PUSAT WISATA BELANJA UMKM JAWA TIMUR DI KOTA SURABAYA
TEMA: ARSITEKTUR BERKELANJUTAN

Shella Rafsanjani[1], Gaguk Sukowiyono[2], Putri Herlia Pramitasari[3]
[1]Mahasiswa Prodi Arsitektur, Fak. Teknik Sipil dan Perencanaan, ITN Malang
[2,3] Dosen Prodi Arsitektur, Fak. Teknik Sipil dan Perencanaan, ITN Malang
e-mail: [1]shella.rafsanjani@gmail.com, [2]gaguksukowiyono@yahoo.com,
[3]putri_herlia@lecturer.itn.ac.id

ABSTRAK

Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya merupakan fasilitas komersil bagi produk-produk UMKM Jawa Timur yang memiliki tujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk-produk unggulan khas daerah Jawa Timur baik kepada masyarakat Indonesia maupun wisatawan mancanegara. Selain itu, tujuan lain dari adanya fasilitas ini adalah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Jawa Timur yang bergerak dibidang industri kreatif. Fasilitas ini juga menyediakan fasilitas edukasi, pameran dan pusat penjualan digital sebagai bentuk pengembangan kegiatan promosi produk-produk UMKM Jawa Timur yang disesuaikan dengan era milenial saat ini. Fasilitas hiburan dan rekreasi juga disediakan dalam Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur untuk menambahkan kegiatan bersifat rekreatif dalam fasilitas sekaligus menarik minat masyarakat untuk mengunjungi fasilitas ini. Pendekatan desain arsitektur yang digunakan dalam Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya melalui sistem sirkulasi dengan pendalaman mengenai penataan dan karakter ruang. Sistem sirkulasi yang tepat dan sesuai digunakan sebagai dasar dalam proses merancang untuk menjawab permasalahan desain yang berfokus terhadap sirkulasi antar retail dan antar ruang sehingga tercipta ruang yang efisien dan dinamis. Urutan dan penataan ruang yang disesuaikan dengan karakter UMKM dan ciri khas daerah-daerah yang ada di Jawa Timur juga digunakan sebagai dasar dalam merancang sehingga muncul karakteristik tertentu baik pada ruang maupun pada bangunan. Untuk menghadirkan dan membawa karakter UMKM Jawa Timur bukan hanya penataan pada sirkulasi dan ruang dalam namun juga penataan ruang luar yang ditata dengan memanfaatkan suasana Sungai Kalimas sebagai pendukung UMKM Jawa Timur serta untuk menarik minat masyarakat dalam mengunjungi fasilitas ini. Dengan demikian diharapkan fasilitas ini mampu menjadi penjembatan bagi para pelaku UMKM khususnya daerah Jawa Timur serta menjadi wadah dalam mengembangkan usahanya. Diharapkan pula, fasilitas ini mampu menjadi ikon bangunan berkembangnya UMKM dalam menyambut perkembangan indutri kreatif dimasa yang akan datang.

Kata kunci : Wisata Belanja, UMKM, Jawa Timur, Arsitektur Berkelanjutan.

ABSTRACT

East Java UMKM Shopping Center in Surabaya is a commercial facility for East Java UMKM products that aiming for promoting and introducing superior products from East Java to both the Indonesian and foreign tourists. Another purpose of the existence of this facility is to improve the economy of East Java civilian engaged in the creative industries. This facility also provides educational facilities, exhibitions and digital sales centers as a form of developing activities in promotion of UMKM products in East Java that are adapted to the current millennial era. Recreational facilities are also provided in East Java UMKM Shopping Center to add recreational activities to the facility as well as attracting people to visit this facility. Design approach used in East Java UMKM Shopping Center in Surabaya through a circulation system with a deepening of spatial planning and character. Appropriate circulation systems are used as a basis in design process to answer design problems that focus on inter-retail and inter-space circulation to create efficient and dynamic spaces. The sequence and spatial planning that are adjusted to the character of UMKM and characteristics of East Java are also used as a basis in designing so that certain characteristics emerge both in space and buildings. To present and bring the character of East Jaca UMKM is not only structuring the circulation and inner space but also arrangement of outer space which is arranged by utilizing atmosphere of the Kalimas River as a supporter of East Java UMKM and to attract the community in visiting this facility. This facility is expected to be a liaison between East Java UMKM users as well as a container in developing their business. This facilities also be able to be an icon for development of UMKM in welcoming creative industries in the future.

Keywords: Shopping Center, UMKM, East Java, Sustainable Architecture.

PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi tertinggi di Indonesia yang memiliki usaha produksi produk lokal dalam jumlah besar. Berdasarkan data dari BPS Jawa Timur, jumlah UMKM Jawa Timur pada tahun 2017 mencapai angka 4.569.822 (Pemerintah Kota Surabaya, 2018). UMKM memiliki andil besar dalam perekonomian rakyat di Jawa Timur, hal ini dibuktikan dengan data yang mencatat bahwa UMKM dan Koperasi pada tahun 2017 mampu menyumbang PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Jawa Timur lebih dari

57%. Keberadaan UMKM selama ini mampu menjadi sumber mata pencaharian masyarakat yang juga banyak menyerap tenaga kerja.

Pada provinsi Jawa Timur terdapat bermacam-macam budaya yang juga memiliki ciri khasnya masing-masing. Hal ini menimbulkan keberagaman produk yang dihasilkan dari industri UMKM Jawa Timur. Keberagaman produk-produk yang dihasilkan antara lain makanan, aksesoris, peralatan rumah tangga hingga pakaian. Dengan adanya keberagaman jenis produk lokal di Jawa Timur, Kementrian Industri setiap tahunnya menggelar pameran untuk produk-produk unggulan tersebut guna meningkatkan daya tarik produk-produk lokal Jawa Timur dikalangan masyarakat baik lokal maupun mancanegara.

Di Kota Surabaya sendiri, produk-produk lokal Jawa Timur oleh UMKM juga mulai berkembang dengan adanya kontribusi dari UMKM untuk perekonomian Kota Surabaya. Namun dibandingkan dengan produk asing, produk UMKM masih kalah eksistensinya dikalangan masyarakat. Penyebab utamanya adalah pusat perbelanjaan yang umumnya menjual dan mempromosikan produk asing lebih nyaman dan lebih menarik untuk dikunjungi dari segi sirkulasi dan penataan ruang dibandingkan dengan pusat perbelanjaan yang menjual produk UMKM (Sentra UMKM). Adanya penambahan fasilitas lain seperti fasilitas pameran, edukasi dan pusat penjualan digital juga diperlukan untuk menunjang aktivitas para pengembang pelaku usaha UMKM dalam menghadapi persaingan pasar global. Dengan adanya Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur diharapkan dapat menjadi fasilitas yang mampu membantu mempromosikan dan mengembangkan produk-produk UMKM Jawa Timur dengan desain bangunan yang lebih menarik sesuai karakteristik daerah-daerah di Jawa Timur.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam melakukan pemasaran, produk-produk UMKM Jawa Timur lebih banyak dilakukan penjualan di toko oleh-oleh maupun sentra UMKM. Hampir tidak ditemukan adanya pusat perbelanjaan yang berfokus pada penjualan produk-produk lokal Jawa Timur.

Pusat Perbelanjaan

Menurut Nadine Baddington (1982), pusat perbelanjaan adalah sekelompok area perbelanjaan terencana dengan sistem pengelolaan terpusat yang menyewakan unit ritel dan usaha komersil lainnya yang memiliki fungsi utama sebagai tempat untuk kegiatan transaksi jual beli dan memikili fungsi lain yakni sebagai tempat berkumpul atau berekreasi.

Menurut Rubenstein (1978) pusat perbelanjaan adalah pergerakan linear yang terletak pada kawasan pusat bisnis kota dan diorientasikan kepada pejalan kaki berupa pedestrian yang dikombinasikan dengan plaza dan ruang interaksional.

Karakter pusat perbelanjaan antara lain memiliki koridor tunggal dengan lebar koridor 8-16 meter, pintu masuk yang dapat dicapai dari segala arah dengan atrium yang terletak disepanjang koridor serta terdapat magnet utama dengan lebar 100-200 meter. Tersedianya rubanah merupakan alternatif penting lainnya. Sedangkan unsur-unsur pembentuk pada pusat perbelanjaan antara lain adalah adanya magnet utama sebagai titik pusat kegiatan perbelanjaan, adanya magnet kedua yang mengelilingi magnet utama, adanya sirkulasi, juga tersedianya pertamanan sebagai batas pusat perbelanjaan dengan area luar. Klasifikasi pusat perbelanjaan dapat dilihat melalui tabel 1.

Tabel 1.
Sumber: (ULI. Wasington: Shopping Center Development Handbook,1977)
Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

Tipe	Penyewa Utama	Area Sewa Kotor	Populasi Pelayanan
Neighbourhood	Supermarket	2800 – 9300 m^2	2500 – 10.000
Community	Variety	9300 – 27.900 m^2	40.000 – 150.000
Regional	> 1 Variety	27.900 – 83.700 m^2	> 150.000
Super Regional	> 3 Variety	46.500 – 93.000 m^2	> 300.000

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Definisi dan perbedaan Usaha Mikro Kecil Menengah dan Usaha Besar menurut Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dapat dilihat melalui tabel 2.

Tabel 2.
Sumber: (Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah)
Definisi dan pengelompokan UMKM

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omzet
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp 50 juta – Rp 500 juta	> Rp 300 juta – Rp 2,5 milyar
Usaha Menengah	> Rp 500 juta – Rp 10 milyar	> Rp 2,5 milyar – Rp 50 milyar
Usaha Besar	> Rp 10 milyar	> Rp 50 milyar

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), definisi UMKM digolongkan berdasarkan jumlah ketenagakerjaan yang digunakan. Usaha kecil adalah sekelompok usaha yang ketenagakerjaannya 5 sampai 19 pekerja, sedangkan yang tergolong usaha menengah adalah sekelompok usaha uamh ketenagakerjaannya 20 sampai 99 pekerja.

Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah membedakan antara produk yang dihasilkan oleh UMKM dengan dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar. Perbedaan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM yakni produk UMKM merupakan produk yang mengandung nilai budaya dan sering juga merupakan barang-barang yang bersifat simbolis. Prosuk UMKM cenderung memiliki keanekaragaman produk yang tinggi, bertahan lama dan dapat digunakan berulang kali serta penilaian konsumen terhadap produk UMKM tidak dapat diprediksi.

Arsitektur Berkelanjutan

Arsitektur berkelanjutan memiliki definisi sebagai konsep terapan dibidang arsitektur yang mendukung konsep pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan dan tidak menimbulkan dampak apapun pada aspek sosial, ekonomi dan lingkungan (Iyengar, 2015).

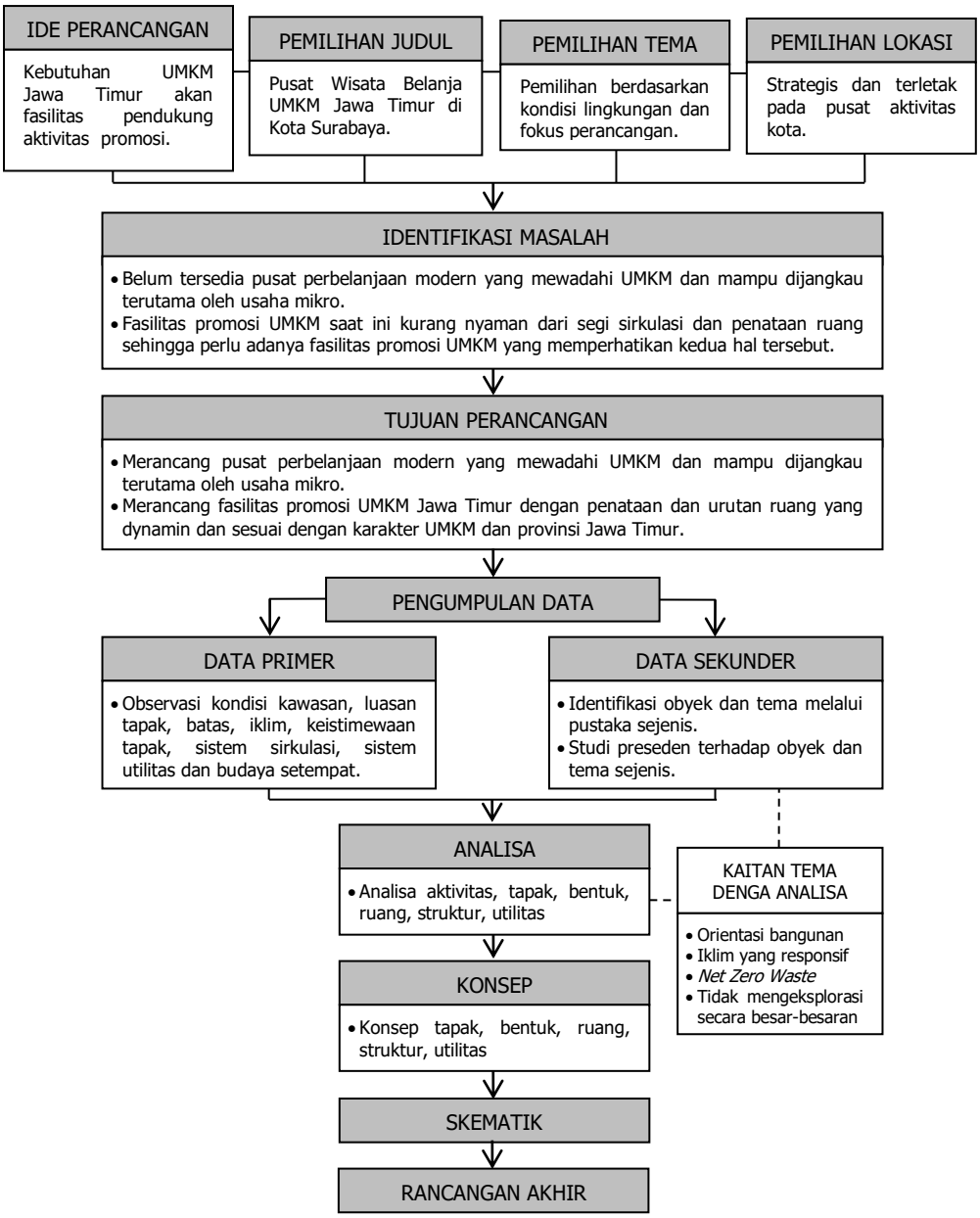
Aspek dasar arsitektur berkelanjutan dikategorikan sebagai prinsip bangunan berkelanjutan dengan memikirkan dampak lingkungannya. Prinsip-prinsip arsitektur berkelanjutan dibagi menjadi enam bidang utama yakni site dan pemilihan lokasi, selimut bangunan yang merespon iklim, bentuk arsitektural dan bahan, penggunaan energi baik pasif maupun aktif, lingkungan pada ruang dalam, pengelolaa air dan limbah serta tidak ada energi dan limbah yang dibuang percuma.

Keenam prinsip ini berkontribusi terhadap sikap yang menghargai alam sebagai guru dan memandang keputusan desain sebagai konteks lingkungan, ekonomi dan sosial yang lebih luas. Arsitektur berkelanjutan yang terbaru memiliki gagasan dengan memperhatikan kondisi iklim (bioklimatik) melalui program simulasi teknis yang canggih dan studi proses alami (biomimikri). Gagasan ini dimulai dengan bekerja dengan alam, dan bukan melawannya ketika akan merancang bangunan.

METODE PERANCANGAN

Dalam merancang Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya, menggunakan berbagai pendekatan dan juga pengumpulan data dari kawasan yang diambil. Pendekatan dimulai dari adanya ide perancangan kemudian penentuan judul, tema, dan lokasi, Penjabaran

mengenai metode perancangan yang digunakan dapat dilihat melalui diagram berikut.



Gambar 1
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Metode Perancangan Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan analisa yang kemudian menghasilkan sintesa berupa alternatif-alternatif penyelesaian desain hingga muncul konsep rancangan dan hasil akhir desain.

Analisa Program Ruang

Jenis dan besaran ruang yang dapat dikelompokkan menurut fungsi kegiatannya. Jenis dan besaran ruang menurut fungsinya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3.
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Jenis dan Besaran Ruang

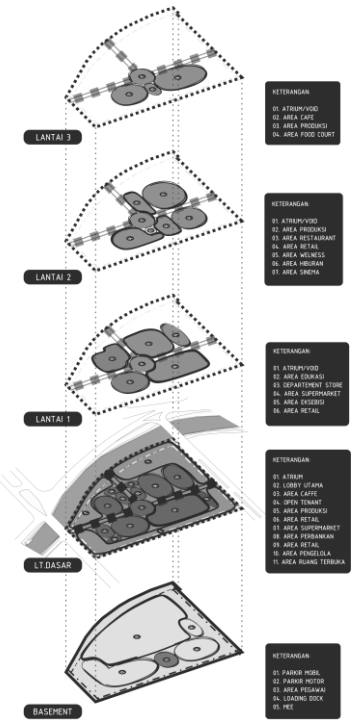
Fungsi	Kelompok Ruang	Kapasitas	Luas Area
Primer	Lobby	1000	2625 m^2
	Area Komersil	8200	32.179 m^2
	Area Produksi	500	1289 m^2
	Area Hiburan	500	1520 m^2
	Area Sinema	500	2412 m^2
Sekunder	Area Edukasi	75	2290 m^2
	Area Eksebisi	500	971 m^2
	Area Perbankan	50	265 m^2
	Area Pengelola	20	298 m^2
	Area Pegawai	50	194 m^2
Tersier	*Wellness Area*	50	251 m^2
	Area MEE	5	587 m^2
	Area Servis	5	791 m^2
	Area Loading Dock	-	655 m^2
	Area Parkir	-	28.635 m^2

Analisa dan Konsep Tapak

Tapak berlokasi diantara Jalan YOS Sudarso dan Jalan Plaza Boulevard dimana menurut RDTRK Kota Surabaya, jalan tersebut merupakan kawasan komersil dan juga kawasan dengan bangunan skala pelayanan regional hingga internasional. Kawasan ini merupakan kawasan perbatasan antara kawasan komersil dengan kawasan permukiman. Pada area Selatan tapak, peruntukan lahan yang dominan adalah perdagangan dan perkantoran. Sedangkan pada area utara tapak lebih dominan area permukiman. Tapak berbatasan langsung dengan Sungai Kalimas dan juga dikelilingi oleh bangunan-bangunan penting seperti Balai Pemuda, Grand Surabaya Hotel, Surabaya Suites Hotel, Monumen Kapal Selam dan juga berdekatan dengan Grand City Mall Surabaya.

Gambar 2
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Lokasi Tapak Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

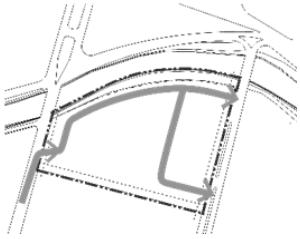
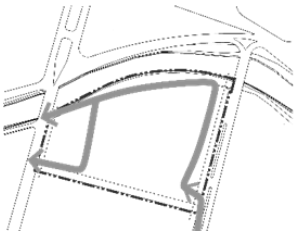
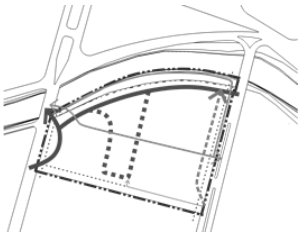
Analisa tapak yang digunakan untuk menentukan perletakan zoning dilakukan berdasarkan beberapa pertimbangan yakni tingkat kepentingan, runtutan alur kegiatan, persyaratan ruang, potensi, arah lintasan matahari dan titik kepadatan sekitar tapak. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut menghasilkan pembagian zoning area sebagai berikut.

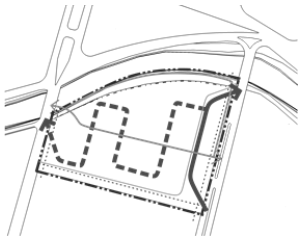
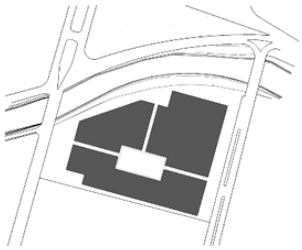
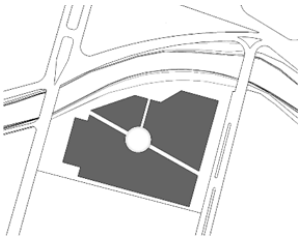


Gambar 3
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Zoning Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Analisa yang dilakukan untuk menentukan aksesibilitas, sirkulasi dan tata massa dapat dilihat melalui tabel 4.

Tabel 4.
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Analisa dan Konsep Tapak

Analisa Tapak	Alternatif Bentuk Rancangan	Kelebihan	Kekurangan	Keputusan
Aksesibilitas	Alternatif 1  Masuk melalui Jalan YOS Sudarso kemudian keluar ke Jalan Plaza Boulevard.	Pintu masuk melalui jalan arteri primer sehingga lebih mudah dalam hal pencapaian dan lebar jalan lebih besar	Pintu masuk merupakan jalan satu arah dengan letak jalur perputaran cukup jauh.	✓
	Alternatif 2  Masuk melalui Jalan Plaza Boulevard kemudian keluar ke Jalan YOS Sudarso.	Pintu masuk melalui jalan arteri sekunder dimana arus lalu lintas tergolong rendah. Area ini merupakan jalan dua arah.	Pintu masuk dekat dengan *cross traffic* sehingga ber potensi untuk menimbulkan titik kemacetan baru pada area sekitar tapak.	
Sirkulasi	Alternatif 1  Sirkulasi kendaraan linear, sirkulasi pejalan kaki radial, sirlukasi servis linear.	Arus sirkulasi di dalam tapak terbagi jelas dan tidak ada jalur sirkulasi yang saling menumpuk	Pada jam-jam rush hour apabila terjadi penumpukan kendaraan pada pintu utama dapat menimbulkan titik kemacetan baru	✓

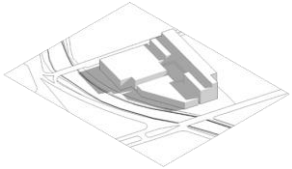
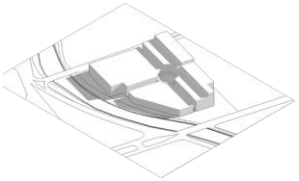
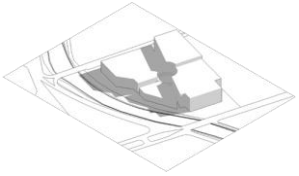
	Alternatif 2  Sirkulasi kendaraan linear, sirkulasi pejalan linear, sirlukasi servis linear.	Arus sirkulasi di dalam tapak terbagi jelas dan arah perputaran jalur lebih panjang	Terjadi penumpukan pada jalur sirkulasi primer, tersier dan sekunder.	
Tata Massa	Alternatif 1  Terdiri dari tiga massa utama, jalur pemisah tegak lurus horizontal	Penataan ruang lebih maksimal.	Cenderung membentuk bentukan yang kaku dan kurang dinamis.	✓
	Alternatif 2  Terdiri dari tiga massa utama, jalur pemisah tegak lurus diagonal	Bentuk cenderung lebih fleksibel dan dinamis.	Berpotensi menyisakan ruang-ruang bersudut.	

Analisa dan Konsep Bentuk

Analisa yang dilakukan untuk menentukan bentuk bangunan dilakukan melalui pendekatan skyline kawasan, daerah selatan tapak didominasi oleh bangunan umum dan bangunan komersil dengan ketinggian bangunan diatas 2 lantai sampai dengan highrise.

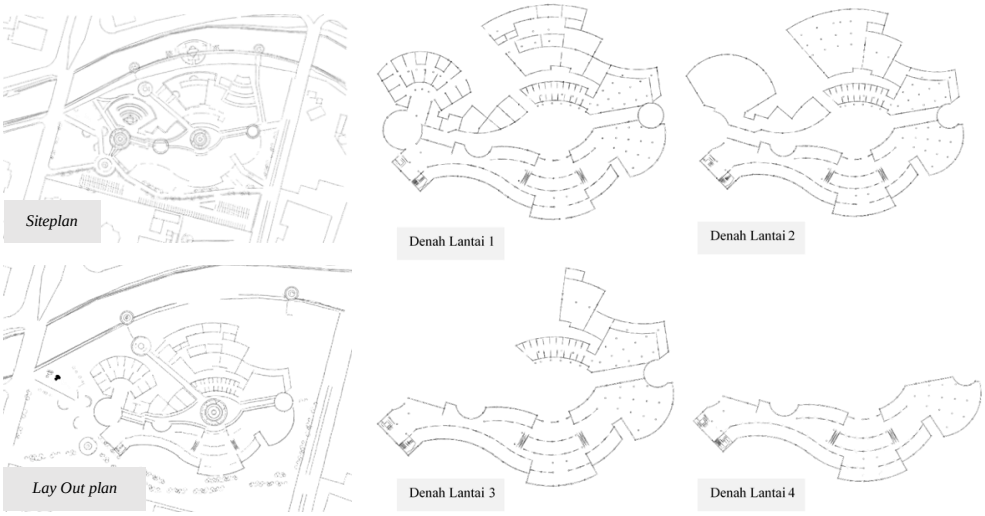
Analisa yang dilakukan untuk menentukan bentuk bangunan dapat dilihat melalui tabel 5.

Tabel 5.
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Analisa dan Konsep Bentuk

Analisa Bentuk	Alternatif Bentuk Rancangan	Kelebihan	Kekurangan	Keputusan
Bentuk Bangunan	Alternatif 1  Massa berundak dengan penataan massa pada sisi selatan lebih tinggi dibanding pada sisi utara.	Pencahayaan dapat masuk kedalam bangunan secara merata dan maksimal serta.	Massa isi selatan tapak lebih sempit disbanding massa sisi utara.	
	Alternatif 2  Massa berundak dengan penataan massa pada sisi selatan lebih tinggi namun massa pada sisi selatan juga terdapat perbedaan ketinggian.	Pencahayaan dapat masuk kedalam bangunan secara lebih merata dan maksimal serta penataan ruang lebih maksimal.	Pengaturan ruang pada massa mengikuti elevasi bangunan yang berbeda-beda	✓
	Alternatif 3  Sirkulasi kendaraan linear, sirkulasi pejalan kaki radial, sirlukasi servis linear.	Pembagian besaran massa lebih merata, Pencahayaan alami bisa masuk maksimal.	Perbedaan ketinggian massa menimbulkan efek tidak nyaman pada pengguna.	

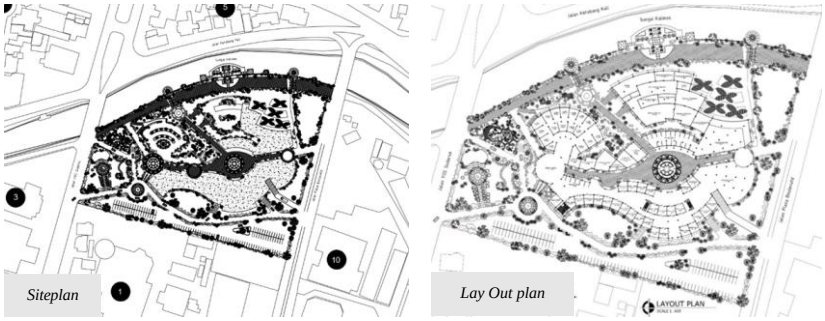
Visualisasi Rancangan

Dalam merancang, sebelum memasuki tahap pengembangan desain, terlebih dahulu melalui tahap skematik desain untuk menuangkan ide-ide awal desain. Skematik desain merupakan hasil pengembangan dari konsep perancangan yang kemudian diimplementasikan pada tapak dan desain.



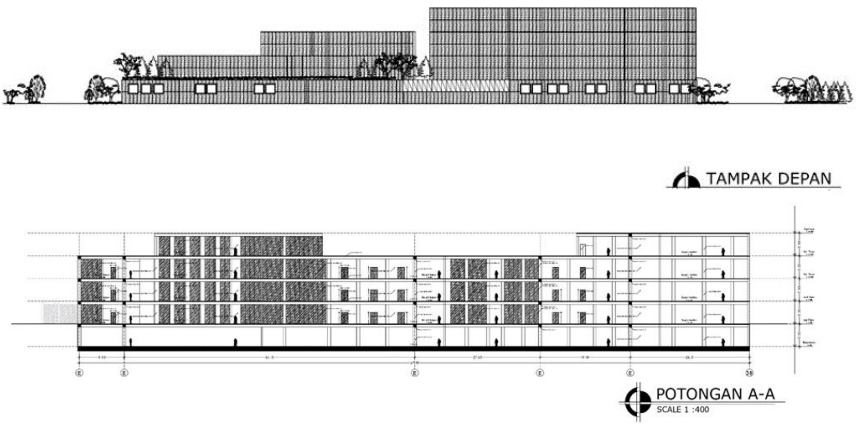
Gambar 4
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Skematik Desain Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Pada tahap pengembangan desain, yakni pada siteplan dan layout plan diterapkan *Green Open Space* yang berorientasi pada Sungai Kalimas dan memiliki kegunaan sebagai pendukung keindahan lingkungan sekitar. *Green Open Space* terdapat pada sepanjang tepi Sungai Kalimas, atrium pusat dan *Urban Street Park* yang merupakan konsep dari pedestrian pada tapak.



Gambar 5
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Siteplan dan Lay Out Plan Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Pada potongan dan tampak bangunan, bagian selatan dirancang lebih tinggi dari massa bangunan lain. Hal bertujuan untuk memaksimalkan penghawaan dan pencahayaan alami pada pagi hingga sore. Hal ini merupakan salah satu penerapan tema Arsitektur Berkelanjutan pada bangunan.



Gambar 6
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Tampak dan Potongan Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Penataan ruang dalam lebih memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan ruang dalam seperti kualitas spasial, pembagi ruang, tata letak pintu dan sirkulasi, pencahayaan dan penghawaan ruang serta pembeda ruang melalui motif dinding, lantai dan plafond.

Gambar 7
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Detail Interior Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Pada detail ruang luar, atrium *center* berbentuk lingkaran sebagai penanda pusat kegiatan outdoor yang ada pada Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya. Perbedaan motif dan warna pada paving blok diterapkan guna mempermudah pembedaan area sirkulasi dengan area yang dikhususkan untuk berkumpul.

Gambar 8
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Detail Eksterior Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

Penerapan perancangan ruang luar pada Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya, dilakukan atas berbagai pertimbangan dasar seperti posisi area yang berkontur, Sungai Kalimas sebagai batas alam, view-view unggulan yang terdapat pada tapak, tata rencana dan blok massa, titik kumpul manusia sekitar tapak, ketinggian bangunan sekitar, arah datang sinar matahari dan juga angin, potensi unggulan tapak, kepadatan kendaraan pada sekitar tapak serta kapasitas manusia dan kendaraan yang ditampung didalam tapak.

Outdoor atrium yang terletak di tengah tapak berfungsi sebagai penghubung antara tiga bangunan, yakni fungsi komersil, fungsi edukasi dan fungsi produksi dengan *pedestrian way* yang berada pada sepanjang tepi sungai Kalimas yang juga terhubung dengan atrium center yang merupakan penerapan dari konsep *Green Open Space* yang juga dilengkapi dengan berbagai vegetasi untuk memperkuat konsep sebagai sarana sirkulasi pejalan kaki guna menuju bangunan.

Gambar 9
Sumber: (Dokumen Pribadi)
Visual 3Dimensi Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya

KESIMPULAN

Perancangan Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya dilatarbelakangi oleh kurang adanya fasilitas promosi dan pengembangan untuk pelaku UMKM Jawa Timur sehingga minat masyarakat terhadap produk UMKM masih kurang jika dibandingkan dengan produk asing yang dijual di pusat perbelanjaan modern yang dari segi fasilitas lebih nyaman dibanding dengan tempat perbelanjaan UMKM.

Perancangan Pusat Wisata Belanja UMKM Jawa Timur di Kota Surabaya, diharapkan dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap produk UMKM dan juga tempat perbelanjaan produk-produk lokal (sentra UMKM). Melalui perancangan fasilitas ini, aktivitas perbelanjaan, pameran, dan hiburan terkait dengan produk UMKM Jawa Timur dapat dinikmati oleh pengunjung secara lebih nyaman baik dari segi sirkulasi maupun ruang. Sedangkan untuk pelaku usaha UMKM, dapat mengembangkan usahanya mengikuti arus persaingan global karena tersedianya pusat penjualan digital dan juga fasilitas edukasi. Respon penulis melalui perancangan ini tidak mampu sepenuhnya menarik keinginan masyarakat untuk lebih memilih produk UMKM dibanding produk asing, namun diharapkan perancangan fasilitas ini tetap mampu meningkatkan eksistensi produk-produk UMKM di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

Beddington, N. (1982). *Design For Shopping Centres.* London: Butterworth Scientific.

Iyengar, K. (2015). *Sustainable Architectural Design: An Overview.* New York: Routledge.

Maitland, B. (1985). *Shopping Malls-Planning and Design.* New York: Langman Group Limited.

McKeever, J. R., & Griffin, N. M. (1977). *Shopping Center Development Handbook.* Washington, D.C: Urban Land Institute.

Pemerintah Indonesia. (2008, Juli 4). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.* Retrieved from Produk Hukum JDIH Kementrian Sekretariat Negara: https://jdih.setneg.go.id/Produk

Pemerintah Kota Surabaya. (2018, Agustus 21). *Kota Surabaya Dalam Angka 2018.* Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Surabaya: https://surabayakota.bps.go.id