Tesis

Pedestrian Street Shopping Berkelanjutan

sebagai Pilihan Konsep Pengembangan Area Komersial di Citraland Surabaya

AYU DWI ARYANI
NRP. 3213. 208. 010

Dosen Pembimbing :
Prof. Ir. Happy Ratna S., M.Sc. Ph.D
Dr. Ir. Vincentius Totok Noerwasito, MT

Program Magister
Bidang Keahlian Perencanaan Real Estate
Jurusan Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya
2014

Latar Belakang

Tuntutan Pembangunan Berkelanjutan
(Keeping dan Shiers, 2003)

Dipertimbangkan oleh Citraland Surabaya

Konsep green, clean and modern → Di area komersial ??

Konsep area komersial berkelanjutan

Pedestrian Street Shopping
(Koike dkk, 2011; Jou, 2011; Bates, 2013)

- Sosial
- Lingkungan
- Ekonomi

Tidak semua *Pedestrian Street Shopping* bertahan dalam jangka waktu panjang
(Judge, 2012)

Faktor-faktor yang membuat *pedestrian street shopping* bisa bertahan di Citraland Surabaya

Kriteria *Pedestrian Street Shopping* berkelanjutan

Pedestrian street shopping yang berkelanjutan secara utuh sebagai konsep area komersial di Citraland Surabaya

Pertanyaan Penelitian

1. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan *pedestrian street shopping* dapat **bertahan sebagai area komersial** di Citraland Surabaya?
2. Bagaimana konsep *pedestrian street shopping* berkelanjutan yang dapat bertahan dalam jangka waktu panjang sebagai area komersial di Citraland Surabaya?

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung *pedestrian street shopping* agar dapat bertahan sebagai area komersial di Citraland Surabaya.
2. Menyusun konsep *pedestrian street shopping* berkelanjutan yang dapat bertahan dalam jangka waktu panjang sebagai area komersial di Citraland Surabaya.

Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi terhadap teori tentang area komersial berkelanjutan khususnya area komersial yang berbentuk *pedestrian street shopping*.

Manfaat praktis

Memberikan pilihan baru bagi Citraland Surabaya untuk mengembangkan kawasan komersial yang akan dibangun.

Batasan Penelitian

Batasan Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian adalah area komersial di kawasan Citraland Surabaya. Untuk meneliti konsumen, wilayah yang dipilih adalah GWalk sebagai area komersial Citraland Surabaya yang telah ada.

Batasan Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi dalam lingkup keilmuan perencanaan real estate. Konsep yang disusun dibatasi hanya untuk konsep penataan dan fisik area komersial serta akan mengakomodasi pengembangan area komersial 5-10 tahun kedepan.

Kajian Pustaka

Pedestrian Street Shopping Berkelanjutan sebagai Pilihan Konsep Area Komersial di Citraland Surabaya

Pedestrian Street Shopping

- ***Pedestrian Street Shopping* sebagai Ruang Publik** (Carr dkk, 1992, Francis, 1985 dan Bates, 2013)
- ***Pedestrian Street Shopping* sebagai Area Komersial** (Reikli, 2012)
- ***Pedestrian Street Shopping* sebagai Objek Rancang** (Dewberry, 2008)

Pembangunan Berkelanjutan (Elizondo dan Loussaief, 2010)

Parameter Keberlanjutan Pusat Aktivitas (Goodman, 2008)
Market Area (O'Sullivan, 1996)

Metode Penelitian

Merupakan penelitian deskriptif-kualitatif
Paradigma **post positivisme**
Metode penelitian **kualitatif-studi kasus**

Menggunakan skala **semantik diferensial** untuk mengukur data

Teknik pengambilan **sampel** menggunakan **probability sampling, responden diambil secara insidental**

Lokasi penelitian : Gwalk Citraland Surabaya

Metode pengumpulan data

Data primer

Kuesioner, untuk mengumpulkan data:

1. kecenderungan sikap belanja, nilai belanja, kebiasaan belanja,
2. ketertarikan konsumen terhadap konsep *pedestrian street shopping*
3. fasilitas yang dbutuhkan konsumen saat berada di *pedestrian street shopping*.

Wawancara kepada pengembang, untuk mengumpulkan data:
Menjaring pendapat developer tentang konsep pedestrian street shopping berkelanjutan

Observasi , untuk mengetahui:
sejauh mana konsep akhir dapat diaplikasikan pada area komersial Citraland Surabaya yang telah lebih dahulu beroperasi.

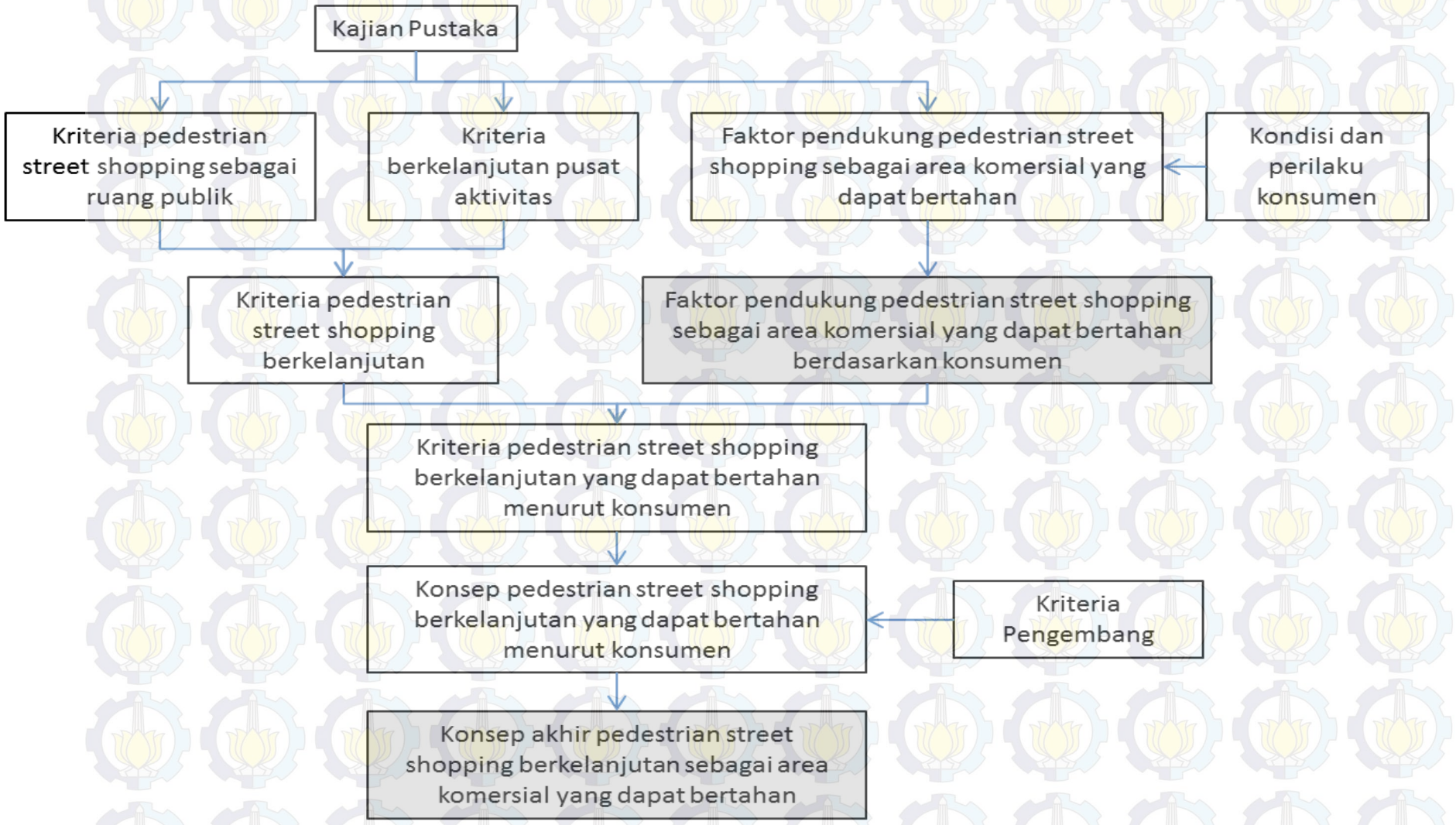
Data sekunder

data pendukung data kuesioner dalam menentukan penilaian beberapa indikator variabel penelitian, misalnya sikap belanja, kebiasaan belanja, demografi dll.

Metode Penelitian

Variabel	Teori	Definisi Operasional	Jenis	Indikator	Sumber Data
Pedestrian Street Shopping sebagai Ruang Publik	Bates (2013) dan Francis (1985)	Pedestrian street shopping sebagai salah satu jenis ruang terbuka perkotaan dimana area tersebut digunakan oleh publik untuk berkumpul, berinteraksi dan mengadakan berbagai kegiatan.	intervening	Kenyamanan	observasi
				Relaksasi	observasi
				Keterlibatan aktif pada lingkungan	observasi
				Keterlibatan pasif pada lingkungan	observasi
				Akses	observasi
				Kebebasan aksi	observasi
				Perubahan	observasi
				Sistem dan kualitas alam	observasi
				makna	observasi
Pedestrian Street Shopping sebagai Area Komersial	Reikli (2012)	Pedestrian Street Shopping sebagai salah satu bentuk pusat perbelanjaan atau pusat retail dimana terjadi kegiatan jual-beli.	bebas	Lokasi	Kuisioner, observasi dan wawancara
				Customer mix	
				Tenant mix	
Berkelanjutan	Goodman (2008)	keberlangsungan dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan	bebas	Ekonomi	Observasi
				Sosial	Observasi
				Lingkungan	Observasi

Alur Penelitian



Teknik Analisa

Teknik Statistik Deskriptif

- Pertanyaan Kuesioner 1 **menggunakan skala semantik diferensial** yang menggambarkan kecenderungan konsumen terhadap pernyataan 1 atau pernyataan 2.
- Pertanyaan Kuesioner 4 **menggunakan nilai mean** dari data kuesioner

Triangulasi

Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dalam 2 tahap. Hal ini bertujuan agar kriteria yang dikolaborasikan bersifat sejajar.

- Tahap pertama adalah triangulasi antara **kondisi eksisting/ konsumen dan teori *pedestrian street shopping* berkelanjutan.**
- Tahap triangulasi kedua adalah kolaborasi **konsep berdasarkan arahan hasil triangulasi 1 dengan pendapat developer (Citraland Surabaya).**

Pemrograman Arsitektur

Tujuan pemrograman arsitektur dalam penelitian ini adalah untuk **menemukan konsep** *pedestrian street shopping* berkelanjutan berdasarkan arahan hasil triangulasi data.