

## **BAB II**

### **KAJIAN REVITALISASI SENTRA UMKM SEBAGAI LANDMARK KAWASAN DENGAN KONSEP PUSAT KOMERSIL TERBUKA**

Bab ini akan mengkaji teori-teori terkait sentra UMKM, Ruang Publik Terbuka, serta prinsip terkait revitalisasi untuk mengintegrasikan keduanya ke dalam sebuah Ruang/Pusat Komersil Terbuka yang dapat berlaku sebagai *landmark* kawasan.

#### **2.1 Sentra UMKM**

##### **2.1.1 Pengertian UMKM**

UMKM merupakan salah satu penopang terbesar perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2021), jumlah UMKM pada tahun ini berjumlah 64,2 juta unit dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07. UMKM juga memiliki kontribusi terhadap dengan menyediakan lapangan kerja bagi 97% dari total tenaga kerja swasta yang ada.

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki definisi masing-masing berdasarkan skala usahanya:

1. **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar

3. **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Menurut Chen (2020), *Small-Medium Enterprises* atau UMKM merupakan sebuah usaha yang difokuskan untuk mengembangkan pasar lokal. UMKM ini memiliki empat karakteristik utama, yaitu:

1. Bertujuan untuk mengkomodir pasar lokal,
2. Menciptakan lapangan pekerjaan yang “*non-tradable*”, dimana tenaga kerjanya merupakan warga lokal,
3. Mayoritas merupakan bisnis keluarga berskala kecil,
4. Usahanya berkembang secara linear.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM, sesuai namanya, merupakan bidang usaha berskala kecil dengan modal yang relatif kecil, yang dikelola oleh pihak perseorangan dan tidak bukan merupakan anak perusahaan besar.

### **2.1.2 Penggolongan UMKM**

Menurut Bank Indonesia, UMKM dapat mencakup sembilan sektor perekonomian utama di Indonesia.

1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan
2. Pertambangan dan Penggalian
3. Industri Pengolahan
4. Listrik, Gas dan Air Bersih
5. Bangunan
6. Perdagangan, Hotel dan Restoran
7. Pengangkutan dan Komunikasi
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan
9. Jasa-jasa



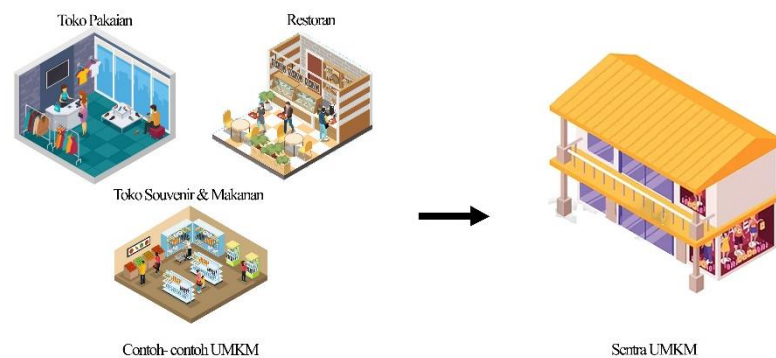
*Gambar 2.1 – Diagram jumlah UMKM berdasarkan sektor perekonomian*

*Sumber: Adaptasi dari Bank Indonesia*

Dari semua sektor perekonomian di atas, sektor yang paling mendominasi dengan margin yang cukup besar adalah pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan, dengan jumlah sekitar 48.85% dari total UMKM, diikuti dengan perdagangan, hotel, dan restoran dengan jumlah sekitar 26.88% dari total UMKM. Melihat potensi ini dan konteks lingkungan perkotaan, maka pilihan jenis UMKM yang paling tepat untuk dikembangkan adalah perdagangan dan restoran.

### **2.1.3 Pengertian Sentra UMKM**

Menurut Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia No.23: 23/Per/M.Kukm/Xi/2005, Sentra UMKM dapat diartikan sebagai pusat kegiatan bisnis di kawasan/ lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster dan sebagai titik masuk (entry point) dari upaya pengembangan klaster. Dengan kata lain, sentra UMKM merupakan tempat yang mewadahi beberapa UMKM sekaligus, disediakan juga fasilitas-fasilitas umum lain yang mendukung layaknya pusat komersil pada umumnya.



Gambar 2.2 – Jenis Usaha dalam Sentra UMKM

Sumber: Analisis Pribadi

#### 2.1.4 Program Ruang dalam Sentra UMKM

Sentra UMKM sebagai pusat aktivitas perdagangan tentunya memiliki beberapa jenis usaha di dalamnya. Karena di sekitar kawasan sudah terdapat cukup banyak hotel, maka program ruang akan difokuskan kepada restoran dan toko, serta fasilitas penunjang lainnya.

##### 2.1.4.1 Restoran/Rumah Makan

Menurut Northern Arizona University, sebuah restoran yang baik seharusnya memiliki atmosfer yang baik, dimana furnitur, tema, *ambiance*, dan penataan ruang akan menentukan *mood* pengunjung. Atmosfer inilah yang meninggalkan kesan bagi para pengunjung, dan yang menentukan apakah pengunjung akan kembali datang atau tidak. Atmosfer ini memiliki beberapa unsur yang dapat direkayasa, yaitu:

1. Penampilan & Warna – Furnitur harus sesuai dengan tema restoran, atau relevan dengan menu yang disediakan. Pencahayaan dan warna juga berpengaruh, dimana cahaya terang dan warna cerah membuat pengunjung tidak betah berlama-lama dalam restoran. Hal ini tentunya cocok buat restoran cepat saji. Namun, untuk konteks restoran seperti pada umumnya dalam sentra UMKM, hal tidak diinginkan, maka dari itu tidak dibutuhkan

pencahayaan yang terlalu banyak, namun cukup untuk membantu penglihatan.

2. Suara – Akustik ruangan melalui pemilihan material dan penempatan furnitur akan menentukan kenyamanan. Selain itu, jarak antara dapur/area servis juga berpengaruh dalam distribusi suara dalam sebuah area makan, karena kebanyakan suara datang dari area servis.

3. Bau – Penempatan ventilasi akan menentukan bau yang akan diterima oleh konsumen. Sebuah ruang makan yang baik harus mempertajam bau masakan dan menghilangkan bau-bau tidak sedap. Harus ada area khusus untuk pengelolaan limbah makanan, dan ada jarak dengan ruang luar untuk mencegah bau yang mengganggu .

Selain itu, menurut University of California (2012), rancangan dapur yang ideal dan ergonomis harus memiliki empat prinsip dasar, yaitu:

1. Modular dan fleksibel (tata ruang dapat diubah sesuai kebutuhan)
2. Kelancaran sirkulasi manusia dan barang
3. Kemudahan akses sanitasi
4. Akses terhadap fasilitas pemeliharaan

#### **2.1.4.2 Toko/Retail**

Menurut DMCC (2020), ada beberapa hal yang bisa diterapkan dalam perancangan fasilitas retail terhadap bagian fasad dan *entrance*, yaitu,

- 1) Penggunaan material dan warna yang tidak boleh kontras dengan tema bangunan utama secara keseluruhan
- 2) Material dan detail fasad/*storefront* harus memperkuat karakter bangunan utama
- 3) Fasad utama harus menjadi sisi bangunan paling mencolok dengan material berkualitas tinggi
- 4) Ruang pajangan harus memiliki ventilasi dan pencahayaan yang terang (*incandescent* atau HID)

- 5) Sisi belakang retail atau fasad yang bukan merupakan sisi *entrance* harus didesain selayaknya fasad utama untuk mencegah kesan monoton
- 6) Material harus *sustainable*
- 7) Fasad harus memiliki skala dan proporsi yang baik, dengan rasio solid-void sebesar 70% void (kaca) dan 30% solid
- 8) Menggunakan pencahayaan yang warna dan temperaturnya menyerupai cahaya alami di siang hari, dengan minimum CRI sebesar 85 untuk ruang pajangan.
- 9) Level cahaya harus bisa disesuaikan

Selain itu, mengenai relasinya dengan publik dan ruang publik, perancang juga harus menerapkan hal-hal berikut:

- 1) Mengelompokkan retail dengan baik, fungsi retail yang bersebelahan tidak boleh berkonflik.
- 2) Toko yang terletak di sudut harus memiliki fasad utama pada dua sisi dan saling berkesinambungan
- 3) Retail harus berhadapan langsung dengan ruang publik
- 4) Sisi belakang retail sebaiknya berhadapan dengan *landscaping*
- 5) Hindari menunjukkan *back of space* fasilitas retail secara langsung dan tidak sengaja dari luar ruangan.

Menurut Malhotra (2011), warna dominan dari fasad dan Interior juga menentukan mood dari pengunjung. Skema warna harus sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh sebuah retail. Warna coklat merupakan pilihan yang baik untuk sentra UMKM karena diasosiasikan dengan tradisionalisme dan domestisitas, sesuai dengan produk-produk lokal yang ditawarkan. Selain itu, aksen putih juga baik untuk digunakan karena menyimbolkan elegan, kasualitas, dan hal-hal positif lain.

### 2.1.4.3 Fasilitas Lain

Selain toko dan restoran, seperti pada kawasan/bangunan komersil lainnya, terdapat beberapa fasilitas penunjang untuk umum. Menurut Anggraini (2021), sentra UMKM memiliki fasilitas penunjang seperti:

- 1) Toilet
- 2) Lobi
- 3) ATM
- 4) Aula serbaguna
- 5) Kantor
- 6) Pos pengamanan

Selain itu ada juga fasilitas servis berupa ruang MEP dan pengolahan limbah.

Jenis	Fasilitas	Privasi dan zonasi
<b>Restoran</b>	Ruang Makan	Publik, indoor-outdoor
	Dapur	Privat, indoor
	Penyimpanan	Privat, indoor
<b>Toko/Retail</b>	Ruang Pajangan	Publik, indoor
	Ruang produksi	Privat, indoor
	Gudang	Privat, Indoor
<b>Fasilitas Lain</b>	ATM	Publik, indoor
	Toilet	Publik, indoor
	Kantor pengelola	Privat, indoor
	Security	Privat, indoor
	Aula (Untuk acara)	Publik, indoor
	Lobby	Publik, indoor-outdoor
	Ruang MEP	Privat, indoor
	Pengolahan limbah	Privat, indoor-outdoor

Tabel 2.1 - Jenis-jenis fasilitas dalam sentra UMKM

Sumber: Adaptasi dari Neufert (1993)

## 2.2 Sentra UMKM dalam Ruang Publik Komersil Terbuka

### 2.2.1 Pengertian Ruang Publik Terbuka

Menurut Sendi dan Marusic (2012), ruang publik secara umum dapat didefinisikan sebagai sebuah ruang yang dapat diakses orang-orang tanpa syarat.

Dengan kata lain, sebuah ruang publik dikatakan publik karena semua orang berhak untuk berada di tempat tersebut secara fisik. Ruang publik ini dikunjungi orang-orang untuk secara individu maupun berkelompok untuk dapat melakukan berbagai macam aktivitas. Ruang publik ini dapat dibedakan dari sekelilingnya, dan terbentuk dari batasan-batasan berupa bangunan, dan bisa dilewati langsung oleh orang-orang.

Menurut Nared dan Lamovsek (2015), sebuah ruang publik terbuka memiliki peran penting dalam sebuah kota, yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup, memungkinkan kontak sosial, dan untuk menjaga atau menonjolkan nilai budaya dan keberagaman dan identitas lokal kota tersebut. Semakin unik sebuah ruang publik, semakin banyak interaksi dan aktivitas yang dapat terjadi di dalamnya, sehingga membuatnya semakin hidup.

Dari kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa ruang publik terbuka merupakan tempat yang dapat dikunjungi manusia untuk dapat melakukan aktivitas, dimana aktivitas inilah yang menghidupkan ruang tersebut.

### **2.2.2 Elemen Ruang Publik Terbuka**

Menurut *Project for Public Spaces*, sebuah ruang publik yang baik memiliki empat elemen yang perlu dipenuhi, yaitu:

1. *Comfort & Image*, yang berarti sebuah ruang publik harus nyaman untuk dikunjungi dan tertata sedemikian rupa untuk memberikan kesan/citra yang baik untuk para pengunjungnya.
2. *Uses & Activities*, dimana ruang publik harus mendukung terjadinya aktivitas yang beragam. Aktivitas-aktivitas ini membuat sebuah ruang menjadi hidup, mengubahnya menjadi sebuah *place*.
3. *Sociability*, yang artinya sebuah tempat harus mendukung terjadinya interaksi sosial. Interaksi ini akan menimbulkan sebuah *sense of place*, sehingga dapat membuat sebuah ruang publik menjadi lebih berkesan.
4. *Access & Linkages*, dimana sebuah ruang publik memiliki koneksi yang baik dengan konteks di sekitarnya baik secara visual maupun fisik, dan dapat dengan mudah diakses (tidak menimbulkan eksklusivitas)



Menurut Carr (1992), agar dapat merancang dan mengelola sebuah ruang publik yang efektif, dibutuhkan pemahaman mengenai peran ruang tersebut bagi kehidupan manusia di sekitarnya. Sebuah ruang publik harus dapat bermanfaat bagi orang-orang, karena jika ruang tersebut tidak memiliki fungsi, ruang tersebut tidak akan sukses dan tidak akan diperhatikan orang. Carr menambahkan ada lima hal yang terkait dengan pengalaman manusia yang harus ada sebuah dalam ruang publik, yaitu:

1. *Comfort*, yaitu kenyamanan secara fisik yang dipengaruhi lingkungan dan kualitas ruang
2. *Relaxation*, dimana pengunjung dapat merasa lega dan aman secara psikologis
3. *Passive Engagement*, yang merupakan interaksi tidak langsung yang terjadi antara pengunjung dan ruang yang dikunjungi, dan berkaitan dengan indera yang dimiliki manusia
4. *Active Engagement*, yang merupakan interaksi yang terjadi secara langsung antara satu pengunjung dengan pengunjung lainnya, maupun dengan ruang.
5. *Discovery*, yaitu pengalaman unik yang baru atau hanya dirasakan pengunjung dalam sebuah ruang publik.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa sebuah ruang publik yang baik harus memiliki relasi yang baik dengan manusia. Pengunjung ruang publik perlu merasakan kenyamanan secara fisik dan mental ketika berada di dalamnya. Kenyamanan ini dapat diwujudkan melalui adanya *image*, *activities*, *sociability*, dan *access* yang baik. Dari keempat hal tersebut, akan tercipta *comfort*, *relaxation*, *engagement*, serta *discovery*.

### **2.2.3 Aktivitas Dalam Ruang Publik**

Karena dukungan terhadap aktivitas dan *engagement* merupakan elemen penting dalam sebuah ruang publik, ada baiknya disediakan ruang-ruang atau

fasilitas khusus untuk beragam aktivitas, dengan terlebih dahulu mengetahui jenis-jenis aktivitas tersebut. Menurut Gehl (1971), ada tiga jenis aktivitas yang dapat dijalani dalam ruang publik yaitu:

1. *Necessary Activities*, yang merupakan kegiatan yang harus dilakukan orang sehari-hari, dan berkaitan dengan kebutuhan orang untuk menggunakan sebuah ruang publik tanpa memperhatikan cuaca.
2. *Optional Activities*, yang merupakan kegiatan yang dijalani pengguna ruang publik sesuai kemauannya sendiri, dengan waktu dan tempat yang ditentukannya. Aktivitas ini biasanya bergantung pada cuaca, dan dijalani jika keadaan memungkinkan.
3. *Social Activities*, yang merupakan kegiatan yang terjadi apabila orang-orang terkumpul dalam sebuah ruang publik, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Aktivitas ini biasanya terjadi secara spontan sebagai hasil dari kedua tipe aktivitas sebelumnya yang dilakukan secara bersama oleh orang-orang berbeda.

Sebuah ruang publik yang baik dapat memungkinkan terjadinya ketiga jenis aktivitas tersebut, guna menjangkau semua kalangan publik dan kebutuhan mereka, baik yang ingin sekedar bersantai (*Optional & Social*), maupun yang harus bekerja dalam ruang ini, dalam hal ini sentra UMKM (*Necessary*).

Menurut Kostrzewska (2017), ruang dalam ruang publik dapat dibagi menjadi dua berdasarkan tipe aktivitas, yaitu:

1. *Formal Space*. Tipe ini merupakan fasilitas yang didesain dan dibangun khusus untuk olahraga dan rekreasi, dengan kata lain tempat untuk aktivitas fisik. Fasilitas-fasilitas ini antara lain: taman bermain dan lapangan olahraga, ruang *outdoor fitness*, jalur sepeda, area skateboard, taman, serta jalur pedestrian dan wisatawan. *Formal space* juga seharusnya mendukung pengunjung untuk bersosialisasi, baik dalam komunitas maupun dengan orang asing. Tempat ini harus terlindungi dari kondisi cuaca yang dapat mengganggu.

2. *Informal Space*. Tipe ini merupakan ruang yang ada dalam ruang publik, yang bisa dijadikan, namun tidak dirancang secara spesifik untuk aktivitas fisik. *Informal space* ini dapat berupa alun-alun, taman, jalanan, tangga, atau bahkan elemen arsitektur sebuah bangunan berupa dinding, *ramp*, pilar, dan sebagainya. *Informal space* juga dapat berupa tempat yang sebelumnya tidak lagi digunakan, namun diadaptasi untuk dapat menjadi ruang khusus untuk aktivitas sesuai keinginan pengguna.

#### **2.2.4 Sentra UMKM Sebagai Ruang Komersil dalam Ruang Publik Terbuka**

Seperti yang telah dibahas di atas, aktivitas adalah salah satu bagian penting dalam sebuah ruang publik. Kegiatan komersial merupakan salah satu diantara sekian banyak aktivitas yang dapat dilakukan dalam sebuah ruang. Disinilah sentra UMKM dapat menjadi bagian dalam sebuah ruang publik.

Aktivitas komersial sendiri adalah kegiatan pertukaran atau jual/beli barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dengan cara perdagangan dan seluruh kegiatan pendukungnya seperti transportasi, komunikasi, perbankan, dan sebagainya (Sungguh, 1992). Sedangkan menurut Kamus Tata Ruang Direktorat Jenderal Cipta Karya Pekerjaan Umum, pusat perdagangan/perniagaan (*commercial center*) merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan niaga, baik penjualan eceran maupun dalam jumlah besar. Pusat perniagaan ini tidak selalu berada di tengah kota namun memiliki pengaruh besar terhadap kegiatan ekonomi kota.

### **2.3 Revitalisasi Sentra UMKM menjadi Pusat Komersil Terbuka**

#### **2.3.1 Pengertian Revitalisasi**

Mengingat citra sebuah kawasan merupakan sebuah hal yang penting bagi subjek yang mengunjunginya, maka dibutuhkan pembenahan terhadap kondisi sentra UMKM saat ini. Pembenahan ini dapat dilakukan dalam bentuk revitalisasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18 tahun 2010 Pasal 1 tentang revitalisasi kawasan, Revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan/kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat

meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya. Dalam pedoman revitalisasi kawasan dari bagian lampiran pasal yang sama, dijelaskan bahwa revitalisasi bertujuan untuk meningkatkan vitalitas kawasan terbangun melalui intervensi perkotaan yang mampu menciptakan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi lokal, terintegrasi dengan sistem kota, layak huni, berkeadilan sosial, berwawasan budaya dan lingkungan. Revitalisasi sendiri dilakukan dengan mengintervensi sebuah karya arsitektur secara fisik.

### **2.3.2 Kondisi kawasan yang perlu direvitalisasi**

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18 tahun 2010, Kawasan yang direvitalisasi diarahkan pada:

- a. Kawasan yang menurun produktivitas ekonominya, terjadi degradasi lingkungan dan/atau penurunan kerusakan warisan budaya perkotaan (urban heritage).
- b. Lokasi yang memiliki nilai investasi/potensi peningkatan nilai properti yang tinggi.
- c. Kawasan strategis yang berpotensi di sektor pariwisata, perdagangan, permukiman, industri, pasar, budaya, pendidikan, ekologi dan warisan budaya.
- d. Kota-kota strategis menurut UU Penataan Ruang (PKN, PKW, PKSN).
- e. Kota/kawasan dengan komitmen pemda yang tinggi.
- f. Kota/kawasan dengan kepemilikan tanah (land tenure) yang tidak bermasalah

Melihat konteks sentra UMKM, dimana peningkatan ekonomi merupakan salah satu bagian terpenting, maka dari itu dibutuhkan langkah-langkah yang tepat untuk merevitalisasi sebuah sentra UMKM yang mengalami degradasi.

### **2.3.3 Tahapan Revitalisasi Sentra UMKM menjadi Pusat Komersil Terbuka**

Tahapan revitalisasi ini bertujuan untuk menambah daya tarik terhadap konsumen, serta meningkatkan produktivitas pedagang. Untuk Sentra UMKM

sendiri, menurut Kurnia dan Kurniawan (2020), ada empat langkah praktis yang dapat dilakukan untuk merevitalisasi pusat perbelanjaan tradisional, yaitu:

1. Menata ulang tempat berjualan dengan mengelompokkan lapak berdasarkan komoditas yang ditawarkan



Gambar 2.3 – Skema penataan ruang sederhana berdasarkan komoditas

Sumber: Analisa Penulis

2. Memperbaiki kondisi fisik dan struktur pasar dengan menggunakan material yang lebih awet dan kokoh, serta lebih mudah untuk dilakukan perawatan
3. Menyesuaikan sirkulasi dalam pasar agar lebih nyaman bagi pengguna.
4. Menampung semua pedagang yang ada sekarang dengan memberikan fasilitas dan ruang yang lebih baik, serta menyediakan ruang lebih untuk pengembangan pasar kedepannya

Dengan menggabungkan penerapan prinsip-prinsip ini dengan elemen-elemen ruang publik terbuka, sentra UMKM ini ditargetkan menjadi sebuah pusat komersil terbuka dengan konsep berbeda dibanding kebanyakan pusat perbelanjaan pada saat ini.

#### 2.4 Revitalisasi Sentra UMKM sebagai Landmark Kawasan dengan Konsep Pusat Komersil Terbuka

#### **2.4.1 Pengertian Landmark**

Menurut Lynch (1960), landmark merupakan sebuah elemen fisik yang memiliki skala bervariasi, dan dapat digunakan sebagai titik acuan. Sebuah landmark dapat dengan mudah diidentifikasi dan dianggap signifikan apabila: memiliki bentuk yang jelas; memiliki kontras terhadap konteks; dan keunggulan secara spasial. Selain itu, landmark juga dapat didefinisikan sebagai suatu karya arsitektur, yang melalui warna, bentuk, ataupun kesan semantiknya memiliki potensi untuk dapat memberikan orientasi arah terhadap orang-orang yang mengunjungi sebuah wilayah.

#### **2.4.2 Elemen Arsitektur Pusat Komersil Terbuka sebagai Landmark**

Dalam arsitektur, ada banyak elemen yang dapat menjadikan sebuah kawasan sebagai landmark. Elemen ini dapat memiliki skala besar, namun juga dapat berupa fitur-fitur yang tampak pada suatu karya arsitektur. Lamit (2007) membagi elemen arsitektur berskala besar yang dapat berlaku sebagai landmark kedalam empat tipologi, yaitu menara, gedung, ruang terbuka, dan fitur urban.

##### **1) Menara**

Menara merupakan sebuah elemen arsitektur yang sudah digunakan manusia sebagai objek atau daya tarik sejak dulu. Ketinggian, yang merupakan daya tarik visual yang langsung nampak bagi semua orang dalam sebuah menara, diasosiasikan dengan kemegahan dan kekuasaan. Hal inilah yang diadaptasi manusia seiring berjalannya waktu kedalam karya-karya arsitektur ikonik untuk menambah nilai ikonik itu sendiri. Selain itu, Menara dapat berfungsi sebagai tolok ukur kemajuan sebuah wilayah atau bahkan sebuah kota, karena dapat mengubah *skyline* kota itu sendiri.

##### **2) Gedung**

Bangunan merupakan elemen fundamental dalam perancangan ruang kota. Menurut Moughtin (1999), sebuah bangunan dapat menjadi

landmark apabila bangunan tersebut terlihat mendominasi lingkungan sekitar mereka dari segi ornamentasi, ukuran/skala, serta kontras. Pada intinya, permainan bentuk meruoakan Selain itu, bangunan seharusnya dapat memberikan sebuah gambaran mental secara umum mengenai kondisi kota atau kawasan tempatnya dibangun. Jika dibandingkan dengan menara, gedung dapat menjadi sebuah titik acuan atau perbandingan untuk radius yang lebih kecil karena perbedaan ketinggiannya.

### 3) Ruang Terbuka

Ruang terbuka dalam konteks ini merupakan ruang berskala *macro-urban*, yang areanya terdefiniskan oleh bangunan-bangunan sekitar. Selain tentunya melalui permainan skala yang masif, sebuah ruang terbuka juga dapat berlaku sebagai *landmark* melalui nilai sosial dan kebudayaan yang menjadi identitas atau terkandung dalam ruang tersebut. Nilai-nilai ini dapat terbentuk melalui aktivitas yang terjadi, sehingga aktivitas yang dilakukan orang di sebuah ruang terbuka memiliki pengaruh signifikan. Orang-orang dapat menggunakan sebuah ruang terbuka sebagai referensi tempat untuk melakukan aktivitas tertentu, baik sendiri maupun dengan orang lain, sehingga secara langsung menjadikannya sebagai titik acuan.

### 4) Fitur Urban

Fitur urban secara umum merupakan struktur tiga dimensi buatan yang tidak termasuk dalam ketiga kategori di atas, namun memiliki kualitas visual yang sama sebagai indikator untuk disebut sebagai landmark. Karena jenis struktur ini sendiri ada banyak, definisi dari fitur urban ini sendiri cukup luas, tapi secara general dapat dijelaskan sebagai karya buatan manusia yang memiliki kontribusi positif bagi kawasan dan perkotaan dengan memberikan kebahagiaan, kenyamanan, fantasi, serta membangun sosiabilitas. Fitur ini dapat memberikan kesan yang baru dan simbolis hanya dengan membuat orang berinteraksi dengan bentuk jadinya, dan tentunya harus dapat dibuat sedemikian rupa sehingga mengundang semua orang,

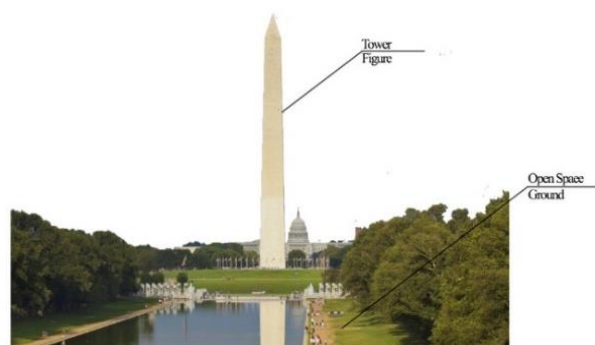
dan tidak menimbulkan kesan elitisme. Sebuah objek skala kecil yang menarik dengan bentuk yang tidak biasa dapat dijadikan landmark untuk area yang cukup kecil, namun cukup kuat untuk meninggalkan kesan, terutama apabila objek tersebut memiliki fungsi.



Gambar 2.4 – Contoh Ornamen sebagai Fitur Urban yang memiliki fungsi

Sumber: Analisis Pribadi

Karena kontras *figure-ground* merupakan salah satu indikator penentu sebuah kawasan pembangunan dapat dikategorikan sebagai landmark, keempat elemen arsitektur ini tentunya secara hipotetis dapat berada dalam satu kawasan. Ruang terbuka dapat berlaku sebagai *ground*, sementara gedung, monumen/menara, serta fitur urban dapat berlaku sebagai *figure*.



Gambar 2.5 – Contoh gabungan arsitektur landmark dalam satu kawasan

Sumber: Analisis Pribadi

Berdasarkan konteks kota Manado sebagai lokasi studi kasus, keempat elemen ini dapat disesuaikan dengan kondisi yang ada sekarang, yang dirangkum dalam tabel berikut:



	<b>Indikator</b>	<b>Konteks kota saat ini</b>	<b>Solusi (hipotetis)</b>
<b>Menara</b>	- Memiliki ketinggian yang sangat kontras dengan lingkungan sekitar	- Mayoritas bangunan merupakan <i>low-rise</i> dan <i>mid-rise</i> - Bangunan tinggi hanya sedikit dan berjarak relatif jauh dari kawasan	Membangun monumen yang lebih tinggi dari bangunan sekitar, namun masih relevan dengan kawasan
<b>Gedung</b>	- Memiliki bentuk yang unik jika dibandingkan dengan bangunan di sekitarnya	- Memiliki gaya arsitektur modern yang cukup generik - Tidak ada identitas	Menggunakan pendekatan/gaya arsitektur yang kontemporer dengan bentuk yang tidak tipikal
<b>Ruang Terbuka</b>	- Memiliki skala yang masif - Mendukung aktivitas khusus untuk dapat dijadikan tempat rujukan bagi orang banyak	- Jumlah ruang publik terbuka sangat sedikit dan memiliki variasi ukuran - Tidak memiliki ciri khas dalam hal aktivitas apa yang dapat dilakukan	Membangun ruang publik berskala masif dengan fasilitas penunjang aktivitas yang memadai, dalam hal ini akan berfokus ke aktivitas komersil
<b>Fitur Urban</b>	- Memiliki skala yang kecil - Memiliki bentuk yang ikonik - Memiliki nilai fungsional dan orang dapat berinteraksi dengan objek ini	- Fitur urban tersebar dimana-mana, kebanyakan berupa patung - Fitur urban selain patung tidak memiliki nilai simbolis	Membuat fitur urban yang sesuai dengan konteks, dalam hal ini dapat bergaun tradisional, yang dapat difungsikan orang banyak

Tabel 2.3 – Empat tipologi arsitektur landmark

Sumber: Lamit (2007), dan analisis pribadi



*Gambar 2.6 – Tampak kota Manado yang didominasi bangunan low-rise dan mid-rise*

*Sumber: Wikimedia*

### **2.4.3 Revitalisasi Sentra UMKM Sebagai Landmark Kawasan dengan Konsep Pusat Komersil Terbuka**

Tabel berikut merupakan kesimpulan analisis kajian pustaka sebagai solusi hipotetis dalam merevitalisasi sementara dari sentra UMKM, untuk mencapai sebuah pusat komersil terbuka yang dapat berlaku sebagai landmark kawasan. Strategi ini ditujukan untuk membenahi apa yang menjadi kekurangan sentra UMKM pada umumnya, agar dapat menjadi sebuah tempat yang menarik untuk dikunjungi, dan membuat produktivitas meningkat. Selain itu, proses revitalisasi ini akan mengintegrasikan ruang publik yang memiliki elemen-elemen ruang yang baik, dengan sentra UMKM agar menjadi sebuah kawasan yang utuh.

(Tabel di halaman berikut)

Tipologi Arsitektur Landmark	Komponen Elemen Arsitektur	Program Ruang dalam Pusat Komersil Terbuka		Tipe Ruang dan Tipe Aktivitas	Hal-hal yang akan dilakukan dalam revitalisasi
Gedung (Figure)	<b>Skala:</b> Jauh lebih tinggi/luas dibanding dengan bangunan sekitar (mengubah skyline)	Sentra UMKM	Restoran	Ruang: Formal Aktivitas: Necessary, Optional, Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang ulang keseluruhan bangunan dengan <i>form</i> yang lebih ikonik</li> <li>- Memperbaiki sirkulasi</li> <li>- Mengatur zonasi <i>tenant</i> agar dikelompokkan berdasarkan komoditas</li> <li>- Merancang tempat kerja yang lebih layak untuk pengelola dan pengusaha</li> </ul>
	<b>Bentuk:</b> Memiliki bentuk yang unik atau ireguler; dapat diterapkan melalui permainan geometri pada dinding dan atap		Retail	Ruang: Formal Aktivitas: Necessary, Optional,	
	<b>Fasad:</b> Menggunakan material yang unik, warna yang kontras dengan bangunan sekitar, serta dapat mewakili bangunan		Fasilitas penunjang	Ruang: Formal Aktivitas: Optional	
Ruang Terbuka (Ground)	<b>Aksesibilitas</b> Memiliki lokasi yang strategis, serta penunjuk arah yang baik	Ruang Publik Terbuka	Jalur Pedestrian	Ruang: Formal & Informal Aktivitas: Necessary, Optional, Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambahkan jalur sirkulasi untuk pejalan kaki dan pesepeda (<i>Access &amp; Linkage</i>)</li> <li>- Menata ulang ruang terbuka untuk memunculkan citra yang baik (<i>Comfort &amp; Image</i>)</li> </ul>
	<b>Aktivitas</b> Menjadi tempat referensi bagi banyak orang untuk aktivitas		Jalur Sepeda	Ruang: Formal & Informal	

<p>tertentu, serta memiliki ruang yang baik untuk mendukung aktivitas tersebut</p>			<p>Aktivitas: Necessary, Optional, Social</p>	<p>- Membangun beberapa formal space untuk kegiatan-kegiatan tertentu seperti olahraga dan bercengkrama (<i>Activities &amp; Uses, Sociability</i>)</p>
<p><b>Skala/Proporsi Spasial</b> Memiliki skala yang jauh lebih besar dari ruang-ruang terbuka yang ada di sekitar</p>		<p>Skatepark</p>	<p>Ruang: Formal &amp; Informal Aktivitas: Optional, Social</p>	<p>- Menentukan titik-titik akses serta koneksi dengan bangunan di sekitarnya</p>
<p><b>Scenery</b> Memiliki lanskap yang mencolok secara visual, dapat diterapkan dengan penambahan vegetasi</p>		<p>Lapangan Bulutangkis</p>	<p>Ruang: Formal Aktivitas: Optional, Social</p>	<p>- Mengintegrasikan ruang terbuka dengan sentra UMKM sebagai pusat komersil</p>
		<p>Lapangan Basket</p>	<p>Ruang: Formal Aktivitas: Optional, Social</p>	
		<p>Taman Bermain Anak</p>	<p>Ruang: Formal Aktivitas: Necessary, Optional, Social</p>	
		<p>Alun-alun (<i>untuk event</i>)</p>	<p>Ruang: Formal Aktivitas: Necessary, Optional, Social</p>	

Fitur Urban	<p><b>Symbolisme</b> Memiliki unsur yang mewakili/relevan dengan nilai sejarah dan sosial-budaya terkait konteks</p>	Monumen	-	-	<p>- Membangun monumen yang sesuai dengan konteks kawasan sebagai <i>landmark</i> internal</p> <p>-Merancang gate yang ikonik dan sesuai dengan sentra UMKM</p>
	<p><b>Fungsi</b> Memiliki nilai guna sebagai furnitur urban untuk membantu aktivitas manusia serta memberikan kenyamanan</p>				
	<p><b>Bentuk</b> Memiliki bentuk yang mencolok, yang sama sekali tidak berupa sebuah bangunan</p>				

Tabel 2.4 – Tabel kesimpulan pembahasan Kajian Pustaka

Sumber: Analisis Pribadi