

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kawasan komersial merupakan area yang mempunyai fungsi dominan untuk kegiatan komersial atau disebut sebagai kawasan pusat perniagaan atau usaha kota, letaknya tidak selalu ditengah-tengah kota dan mempunyai pengaruh besar terhadap kegiatan ekonomi kota (Kamus Tata Ruang, s.v. “kawasan komersial”). Koridor jalan komersial merupakan koridor dengan jalan yang pemanfaatan ruang di sepanjang jalannya untuk kegiatan komersial (Bishop, 1989). Koridor komersial merupakan konsentrasi toko retail, yang melayani area perdagangan umum yang terletak disepanjang jalan.

Jalan Pasar Besar dan Jalan KH. Agus Salim Kota Malang merupakan contoh koridor jalan komersial yang mampu melayani kebutuhan warga, tidak hanya kebutuhan warga Kota Malang melainkan kebutuhan warga sekitar seperti dari Blitar, Kediri, dan Tulungagung (ciptakarya.pu.go.id). Pada pusat perbelanjaan tersebut memiliki berbagai macam sarana perdagangan yang disuguhkan untuk melayani para konsumen. Lingkungan fisik yang ada dapat mempengaruhi respon emosional dalam berbagai situasi di mana suatu produk atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi, termasuk toko-toko ritel, restoran, hotel, jasa rekreasi, serta olahraga (Chebat et al., 1982-2007). Berbagai elemen fisik mampu menimbulkan respon emosional terhadap lingkungan toko (Baker et al., 1992). Adanya fasilitas pendukung di kawasan tersebut seperti jalur pejalan kaki serta elemen pendukung lainnya juga disediakan untuk mendukung sepenuhnya kegiatan atau aktivitas perbelanjaan. Respon emosional yang disebabkan oleh lingkungan toko mempengaruhi berbagai hasil konsumsi, seperti kesediaan untuk menghabiskan waktu dan uang di toko (Donovan & Rossiter, 1982; Sherman et al., 1997, Wakefield & Baker, 1998). Selain itu, menurut Donovan et al. (1994), respon emosional yang sering terjadi dan dialami oleh konsumen adalah adanya pengeluaran yang tidak terduga. Menurut Babin, Darden, & Griffin, (1994), reaksi emosional terhadap lingkungan toko juga dapat mempengaruhi konsumen yang dapat dirasakan berdasar nilai belanja yang konsumen dapatkan.

Menurut Sherman et al., (1997), selain elemen fisik yang berupa faktor lingkungan, faktor desain juga dapat mempengaruhi emosional konsumen. Gagasan mengenai pentingnya detail suatu desain yang terfokus pada atribut desain dengan

tetap mempertahankan lingkungan sebagai konsep dasar, sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen (Preechaya Krukaset & Nopadon Sahachaisaeree, 2010).

Kondisi aktivitas yang begitu padat, memunculkan berbagai aspek penting untuk mengkaji hubungan desain koridor dan variasi *land use* dengan emosi konsumen. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi serta menganalisis rekomendasi perbaikan koridor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* yang terkait dengan emosi konsumen pada kawasan perbelanjaan di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Adanya konsep baru dalam pengembangan kawasan perbelanjaan, desain koridor serta variasi *land use* sangat penting untuk dikaji atau diteliti terkait hubungannya dengan emosi konsumen.. Kawasan perbelanjaan Kota Malang memiliki pergerakan yang besar dari segi aktivitas pejalan kaki aktivitas kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Kawasan perbelanjaan khususnya pada koridor Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim menjadi pusat kegiatan berbelanja tidak hanya masyarakat lokal, namun juga masyarakat dari luar kota bahkan mancanegara. Adapun beberapa permasalahan yang terjadi pada kawasan perbelanjaan di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang, antara lain:

- a. Berdasarkan obeservasi lapangan, tidak adanya vegetasi yang merata pada koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim
- b. Berdasarkan observasi lapangan, tidak adanya tempat duduk pada koridor Jl Pasar Besar dan hanya terdapat 1 unit tempat duduk yang tidak terawat pada koridor Jl. KH. Agus Salim
- c. Berdasarkan obeservasi lapangan, koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim terdapat Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada pada badan *pedestrian way* dengan lebar 1,5 meter
- d. Berdasarkan kondisi eksisting, koridor Jl. Pasar Besar tidak memiliki sarana perkantoran dan sarana hiburan
- e. Koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim memiliki perkerasan *pedestrian way* berupa tekhel yang mana pada musim hujan akan terasa licin. Faktor licin dikarenakan tidak adanya perawatan berkala terhadap kondisi *pedestrian way*

### 1.3 Rumusan Masalah

Padatnya kawasan perbelanjaan yang disebabkan oleh adanya aktivitas yang padat pula dapat mempengaruhi persepsi atau emosi konsumen. Oleh karena itu perlu adanya aspek penting yaitu desain koridor serta variasi *land use* untuk diteliti lebih lanjut terkait pengaruhnya terhadap emosi konsumen. Berikut merupakan permasalahan yang muncul antara lain:

- a. Bagaimana karakteristik dari desain koridor dan variasi *land use* pada kawasan perbelanjaan di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang?
- b. Bagaimana hubungan desain koridor dan variasi *land use* terhadap emosi konsumen pada koridor Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang?
- c. Bagaimana rekomendasi berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* pada koridor di Jalan Pasar Besar dan Jalan KH. Agus Salim Kota Malang?

### 1.4 Tujuan

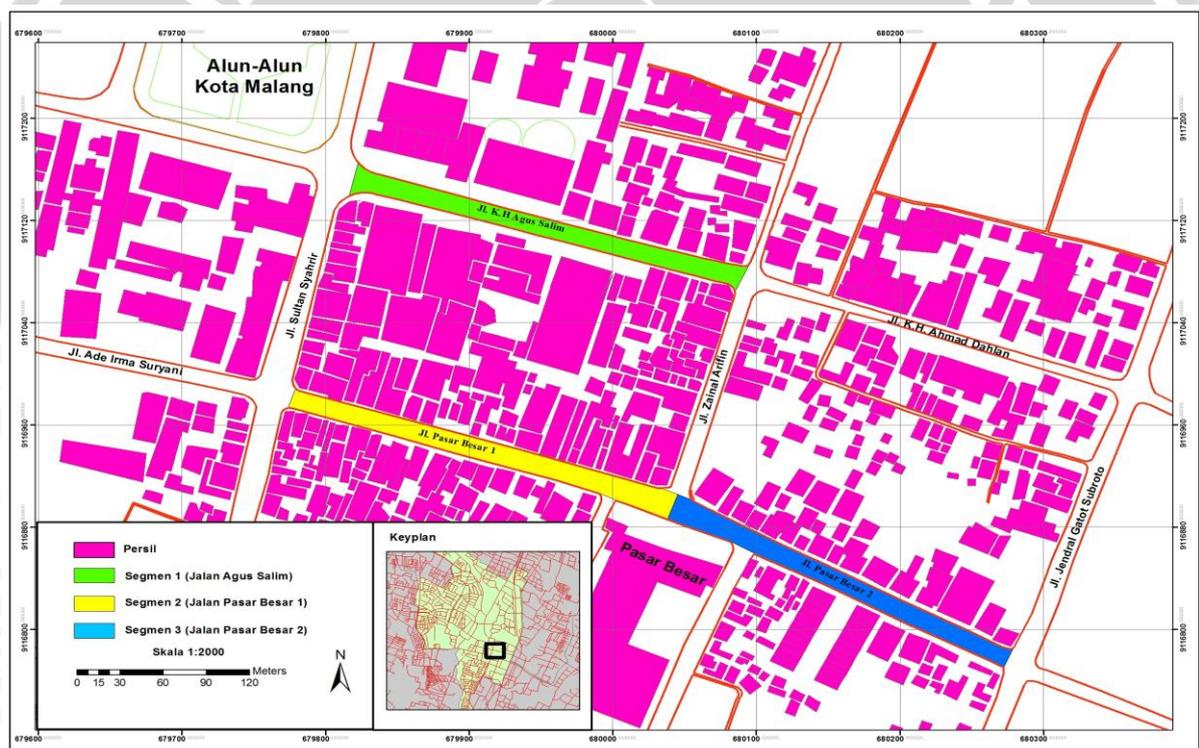
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan koridor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* di koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim Kota Malang. Berikut merupakan tujuan rinci dari penelitian yang dilakukan:

- a. Mengidentifikasi karakteristik dari desain koridor, variasi *land use* pada kawasan perbelanjaan di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang
- b. Menganalisis hubungan desain koridor dan variasi *land use* terhadap emosi konsumen pada koridor Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang
- c. Menganalisis rekomendasi dari masyarakat berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* di Jalan Pasar Besar dan Jalan KH. Agus Salim

## 1.5 Ruang Lingkup Wilayah

Lingkup penelitian yang menjadi objek penelitian kali ini akan dilaksanakan pada kawasan perbelanjaan di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang. Kawasan perbelanjaan Jalan Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang terpilih menjadi kawasan tempat penelitian berlangsung karena memiliki beberapa aspek yang sesuai dan dibutuhkan pada penelitian kali ini antara lain:

- Kegiatan pusat perdagangan
- Memiliki kondisi desain koridor yang hampir sama yaitu terkait arsitektur bangunan, *pedestrian way*, dan elemen pendukung *pedestrian way*
- Terdiri dari komponen desain koridor dan variasi *land use* di sepanjang Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang.
- Adanya aktivitas yang tinggi khususnya pada sektor perdagangan



Gambar 1.1 Ruang Lingkup Wilayah

## 1.6 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup ini secara umum terkait dengan lingkup studi yang akan dibahas dalam penelitian ini. Lingkup studi dalam penelitian ini dibatasi pada kajian hubungan desain koridor dan variasi *land use* (Alessandro et al., 2014). Penelitian yang dilakukan adalah rekomendasi perbaikan koridor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* di koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim Kota Malang.

### a. Desain koridor

Desain koridor yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah desain koridor di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim sebagai lokasi studi yang merupakan pusat perbelanjaan di Kota Malang. Desain koridor meliputi:

#### 1. Arsitektur bangunan

Komponen arsitektur bangunan menurut Krier (1983: 61-66), terdiri dari gerbang pintu masuk, zona lantai dasar, jendela dan pintu masuk bangunan, pagar pembatas, atap dan akhiran bangunan, dan tanda-tanda (*signs*) dan ornamen pada fasad. Pada penelitian ini menggunakan komponen **zona lantai dasar, jendela, dan pintu masuk bangunan, serta tanda-tanda (*signs*) dan ornamen pada fasad**. Pembatasan dilakukan karena keempat komponen tersebut mudah dinilai secara langsung oleh para responden dan terdapat pada kedua koridor yaitu Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim Kota Malang.

#### 2. *Pedestrian way*

*Pedestrian way* dapat dinilai berdasarkan beberapa komponen menurut Buku Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Prasarana dan Sarana Ruang Pejalan Kaki di Perkotaan yaitu **kondisi jenis perkerasan *pedestrian way*, lebar *pedestrian way*, dan kondisi trotoar dengan adanya PKL** yang ada di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang. Penilaian didasarkan pada ketiga komponen tersebut karena dianggap sebagai komponen atau parameter yang mudah dinilai oleh responden.

#### 3. Elemen pendukung *pedestrian way*

Elemen pendukung *pedestrian way* menurut Iswanto (2006) terdiri dari lampu pejalan kaki, lampu penerangan jalan, halte bus, tanda petunjuk, telepon umum, tempat sampah, vegetasi dan pot bunga, dan *ramp* tepi jalan.

Namun pada penelitian ini hanya mencakup **vegetasi, tempat sampah, public signage**, dan **tempat duduk** pada koridor Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang. Pembatasan dilakukan karena komponen tersebut dapat dijumpai pada kawasan perbelanjaan dan mudah dinilai oleh konsumen.

b. Variasi *land use*

Variasi *land use* pada penelitian ini hanya mencakup 3 (tiga) jenis yaitu **pertokoan, hiburan**, serta **restauran dan café**. Hal tersebut juga sesuai dengan jurnal dari Nisco Alessandro De & Gery Warnaby, 2014 bertemakan *Urban Design an tenant Variety Influences on Consumer's Emotion and Approach Behavior*. Penilaian *land use* didasarkan pada variasi atau jenis *land use* dan jumlah ketersediaan *land use* yang ada di Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim.

c. Emosi konsumen

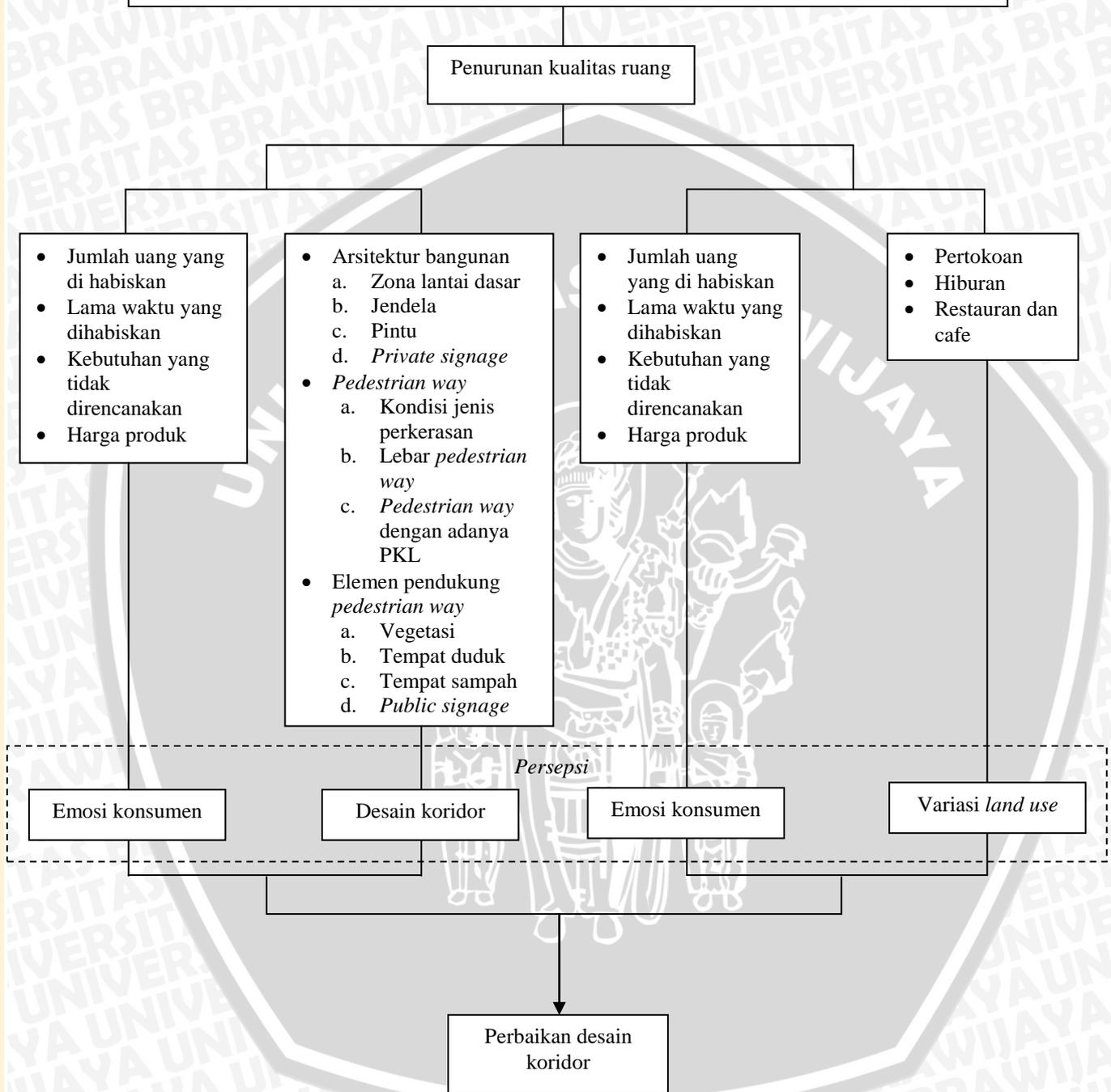
Emosi konsumen yang diteliti dalam penelitian ini adalah emosi konsumen yang ada di kawasan perbelanjaan terkait kondisi desain koridor dan variasi *land use* di Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang. Rangsangan yang timbul dari para responden, terdiri dari 2 rangsangan utama yaitu kesenangan dan keinginan. Hal tersebut dapat dinilai berdasarkan 4 parameter (Nisco Alessandro De & Gery Warnaby. 2014), yang meliputi:

1. Jenis kebutuhan yang tidak direncanakan
2. Lama waktu yang dihabiskan konsumen di kawasan perbelanjaan
3. Jumlah uang atau pengeluaran yang dihabiskan oleh konsumen
4. Harga produk yang ditawarkan

Variabel desain koridor dan variasi *land use* yang terletak pada koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim akan dikorelasikan dengan emosi konsumen menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Setelah analisis korelasi dilakukan, variabel yang memiliki hubungan dengan semua parameter emosi konsumen akan dimasukkan pada IPA. Pada akhir penelitian ini, terdapat rekomendasi yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil survei primer dan hasil analisis yang dilakukan secara langsung pada lokasi studi yaitu Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang. Rekomendasi berdasarkan aspirasi masyarakat dengan tetap memperhatikan standar yang berkaitan dan belum mencapai konsep atau arahan rencana besar kawasan.

## 1.7 Kerangka Penelitian

Koridor Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim Kota Malang merupakan koridor jalan komersial dengan kondisi yang masih belum sesuai dengan standar berlaku sebagai bagian dari kawasan komersial Kota Malang



Gambar 1.2 Kerangka Penelitian

## 1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian yang berjudul “Studi Rekomendasi Berdasarkan Persepsi Masyarakat Terhadap Kondisi Desain Koridor dan Variasi *Land Use* (Studi Kasus : Jalan Pasar Besar dan Jalan Kyai Haji Agus Salim Kota Malang)” terdiri dari:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab 1 pendahuluan berisi mengenai latar belakang dalam pemilihan studi, penentuan lokasi untuk pelaksanaan studi, penentuan rumusan masalah yang akan diteliti serta tujuan penelitian.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 tinjauan pustaka berisikan teori-teori yang mendasari studi yang dilaksanakan serta berisikan literatur dari berbagai media, penelitian, seminar, dan lainnya. Fungsinya adalah untuk membantu penelitian terkait rekomendasi perbaikan koridor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use*. Beberapa contoh teori yang ada seperti teori elemen desain perkotaan, kriteria fasilitas pejalan kaki, teori terkait desain koridor serta emosi konsumennya, dan lain-lain.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab 3 metode penelitian berisi mengenai pendekatan penelitian yang dilakukan secara kuantitatif yaitu perhitungan dengan menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman* dan IPA (*Importance and Performance Analysis*). Selain itu menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan mendeskripsikan wilayah studi yang terkait dengan kondisi desain koridor dan variasi *land use*.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 hasil dan pembahasan berisi mengenai gambaran umum terkait lokasi sebagai tempat penelitian, hasil analisis data yang didapatkan melalui metode survei, dalam penelitian ini adalah survei primer yang menggunakan alat berupa kuisisioner dan observasi. Tahapan analisis yang digunakan dan dibahas dalam bab 4 adalah analisis korelasi *Rank Spearman* dan IPA

(*Importance and Performance Analysis*) . Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan desain koridor dan variasi *land use* dengan emosi konsumen serta analisis IPA digunakan untuk mengetahui persepsi masyarakat dan rekomendasi perbaikan koridor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi desain koridor dan variasi *land use* di Jl. Pasar Besar dan Jl. KH. Agus Salim Kota Malang.

## BAB V

### : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab 5 kesimpulan dan saran berisi mengenai kesimpulan dan saran terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta menjawab tujuan dari penelitian yang ingin dicapai.

