

## PENERAPAN KONSEP FIGITAL PADA RUMAH MODE SANTA

Margareta Nathania<sup>1)</sup>, Alvin Hadiwono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, margaretanathania00@gmail.com

<sup>2)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, alvinhadiwono@ymail.com

Masuk: 14-07-2022, revisi: 14-08-2022, diterima untuk diterbitkan: 03-09-2022

### Abstrak

Bangunan komersial terutama di sektor perdagangan termasuk penting dalam lingkup kehidupan masyarakat. Peran penjual dan pembeli saling menguntungkan satu sama lain dalam mencari keuntungan demi keberlangsungan hidup dan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar merupakan salah satu dari sektor perdagangan yang sering kali kita temukan di lingkup kawasan permukiman. Pasar Santa, yang berada di Kebayoran Baru merupakan sarana perdagangan dan pelengkap kebutuhan di kawasan permukiman. Pasar Santa yang dibangun pada tahun 1970 memiliki sejarah yang tertanam cukup dalam pada pengalaman dan memori pengunjungnya, sehingga sering kali membuat pengunjung bernostalgia. Pasar ini mulai dikenal kembali terutama pada masyarakat luas pada tahun 2014-2015 dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang melibatkan generasi muda/milenial. Dengan terjadinya fenomena perubahan perilaku konsumen dan terlibatnya berbagai generasi ini membuat pertumbuhan ekonomi pasar tidak stabil. Strategi urban acupuncture yang ditawarkan berupa mengikuti ketertarikan masyarakat pada zaman sekarang dan perkembangan teknologi yang membuat pasar ini lebih terangkat dalam mengikuti zaman. Komersial tidak hanya membutuhkan ruang secara fisik, tetapi juga secara digital sehingga terbentuk ruang fisik dan digital (*phygital*) yang saling terintegrasi. Teknologi di sini menggunakan bantuan mesin untuk mengikuti ketertarikan masyarakat terhadap perdagangan elektronik dan *fashion* yang menjadi salah satu aspek teratas minat masyarakat. Sistem yang digunakan merupakan sistem *vending machine* dalam skala bangunan demi kecepatan dan ke-efisienan pelayanan publik. Kontainer digunakan sebagai sarana penyimpanan dan tampilan produk maupun bangunan (fasad). Rumah Mode Santa akan mewadahi aktivitas perdagangan (*fashion*), hiburan dan sosial masyarakat.

**Kata kunci:** figital; komersial; pasar; perdagangan elektronik; teknologi

### Abstract

*Commercial buildings, especially in the trade sector, are important in the scope of people's lives. The roles of sellers and buyers are mutually beneficial to each other in seeking profit and daily needs. Market is one of the trade sectors that we often find in residential areas. Santa Market, which is located in Kebayoran Baru, becomes a means of trade and complements the needs in residential areas. Santa's Market which was built in 1970 has a history that is deeply embedded in the experience and memory of its visitors, so that it often makes the visitors feel nostalgic. This market began to be recognized again in 2014-2015 with a creative economy development strategy involving the young/millennial generation. With the phenomenon of changes in consumer behavior and the involvement of various generations, market economic growth becomes unstable. The urban acupuncture strategy offered is in the form of following the interests of today's society and technological developments that make this market more modern on keeping up with the times. Commercial space does not only require physical space, but also digitally so that phygital spaces are integrated with each other. The technology here uses machines to follow people's interest in e-commerce and fashion which is one of the top aspects of people's interest in trade sector. Vending machine as the building system is being used for the sake of speed and efficiency of public services. Containers are used as a means of storing and displaying products and used for building facade. Santa House of Fashion will accommodate in trade (fashion), entertainment and social activities for the community.*

**Keywords:** commercial; market; phygital; technology

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pasar merupakan tempat perdagangan di mana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Pasar menjadi sarana distribusi barang kebutuhan sehari-hari masyarakat. Pasar juga berperan dalam peningkatan ekonomi warga lingkungan sekitar. Pasar Santa (*Santa Modern Market*) yang terletak di Kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan mengalami degradasi dan ketidakstabilan ekonomi. Pasar Santa ini sempat memiliki masa-masa saat menjadi pasar yang paling unggul di Jakarta Selatan.

Pasar Santa yang dibangun pada tahun 1970 memiliki sejarah yang tertanam cukup dalam pada pengalaman dan memori pengunjunnya, sehingga sering kali membuat pengunjung bernostalgia. Pasar ini mulai dikenal kembali terutama pada masyarakat luas pada tahun 2014-2015 dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang melibatkan generasi muda/milenial. Dengan terjadinya fenomena perubahan perilaku konsumen dan terlibatnya berbagai generasi ini membuat pertumbuhan ekonomi pasar tidak stabil. Selain itu, adanya kekhawatiran persaingan dari kawasan Blok M dan Jl. Wolter Monginsidi yang terus berkembang di sektor komersialnya. Perkembangan dan kebutuhan serta ketertarikan masyarakat terhadap perdagangan elektronik (*e-commerce*) di masa pandemi ini semakin meningkat. Berbagai solusi sudah dicoba seperti peralihan pasar tradisional menjadi pasar tradisional modern dan peralihan fungsi kios menjadi penjualan kuliner dan penjualan produk sekon atau bekas, tidak kunjung membuat ekonomi Pasar Santa menjadi stabil. Oleh karena itu, urban akupunktur dibutuhkan untuk menyeimbangkan perekonomian di Kebayoran Baru terutama di Pasar Santa sendiri. Selain itu pula dibutuhkan solusi untuk mengubah sistem pasar tradisional untuk mengikuti standar kebutuhan dan ketertarikan masyarakat terhadap pengalaman transaksi yang baik, cepat dan efisien.

### Rumusan Permasalahan

Permasalahan yang terjadi dari sektor perdagangan yang melibatkan sistem konvensional dan elektronik serta perubahan perilaku konsumen, sehingga rumusan masalahnya adalah bagaimana cara menyeimbangkan perdagangan konvensional dan elektronik melalui perancangan arsitektur?; Desain komersial seperti apa yang dapat mendukung kebutuhan dan kebiasaan penjual dan pembeli?; Bagaimana upaya arsitektur dalam menyisipkan teknologi dalam sektor perdagangan?.

### Tujuan

Tujuan memperbaiki kondisi lingkungan sekitar dari sektor perdagangan yang ikut terpengaruh dengan perkembangan komersial di kawasan seperti kawasan Blok M, dengan beberapa tujuan yang ingin dicapai seperti membuat sistem perdagangan baru dengan menggabungkan konsep fisik dan digital yang terintegrasi dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*); membuat program yang terintegrasi dengan sistem digital demi kenyamanan dan kecepatan pelayanan penjual dan pembeli; penggunaan sistem mesin didominasi dan bangunan industrial dengan sistem jual otomatis (*vending*)

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Urban Akupunktur

Urban Akupunktur merupakan suatu pendekatan untuk memberikan solusi penataan untuk mendapatkan dampak yang signifikan (*sensitive effect*) dalam waktu singkat dengan tetap berdasarkan pada aturan perencanaan kota (*planning*) yang telah dirumuskan sebelumnya. Penataan dalam skala kecil namun berdampak besar bagi kota. Urban Akupunktur menghasilkan reaksi berantai (*chain react*), di mana penyelesaian masalah di satu titik memberikan pengaruh pada titik lain dan akhirnya akan membesar cakupannya dan memberi pengaruh di perkotaan.

Terdapat beberapa pendapat ahli mengenai urban akupunktur, pertama Manuel de Solà-Morales i Rubio (1939-2012) mengatakan perkotaan disamakan dengan praktik akupunktur (titik sensitif), di mana jarum diletakkan di titik kota yang memiliki potensi untuk diubah atau dikembangkan. Skalanya kecil dengan sistem yang saling bergantung, sehingga berdampak pada seluruh jaringan perkotaan melalui intervensi minimal. Ahli kedua adalah Jaime Lerner, yang mengatakan bahwa Urban akupunktur sebagai pendekatan untuk merevitalisasi kota dengan dukungan kebijakan kota. Penataan kota secara fokus dan terpadu pada suatu poin atau titik yang dapat secara cepat memberikan energi positif bagi kota. Sedangkan ahli ketiga yaitu Profesor Marco Casagrande, mengatakan bahwa urban akupunktur merupakan metode kombinasi antara urban desain dengan teknik akupunktur tusuk jarum Cina. Kota memiliki energi yang kompleks yang terus mengalir (*complex energy and flows*) sejalan dengan perkembangan kota. Urban akupunktur bekerja dengan memberi energi positif yang akan berdampak pada energi makro di kota sehingga penyelesaian di satu titik dapat berdampak besar pada kualitas hidup kota tersebut.

### **Mobile Commerce**

Durlacher (2000) mendefinisikan *m-commerce* sebagai “setiap transaksi dengan nilai moneter yang dilakukan melalui jaringan telekomunikasi seluler.” *M-commerce* merupakan ekstensi dari *e-commerce* (perdagangan elektronik) yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna atau bisnis lain dalam mode nirkabel, kapan saja/di mana saja. (Coursaris, 2003). *M-commerce* berkembang sampai ke tahap sekarang dimana segala jenis perdagangan dimudahkan dengan perkembangan teknologi melalui *smartphone* seperti kemampuan internet meningkat, layanan perbankan, pembayaran online. *M-commerce* pada dasarnya adalah pembelian dan penjualan produk dan layanan melalui internet kapan saja, di mana saja menggunakan perangkat genggam nirkabel (*smartphone*).

### **Digital (Pygital)**

Digital adalah integrasi teknologi digital (digital) dengan komunikasi personal dengan konsumen (fisik) dengan *smartphone* menjadi komponen kunci dari strategi ini melalui media sosial. Konsep pemasaran digital memiliki potensi untuk menggabungkan unsur-unsur promosi penjualan tradisional dengan unsur-unsur aktivasi merek digital dalam sebuah kompleks terintegrasi, yang tidak hanya terkait dengan selera dan preferensi konsumen tetapi juga terkait dengan efek psikologis dalam interaksi komunikasi pemasaran modern, persepsi produk dan nilai merek, interpretasi individu, dan layanan terkait lainnya.

## **3. METODE**

### **Data Primer**

Data diperoleh dengan menggunakan metode observasi yang mengamati keadaan Pasar Santa secara langsung dan mengajukan wawancara terhadap pelaku terkait di Pasar Santa (penjual). Penelitian dilakukan untuk memperoleh informasi seperti kondisi Pasar Santa dan lingkungan sekitarnya, permasalahan yang terjadi, program eksisting dan jenis penjualan sandang dan pangan

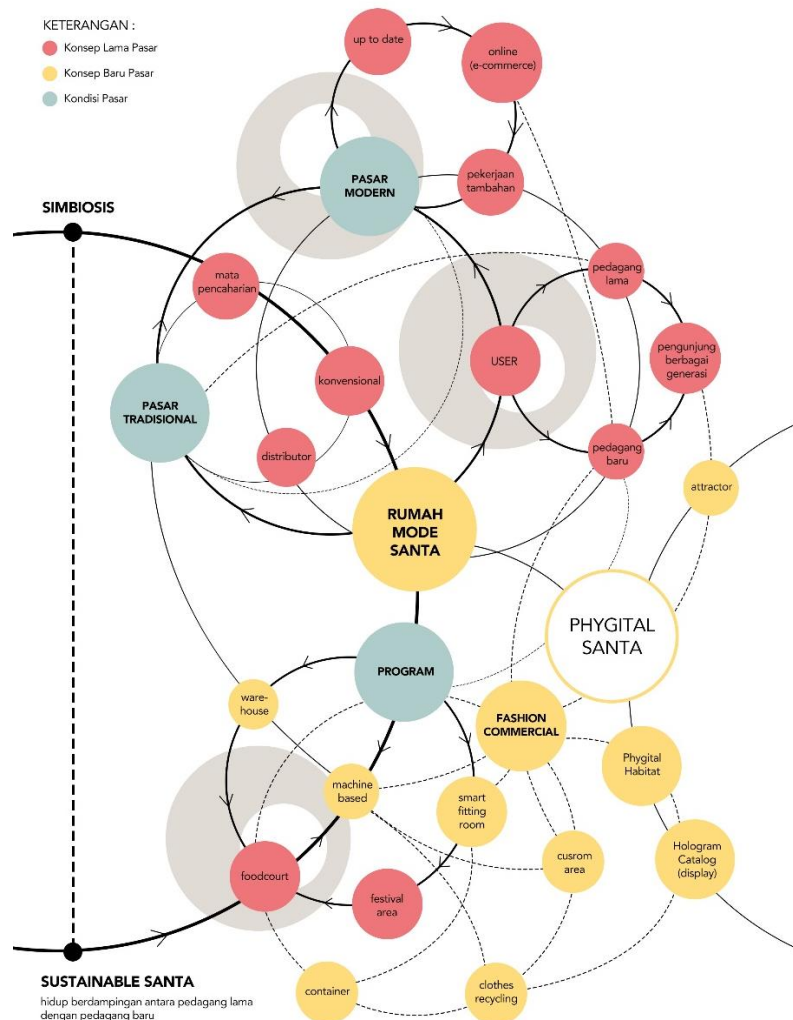
### **Data Sekunder**

Data diperoleh secara tidak langsung dari objek atau subjek penelitian dengan menggunakan metode studi pustaka yang diperoleh dari sumber seperti buku, jurnal, dokumen dan internet seperti informasi dan peraturan pembangunan di Pasar Santa, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

### **Metode Desain Simbiosis**

Simbiosis merupakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Pasar Santa yang dikenal dengan pasar tradisional yang modern ini, melalui metode simbiosis diharapkan adanya

keuntungan dari hubungan pedagang generasi yang berbeda-beda. Arsitektur di sini menyediakan suatu wadah tempat atau ruang yang membuat persaingan antar pedagang sehat dan saling menguntungkan, sehingga keramaian Pasar Santa bisa kembali seperti pada masa kejayaannya. Pembentukan program dengan konsep bangunan Santa yang baru akan menjadi gerakan baru bagi sistem perdagangan yang memanfaatkan hubungan manusia dengan teknologi, mengarahkan kepada arsitektur modern.



Gambar 1. Metode Simbiosis pada Rumah Mode Santa

Sumber: Penulis, 2022

#### 4. DISKUSI DAN HASIL

##### Tapak

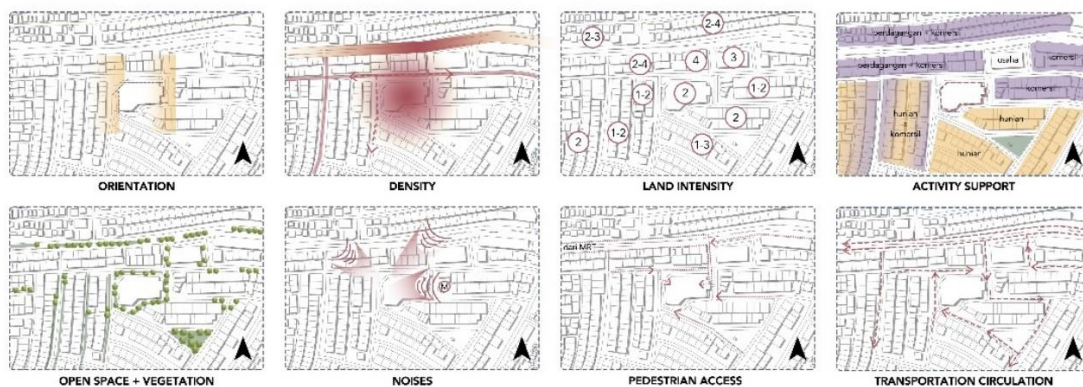
Lokasi tapak berada di Kebayoran Baru yang dipadati dengan kawasan permukiman dan komersial. Kebayoran Baru memiliki karakter ruang hijau dan lanskap kota yang masih khas dengan tanaman angsa dan beberapa jenis lainnya yang mendominasi kawasan. Kebayoran Baru sebagai kota taman merupakan aset, potensi, dan investasi RTH Kota Jakarta yang memiliki nilai ekologi, ekonomi, edukatif, dan estetis, demi keberlanjutan lingkungan hidup kota untuk kemudian menjadikan kota sebagai pusat perdagangan jasa dan tujuan wisata. Kebayoran Baru merupakan adaptasi kota taman bergaya Eropa (Belanda) dalam iklim tropis sehingga sering disebut sebagai kota taman tropis.





Gambar 2. Kawasan Kebayoran Baru dan Aktivitas Kawasan  
Sumber: Penulis, 2022

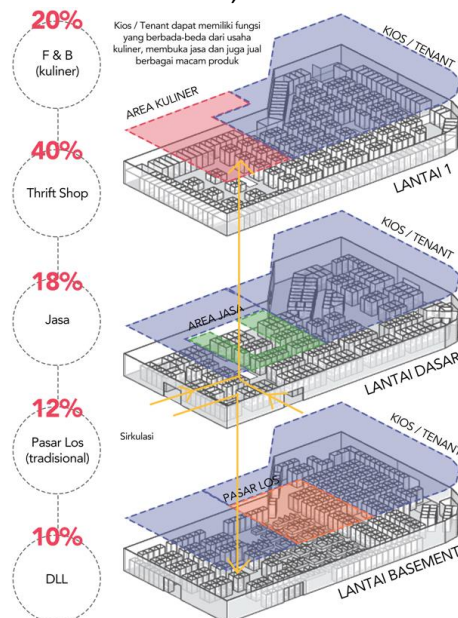
Tapak Pasar Santa dianalisis untuk mengetahui lingkungan sekitarnya karena akan berpengaruh pada proses perancangan bangunan. Orientasi, sisi depan dan belakang bangunan merupakan sisi utara dan selatan sehingga sisi kanan dan sisi kiri bangunan perlu diolah untuk mengurangi panas matahari dengan mengaplikasikan *second skin*; Kepadatan, keramaian terjadi di jalan komersial Wolter Monginsidi dan Pasar Santa sendiri karena didukung oleh jalan satu arah; Ketinggian Bangunan, ketinggian bangunan sekitar kisaran 1 sampai 4 lantai sehingga kawasan didominasi oleh bangunan *low-rise*; Aktivitas Pendukung, kawasan dipenuhi oleh fungsi komersial dan fungsi hunian, sehingga Pasar Santa berperan untuk memenuhi kebutuhan penduduk sekitar. Vegetasi, mengikuti konsep taman kota Kebayoran Baru menyebabkan jalur pedestrian dan kendaraan dilengkapi oleh vegetasi di bahu jalan; Kebisingan, Sumber kebisingan utama berasal dari masjid yang berada di sisi timur Pasar Santa; Akses Pedestrian, MRT berjarak 1.6 km dari tapak dan kendaraan Transjakarta dari arah Barat. Untuk menuju tapak, kondisi jalur pedestrian berupa jalan lingkungan; Sirkulasi Kendaraan, jalan di sekitar tapak merupakan jalan satu arah sehingga tidak terlalu menyebabkan kemacetan akibat dari ramainya kendaraan yang berlalu-lalang.



Gambar 3. Analisis Tapak dan Sekitar  
Sumber: Penulis, 2022

### Kondisi Pasar Santa

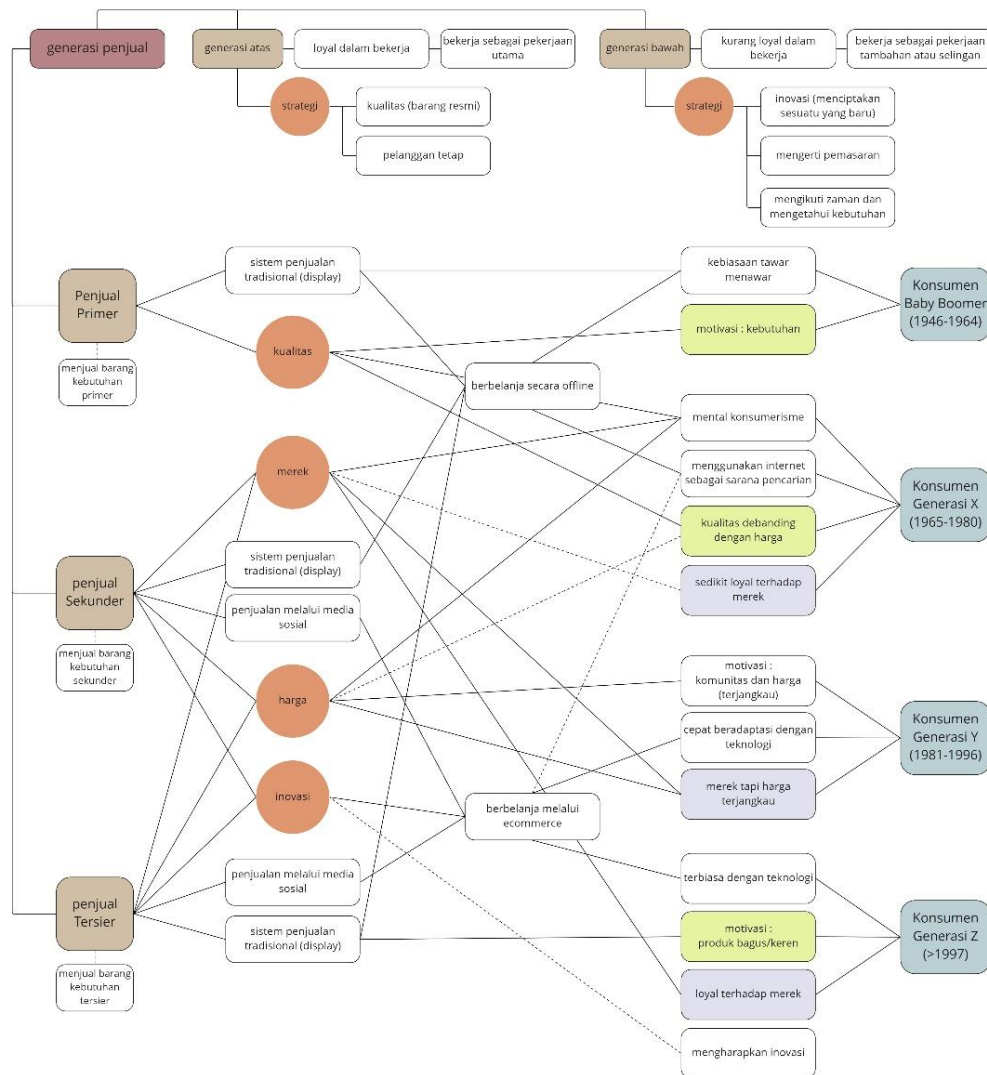
Pasar Santa dibangun tahun 1970, sempat mengalami masa kejayaannya di Kebayoran Baru sampai sebelum kawasan Blok M Melawai menjadi *hits* di era itu. Kemudian dilakukan beberapa perubahan seperti mengubah Pasar Santa menjadi Pasar Modern Santa, dengan ditambah fungsi kios sehingga menjadi bervariasi. Pada tahun 2014, dilakukan strategi pengembangan ekonomi kreatif, di mana terlibatnya generasi milenial dalam membuka kios. Hasilnya Pasar Santa semakin dikenal masyarakat terutama bagi generasi muda, mengakibatkan ketidakstabilan sistem pasar. Berbagai usaha sudah dijalani hingga sekarang dan berakhir pada masa pandemi ini, di mana Pasar Santa masih tidak stabil dalam jumlah pengunjungnya dan adanya ketidakseimbangan dengan jumlah toko yang buka dengan jumlah pengunjung yang datang. Pasar Santa berakhir di masa pandemi ini yang membuat pengunjung semakin berkurang. Fungsi kios/tenant merata berada di seluruh lantai. Berdasarkan hasil survei, bangunan Pasar Santa didominasi dengan fungsi *thrift shop* yang kurang lebih sebesar 40%. Sirkulasi keseluruhan bangunan termasuk tidak efisien karena tangga diletakkan di area depan dan belakang bangunan, sehingga pengunjung yang ingin ke lantai atas tidak akan melewati sisi tengah dan sekitar lantai dasar, bagi penjual dirugikan. Begitu pula dengan lantai basemen, jika pengunjung tidak memiliki keperluan untuk ke lantai bawah, maka mereka tidak akan ke basemen.



Gambar 4. Pembagian Penjualan Pasar Santa

Sumber: Penulis, 2022

Pasar Santa melibatkan berbagai generasi di peran penjual dan pembeli. Setiap generasi memiliki karakteristiknya. Generasi lama lebih mengutamakan kualitas barangnya sedangkan generasi baru mengutamakan pengalaman yang mereka rasakan sebagai sesuatu yang baru dan unik serta harga barang yang menjamin. Sedangkan dilihat dari peran penjual, generasi lama mengutamakan kestabilan barang jualannya yang konstan sama, sedangkan generasi baru akan selalu mencoba mencari inovasi baru yang dapat menarik perhatian pembeli, sehingga barang jualannya umumnya diperbaharui atau ditambahkan.



Gambar 5. Analisis Pelaku Penjual dan Pembeli  
Sumber: Penulis, 2022

### Skema Transformasi Massa

Massa dibentuk dengan memikirkan berbagai aspek lingkungan sekitar, kondisi tapak, kebutuhan program, konsep yang ingin disampaikan dan estetika. Oleh karena itu proses transformasi massa sebagai berikut:

#### Aksis

Tapak dikelilingi oleh 4 jalan, di mana sisi depan merupakan jalan utama akses masuk ke dalam tapak. Maka aksis dibuat sejajar dengan sisi jalan utama.

#### Zonasi

Jalur mesin kontainer diletakkan tepat di aksis bangunan, sehingga pergerakan mesin menjadi bagian dari sentral bangunan. Area komersial diletakkan sejajar dengan jalan utama mengikuti arah datangnya kendaraan dan menjadi sisi bangunan yang menjual. Sedangkan area daur ulang pakaian diletakkan di sisi kanan bangunan dan area teknis di bagian belakang bangunan karena memanfaatkan jalan lingkungan sebagai akses masuk agar tidak mengganggu sirkulasi utama bangunan.

#### Atap

Atap dibentuk menyesuaikan dengan lingkungan sekitar dan iklim di Indonesia yaitu tropis sehingga menggunakan atap pelana dengan kemiringan 10°. Kemiringan atap ini juga bertujuan agar air hujan jatuh ke talang air dan mengalir ke bawah.

#### *Transparansi dan Keterbukaan*

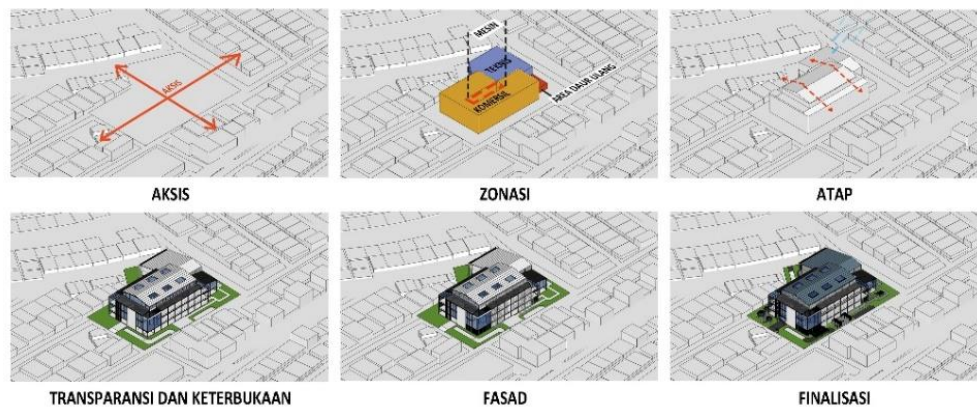
Transparansi pada fasad bangunan memiliki tujuan untuk memperlihatkan struktur dalam bangunan sehingga dapat menyampaikan karakter industrial bangunan. Oleh karena itu, struktur utama menggunakan material baja, di mana kolom dibiarkan terekspos menjadi bagian dari desain bangunan.

#### *Fasad*

Penambahan kisi-kisi pada beberapa sisi bangunan bertujuan untuk menghalau sinar matahari dan hujan. Fasad *second skin* diolah seperti benang dan kain untuk membentuk dinamika *fashion*.

#### *Finalisasi*

Massa diolah dengan menambahkan ruang luar yang mempertimbangkan lingkungan sekitar. Penggunaan material juga dipikirkan dengan memikirkan tujuan konsep yang ingin dicapai yaitu industrial yang efisien serta menambahkan suasana kenyamanan dalam pengalaman berbelanja.



Gambar 6. Skema Transformasi Massa

Sumber: Penulis, 2022

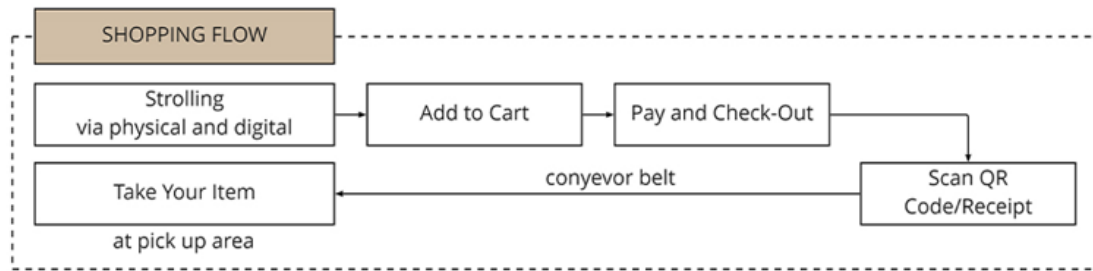
#### **Konsep Perancangan: Digital (*Phygital*)**

Konsep digital Santa mengarah pada transaksi jual beli melalui *display* barang secara fisik melalui pemasaran digital dan integrasi teknologi yang dileburkan menjadi satu dengan program area *display*, area beli (*pick up area*), dan area penyimpanan. Digital Santa kemudian dihubungkan dengan keterhubungan antar pelaku, seperti:

#### *Manusia dengan Benda*

Teknologi yang terus berkembang mendorong komersial untuk terus dikembangkan dan mengarah ke *m-commerce* yang mengintegrasikan diri dengan teknologi, dilengkapi dengan program penunjang seperti area duduk dan area informasi. Sistem penjualan dan pembelian berubah mengikuti kebiasaan dan kebutuhan manusia di masa sekarang yang sebagian mengandalkan kurir dan *smartphones*.



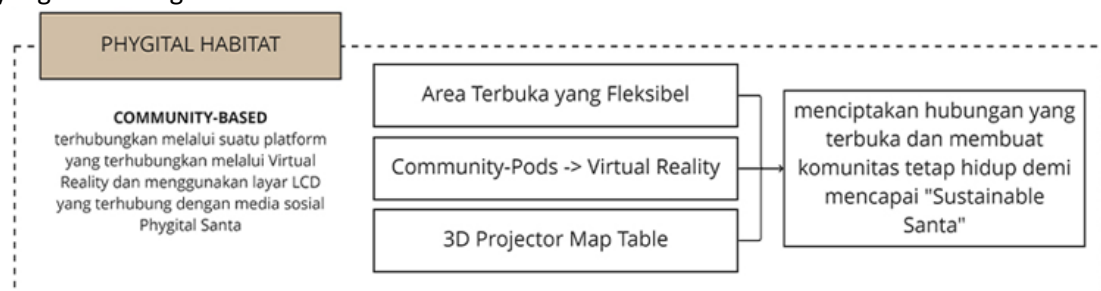


Gambar 7. Diagram Alur Belanja

Sumber: Penulis, 2022

### Manusia dengan Benda

Kondisi eksisting Pasar Santa memiliki komunitas dari berbagai bidang dan hubungan antar penjual dan pembeli dari berbagai generasi pun baik. Kondisi lebih dikembangkan melalui hubungan digital yang dapat menghubungkan setiap individu secara fisik dan juga secara *online* yang terhubung oleh media sosial.

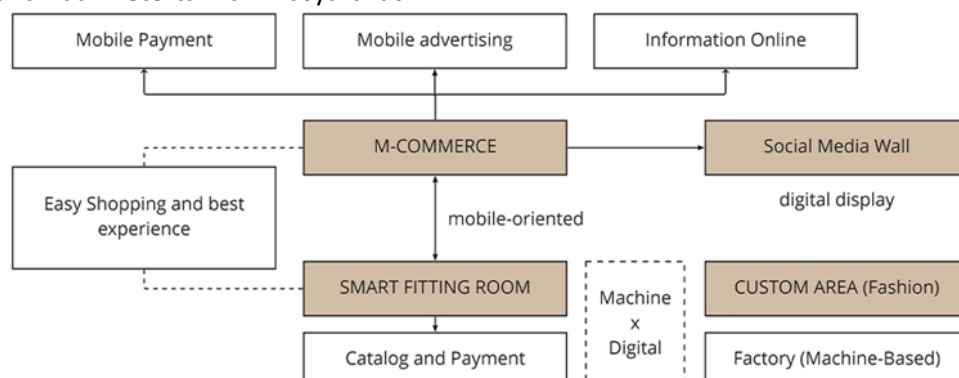


Gambar 8. Diagram Figital Habitat

Sumber: Penulis, 2022

### Manusia dengan Manusia

Melihat kondisi perkembangan perdagangan mengarah ke *m-commerce*, maka sistem Santa akan memanfaatkan konsep figital (fisik dan digital) yang terealisasi dengan pembentukan program dengan bantuan mesin dan digital untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang baik secara fisik. Selain itu segala sistem digital terhubung dengan sosial media, sehingga mudah di akses di mana dan kapan saja. Program utama yang mendukung konsep ini adalah ruang pas pintar (*smart fitting room*) untuk katalog barang dan terhubung ke sistem pembayaran dan area *custom* yang memberi pelayanan membuat barang menurut pesanan dengan menyesuaikan kebutuhan dan ketertarikan masyarakat.

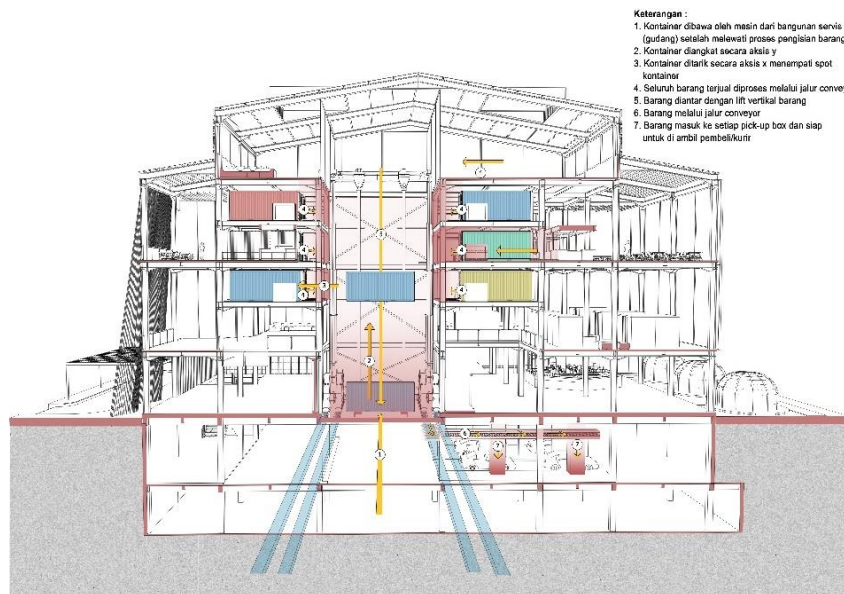


Gambar 9. Diagram Figital Santa

Sumber: Penulis, 2022

### Konsep Perancangan: Mesin-Industrial (*Industrial Machinery*)

Konsep industrial didasari dengan kebutuhan bangunan yang ingin menyampaikan kesan cepat dan efisien di bidang industri komersial. Selain itu, struktur yang dibiarkan terekspos dengan penggunaan transparansi, bertujuan untuk menampilkan segala proses pemindahan barang melalui mesin, sehingga menjadi salah satu *attractor* bagi pengunjung untuk datang ke bangunan ini. Jalur mesin diletakkan di tengah bangunan sebagai suatu atraksi yang dapat dirasakan oleh pengunjung yang ingin melihat proses pengantaran barang dari awal sampai akhir. Jalur mesin yang diapit oleh titik penempatan kontainer, menjadi atraksi bagi pengunjung dan masyarakat sekitar karena pergerakan fasad yang berubah-ubah pada setiap saat.



Gambar 10. Sistem Jalur Mesin di Bangunan

Sumber: Penulis, 2022



Gambar 11. Jalur Mesin Sentral

Sumber: Penulis, 2022

Tampilan Rumah Mode Santa secara keseluruhan terlihat seperti bangunan industri yang dicampur dengan fungsi komersial. Fungsi industri digambarkan dengan penggunaan struktur baja yang dibiarkan terekspos. Struktur yang dibiarkan terekspos, memberikan kesan ringan dan terbuka bagi masyarakat yang melewati bangunan ini. Sedangkan fungsi komersial digambarkan dengan penggunaan fasad benang yang menggambarkan kain yang menjuntai.



Gambar 12. Tampilan Depan Rumah Mode Santa  
Sumber: Penulis, 2022

### Skema Mesin Pakaian

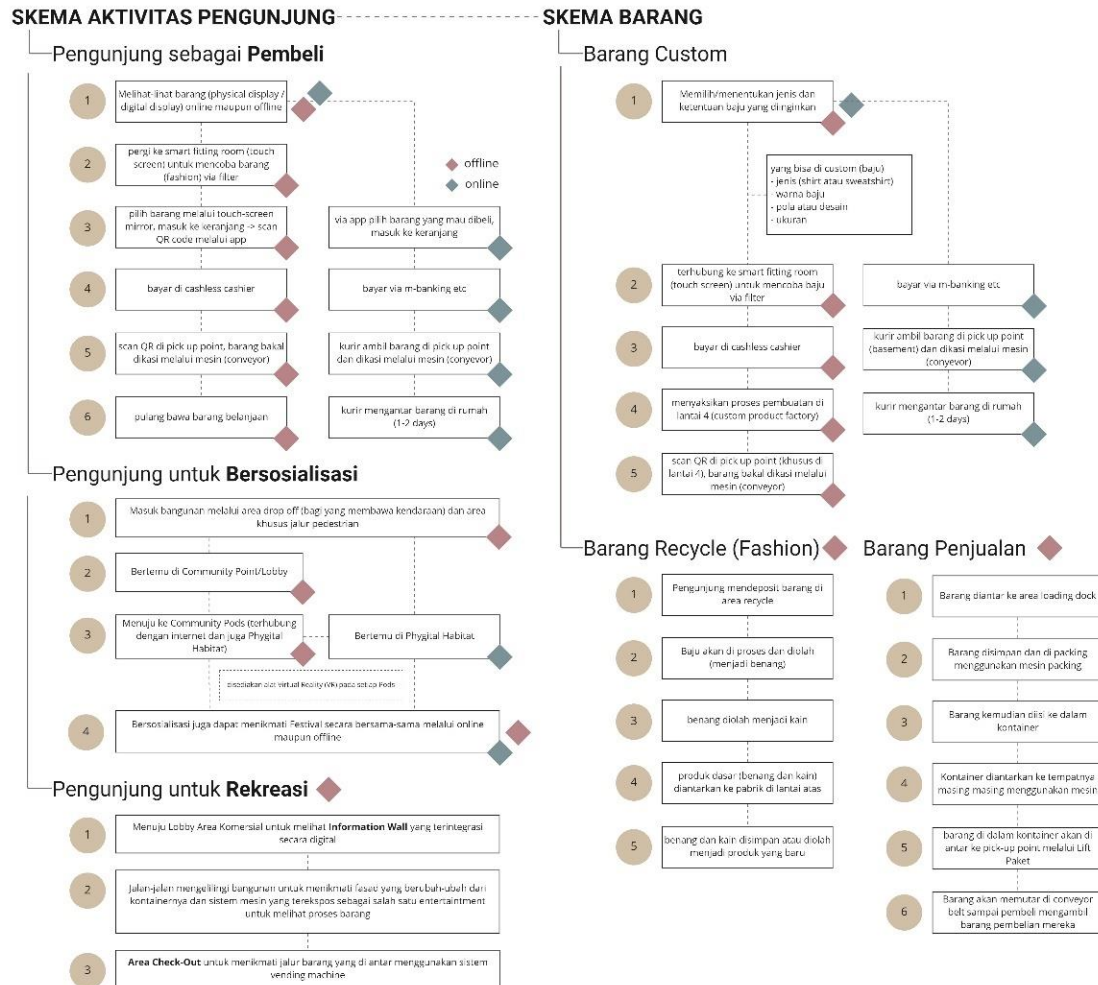
Mesin pada area daur ulang pakaian dan pabrik *custom* saling terhubung agar pakaian yang di daur ulang menjadi benang dan kain dapat langsung dibawa ke pabrik, untuk diolah menjadi pakaian jadi atas pilihan dari pengunjung. Proses dimulai dari mensterilkan pakaian, lalu pakaian dicabik hingga menjadi serat dasar. Kemudian serat di pintal menjadi benang. Setelah itu, benang melalui proses rajutan untuk membentuk produk baru yang siap untuk dibungkus dan diberikan ke pengunjung atau melalui proses pengiriman barang oleh kurir.



Gambar 13. Proses Daur Ulang dan Pembuatan Pakaian  
Sumber: Penulis, 2022, foto diambil dari *google image*

### Aktivitas Pengunjung dan Barang

Aktivitas pengunjung dibedakan menjadi tiga, yaitu pengunjung yang ingin membeli barang dari awal proses pemilihan sampai mendapatkan barang, pengunjung yang ingin bersosialisasi dan yang memerlukan rekreasi dengan berjalan-jalan dan menikmati bangunan. Pembagian barang dibedakan menjadi tiga, yaitu barang yang di *custom* sesuai pesanan, barang di daur ulang dan barang yang dijual (sudah jadi). Kedua aktivitas pengunjung dan barang ini dapat dibedakan atas sifatnya yaitu yang dirasakan secara *online* (digital) dan *offline* (fisik).



Gambar 14. Skema Aktivitas Pengunjung dan Barang  
Sumber: Penulis, 2022

### Program Ruang Perancangan

Program ruang terbagi menjadi empat kelompok, yaitu komersial, sosial, daur ulang dan kuliner. Area komersial berpusat pada aktivitas melihat barang, memilih barang, pembayaran dan pengambilan barang. Barang ditampilkan secara digital di aplikasi dan *smart fitting room* dan fisik melalui kontainer. Melihat dari kebutuhan dan selera pengunjung yang berbeda, maka disediakan area *custom* yang dapat membuat pakaian secara personal. Area sosial berada di *phygital habitat*, di mana pengunjung dapat bersosialisasi pada *C-Pods (community pods)* yang terhubung dengan dunia digital, yang dapat dirasakan pengalamannya di proyek ini dengan menggunakan alat *virtual reality*. Selain itu disediakan area untuk mendaur ulang pakaian yang sudah tidak digunakan atau ingin disumbangkan oleh pengunjung. *Foodcourt* atau area makan, juga disediakan bagi pengunjung yang ingin makan dengan menikmati suasana proyek dan menyediakan pula area duduk bagi pengunjung yang ingin melihat dan membaca katalog pakaian melalui aplikasi di *smartphone*.





Gambar 15. Area *Smart Fitting Room*

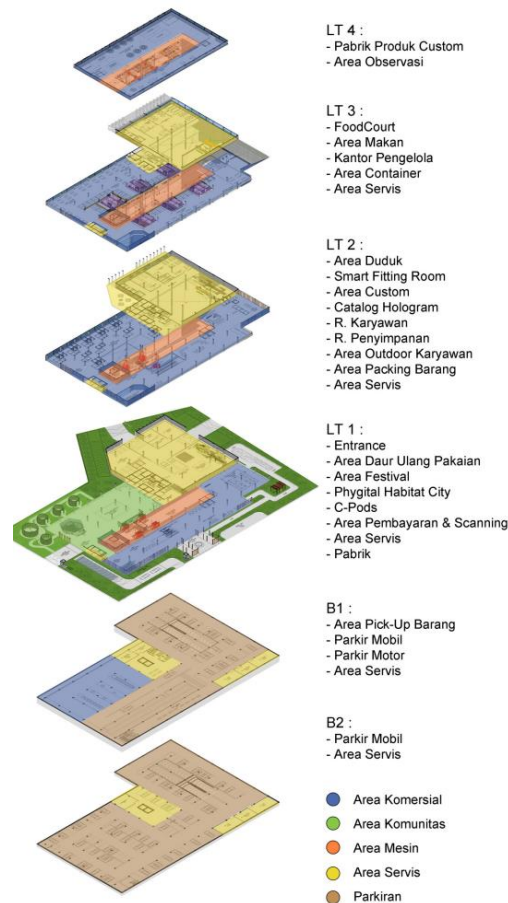
Sumber: Penulis, 2022



Gambar 16. Area *Foodcourt*

Sumber: Penulis, 2022

Basemen sebagai tempat parkir motor dan mobil serta tempat area *drop-off* dan juga menjadi tempat pengambilan barang (B1) di *pick-up box*. Lantai satu menampung berbagai fungsi, yaitu fungsi komersial; area sosial tempat festival dan bersosialisasi di *phygital habitat*; area servis tempat *loading* barang, pengemasan dan pemasukan barang ke dalam kontainer; area daur ulang pakaian dan terdapat jalur mesin kontainer di tengah bangunan yang menerus hingga lantai empat. Lantai dua terdapat area untuk mencoba baju secara digital dan melihat pakaian di aplikasi, area *custom* untuk memilih pakaian yang ingin dibuat personal, dan area karyawan untuk bekerja. Kemudian di lantai tiga terdapat area makan *foodcourt* dan kantor pengelola. Terakhir di lantai empat yaitu menjadi pabrik produk *custom* yang dapat dilihat proses pembuatannya melalui area observasi pengunjung.

Gambar 17. *Exploded Aksonometri Program*

Sumber: Penulis

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pasar Santa mengalami peralihan fungsi pasar menjadi rumah mode dengan menyediakan sarana program *custom* menjadi tawaran solusi untuk memenuhi kebutuhan sandang masyarakat. Kepadatan dan kesibukan masyarakat mendorong proyek ini untuk dapat bekerja secara cepat dan efisien serta mudah dan memberi pengalaman yang maksimal dalam berbelanja. Oleh karena itu, konsep figital (fisik dan digital) menjadi konsep utama dalam proses perancangan proyek ini. Pengalaman figital ini dapat dirasakan oleh pengunjung yang datang maupun yang tidak berada di Rumah Mode Santa. Dengan menggunakan bantuan *smartphone* melalui aplikasi, masyarakat dari mana saja dapat terhubung ke dalam suatu jaringan yang sama yaitu media sosial dan dunia digital. Konsep ini juga didukung dengan konsep industri komersial dengan bantuan mesin, yang membantu pekerjaan dari awal sampai akhir barang diantar menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Proyek diharapkan menjadi contoh di sektor komersial dengan memberi inovasi pada sistem perdagangan yang melibatkan bangunan fisik dan sistem penjualan elektronik.

### Saran

Proyek Rumah Mode Santa, masih dapat diolah lebih lanjut dalam pengolahan tampilan bangunan untuk memberi kesan yang menyatu pada lingkungan, karena bangunan terkesan terlalu industrial dan pabrik. Perlu dipastikan lagi, seberapa efisien penggunaan luasan bangunan untuk program komersial dan bantuan mesin yang ditawarkan. Pendetailan lebih dalam diperlukan agar proyek ini dapat menjadi ide yang bisa direalisasikan dengan baik di masa depan.

## REFERENSI

- Charu Lamba, S. K., 2018, *The Future of Retail is Phy-gital*, diunduh 25 April 2022, Indiaretailing. com: <https://www.indiaretailing.com/2018/06/25/retail/the-future-of-retail-is-phy-gital/>
- Duhan, P., & Singh, A. (2019). *M-Commerce: Experiencing the Pygital Retail*. Apple Academic Press.
- Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. (2016). *Peraturan Gubernur tentang Penataan Ruang Kawasan Kebayoran Baru*. Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- HKRITA, 2022, "Garment to Garment Recycling System", diunduh 29 April 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=lxRDGSft2wI&t=114s>
- Iaconesi, S., & Persico, O. (2017). *Digital Urban acupuncture human ecosystems and the life of cities in the age of Communication, information and knowledge*. Springer International Publishing.
- Jenie, K., 2015, *Pasar Santa Map*, diunduh 8 Maret 2022, Whiteboard Journal: <https://www.whiteboardjournal.com/focus/ideas/pasar-santa-map/>
- Johnson, M., & Barlow, R. (2021). Defining the phygital marketing advantage. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2365–2385.
- Kurokawa, K. (1997). *Each One a Hero: The Philosophy of Symbiosis*. Kodansha International.
- Lerner, J. (2016). *Urban Acupuncture*. Washington: Island Press.
- Lindsay, Calum, 2017, *Pod vending machine concept by Haseef rafiei tackles housing demand by printing modular home*, Dezeen, diunduh 26 April 2022, <https://www.dezeen.com/2017/05/19/pod-vending-machine-haseef-rafiei-3d-printed-housing-modular-homes-mini-living-movies/>
- Mustajbasic, A. (2018). *Introducing an e-marketplace and phygital store to the Swiss market: The key success factors for the fashion industry in Switzerland*. Haute école de gestion de Genève (HEG-GE).
- Putri, A. K., 2016, *Dampak Negatif Ketidaksesuaian Pasar santa sebagai sarana Pengembangan Ekonomi Kreatif*, Medium, diunduh 12 Maret 2022, <https://medium.com/planologi-2015/dampak-negatif-ketidaksesuaian-pasar-santa-sebagai-sarana-pengembangan-ekonomi-kreatif-e0e23f881764>
- Santika, I. P., 2010, *Urban Acupuncture*, diunduh 16 September 2021, Arcaban: <http://arcaban.blogspot.com/2010/01/urban-acupuncture-definisi.html>
- Sutanto, A. (2020). *Peta Metode Desain*. Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Toyota Industries Corporation, 2016, *From Raw Cotton to Cotton Fabrics*, diunduh 10 Mei 2022, Toyota Industries: [https://www.toyota-industries.com/products/relation/textile\\_process/](https://www.toyota-industries.com/products/relation/textile_process/)

