

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Shopping Mall adalah salah satu sarana perbelanjaan, rekreasi dan informasi yang perlu keberadaannya, mengingat pertumbuhan kota Cilacap yang kian berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Data yang diperoleh dari kantor statistik Kab. Dati II Cilacap tahun 1993, menunjukkan dari total 1.516.747 jiwa, 53.51% bertempat tinggal disekitar pusat kota. Tuntutan perlu adanya pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi juga dikarenakan meningkatnya suatu kebutuhan akan sarana belanja yang lengkap (*one stop shopping*) dan sekaligus dapat memberikan kepuasan dalam berbelanja, sebab pusat perbelanjaan tersebut dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi dan media informasi. Fasilitas perbelanjaan yang ada pada saat ini adalah Department Store dan Plaza, namun keberadaannya masih jauh dalam memberikan pelayanan seperti yang diharapkan yakni sebagai tempat belanja, rekreasi dan informasi. Sehingga untuk memenuhi keinginan tersebut masyarakat harus mengadakan perhitungan dan waktu khusus hanya untuk berbelanja, apakah harus keluar kota pada hal jarak tempuhnya cukup jauh dan melelahkan, tentu hal ini menjadi sesuatu yang kurang tepat.

Dalam Rencana Umum Tata Ruang Daerah 1993/94-2000/04, kota Cilacap termasuk Daerah Tingkat II di Jawa Tengah

yang masuk dalam perencanaan sub regional, untuk keterpaduan dan efisiensi pembangunan. Hal lain juga tertuang dalam Master Plan tentang kebijaksanaan kegiatan aktifitas perdagangan, yaitu menetapkan fasilitas-fasilitas yang harus ada didalam daerah perdagangan guna menciptakan adanya aktifitas kehidupan terutama aktifitas perdagangan di daerah tersebut yang dapat dipergunakan sebagai salah satu petunjuk bagi adanya kehidupan kota.

Di Indonesia mall yang nampaknya sedang dan menjadi tren dimasa mendatang, sudah ada sejak dahulu meski tidak terdefiniskan. Sebagai contoh jalur pedestrian yang mengikat beberapa toko juga merupakan konsep mall yang ada sejak jaman dahulu. (*Sianturi, Konstruksi, 1990*).

Pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi yang dimaksud adalah suatu wadah kegiatan perdagangan sehingga dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi dan wadah informasi, oleh sebab itu penataan ruang dan sistim sirkulasinya ditata sedemikian rupa untuk memudahkan pelayanan dan menciptakan suasana yang menyenangkan (rekreatif), kemudian tersedia fasilitas bermain yang benar-benar dapat memberikan pelayanan rekreasi serta didukung pula oleh sarana atau wadah informasi berupa ruang pameran (promosi) dan sektor informal yang diharapkan nantinya dapat menjadi wahana yang baik guna mendukung kegiatan seluruhnya. Pusat perbelanjaan ini direncanakan berada pada kawasan perdagangan kota baru atau dalam area pusat pengembangan kota. Pemilihan lokasi tersebut berdasar pada potensi

sekitar tapak yang nantinya akan dikembangkan. Menurut rencana Cilacap akan mengadakan perluasan wilayah kota, dikarenakan kebutuhan akan lahan dan kepentingan industri yang semakin besar.

Beberapa potensi yang akan dikembangkan diantaranya adalah gedung pemerintahan yaitu balai kota, pusat perkantoran dan kawasan pemukiman dimana hal ini sesuai dengan kebijakan penda mengenai peruntukan lahan terhadap rencana pembangunan fisik kota, dengan hadirnya shopping mall dilokasi tersebut diharapkan nantinya dapat menjadi *multiplier effect* atau pemacu bagi perkembangan aktifitas perdagangan disana, dan dapat dijadikan landmark bagi pusat kawasan pengembangan kota baru (new town). Sesuai dengan arah pengembangannya yaitu ke arah utara kota yang searah pula dengan jalur transportasi antar kota atau dari dan kedalam kota. Berarti dari aksesibilitas pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi tersebut nantinya akan lebih mudah dijangkau dan dapat memenuhi harapan masyarakat khususnya masyarakat dalam kota.

1.2. PERMASALAHAN

Merencanakan dan merancang pusat perbelanjaan yang sekaligus berfungsi sebagai sarana rekreasi dan informasi, berdasarkan pada permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- **PERMASALAHAN UMUM**

- a. Bagaimana menentukan klasifikasi shopping mall sesuai kebutuhan pada pusat kawasan pengembangan kota baru.
- b. Bagaimana sirkulasi dan penataan ruang mall dalam kaitannya memadukan tiga sisi kegiatan yang berbeda yaitu perbelanjaan yang meliputi (sektor formal dan informal), rekreasi dan informasi kedalam bentuk rancangan.

- **PERMASALAHAN KHUSUS**

Bagaimana building performance dari shopping mall dapat mencerminkan diri sebagai land mark, pada pusat perdagangan di kawasan pengembangan kota baru (new town).

1.3. - TUJUAN

Menyusun konsep dasar perencanaan dan perancangan sebuah shopping mall sebagai sarana perbelanjaan, rekreasi dan informasi *one stop shopping*, melalui tiga permasalahan tersebut.

- **SASARAN**

- a. Menghasilkan rumusan mengenai klasifikasi shopping mall sesuai dengan kebutuhan.
- b. Menghasilkan rumusan mengenai sistim sirkulasi dan penataan ruang mall.
- c. Menghasilkan rumusan mengenai building performance yang dapat dijadikan sebagai land mark pada

pusat perbelanjaan di kawasan pengembangan kota baru Cilacap.

1.4. LINGKUP PEMBAHASAN

- a. Orientasinya mengarah pada faktor-faktor yang berkaitan dengan latar belakang permasalahan, yaitu bagaimana sirkulasi dan penataan ruang mall yang dapat mewadahi tiga kegiatan yang berbeda.
- b. Pembahasan mengenai shopping mall sendiri merupakan analisa synthesis yang dibatasi oleh ketiga permasalahan tersebut.

1.5. METODOLOGI

a. METODE PEMBAHASAN

Metode pembahasan yang digunakan adalah metode deskriptif yang dilakukan dengan pengumpulan data-data sekunder dan primer yang kemudian digunakan untuk menganalisa guna mendapatkan kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

a.1. Metode pembahasan fasilitas.

Metode pembahasan yang membahas pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi di Cilacap melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- Study fungsi.
- Program kegiatan.
- Besaran ruang.
- Penataan ruang.

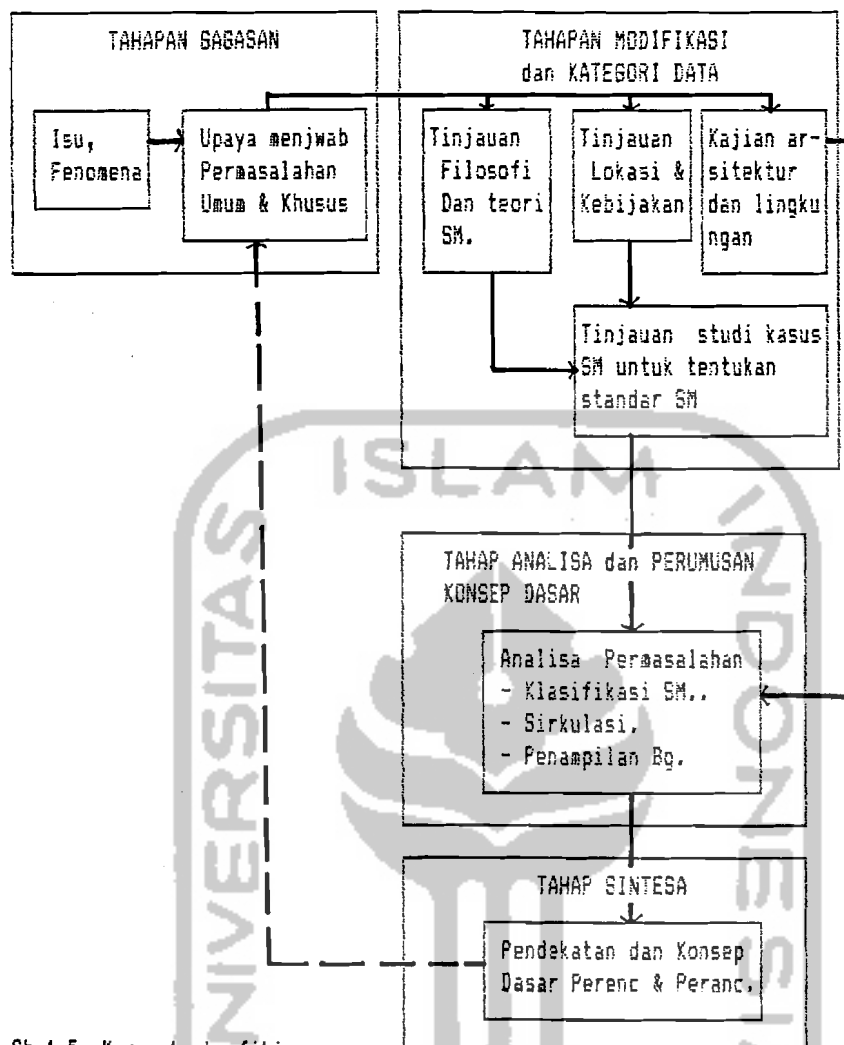
a.2. Metode pembahasan building performance.

- Metode pembahasan yang membahas karakter berdasarkan atas filosofi mall dari filosofi pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi, yang secara kualitatif diturunkan pada karakter bentuk yang mendasari bangunan.

- Metode pembahasan yang membahas proses building performance berdasarkan filosofi mall serta teori literatur dan studi komparatif mall yang ada (fasade).



b. KERANGKA BERFIKIR



Sb.1.5. Kerangka berfikir

6. SISTIMATIKA PEMBAHASAN

Pembahasan akan diuraikan secara sistimatis melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Bab I Pendahuluan :

Merupakan bab yang berisi latar belakang permasalahan serta tujuan dan sasaran dengan suatu lingkup dan batasan pembahasan serta mengemukakan metode dan sistimatika pembahasan dan keaslian penulisan.

b. Bab II Tinjauan Umum :

Mengemukakan tinjauan umum tentang shopping mall baik sebagai pusat perbelanjaan, rekreasi maupun tinjauan mengenai wadah informasinya. serta tinjauan terhadap kondisi lokasi dan kegiatan perdagangan pada tempat-tempat perbelanjaan di kota Cilacap, berdasar karakter dan teoritisnya.

c. Bab III Analisa :

Mengungkapkan analisa mall yang ideal berdasarkan permasalahan-permasalahan umum dan khusus yang ada tentang mall itu sendiri dan penataan ruang serta wujud fisik bangunannya, kemudian menyimpulkannya sebagai hasil dari pemecahan masalah.

d. Bab IV Pendekatan dasar Perencanaan dan Perancangan :

Yang berisikan tentang dasar pertimbangan atau perhitungan sebagai dasar awal untuk perumusan konsep dasar perencanaan dan perancangan.

e. Bab V Konsep dasar Perencanaan dan Perancangan :

Mengemukakan hasil akhir berupa rumusan keputusan-keputusan konsep dasar perencanaan dan perancangan sebagai langkah awal untuk menuju ke arah transformasi disain.

7. KEASLIAN PENULISAN

Maksud dari penulisan keaslian penulisan adalah untuk menghindari adanya duplikasi dari buku-buku atau thesis

yang sudah ada dan untuk menunjukkan bahwa dalam judul yang sama terdapat penekanan yang berbeda. Dari beberapa buku thesis yang dapat dijadikan sebagai literatur dan memiliki kesamaan adalah sebagai berikut :

- a. Dalam thesis dengan judul Shopping Mall Sebagai Pusat Pebelanjaan, Rekreasi dan Informasi di Cilacap ini penekanan pembahasannya pada sirkulasi dan penataan shopping mall, serta building performance yang dapat dijadikan sebagai land mark pada pusat perdagangan kota baru (new town) di Cilacap.
- b. Dalam buku yang ditulis oleh Sianturi, A.Y, 1992, Shopping Mall di Kemayoran Jakarta Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi terpadu yang mewadahi sektor perdagangan formal dan informal, penekanan pembahasannya pada ungkapan tata ruang dalam dari suatu pusat perbelanjaan dan rekreasi di Kemayoran yang mampu menampung pedagang sektor formal dan informal, serta mencerminkan karakteristik lingkungan.
- c. Dalam buku yang ditulis oleh Dedy Rudyanto, 1995, yang berjudul Shopping Mall di Semarang, penekanan pembahasannya pada upaya pengembangan Shopping Mall sebagai pola baru suasana pusat perbelanjaan dan rekreasi untuk menambah daya tarik dan efektifitas ruang perdagangan, dan alternatif baru wadah sektor perdagangan formal dan informal di kota Semarang.