

Kajian Konsep *Outdoor* pada Pusat Perbelanjaan sebagai Solusi Desain di Masa *Post* Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Qbig Bsd City)

Sinta Azhari

Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya
sinta.azhari@student.upj.ac.id

Surya Gunanta

Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya
surya.gunanta@upj.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan pusat perbelanjaan atau *shopping mall* di Indonesia bermula sejak didirikannya Sarinah yang merupakan pusat perbelanjaan dan gedung percakar langit pertama Indonesia, sejalan perkembangan muncul mal-mal dengan konsep *indoor* lainnya tersebar khususnya di perkotaan. Antusias masyarakat terhadap mal *indoor* membuat pengembang bisnis berlomba membangun mal-mal dengan konsep tertutup sehingga mal *indoor* menjadi sangat mendominasi dari pada *outdoor* mall. Pandemi Covid-19 atau virus corona yang melanda Indonesia membuat pemerintah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar guna mencegah penyebaran virus berimbas pada tutupnya mal. *New Normal* menjadi kabar baik bagi pelaku bisnis, yang merupakan awal mula mengendurnya kebijakan pemerintah yang semula menutup bangunan-bangunan pusat perbelanjaan menjadi diperbolehkan buka kembali. Adanya pandemi prioritas pengunjung mengalami perubahan, bukan lagi soal nilai estetika saja namun masyarakat kembali ke kebutuhan dasar yaitu kesehatan dan keamanan saat berada di dalam mall. Minat masyarakat terhadap mall *indoor* menurun drastis, masyarakat yang biasa tanpa ragu ke mal kini menjadi khawatir tertular virus. Mall berkonsep *outdoor* dianggap dapat membuat masyarakat lebih merasa aman berbelanja dengan kondisi ruang yang terbuka. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji mal yang di desain *outdoor* terhadap minat pengunjung untuk datang. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini *The Place Diagram* oleh *Place for Public Space*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kesehatan adalah prioritas pengunjung saat ini kemudian dari sisi desain *outdoor* memberikan berdampak positif terhadap minat masyarakat untuk datang serta mengurangi rasa takut tertular virus.

Kata Kunci: Desain Mal, Pandemi Covid-19, Prioritas, Konsep Outdoor

PENDAHULUAN

Perkembangan shopping mall di Indonesia bermula sejak didirikannya pusat perbelanjaan pertama di Indonesia yakni Sarinah, mall yang berlokasi di Jakarta ini didirikan pada tahun 1962 oleh PT. Sarinah. Kemudian disusul oleh mal lainnya

dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia khususnya perkotaan. Trend mall sejalan dengan gaya hidup masyarakat yang kian modern. Penduduk Indonesia mulai bergeser dari masyarakat pedesaan (rural) ke perkotaan (urban). Menurut Sensus Penduduk (SP) dalam Lilik (2016) menunjukkan penduduk Indonesia yang tinggal di kota pada tahun 2020 mencapai 56,7% dari total penduduk dan diprediksi akan terus bertambah di tahun-tahun mendatang (Purwandi, 2016). Para pengembang atau *developer* berlomba mendirikan mal di kota-kota guna menjawab kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap mal yang kian meningkat setiap tahunnya. Desain mal tertutup banyak ditemui dan sangat mendominasi di Indonesia. Desain-desain pusat perbelanjaan di Indonesia bervariasi, yaitu: *indoor mall*, *outdoor mall*, *integrated mall*. Meskipun demikian desain pusat perbelanjaan berkonsep *indoor* lebih mendominasi di Indonesia. Pusat perbelanjaan dengan konsep *outdoor* dan *integrated* cukup sedikit jumlahnya dibandingkan mall *indoor*. Mall *indoor* di perkotaan tergolong sangat diminati, hal tersebut terlihat dari mall-mall yang tidak pernah sepi pengunjung.

Sejak adanya Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia, Maret 2020 World Health Organization secara resmi menyatakan virus corona covid-19 sebagai pandemi. Pemerintah Indonesia menetapkan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar guna mencegah penyebaran covid-19, pusat perbelanjaan tutup, kegiatan perkantoran dihentikan, dan larangan berkerumun merupakan beberapa dampak yang terjadi. Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional mencatat adanya 1.450.132 kasus terkonfirmasi positif covid-19 di Indonesia hingga tanggal 19 Maret 2021 (KPCPEN, 2021). Dari angka tersebut terdapat 131.828 orang dalam perawatan dan 88.2% telah terkonfirmasi sembuh. Angka kesembuhan yang mencapai 88%, menyebabkan pemerintah Indonesia menetapkan kondisi kenormalan baru/ *New normal* pada aspek kehidupan masyarakat. Konsep *New normal* menjadi kabar baik bagi pelaku bisnis retail, merupakan awal mula mengendurnya kebijakan pemerintah yang semula menutup bangunan-bangunan pusat perbelanjaan menjadi diperbolehkan dan dibuka kembali, sehingga pusat perbelanjaan kembali buka tetapi harus tetap mengikuti peraturan pemerintah yang berlaku seperti: peraturan gubernur daerah mengenai maksimal jumlah pengunjung dan protokol kesehatan yang berlaku wajib dipatuhi.

Minat masyarakat terhadap mall *indoor* menurun drastis, masyarakat yang biasanya tanpa ragu ke mall kini menjadi khawatir tertular virus corona. Mall berkonsep *indoor* dianggap tidak dapat menjamin kesehatan dan keamanan pengunjung. Laporan awal dari para ilmuan di Jepang menyatakan bahwa kemungkinan orang yang terinfeksi covid-19 di lingkungan tertutup 18,7 kali lebih besar dibanding dengan lingkungan terbuka (Fita, 2020). Sehingga dikarenakan adanya pandemi covid-19 masyarakat enggan untuk berkunjung ke mall *indoor* kebanyakan yang ada di kota-kota besar sehingga jumlah pengunjung mall menurun signifikan dan menurut Eunike Set Satyarini selaku *marketing and promotion* Mall Malioboro, "Merebaknya pandemi covid-19 mempengaruhi jumlah pengunjung dan penghasilan secara signifikan" (Purwaningsih, 2020). Setelah adanya pandemi Covid-19 membuat prioritas pengunjung mengalami perubahan, prioritas pengunjung bukan lagi soal

estetika namun masyarakat kembali ke kebutuhan dasar yaitu kesehatan dan keamanan. Sejalan dengan teori Maslow's tentang hirarki kebutuhan manusia yang membagi layer kebutuhan yaitu: dimulai dari *Basic needs, psychological needs*, hingga pada *self fulfilment needs*. Belajar dari adanya pandemi covid-19 maka konsep *indoor* pada bangunan pusat perbelanjaan dinilai kurang dapat membuat pengunjung lebih merasa aman sehingga pengembang harus memikirkan terobosan retail untuk menarik masyarakat datang.

Selain itu, prediksi akan matinya pusat perbelanjaan dimasa depan menjadi masalah besar bagi para pihak terkait seperti *developer* untuk mencari jalan keluar guna mempertahankan industri mal dimasa depan. Menurut Green Street Advisors "Lebih dari 50% dari department store di mal-mal Amerika akan tutup permanen pada akhir 2021" (Thomas, 2020). Hal tersebut juga terjadi pada beberapa tahun terakhir di Indonesia oleh beberapa *department store* yang tutup seperti yang terjadi pada Giant dan Matahari. Dampak pandemi mengakibatkan gerai ritel modern bertumbangan.

Perjalanan arsitektur dalam desain pusat perbelanjaan akan terus berlanjut sampai kapanpun. Konsep *outdoor* menjadi salah satu alternatif desain yang dapat diterapkan pada bangunan pusat perbelanjaan di masa depan. Hal tersebut dapat dilihat pada mal-mal yang menggunakan pendekatan desain *outdoor* terbukti lebih ramai pengunjung. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) dalam liputan 6, "Beberapa mal anggota APPBI yang memiliki konsep bangunan *outdoor*, membuat trafik kunjungan mal tersebut naik" (Rahma, 2020). Masa depan mal terbuka dianggap sangat cerah ditambah karena adanya pandemi, menurut Stenn Parton sebagai kepala pengembang DJM bagian ritel "Mal terbuka menyediakan ruang yang aman bagi orang berkumpul, [...] masa depan mal outdoor sangat cerah" (Mesakh, 2021).

KAJIAN TEORI

Pusat Perbelanjaan

Definisi pusat perbelanjaan dengan sifat tertutup atau indoor dengan selasar besar tertutup yang berada diantara unit-unit retail yang berhadapan, suhu ruangan pada mal tipe ini bergantung dengan penggunaan teknologi air conditioner atau AC untuk kenyamanan berbelanja. Terdapat tiga bentuk umum pusat perbelanjaan atau mal berdasarkan bentuknya, diantaranya yaitu: *outdoor mall, indoor mall, dan integrated mall*.

Pandemi (Covid-19)

Pandemi dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, adalah wabah yang menjangkit manusia secara serempak meliputi geografi yang meluas (Yasmin, 2020). Menurut Dr. Merry Dame (2021), COVID-19 (*coronavirus disease 2019*) yang telah dinyatakan sebagai pandemi diartikan sebagai penyakit jenis baru yang disebabkan oleh virus dari golongan SARS-CoV-2 yang juga disebut virus corona (Pane, 2021). Di Indonesia, pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB untuk menekan penyebaran virus. *Case fatality rate* atau tingkat

kematian yang disebabkan oleh COVID-19 di Indonesia sekitar 3%. *Case fatality rate* adalah presentasi jumlah kematian dari jumlah kasus positif COVID-19 yang sudah terkonfirmasi dan dilaporkan (Pane, 2021).

Public Space Didalam Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan saat ini memiliki fungsi yang lebih kompleks dibanding dengan yang sebelumnya (Astrid Kusumawidagdo, 2013). Menurut Kusumowidagdo (2015), perkembangan pusat perbelanjaan saat ini tidak lagi sekedar tujuan fungsional, namun menjadi lebih bersifat *experiential*. Suatu mal yang dapat memberikan pengalaman yang berbeda dan unik menjadikan mal tersebut berkesan untuk orang tersebut. Mal yang memiliki sifat *experiential* yang baik memberikan *image* mal tersebut baik pula bagi seseorang. Dalam mencapai fungsi tersebut, ruang-ruang dalam sebuah pusat perbelanjaan harus menjadi *public spaces* yang lebih jauh dari sekedar *placeless* (Auge, 2011). Fungsi mal sebagai *public space* tentunya dibedakan dengan adanya pembatasan pengunjung, peraturan gubernur setempat membatasi maksimal pengunjung sebuah mal. Pembatasan tersebut biasanya dihitung berdasarkan *traffic* kendaraan di mal (persentase). Cara mal tersebut membatasi pengunjung salah satu caranya yaitu dengan menutup jalur masuk kendaraan jika jumlah pengunjung sudah mencapai persentase maksimal.

The Place Diagram

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu The Place Diagram oleh Place for Public Space (PPS) memelopori tentang beberapa faktor yang menentukan baik atau tidak baiknya sebuah ruang terbuka. Melalui gerakannya PPS telah melakukan penelitian terhadap lebih dari 1000 ruang publik. Sejalan dengan trend di perkotaan Indonesia yaitu mal menjadi ruang publik, dimana masyarakat sulit menemukan ruang publik sehingga mal yang mudah ditemukan menjadi sarana untuk berkumpul. Fungsi mal bukan hanya sebagai tempat berbelanja saja saat ini melainkan ada fungsi-fungsi lain yang berkembang seperti menjadi ruang publik. Terdapat 4 faktor yang dibahas oleh PPS yaitu: *Access and linkages, uses and activities, comfort and image, dan sociability*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode dekskriptif kualitatif dan metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu wawancara kepada 10 responden dengan latar belakang yang berbeda dan melakukan penyebaran kuisisioner kepada 31 responden dengan latar belakang yang sama dengan penulis. Sehingga total responden yang didapat berjumlah 41 responden dengan latar belakang beragam.



Gambar 1. Qbig Mall BSD City. (Sumber: Dok. Pribadi (2021))

PEMBAHASAN

Qbig yang menjadi objek penelitian penulis memiliki luas area 17.500 m² yang terletak pada titik kordinat -6.284281,106.637028 dan bertepatan diantara dua jalan yaitu di Jalan BSD Raya Utama dan Jalan BSD Boulevard Utara, Lengkong Kulon, Tangerang Indonesia. Fungsi yang ada pada mall ini antara lain retail, food court dan rekreasi. Area tengah pada mall ini terdapat area ruang terbuka yang luas dilengkapi dengan amphitheater, kolam-kolam, tempat bermain sepeda dan sepatu roda anak yang dikelilingi toko-toko.

Adaptasi Prilaku Saat Pandemi Covid-19

1. Adaptasi Oleh Pengunjung

Semenjak adanya pandemi covid-19 prioritas pengunjung untuk mengunjungi mal mengalami perubahan, diketahui bahwa adanya pandemi berdampak secara langsung kepada prioritas pengunjung mall. Faktor kesehatan menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat disaat pandemi seperti ini. Berdasarkan hasil data yang penulis dapatkan dengan para responden, diketahui bahwa 90% masyarakat mengalami perubahan persepsi berbelanja di mall selama adanya pandemi, mereka memberikan tanggapan bahwa pengunjung merasa ada kekhawatiran ketika datang berbelanja.

Tabel Data Pengunjung Qbig Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19
(Sumber: Pengelola Qbig, 2021)

No	26 Januari 2020	24 Oktober 2020
1	5.335 Mobil	5.146 Mobil

Pada tabel diatas dijelaskan mengenai jumlah pengunjung Qbig yang dihitung dari *traffic* kendaraan. Pada tanggal 26 Januari 2020 atau sebelum adanya Pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia pengunjung rata-rata Qbig pada hari *weekend* sebanyak 5.335 Mobil, kemudian saat virus corona tersebut mulai terdeteksi di beberapa kota di Indonesia sehingga membuat masyarakat mengurangi aktivitas diluar rumah tentunya berdampak pada menurunnya pengunjung mal Qbig secara drastis, namun setelah beberapa bulan berlalu pengunjung Qbig kian stabil. Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari

pengelola Qbig, tercatat pada tanggal 24 Oktober 2020 pengunjung Qbig kembali normal seperti sebelum adanya Pandemi.

2. Adaptasi Oleh Pengelola Mall QBIG

Selama pandemi terdapat pembatasan pengunjung mall mulai 30% sampai dengan 50% dari traffic kendaraan yang berada di dalam mal. Pemerintah pusat memperbolehkan mal dibuka kembali namun ada peraturan gubernur atau pergub Tangerang kabupaten yang harus dijalankan di mal ini yakni pembatasan pengunjung. Bapak Tatang (Pengelola Qbig) juga mengatakan bahwa peraturan gubernur tersebut dikeluarkan setiap dua minggu sekali. Bapak Tatang juga mengatakan bahwa bagian *event and promotion* Qbig selalu menjaga di batas aman. batas aman yang dimaksud yaitu kurang dari persentase yang pemerintah tetapkan. *Security* mall di dalam mall ini juga ikut serta menjaga situasi agar tertib menjaga protokol kesehatan salah satunya yakni menegur jika terdapat pengunjung yang melepas maskernya, masker diperbolehkan dilepas ketika pengunjung makan atau minum saja. Para *security* bersiaga dan saling berkomunikasi menggunakan Handy Tanky (HT) memantau para pengunjung, para security cukup sigap dalam menjaga ketertiban di area ini.

Fungsi dan Makna Mall

Berbagai dampak tentunya dirasakan oleh pengunjung dengan adanya pandemi covid-19 di suatu mall. Berdasarkan hasil dari responden, 85% lebih tertarik dengan mall terbuka atau *outdoor* dibanding mall-mall yang full indoor, beberapa diantaranya karena bersantai di area terbuka yang luas dapat melihat berbagai aktivitas lain disekitarnya. Ibu SL 21 tahun menjelaskan bahwa:

"Kita bisa duduk-duduk diluar sambil melihat berbagai macam aktivitas disekitarnya, [...] lebih asik dan gak itu itu aja" (Lavita, 2021).

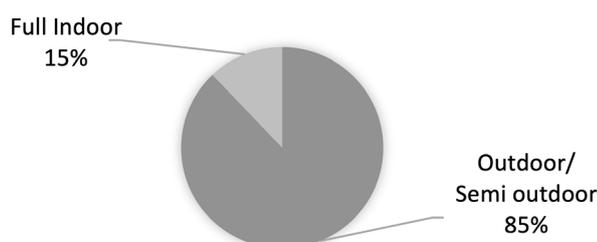


Diagram Persentase Ketertarikan Pengunjung Pada Outdoor Mall.
(Sumber: Olahan Pribadi, 2021)

Mall berkonsep *outdoor* juga mampu menekan kekhawatiran masyarakat untuk datang ke mall, seperti yang diketahui bahwa 92% responden merasa lebih khawatir tertular virus di mall yang full *indoor* dibanding mall *outdoor*. Penulis melihat ini sebagai hal yang wajar, dimana resiko tertular virus diruangan tertutup memang berkali-kali lipat dibanding seseorang yang beraktivitas di ruang terbuka, mall yang memiliki fungsi sebagai ruang komunal tentunya sangat beresiko tinggi

penyebaran virusnya dan membuat masyarakat lebih tertarik pada mall yang berkonsep semi outdoor seperti Qbig.

Konsep Desain Outdoor

1. Access

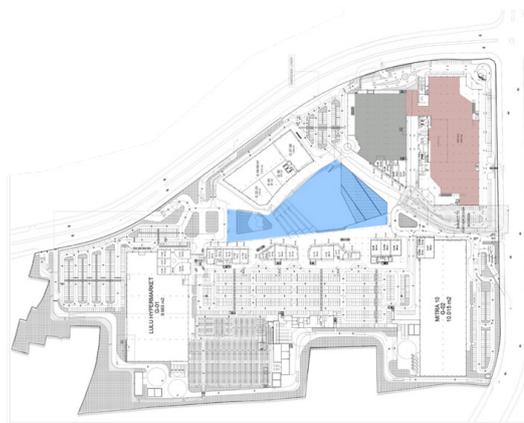


Gambar 2. Titik Akses Masuk Mall Qbig.
(Sumber: Management Office Qbig dan Olahan Pribadi (2021))

Pada gambar di atas dijelaskan titik akses untuk masuk ke dalam mall Qbig, titik yang disediakan yakni tujuh terdiri dari empat titik drop-off dan tiga jalur khusus pejalan kaki. Akses yang banyak pada mall ini dapat diartikan mall ini memiliki inklusivitas yang tinggi dan membuat mall ini dinilai dapat merangkul berbagai kelas sosial bawah, menengah ataupun kelas atas. Selain itu, sangat baik untuk diterapkan dalam sebuah mall karena dapat mengurangi orang berkumpul dan membuat pengunjung merasa lebih aman masuk ke mall tanpa harus mengantri.

2. Uses and Activities

Penggunaan ruang pada area outdoor di tengah (Plaza dan Selasar) dibagi menjadi hari biasa dan hari libur. Pada hari biasa atau weekday pengunjung mal ini lebih sedikit dibanding hari weekend, namun pada hari weekend dan libur nasional pengunjung meningkat dua sampai tiga kali lipat dari pengunjung dihari biasa.



Gambar 3. Area Plaza Qbig, (Sumber: Pengelola Qbig, 2021)



Gambar 4. Potongan dan Suasana pada Waktu Siang di Area Plaza Qbig.
(Sumber: Olahan Pribadi, 2021)



Gambar 5. Potongan dan Suasana pada Waktu Sore di Area Plaza Qbig.
(Sumber: Olahan Pribadi, 2021)

Pada gambar potongan diatas, pada siang hari area tengah plaza hampir tidak digunakan sedangkan pada sore hari area tengah sangat ramai pengunjung dibanding area lainnya.

Sociability

Terdapat penurunan aktivitas sosial saat pandemi dibanding sebelum pandemi. Karena prioritas kesehatan masyarakat saat ini adalah kesehatan, maka masyarakat akan memilih mal yang dapat meyakinkan orang bahwa mal mereka tidak menularkan virus (Covid-19). Cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara menjaga protokol kesehatan. Kelebihan dari mal *outdoor* seperti Qbig ini yaitu orang bisa berkumpul bukan didalam ruangan namun di tempat terbuka sehingga orang bisa nyaman. Selain itu, diruang *outdoor* dapat diatur walaupun banyak orang tetapi tidak berkerumun. Hal tersebut berdampak pada *image* mal Qbig yaitu persepsi masyarakat bahwa mal Qbig aman dan nyaman.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Pertanyaan pada penelitian yang diajukan oleh penulis pada awal penelitian ini adalah bagaimana prioritas pengunjung mal berubah sejak adanya Pandemi Covid-19. Penulis menarik kesimpulan bahwa adanya Pandemi Covid-19 memberikan dampak secara langsung kepada prioritas pengunjung mal, faktor kesehatan menjadi prioritas utama pengunjung saat ini.

Kemudian pertanyaan kedua yakni bagaimana *outdoor design* dapat memitigasi penularan virus dan membuat masyarakat tertarik untuk datang ke pusat perbelanjaan dimasa Pandemi Covid-19. Ditemukan bahwa mal ini memiliki inklusivitas yang cukup tinggi dengan adanya titik-titik akses yang memudahkan serta sudah didesain dengan baik untuk dapat digunakan oleh semua kalangan

termasuk pejalan kaki dan kendaraan umum. Selain itu, *tenant* besar memiliki akses parkir langsung dan tidak bergantung pada buka atau tutupnya mal itu sendiri. Selanjutnya area Plaza dan *Mini Aphitheathere* sudah didesain dengan cukup baik dengan konsep terbuka membuat sirkulasi udara dapat mendukung aktivitas pengunjung namun area ini tidak memiliki atap sehingga area ini dapat digunakan dengan bergantung pada cuaca yang sedang terjadi di Qbig, selain itu area yang Plaza yang luas membuat pengunjung dapat melihat berbagai aktivitas lainnya walaupun dengan jarak yang jauh. Hal lain yang mendukung yaitu pihak Qbig selalu menjaga kedisiplinan protokol kesehatan pengunjung selama di dalam mal khususnya pada area Plaza yang memiliki perputaran manusia paling tinggi.

Desain mal semi outdoor menurut peneliti, dapat menghasilkan kesan tersendiri yaitu dengan keadaan ruang yang bersifat public namun pengunjung tetap dapat merasa *private*, sehingga walaupun keadaan sekeliling terdapat pengunjung lain namun pengguna tidak merasa terawasi oleh pengunjung lain disekitarnya. Desain mal dimasa depan diharapkan dapat direncanakan sesuai dengan prioritas dan kebutuhan pengunjung yaitu prioritas kesehatan, selain itu mall juga diharapkan bukan lagi hanya memperhatikan desain pada area berbelanja saja namun juga tempat untuk nongkrong dan menghabiskan waktu bersama dengan keluarga diharapkan didesain semaksimal mungkin. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mendorong mal outdoor menjadi lebih besar kedepannya.

Desain mal semi outdoor menurut peneliti, dapat menghasilkan kesan tersendiri yaitu dengan keadaan ruang yang bersifat public namun pengunjung tetap dapat merasa *private*, sehingga walaupun keadaan sekeliling terdapat pengunjung lain namun pengguna tidak merasa terawasi oleh pengunjung lain disekitarnya. Desain mal dimasa depan diharapkan dapat direncanakan sesuai dengan prioritas dan kebutuhan pengunjung yaitu prioritas kesehatan, selain itu mall juga diharapkan bukan lagi hanya memperhatikan desain pada area berbelanja saja namun juga tempat untuk nongkrong dan menghabiskan waktu bersama dengan keluarga diharapkan didesain semaksimal mungkin. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mendorong mal outdoor menjadi lebih besar kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Purwandi, L. (2016). Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials.
- Sari, S. M. (2010). SEJARAH EVOLUSI SHOPPING MALL .
- Sebayang, R. (2020, maret). *WHO Nyatakan Wabah COVID-19 jadi Pandemi, Apa Maksudnya?* Diambil kembali dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312075307-4-144247/who-nyatakan-wabah-covid-19-jadi-pandemi-apa-maksudnya>
- Fita, A. &. (2020). *Peneliti: Persebaran Virus Corona Lebih Berisiko di Ruang Minim Ventilasi*. suara.com.
- Purwaningsih, S. C. (2020). Diambil kembali dari <https://jogja.tribunnews.com/2020/04/01/penurunan-secara-signifikan-dirasakan-manajemen-dan-tenant-malioboro-mall>
- Thomas, L. (2020, April). Diambil kembali dari Cnbc.com: <https://>

www.cnn.com/2020/04/29/50percent-of-all-these-malls-forecast-to-close-by-2021-green-street-advisors-says.html

Rahma, A. (2020, Oktober). Diambil kembali dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4384325/strategi-mal-pasca-pandemi-layanan-online-konsep-jualan-tetap-offline>

Yasmin, P. (2020, Maret). Diambil kembali dari <https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona>

Pane, M. D. (2021, Maret). Diambil kembali dari <https://www.alodokter.com/covid-19>

PPS. (2005). What Makes a Successful Place?