

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Perubahan besar-besaran di bidang teknologi informatika telah mengakibatkan terjadinya perubahan terhadap sistem perekonomian secara global di seluruh dunia dan secara tak langsung mengakibatkan terjadinya perubahan di bidang lain yaitu arsitektur. Perubahan tersebut diawali dengan revolusi di bidang teknologi komunikasi yaitu ditemukannya internet selanjutnya internet mempengaruhi sistem perekonomian konvensional menjadi perekonomian yang dilandasi oleh internet yaitu e-commerce. Salah satu bentuk dari e-commerce ialah SOHO atau Small Office Home Office. Oleh karena SOHO dilakukan di bangunan-bangunan residential maka desain bangunan residential juga terpengaruh oleh fenomena ini.

I.1.1 Revolusi Teknologi Informatika Mengakibatkan Terjadinya Perubahan Sistem Perekonomian dari Sistem Konvensional ke Sistem E-Commerce

REVOLUSI TEKNOLOGI INFORMATIKA DAN KEMUNCULAN INTERNET

Revolusi di bidang teknologi informatika telah mengakibatkan terjadinya perubahan sistem perekonomian dari sistem konvensional ke sistem e-commerce, hal ini seiring dengan yang diungkapkan oleh

Naisbitt¹ bahwa dasawarsa 90-an merupakan sebuah masa di mana dunia mengalami sepuluh perubahan besar yaitu :

1. *Industrial society to information society*
2. *Forced Technology menjadi High Tech / High Touch*
3. *National Economy to World Economy*
4. *Short Term to Long Term*
5. *Centralization to Decentralization*
6. *Institutional Help to Self Help*
7. *Representative Democracy to Participatory Democracy*
8. *Hierarchies to Networking*
9. *North to South*
10. *Either/Or to Multiple Option*

Delapan dari sepuluh perubahan tersebut yaitu point 1,2,3,4,5,6,8, dan 10 besar dikarenakan oleh perkembangan teknologi informasi di dasawarsa sebelumnya yaitu dasawarsa 80-an. Perkembangan teknologi informasi berupa pembangunan jaringan serat optik yang membentang dari Amerika Serikat ke Jepang telah meningkatkan jumlah panggilan internasional di Amerika Serikat ke angka 4.7 billion menit di tahun 1987 dibandingkan tahun 1977 yang hanya sejumlah 580 juta.² Teknologi informasi telah menyebabkan terjadinya globalisasi dunia di mana dunia tidak lagi terbelenggu oleh batas-batas riil berupa masa dan ruang.

¹ Naisbitt, Megatrends 2000, p.12, 1990

² ibid, p.23

Tahapan perkembangan globalisasi ekonomi dapat dilihat di tabel 1 seperti yang diungkapkan oleh Mochtar Riady – Chairman Lippo Group melalui presentasi A.A. Sidarto Ph.D – staf ahli Lippo Group.

Tabel I - Tahapan perkembangan globalisasi ekonomi.³

Periode / Item	Tahap I Dekade 60	Tahap II Dekade 70	Tahap III Dekade 80	Tahap IV Dekade 90
Penggerak	Revolusi teknologi	Investasi antar negara (<i>cross border investment</i>) komputer	Kemajuan teknologi & telekomunikasi	Internet menjadi <i>market place / information highway</i>
Ciri Khas	Relokasi industri padat karya	Supply produksi perusahaan antar	Mata uang jadi barang dagangan	Internet = jaringan komputer
Fokus globalisasi	Manufaktur	Perdagangan	Keuangan	Jasa-jasa

Sumber : Manajemen April 2000

Menurut tabel 1 penggerak yang sangat penting dalam perubahan dekade 90 ialah INTERNET. Internet ialah sebuah jaringan komputer-komputer diseluruh dunia yang dihubungkan dengan jaringan telepon. Internet menjadi populer pertama-tama oleh pemerintahan Amerika Serikat yang memanfaatkannya untuk kegiatan militer dan dioperasikan oleh departemen pertahanan Amerika Serikat Pentagon. Selama akhir dasawarsa 1980-an di mana perang dingin telah usai departemen pertahanan Amerika Serikat menyerahkan perkembangan teknologi internet ke pusat penelitian umum yang akhirnya diadopsi oleh perusahaan-perusahaan komputer dan informasi publik seperti ATT dan Microsoft.

Internet menjadi layanan publik yang sangat populer terutama sejak ditemukan teknologi informatika yang disebut dengan *World*

Wide Web. Tahun 1995 perusahaan Microsoft mendistribusikan sebuah software yang disebut Microsoft Internet Explorer ke dalam paket Microsoft Office release 1995. Sejak itu internet mencapai popularitas tinggi dan menjadi alternatif pertukaran informasi melalui *web site* dan *e-mail*.

INTERNET SEBAGAI LANDASAN BERTUMBUHNYA E-COMMERCE

Perkembangan internet menghasilkan sebuah fenomena layanan bisnis yang disebut sebagai *E-COMMERCE* atau *E-BUSINESS* atau *E-TRADING*. Fenomena bisnis ini dalam waktu singkat menjadi populer karena keunikannya yaitu di sistem promosi dan permodalannya yang tidak membutuhkan biaya besar. Menurut The Economist, Killen, Gertner Group, CIGA, jumlah transaksi yang terdapat para Internet pada tahun 1996 mencapai US \$1 billion dan diperkirakan pada tahun 2000 jumlah ini akan mencapai US \$ 200 billion.⁴ Jumlah ini tentu merupakan cerminan bahwa e-commerce dalam waktu singkat telah mengubah sudut pandang perekonomian dunia sesuai dengan yang telah diungkapkan oleh Naisbitt seperti di atas.

PERKEMBANGAN SOHO SEBAGAI BAGIAN DARI E-COMMERCE

Sebuah istilah lain yang timbul dari fenomena e-commerce ialah *SOHO* (Small Office Home Office). *SOHO* merupakan konsep e-commerce bagi rumah tangga. *SOHO* merupakan usaha e-commerce

³ Mochtar Riady dan A.A. Sidarto Ph.D. - Mengejar Ketinggalan Indonesia – Majalah Manajemen April 2000

yang secara modal dikategorikan sebagai industri rumah tangga dan karyawannya melibatkan penghuni rumah tangga yang memiliki banyak waktu di rumah untuk melakukan pengawasan terhadap web site SOHO tersebut. Dengan demikian usaha SOHO banyak dioperasikan oleh ibu rumah tangga atau anak-anak sedangkan pemimpin rumah tangga misalnya ayah tetap melakukan pekerjaan reguler di luar rumah.

1.1.2. MENINGKATNYA PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA MENCIPTAKAN SOHO SEBAGAI SALAH SATU BENTUK USAHA INDUSTRI RUMAH TANGGA YANG PROSPEKTIF DI INDONESIA

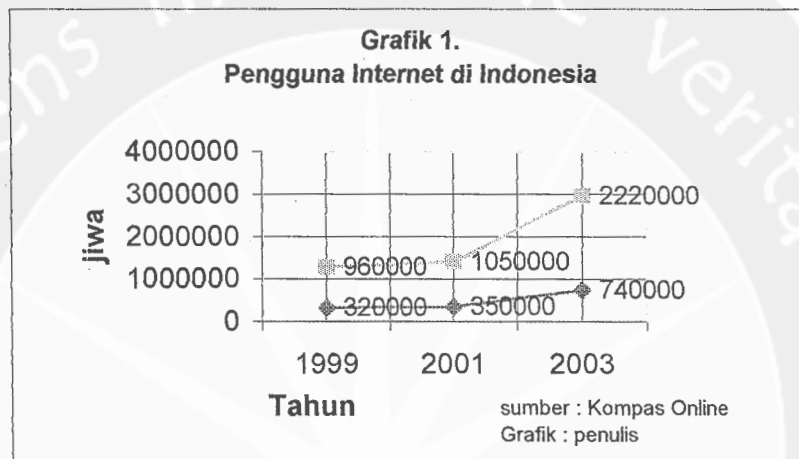
Indonesia sebagai bagian dari negara di dunia ini tidak terlepas dari trend perubahan di atas. Dengan melihat data kenaikan pengguna internet di Indonesia dapat disimpulkan bahwa prospek e-commerce dalam bentuk SOHO tinggi di Indonesia.

TREND KENAIKAN JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Pengguna internet di Indonesia ialah para pelanggan dari 46 layanan provider internet di Indonesia. Survei dari MARS – sebuah lembaga riset di bidang survei – mengungkapkan pengguna internet di Indonesia yaitu dari 320.000 jiwa di tahun 1999, dengan perkiraan bahwa satu pelanggan berarti 3 orang pengguna internet maka jumlah ril pengguna internet di tahun 1999 ialah 960.000 jiwa. MARS

⁴ Purbo, Onno W., Membangun web e-commerce, xi

memperkirakan tingkat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia antara 1999-2003 mencapai 23 persen. Jadi sampai akhir tahun 2003 pengguna Internet di Indonesia diproyeksikan akan mencapai 740.000 account. Dengan asumsi satu account digunakan oleh tiga orang, maka akhir tahun ini jumlah orang yang terhubung ke Internet mencapai hampir satu juta orang dan pada akhir tahun 2003 mencapai 2,2 juta orang. (lihat grafik 1)



Menurut Richard Kartawijaya , direktur Utama Microsoft Indonesia, jumlah tersebut cukup untuk melaksanakan E-Commerce di Indonesia.⁵

SOHO SEBAGAI SALAH SATU BENTUK INDUSTRI RUMAH TANGGA

Sebuah data menarik dari Departemen Koperasi (lihat : www.depkop.go.id) menunjukkan bahwa ada 38 juta usaha di Indonesia 98 persen didominasi oleh usaha kecil menengah yang

⁵ Kompas Online – Menghitung Konsumen Indonesia di Internet – 21 Sept 1999

mempekerjakan 58 juta pekerja (ada grafik yang disisipkan, akan sangat impresif). Hal itu berarti bahwa ternyata ada dominasi oleh industri kecil dan rumah tangga dengan sekitar 2,7 juta industri (dengan enam juta-an pekerja), sedang industri besar dan menengah hanya berjumlah 23.000 buah (dengan empat juta pekerja).⁶ Dengan dominasi tersebut tentunya usaha-usaha yang minim modal sangat prospektif di Indonesia, dengan demikian SOHO sebagai salah satu jenis usaha minim modal tentu prospektif juga untuk berkembang di Indonesia.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya dominasi industri rumah tangga dan trend kenaikan pemakaian internet di Indonesia maka, industri e-commerce dalam bentuk SOHO sangat prospektif untuk berkembang di Indonesia.

1.1.1.3. BANGUNAN RESIDENTIAL VERTIKAL SEBAGAI TEMPAT AKTIVITAS SOHO YANG PROSPEKTIF DI INDONESIA

Kekhasan dari kegiatan SOHO ialah dilaksanakannya SOHO di rumah, yang berarti bahwa SOHO merupakan kegiatan yang pasti dilakukan di bangunan residential. Oleh karena bangunan residential horisontal seperti rumah tinggal, kompleks ataupun ruko memiliki alternatif membangun usaha komersial jenis lain yaitu toko (showroom), maka bangunan residential vertikal merupakan satu-satunya jenis residential di mana SOHO merupakan satu-satunya alternatif bagi penghuninya untuk melakukan usaha komersial.

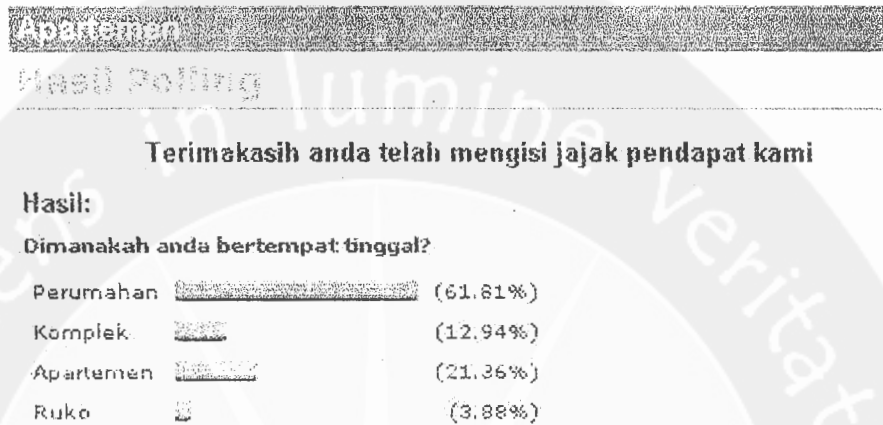
⁶ Kompas – edisi E-Commerce, Selasa 5 Juni 2001, halaman 42

APARTEMEN SEBAGAI BANGUNAN RESIDENTIAL VERTIKAL YANG POPULAR DI INDONESIA

Bangunan residential vertikal di Indonesia terbagi menjadi beberapa tipe, yaitu :

1. Rumah susun Masionette, yaitu rumah susun sampai 2 lantai dengan bentuk struktur dan finishing yang sederhana tapi relatif kurang kokoh dan tidak dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas penunjangnya. Lokasinya biasanya di pinggir kota, dan ditujukan untuk kalangan menengah ke bawah, sistem kepemilikan beli jadi harus menetap. Fasilitas umum bersama misalnya wc, dapur dll.
2. Rumah susun biasa, yaitu rumah susun sampai dengan 3-14 lantai, dengan konstruksi permanen.
3. Rumah susun kondominium, bangunan lantai banyak yang disusun dalam 1 lingkungan beserta fasilitas. Sistem kepemilikan membeli dan menetap akta kepemilikan bangunan dan tanah adalah kepemilikan bersama.
4. Rumah susun apartemen, mirip dengan hunian vertikal kondominium hanya tipe ini memiliki bagian yang digunakan terpisah (terutama untuk huniannya) sistem kepemilikan sewa dan beli.
5. Rumah susun flat, yaitu apartemen tapi ruang-ruangnya di lantai yang sama (simplex apartment).

Dari tipe-tipe di atas tipe apartemen termasuk yang tipe residential vertikal yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia. Sebuah polling dari www.onproperty.onklik.com hanya memberikan satu opsi yaitu apartemen dalam daftar residential yang dipollingkan ke pengunjung internet sejak bulan Maret 2001. (lihat gambar 1.)



GAMBAR 1

Polling tersebut mengindikasikan bahwa perumahan merupakan residential yang paling populer sedangkan apartemen merupakan alternatif tipologi residential yang populer selain kompleks dan ruko.

Apartemen di Indonesia kebanyakan berlokasi di kota-kota metropolitan seperti Jakarta dan Surabaya. Menurut Kompas Online, apartemen-apartemen di Indonesia dapat berkembang karena kebutuhan-kebutuhan masyarakat kota yaitu :

- murah,
- privasi,

- ☒ aman,
- ☒ fasilitas
- ☒ lokasi,
- ☒ dan investasi.

Perkembangan apartemen di Jakarta mendapat perhatian Pemda DKI yang baik yaitu dapat dilihat dengan telah dibangunnya beberapa unit apartemen seperti sudah dibangun RSB (Rumah Sewa Bertingkat) di sejumlah lokasi di Jakarta. Di antaranya di Cengkareng (124 unit), Penjaringan (1382 unit). Tambora (490 unit), Karanganyar (360 unit), Jati Rawasari (152 unit), Cipinang (152 unit), Pondok Bambu (125 unit), dan Pondok Kelapa (150 unit). Selain beberapa apartemen menengah di Penjaringan dan di Pulomas.

Konsumen RSB-RSB itu adalah masyarakat yang diperkirakan tak mampu membeli apartemen sederhana sekalipun, akibat pendapatannya yang rendah. Pemda DKI Jakarta membagi masyarakat konsumen RSB ini kedalam empat golongan. Masing-masing mereka yang berpendapatan sangat rendah dan rendah, yaitu masyarakat yang pendapatannya sampai dengan Rp 250.000 per bulan.

Golongan ini diperkirakan tak akan mampu membeli rumah, karena hanya mampu menyisakan sekitar Rp 37.000 - Rp 45.000 per bulan untuk rumah, atau bisa membeli rumah yang harganya antara Rp 2,3 juta sampai Rp 3 juta. Tentu di Jakarta kini sudah tak ada rumah layak huni, yang harganya hanya Rp 3 juta. Sekitar 50 persen dari mereka yang tak mampu membeli rumah di Jakarta ini termasuk di dalamnya.

Selain itu, golongan masyarakat yang berpendapatan antara Rp 250.000 - Rp 500.000 per bulan, juga merupakan golongan yang tak mampu membeli rumah di Jakarta. Sementara itu, golongan yang berpendapatan antara Rp 500.000 - Rp 1 juta, juga masih tak mampu beli rumah. Karena, dengan kemampuan mencicil sebesar Rp 75.000 sampai Rp 150.000 per bulan, kedua golongan ini hanya mampu membeli rumah yang harganya paling antara Rp 6 juta - Rp 10 juta.⁷ Kompas Online juga mengungkapkan bahwa apartemen di Indonesia populer di kalangan eksekutif muda terutama untuk pasangan muda yang beromzet pas-pasan.⁸

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa di kota-kota metropolitan di Indonesia tipologi residential vertikal apartemen merupakan solusi residential yang populer di masyarakat.

I.1.4. KOTA BEKASI SEBAGAI LOKASI APARTEMEN SOHO YANG PROSPEKTIF

Lokasi dari proyek ini mesti dibangun pada lokasi di mana pertimbangan potensi teknologi, perekonomian, dan kependudukan dapat dipenuhi. Pertimbangan teknologi adalah apakah lokasi telah memiliki jaringan internet yang baik serta, perekonomian didasarkan pada pemikiran bahwa lokasi yang memungkinkan untuk usaha e-commerce ialah di mana lokasi tersebut telah mencapai perekonomian yang maju sehingga warga sekitarnya mampu mengadopsi metode

⁷ Kompas Online 5 Okt 1996, Apartemen Sederhana, Reurbanisasi dan kemacetan.

belanja secara e-commerce. Pertimbangan kependudukan didasarkan pada pemikiran bahwa daerah yang potensial untuk bertumbuhnya e-commerce ialah daerah berkepadatan tinggi sehingga penduduk sekitarnya telah jenuh menghadapi kepadatan sirkulasi kota dan ingin menikmati kecepatan layanan secara maya yaitu melalui metode e-commerce.

Di Indonesia lokasi di mana jumlah provider penyedia fasilitas internet terbanyak ada di kawasan Jabotabek. Jaringan infra struktur internet juga lengkap dimiliki Jabotabek. Oleh karena jaringan internet paling banyak dihubungkan dengan metode jaringan telepon (ISDN) maka diperlukan infrastruktur kabel telepon yang paling baik untuk mencapai hasil koneksitas internet yang cepat pula. Keunggulan Jabotabek dari lokasi-lokasi lain di Indonesia ialah karena Jakarta adalah salah satu lokasi di Indonesia yang telah memiliki jaringan serat optik yang membentang dari semenanjung Melaya ke Sumatera dan ke Jakarta. Kabel ini mendukung kecepatan akses hingga 8 x 2,5 giga bit per detik.⁹

Sementara itu dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN) telah ditetapkan bahwa Kawasan Jabotabek dan sekitarnya sebagai kawasan pusat perekonomian nasional dan kawasan cepat tumbuh. Dalam rencana struktur pengembangan sistem permukiman nasional, Kota Bekasi ditetapkan sebagai salah satu Pusat Kegiatan

⁸ Kompas Online 30 Juli 1996, Belum 10 Persen Kebutuhan Apartemen untuk kelas Menengah Terpenuhi

⁹ Kompas, 20 Maret 2001, hal 38

Wilayah (PKW) di Jawa Barat.¹⁰ Pengembangan yang ditetapkan untuk Kota Bekasi ialah untuk pengembangan kegiatan jasa, perdagangan, industri, dan perumahan.¹¹

Dari paparan di atas maka ketiga pertimbangan yang penting untuk mendirikan kawasan residential yang mendukung e-commerce ternyata dapat di penuhi oleh kawasan Jabotabek yang lebih mikro lagi dipilhkan Kota Bekasi sebagai lokasi proyek.

I.1.5. APARTEMEN SOHO SEBAGAI TIPOLOGI BANGUNAN RESIDENTIAL YANG PROSPEKTIF DI KOTA BEKASI

Perubahan di sistem informatika yang mengakibatkan perubahan sistem perekonomian di dasawarsa ini menuju sistem e-commerce yang salah satu bentuk popularnya ialah SOHO telah mengakibatkan Indonesia sebagai negara yang pertumbuhan pengguna internetnya tinggi ikut serta sebagai pelaku-pelaku SOHO. Oleh karena SOHO merupakan aktivitas di bangunan residential maka diperkirakan terjadi perubahan desain bangunan residential terutama bangunan residential vertikal sebagai tipologi bangunan residential yang paling prospektif dikembangkan sebagai tempat aktivitas SOHO. Kenyataan lain menunjukkan bahwa hanya ada 6 persen pengguna internet yang mengakses internet di luar warnet dan kantor yang berarti 6 persen tersebut bisa berasal dari rumah tinggal, sekolah, universitas dll. Padahal salah satu keunikan dari konsep SOHO ialah

¹⁰ Rencana Tata Ruang Wilayah Kab. DATI II Bekasi, hal II-5

¹¹ Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bekasi tahun 2000-2010 , hal I-2

metode bisnis ini memungkinkan dikerjakan dari rumah tinggal yang telah dilengkapi dengan jaringan internet. Salah satu kemungkinan minimnya pengakses internet dari lingkungan residential diperkirakan karena kurangnya bangunan residential yang secara khusus di desain untuk memfasilitasi internet.

Dari uraian-uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa e-commerce potensial dikembangkan dalam bentuk industri rumah tangga yang didukung oleh sebuah infra struktur internet yang baik. Atas dasar pertimbangan di atas maka proyek bangunan residential vertikal yang secara khusus didesain untuk mendukung e-commerce berbasis SOHO akan merupakan tipologi bangunan alternatif yang semakin berkembang, sejalan dengan perkembangan dan trend globalisasi ekonomi dan dominasi teknologi informasi dalam kehidupan manusia hingga seabad mendatang.

1.2. PERMASALAHAN

1.2.1 LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Apartemen Soho sebagai sebuah tipologi bangunan residential yang masih baru memiliki banyak permasalahan desain, terutama pada masalah penggabungan fungsi residential dengan fungsi e-bisnis. Tulisan ini bertujuan untuk mencari permasalahan tentang bagaimana desain interior denah apartemen soho yang tepat ditujukan untuk fungsi residential dan e-bisnis. Hingga saat ini apartemen soho telah banyak ditemui di kota-kota besar di dunia terutama di negara-negara maju yang aktifitas *e-commerce*-nya telah maju. Akan tetapi secara

belum ada penelitian tentang bagaimana kecenderungan terhadap desain apartemen soho, melalui penulisan ini akan diadakan penelitian terhadap preseden-preseden yang telah ada dan ingin ditemukan kecenderungan desain apartemen soho, yaitu desain tipologi residential yang juga mengakomodasikan fungsi e-bisnis.

I.2.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana desain bangunan apartemen yang mengakomodasikan SOHO sebagai bangunan residential dan e-bisnis dengan mengoptimalkan desain interior yang berlokasi di pusat kota Bekasi ?

I.3. TUJUAN DAN SASARAN

Tujuan

Mendesain tipologi bangunan apartemen yang mengakomodasikan fungsi SOHO.

Sasaran

Proyek mampu menjadi sarana pemberdayaan potensi rumah tangga yang dapat membantu finansial rumah tangga dan berkembang menjadi industri rumah tangga melalui SOHO

I.4. Lingkup Studi

Output dari penulisan ini ialah untuk memperoleh sebuah model interior apartemen SOHO yang mampu memenuhi permasalahan desain. Selanjutnya dengan bertumpu pada model interior tersebut

maka eksterior dan massa bangunan akan terbentuk sebagai akibat dari interior.

I.5. Metode Studi

Metode yang dipergunakan ialah mencari model teoritis dengan mengkaji desain-desain yang telah ada. Preseden-preseden yang dikumpulkan akan dianalisis menurut struktur spatial dan grafik aksesnya, melalui kedua alat ini, maka akan diketahui bagaimana pola kecenderungan ruang-ruang dalam sebuah struktur spatial dan bagaimana kecenderungan sirkulasi dan tingkat kedalaman suatu ruang dalam sebuah apartemen soho.

I.6. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Yaitu memaparkan tentang latar belakang ide proyek, analisis terhadap data yang dapat menjelaskan kelayakan proyek untuk dilaksanakan, rumusan permasalahan, lingkup studi dan metode studi yang akan dipaparkan dalam tulisan ini.

BAB II TINJAUAN UMUM APARTEMEN SOHO

Yaitu memaparkan secara makro definisi, kebutuhan ruang, identifikasi pelaku dan kegiatan pada tipologi bangunan apartemen soho.

BAB III TINJAUAN APARTEMEN SOHO DI KOTA BEKASI

Yaitu memaparkan kondisi eksisting dari site, potensi kota Bekasi sebagai lokasi site.

BAB IV PENDEKATAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN APARTEMEN SOHO DI KOTA BEKASI

Yaitu memaparkan analisis terhadap pendekatan perencanaan dan perancangan apartemen soho. Bab ini akan menganalisis preseden sebagai cara pendekatan desain, analisis disimpulkan menjadi sebuah teori dan diterapkan ke proyek.

BAB V KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN APARTEMEN SOHO DI KOTA BEKASI

Yaitu memaparkan bagaimana konsep perencanaan dan perancangan yang ingin diajukan sebagai hasil dari analisis terhadap preseden berdasarkan kegiatan di apartemen SOHO.