

Penjelasan Konsep

Developer

Hasil Analisa

foodcourt diletakkan di pangkal pedestrian street shopping.

- **Penyewa preferensi:** penyewa preferensi diletakkan didekat plaza. Jumlahnya tidak terlalu banyak karena kesadaran dan loyalitas konsumen terhadap merk masih rendah.
- **Penyewa pengisi:** penyewa pengisi diletakkan diantara anchor dan penyewa preferensi. Beberapa penyewa pengisi makanan diletakkan di dekat plaza untuk memudahkan konsumen retail mendapatkan snack sambil berbelanja.

- kendaraan agar keberadaan retail diketahui dengan mudah.
- Ruko di Citraland Surabaya tidak disewakan melainkan diperjual-belikan.

Perletakan retail berdasarkan value seperti pada penjelasan konsep dapat membantu konsumen properti mengembangkan usaha yang baru dirintis (dengan menawarkan harga murah dan dengan tingkat konsumen potensial yang tinggi). Hal tersebut dapat menjadi nilai tambah bagi developer dalam memasarkan produk properti/ retail.

Perletakan plaza: plaza terdapat di tengah pedestrian street shopping dan tidak ada retail yang terlalu jauh dari plaza.

Fungsi plaza: berdasarkan kebutuhan konsumen, terdapat 5 plaza di pedestrian street shopping. 2 plaza merupakan area komunitas yang terletak di pusat retail. 1 plaza berfungsi sebagai area serbaguna dengan kapasitas

- sesuai dengan kriteria developer
- Area pertunjukan seni budaya surabaya dan sekitarnya, yang diadakan setiap tahun dan bertepatan dengan HUT Surabaya dan hari-hari besar.

Fungsi plaza area komersil pengembang yang hanya dimanfaatkan pada event tertentu sebenarnya dapat dikondisikan agar mengundang banyak pengunjung ke area komersial dengan menyewakan plaza tersebut atau mengadakan kegiatan rutin di plaza yang mampu menarik kehadiran pengunjung. Semakin banyak pengunjung yang dapat

Penjelasan Konsep	Developer	Hasil Analisa
<p>tampung 11-20 orang terletak di pusat retail namun lebih dekat dengan foodcourt. 1 plaza difungsikan sebagai taman bermain anak, diletakkan di zona ramai. 1 plaza lainnya terletak di foodcourt. Plaza foodcourt ini berisi pepohonan, elemen air dan live music.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sesuai dengan kriteria developer • Area pertunjukan seni budaya surabaya dan sekitarnya, yang diadakan setiap tahun dan bertepatan dengan HUT Surabaya dan hari-hari besar. 	<p>ditarik oleh plaza, maka semakin banyak pula konsumen potensial yang dapat ditawarkan developer ke calon pembeli retail.</p>
<p>Pola sirkulasi: pola sirkulasi dibuat linear namun berbentuk loop.</p>	<p>Konsep ini telah sesuai dengan pengembang karena dapat memudahkan pengunjung menjangkau retail tujuan.</p>	<p>Pola sirkulasi pada konsep memang belum familiar bagi pengembang kawasan mandiri. Namun, pada konteks Citraland Surabaya atau kawasan yang memiliki pola sirkulasi grid, pola sirkulasi pedestrian street yang linear namun berupa loop dapat menjadi alternatif sirkulasi area komersial.</p>
<p>Fasad: toko didominasi material kaca (agar retail memiliki visibilitas/ akses visual yang baik) dan menampilkan arsitektur bergaya modern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep desain yang terbaru memang menggunakan arsitektur bergaya modern dan disertai dengan material modern begitu juga dengan arsitektur bergaya eropa juga disertai langgam khas eropa yang terlihat pada fasade bagian sisi atas 	<p>Fasad didesain dengan menampilkan arsitektur modern dengan standar kualitas tinggi serta legible bagi konsumen potensial yang berlalu lalang didepan area komersial.</p>

Penjelasan Konsep

Developer

Hasil Analisa

Elemen pendukung

kenyamanan visual: permainan lighting dan lighting yang mengekspos keindahan pepohonan, lighting didominasi warna yang memiliki kesan warm (misalnya kuning), dan kanopi yang terbuat dari material transparan dan non transparan untuk menghindari silau. Karena konsep dan tema mengikuti tema pengembangan Citraland Surabaya, maka elemen dekoratif dapat mengikuti tema Singapore of Surabaya.

- Memiliki desain yang legible bagi konsumen potensial yang lewat didepan area komersial
- Dibangun dengan standar kualitas tinggi, tampilannya tampak menawan didesain dengan sentuhan arsitektur modern.
- Fasad didesain sedemikian rupa agar isi retail dapat terlihat oleh konsumen potensial di luar retail. Material yang digunakan adalah kaca.

- Elemen pendukung kenyamanan visual dapat dipadu-padankan dengan desain arsitektural bangunannya.

Dekorasi dapat mengikuti tema Singapore of Surabaya, namun disesuaikan dengan gaya arsitektur bangunan.

Penjelasan Konsep	Developer	Hasil Analisa
<p>Material: material menggunakan material ekspos seperti batu alam, beton, dan bata ekspos.</p>	<p>Blok area komersial yang baru dikembangkan menggunakan material yang memiliki tingkat maintenance rendah namun tetap menampilkan arsitektur modern tropis, misalnya penggunaan beton ekspos dan material kaca.</p>	<p>Material yang ditawarkan oleh konsep sudah sesuai dengan kriteria developer sehingga prioritas material yang lebih diutamakan adalah yang memberi kesan modern dan biaya perawatannya rendah.</p>
<p>Vegetasi dan ruang terbuka hijau: Terdapat pepohonan didepan pertokoan yang potnya juga berfungsi sebagai tempat duduk. Luas area terbuka hijau adalah 25% luas total area komersial.</p>	<p>Konsep telah sesuai dengan kriteria pengembang</p>	<p>Vegetasi dan ruang terbuka hijau adalah salah satu hal yang dituntut ada dalam pembangunan kawasan apapun tak terkecuali area komersial. Namun, untuk area komersial, letak vegetasi perlu diposisikan agar tidak mengganggu visibilitas konsumen terhadap retail.</p>
<p>Walkway: walkway dibagi menjadi 3, yaitu 2 jalur pedestrian di sisi kanan dan kiri dan bagian tengah merupakan jalur dengan pepohonan dan tempat duduk. Panjang walkway secara keseluruhan tidak lebih dari 1,5 km.</p>	<p>Pada umumnya, area komersial yang ada di kawasan pengembangan telah memiliki walkway</p>	<p>Walkway selain berfungsi sebagai area sirkulasi pengunjung, juga dapat digunakan sebagai outdoor street cafe atau retail. Untuk itu, lebar walkway harus disesuaikan dengan kebutuhan ekspansi retail. Misalnya, walkway retail cafe lebih lebar daripada walkway retail lain yang tidak perlu memajang barangnya di walkway. Perbedaan lebar retail</p>

Penjelasan Konsep	Developer	Hasil Analisa
		<p>tersebut juga dapat meningkatkan efektivitas walkway dan mempermudah developer dalam mengestimasi secara efektif biaya yang harus dikeluarkan untuk membuat walkway.</p>
<p>Fasilitas: fasilitas yang disediakan mencakup pos keamanan di setiap plaza, tong sampah dan petunjuk arah di titik-titik potensial (misalnya persimpangan jalan, dekat plaza, pintu masuk dll), tempat duduk (dengan meja atau tanpa meja), toilet dan musholla di dekat plaza, wall railing dan ramp untuk disable atau difabel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep ini telah sesuai dengan kriteria pengembang yang merupakan mengembangkan kawasan mandiri sehingga pengembang akan terus berupaya memenuhi kebutuhan dengan fasilitas-fasilitas yang ada di kawasan pengembangan. • Untuk memaksimalkan fasilitas tempat duduk, area komersial tidak boleh padat dengan kendaraan bermotor. • Fasilitas tempat duduk yang disediakan merupakan tempat duduk yang disediakan oleh cafe. 	<p>Fasilitas, elemen pendukung relaksasi dan visual, dan tempat duduk: fasilitas tambahan seperti tempat duduk, toilet, musholla, elemen relaksasi dan visual merupakan fasilitas tambahan untuk meningkatkan image area komersial, menciptakan makna area komersial bagi konsumen, menjadi sarana promosi area komersial dan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan konsumen atas fasilitas yang ada di area komersial.</p>

Kesimpulan

Faktor Pendukung *Pedestrian Street Shopping* Dapat Bertahan Sebagai Area Komersial di Citraland Surabaya

Faktor yang berhubungan dengan *site*

- Ruang parkir: parkir yang sesuai dengan kebutuhan konsumen ialah ruang parkir yang dekat dengan area komersial namun terpusat sehingga aktivitas parkir tidak mengganggu aktivitas pedestrian.
- Aksesibilitas: konsumen membutuhkan jalan pedestrian yang nyaman, dimana konsumen dapat berjalan dengan aman, lancar dan mudah. Selain itu, retail memiliki jarak yang terjangkau dari tempat parkir serta mudah dicapai.

Faktor yang berhubungan dengan penyewa

- Campuran penyewa retail: penyewa retail yang mungkin hingga sering dikunjungi konsumen adalah retail yang menjual *general merchandise*, toko pakaian, toko sepatu, serta toko buku dan kado.
- Campuran penyewa non-retail: jenis penyewa non retail yang cukup sering dikunjungi konsumen adalah anchor sejenis pujasera (gerai makanan, restaurant dan cafe), anchor *department store*, dan anchor perlengkapan rumah tangga. Selain itu, hiburan dan komunitas merupakan penyewa non-retail yang sering dikunjungi konsumen.
- Nilai penyewa: nilai penyewa yang ada tidak terlalu diperhatikan oleh konsumen mengingat kesadaran konsumen akan merk masih rendah dan mayoritas konsumen tidak memiliki toko langganan.

Faktor lingkungan

- *Layout*: berdasarkan sikap belanja, nilai belanja, strategi belanja dan kebiasaan belanja konsumen, penyusunan retail yang sesuai dengan kebutuhan konsumen adalah tipe cluster dimana profil retail sejenis dikelompokkan menjadi satu.
- Suasana dan lingkungan: Suasana area komersial yang dibutuhkan konsumen adalah suasana rileks yang dapat diciptakan oleh beberapa elemen dan pemandangan yang mendukung. Elemen relaksasi tersebut dapat berupa vegetasi, taman dan elemen air seperti air mancur.

Kesimpulan

Faktor Pendukung *Pedestrian Street Shopping* Dapat Bertahan Sebagai Area Komersial di Citraland Surabaya

Faktor lainnya: ketertarikan konsumen pada konsep pedestrian street shopping berkelanjutan, level harga, jam buka, promosi, penggunaan lahan secara optimal, harga yang terjangkau, produk yang dijual dan restoran dan *foodcourt* yang ada.

Konsep *Pedestrian Street Shopping* Berkelanjutan Sebagai Area Komersial di Citraland Surabaya

Elemen yang dapat diolah dengan konsep pedestrian street shopping berkelanjutan adalah **bentuk, parkir, zoning area, persentase retail, pola perletakan retail, perletakan retail berdasarkan value retail, fungsi dan perletakan plaza, fasad, pola sirkulasi, elemen pendukung kenyamanan visual, material, RTH, pintu masuk, walkway, Fasilitas, elemen pendukung relaksasi dan visual, dan tempat duduk**

Saran

Konsep yang telah disusun dapat **berlaku umum untuk kawasan yang memiliki kesamaan kriteria konsumen dan kriteria developer yang sama dengan kondisi Citraland Surabaya**. Untuk penerapan konsep di area komersial Citraland Surabaya, konsep yang paling efektif untuk diterapkan adalah dengan mengembalikan fungsi walkway seperti seharusnya sehingga aksesibilitas, kenyamanan dan keamanan pengunjung tetap terjaga. Selain itu, perawatan kawasan Gwalk perlu lebih diperhatikan mengingat banyaknya sudut yang kurang terawat/ kotor. Setelah kedua hal tersebut dilakukan, maka konsep lain yang dapat diaplikasikan adalah penambahan elemen penunjang kebutuhan visual dan relaksasi konsumen.