

BUILDING COMMODITIES CENTRE

LATAR BELAKANG

Kegiatan pembangunan properti di Yogyakarta semakin meningkat. Tema ini menjadi hangat di bicarakan di berbagai media, seiring dengan terbuktinya fakta di lapangan, semakin banyaknya perumahan – perumahan yang di bangun di Yogyakarta, dengan beragam ukuran, model bangunan, dengan lokasi dan fasilitas yang beragam yang di tawarkan oleh para pengembang di sektor properti. Para pengembang dengan gencar dan penuh semangat berusaha untuk mempromosikan produk yang mereka jual dengan beragam media yang tersedia, mulai dari media cetak, baliho, radio, sampai dengan pameran – pameran properti yang dia adakan secara berkala di berbagai lokasi, dan pada saat pameran, pengembang melakukan promosi dengan media stand, dan menyediakan sarana berupa brosur, maket model bangunan yang mereka jual, bahkan media audio visual.

Para pengembang yang semakin banyak melakukan pembangunan, dan semakin ketatnya persaingan, mendorong mereka untuk melakukan berbagai inovasi dalam hal design model bangunan, terbukti dengan beragamnya konsep – konsep bangunan, mulai dari konsep konvensional sampai dengan kontemporer, banyak di terapkan untuk menambah nilai jual dan meningkatkan daya saing penjualan.

• Tidak ketinggalan pula, rumah - rumah yang ada di yogya, perkantoran, dan bangunan yang bergerak di berbagai bidang usaha, mulai berani untuk mengekspresikan karakter dan eksklusifitas bangunan mereka, antara lain dengan pengolahan bentukan bangunan, mulai dari fasad , interior, pengolahan ruang, dan penggunaan material yang beragam.

Keberanian mereka untuk melakukan inovasi pada bangunan yang mereka miliki, antara lain di dorong oleh arus informasi yang semakin terbuka lebar, terutama informasi yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi untuk pengolahan di bidang material bangunan, penggunaan ragam material pada bangunan, seiring dengan tersedianya material tersebut di pasaran, dan mudahnya akses mereka untuk memperoleh produk material tersebut.

LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Semakin berkembangnya teknologi dan terbukanya arus informasi yang berkaitan dengan ragam material yang tersedia dengan berbagai fungsi dan variasi model, semakin banyaknya para pengusaha yang bergerak di bidang pengadaan produk material bangunan, mulai dari bahan dasar penyusun bangunan, material pendukung dan finishing bangunan, *house equipment*, dan berbagai *tools* yang berhubungan dengan pengolahan bangunan luar dan dalam, menjadikan pertumbuhan bangunan yang bergerak di bidang bisnis ini semakin berkembang dan meningkat. Dewasa ini, akibat arus informasi yang terbuka, konsumen cenderung berfikir kritis dan memiliki dasar pengetahuan dalam hal memilih dan membeli produk ini. Konsumen mampu memperhitungkan kebutuhan anggaran yang tepat, sesuai dengan keperluan, baik dari aspek design, kualitas, harga.

Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa di Yogyakarta, bangunan yang memfasilitasi kegiatan usaha ini masih tersebar di berbagai lokasi, tanpa adanya kejelasan akses sirkulasi hubungan antar bangunan tersebut, sehingga salah satu permasalahan yang terjadi adalah kesulitan konsumen dalam hal akses pembelian produk, di mana pemilihan jenis, fungsi, dan model produk yang beragam, juga ke efektifan waktu untuk mencapai lokasi menjadi salah satu pertimbangan.

Fakta belum adanya satu lokasi di Yogyakarta yang menjadikan satu bangunan sebagai wadah untuk menyatukan berbagai bangunan komersial yang bergerak di bisnis produk bahan bangunan ini, maka dengan latar belakang permasalahan yang berkaitan dengan kemudahan akses konsumen untuk memperoleh produk, ke efektifan dan efisiensi waktu yang akan di peroleh, dan kenyamanan konsumen untuk memperoleh, menimbang dan membandingkan berbagai produk yang tersedia, di perlukan satu *shopping centre* yang dapat mewadahi dan menggabungkan bangunan yang berfungsi tipikal ini, dengan harapan permasalahan yang timbul sebelumnya dapat di kurangi.

TINJAUAN PERBANDINGAN

Di beberapa tempat di Indonesia, telah berdiri bangunan yang memfasilitasi dan menggabungkan penjualan produk yang berkaitan dengan *building commodities*, dengan berbagai bentuk dan jenis bangunan.

1. IBCC (Istana Building Commodities Centre)

- Terletak di kota Bandung, bangunan komersil ini bila di dasarkan pada bentuk fisiknya, termasuk bangunan jenis *shopping store*, kompleks pertokoan yang terdiri dari retail-retail yang di sewakan kepada penjual / pedagang. Luasan site +/- 10.000 m².
- Menjual produk berjenis *convenience good*, yaitu produk kebutuhan yang di butuhkan secara berskala karena adanya keinginan untuk membeli.
- Jenis produk yang di jual antara lain produk peralatan teknik seperti las, pompa, gardening tools, peralatan tukang, lightning tools, electrical tools, compact tools, building automation, sound system, waterproofing items, pipe tools, berbagai macam jenis keramik, kunci, jendela, pintu, cat, gypsum, kran, shower, sistem elektronik bangunan, alarm, juga terdapat retail yang menjual produk jasa seperti biro konsultan tehnik dan arsitektur, jasa ekspedisi, *graphic design, advertising*.
- Bangunan 2 tingkat, berupa retail dengan berbagai ukuran, sebagian besar retail berukuran 3x4 m per lantai, tersedia 2 lantai tiap retail, pedagang menyewa 1 retail lantai bawah sebagai ruang display, lantai atas sebagai ruang penyimpanan produk, di hubungkan dengan tangga. Lantai atas dapat di modifikasi menjadi ruang display bila perlu.
- Untuk sirkulasi, kendaraan konsumen dapat masuk langsung dan berjalan di depan retail, dan di sediakan kantung parkir di depan

retail, sehingga memudahkan konsumen untuk langsung menuju toko yang di inginkan, membeli barang, dan langsung di letakkan ke dalam kendaraan. Tersedia loket karcis di pintu masuk kendaraan untuk setiap kendaran yang masuk ke lokasi.

- Retail di bedakan dengan zona sesuai dengan produk yang di jual, di sediakan papan informasi tiap zona, kendaraan dan konsumen mudah berputar-putar dan menentukan produk sesuai dengan zona yang di butuhnya.
- Penutup atap daerah sirkulasi kendaraan adalah rangka pipa baja lengkung dengan penutup polikarbonat.
- Tersedia jalur pedestrian lebar + /- 0.80 m di depan tiap retail.
- Terdapat kantor pengelola, kantor pemasaran retail, pos jaga, musholla dan tempat wudhu, pos tiket, ruang pelayanan.

Keterangan foto :



RUMUSAN PERMASALAHAN

Permasalahan umum :

Bagaimana merancang sebuah bangunan sebagai pusat perbelanjaan yang menjadi wadah dan pusat kesatuan dari ruang - ruang sebagai media penjualan *building commodities*.

Permasalahan khusus :

Bagaimana merancang pengaturan sistem peletakan dan penyimpanan barang pada bangunan, dalam kaitannya dengan pengaturan pola tata ruang bangunan dan ragam produk penjualan.



BAB I

SPESIFIKASI UMUM PROYEK

I.1. Judul Tugas Akhir

Building Commodities Mall

Bagaimana merancang pengaturan sistem peletakan dan penyimpanan barang pada bangunan, dalam kaitannya dengan pengaturan pola tata ruang bangunan dan ragam produk penjualan.

I.2. SPESIFIKASI BANGUNAN

I.2.1. Bangunan

Bangunan komersial berjenis *shopping mall*, massa bangunan yang mewadahi toko-toko dengan ukuran ruang yang sudah ditentukan, beserta ruang penunjang dan ruang servis, terdiri dari 3 lantai, bangunan di investasikan kepada para investor, toko di sewakan kepada para pengusaha / penjual yang ingin menjual produk mereka.

I.2.2. Fungsi Bangunan

Bangunan di fungsikan sebagai tempat penjualan produk berjenis *convenience good*, yang berkaitan dengan *house and building commodities*, berupa kelengkapan kebutuhan membangun bangunan, dengan penekanan penjualan pada produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya *house equipment* dan produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan.

Penjualan produk tersebut di fasilitasi oleh toko yang menjadi bagian dari bangunan. Selain mewadahi kegiatan di atas, beberapa toko juga memfasilitasi kegiatan penjualan produk jasa, properti, dan kegiatan penunjang lain.

I.2.3. Lokasi dan Site

Site berada di Kawasan Ring Road Barat Yogyakarta, sebelah selatan dari Perempatan Godean, sebelah utara dari pertigaan RingRoad Wirobrajan.

Dasar pemilihan lokasi :

- Luasan lahan yang mencukupi untuk di dirikannya sebuah bangunan.
- Lokasi strategis, akses dari berbagai arah mudah tercapai.
- Akses sirkulasi ke dalam site cukup menunjang untuk mendirikan bangunan komersial di dalam site.



I.2.4. Klasifikasi produk.

Produk berjenis *convenience good*, berupa produk *house and building commodities*, yaitu kelengkapan kebutuhan membangun bangunan, dengan penekanan penjualan pada produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya *house equipment* dan produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan.

Secara umum, produk di klasifikasikan menjadi :

- **Peralatan teknik dan elektrik**,
gardening tools, house tools, lightning tools, electrical tools, compact tools, building automation, sound system, waterproofing items, plumbing tools, alarm and security tools,
- **produk pendukung dan finishing bangunan**
keramik dan penutup lantai, cat, kunci, engsel, perlengkapan kloset, kran, *shower*, wastafel, parket, pintu, jendela, genteng, gypsum, *lightning item, polycarbonat,*
- **produk bangunan lain**
Glasswool, fiberglass, mortar, profil kayu, electronic tools for houses and building, furniture set, kitchen set
- **jasa dan properti**
Zona ini menjual produk jasa yang berkaitan dengan bangunan, antara lain biro konsultan tehnik, penjualan properti, advertising, interior design, jasa ekspedisi.

Selain jenis produk di atas, terdapat pula retail yang di sewakan bagi produk selain *house equipment and building commodities*, seperti *bookstore*, dan *coffe shop*.

Merk produk yang tersedia antara lain :

Produk pendukung dan finishing : *Danapaints, Kanmuri, Toto, Philips, Megaman, Mowilex, Kenari Djaya, AkzoNobel, Esenza, Impero, AM, Roman, AsiaTile, Propan, HuperOptick, sunCool, Tesa, Vohringer, Yale, Frascio, Cobia-Bacco, Llummar, Luxaflex, Mestre, Pro-Safe, Schlage, Jonite, T&J electric, Bizlink, Rubbermaid, Diamond Chairmats, SteelNova, Evergreen, Veco, Clipsal, Quantum, Elaisi, Super Milan, Crittall, weathershield, Zumtobel staff, Fleming, Marvin, Tectum, Kolbe & Kolbe, Pemko, ChicagoFauchets, Pozzi, Schott, Tiscler un Sohn,*

Produk Lainnya : *Bosch, Armourcoat, Cornell, Trimco, John Manville, sharp, primemortar, Decorflex, UltraLansur, Preciosa, Berker, Zeno, Lutron, Clipsal, Swarovski*

I.2.5. Pelaku Kegiatan dan Karakteristik

Pelaku kegiatan di bedakan menjadi :

- **Konsumen / Pengunjung / pembeli**, adalah objek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa. Konsumen sebagai pengunjung dan pembeli menginginkan memperoleh banyak pilihan barang dan kemudahan akses dalam memperolehnya. Selain itu, faktor penghawaan, sirkulasi, pencahayaan sangat berpengaruh pada kenyamanan konsumen di dalam bangunan.
- **Penyewa / Pedagang**, adalah pemakai ruang dengan menyewa dari pusat perbelanjaan untuk di gunakan sebagai tempat penjualan dan atau penyimpanan produknya. Aktivitas yang dilakukan adalah menunggu dan melayani konsumen, bongkar muat barang, menyimpan dan mengatur barang, dan sebagainya.
- **Investor**, sebagai penanam modal memberikan pelayanan dan fasilitas pada bangunan agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang di tawarkan.

- **Pengelola**, Mengelola dan mengatur operasional kegiatan di bangunan. . Pengelola sendiri terbagi menjadi beberapa bagian,
 - *General Manager* dan *Wakil Manager*
 - *Secretary*.
 - *Services Department*, tugasnya adalah menangani masalah, administrasi , pengaturan servis dan pengawasan bangunan..
 - *Marketing*, memasarkan, menangani masalah promosi dan penyewaan retail bangunan, juga masalah informasi bangunan.
 - *Akounting*, mengelola keuangan bangunan
 - *Security*, menjaga dan memelihara keamanan di lingkungan gedung pertunjukan
 - *Petugas parkir*, Menangani masalah pengaturan parkir untuk pengelola, karyawan maupun pengunjung.

I.2.6. Fasilitas Bangunan.

Di bedakan sesuai dengan jenis kegiatan, :

1. kegiatan komersial : penjualan produk utama adalah *house equipment* dan *building commodities*, ditambah dengan produk pendukung : *bookstore*, *coffe shop*, penjualan produk jasa dan properti.
2. kegiatan pengelola : kegiatan manajemen, administrasi dan kegiatan operasional
3. kegiatan servis : parkir, pos jaga, lavatory dan MEE, area bongkar muat,

I.2.7. Teknis Fungsional Toko

- Merupakan pusat perbelanjaan berjenis *shopping mall* (berdasarkan bentuk fisiknya), di mana tersedia toko - toko yang di sewakan yang tergabung dalam satu kompleks penjualan.

- Jenis tempat penjualan berupa toko, dengan ragam ukuran ruang yang di sediakan, terbagi di beberapa lantai yang telah di sediakan.

Toko di bedakan berdasarkan ragam produk yang di jual, yaitu :

1. Toko yang hanya menjual satu merek produk tertentu.
 - merek tersebut menjual ragam produk yang memiliki fungsi yang berbeda.
 - merek tersebut menjual ragam produk yang memiliki kesamaan fungsi namun dengan model atau ukuran yang berbeda.
2. Toko yang menjual berbagai produk dari merek yang berbeda.
 - produk yang memiliki kesamaan fungsi dari merek yang berbeda.
 - produk yang memiliki perbedaan fungsi dari merek yang berbeda.
3. Toko yang menjual jasa sebagai produknya.

Toko *house equipment* dan *building commodities*

Toko ini di gunakan untuk menjual produk yang berkaitan produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya peralatan teknik skala ringan, juga produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan. .

Produk ini memiliki fungsi, jenis, merek dan model yang beragam. Dengan skala variasi yang beragam, produk ini harus di tampilkan secara langsung pada pengunjung, dengan skala sampel model sebagai display visualnya. Toko mawadahi kebutuhan ini dengan kebutuhan ruang yang efektif dan efisien.

- Di perlukan pengaturan tata letak yang tepat bagi produk yang di jual di dalam Toko ini, baik dari segi peletakan display produk maupun penyimpanan produk. Hal ini mempengaruhi kenyamanan visual dan kenyamanan sirkulasi pengunjung.
- Untuk *display* produk , ada beberapa kemungkinan penyajian produk, di sesuaikan dengan cara pelayanan untuk mendapatkan produk. Karena sebagian besar tenant menggunakan pelayanan *self selection* (pembeli

memilih barang, kemudian meminta tanda transaksi dan melakukan pembayaran kepada penjual), produk di sajikan dengan pilihan media display antara lain *counter display* (bentuk almari rendah), *cases display* (bentuk almari transparan), *back fixture* (rak almari terbuka / transparan sekaligus tempat penyimpanan) , atau dengan penggunaan rak khusus yang di sesuaikan dengan produk yang bersangkutan.

- Sistem pencahayaan dan sirkulasi penghawaan, selain mempengaruhi kenyamanan pembeli dan penjual, akan menentukan kualitas, daya tahan dan karakteristik produk. Pencahayaan buatan yang tepat pada ruang display mendukung karakteristik produk yang di tampilkan. Penghawaan, baik alami maupun buatan, mempengaruhi produk yang ada di dalam retail.ada sebagian produk yang menurun kualitasnya bila terkena cahaya matahari langsung, atau kualitas udara yang terlalu lembab.
- Pada sebagian toko, penyediaan kontak listrik dengan daya yang cukup sangat di perlukan.
- Struktur bangunan yang kokoh untuk menahan beban.

Toko Penunjang

Toko di sewakan untuk jenis produk pelengkap, di mana produk ini cukup berkaitan dengan produk utama yang di jual, secara langsung maupun tidak. Bentuk produk terbagi antara produk jasa dan produk jadi.

Toko book store

- menyediakan beragam buku dengan tema yang beragam. Sebagian besar tema produk adalah yang berkaitan dengan bahan bangunan, house decoration, arsitektur, konstruksi bangunan, *interior design*, *home product*, dan tema yang saling berkaitan.
- Cara pelayanan sebagian besar *self selection*, pengaturan tata letak display dan media penyajian produk harus di selaraskan dengan besaran ruang dan sistem sirkulasi pengguna ruang.

- Bentuk dan cara penyimpanan produk ini di pengaruhi oleh penghawaan dan pencahayaan bangunan.

Produk jasa dan properti

- Toko yang di gunakan sebagai penjualan produk jasa (biro konsultan teknik, *advertising*, *interior design*), dan produk properti (penyewa adalah pengembang properti).
- Toko sebagian besar tidak berisi produk jadi yang di simpan dan di tampilkan, penyewa mengubah konsep penjualan menjadi konsep ruang kerja dan konsultasi.penggunaan *furniture set* dengan tema ruang kerja, interior yang di selaraskan dengan ritme kerja dan konsultasi, untuk produk properti, media dislay yang di gunakan biasanya maket produk properti, banner, audio video display.
- Kenyamanan ruang dalam sangat di perhatikan, berkaitan dengan akustik ruang, pencahayaan dan penghawaan. Penekanan akustik ruang lebih kepada *noise* yang muncul dari luar ruangan, yang secara langsung berpengaruh pada saat klien sedang berkonsultasi atau para calon pembeli properti yang sedang sibuk dengan media promosi. Kenyamanan pada saat klien sedang berkonsultasi juga di pengaruhi oleh sistem penghawaan. Penghawaan buatan memberi nilai lebih di sini. Pencahayaan yang tepat pada media display model properti menambah karakteristik media tersebut.

Coffe shop

- Toko yang di sewakan, di gunakan sebagai sebuah tempat yang memfasilitasi interaksi formal untuk keperluan bisnis maupun interaksi informal (perbincangan umum), atau hanya di gunakan sebagai tempat melepas lelah. Produk yang di jual adalah produk makanan dan minuman.

- Pengolahan ruang yang tepat, kenyamanan ruang sangat di tekankan, terutama kenyamanan penghawaan, karena sistem penghawaan berpengaruh langsung pada kondisi tubuh pengguna. Sistem penghawaan juga berpengaruh pada ruang yang cukup sensitive terhadap bau. Penggunaan sistem penyaluran udara yang tepat bisa membantu mengatasi permasalahan dalam ruang.
- Bentuk pelayanan lebih ke personal service, tersedia media bagi pengguna untuk menikmati layanan (meja, kursi), pengelola menggunakan media pelayanan seperti counter sekaligus kasir, tempat penyimpanan produk, tempat pengolahan produk, dan tempat pendistribusian limbah sisa produk. Peletakan media ini berpengaruh pada kenyamanan sirkulasi pengguna ruang.

