

BAB I

PENDAHULUAN

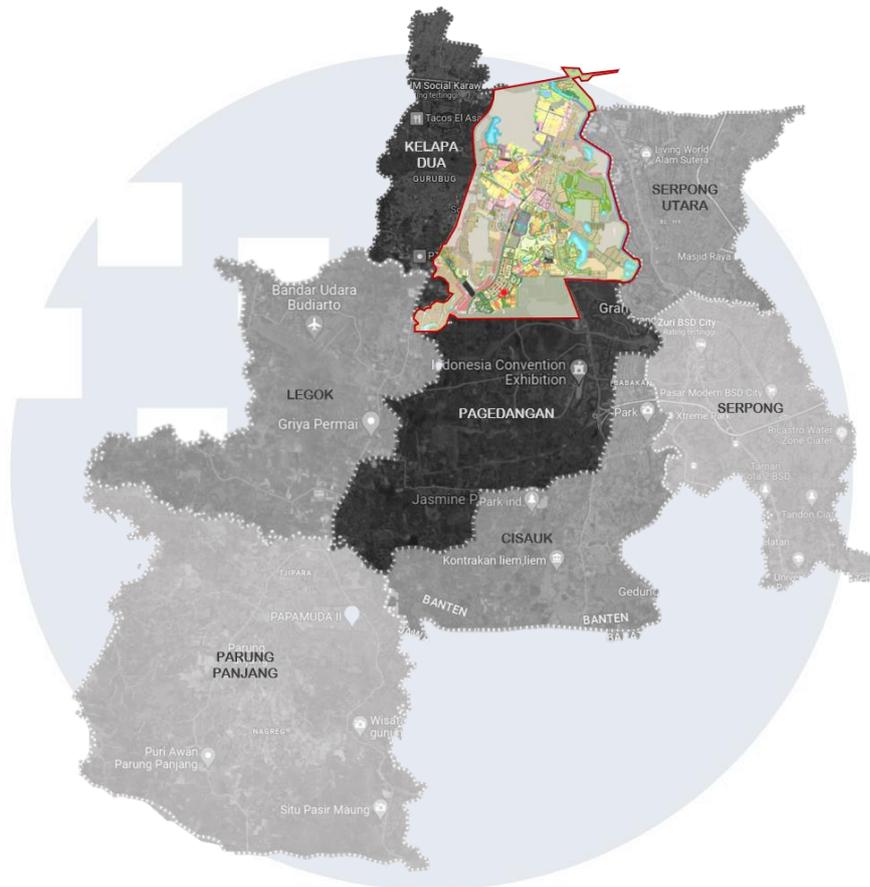
1.1 Latar Belakang

Perkembangan retail atau *shopping mall* pada tahun 2023 mulai stabil dan bertumbuh seiring meningkatnya pendapatan per kapita dan meredanya pandemi (Syaukat, 2023). Munculnya konsep *shopping mall*, seperti *lifestyle mall* dan *alfresco retail space* saat ini juga menandai adanya inovasi dan perubahan pada minat masyarakat terhadap retail (Raras, 2023). Masyarakat lebih memilih ruang perbelanjaan dengan fungsi unik. Masyarakat juga memilih *shopping mall* yang memiliki ruang terbuka. Dalam penelitian sebelumnya mengenai Analisis Efektivitas Penggunaan Ruang Terbuka di QBig Mall BSD Tangerang juga memperlihatkan bahwa minat masyarakat terhadap ruang terbuka di *shopping mall* juga tinggi. Perilaku pengunjung di ruang terbuka yang ada di *shopping mall* juga beragam sehingga dapat mempengaruhi rancangan dari *shopping mall* itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, perancangan *shopping mall* ini akan menerapkan konsep ruang terbuka dengan menyesuaikan perilaku pengunjung yang ditargetkan.

Konsep ruang terbuka ini juga menjadi salah satu bentuk perubahan dalam perancangan bangunan setelah pandemi *covid*. Ruang terbuka menjadi salah satu ruang pilihan masyarakat untuk melakukan aktivitasnya. Ruang terbuka ada 2, yaitu ruang terbuka umum dan ruang terbuka khusus (Humas Universitas Widya Mataram, 2023). Ruang terbuka umum adalah jalan, pedestrian, taman lingkungan, plaza, lapangan olahraga, taman kota, dan taman rekreasi (Humas Universitas Widya Mataram, 2023). Sedangkan, ruang terbuka khusus adalah taman rumah tinggal, taman lapangan upacara, daerah lapangan terbang, dan daerah latihan militer (Humas Universitas Widya Mataram, 2023). Ruang terbuka pada perancangan ini termasuk dalam ruang terbuka umum yang dapat diakses masyarakat secara public. Ruang terbuka ini memiliki manfaat sebagai daya tarik masyarakat terhadap suatu bangunan. Selain itu, ruang terbuka juga dapat mengarahkan bangunan menjadi lebih sehat dan menyenangkan.

Gading Serpong merupakan salah satu kawasan yang berkembang menjadi destinasi bagi masyarakat Tangerang Raya dan Jabodetabek dengan populasi mencapai 120.000 jiwa (Hutauruk, 2023). Gading Serpong berada di Kabupaten Tangerang dengan luas lahan sekitar 1.500 hektar yang dikelola oleh 2 developer yaitu Paramount Land dan Summarecon Serpong (Oswaldo, 2023). Gading Serpong memiliki berbagai tipe perumahan dengan lebih dari 30 kluster terhuni dan fasilitas kota yang lengkap (Media Indonesia, 2023). Gading serpong juga memiliki *central business district* (CBD) yang menjadikan daerah ini sebagai pusat kuliner, bisnis, perkantoran, dan hiburan (Hutauruk, 2023). Tingkat okupansi bisnis tinggi dan tingkat mobilitas di Gading Serpong pun tinggi, yaitu 15.000 kendaraan/jam (Media Indonesia, 2023). Oleh karena itu, lokasi perancangan *shopping mall* ini berada di wilayah Gading Serpong, tepatnya Jl. Jendral Gatot Subroto Gading Serpong, Medang, Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten.

Lokasi tersebut merupakan area yang akan dikembangkan oleh *Paramount Land* menjadi produk komersial (Hutauruk, 2023). *Paramount Land* sudah mulai mengembangkan area itu pada Desember 2021 dan akan serah terima 3 produk komersial yang sudah dibangun mulai Desember 2023 (Hutauruk, 2023). Pengembangan area ini pun melalui riset yang dilakukan oleh *Paramount Land* terkait tingginya kebutuhan masyarakat akan fasilitas komersial dan bisnis di Gading Serpong (Hutauruk, 2023). Hal tersebut memperlihatkan bahwa *Paramount Land* berfokus untuk melayani masyarakat di Gading Serpong. Oleh karena itu, perancangan *shopping mall* di lokasi ini pun akan memiliki skala pelayanan *neighborhood*, dimana target pengunjungnya adalah masyarakat Gading Serpong dan sekitarnya, yaitu kecamatan Pagedangan, Curug, Legok, dan Serpong. Adanya area perkampungan di dekat lokasi ini juga menjadi pertimbangan dalam menentukan skala pelayanan dari *shopping mall* yang akan dirancang.



Gambar 1.1. Tapak Perancangan

Sumber: (Data Pribadi, 2023)

Perancangan *shopping mall* dengan ruang terbuka di Gading Serpong ini akan mempertimbangkan perilaku pengunjung dari kecamatan Pagedangan, Curug, Legok, dan Serpong. Pertimbangan terhadap perilaku pengunjung didasarkan pada penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah arsitektural yang ada sebagai berikut.

1. Bagaimana memaksimalkan potensi tapak dalam perancangan *shopping mall* dengan fungsi yang menyesuaikan perilaku pengunjung?
2. Bagaimana merancang *shopping mall* dengan ruang terbuka yang menarik pengunjung dengan skala *neighborhood*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Tipologi bangunan yang dirancang adalah *shopping mall* dengan ruang terbuka.
2. Skala pelayanan *shopping mall* yang dirancang yaitu *neighborhood*, masyarakat gading serpong dan sekitarnya.
3. Luas area yang digunakan adalah 10.000 m².

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Memaksimalkan potensi tapak dalam perancangan *shopping mall* yang fungsinya menyesuaikan perilaku pengunjung.
2. Merancang *shopping mall* dengan ruang terbuka yang menarik kebutuhan perilaku pengunjung dari masyarakat Gading Serpong dan sekitarnya.

