KAJIAN KOSEP *OUTDOOR* PADA PUSAT PERBELANJAAN SEBAGI SOLUSI DESAIN DIMASA 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 T ST., MA., PhD.**

Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya

surya.gunanta@upj.ac.id

# Abstrak

Perkembangan pusat perbelanjan 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 menganalisis konsep *outdoor* sebagai solusi desain pusat perbelanjaan dimasa post-pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini The Place Diagram oleh Place for Public Space.

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

# PENDAHULUAN

## Isi Dari Makalah

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 bergesar dari masyarakat pedesaan (rural) ke perkotaan (urban). Menurut Sensus Penduduk (SP) dalam Lilik (2016) menunjukan 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 bervariatif, 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](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrxguqzdVNgsmkAlydP5At.;_ylu=Y29sbwMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1616111155/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.kompas.com%2fskola%2fread%2f2020%2f02%2f02%2f173000969%2fworld-health-organization-who-tugas-dan-programnya/RK=2/RS=nH5bOq5s9prlzcnCIHM4416hukA-) 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, phychological 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 daripada itu masalah prediksi akan mati nya mal dimasa depan menjadi masalah penting bagi pengembang yang seharusnya menjadi urgensi utama untuk dapat mempertahankan industri mal, ‘’Lebih dari 50% dari department store di mal-mal Amerika akan tutup permanen pada akhir 2021’’menurut Green Street Advisors (Thomas, 2020). Perjalanan arsitektur dalam desain pusat perbelanjaan akan terus berlanjut sampai kapanpun. Desain pusat perbelanjaan akan mulai berkembang kembali karena adanya pandemic covid-19. Konsep *outdoor* menjadi salah satu altenatif desain yang dapat diterapkan pada bangunan pusat perbelanjaan di masa depan. Hal tersebut dapat dilihat pada mall-mall 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).

Shape, rectangle

Description automatically generated

# 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.

**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 terlaporkan (Pane, 2021).

**The Place Diagram**

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu The Place Diagram oleh Place for Public Space (PPS) mempelopori tentang beberapa faktor yang menentukan baik atau tidak baiknya sebuah ruang terbuka. Melalui gerakannya PPS telah melakukan penelitian terhadap lebih dari 1000 ruang publik. Terdapat 4 faktor yang dibahas oleh PPS yaitu:

1. Access and Linkages
2. Uses and Activities
3. Comfort and Image
4. Sociability

# METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode dekskriptif kualitatif pada penelitian ini dengan pendekatan primer (wawancara dan observasi lapangan) dan sekunder (studi literature).

# PEMBAHASAN

Gambar 1: Qbig Mall BSD City

Sumber: Dok. Pribadi (2021)

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. Berorientasi menghadap kearah timur. Qbig merupakan salah satu mall yang didesain menerapkan konsep outdoor sehingga dengan adanya konsep tersebut membuat traffic pengunjung mall ini tidak menurun dan cenderung meningkat selama pandemi. 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 mall 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. Adapun adaptasi yang dilakukan oleh para responden seperti menjalankan 3M (menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak) dan memperhatikan kebersihan.

Pandemi ini tentunya berdampak kepada motivasi pengunjung untuk ke mall, terlebih saat sebelum diberlakukannya *new normal* karena pada saat itu virus covid-19 dianggap sangat menakutkan sehingga masyarakat masih sangat khawatir untuk nongkrong ataupun berbelanja ke mall.

1. **Adaptasi Oleh Pengelola Mall QBIG**

Selama pandemi terdapat pembatasan pengunjung mall mulai 30% sampai dengan 50% dari traffic kendaraan yang berada di dalam mall. Persentase tersebut tergantung level kasus positif di Tangerang, jika wilayah ini kasus positifnya tinggi atau dikategorikan zona merah maka pembatasan pengunjung 30% dan 50% jika kasus positif menurun atau stabil. Pemerintah pusat memperbolehkan mall dibuka kembali namun ada peraturan gubernur atau pergub Tangerang kabupaten yang harus dijalankan di mall ini yakni pembatasan pengunjung. Bapak Tatang (Pengelola Qbig) juga mengatakan bahwa peraturan gubernur tersebut dikeluarkan setiap dua minggu sekali.

‘’*Contohnya pada tanggal 1 sampai dengan 15 maret 2021 pergub mengeluarkan surat edaran pembatasan kapasitas maksimal 50%, [….] jadi surat edarannya setiap dua minggu sekali di keluarkan’’* (Sutisna, 2021)*.*

Bapak Tatang (Pengelola Qbig) juga mengatakan bahwa bagian *event and promotion* Qbig selalu menjaga di batas aman. Batas aman yang dimaksud yaitu kurang dari persentase yang pemerintah tetapkan.Selain itu, adapun upaya pencegahan virus pada ruangan indoor yaitu mengatur sirkulasi udara di tenant-tenant, pembersihan filter AC serta melakukan disinfektan ruangan secara berkala. *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. Terutama di area yang paling sering digunakan atau paling tinggi perputaran manusianya yaitu Area Plaza, 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:

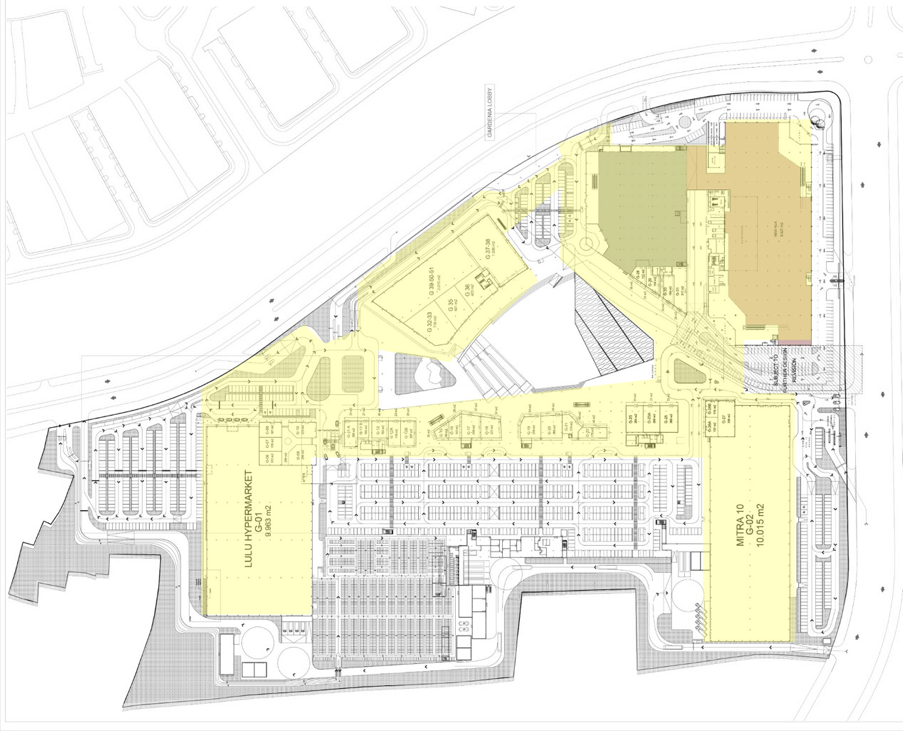
‘’*Kita bisa duduk-duduk diluar sambil melihat berbagai macam aktivitas disekitarnya, [….] lebih asik dan gak itu itu aja’’* (Lavita, 2021)*.*

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.

Persepsi terhadap mall berubah, pengunjung takut untuk datang ke mall-mall indoor dan adanya mall ini merubah kembali persepsi mall sehingga membuat masyrakat mau untuk datang dengan aktivitas seperti biasanya yakni berbelanja, nongkrong dan rekreasi. Fungsi-fungsi mall secara umum tidak mengalami perubahan hanya saja waktu yang dihabiskan berkurang dibanding sebelum adanya pandemi.

**Konsep Desain Outdoor**

1. ***Access***



Gambar 2: Titik Akses Masuk Mall Qbig

Sumber: Management Office Qbig dan Olahan Pribadi (2021)

Pada Gambar 2 dijelaskan titik akses untuk masuk ke dalam mall Qbig, titik yang disediakan yakni tujuh terdiri dari empat titik drop-offdan tiga jalus 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.

1. ***Uses and Activities***

Area yang memiliki perputaran manusia paling tinggi yakni area terbuka yang berada di tengah mall ini. Area ini berfungsi sebagai area plaza untuk nongkrong, kolam ikan untuk sarana anak memberi makan ikan, area bermain sepeda, ruang terbuka serbaguna yang luas untuk kegiatan senam yang diadakan setiap satu minggu atau untuk pameran. Walaupun area terbuka ini selalu ramai manusia namun para responden mengatakan bahwa mereka tetap bisa menjaga jarak aman dengan pengunjung lainnya.

# SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan dari penelitian ini yakni desain *outdoor* mampu membuat pengunjung tertarik untuk datang ke mall. Ketertarikan masyarakat datang dapat dilihat dari segi desain seperti sirkulasi udara baik dapat menunjang aktivitas, area terbuka luas. Selain desain, terdapat hal penunjang yakni adaptasi oleh pengelola seperti menjaga ketertiban *social distancing*, menggunakan masker, melakukan disinfektasi secara berkala pada ruang *indoor*. Adapun peran pengunjung sebagai pengguna merupakan faktor penting dalam menjalankan kedua hal diatas. Desain *outdoor* dapat menjadi solusi untuk desain mall dimasa Post-pandemi Covid-19.

# 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

KPCPEN, I. (2021). Covid-19.go.id.

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.cnbc.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?

Sutisna, T. (2021, Februari). (S. Azhari, Pewawancara)