG DALAM UPAYA PENINGKATAN VALUE DAN IMAGE DARI KECAMATAN PAMULANG**” hingga saat ini baik *image* maupun *value* dari kecamatan Pamulang tergolong kurang baik. Beberapa faktor penyebabnya adalah kurang maksimalnya pemanfaatan elemen alam pada kecamatan Pamulang (situ Ciledug) sehingga terjadi perubahan fungsi, kurang terawatnya elemen-elemen dari ke empat poin *architectural value* (*environmental, economic, traditional, novelty*) serta lima elemen *image* suatu kota (*landmarks, nodes, edges, path, district*).

Berdasarkan analisis dari teori *image of the city* (Lynch, 1960), kecamatan Pamulang memiliki *landmarks* yaitu Pamulang Mall (Pamulang Square) yang berlokasi di Jalan raya utama Pamulang, tepatnya di samping situ Ciledug. Namun tidak hanya berperan sebagai *landmarks*, Pamulang Mall juga berperan sebagai *nodes* dan *edges* dari kecamatan Pamulang yang memisahkan zona komersil dan hunian sehingga kehadiran dari mall tersebut merupakan salah satu yang menentukan *image* dari Pamulang.



Gambar 1. 1 Edges

Sumber: Data olahan penulis

Pamulang Mall atau lebih dikenal dengan sebutan Pamulang Square merupakan pusat perbelanjaan satu-satunya di Pamulang dengan konsep *Trade Mall* yang mulai beroperasi pada tahun 2013. Pada awal tahun pembukaan, jumlah pengunjung dapat mencapai 8.000 orang saat hari kerja dan 20.000 orang saat hari libur karena pada saat itu konsep *Trade Mall* sedang menjadi tren dan merupakan hal yang baru sehingga banyak masyarakat tertarik untuk berkunjung karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman namun tetap mendapatkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik. Hingga pada akhir tahun 2015, *e-commerce* mulai berkembang dan masyarakat cenderung untuk berbelanja secara online dibandingkan berbelanja secara langsung karena lebih praktis, menghemat waktu dan harga barang yang relatif lebih murah. Hal tersebut menyebabkan konsep *Trade Mall* perlahan redup dan menyebabkan turunnya minat masyarakat untuk mengunjungi mall untuk berbelanja secara langsung seperti halnya pada mall Pamulang yang semenjak tahun 2015 pertengahan hingga saat ini (2020) jumlah pengunjung semakin menurun.

*Trade Mall* merupakan salah satu tipe mall yang paling umum dijumpai di skala perkotaan. Mall tipe tersebut menghadirkan tenant yang mayoritas menjual barang grosir sehingga harga lebih murah dan berkualitas namun pengunjung tetap

mendapat pengalaman berbelanja yang nyaman. Seiring berkembangnya zaman, mall dengan konsep *trade mall* mengalami penurunan pengunjung. Hal ini dikarenakan masyarakat sudah dapat berbelanja secara online sehingga saat ini berbelanja dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa harus mengunjungi tempatnya langsung. Selain itu mall dengan tipe *trade mall* cukup sulit dikelola karena tidak sepenuhnya dapat dikelola oleh manajemen bangunan setelah kios-kios terjual dan jika ada kios yang tidak terjual nilai investasi akan lenyap.

Dari sisi *image* dan *value* yang ditinjau dari kondisi eksisting dan analisis, kecamatan Pamulang memiliki beberapa kekurangan signifikan yang berdampak pada beberapa hal seperti kurangnya lahan untuk menampung lapak berjualan dipinggir jalan sehingga masyarakat menempati baju jalan dan menyebabkan macet terlebih jika ada festival malam lebaran, tidak adanya *public space* atau ruang berkumpul masyarakat dan tempat hiburan untuk rekreasi bersama keluarga, hadirnya kesan *placelessness* di mana seseorang tidak dapat merasakan sesuatu yang unik/khas dari daerah yang ia kunjungi dan yang terakhir adalah elemen alam yang tidak berfungsi secara maksimal sehingga mengalami perubahan fungsi. Namun di samping dari kekurangan tersebut, kecamatan Pamulang juga memiliki potensi yang dapat ditingkatkan. Salah satu potensi kecamatan Pamulang dapat dilihat dari segi lingkungan, ekonomi daerah, masyarakat yang antusias dan mengikuti tren, akses dan fasilitas yang cukup baik dan masih bisa dikembangkan jika menggunakan pendekatan yang tepat dan sesuai dengan konteks.

Untuk meningkatkan *image* dan *value* kecamatan Pamulang satu hal yang memiliki peran paling penting adalah masyarakat yang bermukim. Suatu tempat, fasilitas, properti akan bertahan lama selama masyarakat memiliki tujuan tertentu untuk mengunjungi hal tersebut, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mencari nafkah atau mencari hiburan dan rekreasi. Maka dari itu untuk meningkatkan *image* dan *value* dibutuhkan suatu fungsi, konsep dan hal yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan target pasar yang jelas.

Berdasarkan buku Happy City (2013), sebuah kota sudah semestinya memiliki suatu ruang publik dan elemen alam yang hadir untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan produktivitas kegiatan daerah. Selain itu, tempat rekreasi juga dibutuhkan untuk menjadi tempat hiburan, istirahat dan berkumpul.

*Eco-leisure* merupakan salah satu turunan dari *eco-tourism* yang berarti konsep rekreasi yang berorientasi pada ekologi lingkungannya. *Eco-tourism* sendiri secara umum adalah suatu jenis pariwisata dengan elemen alam yang kuat untuk meminimalisir kerusakan ekologi atau alam tersebut namun tetap memiliki *value* ekonomi dan lokalitas. Sedangkan *eco-leisure* merupakan salah satu jenis dari *eco-tourism* yang berfokus pada pemenuhan hasrat, kebutuhan spiritual, lingkungan fisik dan sosial manusia.

Dari segi *image* dan *value* kecamatan Pamulang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan dapat dikembangkan. Jika dikaitkan dengan *eco-leisure*, kecamatan Pamulang memenuhi beberapa prinsip yaitu memiliki lokasi yang strategis (mudah diakses oleh masyarakat), menunjang ekonomi daerah (pusat perdagangan dan jasa), memiliki tradisi lokal dan memiliki sumber daya alam (situs Ciledug). Sehingga dengan konsep tersebut dapat dikaitkan dengan upaya peningkatan *image* dan *value* dari kecamatan Pamulang.

Skripsi ini ingin membahas mengenai penerapan *eco-leisure* pada Pamulang mall dalam upaya peningkatan *image* dan *value* kecamatan Pamulang. Penulis mengamati, mengidentifikasi serta menganalisis keadaan eksisting Pamulang mall serta mengaitkannya dengan teori *eco-leisure*, *image* dan *value* dari segi arsitektural terhadap kecamatan Pamulang.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana upaya meningkatkan *image* dan *value* dari kecamatan Pamulang melalui penerapan konsep *eco-leisure* pada Mall Pamulang?
2. Bagaimana penerapan konsep *eco-leisure* pada Mall Pamulang?

### **1.3. Tujuan Perancangan**

1. Tujuan dari skripsi ini adalah upaya peningkatan *value* dan *image* dari kecamatan Pamulang melalui perancangan mall Pamulang dengan menggunakan konsep eco-leisure sehingga dapat menjadi ciri khas dan daya tarik dari kecamatan Pamulang.