

PERANCANGAN AREA KOMERSIAL BERBASIS DIGITAL INTERAKTIF DI GLODOK, JAKARTA BARAT

Vincent¹⁾, Denny Husin^{2)*}

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta,
vincent.315200064@stu.untar.ac.id

^{2)*} Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta, denny@ft.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi: denny@ft.untar.ac.id

Masuk: 02-12-2024, revisi: 13-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 13-03-2025

Abstrak

Munculnya fenomena online shop yang berkembang sejak tahun 2020, terutama di masa pandemi, memberikan dampak yang signifikan terhadap bisnis konvensional seperti toko offline, pasar, dan pusat perdagangan. Timbul isu ruang-ruang pada kawasan pasar menjadi sangat sepi, bahkan beberapa di antaranya terpaksa menutup usahanya. Masalah ini menjadi sangat serius dikarenakan tren yang terus berkembang sedangkan ruang pada pasar statik. Tujuan penelitian ini adalah memberikan solusi dan rekomendasi ruang guna menciptakan suasana baru yang dapat membantu pedagang offline bertahan dan bersaing. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif dan kualitatif untuk memahami lebih dalam dampak ruang yang statik ini. Metode penelitian yang digunakan yaitu memanfaatkan pendekatan dekriptif dan kualitatif. Langkah penelitian diawali dengan melakukan studi literatur, kemudian dilanjutkan dengan survei untuk pengambilan sampel yang diteruskan dengan pembagian kuesioner untuk mengumpulkan data opini pelanggan mengenai pengalaman ruang dan kenyamanan dalam ruang. Hasil penelitian mengenai perancangan ruang pada ruko-ruko di sekitar menunjukkan bahwa untuk menciptakan kawasan yang menarik bagi masyarakat, langkah awal yang perlu dilakukan adalah meredesain beberapa ruko. Salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan menambah fungsi ruang, seperti mengintegrasikan platform onlineshop. Dengan adanya platform ini, para penjual akan lebih mudah melakukan transaksi baik secara daring maupun luring, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan masyarakat ke kawasan tersebut. Kebaruannya adalah merancang tempat komersial untuk para pedagang dengan konsep arsitektur konektivitas dan memanfaatkan bentuk bangunan sekitar sehingga menimbulkan keselarasan antara massa dan sekitarnya.

Kata kunci: bisnis; daring; pasar; pedagang; tradisional

Abstract

The emergence of the online store phenomenon that has developed since 2020, especially during the pandemic, has had a significant impact on conventional businesses such as offline stores, markets, and trade centers. The issue arose that spaces in the market area became very quiet, some of them were even forced to close their businesses. This problem is very serious considering the growing trend while the space in the market is static. The purpose of this study is to provide solutions and recommendations for space to create a new atmosphere that can help offline traders survive and compete. The research was conducted with a descriptive and qualitative approach to better understand the impact of this static space. The research method used is to utilize a descriptive and qualitative approach. The research steps began with a literature study, then continued with a survey for sampling which was continued with the distribution of questionnaires to collect customer opinion data regarding the experience of space and comfort in the space. The results of the study on the design of space in the surrounding shophouses show that to create an area that is attractive to the community, the initial step that needs to be taken is only a few shophouses. One way that can be applied is to add space functions, such as integrating an online shop platform.

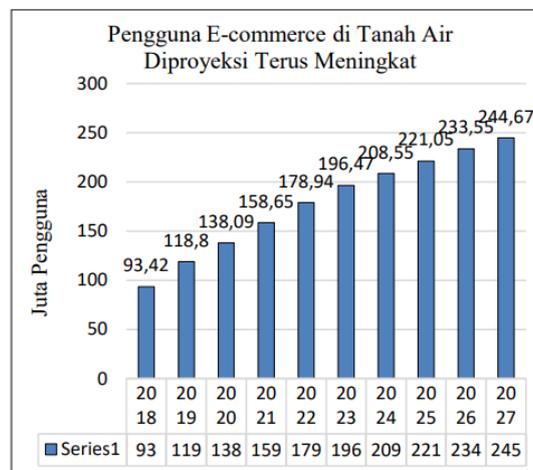
With this platform, sellers will find it easier to make transactions both online and offline, so that it can increase the attraction and visits of the community to the area. The novelty is designing a commercial place for traders with the concept of connectivity architecture and utilizing the shape of the surrounding buildings so as to create harmony between the masses and their surroundings.

Keywords: *business; market; on line; trader; traditional*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

E-commerce bukanlah sesuatu yang sulit didapat saat ini, karena sudah masuk ke semua lini kehidupan masyarakat. Teknologi yang terus berinovasi dan bertransformasi serta semakin canggih, dengan kecanggihannya dapat memberikan banyak kemudahan bagi informasi kehidupan masyarakat. Kemudahan tersebut juga dirasakan dalam dunia perekonomian terutama dalam perdagangan. Saat perdagangan ini tidak terlepas dari informasi teknologi. Dengan adanya sinergi antara perdagangan dan informasi teknologi maka terciptalah istilah e-commerce. (Hendarsyah, 2019) Perkembangan fenomena perdagangan online sejalan dengan kemajuan zaman yang semakin modern, di mana ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang pesat. Keduanya hadir sebagai alat yang memberikan manfaat dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, dengan internet sebagai salah satu contohnya. Pemasaran online menjadi alternatif bagi para pebisnis untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen, karena dianggap lebih murah dan mudah dilakukan, sehingga penjualan online terus berkembang dari tahun ke tahun. Selain itu, penjualan online memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis, terutama dalam promosi dan penawaran produk, serta transaksi jual beli. Hal ini menjadi pilihan bagi banyak pebisnis karena dapat menghemat biaya, menghindari promosi besar-besaran di media massa seperti televisi, dan menekan biaya iklan. (Ardiansari, 2022)



Gambar 1. Pengguna E-commerce di Indonesia (2023)

Sumber: <https://goodstats.id>

Menurut data dari Goodstats, pada tahun 2022, Indonesia memiliki 178,94 juta konsumen pasar online atau *e-commerce*, meningkat 12,79% dibandingkan dengan 158,65 juta pengguna pada tahun sebelumnya. Tren ini menunjukkan bahwa jumlah konsumen *e-commerce* di Indonesia terus bertambah, dengan proyeksi mencapai 196,47 juta pengguna pada akhir tahun 2023. Dalam empat tahun ke depan, diperkirakan jumlah konsumen *e-commerce* akan terus meningkat. Perkembangan *e-commerce* ini juga berdampak signifikan terhadap arsitektur keruangan di berbagai wilayah, dengan munculnya pusat-pusat logistik dan gudang distribusi di lokasi strategis untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang cepat dan efisien. Hal ini tidak hanya mengubah tata ruang perkotaan tetapi juga mempengaruhi pola penggunaan lahan

di daerah pinggiran kota, menjadikan kawasan industri yang sebelumnya kurang berkembang kini sebagai pusat aktivitas ekonomi baru berkat adanya fasilitas *logistik e-commerce*. Selain itu, toko fisik mulai bertransformasi menjadi *hybrid*, menggabungkan konsep ritel tradisional dengan online, sehingga tidak lagi memerlukan ruang yang luas untuk *display* produk, tetapi lebih fokus pada pengalaman pelanggan dan pemenuhan pesanan *online*. Ini memungkinkan pengoptimalan ruang dan efisiensi biaya operasional bagi pelaku usaha. Transformasi ini juga mendorong pembangunan infrastruktur yang lebih baik, termasuk jaringan jalan, fasilitas penyimpanan, dan pusat distribusi yang terintegrasi dengan teknologi canggih. Desain arsitektur bangunan pun semakin adaptif terhadap teknologi digital, seperti penerapan sistem manajemen bangunan berbasis *IoT (Internet of Things)* dan otomatisasi proses inventaris. Semua perubahan ini menunjukkan bagaimana *e-commerce* mempengaruhi dan mengarahkan pengembangan arsitektur keruangan menuju efisiensi dan modernisasi yang lebih baik, mendukung kebutuhan perdagangan di era digital.

Rumusan Permasalahan

Konsep apa yang dapat digunakan untuk meredesain ruko sekitar jalan besar selatan? Bagaimana cara mengatasi permasalahan fungsi ruang pada ruko sekitar jalan besar selatan? Bagaimana ruko sekitar jalan besar selatan menjadi satu kawasan yang berpengaruh terhadap kawasan Glodok?

Tujuan

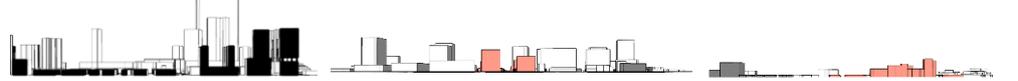
Tujuan penelitian adalah menstudi daya tarik Glodok sebagai destinasi hiburan, bisnis, dan teknologi. Selain itu, keberadaannya juga mendukung perkembangan industri kuliner di sekitarnya dan mendorong pengembangan infrastruktur, yang secara keseluruhan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, perdagangan, dan infrastruktur kawasan Glodok. Untuk menyediakan kawasan komersial dan hiburan, mendesain ulang ruko di jalan besar selatan ini berusaha menjadi magnet bagi para pengusaha dan konsumen, terutama terhadap kalangan remaja yang masih belum begitu mengenal glodok. Untuk membuat konsep perpaduan modern dan traditional pecinaan sebagai destinasi belanja, kehadiran perencanaan ini juga mendukung perkembangan industri kuliner di sekitarnya. Berbagai restoran dan kafe yang muncul sebagai bagian dari ekosistem komersial ini menambah nilai kawasan, menarik lebih banyak pengunjung, dan memperpanjang waktu kunjungan mereka.

2. KAJIAN LITERATUR

Kawasan Pecinan Pancoran – Glodok

Ketika mendengar tentang Kawasan Pancoran-Glodok, yang terbayang adalah deretan toko elektronik yang menjadikannya pusat jual-beli barang-barang tersebut. Kawasan ini sangat identik dengan perdagangan elektronik, mulai dari toko-toko di sepanjang jalan utama hingga gedung bertingkat sebagai pusat belanja grosir. Namun, tidak banyak yang menyadari bahwa Kawasan Pecinan Pancoran-Glodok memiliki sejarah panjang di Jakarta, yang dimulai sejak era pemerintahan kerajaan Hindu Sunda, kesultanan Islam, hingga masa kolonial VOC dan Hindia-Belanda, serta masa kemerdekaan Indonesia. Nama Pancoran berasal dari "pancuran," yang merujuk pada penampungan air pada masa VOC untuk kebutuhan warga Batavia. Suara aliran air "grojok-grojok" dari pancuran tersebut kemudian diadaptasi menjadi Glodok. Seiring waktu, kawasan ini menjadi tempat tinggal bagi komunitas Tionghoa, terutama setelah peristiwa pembantaian etnis Tionghoa oleh VOC pada tahun 1740.(Fatimah, 2014). Glodok perlu ditempatkan ditengah – tengah kompetisi perkembangan pecinaan di dunia seperti di Singapura, Malaysia, Thailand (Tabel 1).

Tabel 1. Perbandingan Peta Kawasan

Informasi Proyek	Singapore Chinatown	Petaling Street Market	Yaowarat Rd
Perspektif View			
Potongan Kawasan	 <p data-bbox="384 851 1402 913">Potongan Kawasan sekitar Chinatown memiliki ketinggian bangunan yang tidak jauh beda dari 1 dengan yang lainnya.</p>		
Siteplan	 <p data-bbox="384 1137 1402 1205">Kawasan Chinatown dilihat dari segi siteplan memiliki beberapa pola yang unik namun didasari dengan kemudahan dalam mengakses antara 1 bangunan dengan lainnya.</p>		

Sumber : Penulis, 2024

Menurut (Idriyanto, 2008) Pasar Glodok, yang sebelumnya dikenal sebagai Glodok Building, dibangun pada tahun 1969 di bawah kepemimpinan Gubernur Ali Sadikin. Seiring dengan pertumbuhan perdagangan di kawasan tersebut, pemerintah daerah meningkatkan fungsi Glodok Building dengan menambahkan fasilitas seperti Hotel City di lantai 4, 5, dan 6, yang memiliki kapasitas 150 kamar untuk tamu dari luar kota dan luar negeri yang ingin berbelanja di Glodok. Pada waktu itu, terdapat 1.358 pedagang di pasar Glodok, dengan mayoritas yaitu pedagang elektronik yang mencapai 61,45% dari total pedagang. Namun, krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1997 menciptakan situasi politik yang tidak stabil bagi perkembangan Glodok. Krisis multidimensi ini menyebabkan kerusuhan sosial terbesar dalam sejarah Indonesia, yang puncaknya terjadi pada Mei 1998 ketika kerusuhan dimulai setelah penembakan mahasiswa Trisakti, yang diikuti oleh penjarahan dan pembakaran berbagai kendaraan serta Pasar Glodok dan pertokoan di sekitarnya.

Onlineshop

Menurut (c.k.sunitha, 2014) belanja daring menjadi semakin populer karena berbagai alasan. Tentu saja ada faktor eksternal seperti kenaikan harga gas, kesulitan untuk pergi ke toko tradisional, dan kerepotan yang sering terjadi di pusat perbelanjaan dan toko tradisional lainnya yang berkontribusi pada meningkatnya minat belanja daring. Konsumen bisa mendapatkan informasi lengkap tentang produk dengan ulasan yang diberikan oleh pengguna yang sudah ada. Jika seseorang ingin membeli suatu produk, ia tidak lagi terbatas untuk bertanya kepada teman

dan keluarga karena ada banyak ulasan produk di web yang memberikan pendapat dari pengguna produk yang sudah ada.

Menurut (Bansal, 2013) *Onlineshop* atau *E- Commerce* adalah bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa secara langsung dari penjual melalui Internet menggunakan peramban web. Belanja daring juga dikenal dengan banyak nama lain seperti *e-web-store*, *e-shop*, *e-store*, *Internet shop*, *web-shop*, *web-store*, toko daring, dan toko virtual. *Onlineshop* membangkitkan analogi fisik pembelian produk atau jasa di pengecer fisik atau pusat perbelanjaan; proses ini disebut belanja daring *Business-to-Consumer (B2C)*. Dalam kasus di mana suatu bisnis membeli dari bisnis lain, proses ini disebut belanja daring *Business-to-Business (B2B)*. Perusahaan penjualan eceran daring terbesar adalah *eBay* dan *Amazon.com*, keduanya berpusat di Amerika Serikat. Keberhasilan penjualan eceran tidak lagi hanya tentang toko fisik, ini terbukti karena peningkatan jumlah pengecer yang kini menawarkan antarmuka toko daring bagi konsumen. Dengan pertumbuhan belanja daring, muncul banyak peluang cakupan jejak pasar baru bagi toko yang dapat memenuhi permintaan pasar luar negeri dan persyaratan layanan dengan tepat. Belanja daring merupakan bidang teknologi yang sedang berkembang. Dengan mendirikan toko di Internet, para pengecer dapat memperluas pasar mereka dan menjangkau konsumen yang mungkin tidak akan mengunjungi toko fisik.

Area Komersial

Menurut (Wiharja, 2024) Area komersial adalah kawasan yang dirancang khusus untuk kegiatan bisnis dan perdagangan, yang mencakup berbagai jenis bangunan seperti toko, restoran, kantor, hotel, dan pusat perbelanjaan. Kawasan ini sering kali terletak di pusat kota atau di lokasi strategis yang mudah diakses oleh masyarakat, sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja dan menikmati layanan yang ditawarkan. Dengan desain yang mempertimbangkan kenyamanan dan aksesibilitas, area komersial bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung interaksi sosial dan transaksi ekonomi. Menurut (Rohimi, 2024) Pemilihan dan penempatan vegetasi melibatkan pemilihan tumbuhan yang sesuai dengan iklim dan kondisi lingkungan setempat, serta penempatannya secara strategis untuk menciptakan pemandangan yang menarik dan selaras dengan konsep desain. Desain ruang terbuka bertujuan untuk menciptakan area terbuka bagi penghuni bangunan komersial, seperti taman, halaman, atau atrium, yang menghubungkan bangunan dengan lanskap sekitarnya. Selain itu, penggunaan material alami seperti batu, kayu, dan tanaman asli berfungsi untuk menciptakan struktur bangunan yang harmonis dengan lingkungan, memberikan kesan alami dan ramah lingkungan.

Connective Architecture

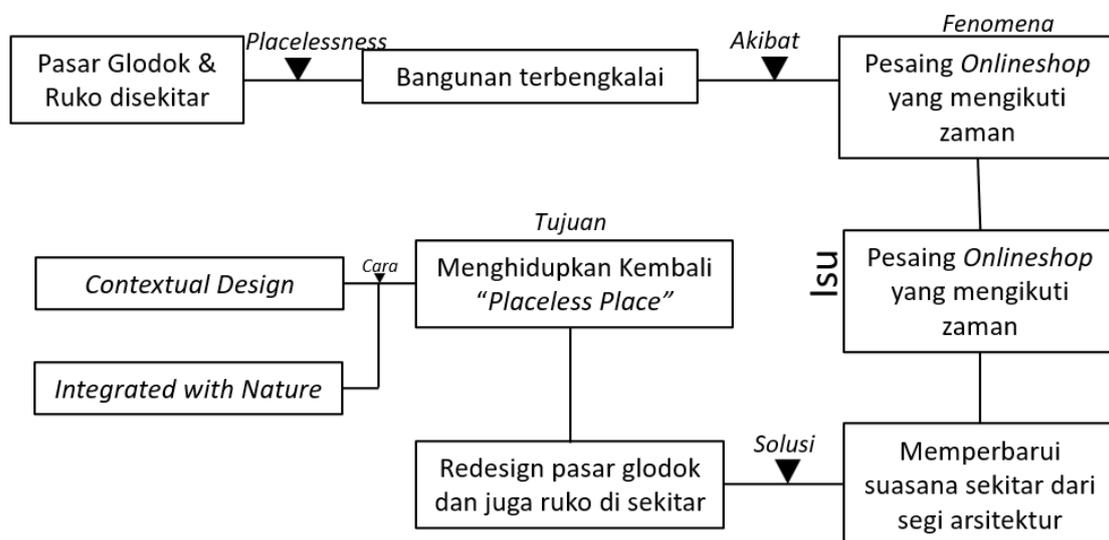
Dikutip dari buku elektronik berjudul "*Architecture of Connections*" (Paik, 2018) menjelaskan arsitektur sebagai ruang yang dibatasi mengingatkan kita bahwa pengalaman lingkungan binaan pada dasarnya adalah pengalaman batas-batas dan koneksi spasial. Ruang mengalir, dan terutama dialami dalam waktu. Narasi dan rangkaian koneksi dan batasan ini dapat digambarkan sebagai puisi gerakan. Irama, fokus, kontraksi & ekspansi, kegelapan, cahaya, skala, material dan warna bersatu dalam komposisi yang sehat. Blok-blok penyusun mentah mulai berinteraksi dalam orkestrasi batas-batas dan koneksi spasial.

Menurut (Vignato, 2017) Arsitektur konektivitas adalah konsep yang mengatur hubungan dan interaksi antara berbagai elemen ruang dalam suatu bangunan atau lingkungan urban. Konektivitas ini memungkinkan ruang-ruang tersebut saling terhubung, mempermudah pergerakan dan interaksi sosial yang efektif. Dalam konteks ini, konektivitas berfungsi sebagai "perekat" yang menyatukan berbagai fungsi dan aktivitas dalam kota, baik secara makro maupun mikro, sehingga menciptakan kesinambungan antar fungsi ruang. Prinsip-prinsip arsitektur konektivitas meliputi kontinuitas, porositas, orientasi, transisi, dan hibriditas.

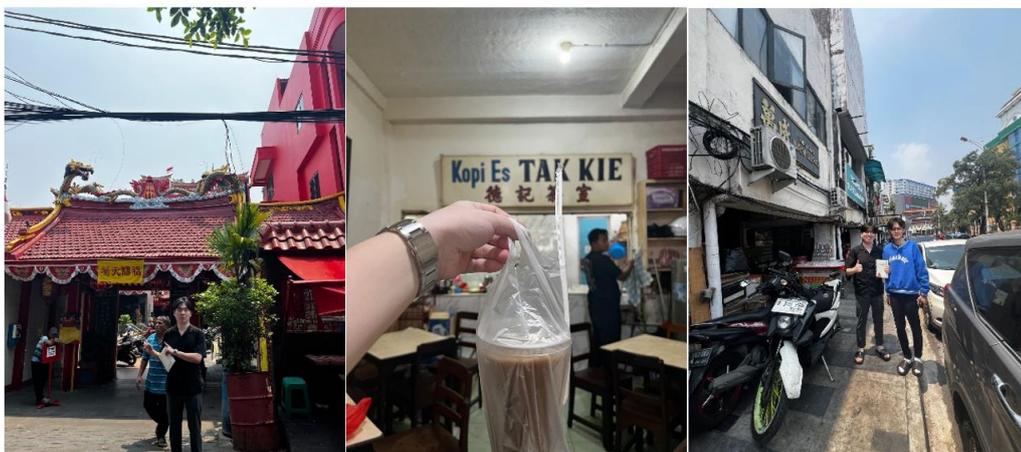
Kontinuitas memastikan kesinambungan jalur pergerakan yang memudahkan akses, sementara porositas menciptakan permeabilitas terhadap lingkungan. Orientasi membantu dalam penataan jalur sirkulasi, sedangkan transisi menyediakan titik persinggungan untuk interaksi. Hibriditas menekankan keberagaman fasilitas yang mendukung interaksi individu. Dengan demikian, arsitektur konektivitas tidak hanya berfokus pada aspek fisik bangunan tetapi juga pada pengalaman pengguna dan kualitas ruang yang dihasilkan, berkontribusi pada peningkatan mobilitas dan interaksi sosial di dalamnya.

3. METODE

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan dekriptif dan kualitatif. Proses penulisan dimulai dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi lapangan. Pendekatan kualitatif dilaksanakan dengan menyusun studi literatur, dengan membandingkan konsep secara teoritis. Sebelum menyimpulkan, hasil observasi dari perbandingan dan tinjauan literatur dievaluasi dengan menggunakan teori-teori yang relevan. Alat penelitian yang digunakan untuk mengambil dokumentasi berupa telepon genggam. Kesimpulan diambil untuk memberikan rekomendasi guna menciptakan inovasi dalam bidang tersebut. Tanggal penelitian ini dimulai pada tanggal 11 Agustus 2024 sampai dengan 12 Januari 2025.



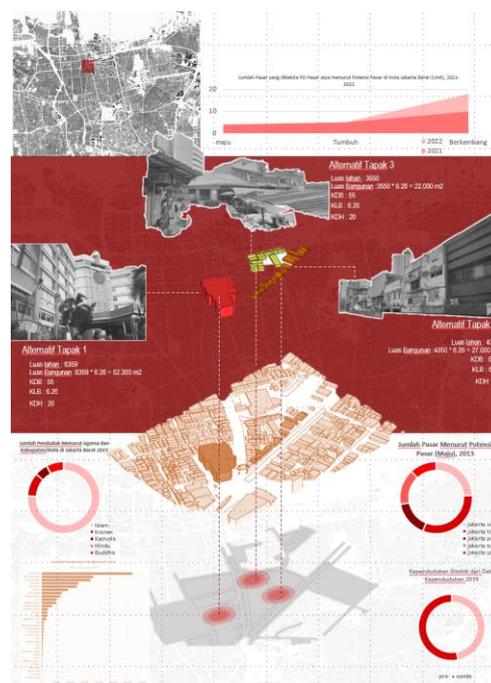
Gambar 2. Kerangka Berpikir
Sumber : Penulis, 2024



Gambar 3. Bukti Proses Pengambilan Data di Sekitar Tapak
Sumber : Penulis, 2024

4. DISKUSI DAN HASIL

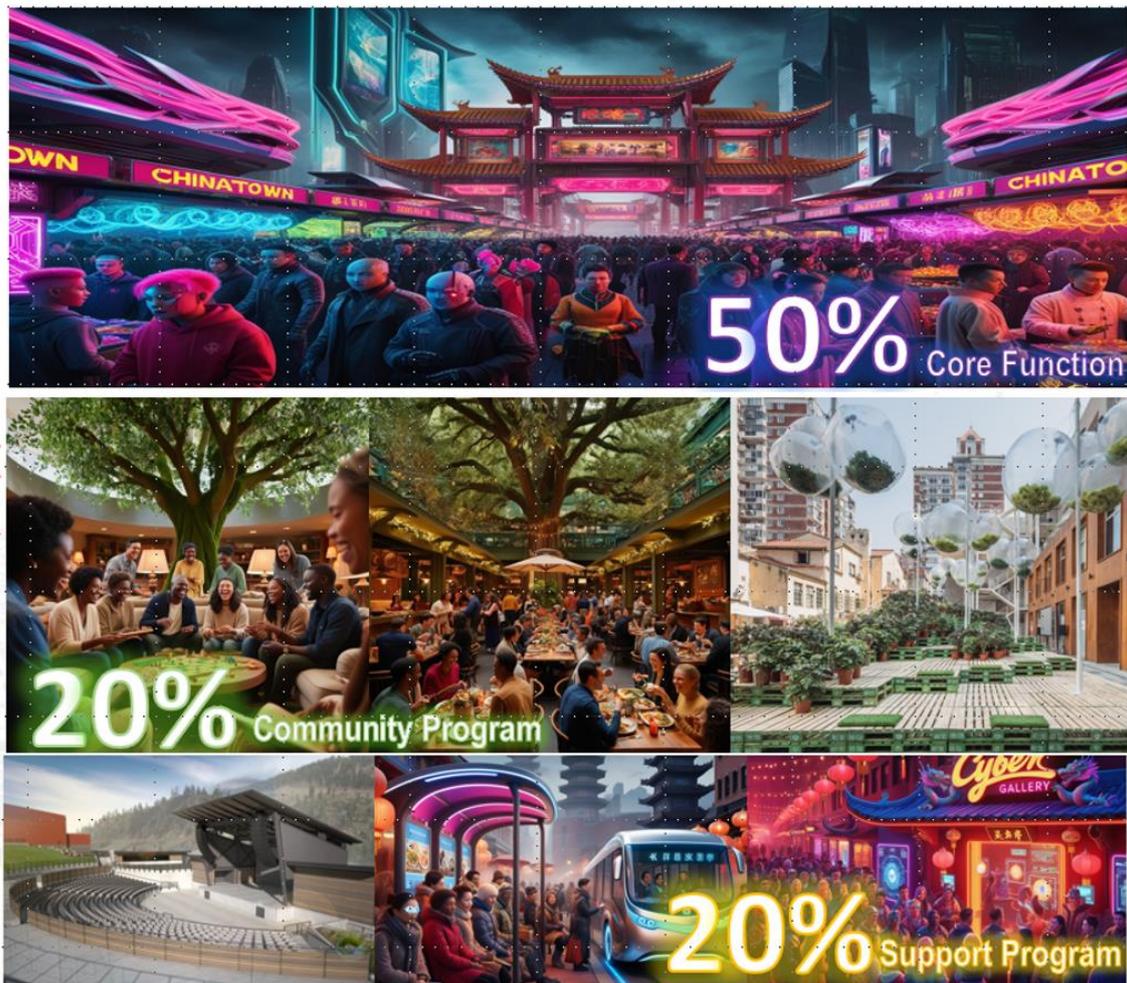
Glodok sendiri memiliki ciri khas yang sudah menjadi daya Tarik yang sangat kuat dari abad -17an. Untuk menjaga ciri khas tersebut maka dimanfaatkan metode ini kedalam design fasad pada bangunan. Karena tapak juga mengalami Pembangunan MRT yang sedang berjalan, menjadikan Pembangunan tersebut sebagai salah satu objek yang dapat menunjang kesempatan menarik para Masyarakat khususnya para turis yang kebanyakan menggunakan transportasi umum seperti MRT ke dalam Kawasan tapak. Oleh sebab itu, merencanakan fasad pecinaan yang dapat menarik mata para user MRT kedalam Kawasan Glodok merupakan salah satu tujuan penting dalam rancangan ini. Urban Insertion sebagai arsitektur konektivitas yang dapat didefinisikan sebagai taktik yang berupaya menemukan celah-celah kecil peluang di dalam kota untuk menyelip masuk, sekaligus meniru dan merangkul proses-proses kota, pada saat yang sama berupaya menyelidiki secara kritis kondisi-kondisi materialnya.



Gambar 4. Hasil Alternatif Tapak
Sumber: Penulis, 2024

Berfungsi sebagai tempat untuk memberikan edukasi kepada pengunjung dan sebagai tempat untuk rekreasi mendalami Kawasan glodok memiliki banyak cerita Sejarah. Menyediakan café dan resto yang bertujuan untuk menaikkan ekonomi rakyat sekitar dan sebagai tempat orang – orang beristirahat dan santai. Beraneka ragam jenis makanan khas tiong hua yang disediakan disana yang bertujuan untuk memperkenalkan ciri khas masakan pecinaan dari masing – masing daerah khususnya dari luar Jakarta seperti, Medan, Pontianak. Menyediakan Community space yang bertujuan sebagai tempat untuk berkumpul disekitar tapak. Tempat dimana pengunjung atau wisatawan dapat menikmati acara ataupun istirahat disana. Mengakses Gallery tempat Dimana pengunjung dapat menikmati karya – karya artis sekitar dan dapat berinteraksi juga.

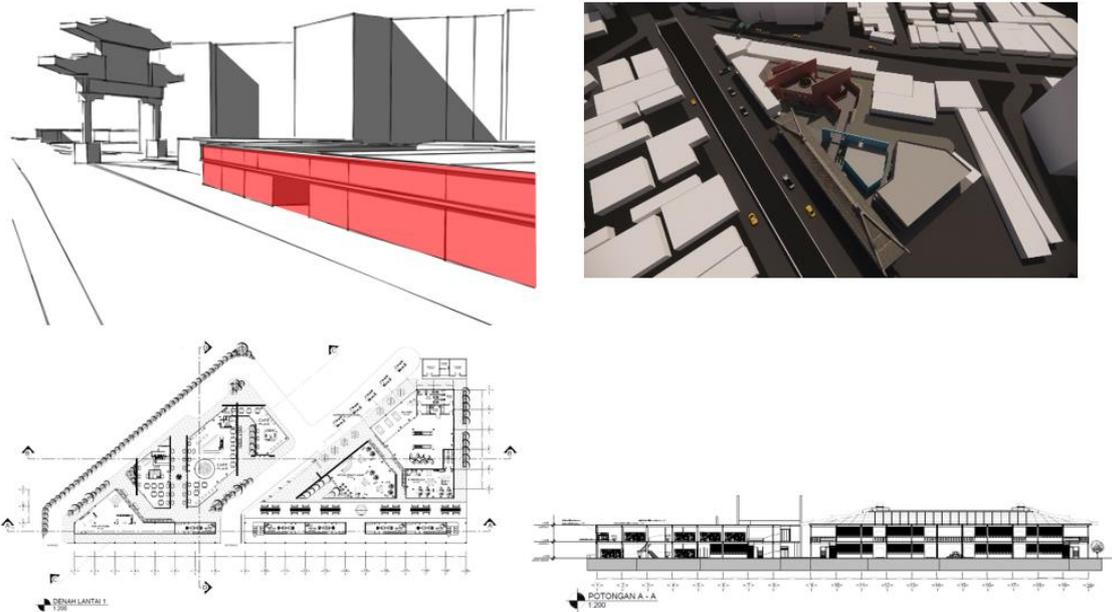
Usulan Program



Gambar 5. Program ruang

Sumber: Penulis, 2024

Dalam merancang ruang di tapak untuk meningkatkan daya tariknya bagi masyarakat, kita dapat memulai dengan langkah-langkah seperti, Redesain Kios : Kita dapat merancang ulang ruko - ruko dengan menambahkan fungsi baru, seperti *platform online shop*. Hal ini akan memudahkan para penjual untuk melakukan transaksi baik secara daring maupun luring. Dengan demikian, pengunjung dapat memiliki pengalaman belanja yang lebih menyenangkan dan praktis. Arsitektur Organik: Pemilihan konsep arsitektur organik merupakan langkah yang tepat untuk menentukan tema pada tapak. Dengan memanfaatkan bentuk bangunan sekitar, kita dapat menciptakan keselarasan antara massa dan lingkungannya. Konsep ini juga dapat memberikan kesan alami dan ramah lingkungan yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi kawasan tersebut. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah di atas, diharapkan massa dapat menjadi kawasan yang lebih menarik dan ramah bagi masyarakat untuk dikunjungi. Penerapan itu bisa dilihat dari (Gambar 6).



Gambar 6. Pengaplikasian Konsep *Connective Architecture*

Sumber: Penulis, 2024

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kawasan Glodok mendapatkan tantangan kompetisi dari pecinaan yang lain di era digitalisasi, oleh karena itu, perlu berubah. *Onlineshop* dan dunia virtual memerlukan intergrasi dari sisi keruangan, oleh karena itu, dibutuhkan konten arsitektur yang terintegrasi. Konsep arsitektur konetivitas dengan Urban Insertion memiliki potensi penyelesaian pada struktur tua di glodok dengan inteferensi fisik minimal namun pengembangan yang maksimal. Meski demikian masih dibutuhkan beberapa program fisik agar dapat menyajikan keberlanjutan.

Saran

Kelebihan dari merancang ruang di massa dengan menambah *platform online shop* pada kios-kios dapat meningkatkan keterjangkauan dan kemudahan transaksi, memperluas jangkauan pasar bagi pedagang lokal, serta mengakomodasi perubahan perilaku konsumen. Ini juga menciptakan suasana modern dan inovatif yang menarik minat pengunjung. Namun, tantangan teknologi dan potensi pengurangan daya tarik tradisional, bersama dengan kemungkinan konflik estetika dan perubahan sosial budaya, harus dipertimbangkan dalam perencanaan dan implementasi agar tetap memperhatikan nilai-nilai budaya dan tradisional yang penting bagi masyarakat setempat.

REFERENSI

- Ardiansari, A. (2022). Pengaruh Adanya Sistem Penjualan Online Terhadap Pasar Tradisional Benowo Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(4), 210-219.
- Fatimah, T. (2014). SEJARAH KAWASAN PECINAN PANCORAN-GLODOK DALAM KONTEKS LOKALITAS KAMPUNG KOTA JAKARTA. In *PROCEEDING SEMINAR NASIONAL "Membangun Karakter Kota Berbasis Lokalitas"* (pp. 129-139).
- Gupta, A., Bansal, R., & Bansal, A. (2013). Online shopping: A shining future. *International Journal of Techno-Management Research*, 1(1), 1-10.
- Hendarsyah, D. (2019). E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171-184.
- Idriyanto, I. (2008). Analisis Pengaruh konektivitas terhadap Kawasan Glodok.

- Paik, S. (2018). *Architecture of Connections*. Virginia: issue.
- Rohimi, S. (2024). Integrasi Lanskap dalam Desain Arsitektur Bangunan Komersial.
- Sunitha, C. K., & Gnanadhas, E. (2014). Online shopping-an overview.
- Vignato, G. (2017). Connective Architecture in the Rock Monasteries of Kuca. *Rivista degli studi orientali: XC, 1/4, 2017, 201-228*.
- Wiharja, E. (2024). Apa itu Area Komersial? Berikut Fungsi dan Contohnya.