



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Terakreditasi
BAN-PT

A
Unggul

QS
STARS
RATING SYSTEM

ISIRI
SAR

IAABEE

CPA
AUSTRALIA

ICAEW
CHARTERED
ACCOUNTANTS

LPPM UNTAR
Lembaga Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat

UNTAR untuk INDONESIA

ISBN : 978-623-92498-4-7

PROSIDING



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

**“URGensi PENGEMBANGAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DALAM KONTEKS BUDAYA INDONESIA SEBAGAI WUJUD KETANGGUHAN BANGSA”**

20 Oktober 2020

DIDUKUNG OLEH:





UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

ISBN : 978-623-92498-4-7

PROSIDING



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

**“URGensi PENGEMBANGAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DALAM KONTEKS BUDAYA INDONESIA SEBAGAI WUJUD KETANGGUHAN BANGSA”**

20 Oktober 2020

DIDUKUNG OLEH:





Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2020
Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam
Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa
Jakarta, 20 Oktober 2020

PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (SENAPENMAS) 2020
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Konteks
Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa**

**Selasa, 20 Oktober 2020
Jakarta**

**Penerbit:
LEMBAGA PENELITIAN DAN PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2020
Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam
Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa
Jakarta, 20 Oktober 2020

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (SENAPENMAS) 2020
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

ISBN:

Editor:

Dr. Ir. Samsu Hendra Siwi, M.Hum.

Dr. Eng Titin Fatimah, S.T., M.Eng.

Dr. Keni, S.E., M.M.

Ade Adhari, S. H., M.H.

Desain Sampul:

Anny Valentina, S.Sn., M.Ds.

Penerbit:

Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah Universitas Tarumanagara

Alamat Redaksi:

Jln. Letjen. S. Parman No. 1 Kampus I UNTAR, Gedung M, Lantai 5 Jakarta Barat

Telp: 021-5671747, ext.215

Email: dppm@untar.ac.id

HAK CIPTA

©2020 Universitas Tarumanagara

REVIEWER

Prof. Dr. Eko Sedyono	Universitas Kristen Satya Wacana
Dr. Erwin Halim	Universitas Bina Nusantara
Henry Candra, Ph.D.	Universitas Trisakti
Ignatius Agung Satyawan, Ph.D.	Universitas Sebelas Maret
Dr. Intan Rahmawati	Universitas Brawijaya
Dr. Julisar	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti
Dr. L. V. Ratna Devi S.	Universitas Sebelas Maret
Dr. dr. Linawati Hananta, Sp.FK	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Dr. Puji Lestari Suharso	Universitas Indonesia
Dr. Ir. Reda Rizal	UPN Veteran Jakarta
Dr. Retno Dyah Kusumastuti	UPN Veteran Jakarta
Rizky Armanto Mangkuto, Ph.D.	Institut Teknologi Bandung
Dr. Rosmariyani Arifuddin	Universitas Hassanudin
Sri Hapsari Widjajanti, S.S., M.Hum.	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Dr. Suastiwi	ISI Yogyakarta
Dr. Theresia Dwinita Laksmidewi	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Dr. Weny Savitry Pandia Sembiring	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Ir. Budhi Martana, M.M.	UPN Veteran Jakarta
M. Ikhsan Amar, S.Gz., M.Kes	UPN Veteran Jakarta
Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan	Universitas Tarumanagara
Dr. Ahmad Redi	Universitas Tarumanagara
Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy	Universitas Tarumanagara
Dr. Danang Priatmodjo, M. Arch	Universitas Tarumanagara
Dr. Eddy Supriyatna Mz	Universitas Tarumanagara
Dr. Eko Harry Susanto	Universitas Tarumanagara
Dr. Ir. Endah Setyaningsih	Universitas Tarumanagara
Dr. Fransisca Iriani R Dewi	Universitas Tarumanagara
Harto Tanujaya, Ph.D.	Universitas Tarumanagara
Dr. Hetty Karunia Tunjungsari	Universitas Tarumanagara
Jap Tji Beng, Ph.D.	Universitas Tarumanagara
Dr. Keni	Universitas Tarumanagara
Prof. Leksmono Suryo Putranto, Ph.D.	Universitas Tarumanagara
Dr. dr. Meilani Kumala	Universitas Tarumanagara
Prof. Mella	Universitas Tarumanagara
Dr. Rasji	Universitas Tarumanagara
Dr. Riris Loisa	Universitas Tarumanagara
Dr. Samsu Hendra Siwi	Universitas Tarumanagara
Prof. Dr. Samsunuwijati Mar'at	Universitas Tarumanagara
Sri Tiatri, Ph.D.	Universitas Tarumanagara
Dr. Eng Titin Fatimah, S.T., M.Eng.	Universitas Tarumanagara



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2020
Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam
Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa
Jakarta, 20 Oktober 2020

ORGANISASI KEPANITIAAN SENAPENMAS 2020

Pelindung

Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., I.P.M., ASEAN Eng.
(Rektor Universitas Tarumanagara)

Penanggung Jawab

Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
(Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)

Pengarah

Dr. Ir. Endah Setyaningsih, M.T. (Fakultas Teknik)
Dr. Fransisca Iriani R. Dewi, M.Si. (Fakultas Psikologi)
Sri Tiatri, Ph.D., Psi. (Fakultas Psikologi)
Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Ketua

Mei Ie, S.E., M.M. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Wakil Ketua

Nafiah Solikhah, S.T., M.T. (Fakultas Teknik)

Sekretaris

Nadia Ayu Rahma Lestari, S.T., M.Sc. (Fakultas Teknik)
Wulan Purnama Sari, S.IKom., M.Si. (Fakultas Ilmu Komunikasi)

Bendahara

Euis Kurniasih (LPPM)

Seksi Makalah

Dr. Ir. Samsu Hendra Siwi, M.Hum. (Fakultas Teknik)
Dr. Eng Titin Fatimah, S.T., M.Eng. (Fakultas Teknik)
Dr. Keni, S.E., M.M. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
Ade Adhari, S. H., M.H. (Fakultas Hukum)
dr. Susy Olivia Lontoh, M.Biomed (Fakultas Kedokteran)
Ir. Budhi Martana, M.M. (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta)
M. Ikhsan Amar, S.Gz., M.Kes. (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta)
Sri Hapsari Widjajanti., S.S., M.Hum. (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta)
Dr. dr. Linawati Hananta, Sp. FK. (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta)

Seksi Acara

Henny, S.E., M.Si., Ak., BKP., CA. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
Ida Puspitowati, S.E., M.E. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
Dra. Rodhiah, M.M. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2020
Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam
Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa
Jakarta, 20 Oktober 2020

Seksi Publikasi dan *Website*

Bagus Mulyawan, S.Kom., M.M. (Fakultas Teknologi Informatika)
A.R. Johnsen F. (Fakultas Teknologi Informatika)

Seksi Disain

Anny Valentina, S.Sn., M.Ds. (Fakultas Seni Rupa dan Desain)

Seksi Perlengkapan

Tinurbaya Panjaitan (LPPM)
Vienchenzia Oeyta, S.Psi. (LPPM)

Seksi Kerjasama dan *Sponsorship*

Herlina Budiono, S.E., M.M. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Seksi Sertifikat

Chrestella Patricia, S.Psi. (LPPM)
Jihan Novita Sari Putri (LPPM)

Seksi Dokumentasi

Agustinus Yulianto (PSB)



Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2020
Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam
Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa
Jakarta, 20 Oktober 2020

KATA PENGANTAR

Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (SENAPENMAS) 2020 diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara. Seminar ini mempertemukan berbagai peneliti dan pelaksana PKM dari berbagai universitas dan menjadi wadah bagi publikasi hasil penelitian dan PKM.

SENAPENMAS telah diselenggarakan sejak tahun 2017. Pada penyelenggaraan SENAPENMAS 2020, SENAPENMAS diselenggarakan secara kolaboratif dengan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta dan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.

Tema kegiatan SENAPENMAS 2020 adalah “Urgensi Pengembangan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Konteks Budaya Indonesia sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa”.

Prosiding SENAPENMAS 2020 memuat artikel yang dipresentasikan selama satu hari penyelenggaraan, yaitu 20 Oktober 2020, yang diharapkan dapat menjadi referensi yang baik bagi seluruh sivitas akademika.

Akhir kata, terima kasih atas kepercayaan peserta untuk mempublikasikan artikel ilmiahnya dalam SENAPENMAS 2020. Semoga SENAPENMAS 2020 memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 20 Oktober 2020
Ketua Panitia SENAPENMAS 2020,

Mei Ie, S.E., M.M.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
REVIEWER.....	iii
ORGANISASI KEPANITIAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii

PENELITIAN

1. Model Pemberdayaan Kewirausahaan Pekerja Migran Indonesia (PMI) Purna Melalui Usaha Pasca Panen Dan Pengolahan Puyuh.....	1
Kartib Bayu, Bery Komarudzaman, dan Agung Sayudi	
2. Keuntungan Dan Saluran Pemasaran Beras Di Sentra Utara Jawa Barat	14
Eti Suminartika, Erna Rachmawati dan M Arief Budiman	
3. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kehidupan Ekonomi Masyarakat Di Indonesia.....	25
Lamtiur H. Tampubolon & Iwan Donal Paska Manurung	
4. Faktor Penurunan Kunjungan Wajib Pajak Orang Pribadi Ke Kantor Pelayanan Pajak Di Wilayah Jakarta Barat.....	37
Hendro Lukman, MF Djeni Indrajati, Estralita Trisnawati, dan Purnama Helen	
5. Peningkatan Laba Perusahaan Berdasarkan Pengurangan Biaya Produksi (studi kasus pada oil seal manufaktur).....	51
Marsul Siregar, Edward Tobing, Tajuddin Nur	
6. Pengaruh Perilaku Bias Investor Pada Pengambilan Keputusan Investasi Di Bursa Efek Indonesia	65
Yusbardini, dan Kurniati W Andani	
7. Implikasi Aliran Positivisme Dalam Pengembangan Ilmu Hukum Oleh Pengemban Hukum Teoretis.....	75
Tundjung Herning Sitabuana, Ade Adhari	
8. Penelitian Terhadap Pelalawan Riau Terkait Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Dalam Kebakaran Lahan Atau Hutan.....	81
Hery Firmansyah dan Amad Sudiro	
9. Pertanggungjawaban <i>Fiduciary Duty</i> Direksi Perseroan Terbatas	92
Suwinto Johan	
10. Pengaruh Relasi Kuasa Desa Terhadap Peningkatan Pemahaman Kepemilikan Akta Dan Sertifikat Tanah Sebagai Usaha Pencegahan Permasalahan Tanah (Studi : Desa Cisarua, Desa Caringin Dan Desa Pamijahan).....	102
Putri Purbasari Raharningtyas Marditia	
11. Formulasi Tablet Efervesen Ekstrak Kayu Secang (<i>Caesalpinia Sappan L</i>) Dengan Variasi Konsentrasi Asam Dan Basa	114
Erni Rustiani, Sri Wardatun, Maayanthi Qu' Anil Hawa	
12. Promosi Keselamatan dan Kesehatan Kerja di Konveksi Tas X.....	124
Maharanti, Putri Suryani Rahayu, Faddiah Azrha Radinda Ditary, Mila Syehira Hutami, Fandita Tonyka Maharani, Yuri Nurdiantami	
13. Promosi Kesehatan Mengenai Hipertensi Di Puskesmas Kecamatan Cilandak	132
Farwah Hafidah, Diyah Sufi Nashtiti, Windi Nurdiana Utami, Yuri Nurdiantami	

14.	Pengembangan Produk Nata de Averhoa Carambola Sebagai Makanan Fungsional Penurun Hipertensi	139
	Ikha Deviyanti Puspita, Nanang Nasrulloh, dan Sintha Fransiske Simanungkalit	
15.	Hubungan Antara Asupan Energi, Protein Dan Kualitas Tidur Dengan Kebugaran Pada Remaja Laki Laki Usia 10-17 Di SSB Astam Kota Tangerang Selatan	147
	Heri Komarudin, Sintha Fransiske Simanungkalit	
16.	Hubungan Pola Makan, Asupan Nutrisi Dan Aktivitas Fisik Dengan Dengan Status Gizi Remaja Di Pesantren Al-Hidayat Depok Jawa Barat	159
	M. Ikhsan Amar, Ikha Deviyanti Puspita, Avliya Quratul Marjan	
17.	Peranan <i>Wisdom</i> Terhadap <i>Quality Of Life</i> Remaja Jabodetabek Dalam Masa Pandemi Covid-19	167
	Riana Sahrani, Pamela Hendra Heng, Christy	
18.	Analisis Alur Cerita (Storyline) Pameran Di Museum Studi Kasus Museum Seni Rupa Dan Keramik Jakarta	175
	Noeratri Andanwerti, Ferdinand, Angelia, Niken Widi Astuti	
19.	Pengembangan Media Interaktif <i>Game</i> “Batara (Petualangan Di Labirin Bangun Datar)” Pada Materi Bangun Datar Di Sekolah Dasar	187
	Clara Ika Sari Budhayanti, Clarissa Yolanita, Titin Kodriati, Nicodemus Valerian, Sukarti	
20.	Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi Untuk Pembuatan Pakan Tambahan Bagi Ternak	200
	Ni Gusti Ayu Putu Harry Saptarini, I Gusti Ngurah Jemmy Anton Prasetya, I Made Rajendra, Ni Wayan Sadiyani, Putu Indah Ciptayani	
21.	Karakterisasi “<i>Poly Aromatic Hydrocarbon</i>” (PAH) Partikulat Yang Dipancarkan Gas Buang Kendaraan Bermotor	208
	Lilik Zulaihah, Siti Rohana Nasution, dan Adela Hotnida Siregar	
22.	Pengaruh Penggunaan Biodiesel B30 Terhadap Pompa Bahan Bakar Mesin Diesel Jiang Fa R175a	216
	Andi Hakim. W, I Gede Eka Lesmana, dan Nafsan Upara	
23.	Analisis Pengaruh Pengurangan Cacat Terhadap Efisiensi Pemakaian Material Pada Industri Wire Harness (Studi Kasus Manufaktur PT. ABC)	226
	Mashuri, Hernadewita	
24.	Home – COVID 19	241
	Franky Liauw	
25.	Rumah Aman Bagi Korban Korban Kekerasan Seksual	250
	Alda Rahmawati Hidayat	
26.	Merancang Ulang Desain Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) Universitas Tarumanagara	259
	Jovian Alexander Nugroho, Carsent Muryadi	
27.	Perancangan Mesin Pencacah Batang Pisang Untuk Pembuatan Pakan Ternak	268
	Budhi Martana, Nur Cholis, dan Tarsianus Laput	
28.	Hunian Vertikal Monodulisme: Individualisme-Kolektivisme	274
	Hidayatul Reza	
29.	Peluang Dan Tantangan Pusat Perbelanjaan Di Jakarta Dalam Era Digital	286
	Nadia Ayu Rahma Lestari, Regina Suryadjaja	
30.	Sekolah Untuk Semua	296
	Nathania Shareen Rimbani	

31.	Pursuit of Happiness – Community and Space.....	309
	Illona Delarosa Widjaja	
32.	Model Smart School Untuk Pemantauan Banjir, Kebakaran, Lampu Dan Pergantian Sesi Belajar	322
	Yohanes Calvinus, Joni Fat, Endah Setyaningsih	
33.	Robot Biped Sebagai Modul Pembelajaran Kegiatan Ekstrakurikuler.....	330
	Yohanes Calvinus, Joni Fat, Denny Kristian	

ABDIMAS

34.	Pelatihan Dan Pendampingan Implementasi Accounting Software Accurate Untuk Karyawan STI.....	338
	Michelle Kristian, Elsa Imelda	
35.	Pembekalan Kepada Mitra: Penentuan Harga Pokok Penjualan	342
	Sofia Prima Dewi, Sufiyati, dan Liana Susanto	
36.	Penerapan Sistem <i>Internal Control</i> Dan Fungsi Internal Audit Di PT Felixindo Rubber Berkarya.....	350
	Merry Susanti, Sofia Prima Dewi, Dan Susanto Salim	
37.	Pembekalan Kepada Mitra: Penyusunan Laporan Keuangan	359
	Liana Susanto, Sufiyati, Merry Susanti, Yusi Yusianto	
38.	Pembuatan Standar Operasional Prosedur Siklus Persediaan Dan Pembelian Pada CV Jaya Surya Integrasi.....	367
	Viriany & Henny Wirianata	
39.	Upaya Pengembangan Kurikulum Kewirausahaan Dari Universitas Tarumanagara Kepada Peserta Didik SMK Triguna (Bidang Keahlian “Bisnis Manajemen” Di Jakarta Selatan.....	379
	Lina Gozali, Frans Jusuf Daywin, Carla Olivia Doaly, Lithrone Laricha Salomon, Meiluseano Bramnas Hede, Fithri Mawartini	
40.	The Determination Of <i>Key Performance Indicator(S)</i> In Measuring The Performance Of “Batik 20 Ikan Mas” Msme	387
	Halim Putera Siswanto, Agustin Ekadjaja, Margarita Ekadjaja	
41.	Penelusuran Minat Dan Bakat Serta Sosialisasi Dampak Industri 4.0 Terhadap Pekerjaan Masa Depan	397
	Suhartono Chandra, Ignatius Roni Setyawan, P. Tommy Y. S. Suyasa	
42.	Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dan Penyusunan Anggaran Laporan Keuangan Terkait Penerimaan Negara Di Persekutuan CTE.....	410
	Yustina Peniyanti Jap, Margarita Ekadjaja, Fanny, Edalmen	
43.	Pelatihan Akuntansi Dan Kewirausahaan Bagi Siswa Siswi Panti Asuhan Asih Lestari.....	418
	Yuniarwati, Arifin Djakasaputra, dan Elizabeth Sugiarto D	
44.	Pelaporan SPT Tahunan PPH Wajib Pajak Orang Pribadi Secara <i>E-Filing</i>	425
	Henny dan Herni Kurniawati	
45.	Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pembelian Dan Hutang Usaha Untuk Memaksimalkan Cash Management.....	436
	Linda Santioso, Susanto Salim, Andreas Bambang Daryatno dan Nurainun Bangun	
46.	Penyusunan Alat Ukur <i>Service Excellence</i> Untuk Xavier Remiel International Preschool.....	444
	Cokki, Lydiawati Soelaiman, Ida Puspitowati, dan Joyce Turangan	

47.	Pengenalan Akuntansi Dasar Dan Problem Etiknya Bagi Siswa-Siswi Sma Bhinneka Tunggal Ika Jakarta	454
	Tony Sudirgo, Urbanus Ura Weruin, Yuniarwati	
48.	Penyuluhan Pengelolaan Keuangan pada Anggota Koperasi dan UMKM Dinas Koperasi & Usaha Mikro Kabupaten Tangerang	462
	Dihin Septyanto, dan Ai Hendrani	
49.	Pelatihan Tentang Cara Menghitung PPH Orang Pribadi Kepada Siswa-Siswi SMA Harapan Jaya	471
	Rini Tri Hastuti, Yanti	
50.	Pendampingan Pengembangan Usaha Bagi Wirausaha Di Lebak Banten.....	476
	Thea Herawati Rahardjo, Nur Hidayah	
51.	Literasi Perbankan Dalam Rangka Meningkatkan Pengetahuan Dan Sosialisasi Alternatif Sistem Keuangan Kerakyatan.....	483
	Nurmatias, Sri Murtatik	
52.	Pembekalan Wirausaha Mandiri Bagi Pelaku Umkm Dibawah Binaan Koperasi Bina Cipta Usaha Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat	489
	I Gede Adiputra, Herman Ruslim	
53.	Pelatihan Pembuatan Business Plan Dan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa Bojong Cae Cibadak Lebak Banten	499
	Agus Kusmana, Henki Bayu Seta	
54.	Edukasi Pemahaman Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Pada PKL Binaan Kecamatan Menteng Dan Kelapa Gading	510
	Ari Setiyaningrum dan Lina Salim	
55.	Aplikasi Excel Untuk Akuntansi Sederhana Usaha Kerajinan Aksesoris Yunikua By Miko.....	518
	Rousilita Suhendah, Iwan Prasodjo	
56.	Peningkatan Kualitas Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Serang	524
	Husnah Nur Laela Ermaya, Rahmasari Fahria	
57.	Pengelolaan Akuntansi Dan Pemasaran Bagi Pengurus Dan Siswa/I Yayasan Hakikat Dzikir As-Salam	532
	Henryanto Wijaya, Cokki, Hadi Cahyadi, Andy	
58.	Kesadaran Pajak Para Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Barat	536
	MF Djeni Indrajati W, P.Helen Widjaja, Hendro Lukman, Estralita Trisnawati	
59.	Penyusunan Anggaran Kas & Bank Dan Pemeriksaan Kas & Bank Pada PT Trans Alam Semesta	542
	Augustpaosa Nariman, Hendang Tanusdjaja	
60.	Pemberdayaan Keterampilan Dalam Menghasilkan Produk Seni Yang Bernilai Jual Bagi Pemulung Di Kelurahan Pejuang – Bekasi	549
	Yusbardini, Kurniati W Andani, dan Lita Farahdiba	
61.	Pemanfaatan Tomato Firmware Untuk Pengelolaan Konfigurasi Jaringan Internet Madrasah Ibtidaiyah Alkhairiyah Mampang Prapatan Jakarta	558
	Zyad Rusdi, Chairisni Lubis, dan Novario Jaya Pradana	
62.	Pelatihan Pembuatan Web Dalam Rangka Sosialisasi Kegiatan Sekolah Di Era Digital 4.0	567
	Mochammad Djaohar, Ze. Ferdi Fauzan, Massus Subekti, Imam Arif Rahardjo, Chairunisa	
63.	Pelatihan Pengelolaan Website Kelurahan Kota Bambu	576
	Tri Sutrisno, Dedi Trisnawarman, dan Viny Christanti Mawardi	

64.	Penerapan Aplikasi Similarity Checker Dalam Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kemampuan Pembelajaran	582
	Viny Christanti M., Darius Andana	
65.	Pengenalan Teknologi Informasi Untuk Pengembangan Kurikulum TIK MTs Nurul Huda Sampora	594
	Denny Jean Cross Sihombing, Julius Victor Manuel Bata, Christine Natalia, Christian Zakharia, Jawangi Unedo	
66.	Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Sosial Media Di Dusun Bukit Lintang Desa Laboi Jaya, Bangkinang-Riau	599
	Guntoro, Loneli Costaner, dan Bayu Febriadi	
67.	Pendampingan Masyarakat Mengenai Pengaturan Ujaran Kebencian Menurut UU ITE	605
	Sylvana M.D. Hutabarat, Dwi Desi Yayi Tarina	
68.	Sosialisasi Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 Terhadap Para Pecandu Narkotika Tentang Penyalahgunaan Narkotika Di Kabupaten Serang	617
	Sulastri, Yuliana Yuli Wahyuningsih, Dwi Aryanti	
69.	Peningkatan Pemahaman Publik Terhadap Kebijakan Pelepasan Narapidana Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kelompok Lingkar Studi HTN Dan HAM	625
	Ade Adhari, Anis Widyawati, Fajar Dyan Aryani, dan Musmuliadin	
70.	Asuransi Kendaraan Bermotor Dan Permasalahannya	631
	Ida Kurnia, Tundjung Herning Sitabuana, dan Imelda Martinelli	
71.	Kekerasan Terhadap Perempuan Dan Permasalahannya	638
	Tundjung Herning Sitabuana, Ida Kurnia, Ahmad Redi, Imelda Martinelli	
72.	Edukasi Terkait Pembatasan Sosial Skala Besar Di Kota Depok (Hal-Hal Yang Dibatasi Dan Pengecualiannya)	646
	Wardani Rizkianti, Siti Nurul Intan Sari D	
73.	Peran Lembaga Bantuan Hukum Dalam Pelayanan Bantuan Hukum Bagi Masyarakat Kota Depok	652
	Heru Sugiyono, Khoirur Rizal Lutfi dan Suprima	
74.	Perjanjian Kawin Ditinjau Dari Aspek Psikologi Dan Hukum (Dasar Hukum Pembuatan Akta)	659
	Siti Nurul Intan Sari. D, Wardani Rizkianti	
75.	Urgensi Pengembangan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Konteks Budaya Indonesia Sebagai Wujud Ketangguhan Bangsa	668
	Sabungan Sibarani	
76.	Hidup Berdamai Dengan Hipertensi Di Depok	677
	Sintha Fransiske Simanungkalit, Duma Lumban Tobing, Sang Ayu Made Adyani	
77.	Program Intervensi Dalam Upaya Pencegahan Diare Pada Balita Di Wilayah Kerja Puskesmas Gembong	682
	Hendsun, Amelia Sunjaya, Yohanes Firmansyah, Ernawati Su	
78.	Peningkatan Kesehatan Melalui Skrining Pemeriksaan Pendengaran Pada Mahasiswa/i Kedokteran Universitas Tarumanagara	691
	Mira Amaliah, Novendy, Susy Olivia Lontoh	
79.	Upaya Pencegahan Penularan Penyakit Infeksi Pernapasan Dan Penerapan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Di Lingkungan Universitas Tarumanagara	697
	Ernawati, Shirly Gunawan, Noer Saelan Tadjudin, Susy Olivia Lontoh	
80.	Pengenalan Etika Batuk Dalam Upaya Penanggulangan Penyakit Menular Pada TK Atisa Dipamkara Tangerang	704
	Enny Irawaty, Yoanita Widjaja, Novendy, Susy Olivia Lontoh	

81.	Pelatihan Dan Penyuluhan Personal Hygiene Untuk Mencegah Kecacingan Pada Siswa/Siswi Taman Kanak Atisa Dipamkara Karawaci Guna Meningkatkan Konsentrasi Belajar.....	711
	Ria Buana, Enny Irawaty, Susy Olivia Lontoh, Novendy	
82.	Penanggulangan Penyakit Diabetes Melitus Melalui Penyuluhan Pembuatan Rebusan Kayu Manis Serta Pemeriksaan Kadar Gula Puasa	718
	Novendy, Frisca , Susy Olivia. Lontoh	
83.	Upaya Menciptakan Lingkungan Bersih Dan Sehat Di Kelurahan Tomang Jakarta Barat	725
	Tjie Haming Setiadi, Ernawati, David Limanan	
84.	Kiat Menjaga Kulit, Rambut, Kuku Bersih Dan Sehat Bagi Anak Jalanan Komunitas Sahabat Anak Grogol	730
	Chrismerry Song, Norbert Tanto Harjadi	
85.	Upaya Pencegahan Covid-19: Penyuluhan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Kepada Masyarakat Desa Ponggang Kabupaten Subang	739
	Daniel Ardian Soeselo, Rinda Christina Kartikasari, Astrid Dwijayanti, Sandy Theresia	
86.	Upaya Peningkatan Pengetahuan Pencegahan Penularan Penyakit Infeksi Pernapasan Di Lingkungan Universitas Tarumanagara.....	746
	Yoanita Widjaja, Meilani Kumala, Rebekah Malik, Alexander Santoso	
87.	Pemetaan Obesitas Pada Kelompok Usia Produktif Warga Di Sekitar Jakarta Barat Melalui Pemeriksaan Antropometri, Komposisi Tubuh, Dan Analisis Asupan Makan	752
	Idawati Karjadidjaja, Meilani Kumala, Olivia Charissa	
88.	“Matogasi” Manajemen Tanaman Obat Keluarga Hipertensi Sebagai Pengontrol Kesehatan Masyarakat Di Desa Baros, Serang, Banten	757
	Fiora Ladesvita, Diah Tika Anggraeni, dan Lima Florensia	
89.	Pendampingan Lansia Dalam Meningkatkan Kebugaran Guna Mencegah Resiko Penyakit Tidak Menular	768
	Sri Yani, Agustiyawan, Farahdina Bachtiar, Condrowati	
90.	Pendidikan Seks Dalam Meningkatkan Kesehatan Reproduksi Remaja Kaum Marjinal Di Jakarta.....	775
	Twidy Tarcisia, Ricky Susanto, Fadil Hidayat, Astheria Eryani	
91.	Edukasi Menjaga Kesehatan Jantung Dan Pembuluh Darah Sejak Dini Untuk Mengurangi Kejadian Penyakit Jantung Pada Masyarakat Khususnya Warga Gereja Sidang Jemaat Allah Betlehem, Bogor Dan Sekitarnya.....	784
	Sari Mariyati Dewi, Alexander Halim Santoso, Erick Sidarta	
92.	Penelitian Serta Penyuluhan Budaya Sanitasi Yang Baik Sebagai Pencegahan <i>Waterborne Disease</i> Dalam Upaya Pengabdian Masyarakat	791
	Nur Arsyi	
93.	Edukasi Bahaya Dan Pencegahan Penyakit Anemia Menggunakan Media Buku Cerita Bergambar Di SMAN Negeri 14 Jakarta	800
	Ibnu Malkan Bakhrul Ilmi, Muhammad Nur Hasan Syah, Iin Fatmawati, Utami Wahyuningsih, Herdara Hannanti	
94.	Pemberdayaan Pengetahuan Kreatifitas Kader Posyandu Dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Manggis Sebagai Camilan Pikulis Desa Sangiangtanjung, Lebak, Banten	807
	Widayani Wahyuningtyas, Sintha Fransiske,S.	

95.	Bentuk Implementasi Nilai Bela Negara Dan Sosialisasi Mitigasi Bencana Banjir	813
	Suyatno, Ria Maria Theresa, Muhammad Ikhsan Amar, Iin Fatmawati	
96.	Edukasi Seribu Hari Pertama Kehidupan Melalui Daring Pada Remaja Putri	819
	Agustina Saifuddin, Fathinah Rangauni Hardy	
97.	Psikoedukasi Dalam Upaya Mereduksi <i>Career Indecision</i> Pada Siswa SMP Negeri.....	828
	Rahmah Hastuti & Yohanes Budiarto	
98.	Identifikasi Awal Kecenderungan Bipolar Disorder Sebagai Antisipasi <i>Suicidal Ideation</i> Pada Komunitas Bipolar Care Indonesia	836
	Felinda Stefika, Ediasri Toto Atmodiwirjo, dan P. Tommy Y. S. Suyasa	
99.	Peningkatan Ketangguhan Pada Remaja Yang Terpapar Perundungan Dan Pelecehan Seksual.....	848
	Naomi Soetikno, Stella Tirta, Rini Purnamasari Yanwar, Indira Mustika Tandiono, Kezia Mallista	
100.	Psikoedukasi Peningkatan Sikap Toleransi Bagi Kaum Remaja Di SMP Tunas Harapan Nusantara Bekasi Jawa Barat.....	859
	Raja Oloan Tumanggor	
101.	Tahap Evaluasi Panggung Gembira: Pemuda/I Dan Masa Depan Dusun	867
	Anita Novianty, Olivia Hadiwirawan, dan Johana E. Prawitasari	
102.	Analisis Kebutuhan Psikoedukasi Bagi Orang Tua Anak Berkebutuhan Khusus Di Klinik Tumbuh Kembang Yamet	878
	Joshua Wianto, Nama Prana Giri, Tri Gunadi, dan Wenry Savitry S. Pandia	
103.	Psikoedukasi Untuk Menjaga Kesehatan Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Panti Asuhan X	889
	Atikah Fairuz Renggani, Hana Talita Margijanto, Serly Oktavia, dan Wenry Savitry S. Pandia	
104.	Peningkatan Pengetahuan Makna Kerja Tenaga Kesehatan Di Unit Kesehatan Cisaug pada Masa Adaptasi Normal Baru	902
	Purnomolugi Ursila Nilamsari, Richard Willem Caesario Sopacua	
105.	Penerapan Teknik Stabilisasi Emosi Dalam Layanan Telekonseling Oleh Satgas Covid-19 Di Fakultas Psikologi Unika Atma Jaya Untuk Penanganan Psikologis Sebagai Respon Terhadap Pandemi Covid-19.....	911
	Penny Handayani, Zahrasari L. Dewi, Sinta Kusumawardhani, Theresia Indira Shanti dan T. Iswardhani	
106.	Perancangan Line Stiker Tokoh Wayang Potehi.....	921
	Anny Valentina, Ruby Chrissandy	
107.	Pencegahan Radikalisme Dan Terosisme Bagi Remaja Kelurahan Pangkalan Jati Baru Kota Depok.....	927
	Kayus Kayowuan Lewoleba, Mulyadi, Satino	
108.	Penguatan Kapasitas Forum Anak Surakarta Sebagai Pendidik Sebaya Untuk Mencegah Pernikahan Usia Anak.....	934
	Sri Yuliani, Rahesli Humsona, dan Sigit Pranawa	
109.	Revitalisasi Peran Kepemudaan Melalui Karang Taruna Dalam Pengelolaan Sampah Plastik Di Desa Baros, Kabupaten Serang	943
	Intan Putri Cahyani, Shanti Darmastuti, Afrimadona dan Syarif Ali	
110.	Konsep <i>Uncanny</i> Dan Penerapannya Pada Kajian Karya Animasi Di Indonesia.....	955
	Ferrie Limano, Yasraf Amir Piliang, Dan Irma Damajanti	

111.	Pemanfaatan Umbi Lokal Dalam Rangka Memicu Produktivitas Usaha Kuliner Rumah Tangga	963
	Ari Fadiati, Annis Kandriasari, dan Wisnu Riyanto	
112.	Pelatihan Video 360 Derajat Untuk Video Profil Pt. Kusuma Megahperdana	969
	Ruby Chrissandy dan Ferdy Tanumihardjo	
113.	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Mandi Dengan Campuran Minyak Atsiri Dalam Memanfaatkan Potensi Lingkungan	978
	Dwi Atmanto, Siti Nursetiawati	
114.	Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Warung Kopi Tubruk Di Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu	990
	Suharsono, Heru Prasaja	
115.	Pembelajaran Batik Motif Abstrak Kontemporer Kepada Koperasi Rumah Batik Setu Di Muncul Tangerang Selatan.....	1001
	Toto Mujio Mukmin, Rodhiah	
116.	Perancangan Standarisasi Kiosk Mobile Pedagang Kaki Lima – Taman Impian Ancol	1009
	Adi Ismanto, Fivanda	
117.	Pemanfaatan Material Ramah Lingkungan Pada Perancangan ‘Straw Chair’	1019
	Fivanda, Adi Ismanto	
118.	Pelatihan Warna Dan Desain Untuk Guru KB – TK Tarakanita, Jakarta.....	1028
	Anastasia Cinthya Gani, Maitri Widya Mutiara	
119.	Pelatihan Mengembangkan Bahan Ajar Biologi Berbasis Literasi Sains Dengan Konteks Kemaritiman.....	1037
	Trisna Amelia, Inelda Yulita	
120.	Sosialisasi Dan Edukasi Prepared Environment, Area Pembelajaran Montessori, Dan Aktifitasnya Kepada Orang Tua Siswa PAUD.....	1047
	Siti Tuti Alawiyah, Intan Firdaus	
121.	Pelatihan Teknik Penyusunan Evaluasi Pembelajaran Bagi Guru Usia Dini.....	1055
	Joyce A. Turangan, Agustin Ekadjaja, Ida Puspitowati, Lydiawati Soelaiman	
122.	Sosialisasi Mengingat Cepat Dengan Teknik Mnemonik Dalam Mengembangkan Karakter Dan Kreativiti Siswa Di PKBM Harapan Bangsa.....	1064
	Tety Kurmalasari, Siti Habibah, Mariyanti Elvi, Zaitun	
123.	Pembuatan Mural Sebagai Sosialisasi Penggunaan Transportasi Publik Dan Kendaraan Tidak Bermotor Di Sekitar Stasiun MRT Haji Nawi–Jakarta Selatan.....	1069
	Agus Danarto , Anastasia Cinthya ,Adi Nugroho , Carolus Astabrata	
124.	Pelatihan Perancangan Dan Pembuatan Rak Multi Fungsi Berbahan Kayu Lapis Dan Besi Hollow Untuk Fasilitas Ruang Kelas Pasraman Kertajaya Tangerang	1078
	I Wayan Sukania Lamto Widodo Lithrone Laricha S	
125.	Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Wanita Pagoda Dalam Pemanfaatan Kulit Singkong Sebagai Pakan Ternak Kampung Cigundi Mekaragung	1091
	Lilik Zulaihah , Siti Rohana Nasution	

126.	Pembuatan Alat Peraga Edukatif Untuk Anak <i>Cerebral Palsy</i> Di Yayasan Sayap Ibu Cabang Banten.....	1099
	Agnatasya Listianti Mustaram, Theresia Budi Jayanti, Irene Syona Darmady dan Margaretha Sandi	
127.	Revitalisasi Curug Ponggang: Perbaikan Jalan Setapak Dan Pagar Pengaman Dari Bambu Menuju Curug Ponggang	1111
	Enny Widawati, Christoforus Gammo Nugroho	
128.	Pelatihan Pemanfaatan <i>Solar Cell</i> Sebagai Sumber Pembangkit Alternatif Bagi Masyarakat Dalam Rangka Pencapaian Kebijakan Energi Nasional 2025	1116
	Imam Arif Rahardjo, Faried Wadjdi, Massus Subekti, dan Muhammad Dahnil Riski	
129.	Pelatihan Perbaikan Peralatan Rumah Tangga Listrik Dalam Rangka Peningkatan Skill Bagi Pemuda Karang Taruna	1123
	Massus Subekti, Muksin, Addakhil Choirul Huda, Imam Arif Rahardjo	
130.	Pelatihan Pengembangan Prezi Dalam Rangka Visualisasi Materi Pembelajaran Bagi Guru	1132
	Nur Hanifah Yuninda, Aris Sunawar, Muhammad Fauzan Ihsani, Massus Subekti	
131.	Pelatihan Penghematan Penggunaan Listrik Rumah Tangga Bagi Masyarakat.....	1141
	Parjiman, Irzan Zakir, Viola Moenika Razzaq, Imam Arif Rahardjo, Massus Subekti	
132.	Pelatihan Pengembangan Instrumen Pengukuran Dalam Upaya Hasil Belajar Bagi Guru SMKN 1 Cipanas	1148
	Soeprijanto, Suyitno, Efrain Manik, Massus Subekti, Imam Arif Rahardjo	
133.	Pelatihan Teknologi <i>Silicone Mold</i> Berbasis Produk Budaya Bagi Masyarakat RPTRA Menara Meruya Selatan Jakarta Barat.....	1155
	Sobron Lubis, Heru B. K, Aghastya.W, Kevin Raynaldo, Fritz.G	
134.	Perancangan <i>Smart Home Security</i> Untuk Aplikasi Kegiatan Pelatihan Elektronika.....	1166
	Suraidi, Meirista Wulandari	
135.	Penggunaan Panel Surya Untuk Kebutuhan Listrik Kapal Ikan Bagi Masyarakat Nelayan Desa Puloampel Kabupaten Serang.....	1172
	Bambang Sudjasta, Purwojoko Suranto, Donny Montreano	
136.	Sosialisasi Sop Guna Peningkatan Kualitas Pada Pembuatan Produk Berbahan Dasar Plastik Dengan Proses <i>Injection Molding</i>	1181
	Lithrone Laricha Salomon, Wilson Kosasih, Ahmad, I Wayan Sukania	
137.	Psikoedukasi Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Peyintas Dan <i>Caregiver</i> Gangguan Bipolar	1189
	Elaine Novieany, Monty P. Satiadarma, dan Rita M. Idulfilastri	
138.	Batas Maritim Zona Ekonomi Eksklusif Antara Indonesia Dan Malaysia.....	1196
	Ida Kurnia dan Imelda Martinelli	

ID P-TEKNIK-09

PELUANG DAN TANTANGAN PUSAT PERBELANJAAN DI JAKARTA DALAM ERA DIGITAL

Nadia Ayu Rahma Lestari¹, Regina Suryadjaja²

¹Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Tarumanagara Jakarta

Surel: nadiarahma@ft.untar.ac.id

²Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Tarumanagara Jakarta

Surel: reginas@ft.untar.ac.id

ABSTRAK

Pusat perbelanjaan kini telah menjadi ruang publik yang banyak dicari oleh masyarakat modern. Sejak awal berkembang pada tahun 1960 hingga kini, pusat perbelanjaan telah melalui proses jatuh bangun yang dipengaruhi oleh kondisi perekonomian Indonesia. Perkembangan terbaru yang dianggap mempengaruhi perkembangan pusat perbelanjaan di Indonesia adalah masuknya teknologi ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang sangat mempengaruhi pola hidup dan pola belanja masyarakat. Era digital yang terjadi sebagai dampak dari kemajuan teknologi mendorong munculnya perdagangan digital atau biasa disebut *electronic commerce (e-commerce)*. Dengan adanya *e-commerce*, aktifitas jual beli semakin mudah dengan bermodalkan internet. Hal ini kemudian menggugah pertanyaan seperti apa tantangan yang akan dihadapi pusat perbelanjaan di era digital saat ini. Untuk dapat mengetahui tahap selanjutnya dalam perkembangan pusat perbelanjaan tradisional khususnya di Jakarta dibutuhkan identifikasi dalam peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pusat perbelanjaan itu sendiri. Dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif serta studi literatur terkait perkembangan pusat perbelanjaan di Jakarta kemudian dapat diketahui faktor-faktor dan pengaruh era digital baik secara langsung dan tidak langsung terhadap perkembangan pusat perbelanjaan di Jakarta. Hasil studi ini menunjukkan bahwa persaingan dengan perdagangan digital tidak bisa dihindari oleh pusat perbelanjaan tradisional. Pusat perbelanjaan perlu secara rutin mengevaluasi akan perkembangan *e-commerce* serta memperhatikan perubahan perilaku konsumen dan pengunjung. Terbukti terdapat beberapa tantangan yang dihadapi pusat perbelanjaan namun hal ini dapat dirubah menjadi peluang untuk kelangsungan usaha pusat perbelanjaan terkait.

Kata Kunci: era digital, peluang dan tantangan, perdagangan digital, pusat perbelanjaan

ABSTRACT

Shopping centers have now become public spaces that are sought by modern society. Since the beginning of its development in 1960 until now, shopping centers have been through ups and downs that were influenced by the Indonesian economy. The introduction of technology into everyday life affects the lifestyle and spending patterns of the people, and is also considered to have influenced the development of shopping centers in Indonesia. The digital era that occurs as a result of technological advances has encouraged the emergence of digital trade or so-called electronic commerce (e-commerce). With the existence of e-commerce, buying and selling activities are made easier as long as people have the internet. The above said then raises the question of what challenges will be faced by shopping centers in the digital era today. It is necessary to identify the opportunities and challenges faced by the shopping center in order to find out the next stage in the development of shopping centers in Jakarta. By using qualitative and quantitative methods and literature studies related, it can be seen the influences of digital era, directly and indirectly, on the development of shopping centers. The results of this study indicate that the competition with e-commerce cannot be avoided. Shopping centers need to regularly evaluate the development of e-commerce and pay attention to changes in consumer behavior. It is found that there are several challenges faced by shopping centers, but these can be turned into opportunities for the continuity of the shopping center business.

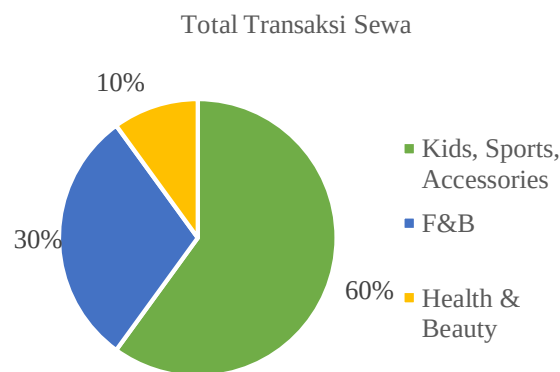
Keywords: challenge and opportunity, digital era, e-commerce. shopping mall

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2017, industri ritel Jakarta mengalami penurunan ditandai dengan menurunnya pertumbuhan ritel dari 10,25% pada akhir 2016 menjadi 3,8%. Secara umum masih terlihat adanya kenaikan tetapi pergerakannya lebih lambat dari pertumbuhan tahun 2016. Sebuah index retail yang dikeluarkan oleh AT Kearney, Global Retail Development Index, meranking

30 negara berkembang teratas untuk investasi ritel, mengidentifikasi pasar yang tidak hanya menarik saat ini, tetapi juga menawarkan potensi masa depan. Pada tahun 2017, Jakarta berada di peringkat 8, turun 3 posisi dari tahun sebelumnya. Namun demikian, studi ini menyebutkan Indonesia berada dalam siklus “*peaking*” atau puncak terkait dengan jendela peluang dalam investasi pasar ritel di negara berkembang serta memiliki daya tarik investasi yang cukup baik.

Para pelaku ritel umumnya menderita dari penurunan penjualan, dan dalam banyak kasus menyebabkan penutupan outlet mereka. Ada beberapa pusat perbelanjaan yang dilaporkan memiliki lebih banyak space setelah beberapa pengecer menutup gerai mereka. Namun terlepas dari penutupan outlet, pengecer baru juga mulai datang dan beroperasi, terutama di pusat perbelanjaan besar. Berdasarkan laporan Colliers, *fashion* dan F&B adalah penyewa yang berkembang khas sepanjang kuartal ketiga 2017. Dari total transaksi sewa yang dicatat, sekitar 60% penyewa berasal dari pakaian anak-anak, pakaian olahraga, tas dan sepatu, 30% penyewa F&B dan sisanya adalah pengecer kesehatan dan kecantikan. Berikut data tersebut diolah dalam bentuk grafik seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Total Transaksi Sewa di Pusat Perbelanjaan berdasarkan Jenis Penyewa
Sumber: Colliers International Indonesia 2018, diolah penulis

Tutupnya beberapa ritel besar di pusat perbelanjaan selama pertengahan 2016 hingga akhir tahun 2017 lalu menjadi masalah yang diperkirakan karena beberapa hal, salah satunya menurunnya daya beli masyarakat. Studi yang dilakukan oleh The Nielsen pada tahun 2017 menyebutkan bahwa konsumen kelas menengah ke bawah yang kehilangan daya beli mereka karena gaji rumah yang menurun, kenaikan gaji yang stagnan atau diabaikan, dan kenaikan biaya hidup. Selain itu pesatnya perkembangan *e-commerce* saat ini juga menjadi salah satu hal yang diperkirakan menjadi penyebab dari tutupnya beberapa gerai ritel di pusat perbelanjaan. Perkembangan *online shopping* yang berkembang di Indonesia seiring dengan berkembangnya jumlah pengguna internet dan kebiasaan masyarakat berbelanja. Hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya *marketplace* yang ada. Persaingan antar marketplace tersebut dapat menunjukkan geliat pasar yang sangat dominan, sehingga diperkirakan berimbas pada performa pusat perbelanjaan.

Teknologi baru telah mengakhiri asimetri informasi antara pengecer dan konsumen, termasuk - yang paling mengganggu – di dalam toko. Pelanggan telah diberdayakan dengan biaya banyak pengecer. Pada tahun 2018 terdapat percepatan lebih lanjut dalam penutupan toko karena para pengecer akhirnya dapat menyesuaikan diri dengan mengubah portofolio real estat mereka, agar sesuai untuk pasar di mana *online* terus mengungguli sisa pasar. Toko masih memiliki peran kunci untuk dimainkan, tetapi jumlah mereka akan lebih sedikit. Berbelanja

tidak lagi dibatasi oleh jam buka toko atau bahkan akses ke komputer, berkat perangkat seluler. Harapan konsumen akan kemudahan dan kenyamanan meningkat dan pengecer harus memuaskan mereka. Pengecer menyadari bahwa dampak terbesar yang dapat dimiliki digital terhadap bisnis mereka adalah di dalam toko. Beberapa toko paling inovatif dan menarik menjadikan digital bagian inti dari pengalaman toko. Pengecer *online* beralih ke toko untuk membantu mereka mengembangkan bisnis mereka dan membantu melayani pelanggan mereka. Tapi ini adalah toko yang sangat berbeda, yang terlihat meniru pengalaman *online* di dunia *offline*.

Sebagian besar pengelola pusat belanja dan para pengelola retail mengatakan bahwa *online shopping* tidak mempengaruhi performa bisnis mereka karena nilai transaksi dari *e-commerce* masih belum signifikan. Beberapa retail besar juga saat ini mulai merambah ke bisnis *online*. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan dari pusat perbelanjaan yang menghadapi persaingan dalam era digital serta bagaimana mensinergikan performa antar retail tersebut sehingga tidak saling mengambil target pasar satu dengan lainnya. Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk memahami perkembangan pusat perbelanjaan saat ini dan peluang yang dapat diambil pelaku pengelola pusat perbelanjaan di masa depan serta bermanfaat bagi akademisi di bidang perencanaan kota dan real estat sebagai bahan penelitian selanjutnya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif dan kuantitatif dengan tahapan dimulai dari pengumpulan data, studi literatur terkait serta identifikasi dan analisis peluang dan tantangan dengan menggunakan data dan literatur yang telah berhasil dikumpulkan.

Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder yang mencakup data profil pusat perbelanjaan Jakarta, dokumen *property market retail overview* serta data terkait perkembangan *e-commerce*. Studi literatur mencakup literatur terkait pengembangan pusat perbelanjaan, era digital serta *online shopping* dan retail modern. Kedua sumber ini akan digunakan dalam proses analisa kualitatif untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pusat perbelanjaan di Jakarta serta menganalisa peluang yang bisa diambil oleh pengelola pusat perbelanjaan.

Metode analisis dalam studi ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang dilakukan untuk memperoleh transformasi atau pola perubahan dari pusat perbelanjaan yang dipadukan dengan hasil dari *in-depth interview* yang dilakukan terhadap beberapa pelaku pusat perbelanjaan. Hasil *in-depth interview* dengan pelaku pusat perbelanjaan serta pelaku *e-commerce* juga dibuat perbandingan dan kesesuaian dengan hasil dari studi literatur dan kondisi di lapangan berdasarkan hasil data sekunder yang berhasil dihimpun penulis.

Proses analisa yang dilakukan terdiri atas beberapa tahap sebagai berikut:

1. Identifikasi perkembangan dan evolusi karakter pusat perbelanjaan di Jakarta
2. Identifikasi perkembangan era digital di Indonesia serta tumbuhnya perdagangan digital
3. Hasil analisis 1 dan 2 akan memberikan gambaran dampak era digital terhadap perkembangan pusat perbelanjaan di Jakarta.
4. Dampak era digital terhadap pusat perbelanjaan dianalisa bersamaan dengan hasil *in-depth interview* dan studi literatur yang kemudian akan menghasilkan identifikasi peluang dan tantangan dari pusat perbelanjaan di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Era Digital dalam Perdagangan

Era Digital yang juga dikenal sebagai Era Informasi merupakan periode dalam abad ke-21 yang mempunyai karakter pergeseran cepat dari industri tradisional yang dibawa sejak Revolusi Industri ke arah perekonomian yang berbasis informasi teknologi. Periode ini ditandai pula dengan hadirnya komputer pada awal 1970-an sebagai salah satu media komunikasi dan tukar menukar informasi. Orang mulai "terbuka" dengan istilah era digital sejak penggunaan internet meluas di seluruh dunia dan akses mudah menuju internet (Tella, 2019).

Era digital membawa banyak dampak dalam berbagai hal karena kemudahannya dalam membagikan informasi dalam skala kecil maupun besar, salah satu dampak yang ditimbulkan adalah munculnya perdagangan digital. Cory (2019) menjelaskan, perdagangan digital adalah transfer lintas batas data, produk, atau layanan dengan cara elektronik, biasanya Internet. Perdagangan digital diyakini merubah skema perdagangan global serta dalam banyak hal mengurangi relevansi hambatan tradisional perdagangan, seperti tarif dagang.

Perdagangan digital ini lebih dikenal dengan istilah *Electronic Commerce* atau disingkat sebagai *e-commerce*, yang berarti aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan lewat internet. *E-commerce* merupakan pendekatan baru bisnis secara elektronik yang menggunakan jaringan internet (Turban et al., 2006). Ketika internet mulai populer di tahun 90-an, dikembangkan protokol keamanan internet seperti HTTP dan DSL yang memungkinkan adanya akses yang cepat dan persisten terhadap internet. Hal ini menghasilkan banyak perusahaan bisnis di Amerika dan Eropa Barat yang merepresentasikan jasa mereka di internet pada tahun 2000-an. Hal ini pula yang merubah pandangan orang terhadap *e-commerce* menjadi berubah, dan mengartikan *e-commerce* sebagai proses pembelian barang dan jasa melalui internet dengan jasa pembayaran elektronik dan koneksi yang aman (Kenneth & Carol, 2008).

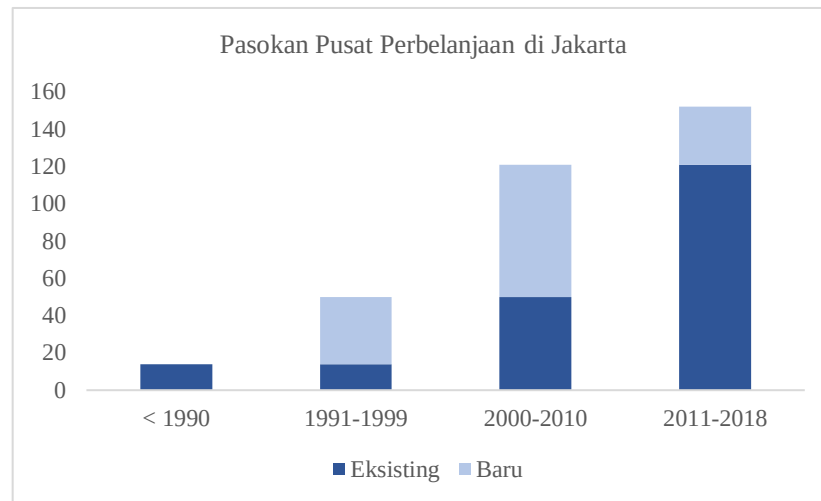
Vaithianathan (dalam Pradana, 2015) berpendapat bahwa *e-commerce* tidak hanya terbatas pada kegiatan jual beli namun juga melibatkan berbagai faktor dari nilai perusahaan, seperti promosi, pembayaran sistem, layanan transaksi serta keamanan pelanggan. Hal ini membuat *e-commerce* dianggap sebagai suatu sistem yang mengintegrasikan berbagai fungsi ke dalam bentuk digital. *E-commerce* dapat berjalan dengan baik apabila dilaksanakan berdasarkan prinsip 4C: Connection (koneksi), Creation (penciptaan), Consumption (konsumsi) dan Control (pengendalian) (Hoffman & Fodor, 2010).

Perkembangan Pusat Perbelanjaan di Jakarta

Perkembangan pusat perbelanjaan di Jakarta dimulai sejak tahun 1966 ditandai dengan berdirinya Sarinah di Jakarta Pusat sebagai pusat perbelanjaan pertama di Jakarta. Sebelum Sarinah, tipe pusat perbelanjaan di Jakarta berupa pusat perbelanjaan strata yaitu Metro dan Harco Pasar Baru yang merupakan perpanjangan dari Pasar Baru. Dibukanya Sarinah menjadi salah satu pemicu timbulnya beberapa pusat perbelanjaan baru di Jakarta Pusat dan Jakarta Barat hingga tahun 1990. Model pusat perbelanjaan baru di tahun tersebut mayoritas menawarkan model sederhana dimana *single tenant*, dalam hal ini adalah department store, mencakup hampir seluruh lantai pusat perbelanjaan.

Gambar 2 memperlihatkan pusat perbelanjaan di Jakarta terus berkembang sejak tahun 1990 ditandai dengan adanya pusat perbelanjaan baru di setiap periode. Perkembangan paling pesat terjadi pada periode 2000 hingga 2010 ditandai dengan melonjaknya jumlah pusat perbelanjaan baru hingga dua kali lipat pada periode tersebut dari periode sebelumnya. Hal ini juga diakibatkan seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mulai pulih dari krisis moneter dan terus menguat sebelum krisis moneter global pada tahun 2009 menyebabkan pertumbuhan ekonomi Indonesia kembali melambat. Perlambatan pertumbuhan ekonomi ini

serta moratorium pusat perbelanjaan yang ditetapkan oleh Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2011 yang menyebabkan perkembangan pusat perbelanjaan menjadi jauh melambat dibandingkan sebelum tahun 2011, terlihat dari jumlah pusat perbelanjaan baru yang berkurang.



Gambar 2. Grafik Pasokan Pusat Perbelanjaan di Jakarta berdasarkan Tahun
Sumber: Olahan peneliti, 2020

Evolusi Karakter Pusat Perbelanjaan di Jakarta

Perkembangan pusat perbelanjaan dalam perjalanan nya sangat erat dengan perkembangan *tenant*. Berdasarkan luasnya, menurut Jean Lambert (2010), *tenant* dapat terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu *anchor tenant*, *mini-anchor tenant*, *large specialty tenant* dan *specialty tenant*. *Anchor tenant* yang merupakan merk ritel besar yang sukses yang memiliki keahlian dan menawarkan daya tarik tertentu yang dapat menarik pengunjung ke tokonya (*The 4Rs of ASIAN shopping center management*, hal 25) dalam kategori ini minimal mempunyai luas ruang di dalam pusat perbelanjaan sebesar 2.336 m2.

Berdasarkan studi yang dilakukan, hampir seluruh pusat perbelanjaan di Jakarta memiliki *department store* sebagai *anchor tenant* nya, yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi *tenant* lainnya dan juga para pengunjung. Untuk itu, melihat evolusi yang terjadi pada *department store* secara khusus atau ritel secara umum juga dapat menunjukkan evolusi karakteristik yang terjadi pada pusat perbelanjaan. Tabel 1 di bawah ini menunjukkan perubahan ciri-ciri pusat perbelanjaan di Indonesia sesuai dengan periodenya.

Tabel 1. Periodisasi Pusat Perbelanjaan di Indonesia

No.	Periode	Ciri-ciri
1	1960-1970	<i>Stand alone</i> Luasan tidak standar <i>Layout</i> belum menjadi perhatian <i>Semi self service</i> Pengelolaan dilakukan oleh keluarga
2	1970-1980	Ukuran semakin luas <i>Layout & grouping</i> Pengelolaan lebih profesional <i>Merchandise</i> yang dijual
3	1980-1990	Munculnya modern <i>shopping mall</i>

No.	Periode	Ciri-ciri
		Tumbuh <i>department store</i> skala nasional, lokal, regional, internasional Muncul <i>fashion retail brand</i> Merchandise yang dijual Layout dan <i>grouping merchandise</i> <i>Store ambiance</i> <i>Service</i> <i>Advertising & promotion</i>
4	1990-2000	Munculnya mall yang besar Ukuran <i>department store</i> semakin luas Berkembangnya <i>specialty store</i> Munculnya <i>mini anchor fashion store</i> Merchandise yang dijual Penataan layout & counter <i>Service</i> <i>Advertising & promotion</i> <i>Membership</i>
5	2000-2015	Munculnya blok/mini blok Ukuran mall semakin luas Ukuran <i>department store</i> semakin luas Assortment merchandise yang dijual bertambah Komposisi <i>anchor tenant, mini anchor, & specialty</i> di mall <i>Service</i> <i>Membership</i> <i>Advertising & Promotion</i>
6	2015-sekarang	Ukuran <i>department store</i> lebih <i>compact</i> Selektif dalam memilih lokasi Assortment merchandise yang dijual <i>Service</i> <i>Membership</i> <i>Advertising & Promotion</i>

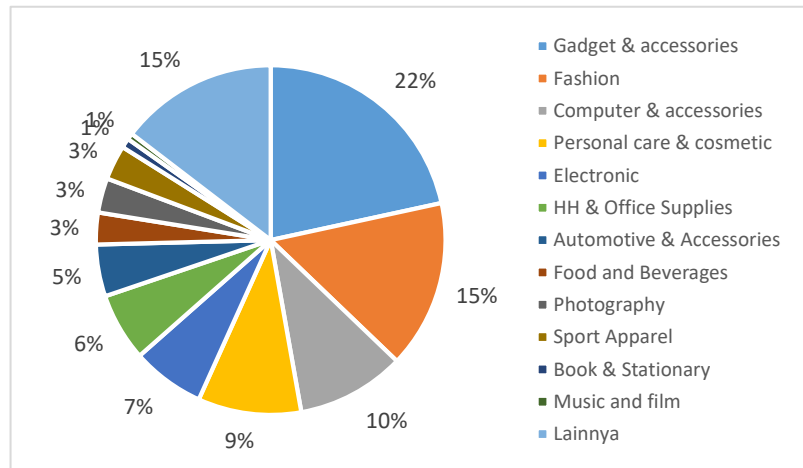
Sumber: Fandawan Ramali, 2018; diolah peneliti

Dampak Era Digital terhadap Perkembangan Pusat Perbelanjaan

Perkembangan era digital telah terbukti menciptakan peluang bagi *e-commerce* untuk tumbuh dan berkembang. Menurut Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (Aprindo), pada tahun 2018 total pertumbuhan transaksi *online* sebesar 6-7% dari total transaksi ritel di Indonesia dan terus tumbuh di tahun 2019 menjadi 8-9%. Selain itu menurut Aprindo, sebanyak 95% ritel *offline* (ritel tradisional) juga telah menyediakan sarana penjualan dan transaksi secara *online* disamping tetap menjalankan penjualan secara *offline*. Ruang *e-commerce* untuk tumbuh semakin besar didukung oleh karakter penduduk Indonesia yang mayoritas saat ini merupakan generasi milenial yang sudah sadar akan perkembangan teknologi di era digital.

Indonesia disebut sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pasar internet paling pesat di Asia Pasifik serta pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Industri *e-commerce* Indonesia menurut Badan Pusat Statistik dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17% dengan total jumlah usaha mencapai 26,2 juta unit. Euromonitor juga mencatat penjualan *online*

di Indonesia sejak tahun 2014 sudah mencapai US\$1,1 miliar. Sepanjang tahun 2018, Indonesia mencatat transaksi *e-commerce* terbesar sejumlah Rp77,7 triliun, meningkat 151% dari tahun sebelumnya. Gambar 3 merincikan transaksi berdasarkan produk yang dibeli, dimana *gadget & aksesoris* serta *fashion* menjadi barang yang paling banyak dibeli.



Gambar 3. Grafik Jumlah Transaksi *E-commerce* berdasarkan Jenis Produk Tahun 2018
Sumber: Bank Indonesia (2018); diolah peneliti

Pada akhir tahun 2017, Jakarta dihebohkan dengan terjadinya penutupan beberapa *department store* besar antara lain Ramayana, Matahari, Lotus hingga Debenhams di beberapa lokasi di Jakarta. Menurut data yang dihimpun oleh Colliers, setidaknya terdapat 11 *department store* besar yang menutup tokonya yang terletak di pusat perbelanjaan besar di Jakarta. *Unit space* yang ditinggalkan *department store* ini tercatat nantinya akan diganti mayoritas oleh *specialty tenant* yang memerlukan ruang jauh lebih kecil daripada *department store*. Kekosongan ruang yang diakibatkan tutupnya *tenant-tenant* tersebut tentu memberi dampak bagi tingkat hunian masing-masing pusat perbelanjaan. Hal ini dibarengi dengan pembukaan beberapa ritel baru di Jakarta dengan ruang kosong yang cukup tinggi mengakibatkan tingkat hunian ritel Jakarta pun turun menjadi 83,6% di akhir tahun 2017. Angka ini tercatat merupakan tingkat hunian ritel terendah sejak tahun 2000.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* diusut menjadi salah satu penyebab lesunya kinerja pusat perbelanjaan di era digital. Menurut Lisa Widodo dari Blibli.com, terdapat 5 hal yang menjadi alasan orang lebih memilih berbelanja di *e-commerce*:

1. *Cost Saving*, harga produk yang dijual di *e-commerce* umumnya lebih murah karena banyak terdapat potongan harga.
2. *Convenience*, belanja via *e-commerce* lebih nyaman bagi konsumen karena dapat dilakukan darimana saja lewat internet.
3. *More Variety*, konsumen dapat menemukan lebih banyak jenis barang dalam satu *e-commerce*.
4. *Value Added Service*, banyak nilai tambah yang didapatkan dalam berbelanja di *e-commerce*, salah satunya repackaging sehingga barang diterima konsumen dalam keadaan rapi dan baik.
5. *Time Saving*, belanja via *e-commerce* lebih menghemat waktu karena tidak perlu pergi ke pusat perbelanjaan dan berkeliling untuk mencari barang yang dibutuhkan.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*, kebutuhan berbelanja menjadi mudah tersalurkan hanya melalui media internet. Berbelanja tidak lagi dibatasi oleh jam

operasional toko karena *e-commerce* dapat diakses 24 jam penuh dimanapun dan kapanpun, hanya bermodalkan handphone dan internet. Kemudahan ini lambat laun meningkatkan ekspektasi konsumen akan kenyamanan dalam berbelanja. Hal ini pun turut menjadi andil akan terjadinya pergeseran prioritas konsumen dalam berbelanja dan tujuan pengunjung datang ke pusat perbelanjaan.

Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Stefanus Ridwan mengatakan dalam sebuah artikel bahwa transaksi di *e-commerce* belum berpengaruh signifikan secara langsung terhadap penjualan toko *offline*. Hal ini terlihat dari total transaksi *online* yang masih di bawah 10%, yang berarti sebanyak 90% sisanya membuktikan bahwa konsumen masih melakukan transaksi *offline* yakni mengunjungi toko langsung. Sementara itu Head of Advisory JLL Indonesia Vivin Harsanto dalam sebuah artikel Kompas berpendapat bahwa pengunjung pusat perbelanjaan di era digital ini cenderung bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan sosial. Berbelanja tidak lagi menjadi tujuan utama berkunjung ke pusat perbelanjaan. Pengunjung datang untuk memenuhi kebutuhan entertainment, hal-hal yang bersifat *experience* atau pengalaman langsung yang tidak bisa didapatkan dalam *e-commerce*, seperti bioskop, restoran atau sekedar berkumpul bersama teman.

Fandawan Ramali dari Centro Parkson juga mengemukakan perubahan perilaku berbelanja pengunjung bukan hanya karena *e-commerce*, namun juga bentuk pengeluaran pada masa kini yang lebih dipusatkan pada kebutuhan pendudukan, asuransi serta *travelling*. Berdasarkan survei Neurosensum, tujuan pengeluaran masyarakat Indonesia pada tahun 2018 tumbuh pesat dalam kategori *travelling*, menonton bioskop, konser, *gadget* serta data (internet), sedangkan total pengeluaran untuk *consumer goods* menurun. Berdasarkan hal ini, selain karena perkembangan *e-commerce*, pusat perbelanjaan tetap harus siap dengan evolusi yang akan terjadi karena perubahan perilaku belanja konsumen.

Peluang dan Tantangan Pusat Perbelanjaan dalam Era Digital

Dalam perjalanannya, digitalisasi dapat menjadi pengganggu ataupun pendukung untuk setiap kegiatan ataupun bisnis usaha, tidak terkecuali di pusat perbelanjaan. Pada latar belakang telah ditunjukkan, pengaruh dari keberadaan *online* store terhadap *offline* store sehingga beberapa *offline* store cukup banyak yang mengalami penutupan maupun perubahan konsep. Untuk itu, pusat perbelanjaan harus berbenah diri untuk terus dapat menarik pengunjung datang ke pusat belanja tersebut.

Jika dilihat pada perubahan yang terjadi pada *tenant* di beberapa pusat perbelanjaan, memang tampak bahwa pengelola pusat belanja mencoba untuk memanfaatkan tantangan tersebut dan mengubahnya menjadi peluang, antara lain bisa terlihat dengan:

1. Perubahan *tenant* telah terjadi pada beberapa pusat belanja, yang diawali dengan penutupan beberapa *tenant* besar di pusat belanja yang menyisakan ruang cukup besar. Dengan demikian, pengelola pusat perbelanjaan perlu mencari *tenant* baru yang lebih cocok. Pada umumnya, *tenant* baru yang ada di pusat perbelanjaan lebih kepada konsep *lifestyle* (toko yang berkaitan dengan olahraga dan hobi) dan F&B (restoran, cafe, kios minuman, dan sebagainya).
2. Keluarnya *anchor tenant* dari pusat belanja yang menyisakan ruang cukup besar, bisa dibantu ditutup dengan bekerjasama dengan bisnis *co-working*, yang juga mulai muncul akibat perkembangan teknologi. Cukup banyak *start-up company* yang muncul dalam 3 tahun terakhir yang menyebabkan adanya kebutuhan akan *co-working space*. Bekerjasama dengan bisnis *co-working* membantu pengelola pusat belanja untuk mengisi ruang kosong nya dan tetap dapat menimbulkan keramaian pengunjung.

3. Cukup banyak pengunjung mal yang kini cukup didominasi oleh kaum milenial, yang mencari tempat dengan spot foto yang bagus untuk ditaruh di media sosial mereka (*instagramable spot*). Tidak jarang orang rela pergi ke tempat yang jauh demi merasakan *instagramable spot* tersebut. Ini merupakan salah satu peluang yang harus ditangkap dan dapat diaplikasikan di pusat perbelanjaan untuk dapat menarik pengunjung.
4. Bekerjasama dengan angkutan umum *online* terutama ojek *online* yang berkaitan erat dengan bisnis *online*, terutama F&B.
5. Pendekatan secara personal kepada kostumer loyal yang ditunjukkan dengan adanya kartu keanggotaan pusat belanja tertentu untuk mengumpulkan poin yang dapat ditukar dengan barang atau voucher yang kini juga dikaitkan dengan teknologi (*e-card*).

Pengelola pusat perbelanjaan Baywalk Mall, pada diskusi *Real Estate Talks #1* yang dilaksanakan di Universitas Tarumanagara pada 30 Mei 2018, mengutarakan bahwa kita harus bisa melihat sesuatu dari dua arah, peluang maupun tantangan. Peluang yang terbuka dengan adanya peningkatan teknologi, harus dapat dimanfaatkan oleh pusat belanja untuk bekerjasama dengan teknologi tersebut dan membuka jalan untuk pengembangan bisnis makanan. Dan sekaligus menjadi tantangan yang menyebabkan pengelola pusat perbelanjaan harus dapat berpikir kreatif dan memanfaatkan tantangan yang ada menjadi peluang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pusat perbelanjaan saat ini bukan hanya terbatas untuk tempat berbelanja namun juga sebagai tempat untuk sekedar berkumpul. Dalam era digital seperti sekarang ini, dengan adanya konsep *online* store seringkali dilihat sebagai tantangan bagi pusat perbelanjaan. Persaingan dengan dunia digital tidak bisa dihindari karena internet telah menjadi tempat tumbuh dan berkembangnya *e-commerce*. Perubahan perilaku konsumen bukan hanya karena *online* store, tetapi ada faktor jenis pengeluaran seperti *travelling* dan makan. Karena hal ini maka pusat perbelanjaan perlu selalu mengevaluasi akan keberadaan dan perkembangan *e-commerce* dan juga memperhatikan perubahan perilaku pengunjung/konsumen. Pengelola pusat perbelanjaan khususnya harus dapat mengevaluasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang diciptakan dalam kondisi dalam era digital ini. Bukan mustahil pula bahwa tantangan yang dihadapi dapat dirubah menjadi peluang seperti di bawah ini:

1. Pengelola pusat perbelanjaan dapat mencari *tenant* baru yang lebih cocok untuk menutupi ruang kosong yang ditinggalkan *tenant* lama. Pada umumnya, *tenant* baru yang ada di pusat perbelanjaan lebih kepada konsep *lifestyle* dan F&B.
2. Pusat perbelanjaan dapat bekerjasama dengan bisnis *co-working*, yang juga mulai muncul akibat perkembangan teknologi. Bekerjasama dengan bisnis *co-working* membantu pengelola pusat belanja untuk mengisi ruang kosong dan menimbulkan keramaian yang menarik pengunjung.
3. Mengaplikasikan konsep *instagrammable spot* yang dapat menarik perhatian pengunjung yang saat ini didominasi oleh milenial.
4. Bekerjasama dengan angkutan *online* seperti ojek *online* yang berkaitan erat dengan bisnis *online*, terutama F&B.
5. Pendekatan secara personal kepada kostumer loyal melalui kartu keanggotaan pusat belanja untuk mengumpulkan poin yang dapat ditukar dengan hadiah yang berbentuk *electronic card*.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Wahyu Kusuma Astuti, Nur Mawaddah dan Meyriana Kesuma selaku dosen Program Studi Perencanaan Kota dan Real Estate atas dukungannya yang terkira sehingga penelitian berjalan dengan lancar.

REFERENSI

- Antéblian, B., Filser, M., & Roederer, C. (2013). Consumption experience in retail environments: A literature review. *Recherche Et Applications En Marketing*, 28(3), 82-109.
- Cavan, D. R. (2016). Analyzing retail store closures. *Appraisal Journal*, 84(4), 353.
- Cory, N. (2019, March 13). *Explainer: Understanding Digital Trade*. Diakses dari Real Clear Policy: https://www.realclearpolicy.com/articles/2019/03/13/explainer_understanding_digital_trade_111113.html
- D. Beyard, Michael. (1999). *Shopping Center Development Handbook*. Urban Land Institute
- Deloitte. 2017. *The Deloitte Consumer Review: Digital Predictions 2017*
- Hoffman, D. L., dan Fodor, M. (2010). Can you measure the ROI of your social media marketing? *MIT Sloan Management Review*.
- International Council of Shopping Centers. (2010). *Asia-Pacific Shopping Centre Classification*. New York: ICSC.
- Kenneth C. Laudon, Carol G. Traver (2008). *E-commerce: Business, Technology, Society*, Second Edition
- KPMG. *Global Retail Trends 2017: Global Consumer & Retail*.
- McKinsey Indonesia. 2016. *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*.
- Merler, S. (2017). *The US retail crisis*. Brussels: Bruegel.
- Muhlebach, R. F., & Alexander, A. A. (2005). *Shopping center management and leasing*. Chicago: Institute of Real Estate Management.
- Niemeier, S., Zocchi, A., & Catena, M. (2013). *Reshaping retail: Why technology is transforming the industry and how to win in the new consumer driven world*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Srinivasan, R., Sridhar, S., Narayanan, S., & Sihi, D. (2013). Effects of opening and closing stores on chain retailer performance. *Journal of Retailing*, 89(2), 126-139.
- Steinfeld, C., Adelaar, T., & Lai, Y. (2002). Integrating brick and mortar locations with *e-commerce*: Understanding synergy opportunities.
- Tella, Adeyinka. (2019). Handbook of Research on Digital Devices for Inclusivity and Engagement in Libraries
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., & Chung, M. H. (2006). *E-commerce: A managerial perspective*. Low Price Edition, 180-183
- Worzala, E. M., McCarthy, A. M., Dixon, T., & Marston, A. (2002). *E-commerce and retail property in the UK and USA*. *Journal of Property Investment & Finance*, 20(2), 142-158.