

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 membuat banyak perusahaan gulung tikar, sehingga banyak pekerja yang harus mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Para pekerja tersebut kemudian memutar otak untuk bertahan hidup dengan membuka usaha sendiri. Hal itu membuat usaha perorangan meningkat dengan cepat, yang dibuktikan dengan meningkatnya permohonan NIB (Nomor Induk Berusaha) secara berkesinambungan sejak Agustus 2020. (*Terus Meningkat, Minat Usaha Mikro Tetap Mendominasi Di Kala Pandemi*, n.d.)

Usaha yang dilakukan masyarakat atau yang biasa disebut Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terus bertumbuh dan bertambah banyak setiap tahunnya di Indonesia. Meskipun pertumbuhan UMKM sempat menurun hingga 50% di awal pandemi dan 20% di masa pandemi, tetapi pada Februari 2022 jumlah UMKM mencapai 17,25 juta, yang merupakan pertumbuhan tercepat dibanding tahun-tahun sebelumnya (Catriana & Djumena, 2022). Secara umum UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berpotensi memberdayakan tenaga kerja Indonesia hingga 97%. Sehingga keberadaan UMKM yang sangat banyak, Indonesia berpotensi memiliki basis ekonomi nasional yang kuat (Sasongko, 2020).

Pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah juga berkembang pesat, seperti pada acara UMKM Virtual Expo 2022 di halaman Gedung Grandhika Bhakti Praja, dimana Pemerintah Provinsi Jawa Tengah juga memberikan sejumlah dukungan pada pelaku UMKM (Ikhsan, 2022). Tidak hanya itu, pada acara UMKM Gayeng 2022 yang diadakan di Pollux Mall Paragon, UMKM sudah semakin “naik kelas” dan beberapa UMKM telah melakukan pameran di Singapura dan Belgia (Utama, 2022). Berdasarkan berita di Kompas.com, pertumbuhan total permintaan produk UMKM Jawa Tengah yang dicatat oleh Blibli naik 3 kali lipat di kuartal I 2022 (Catriana & Sukmana, 2022).

Meskipun UMKM sangat berpotensi, Ketua KSP Simbiosis Multibisnis Indonesia Heru Prasetyo berpendapat jika UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam akses permodalan (Iswinaro & Djailani, 2022). Pemerintah menyadari potensi dan kesulitan UMKM di Indonesia dan telah mengeluarkan kebijakan untuk memberi subsidi, restrukturisasi kredit, memberi jaminan modal, dan insentif perpajakan (Sasongko, 2020). Pemerintah daerah Kabupaten dan Kota juga dihimbau untuk memajukan

UMKM yang ada di daerah masing-masing demi memperkuat perekonomian nasional (Sasongko, 2020).

Presiden Jokowi menegaskan *branding* cinta produk Indonesia perlu digaungkan. Selain itu, Presiden Jokowi juga menginginkan para pengusaha mal dan pusat perbelanjaan memberikan ruang strategis bagi pelaku UMKM (Asmara, 2021). Di Indonesia sendiri masih jarang ditemukan konsep Mal UMKM. Mal UMKM yang sudah ada, yaitu *Mall of Indonesia* pada lantai LG di Jakarta, NTB Mall di NTB, dan Sarinah di Jakarta. Dalam lingkup Jawa Tengah pun belum terdapat mal khusus bagi UMKM.

Berdasarkan Mal UMKM yang sudah ada, bukan hal yang mustahil bagi UMKM untuk berjualan di mal, meskipun ada beberapa hal yang harus diperhatikan. *Mall of Indonesia* memudahkan para pelaku UMKM dengan penerapan sistem bagi hasil untuk menjadi *tenant* di *Mall of Indonesia* (Untari, 2021). Pada *Mall of Indonesia*, UMKM terbagi ke dalam 3 jenis (Untari, 2021), yaitu : Jajanan *Alley* (jajanan kuliner), *Bloom Arcade* (tanaman dan bunga), *WearAbouts* (busana). Pada NTB Mall, yang berada dalam naungan Dinas Perdagangan Provinsi NTB, tidak meraup keuntungan dari UMKM yang berjualan di dalamnya dan bebas tarif saat memasukkan barang (Hazizaturrohmi, 2022). UMKM yang akan berjualan secara *offline* di NTB Mall harus melalui beberapa tahap seleksi dan perjanjian (*Cara Memasukkan Produk Ke Offline Store NTB Mall*, 2021). Pada Mal Sarinah menetapkan 3 syarat bagi UMKM yang ingin berjualan di dalamnya, yaitu : produk harus asli Indonesia, asli buatan orang Indonesia, dan produk memiliki unsur kekinian (Faqir, 2022). Produk-produk UMKM harus melalui proses kurasi dan seleksi ketat sebelum bisa berada di etalase Sarinah (Faqir, 2022).

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, muncul ide untuk membuat Mal UMKM di Jawa Tengah. Mal UMKM berlokasi di Kota Semarang yang berperan sebagai ibukota Jawa Tengah, yang kemajuannya sering dijadikan patokan bagi daerah sekitarnya di Jawa Tengah. Adanya konsep mal yang memperhatikan kenyamanan fisiologis, sirkulasi ruang yang dinamis, dan menyediakan fasilitas yang lengkap seperti mal pada umumnya diharapkan dapat membantu UMKM “naik kelas”. Meski begitu, tidak semua jenis produk perdagangan UMKM dapat di-*display* di dalam mal. Perdagangan UMKM yang dapat berada di mal adalah bidang kuliner, makanan kemasan, fashion, kosmetik, hobi dan seni, oleh-oleh, berjualan tanaman hias, serta penyedia jasa ekspedisi. Mal

UMKM juga akan memfasilitasi acara-acara yang dibutuhkan demi menunjang promosi UMKM, seperti pameran, festival, bazar, seminar, workshop, dan sebagainya.

Bangunan mal yang sudah semestinya memberikan kenyamanan fisiologis terlebih saat kondisi iklim sedang tidak mendukung. Bangunan mal pun harus ekonomis dan efisien dalam mengelola energi dan sumber daya alam yang dibutuhkan, maka harus diterapkan prinsip konsep arsitektur hemat energi demi mencapai hal itu. Selain itu, arsitektur bangunan mal juga tidak boleh ketinggalan zaman. Bangunan mal harus menarik dan inovatif untuk menarik pengunjung.

## 1.2. Pernyataan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang pada poin sebelumnya, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang mal yang efisien dalam penggunaan energi dan sumber daya alam agar dapat meminimalkan biaya operasional dan perawatan bangunan?
2. Bagaimana merancang mal yang atraktif dan memiliki daya jual agar mampu menarik pengunjung maupun calon penyewa *tenant*?

## 1.3. Tujuan

Berdasarkan pernyataan masalah yang ada, maka tujuan dari perancangan bangunan mal ini adalah :

1. Merancang mal yang efisien dalam penggunaan energi dan sumber daya alam agar dapat meminimalkan biaya operasional dan perawatan bangunan.
2. Merancang mal yang atraktif dan memiliki daya jual agar mampu menarik pengunjung maupun calon penyewa *tenant*.

## 1.4. Orisinalitas

Adapun beberapa proyek yang memiliki kesamaan dengan “Mal UMKM di Kota Semarang”. Dalam hal orisinalitas proyek, berikut beberapa judul, topik, nama penulis dan institusi dari proyek serupa :

Tabel 1. Tabel Orisinalitas

NO	JUDUL PROYEK	TOPIK / PENDEKATAN YANG DIANGKAT	NAMA PENULIS DAN INSTITUSINYA
1.	Kriteria Desain Perancangan Mall	<i>Green Architecture</i>	I Kadek Dwika Satriya, I Wayan Widanan, dan Made Suryanatha

	UMKM Bidang Industri Kreatif di Denpasar		Prabawa, Universitas Warmadewa.
2.	Pusat Perbelanjaan Mall di Kabupaten Kubu Raya	-	Gradia Tutu Sari, Universitas Tanjungpura
3.	Landasan Teori dan Program Entertainment Mall di Semarang	<i>Sustainable Building</i>	Angela Christyia, Universitas Katolik Soegijapranata
4.	Pandanaran Shopping Mall di Kota Semarang	Arsitektur Hijau	Kustriawan, Maria Sudarwani, dan Iwan Priyoga, Universitas Pandanaran
5.	Penerapan Arsitektur Kontemporer pada Bangunan Pusat Perbelanjaan "Parahyangan City Mall"	Arsitektur Kontemporer	Aldy Rifky Fahrurrozy dan Erwin Yuniar Rahadian, Institut Teknologi Nasional Bandung
6.	Landasan Teori dan Program Mal UMKM di Kota Semarang	<i>Sustainable Architecture dan Arsitektur Kontemporer</i>	Agata Erditalia Putri, Universitas Katolik Soegijapranata

Sumber : Analisis Penulis

Perbedaan ke-5 proyek tersebut dengan proyek ini adalah mal ini dikhususkan untuk menampung UMKM di Jawa Tengah. Proyek perancangan ini juga menggunakan gabungan topik *sustainable architecture* dan arsitektur kontemporer. Selain itu, lokasi yang diambil dalam proyek perancangan ini berbeda dari ke-5 proyek yang telah ada sebelumnya.