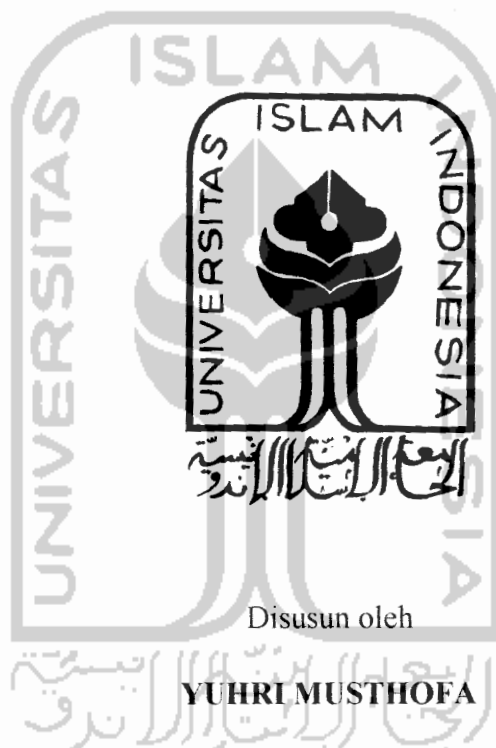


LAPORAN TUGAS AKHIR

**RE DESAIN HERO DAN EMPIRE
SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI
DI YOGYAKARTA**



Disusun oleh

YUHRI MUSTHOFA

No. Mhs : 94 340 128

NIRM : 940051013116120122

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2000**

**LEMBARAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR**

**RE DESAIN HERO DAN EMPIRE SEBAGAI
PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI
DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh

YUHRI MUSTHOFA

No. Mhs. : 94 340 128

NIRM/NIMKO : 940051013116120122

Telah disetujui dan disahkan di Yogyakarta

Pada tanggal :Maret 2000

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



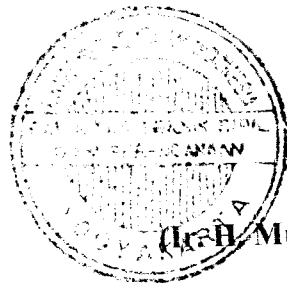
(Ir. H. Amir Adenan)



(Ir. Hastuti Saptorini.MA)

Ketua Jurusan Arsitektur

FTSP – UII



(Ir. H. Munichy B. Edrees. M.Arch)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Tiada ungkapan lebih berarti selain rasa sukur yang mendalam kehadiran Allah SWT. Oleh karena kasih dan kemurahanNya, yang telah memberi rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dalam segala keterbatasannya dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan baik.

Buku ini disusun sebagai bagian dari tahapan Tugas Akhir yang diajukan sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Arsitektur, Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia dengan judul : RE DESAIN HERO DAN EMPIRE SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI DI YOGYAKARTA.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Ir. Munichy b. Edrees, M. Art selaku ketua jurusan teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia dan civitas academica Jurusan Arsitektur.
2. Bapak Ir. Amir Adenan dan Ir. Hastuti Saptorini, MA. Selaku Dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan bimbingan, semangat dan penalaran selama tahap penulisan.
3. Ir.H. Muhammad Iftironi, selaku wali dosen, yang selalu memberi bimbingan dan dorongan semangat yang tulus.
4. Sejumlah Pihak dan instansi yang mengizinkan penulis mendapatkan data-data.
5. Kedua orang tuaku (Ayahanda dan Ibunda) tercinta, atas segala kesabaran dan doa restunya serta motifasi yang tiada henti-hentinya.
6. Adinda Muryani, yang selalu memberi motifasi tersendiri.
7. Saudara-Saudaraku yang selalu memberi semangat atau motifasi dan dukungan semangat dengan tulus dan Iklas.
8. Budiyanto beserta keluarganya, yang selalu memberikan dorongan semangat yang tulus.

9. Serta Imam Wahyudi ST, Ica ST, Ade Rianto ST, Rahman ST. Anik ST, Hendra, Armi, Yossy Oktorini, Ir. Pipit, Adi Widodo, Diana, Tin, Heni, beserta (Bapak Ibu Sarjoyo yang selalu membimbing saya selama ini), dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih semuanya, yang telah banyak membantu selama proses penulisan hingga terselesaikannya karya ini, kiranya Allah SWT sendiri yang akan membalas segala budi baik yang telah diberikan.
10. Beserta teman-teman Arsitek Angkatan '94 (FKA '94) yang selalu memberi motivasi selama bersama-sama duduk dibangku kuliah.

Akhirnya penulis berharap semoga buku ini bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

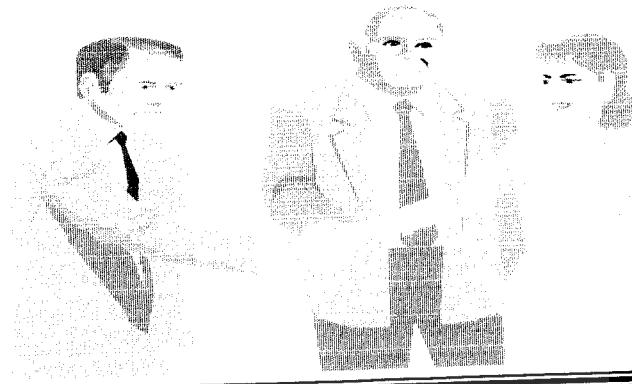
Yogyakarta, Maret 2000

Penulis

YUHRI MUSTHOFA

(94 340 128)

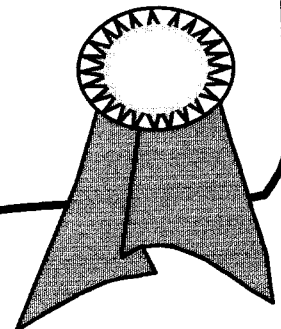




ISLAM
Lembaran Persembahan

*Karya ini kupersembahkan Khususnya Untuk
keluargaku yang kusayangi dan kucintai,
kedua orang tuaku (Ayahanda dan
Ibunda) Adinda Muryani, serta saudara-
saudaraku, yang selalu mendoakanku
selama ini.*

*Dik Nur Asiyah yang selalu memberi
motifasi dan dorangan semangat yang tak
terukur. Tiada kata yang indah yang
dapat kukatakan selain kata-kata mutiara
yang manis dan indah .*



ABSTRAKSI

Seiring dengan meningkatnya aktifitas perekonomian penduduk suatu kota, maka suatu kota tersebut dituntut untuk menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai, sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik. Mengingat perkembangan Kota pada kawasan Kotamadya Yogyakarta yang semakin pesat, khususnya pada penggalan jalan Solo Gondokusuman maka perlu adanya pengembangan fasilitas sarana dan prasarana yang bersifat rekreatif sehingga mampu menarik pengunjung yang sebesar-besarnya. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya daya tampung pusat kota (Malioboro) yang berlebihan, sehingga mengakibatkan dampak yang kurang baik / dampak negatif bagi pusat kota tersebut. Perencanaan ini bertujuan untuk memulihkan kembali keramaian pada kawasan tersebut, sebab setelah terjadinya musibah yang menimpa Hero dan Empire serta Regent maka kawasan ini tampak sepi. Hal tersebut disebabkan kurangnya fasilitas yang dapat menggantikan keberadaan Hero dan Empire serta Regent sebagai tempat untuk berbelanja sekaligus berekreasi untuk mengantisipasi terjadinya ledakan pada pusat kota tersebut maka tempat ini perlu dibangun dengan segera suatu sarana pusat perbelanjaan sekaligus sebagai tempat rekreasi.

Dalam perencanaan Pusat perbelanjaan ini dalam pelaksanaannya menerapkan prinsip gabungan yaitu menggabungkan pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi yang sekaligus memberi tempat untuk pedagang informal / kaki lima pada area perdagangan tersebut. Ini bertujuan untuk menciptakan pusat perbelanjaan yang bersifat rekreatif dan komersial. Disamping itu perlu juga diperhatikan dalam pewadahan fasilitas yang akan ditampungnya yaitu fasilitas perdagangan formal dan informal serta fasilitas rekreasi seperti bioskop, area permainan baik untuk orang dewasa maupun untuk anak-anak. Hal ini untuk mempermudah dalam perencanaannya.

Dalam hal penyelenggaraan sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi yang menempatkan pedagang kaki lima, ini dapat menjadi wahana dialok yang akan menciptakan suasana yang akrab antara penjual dan pembeli, sehingga memberikan ciri tersendiri. Disamping memberikan suasana yang akrab pedagang kaki lima ini mampu menarik pengunjung yang besar dan secara tidak langsung pedagang ini dapat memberikan keuntungan bagi pedagang formal. Analisa ini bertujuan untuk mendapatkan suatu penataan ruang yang mempunyai suasana yang rekreatif serta penampilan bangunan yang mempunyai karakteristik komersial dan modern tanpa harus meninggalkan karakter budaya setempat.

Konsep yang ingin diterapkan pada pusat perbelanjaan ini, lain dari pada pusat perbelanjaan yang berada di Yogyakarta pada umumnya, disamping itu juga menampung kegiatan perdagangan informal / pedagang kaki lima. Pada prinsipnya peletakan pedagang kaki lima ini diletakkan pada ruang luar tetapi masih didalam ruang lingkup area pusat perdagangan sebagian kecil terletak di semi basemen, dan sistem pengaturan ditentukan oleh pihak pengelola bangunan. Perbandingan pedagang formal dan informal adalah 60 % : 40 %. Sedangkan konsep pengelolaan ruang dalam pada pusat perbelanjaan tersebut dengan pertimbangan pengelolaan tata ruang dalam, melalui pengelolaan sistem sirkulasi yang rekreatif. Selain harus memenuhi fungsinya sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi di Yogyakarta, ini tidak dapat lepas dari karakteristik budaya setempat yang ada, sebab karakteristik budaya ini merupakan potensi yang perlu digali dan ditampilkan kembali pada bentuk-bentuk bangunan, supaya bangunan ini memiliki jati diri / kesinambungan nilai-nilai budaya setempat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Batasa Judul	1
1.2. Latar Belakang	1
1.2.1. Sebaran Fasilitas Perbelanjaan dan Hiburan Kota	1
1.2.2. Kebutuhan Akan Fasilitas Perbelanjaan dan Hiburan / Rekreasi	6
1.3. Permasalahan	7
1.4. Tujuan dan Sasaran	7
1.4.1. Tujuan	7
1.4.2. Sasaran	7
1.5. Lingkup Pembahasan	8
1.6. Metode Pembahasan	8
1.7. Sistematika Pembahasan	8
1.8. Telaah Keaslian Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI	
2.1. Tinjauan Pusat Perbelanjaan	11
2.1.1 pengertian Pusat perbelanjaan	11
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan	12
2.1.3. Citra Visual Arsitektur	14

2.1.3.1. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan	14
2.1.3.2. Penampilan Visual Bagi Pengunjung	15
2.1.3.3. Prilaku Pengunjung	16
2.1.4. Aktifitas Dalam Pusat Perbelanjaan	17
2.2. Tinjauan Sektor Perdagangan Formal	19
2.2.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal	19
2.2.2. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal	19
2.3. Tinjauan Sektor Perdagangan Informal	21
2.3.1. Tinjauan Historis	21
2.3.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal	22
2.3.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal	23
2.3.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal	23
2.3.5. Karakteristik Pola Kegiatan Perdagangan Kaki Lima	26
2.4. Tinjauan Kegiatan Yang Bersifat Rekreatif	27
2.4.1. Pengertian Rekreasi	27
2.4.2. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi	28
2.4.3. Pusat Perbelanjaan / Shopping Mall Sebagai Pusat Perbelanjaan	28
2.5. Tinjauan Pusat Perbelanjaan / Shopping Mall	29
2.5.1. Unsur-unsur Dalam Shopping Mall	29
2.5.2. Karakter Dasar Shopping Mall	29
2.6. Pusat Perbelanjaan / Shopping Mall Dalam Konsep Ungkapan Citra Modernitas	33

BAB III ANALISA PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI

3.1. Analisa Site	35
3.1.1. Tinjauan Kawasan	35
3.1.2. Tinjauan Site	36
3.2. Analisa Pusat Perbelanjaan Yang Bersifat Rekreatif	41

3.2.1. Analisa sektor perdagangan informal	42
3.2.2. Analisa sektor perdagangan formal	47
3.2.2.1. Penentuan Bentuk Ruang	46
3.2.2.2. Penentuan Pola Sirkulasi Pada Ruang Dalam Pusat Perbelanjaan	50
3.2.2.3. Materi Yang Diwadahi	55
3.2.2.4. Sekala Pelayanan	57
3.2.2.5. Sistem Pelayanan	59
3.2.3. Analisa Pola Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal	59
3.2.4. Kebutuha Ruang dan Besaran Ruang	65
3.2.4.1. Kebutuhan Ruang	65
3.2.4.2. Besaran Ruang	67
3.3 Analisa Organisasi Ruang	69
3.4. Penentuan Massa Bangunan	72
3.5. Penampilan Bangunan	73
3.5.1. Penampilan Visual Bangunan	73
3.5.2. Karakter Bangunan	74

BAB IV KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1. Konsep Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Yang Direncanakan	79
4.1.1. Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Yang Menggabungkan Perdagangan Formal dan Informal	79
4.1.2. Konsep Perencanaan dan Perancangan Site	80
4.1.3. Konsep Program Ruang	83
4.1.3.1. Macam dan Besaran Ruang	83
4.1.3.2. Hubungan Ruang	85
4.1.3.3. Organisasi Ruang	87
4.1.4. Konsep Pola Sirkulasi	88

4.2. Penampilan Bangunan	90
4.3. Konsep Dasar Sistem Struktur	91
4.4. Konsep Sistem Utilitas Bangunan	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



RE DESAIN HERO DAN EMPIRE 21 SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI DI YOGYAKARTA

1.1. BATASAN PENGERTIAN JUDUL

Pusat perbelanjaan

Pusat perbelanjaan merupakan wadah pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang dilakukan di waktu-waktu senggang sambil rekreasi

Rekreasi

Pengertian rekreasi menurut Butler¹ adalah sebagai berikut :

Expressed in terms of activities, recreation may be considered as any activity which is consciously performed for the sake of any reward beyond it self, which is usually engaged in during leisure, which offers man an outlet for his physical mental or creative power and in which he engaged because of inner desire not because of other compulsion. The activity becomes recreation for the individual because it elicits from him a pleasureable and satisfying response.

Dari defisini di atas maka rekreasi adalah suatu kegiatan yang secara sadar dilakukan demi ganjaran / hasil yang melebihi rekreasi itu sendiri, biasanya dilakukan pada waktu luang, menawarkan pelakunya untuk menyalurkan mental fisik atau kekuatan kreatifnya dan hal ini dilakukannya karena keinginannya sendiri bukan karena paksaan / tekanan dari luar. Kegiatan tersebut menjadi rekreasi bagi seseorang karena mendapatkan respon kesenangan dan kepuasan.

1.2. LATAR BELAKANG

1.2.1. Sebaran Fasilitas Perbelanjaan dan Hiburan Kota.

Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 1995, berpenduduk sebesar 3.152.538 jiwa. Dari tahun ketahun jumlah penduduk Yogyakarta

¹ Haryono, Wing, 1978, Pariwisata, Rekreasi dan Entertainment, Ilmu Publisher, bandung, hal. 15.

bertambah, pertambahan tiap tahunnya rata-rata sebesar 0,76 %. Terakhir pada tahun 1998 berdasarkan hasil registrasi penduduk berjumlah 3.237.628 jiwa. Sedangkan untuk Kotamadya Yogyakarta sendiri jumlah penduduk berdasarkan data yang diperoleh dari BPS pada tahun 1998 sebagai berikut : pada tahun 1996 jumlah penduduk sebesar 474.461 jiwa dan tahun 1997 sebesar 478.752 jiwa sedangkan tahun 1998 sebesar 483.760 jiwa, pertambahan penduduk tiap tahunnya sebesar 0,58%. Pada kenyataannya / berdasarkan pada realitanya penduduk Kotamadya saat ini jauh lebih besar dibanding angka dalam data menurut wilayah administratif, ini disebabkan sebagian dari kawasan DIY ini sudah melekat menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Kotamadya Yogyakarta sendiri. Daerah-daerah yang kehidupannya sudah melekat / menjadi bagian dari kawasan Kotamadya Yogyakarta sendiri adalah sebagian besar daerah Sleman dan Bantul, sebagian kecil daerah Gunung Kidul. Dengan demikian Kotamadya Yogyakarta tersebut harus mampu menyediakan fasilitas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilingkupinya. Dengan penduduk yang sekian besar, kebutuhan akan fasilitas perbelanjaan dan rekreasi kian meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi. Apalagi kota Yogyakarta merupakan kota pelajar, kota budaya serta sebagai kota wisata. Sebagai kota Wisata Budaya serta kota Pendidikan Yogyakarta termasuk kota yang sangat sering menyelenggarakan even Nasional seperti Seminar, Konvensi, serta Konferensi dan sebagainya. Oleh sebab itu kebutuhan akan fasilitas seperti tempat seminar dan sebagainya tersebut perlu dikembangkan lagi dan dapat mendukung kegiatan di dalamnya.

Ada tiga jenis perdagangan yang berkembang di kota Yogyakarta pada umumnya dan kota Kotamadya tingkat II Yogyakarta pada khususnya, yaitu *Pola perdagangan memusat (shopping sentre)*,

perdagangan pola pita (tradisional shopping street) dan pola perdagangan tunggal (free standing).

Sebagaimana di kota-kota besar umumnya, maka fasilitas belanjaan dan rekreasi tersebut, tidak bisa terpusat hanya di tengah kota saja, akan tetapi harus tersebar diberbagai daerah pengembangan kota seperti yang tecantum dalam rencana tata ruang kota. Bila kawasan pusat perbelanjaan dan rekreasi kota hanya diletakkan pada pusat kota saja (Malioboro) ini akan mengakibatkan akumulasi pergerakan kepusat kota yang berlebihan melampaui batas daya dukung lingkungan yang ada. Ini akan menyebabkan dampak negatif diberbagai sendi kehidupan kota.

Untuk mengantisipasi hal tersebut diatas maka pemerintah daerah membuat kebijaksanaan untuk mengembangkan sentral-sentral perdagangan (di dalamnya termasuk juga fasilitas perbelanjaan dan fasilitas hiburan). Ada beberapa tempat seperti ini di Yogyakarta, salah satunya ada dipenggal kawasan jalan Solo Kec. Gondokusuman.pada daerah ini memiliki peraturan tata guna lahan yang harus dipatuhi bagi semua pihak yang akan mendirikan bangunan pada kawasan tersebut, yaitu : batas izin bangunan yang dapat didirikan tidak boleh melebihi dari 32 m dan batas lantai maksumal 3 lantai serta memiliki KLB 2,6. Keberadaan fasilitas sub-sub senter ini ternyata mampu mengurangi beban kepadatan di pusat kota, sekaligus dapat meratakan penyebaran kehidupan kota Yogyakarta itu sendiri. Sebagai daerah penyebaran pusat perbelanjaan dan rekreasi, maka daerah tersebut diharapkan dapat menjadi magnet-magnet baru dengan kelengkapan fasilitas yang tidak kalah dengan pusat perbelanjaan dan rekreasi yang berada di pusat kota. Sehingga mampu juga menarik pengunjung untuk memanfaatkan sentral-sentral penyebaran daerah tersebut.

Sebagai sentral penyebaran kota sudah selayaknya harus menyediakan akan fasilitas perdagangan dan pusat rekreasi yang mewadahi. Mengingat keberadaan akan fasilitas perdagangan dan

rekreasi yang ada kurang menyukupi akan kebutuhan masyarakat kota. Maka sudah selayaknya untuk dibangun bangaunan yang mempunyai fasilitas yang lebih lengkap. Bila ditinjau dari keadaan sekarang, pusat-pusat perdagangan yang ada pada kawasan tersebut hanya menyediakan akan kebutuhan pokok saja, belum mampu menyentuh pada kebutuhan yang sifatnya rekreatif atau kebutuhan akan hiburan untuk refreasing / menyegarkan pikiran setelah menjalankan rutinitas kerja.

Disamping itu perlu dibinanya pedagang kaki lima yang merupakan bagian dari sistem perdaganganyang tumbuh seiring dengan perkembangan suatu kota dan merupakan ciri khas suatu perkotaan, terutama kota-kota besar di Indonesia. Perkembangan kota Yogyakarta sendiri sangat pesat bila ditinjau dari sektor perdagangan, maka perdagangan sektor ini perlu dibina keberadaannya. Mengingat keberadaan perdagangan kaki lima itu sendiri sangat dibuuhkan oleh sebagian kalangan masyarakat di Yogyakarta itu sendiri, maka perdagangan ini perlu dirangkul keberadaannya dengan pusat perdagangan tersebut. Walaupun keberadaan perdagangan itu sendiri sangat tidak menguntungkan pendapatan bagi pengelola secara langsung, karena membutuhkan lahan yang cukup besar dengan harga sewa yang tidak seimbang, namun secara tidak langsung mampu memberi andil aset dalam penarikan pengunjung pada pusat perdagangan tersebut. Karena pedagang kaki lima tersebut dapat memberi daya tarik tersendiri bagi masyarakat kota. Mereka bukan hanya mampu menyediakan wahanadialog dan komonikasi manusia pada saat tawar menawar antar penjual dan pembeli, melainkan juga memberi kenikmatan tersendiri dalam menikmati hidangan yang disajikan dalam berbagai macam makanan dan barang dagangan juga sebagai tempat untuk refreasing sambil jalan-jalan. Ini semua harus didukung dengan penyediaan tempat yang lebih baik dan dalam kemudahan pencapaiannya. Ini bukan tidak mungkin anima masyarakat akan meningkat untuk berbelanja di pusat

perbelanjaan tersebut. Disamping itu konsep yang ingin diterapkan pada pusat perbelanjaan tersebut lain dari pada konsep perencanaan pusat perbelanjaan yang ada di DIY itu sendiri. Disini konsep yang ingin diterapkan adalah pemaduan perdagangan formal dan informal dalam satu wadah yang rekreatif.

Setelah terjadinya musibah yang menimpa Supermarket Hero dan Bioskop Empire 21 yang mempunyai kapasitas 7 buah teater serta regent mempunyai 4 buah teater, kawasan perdagangan pada penggalan jalan Solo tersebut menjadi sepi pengunjung. Ini disebabkan fasilitas yang ada pada kawasan tersebut kurang begitu variatif, dan mereka akhirnya lari ke pusat kota (Malioboro). Sehingga pusat kota tersebut tampak sangat padat pengunjung. Sebagai gambaran nyata terlihat terjadinya ledakan pengunjung pada supermarket / Mall yang terdapat pada kawasan tersebut. Hal ini akan mengakibatkan dampak negatif. Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu adanya pembangunan pada sentral kawasan penggalan jalan solo. Pada kawasan tersebut memang sudah ada tempat perbelanjaan, tetapi tempat perbelanjaan tersebut tidak menyediakan akan tempat hiburan untuk rekreasi.

Mengingat kehidupan manusia semakin modern, warga masyarakat kota yakni para ibu rumah tangga dan keluarga serta para mahasiswa dan pelajar menuntut akan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan berbelanja. Selain itu mereka juga menghendaki akan adanya fasilitas untuk refreasing atau penyegaran pikiran setelah lelah bekerja. Hal seperti itu belum terdapat pada kawasan penggalan jalan Solo tersebut. Ditinjau dalam teori perkotaan maka disetiap sub-sub komuniti harus mempunyai fasilitas yang lengkap seperti pusat perbelanjaan dan rekreasi. Sehingga keberadaannya mampu menarik para pengunjung untuk menikmati fasilitas yang ada. Disamping itu keberadaan akan fasilitas tersebut guna menghadapi dunia perdagangan yang bebas, dimasa yang akan datang.

1.2.2. Kebutuhan Akan Fasilitas Perbelanjaan dan Hiburan / Rekreasi

Pada jaman yang semakin modern ini, disadari bahwa keberadaan akan fasilitas atau hiburan kian pesat perkembangannya. Fasilitas permainan modern seperti Time Zone, Dunia Fantasi, Kid Fun, Taman bermain dan berbagai tempat hiburan modern lainnya, diperlukan bagi masyarakat kota. Sehingga keberadaan akan fasilitas hiburan tersebut tidak saja didominasi oleh kalangan remaja dan orang dewasa saja, akan tetapi kalangan anak-anak dan orang tua pun mampu merasakan tempat hiburan yang ada. Sebagai konsekuensinya bangunan tersebut harus dikembangkan menjadi bangunan yang rekreatif, sekaligus mampu menampung sebagai wadah kegiatan perbelanjaan.

Sebagai tempat perdagangan, juga tidak menuntut kemungkinan untuk dikembangkannya menjadi pusat perbelanjaan yang modern. Nilai kehidupan modern, membuat tuntutan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan yang semakin tinggi. Dalam Dunia perdagangan misalnya, seorang konsumen tidak lagi sekedar belanja namun juga ingin menikmati suasana dan fasilitas yang ada. Sementara para pedagang pun cenderung tidak lagi sekedar menjual, melainkan juga ingin menyuguhkan suasana khusus dan kenyamanan yang menarik minat pengunjung. Disisi lain keterbatasan lahan dan tingginya nilai ruang menyebabkan orang mengupayakan efektivitas komersial.

Akibatnya sistem wadah perbelanjaan mulai bergeser. Sistem lama (Pertokoan Linier / Shopping Street dan Pasar Tradisional mulai ditinggalkan) orang mulai beralih ke bentuk pusat-pusat perbelanjaan modern, yang tidak hanya menawarkan kelengkapan dan juga kenyamanan, kemudahan serta efektivitas yang lebih tinggi. Akan tetapi menuntut akan fasilitas yang dilengkapi sarana rekreasi dan berbagai fasilitas yang modern.

1.3. PERMASALAHAN

Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi di kawasan jalan Solo Kecamatan Gondokusuman, yang dapat menampung kegiatan berbelanja dan rekreasi, dalam satu wadah yang terpadu

Permasalahan Khusus

1. Bagaimana konsep tata ruang dalam pada bangunan tersebut sehingga mampu mengungkapkan bangunan yang bersifat rekreatif bagi semua lapisan masyarakat baik golongan umur maupun golongan ekonomi.
2. Bagaimana penampilan eksterior bangunan tersebut sehingga dapat menambah daya tarik pengunjung, yang memberi karakter komersial dan modern, yang juga memberikan fasilitas bagi pedagang informal.

1.4. TUJUAN DAN SASARAN

1.4.1. TUJUAN

Tujuan dari penulisan ini untuk mencari konsep fasilitas pusat perbelanjaan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen untuk belanja dan sekaligus berekreasi disegala golongan lapisan masyarakat baik golongan umur maupun golongan ekonomi.

1.4.2. SASARAN

Sasaran yang ingin dicapai adalah perumusan perwadahan kegiatan belanja dan rekreasi, yang memiliki perumusan perancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi sebagai alternatif baru wadah sektor perdagangan sekaligus sebagai tempat rekreasi di kota Kotamadya Yogyakarta, yang memiliki sifat rekreatif sehingga mampu memberi daya tarik bagi pengunjung. Serta memiliki fasilitas yang lengkap.

1.5. LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan dibatasi dalam disiplin ilmu arsitektur serta literature yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan dan rekreasi kota. Hal yang berkaitan pada studi perencanaan arsitektur dibahas dengan pendekatan dasar logika sederhana, untuk memperkuat analisis dari sudut pandang arsitektur.

1.6. METODE PEMBAHASAN

Pembahasan menggunakan metode analisis-sintesis, yakni mengidentifikasi masalah, menganalisis variabel-variabel terkait dan pengkajian terhadap pusat-pusat perbelanjaan dan rekreasi yang sudah ada sebagai bahan referensi. Melakukan pendekatan arsitektural dan menyusun konsep perancangan sebagai transformasi penerapan pemecahan masalah.

Perolehan data primer dan data sekunder dilakukan dengan studi pustaka, studi lapangan dan studi kasus yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

1.7. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

- BAB I. Mengungkapkan latar belakang perumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan dan istematika pembahasan.
- BAB II. Mengungkapkan kajian potensi lokasi dan perkembangan pusat perbelanjaan di Yogyakarta, tinjauan teoritis dan faktual pusat perbelanjaan sebagai pusat belanja dan rekreasi, tinjauan sektor perdagangan formal dan informal, beserta sistem pewardahannya dan jenis klasifikasi karakternya.
- BAB III. Menganalisis kebutuhan (pusat perbelanjaan dan rekreasi) dan analisis komparatif perilaku pengunjung dan konsep perencanaan pusat perbelanjaan dan rekreasi terhadap pusat perbelanjaan yang ada di Indonesia, untuk memperoleh tata ruang dalam, tata ruang luar dan sirkulasi.
- BAB IV. Melakukan pendekatan perencanaan dan perancangan.
- BAB V. Menyusun konsep perencanaan dan perancangan.

1.8. KEASLIAN PENULISAN

Keaslian penulisan dimaksudkan supaya tetap terjaga keorisinilan pemikiran-pemikiran, ide-ide, serta gagasan-gagasan tentang studi tugas akhir. Di bawah ini beberapa judul yang dijadikan sebagai pembanding dari tugas akhir yang pernah diangkat.

1. Judul : Pusat Perbelanjaan di Cilacap

Oleh : RC. Suryo Hutomo / 96 / 111172 / ET / 00369

Tugas Akhir Tahun 1998 / UGM

Permasalahan Umum : Bagaimana menciptakan wadah fisik serta kebutuhan ruang bagi pusat perbelanjaan dan hiburan pada kawasan perdagangan di pusat kota sebagai fasilitas kota yang mampu menyatukan kebutuhan belanja dengan sistem belanja modern dan arena rekreasi hiburan yang merupakan fasilitas yang mampu menghidupkan kota dan alternatif baru warga penduduk kota, dikawasan tepian air sebagai daerah berpotensi yang belum termanfaat.

Permasalahan Khusus :

- Bagaimana mengolah arsitektural bangunan perbelanjaan di Cilacap yang memenuhi tuntutan bangunan komersial pada penggabungan hubungan kegiatan belanja dengan rekreasi, sebagai daya tarik komersial dan alternatif baru tempat hiburan dan rekreasi kota.
- Bagaimana mengelola citra bangunan pusat perbelanjaan di Cilacap yang dapat menambah daya tarik karakter citra kota Cilacap sebagai Bangunan Land mark.

2. Judul : Sarana Perbelanjaan, Hiburan dan Rekreasi di Jalan Braga, Bandung.

Oleh : Aria Nugrahadi / 92 / 87180 / TK / 17763

Tugas Akhir Tahun 1997 / UGM

Permasalahan Umum : Bagaimana konsep rancangan sarana perbelanjaan, hiburan dan rekreasi yang memanfaatkan karakteristik jalan Braga sebagai kawasan perdagangan bersejarah di Bandung

Permasalahan Khusus

- Bagaimana konsep rancangan bangunan sarana perbelanjaan, hiburan dan rekreasi yang mempunyai karakteristik facade dengan bangunan sekitar
- Bagaimana konsep rancangan sarana belanja, hiburan dan rekreasi yang mempunyai keterkaitan dengan pola ruang luar yang ada.

3. Judul : Pusat Perbelanjaan dan Hiburan di Cilacap
Oleh : J. Estianto Prabowo Adi / 00215 / ET / Th 1997 / UGM
Permasalahan Umum : Bagaimana menciptakan bangunan pusat perbelanjaan dan hiburan pada kawasan perdagangan dipusat kota, sebagai fasilitas yang mampu menyatukan kebutuhan belanja dan hiburan serta merupakan fasilitas yang mampu menghidupkan kota atau lingkungan setempat.
Permasalahan Khusus : Bagaimana menciptakan sirkulasi ruang dalam dan luar yang integratif dan rekreatif guna mendukung proses penikmatan kegiatan belanja dan hiburan.
4. Judul : Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Bandar Lampung
Oleh : Soni Trianto / 92 340 081 / Tugas Akhir / 1997 / UII
Permasalahan
Bagaimana konsep perancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi dikota Bandar Lampung, yang dapat menampung kegiatan perbelanjaan dan rekreasi, dalam satu wadah fasilitas terpadu, menampung sektor perdagangan formal serta informal, dan konsep Mall sebagai faktor pendekatan utama.
5. Judul : Shopping Mall di Semarang
Oleh : Dedy Rudyanto / 88 340 022 / Tugas Akhir / 1994 / UII
Permasalahan : bagaimana Shopping Mall sebagai alternatif baru sistem pusat perbelanjaan dan rekreasi dapat lebih mawadahi tuntutan kebutuhan kegiatan belanja dan rekreasi dari sistem-sistem yang ada, melalui ungkapan khas suasana ruag publik / Mallnya.

BAB II

TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI

2.1. TIJAUAN PUSAT PERBELANJAAN

2.1.1 pengertian Pusat perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah sekelompok satuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada suatu lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (operating unit), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko²

Pengertian lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang dicirikan komersial, yang melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan adalah memetik keuntungan.³

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul dan berekreasi (rileks).⁴

Dari pengertian diatas maka pusat perbelanjaan itu sendiri sudah berkonsep penggabungan antara ruang belanja dan rekreasi dengan kelengkapan fasilitas yang menunjangnya. Bertujuan memetik keuntungan oleh karena itu, segala aspek yang berhubungan dengan komersial selalu melalui proses perencanaan yang matang.

²Urban Land Institute, Shopping Centers Development Handbook, Washington, tn 1977

³ Gruen, Victor, Centers Of the Urban Enviroment : Survival of the Cities, Van Nostrand Reinhold Co, New York, th 1973

⁴ Nadine Bindington, Design for Shopping Center, th 1982

2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

A. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam tiga tingkatan yaitu :⁵

1. Pusat Perbelanjaan Lokal (*Neighborhood Center*)

Jangkauan pelayanan antara 5.000 - 40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 30.000-100.000 sq.ft. (2.787-9.290 m²). Unit terbesar berupa, *Supermarket*.

2. Pusat Perbelanjaan Distrik (*Community Centre*)

Jangkauan pelayanan antara 40.000-150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 100.000-300.000 sq.ft. (9.290-27.870 m²). Unit terbesar berupa, *Junior departement store, Supermarket* dan toko-toko.

3. Pusat Perbelanjaan Regional (Main Center)

Jangkauan pelayanan antara 150.000- 400.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 300.000-1.000.000 sq.ft. (27.870-92.990 m²). Unit terbesar berupa, *Supermarket, Junior departement store, departement store*, dan berjenis-jenis toko.

B. Berdasarkan Bentuk Fisik

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam tujuh bentuk yaitu :⁶

1. *Shopping Street* : Deretan pertokoan disepanjang sisi jalan.
2. *Shopping Centre* : Komplek pertokoan yang terdiri dari stan-stan (toko) yang disewakan / dijual.
3. *Shopping Precint* : komplek pertokoan dengan stan (toko) menghadap keruas terbuka yang bebas dari kendaraan.

⁵ Gruen, Victor, *Centers Of the Urban Envirotment : Survival of the Cities*, Van Nostrand Reinhold Co, New York, th 1973

⁶ Gruen, Victor, *Centers Of the Urban Envirotment : Survival of the Cities*, Van Nostrand Reinhold Co, New York, th 1973

4. *Departement Store* : merupakan toko yang sangat besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual macam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang-barang memiliki tata letak yang khusus, memudahkan sirkulasi dan memberi kejelasan akses. Luas lantai berkisar 10.000-20.000 m².
 5. *Supermarket* : mempunyai toko-toko yang menjual barabang-barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self-service* dan area penjualan bahan makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan. Luas lantai berkisar 1.000-2.500 m².
 6. *Departemen Store dan Supermerket* : merupakan bentuk-bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan dua jenis perbelanjaan).
 7. *Super Store* : merupakan toko satu lantai yang menjual macam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self-service*, luasnya berkisar antara 5.000-7000 m², dengan luar area penjualan minimal 2.500 m².
- C. Berdasarkan Kuantitas Barang yang Dijual
1. *Toko Grosir* : toko yang menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, dimana barang-barang tidak biasanya disimpan ditempat lain, dan yang terdapat ditoko hanya sebagai contoh saja.
 2. *Toko Eceran (Retail)* : toko yang menjual barang dalam jumlah yang relatif lebih sedikit ataupersatuan barang. Lingkup sistem retail ini lebih luas dan lebih fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko eceran akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.
- D. Berdasarkan Jenis Barang yang Dijual
1. *Convenience Store* : Toko yang menjual barang kebutuhan, dimana barang tersebut dibutuhkan secara berskala karena adanya keinginan untuk membeli.
 2. *Demand Store* : Toko menjual kebutuhan sehari-hari.

3. *Impulse Store* : Toko yang menyediakan barang sebagai penambah kenikmatan hidup. Pengelompokan barangnya berkesan / Lux.

2.1.3. Citra Visual Arsitektur

Citra suatu wadah kegiatan adalah gambaran yang terbentuk oleh persepsi pemakai terhadap karakternya (Mangunwijaya 1988, hal 31).

2.1.3.1. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan

Secara umum pusat perbelanjaan, sebagai suatu fasilitas perdagangan menuntut suatu bentuk penampilan visual yang dapat menggambarkan atau memberi informasi kepada orang-orang disekitar mengenai bentuk kegiatan yang diwadahi, sehingga dapat mengarahkan orang disekitarnya untuk datang dan membeli suatu jenis kebutuhan pada fasilitas perdagangan tersebut.

Penampilan suatu wajah komersial pada suatu fasilitas perdagangan mengandung beberapa sifat (Hoytc 1978, hal 1) :

- a. Clarity (kejelasan), adalah sifat dari penampilan visual yang dapat menunjukkan gambaran mengenai fungsi dari fasilitas tersebut.
- b. Boldness, adalah sifat visual yang menunjukkan kesan menonjol dari fasilitas perdagangan tersebut dalam usahanya menarik perhatian dari pembeli.
- c. Intimacy (keakraban), adalah sifat penampilan visual yang dapat menunjukkan penampilan visual yang manusiawi.
- d. Flexibility (fleksibilitas), adalah suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra, dan alih waktu serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapatkannya.
- e. Complexity (kompleksitas), adalah suatu citra yang tidak monoton.
- f. Efficiency (efisiensi), adalah suatu citra pengguna yang optimal dari setiap jengkal ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan.
- g. Investiveness (kebaruan), adalah suatu citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

Dari beberapa sifat wajah komersial fasilitas perdagangan yang intinya mengarah ke aspek kegiatan promosi, dapat merupakan alat keseimbangan dalam mempertahankan kekhasan budaya, yaitu keseimbangan antara pola dan corak penampilan visual yang menekan aspek promosi dengan pola dan corak penampilan visual pada kesesuaian dengan kekhasan arsitektur modern.

2.1.3.2. Penampilan Visual Bagi Pengunjung

Untuk memenuhi Kebutuhan, pengunjung cenderung melakukan aktifitas, baik untuk belanja, rekreasi ataupun bersosialisasi. Citra penampilan bangunan dapat menjadi beberapa faktor dasar dalam pergerakan tersebut (John Ormsbee 1961, hal 22) antara lain :

- a. faktor pendorong, yaitu kecenderungan pengunjung untuk bergerak menuju suatu yang memikat, suatu perubahan yang lain (dinamis, rekreatif dan leluasa) menuju tempat yang kontras, suatu yang aktual, menuju tempat kebutuhan manusia atau adanya kegiatan yang menarik.
- b. Faktor penghambat, yaitu kecenderungan pengunjung untuk melambatkan gerak dan berhenti yang disebabkan lelah dalam pengamatan, rintihan fisik, karena suatu tuntutan dan bahaya.
- c. Faktor pengarah, kecenderungan pengunjung mengikuti arah yang dibentuk secara halus dengan gubahan dari bentuk-bentuk struktural dan alami, simbol / lambang dan warna serta skala, jalur yang dinamis dan pola sirkulasinya.
- d. Faktor perangsang, untuk kecenderungan pengunjung yang terangsang untuk beristirahat dengan terlibat keadaan tanpa tujuan, ingin mendapatkan privacy dari fungsi yang ada baik struktur maupun alami untuk berkonsentrasi dalam pemenuhan kebutuhan jasmani, makan dan minum.

Faktor-faktor tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi penampila visual suatu fasilitas komersial untuk mempengaruhi pengunjung menuju bangunan untuk melakukan kegiatan. Kontak visual secara langsung dengan pengunjung untuk menarik perhatian adalah dengan penampilan bangunan.

2.1.3.3. Prilaku Pengunjung

Pusat perbelanjaan sebagai fasilitas komersial berusaha untuk menarik sebanyak-banyaknya pengunjung melakukan kegiatan didalam bangunan. Ada beberapa golongan konsumen berdasarkan orientasi, pilihan barang dan tempat serta daya beli konsumen, yaitu (anwar 1988, hal 43) :

a. Pengunjung tradisional

Bagi kelompok ini, berbelanja merupakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagai sarana interaksi sosial. Dalam berbelanja, mereka mementingkan kuantitas dengan harga murah dari pada kualitasnya. Pengunjung seperti ini tetap ada di daerah pertokoan dan terutama dipedesaan. Tempat bagi kelompok ini yang sederhana dan bebas berinteraksi dengan sesama pembeli atau penjual termasuk tawar menawar.

b. Pengunjung modern

Bagi kelompok ini, berbelanja bukan saja merupakan membeli sesuatu, tetapi juga untuk kebutuhan aktualitas diri. Mereka lebih menyukai barang dengan kualitas tinggi walaupun harganya mahal. Tempat bagi mereka berbentuk modern, eksklusif dan lengkap. Disamping itu mereka juga membutuhkan tempat sarana untuk ajang rekreasi atau hiburan. Pengunjung seperti ini banyak berada dikota-kota besar.

c. Pengunjung transisi

Kelompok ini adalah peralihan antar pengunjung modern dan tradisional, dengan sifat gubahan antara keduanya. Pengunjung seperti ini akan tetap ada dikota besar maupun kecil. Tempat bagi kelompok ini dengan sistem modern dan lengkap tetapi tidak eksklusif dan glamour.

d. pengunjung wisatawan

Bagi kelompok ini, berbelanja pada suatu tempat perbelanjaan adalah musiman. Pada saat liburan ketujuan wisata, maka mereka baru berbelanja. Dalam berbelanja mereka mencari barang khas daerah tersebut, yang tidak melihat harga dan kualitas barang tersebut. Pusat perbelanjaan yang

dikunjungi dapat merupakan fasilitas rekreasi selain tempat wisata sebagai tujuan utama.

2.1.4. Aktifitas Dalam Pusat Perbelanjaan

A. Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan dapat dibedakan atas :

1. Konsumen / Pengunjung / Pembeli

Konsumen adalah objek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat sosial ekonominya, semakin tinggi pula tuntutan kualitas pelayanan kebutuhannya. Pengunjung sebagai calon konsumen menginginkan memperoleh banyak pilihan barang, pelayanan maksimal dalam transaksi maupun parkir, serta kenikmatan suasana yang menyenangkan dari penampilan ruang dan bangunan.

2. Penyewa / Pedagang

Pemakai ruang dengan menyewa atau membelinya dari pusat perbelanjaan untuk digunakan sebagai tempat barang-barang dagangannya kepada konsumen. Aktivitas yang dilakukannya adalah menunggu dan melayani konsumen, bongkar muat barang, menyimpan dan mengatur barang dan sebagainya.

3. Investor

Investor sebagai penanam modal terbesar memberikan pelayanan dan fasilitas yang memadai agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang ditawarkan.

4. Supplier

Pengisi barang yang diperlukan pedagang.

B. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang memadai dalam kegiatan pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan jual beli yang meliputi
 - Kegiatan pergerakan
 - Kegiatan penyajian barang
 - Kegiatan pelayanan
 - Kegiatan promosi
 2. Kegiatan rekreasi
 - Kegiatan hiburan / pertunjukan
 - Kegiatan permainan
 3. Kegiatan pengadaan barang yang meliputi :
 - Dropping (bongkar muat), distribusi barang
 - Kegiatan penyimpanan
 4. Kegiatan pengelolaan yang meliputi :
 - Kegiatan manajemen
 - Kegiatan operasional
 5. Kegiatan service yang meliputi :
 - Kegiatan pemeliharaan kebersihan
 - Kegiatan pemeliharaan dan perawatan
 - Kegiatan parkir
- C. Sifat kegiatan

Untuk kegiatan jual beli dapat dibedakan dalam sifat dinamis dan terbatas. Sifat dinamis yaitu suasana yang ramai karena adanya aliran pengunjung dalam memilih barang yang akan dibeli, sedangkan sifat terbatas berarti terdapat adanya pembatasan. Walaupun semua orang bisa terlibat dalam kegiatan tersebut, tetapi hanya kalangan ekonomi tertentu yang mau melakukan dan mampu melakukannya.

Sifat kegiatan promosi yaitu diorientasikan pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang. Orientasi daya tarik lebih mengarah pada aspek visual dan penampakan barang yang langsung ditangkap oleh pengunjung. Sedangkan

orientasi daya saing barang lebih mengarahkan pada aspek harga dan mutu serta pelayanannya.

Sifat kegiatan rekreasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu sifat non formal dan sifat dinamis. Sifat non formal terjadi pada pengunjung yang datang untuk melakukan kegiatan utama. Sifat kegiatan rekreasi yang dinamis yaitu adanya pergerakan pengunjung yang terus mengalir dari tempat yang satu ketempat yang lain.

2.2. TINJAUAN SEKTOR PERDAGANGAN FORMAL

2.2.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal

Perdagangan sektor formal adalah kegiatan jual beli dilakukan oleh pedagang yang menyewa atau membeli ruangan pada pusat perbelanjaan yang disediakan investor, untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya. Pedagang formal yang menyewa ruang sebagai tempat untuk berjualan biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

2.2.2. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal

A. Jenis Materi Perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya, materi perdagangan dipusat perbelanjaan / sektoer perdagangan formal dapat dikelompokan menjadi 3 yaitu :

1. Demand Goods :

Barang-baranga pokok yang dibutuhkan sehari-hari.

2. Convinience Goods :

Barang kebutuhan standar, perlu tetapi tidak pokok seperti pakaian, perkakas rumah dan sebagainya.

3. Impuls Goods :

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks, yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misalnya : Kalung, gelang, jam tangan, minyak wangi dan sebagainya.

B. Cara Penyajian Materi Perdagangan

Beberapa kemungkinan penyajian barang pada pusat perbelanjaan modern adalah sebagai berikut :

1. Table Fixture : bentuk meja yang menerus.
2. Counter Fixture : bentuk almari rendah.
3. Cases Fixture : bentuk almari transparan.
4. box Fixture : Kotak-kotak terbuka.
5. Back Fixture : Rak-rak almari terbuka / transparan yang sekaligus sebagai penyimpanan.
6. Hanging Case : Lemari penggantung.
7. Etalase : jendela peraga yang penyajian barangnya di luar toko, berfungsi sebagai alat promosi.

Tidak semua bentuk penyajian diatas digunakan pada setiap toko, hanya beberapa bagian yang sesuai dengan barang yang dijual dan disusun berdasarkan susunan yang dikehendaki. Lain halnya dengan toko-toko besar yang menjual barang-barang lengkap seperti departemen store, kemungkinan penyajian barang tersebut digunakan seluruhnya mengingat jenis barang yang dijual sangat variatif.

C. sifat Materi Perdagangan.

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik barang, yang dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Bersih, meliputi barang dan tempatnya
2. Tidak berbau.
3. Padat, paling tidak wadah luarnya.
4. Kering, sedangkan yang basah dilakukan pengemasan khusus.

5. Tahan lama (tidak mudah busuk).

D. Cara Pelayanan Untuk Mendapatkan Materi Perdagangan

1. Personal Service

Pembeli dilayani oleh pramuniaga dibelakang conter, biasanya untuk barang-barang mahal dan eksklusif.

2. Self Selection

Pembeli memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan tanda pembeli dan sekaligus kwitansi untuk membayar.

3. Self Service

Pembeli dengan membawa keranjang atau trolley, memilih barang kemudian dibawa kekasir untuk dibayar.

2.3. TINJAUAN SEKTOR PERDAGANGAN INFORMAL

Negara-negara berkembang di samping memiliki sektor ekonomi primer dan sekunder (berfungsi menghasilkan produk material) juga memiliki sektor tersier. Sektor tersier mengarahkan diri ke pelayanan atau pemberian jasa dalam arti seluas-luasnya. Sektor tersier ini umumnya terdiri dari kaum pendatang pedagang eceran dan jasa seperti pedagang kaki lima, pedagang asongan, penjual makanan yang ecapkali tak terdaftar, tak tersentuh oleh peraturan resmi dari penguasa; disebut sektor informal.

2.3.1. Tinjauan Historis

Kaki lima atau jalur pejalan kaki sudah dikenal sejak dulu. Di jaman penjajahan inggris di Indonesia tahun 1811-1816, Gubernur Raffles menyatakan bahwa lima kaki di sebelah kiri dan kanan dari as jalan raya ditetapkan menjadi jalur untuk orang-orang yang berjalan kaki. Jadi istilah kaki lima berasal dari kata "Lima Kaki (5 feet)" yang merupakan batasan lebar jalur pejalan kaki pada saat itu. Ukuran lima kaki ini kurang lebih sama dengan 1 ½ meter. Terjadinya pembalikan kata menjadi kaki lima

hingga sekarang belum diketahui, tapi kaki lima dalam pengertian sehari-hari adalah tepi jalan raya yang digunakan sebagai tempat berjalan kaki, berdagang.

Pemerintah Belanda pada permulaan abad ke 20 memperbolehkan orang berjualan di tepi-tepi jalan. Tentu saja hal ini dibuat mengingat situasi kependudukan yang memungkinkan saat itu.

Dengan berkembangnya kota-kota menjadi kota besar, bahkan menjadi kota besar seperti Daerah Istimewa Yogyakarta. Tetapi usaha kota-kota besar untuk menertipkan keadaan kaki lima ini harus disertai usaha menciptakan suatu suasana yang lebih baik, suatu suasana yang lebih "human" dimana pejalan kaki merasakan suatu rasa aman, nyaman dan ramah dari sesama pejalan kaki lainnya dan dari mereka yang berkumpul di sekitar kaki lima tersebut.

2.3.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal

Suatu sektor kegiatan ekonomi marginal (kecil-kecilan) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (Suetjipto W, 1985)⁷

- a. Pola-pola kegiatannya tidak teratur, baik dalam arti waktu, permodalan, maupun penerimaannya.
- b. Kurang tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan pemerintah.
- c. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzetnya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian.
- d. Umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanen dan terpisah dari tempat tinggalnya.
- e. Tidak mempunyai keterkaitan dengan usaha lain yang besar.
- f. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah.
- g. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luwes bisa menyerap bermacam-macam tingkat pendidikan tenaga kerja.

⁷Daldjoeni, M Geografi Kota dan Desa, Alumni, Bandung, 1988, h. 35

- h. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan tenaga kerja yang sedikit dan dari lingkungan hubungan kenalan/berasal dari daerah yang sama.
- i. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan.

Seperti yang tersebut ciri-ciri diatas, pedagang kaki lima (PKL) dapat didefinisikan sebagai berikut (Daldjoeni, 1987) :

“Pedagang kaki lima adalah mereka yang di dalam usahanya menggunakan sarana dan atau perlengkapan yang mudah dibongkar pasang/dipindahkan serta mempergunakan bagian jalan / trotoar, tempat-tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan bagi usaha, atau tempat lain yang bukan miliknya”.

2.3.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal

a. Menetap

Sektor ini memerlukan suatu tempat yang sifatnya “statis” untuk tempat usahanya, tempat penjualannya berupa permanen dan semipermanen, misal: warung makan penjual barang produksi dan kerajinan. Mereka biasanya membuat tempat dagang yang permanen dan semi permanen seperti terbuat dari tenda-tenda, payung atau membawa rak-rak barang.

b. Bergerak

Dalam melakukan kegiatan usahanya, biasanya berkeliling dalam suatu kawasan; misal: penjual makanan keliling, pedagang asongan, penjual jasa. Mereka biasanya memiliki gerobak atau “dipanggul”.

2.3.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal

A. Jenis materi perdagangan

Berdasar tingkat kebutuhan pemakainya dapat dibedakan :

1. Demand goods :

Barang kebutuhan primer pokok yang dibutuhkan setiap hari.

2. Convenience goods :

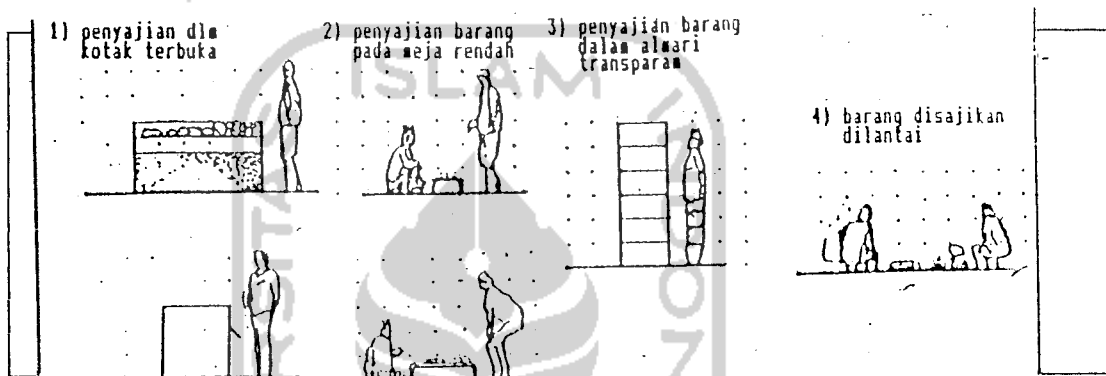
Barang kebutuhan sekunder, perlu tapi tidak pokok dan tidak dibutuhkan setiap hari, misal: pakaian, perkakas rumah dan sebagainya.

B. Cara penyajian barang perdagangan

Berdasarkan materi barang terdapat beberapa kemungkinan cara penyajian :

1. Pedagang tetap

- Penyajian dalam kotak terbuka
- Penyajian barang pada meja rendah
- Penyajian barang dalam almari transparan
- Barang disajikan di lantai

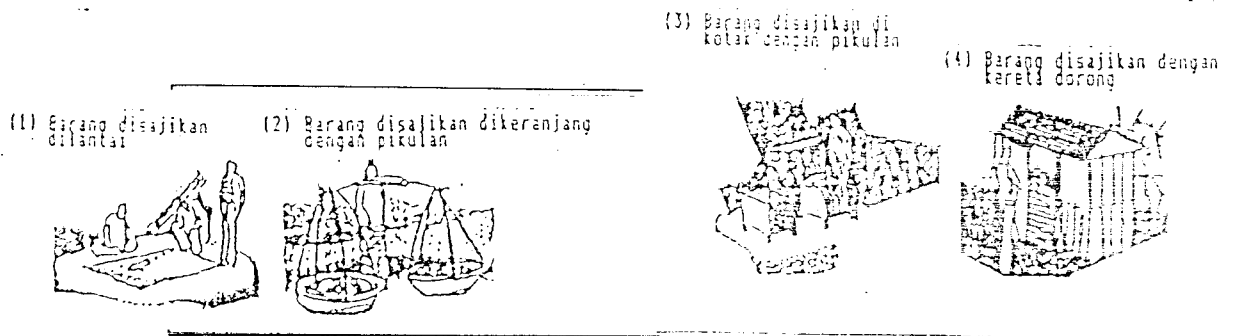


Gambar 2.1 : Penyajian oleh Pedagang Tetap
Sumber : Pengamatan

2. Pedagang tidak tetap

- Barang disajikan di lantai
- Barang disajikan di keranjang dengan pikulan
- Barang disajikan di kotak, almari kayu / bambu dengan pikulan
- Barang disajikan dengan kereta dorong dan lain-lain

Penyajian barang pada pedagang tidak tetap umumnya lebih sederhana dari pedagang tetap. Prinsip penyajian barang pada pedagang ini adalah kemudahan untuk diangkut atau dipindahkan.



Gambar 2.2. Penyajian barang oleh Pedagang Tidak tetap
Sumber : Pengamatan

C. Sifat materi perdagangan

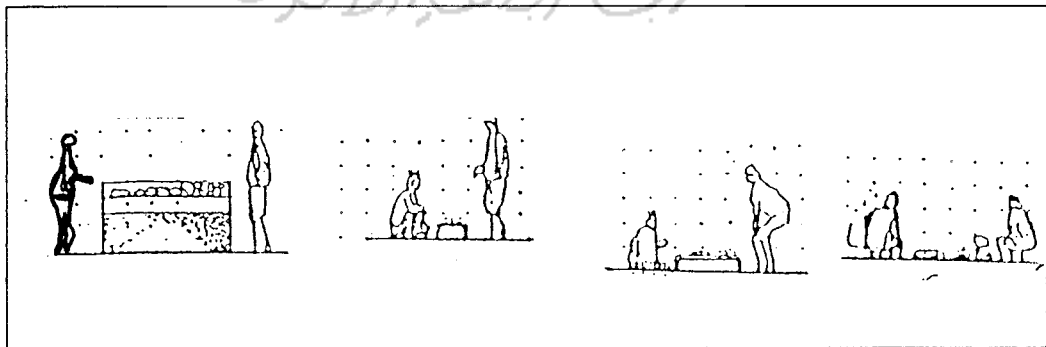
Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung didalamnya, meliputi :

1. Barang bersih hingga barang kotor
2. Barang basah hingga barang kering
3. Barang tidak tahan lama hingga barang tahan lama
4. Barang berbau hingga barang tak berbau
5. Barang cair hingga barang padat

D. Cara penyajian untuk mendapatkan materi perdagangan

Pelayanan jual beli pada perdagangan informal ini antara lain :

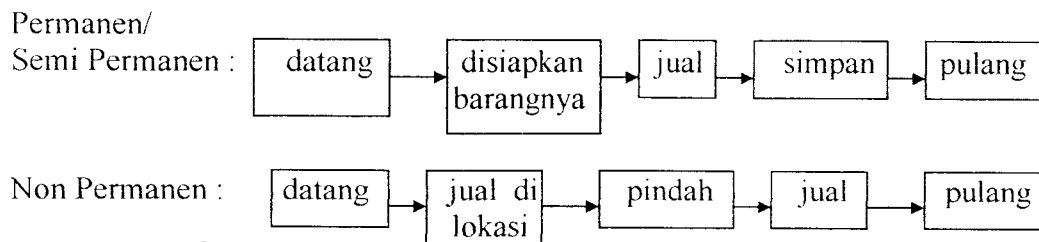
1. Pedagang berdiri pengunjung berdiri
2. Pedagang berdiri pengunjung duduk
3. Pedagang duduk pengunjung berdiri
4. Pedagang duduk pengunjung duduk



Gambar 2.3. Pelayanan Jual Beli Sektor Perdagangan Informal
Sumber : Pengamatan

2.3.5. Karakteristik Pola Kegiatan Perdagangan Kaki Lima

Berdasarkan pengamatan pola kegiatan pedagang kaki lima secara umum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.4. Pola Kegiatan Perdagangan Kaki Lima
Sumber : Pengamatan

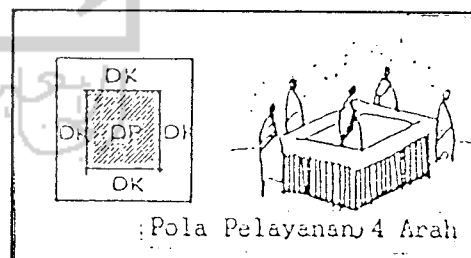
Pada dasarnya memang ada perbedaan karakteristik antara pedagang permanen/semi permanen dengan non permanen :

- Pedagang permanen/semi permanen punya pola relatif tetap, cenderung pasif, tapi membutuhkan ruang yang cukup besar untuk aktifitasnya.
- Pedagang non permanen umumnya punya pola berpindah, cenderung aktif, namun membutuhkan ruang relatif sedikit untuk aktifitasnya.

Berdasarkan kegiatan, pola pelayanan pedagang kaki lima dapat dibedakan 4 :

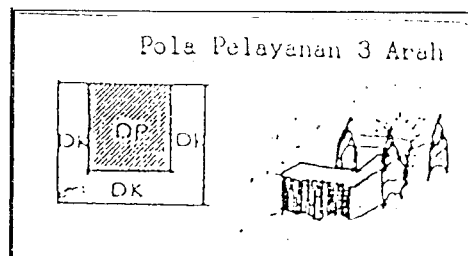
1. Pola pelayanan 4 arah

- Daya tampung konsumen paling besar
- Kontrol paling sedikit
- Butuh ruang paling luas
- ruang gerak penjual terbatas/sulit



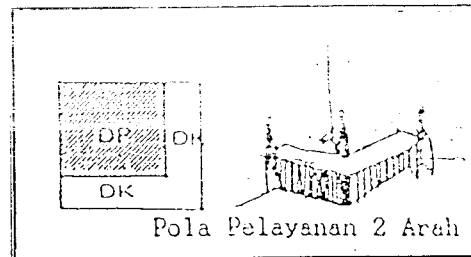
2. Pola pelayanan 3 arah

- Daya tampung konsumen besar
- Kontrol terhadap pembeli agak mudah
- Butuh ruang besar
- ruang gerak penjual mudah



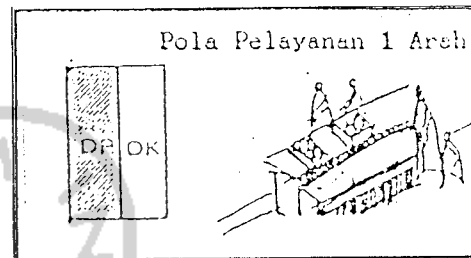
3. Pola pelayanan 2 arah

- Daya tampung konsumen lebih kecil
- Kontrol mudah
- Butuh ruang agak besar
- Ruang gerak penjual lebih mudah



4. Pola pelayanan 1 arah

- Daya tampung paling kecil
- Kontrol terhadap pembeli paling mudah
- besaran ruang paing kecil
- ruang gerak penjual paling bebas



(Catatan : DP=Daerah Pelayanan; DK=Daerah Konsumen)

Gambar 2.3 : Pola pelayanan

Sumber : Pengamatan

2.4. TINJAUAN KEGIATAN YANG BERSIFAT REKREATIF

2.4.1. Pengertian Rekreasi

Rekreasi berasal dari bahasa inggris “re-creat” yang berarti bersenang-senang / menciptakan kembali; maksudnya adalah menciptakan suasana baru dan cocok untuk melaksanakan tugas seperti sedia kala, setelah bekerja keras, baik secara fisik atau mental. Definisi rekreasi dalam kamus oxford adalah : the action or fact of being recreated by some plesant occupation, past time or amusement”, yang artinya aksi atau fakta yang digambarkan oleh beberapa tindaaka menyenangkan, waktu lalu atau hiburan.

Jadi rekreasi adalah menciptakan suasana yang menyenangkan untuk refresing / bersenang-senang yang dilakukan pada waktu luang setelah melakukan aktifitas kerja.

2.4.2. Klasifikasi Kegiatan Yang Bersifat Rekeatif

A. Berdasarkan sifat kegiatannya

1. Gelar pertunjukan : seni tari, musik dan sebagainya
2. Entertainmen (kesukaan) : restaurant, small restaurant, (kafetaria), snack bar.
3. Amusement (kesenangan) : theatre, night club, art gallery, ball room, concert, dsb
4. Recreation (bermain / hiburan) : bowling, biliard, zoo park (taman marga satwa), pin ball (permainan ketangkasan), dan sebagainya.
5. Relaxation (santai) : city court (taman kota), swimming pool (kolam renang), jeaside youth club, cottage beach, dan sebagainya.

B. Berdasarkan jenis kegiatan

1. Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti renang, golf, senam bowling dan sebagainya.
2. Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerak fisik seperti nonton bioskop, konser dan sebagainya.

C. Berdasarkan pola kegiatannya

1. massal : pertunjukan film, konser, drama dan lain-lain.
2. Kelompok kecil : billiard.
3. Perorangan : bowling, pin ball.

D. Berdasarkan waktu kegiatan

1. pagi hari : jalan-jalan di taman.
2. Pagi / Siang / Malam : bioskop, billiard, bowling.
3. Malam hari : night club, disco, dan lain-lain.

2.4.3. Pusat Perbelanjaan / Shopping Mall Sebagai Pusat Perbelanjaan

Pengertian malll pada mulanya adalah suatu area bisnis kota yang lebih ditujukan pada pejalan kaki dengan dilayani oleh sistem angkutan umu, maksudnya untuk mengurangi kendala transportasi. Pada mall tersebut biasanya terdapat fasilitas-fasilitas seperti pusat permainan, konser, pameran pakaian, pameran bung, pameran elektronik, konser musik dan lain-lain. Sehingga fasilitas-fasilitas itu akan menjadi

sarana rekreasi disela orang-orang berbelanja.⁸ Pada perkembangannya khususnya di Indonesia mall tersebut bukan hanya sekedar tempat berekreasi dan berbelanja saja melainkan sudah menjadi tempat mangkal dan kadang-kadang orang ke mall hanya untuk bersantai-santai / berjalan-jalan untuk refreasing, baik untuk mengisi waktu senggang atau secara sengaja.

2.5. TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN / SHOPPING MALL

2.5.1. Unsur-unsur Dalam Shopping Mall

Shopping mall merupakan gambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen :⁹

1. Anchor (magnet)
Merupakan transformasi dari “nodes” dapat pula berfungsi sebagai land mark perwujudannya berupa plaza dalam shopping mall.
2. Secondary Anchor (magnet sekunder)
Merupakan tranformasi dari “ districts” perwujudan berupa toko-toko pengecer, retail store, supermarket, super store, dan bioskop.
3. Street Mall
Merupakan transformasi “paths” perwujudan berupa pendistrian yang menghubungkanmagnet-magnet.
4. Lanscaping (pertamanan)
Merupakan transformasi dari “edges” sebagai pembatas pusat perkotaan ditempat-tempat luar.

2.5.2. Karakter Dasar Shopping Mall

A. Standar Shopping Mall

Shopping mall mempunyai karakteristik antara lain :

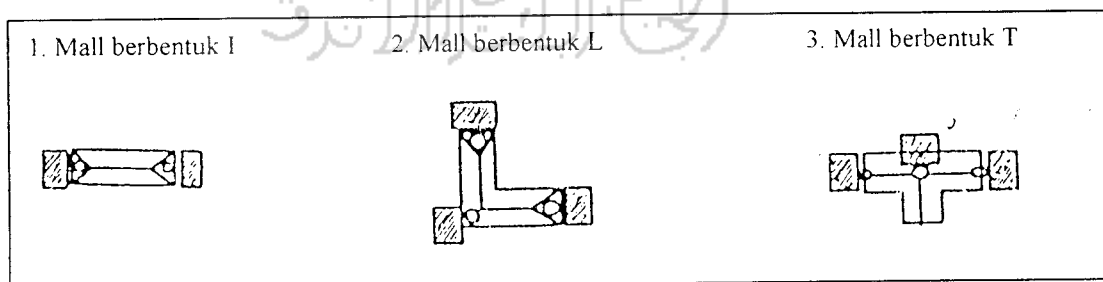
⁸ Rubenstein, Harvey, M, Central City Mall, 1978

⁹ Rubenstein, Harvey, M, Central City Mall, 1978

- Koridar : tunggal
- Lebar Koridor : 8 - 16 meter
- Lantai : maksimal 3 lantai
- Parkir : mengelilingi bangunan
- Pintu Masuk : dapat dicapai dari segala arah
- Atrium : disepanjang koridor
- Magnet (anchor) : di setiap akhir koridor (hubungan horizontal)
- Jarak antara magnet : 100 - 200 meter

B. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi sukses tidaknya suatu mall adalah tata letak dan dimensi shopping mall. Di Negara Amerika Serikat umumnya menggunakan tata letak ruang / bentuk bangunan yang sederhana seperti bentuk huruf "I, T dan L"¹⁰. Hal ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko / tempat yang ditujunya. Bentuk mall yang paralel (double corridor) atau tata letak berbentuk kompleks lainnya umumnya kurang sukses, dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang. Contoh shopping mall yang sukses dengan tata letak sederhana antara lain: (1) Explanade Oxnard, California dengan mall berbentuk I, (2) Yorkdale, Toronto dengan mall berbentuk L, (3) Franklin Park Mall, toledo, Ohio dengan mall berbentuk T.

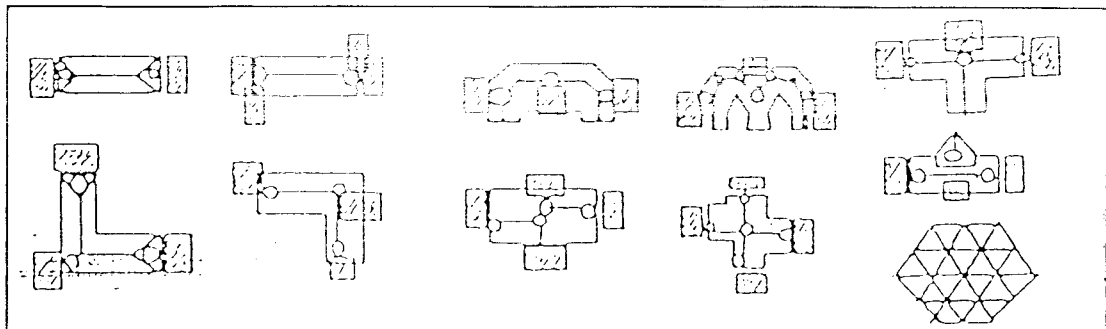


Gambar 2.4 : Bentuk-bentuk mall yang berhasil pada umumnya.

Sumber : Maithland, Bary, 1987, Shopping Mall, Planning and Design.

¹⁰ Frics, Northen and haskoll, M, Shopping Senters, 1977

Gambar berikut adalah beberapa contoh tata letak shopping mall :



Gambar 2.5 : Tata letak Shopping Mall

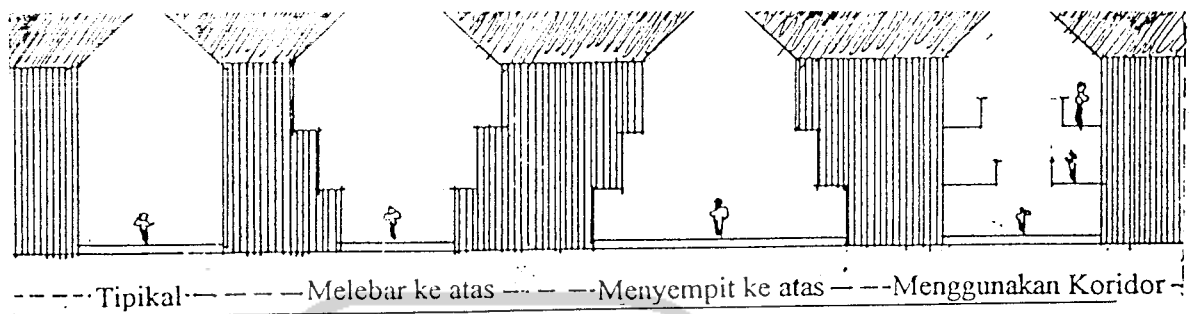
Sumber : Majalah Asri No. 85, 1990

Untuk dimensi mall, tidak ada kriteria mengenai panjang maksimalnya. Tetapi berdasarkan penyelidikan di AS, panjang mall minimal 180 meter dan maksimal 240 meter.¹¹ Ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, pada prinsipnya mall tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan keujung mall. Untuk mengantisipasi hal tersebut dan untuk mencapai tujuan setiap outlet mempunyai akses sama terhadap pengunjung, maka diperlukan adanya anchor pada tempat-tempat tertentu, jarak antara anchor $\pm 100 - 200$ meter. Anchor itu dapat berupa square, courts, food court, atau tempat-tempat santai lain yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan. Anchor-anchor seperti tersebut diatas harus memperhatikan total area mewadahi keluberan (termasuk court dan square) minimal 10% dari total luas lantai.

Shopping mall cenderung horizontal. Sudah menjadi kepastian takaran takaran arsitektur seperti proporsi, skala, simetris, balance dan dimensi diterapkan pada fisik bangunan karena selain mempunyai pengaruh fisik juga berefek psikologis yang akan menentukan berhasil tidaknya desain. Merujuk dari teori “visual stop” yaitu jika pembeli tidak terjerat maka dia lewat begitu saja. Yang maksudnya adalah bagaimana aliran pengunjung dapat diarahkan sehingga mereka tidak hanya lewat

¹¹ Frics, Northen and Haskoll, M, Shopping Centers, 1977

bigitu saja tetapi terdorong untuk melihat kedalan uotlet yang mereka lewati. Hal ini sangat berpengaruh oleh hal-hal seperti tersebut diatas.¹²



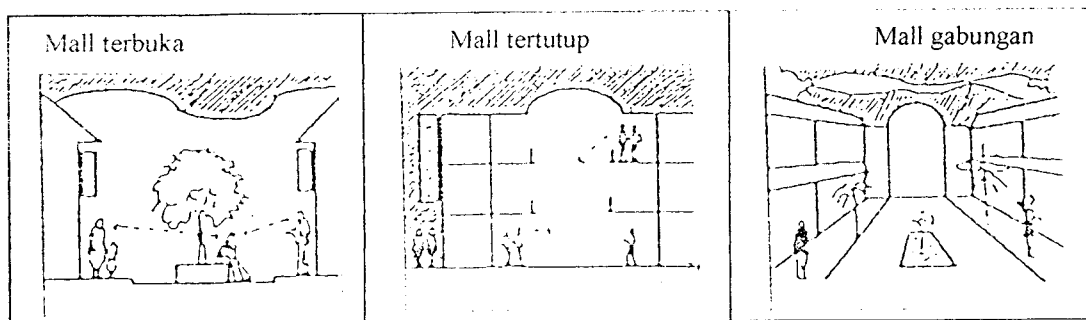
Gambar : Variasi bentuk mall

C. Bentuk Mall

1. Mall terbuka (Open Mall), yaitu mal yang tanpa pelingkup. Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya berupa kesulitan pengaturan climatic control (berpengaruh terhadap kenyamanan), dan kesan pewardahan kurang.
2. Mall tertutup (enclosed mall), yaitu mall dengan pelingkup. Keuntungan berupa kenyamanan climatic control, sedangkan kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas.
3. Mall terpadu, yaitu penggabungan mall terbuka dan mall tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipoasi terhadap keborosan energi untuk climatic control serta mahalnya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Mall ini juga bertujuan mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

Sedangkan keberadaan Mall di Indonesia Banyak mengacu pada mall tepadu. Ini mengingat keberadaan daerah Indonesia di daerah tropis, sehingga bentuk Mall yang sifatnya tertutup dengan akhiran terbuka ini sangat cocok diterapkan pada daerah tropis.

¹² Maithland, Bary, Shopping Mall, Planning and Design, 1987



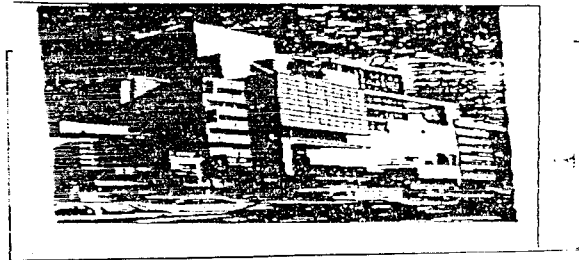
Gambar 2.7 : Bentuk Mall

2.6. PUSAT PERBELANJAAN / SHOPPING MALL DALAM KONSEP UNGKAPAN CITRA MODERNITAS

Menurut pengertian kamus kata “Modern” berarti terbaru, mutakhir atau sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai dengan tuntutan jaman, (Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, Dept. RI)

Citra Modernitas, disini tidak menunjuk pada salah satu style dalam arsitektur (arsitektur Modern, Post-Modern, Dekonstruksi, dan lain-lain) tetaplebih menunjuk pada suatu gambaran (image) seseorang tentang shopping mall (fungsi komersial), dengan penekanan pada kemutakhiran bentuk bangunan (bukan sistem bangunan) yang erat kaitannya dengan teknologi dan bahan pada suatu masa, karena citra bangunan modern merupakan ekspresi dari kemajuan teknologi dan bahan pada masa tersebut. *Citra modernitas sebagai salah satu penentu daya tarik*, citra suatu produk yang tepat sesuai dengan segmen pasarnya akan mampu meningkatkan produksi, maksudnya citra modern tersebut diasumsikan mampu menarik daya beli masyarakat.

Kesan modern dapat ditampilkan melalui permainan bentuk, struktur bangunan dan warna-warna yang berani. Kesan ini menjadikan bangunan tampil menarik dan tidak monoton. Sebagai gambaran karya arsitektur modern sebagai contoh antara lain Spiral Building Karya Fumihiko Maki dan Saitama Musium of Art karya kisho Kurokawa.



Gambar 2.8 : Spiral Building Karya Fumihiko Maki

Kedua bangunan tersebut tampil dengan citra modern melalui keberanian permainan bentuk-bentuk geometris serta penggunaan bahan penutup (envelope) bangunan yang menggunakan kaca serta cladding metal. Dengan bahasa yang sederhana bangunan tetap dapat tampil menarik dan modern (Charles Jencks, *Arsitektur Today*, Harry N. Abrams, Inc, Publisher, New York, 1988).

Akhirnya suatu bangunan adalah kenyamanan, akhir dari arsitektur sebagai seni adalah keindahan, keagungan, kesatuan dan kekuatan (Richard P. Dober, *Mc Graw-Hill*, New York, 1996). Hal tersebut dapat tercipta jika arsitektur tidak hanya tampil fungsional tetapi juga estetis. Kesan modern dapat ditampilkan melalui permainan bentuk dan bahan tanpa harus alergi terhadap nilai lokal. Arsitektur modern lebih bebas berekspresi karena bebas dari konsep-konsep yang kaku.

BAB III

ANALISA PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI

3.1. ANALISA SITE

3.1.1. Tinjauan Kawasan

A. Gambaran keadaan kawasan

Kawasan Jalan Solo, Gondokusuman menjadi area lestari yang memberikan warna khusus karena merupakan sumbu imajiner yang sekarang telah berkembang menjadi daerah perdagangan dan jasa. Kegiatan komersial pada kawasan tersebut perlu dikembangkan dalam kehidupan kota sehingga keberadaan daerah tersebut mampu memberi daya tarik tersendiri sebagai salah satu sub sentral kota Yogyakarta.

B. Kegiatan yang ada

Tapak bekas bangunan Hero dan Empire serta Regent saat ini berupa tanah yang tidak berfungsi lagi sejak bangunan yang ada sudah terbakar. Sedangkan kegiatan disekitarnya adalah perkantoran serta perdagangan dan jasa. Kegiatan lain adalah hotel, losmen, serta Universitas, kegiatan tersebut umumnya bercampur dengan pemukiman penduduk. Dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut diatas maka kawasan tersebut sangat berpotensi untuk dikembangkannya suatu kawasan yang mempunyai fasilitas pusat perbelanjaan sekaligus sebagai tempat untuk berekreasi.

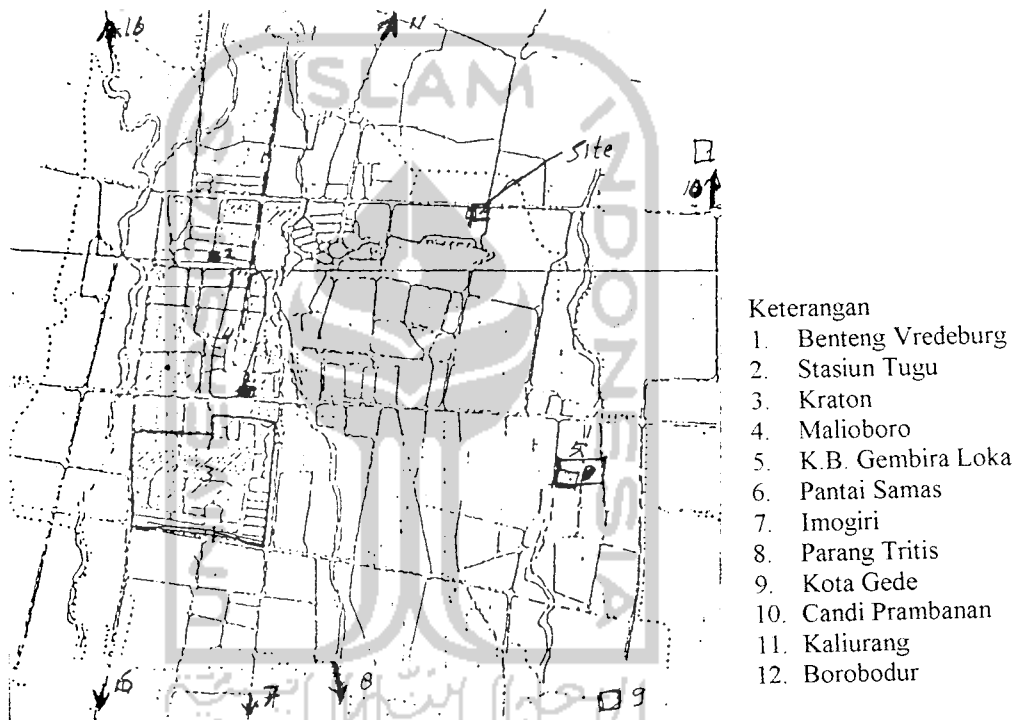
C. Tinjauan lokasi

Site yang direncanakan tersebut terletak pada area komersial di kawasan Kotamadya Yogyakarta, kawasan ini berada dekat dengan pusat kota Yogyakarta dan kawasan obyek wisata budaya / Kraton Yogyakarta yang berjarak kira-kira 4 km dari tapak.

Jarak lokasi dengan pusat kota ke objek-objek wisata lain disekitar Yogyakarta (Borobudur, Prambanan, Kaliurang, Parang Tritis dan lain-lain)

relatif mudah dalam hal pencapaiannya, karena jaringan transportasi kota yang mewadahi Jarak kota dari simpul-simpul transportasi kota juga relatif dekat dan mudah dicapai, seperti fasilitas bandara berjarak ± 3 km keutara dan terminal bis Umbulharjo ± 6 km sebelah tenggara.

Jadi lokasi ini sangat mendukung untuk dikembangkannya menjadi pusat perbelanjaan dan rekreasi karena aksesibilitas dan jaringan transportasi cukup mewadahi, juga infrastruktur dekat dengan objek wisata.



Gambar 3.1.a : Tinjauan lokasi jalan Solo Gondokusuman terhadap DIY

3.1.2. Tinjauan Site

Site terletak pada lokasi yang sangat strategis, sehingga akan dapat menguntungkan bagi pusat perbelanjaan tersebut. Bila ditinjau dari berbagai faktor yang dapat dijadikan pertimbangan, maka site ini sangat cocok untuk dikembangkannya menjadi pusat perbelanjaan dan rekreasi. Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan tersebut antarlain :

A. Pencapaian

Kemudahan pencapaian lokasi pusat perbelanjaan merupakan faktor yang sangat penting, yang dapat menarik konsumen yang banyak ke pusat perbelanjaan. Faktor pencapaian yang mudah didukung oleh adanya kelancaran arus lalu lintas, kemudahan dalam transportasi umum dan transportasi pribadi, adanya pendistribusian bagi pejalan kaki. Dengan begitu pencapaian lokasi dapat lebih mudah, aman dan lancar.

Pencapaian pada lokasi pusat perbelanjaan tersebut sudah sangat baik sebab lokasinya ditepi jalan raya / jalan utama tepatnya di jalan Solo, dan jalan tersebut merupakan jalan satu arah sehingga jalur lalu lintas sudah cukup baik / lancar.

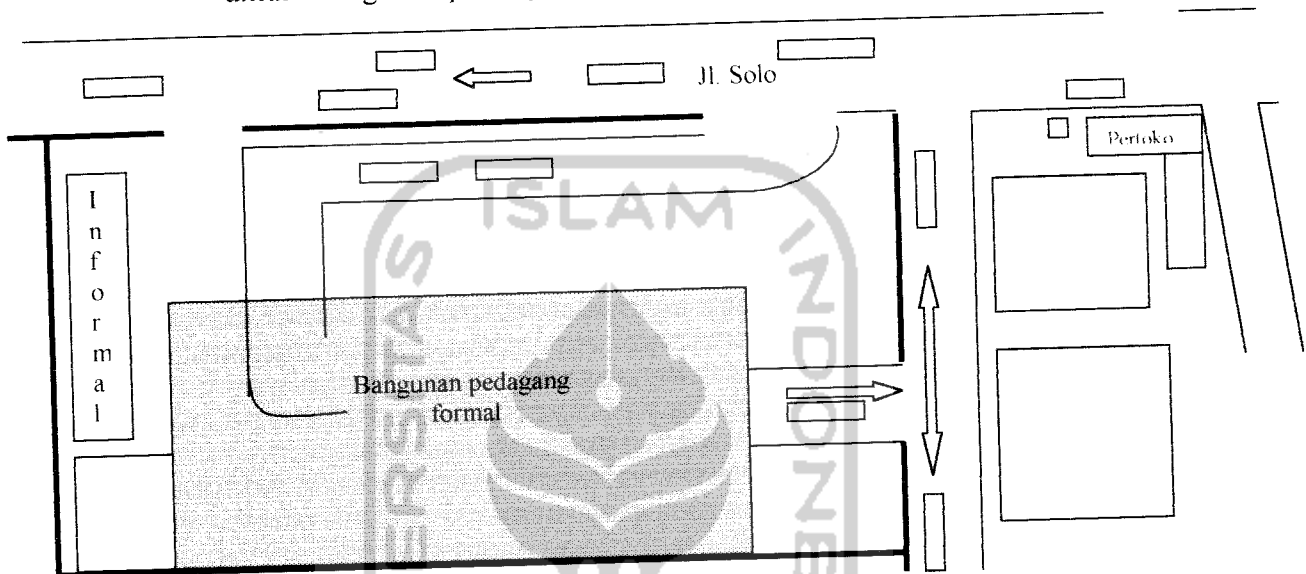
B. Sirkulasi

Sirkulasi akan mendukung bagi kemudahan pencapaian lokasi, baik itu sirkulasi kendaraan ataupun sirkulasi pejalan kaki. Hal tersebut erat kaitannya dengan kondisi jalan yang ada, keramaian arus lalu lintas yang terjadi, sehingga konsumen bisa lebih efisien waktu dalam pencapaian lokasi, karena adanya keamanan dan kelancaran sirkulasi.

Sirkulasi yang terjadi pada kawasan tersebut sudah tertata dengan baik, baik itu sirkulasi kendaraan maupun sirkulasi untuk pejalan kaki. Karena lokasi ini sudah mempunyai penantata dalam hal sirkulasi yang cukup baik. Sirkulasi antara pejalan kaki dan kendaraan sudah dipisah, pejalan kaki sudah disediakan pendistribusian atau trotoar jalan kaki sendiri. Sehingga para pejalan kaki tidak mengganggu kelancaran sirkulasi kendaraan. Walaupun masih terdapat dampak yang negatif dalam sirkulasi kendaraan pada lokasi tersebut, seperti terjadinya jalur padat pada jam-jam tertentu, namun masih dibatasi kewajaran. Hal ini dapat diatasi dengan pengaturan sirkulasi dalam pencapaian kebangunan dengan cara sebagai berikut :

- a. Pola sirkulasi site (terutama kendaraan) dibuat dengan adanya pemisahan antara pintu masuk kendaraan dengan pintu keluar dengan bentuk linier.

- b. Pintu keluar kendaraan ditempatkan pada jalur timur bangunan, hal ini untuk mengantisipasi kemacetan lalu lintas pada waktu-waktu tertentu atau pada jam-jam didepan bangunan / jalur utama.
- c. Pintu masuk kendaraan dibuat dengan sistim pintu masuk tunggal hal ini untuk mengantisipasi terjadinya krosing kendaraan.



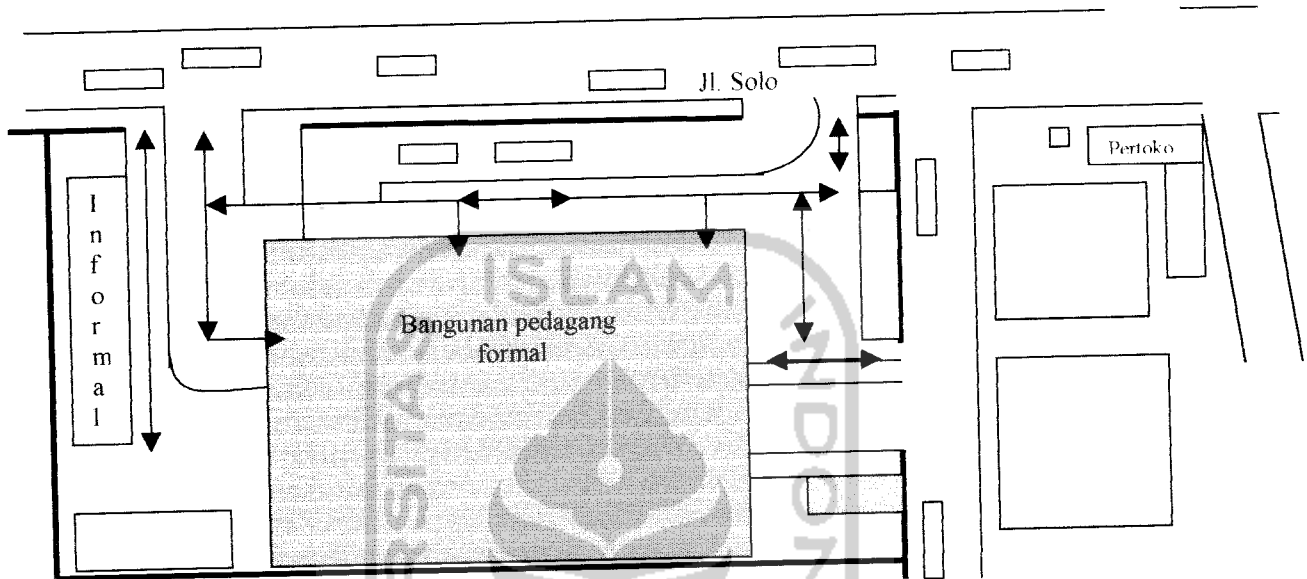
Gambar 3.1.b. Sirkulasi Kendaraan pada Site

Sumber : Analisis

Untuk menciptakan suasana yang rekreatif kawasan tersebut harus dibuat / ditata sedemikian rupa dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Penataan sirkulasi pengunjung (pejalan kaki)
 - a. Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat disekeliling tapak
 - b. Perkerasan dengan bahan dengan pola tertentu dapat mengarahkan arus pengunjung ketempat yang diinginkan.
 - c. Sistem sirkulasi dibuat sederhana agar tidak membingungkan pengunjung untuk mencapai kefasilitas yang diinginkan.
 - d. Pada sirkulasi dalam bangunan terutama pada sirkulasi semi basement yang terdapat pedagan kaki lima perlu diperhatikan benar agar penempatan kakilima

tidak mengganggu sirkulasi, terutama sirkulasi kendaraan. Disini harus adanya perbedaan yang jelas antara sirkulasi manusia dengan kendaraan, disini diterapkan perbedaan ketinggian lantai.

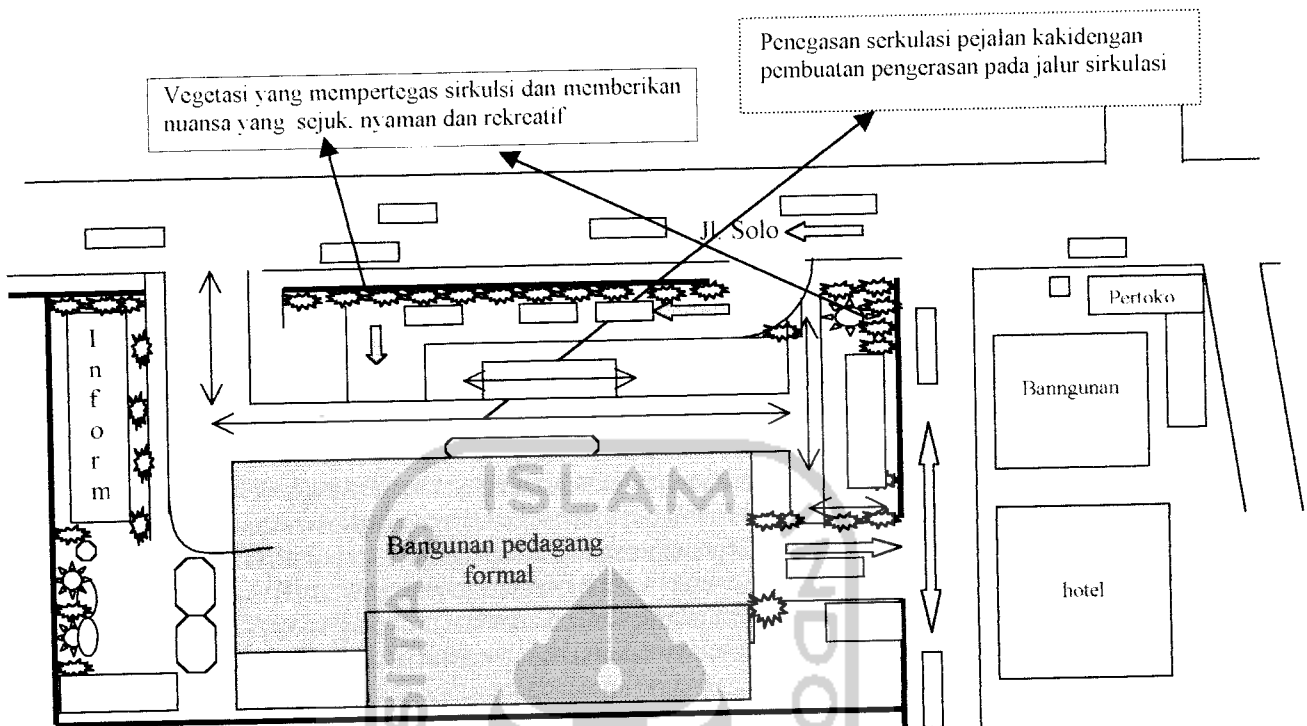


Gambar 3.1.c : Sirkulasi pejalan kaki pada Site

Sumber : Analisis

2. Penataan vegetasi

Vegetasi bertujuan untuk mempertegas ruang terbuka / plaza, memberi arah pada jalur sirkulasi, untuk perlindungan terhadap iklim, sebagai screening pandangan dari pemandangan yang tidak dikehendaki dan untuk mereduksi polusi udara dan bau. Oleh sebab itu dalam perencanaan dalam penataan vegetasi harus benar-benar memperlihatkan penegasan penataannya supaya areal tersebut tampak hijau dan mampu memberikan kenyamanan bagi pengunjung, sehingga area tersebut mampu memberikan suasana yang rekreatif. Vegetasi yang ditanam pada area tersebut adalah berupa tanaman peneduh dan bungah serta rerumputan.



Gambar 3.1.d : Penataan Vegetasi dan sirkulasi pejalan kaki

Sumber : Pemikiran

C. Sarana utilitas

Terdapat adanya sarana utilitas yang mendukung terjadinya kegiatan dalam pusat perbelanjaan. Saran perbelanjaan yang dimaksud meliputi jaringan listrik, jaringan telepon dan lain-lain. Dalam hal penyediaan sarana utilitas perkotaan, lokasi tersebut sudah tercukupi dengan baik.

D. Peraturan bangunan setempat

Adanya kesesuaian antara pendirian pusat perbelanjaan dengan peraturan bangunan setempat seperti BCR, FAR, rencana penggunaan lahan.

Pada daerah ini memiliki peraturan tataguna lahan yang harus dipatuhi bila ingin mendirikan suatu bangunan yaitu sebagai berikut : batas izin bangunan yang dapat didirikan tidak boleh lebih dari 32 m dan batas lantai maksimal 3 lantai serta memiliki KLB 2,6. (Perda Kodya Yogyakarta Tingkat II No. 6 th 1994, RUTRK Yogyakarta, th 1994-2004, Lampiran)

E. Lingkungan

Lingkungan pusat perbelanjaan yang strategis dan mempunyai potensi dalam dunia perdagangan. Faktor yang mendukung yaitu bangunan ataupun kegiatan yang terjadi pada sekitar lokasi yang dapat menunjang pusat perbelanjaan, jarak dengan keramaian kota, kondisi jalan yang ada, dan juga faktor penduduknya.

Lingkungan disekitar lokasi sangat mendukung untuk didirikannya sebuah bangunan yang mempunyai fungsi sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi. Karena lokasi tersebut merupakan daerah yang sudah direncanakan sebagai kawasan komersial / kawasan perdagangan.

3.2. ANALISA PUSAT PERBELANJAAN YANG BERSIFAT REKREATIF

Analisa yang dilakukan ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang telah disebutkan pada pendahuluan yaitu upaya dalam pembuatan suatu rancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi sehingga mampu menampung kegiatan sektor perdagangan formal dan informal yang bersifat rekreatif dan modern. Oleh sebab itu perlu adanya pendekatan dalam menganalisa untuk melakukan perencanaan tersebut yaitu :

- a. Tuntutan pelaku yang utama dalam pusat perbelanjaan tersebut adalah pengunjung, pedagang formal dan pedagang informal. Pengunjung dalam melakukan aktifitasnya menghendaki adanya kemudahan dan tempat yang santai, disamping itu dapat memberikan kesegaran dalam menjalankan aktifitas dalam berbelanja.
- b. Kebutuhan ruang pada pusat perbelanjaan yang dapat memwadahi kegiatan berbelanja dan sekaligus berekreasi. Sebagai pusat perbelanjaan dalam menyediakan kebutuhan ruang harus berdasarkan kegiatan yang ditampungnya.
- c. Dapat menciptakan suatu pusat perbelanjaan yang bersifat modern dan komersial. Untuk menciptakan bangunan yang rekreatif maka bangunan tersebut harus bersifat komersial dan modern, sebab bangunan tersebut bertujuan untuk menarik

pengunjung. Ini dapat diciptakan melalui perpauan antara bentuk dan bahan yang dipakai.

Lokasi pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut merupakan tempat yang sangat strategis karena kawasan tersebut merupakan areal perdagangan, Lokasi ini memiliki potensi yang sangat baik bila ditinjau dari sektor perdagangan, yaitu keberadaan perdagangan di sektor informal, yang selama ini hanya menempati pada area sepanjang trotoar jalan solo. Untuk menciptakan suatu pusat perdagangan yang mempunyai daya tarik tersendiri, maka pusat perbelanjaan tersebut harus mampu memberikan wadah sebagai tempat para pedagang informal tersebut, walaupun hanya sebagian kecil saja. Sedangkan yang lain dipertahankan keberadaannya, sebab pedagang kaki lima ini keberadaannya sangat dibutuhkan oleh golongan masyarakat tertentu terutama golongan ekonomi menengah ke bawah dan sangat memacu perkembangan suatu kota. Dengan adanya pewadahan pedagang informal tersebut diharapkan mampu memberikan dampak yang sangat baik, sehingga mampu memberikan nuansa yang bersifat rekreatif. Sehingga mampu menarik para pengunjung untuk menikmati suasana yang berada didalamnya.

3.2.1. Analisa sektor perdagangan informal

Sektor perdagangan informal ini dalam pembahasan adalah pedagang kaki lima (PKL). Keberadaannya menimbulkan dampak positif dan negatif tersendiri. Dampak positif bersifat primer dan sangat potensi bagi kawasan tersebut. Sedangkan dampak negatifnya bersifat relatif dan dapat ditangani melalui penanganan dalam perencanaannya, yaitu dalam hal pengaturan pewadahnya.

Dari segi arus konsumen dan jalur pemasaran, penempatan di dalam sistem / ruang lingkup pusat perbelanjaan tersebut memang lebih menguntungkan, tetapi konflik-konflik yang terjadi pada penempatan model ini cukup besar yaitu persaingan dengan sektor formal. Untuk mengantisipasi hal-hal tersebut maka dipakai model penempatan gabungan yaitu penggabungan antara pedagang informal dan pedagang formal dalam satu wadah. Variasi keduanya berupa penempatan sektor informal

pada area ruang lingkup perdagangan formal, melalui gabungan tak langsung, dengan pengaturan tempat, waktu, sarana, komoditi dan jumlah usaha. Pada gabungan tak langsung, sektor perdagangan informal menempati luar unit tapi masih dalam ruang lingkup area tersebut dan sebagian dapat diletakkan pada basement.

A. Bentuk pengaturan

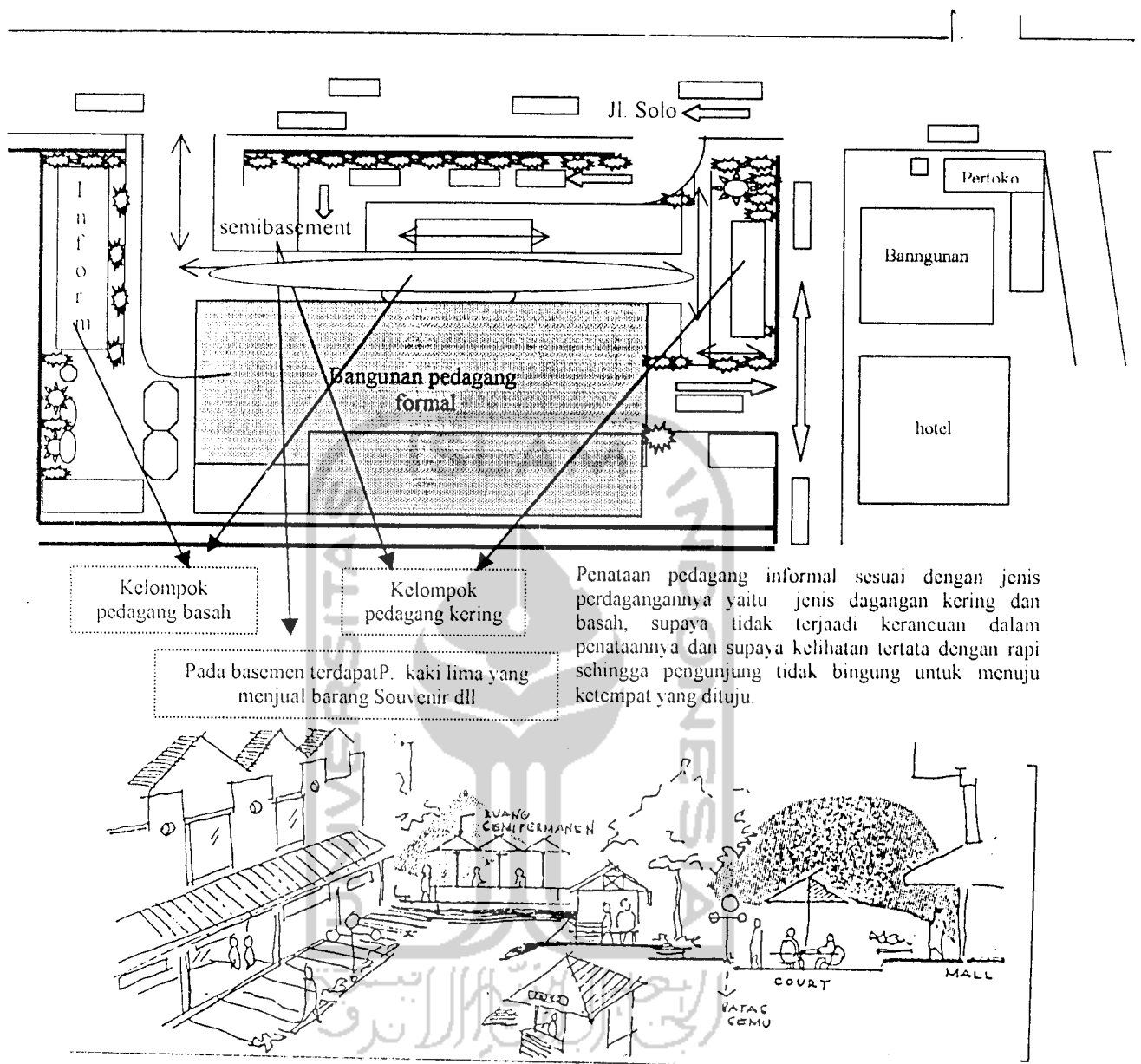
1. Tempat usaha, menempati ruang publik atau ruang luar sebagai transisi.
2. Waktu usaha, dibatasi pada jenis PKL tertentu misalnya lesehan, sedangkan pada PKL yang lain tidak dibatasi sejauh tidak mengganggu sektor formal, misalnya pedagang buah-buahan dan penjual koran / majalah.
3. Komoditi usaha, ditentukan PKL dengan komoditi berbeda atau bisa sama tetapi dengan catatan adanya kerja sama dengan pedagang formal didalam, misalnya barang stok lama dapat dijual pada PKL tersebut.
4. Sarana usaha, fasilitas memakai fasilitas pusat perbelanjaan dengan pengaturan diusahakan menarik.

B. Pewadahan

Pewadahan dilakukan oleh pengelola Pusat perbelanjaan tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Pada ruang terbuka atau ruang luar

Penempatan pada ruang luar dilakukan untuk meningkatkan perannya sebagai ruang transisi. Sektor informal yang menempati diarahkan pada jenis komoditi yang memerlukan daya tarik ruang terbuka. Sebagai gambaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



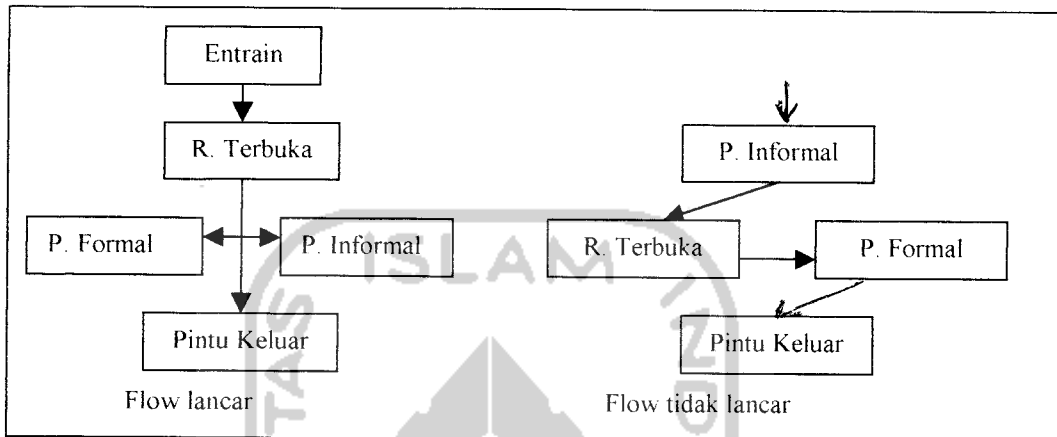
Gambar 3.2 : Pewadahan sektor Informal diruang terbuka

Sumber : Pemikiran

2. Hubungan dengan sektor perdagangan formal.

Pada gabungan tak langsung, sektor informal berkedudukan pada ruang luar dan sebagian pada ruang basement, sehingga harus memperhatikan kelancaran flow pengunjung ke unit formal (unit-unit retail) dalam arti tidak

menghambat sirkulasi pengunjung. Yang dikatakan dengan flow lancar yaitu jika sirkulasi pengunjung tidak terhalang oleh pedagang kaki lima, maksudnya pedagang kaki lima tidak boleh menggelar dagangannya pada sirkulasi jalan. Sebagai gambaran dapat dilihat pada bagan dibawah ini.



Gambar 3.3 : Pengaruh tata letak pedagang infirmal dan flow pengunjung terhadap pedagang formal

Dengan adanya flow yang lancar maka akan menciptakan sirkulasi yang yang baik dan bebas dalam artian pengunjung mampu bergerak ketempat yang diinginkan tanpa adanya desak-desakan, dan tanpa adanya penghalang seperti pedagang yang menggelar dagangannya dijalur sirkulasi, sehingga dengan keadaan tersebut mampu mendukung suasana yang nyaman dan rekreatif. Dalam penggabungan sektor perdagangan formal dan informal tersebut bertujuan untuk menciptakan suasana yang rekreatif , dan mampu menarik pengunjung yang begitu besar. Sehingga mampu menciptakan suasana yang lain dibanding dengan suasana pusat perbelanjaan yang berada di Yogyakarta pada umumnya.

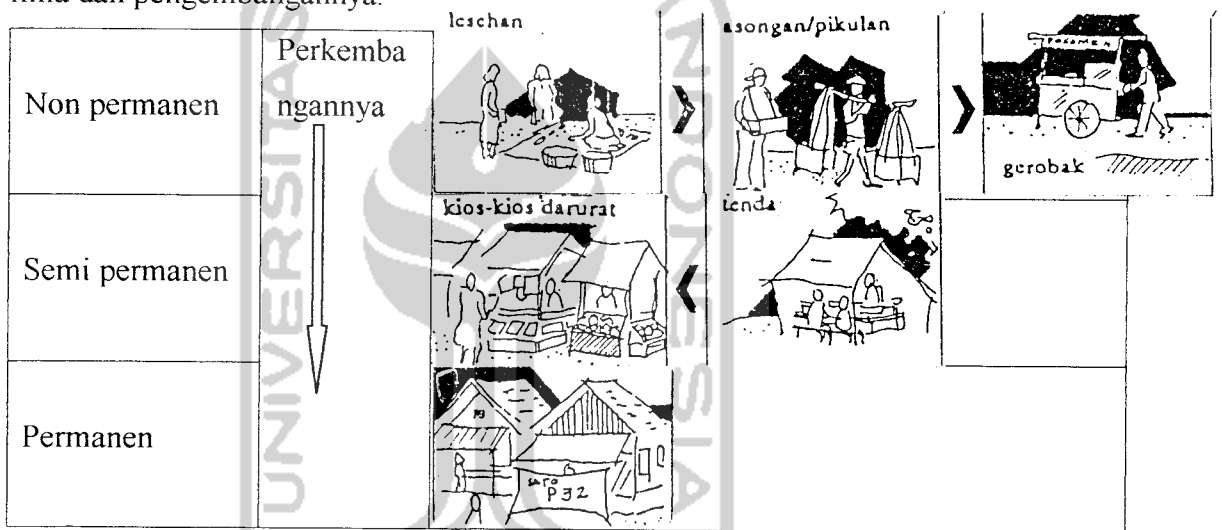
C. Analisa Kegiatan Pelaku Sebagai penentu Tata Ruang

Pedagang informal di Pusat Perbelanjaan dan rekreasi ini dibatasi bagi pedagang yang dapat menunjang suasana yang santai dan rekreatif. Selain itu juga dengan mempertimbangkan jenis barang yang dijual pada umumnya, dan tidak mengganggu kegiatan perdagangan formal yang ada. Pedagang informal / kaki lima



yang ada terdiri dari pedagang makanan / jajanan, souvenir, kerajinan dan barang dagangan yang tidak terdapat pada perdagangan formal atau terdapat tetapi dengan catatan harus adanya kerja sama dengan pedagang formal seperti penjualan barang stok lama pada pedagang kaki lima. Ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan barang tersebut, sebab dengan dijual di tempat pedagang kaki lima tersebut maka beban pajak barang tersebut akan lebih ringan, sehingga barang itu bisa dijual dengan harga yang murah.

Salah satu perencanaan fasilitas kegiatan bagi pedagang informal di pusat perbelanjaan tersebut adalah dengan studi perilaku kehidupan keseharian pedagang kaki lima dan pengembangannya.



Gambar 3.5 : Studi keseharian pada pedagang kaki lima dan perkembangannya

Sumber : Analisis

Dari contoh-contoh operasi perdagangan kaki lima tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai kegiatan kesehariannya secara umum sebagai berikut :

1. Pola perdagangan eceran
2. Lokasi bersifat menempel pada pusat keramaian lain, seperti pusat perdagangan.
3. Keanekaragaman barang yang diperdagangkan besar.
4. Kegiatan tawar-menawar merupakan ciri khas pedagang kaki lima.

5. Adanya ruang tempat berinteraksi langsung antara penjual dan pembeli merupakan prasyarat utama.

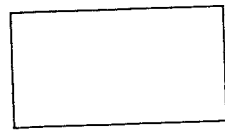
Dari studi mengenai kegiatan kaki lima dan masalah yang mungkin timbul, maka upaya penanganan yang harus dilakukan antara lain :

- Ruang kaki lima diberi batasan yang jelas
- Pembatasan jumlah, jenis barang dan lokasi pedagang kaki lima pada penggal-penggal tertentu.
- Mendorong sektor infirmal / kaki lima yang ada menjadi usaha formal dengan menyediakan fasilitas yang menunjang, misalnya
 - Warung nasi atau jajanan -----> Restoran / Pujasera
 - Pedagang semi-permanen -----> Toko
 - Pedagang asongan -----> Kios
- Ciri-ciri pedagang kaki lima yang sifatnya terbuka , berkesan memberikan suasana keakraban dan rekreatif. Pewadahan berupa kios, shelter, gerobag dibuat oleh pengelola dengan di desain khusus dengan bahan-bahan sederhana agar tidak berkesan semrawut / merusak suasana lingkungan perbelanjaan.

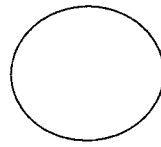
3.2.2. Analisa Sektor Perdagangan Formal

3.2.2.1. Penentuan Bentuk Ruang

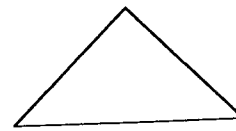
Dalam penentuan komposisi bentuk ruang yang perlu diperhatikan adalah kesederhanaan dan keteraturan bentuk, agar lebih mudah diterima dan dimengerti. Kesederhanaan dan keteraturan bentuk, akan memberi kemudahan dan keefisiansienan dalam peletakan perabotan, yang berkaitan erat dengan pola sirkulasi kegiatan yang terjadi. Dalam penentuan bentuk ruang ini didasarkan pada penentuan bentuk dasar ruang yang dapat dibedakan dalam 3 bentuk dasar ruang yaitu :



Bujur sangkar



Lingkaran



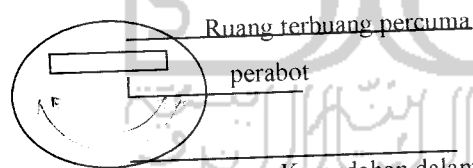
Segitiga

Penentuan bentuk dasar ruang didasarkan atas pertimbangan :

- Dalam penataan ruang-ruang diperlukan adanya bentuk ruang yang statis dan dinamis karena aliran kegiatannya tidak banyak, lebih terarah dan efisien. Ruang dikatakan statis dan dinamis bila ruang tersebut memiliki keluwesan dalam penataan barang serta keleluasaan dalam bergerak.
- Penataan perabot dalam ruang lebih dinamis sehingga tidak membuang ruang secara percuma.
- Diperlukan adanya pola sirkulasi yang efisien, mudah dan adanya pola struktur yang jelas.
- Adanya kemudahan dalam penataan ruang dan perletakan perabot.

1. Lingkaran

Lingkaran merupakan sebuah bentuk yang mempunyai pusat, berarah kedalam dan pada umumnya bersifat stabil.



Gambar 3.6 : Bentuk dasar ruang lingkaran

Apabila kita mengambil bentuk dasar lingkaran untuk sebuah ruang, maka dalam penataan perabotnya, akan meyebabkan banyak ruang yang terbuang percuma. Tetapi bila melihat pola sirkulasi kegiatan yang terjadi pada bentuk lingkaran, maka bentuk ini lebih efisien diterapkan dalam sirkulasi, karena tidak ada sudut-sudut ruangan. Sehingga bentuk ini sangat sesuai diterapkan pada pola sirkulasi dan tidak sesuai diterapkan pada pola pembentukan ruang. Sebab dalam pembentukan ruang pada pusat perbelanjaan yang rekreatif itu harus mampu

meberikan kenyamanan dalam melakukan aktifitas baik itu aktifitas pedagang maupun aktifitas pengunjung seperti kenyamanan dalam hal gerak,

2. Segitiga

Segitiga menunjukkan adanya kestabilan bentuk. Pengambilan bentuk segitiga sebagai dasar ruang, maka akan mengakibatkan banyak ruang yang terbuang percuma dalam penataan ruangnya, dan terlihat adanya kekakuan dalam pola sirkulasi kegiatannya.

Sebagai gambaran bentuk dasar ruang segitiga dalam hal penataan ruangnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini



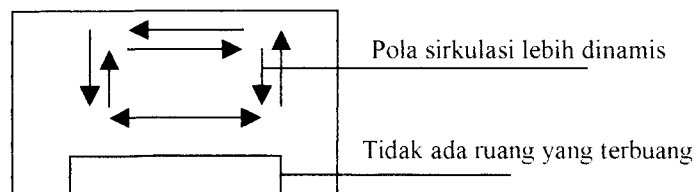
Gambar 3.7 : Bentuk dasar ruang sigi tiga

Bentuk segitiga ini tidak sesuai bila diterapkan dalam bentuk ruang sebab bentuk ini sangat tidak efisien bila untuk pewardahan barang, sebab ruangan banyak yang terbuang percuma. Bila digunakan untuk sirkulasi pun akan menimbulkan kesan yang sempit dan kaku. Oleh sebab itu bentuk ini jarang digunakan untuk pembentukan ruang.

3. Bujur sangkar

Bujur sangkar merupakan bentuk yang netral, terarah dan statis, menunjukkan suatu yang murni dan rasional.

Pengambilan bentuk bujur sangkar sebagai bentuk dasar ruang akan menjadikan keefisienan ruang dalam penataan perabotnya, karena perabot dapat menempati sisi ruang dengan baik. Dalam penentuan sistem struktur juga lebih mudah dan efisien. Sedangkan untuk pola sirkulasi kegiatannya lebih bisa diterima.



Gambar 3.8 : Bentuk dasar ruang segi empat

Dengan begitu pengambilan bentuk bujur sangkar sebagai bentuk dasar lebih tepat, karena bentuk bujur sangkar tersebut mempunyai bentuk yang dinamis bila dibandingkan dengan bentuk lingkaran dan bentuk segitiga. Disamping itu bentuk ini sangat memenuhi kriteria-kriteria yang dikemukakan di atas. Begitu juga dalam pengaturan hubungan antar ruang pusat perbelanjaan tersebut lebih mudah. Sedangkan dalam pengaturan dalam satu ruang akan lebih mudah dalam pengaturan tata letak perabotnya dan pengaturan ruang untuk sirkulasinya sehingga penggunaan ruangnya menjadi efisien dan fleksibel.

3.2.2.2. Penentuan Pola Sirkulasi Pada Ruang Dalam pusat Perbelanjaan

Sirkulasi merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam pengorganisasian ruang fasilitas perbelanjaan. Pengolahan masalah sirkulasi berkaitan dengan penyediaan ruang pergerakan bagi pengunjung yang bertujuan menjamin kemudahan, kenyamanan dan keluasaan dalam kegiatan pencapaian keaktifitas yang ada didalam pusat perbelanjaan.¹³ Untuk mendapatkan suatu pola sirkulasi yang dinamis dan rekreatif perlu adanya suatu pertimbangan-pertimbangan yang menjadi tolak ukur dalam pengaturan pola sirkulasi tersebut.

Adapun pertimbangan-pertimbangan yang dapat dijadikan tolak ukur dalam pengaturan pola sirkulasi dalam pusat perbelanjaan tersebut antara lain :

- Dalam penataan pola sirkulasi digunakan prinsip efisien dalam pencapaian dan penggunaan ruangnya.

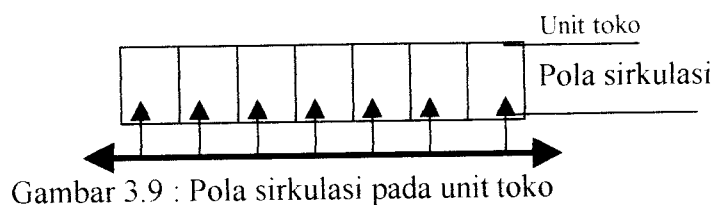
¹³ Suptandar 1982 hal 21

- Pola sirkulasi yang terjadi bisa bergerak terarah, sehingga pengunjung mendapatkan kemudahan, kenyamanan dan keleluasaan dalam melakukan kegiatan didalam pusat perbelanjaan.
- Pola sirkulasi yang digunakan dalam bangunan diusahakan agar pengunjung tidak kehilangan arah, dan memberi alternatif bagi pengunjung kemana akan bergerak.
- Memisahkan jalur sirkulasi menurut penggunaannya seminimal mungkin agar menghindari terjadinya simpul aliran antara penggunaanya.
- Membuat pola gerak perpindahan yang jelas, terarah dan teratur serta menyediakan ruang yang cukup.
- Menghindari timbulnya konsentrasi yang padat pada titik-titik tertentu dengan cara pemeratakan gerak pengunjung keseluruhan lantai bangunan.
- Pintu masuk diolah sebagai titik perhatian yang mengarahkan pengunjung kedalam bangunan.

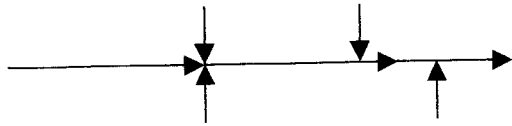
Dengan adanya pertimbangan tersebut di atas maka pola sirkulasi yang sesuai untuk suatu pusat perbelanjaan adalah pola sirkulasi yang bersifat langsung atau linier. Karena pola sirkulasi linier ini mempunyai arah gerak yang pasti dan terarah sehingga pengunjung dapat bergerak kesemua arah dengan nyaman dan mendapatkan keleluasaan dalam bergerak. Adapun bentuk-bentuk sirkulasi linier yang dimungkinkan terjadi didalam pusat perbelanjaan adala sebagai berikut :

- Pola sikulasi linier yang menghubungkan tiap unit toko.

Dengan pola sirkulasi linier yang diterapkan pada unit toko ini bertujuan untuk mendapatkan suatu sirkulasi yang bersifat rekreatif. Pola sirkulasi linier pada tiap unit toko dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.9 : Pola sirkulasi pada unit toko



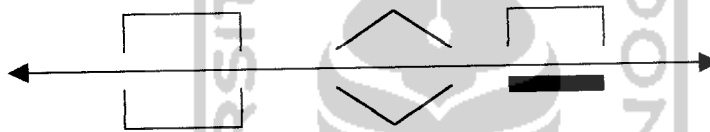
Gambar 3.13 : Rekreasi menghilangkan kejenuhan

Sumber : Francis DK Ching, Bentuk Ruang dan Susunannya, th 1991.

Pada kebosanan dan keengganannya tersebut faktor lain yang mendukung melakukan kegiatan rekreasi menurut kinematika gerak diantaranya.

1. Penerapan Kegiatan Rekreasi Pada Sirkulasi

Sebuah unsur linier dapat diperlebar tidak hanya untuk menampung lebih banyak lalu lintas, tetapi untuk menciptakan tempat-tempat berhenti, untuk beristirahat atau menikmati pemandangan.



Gambar 3.14 : Rekreasi dalam sirkulasi

Maka sirkulasi mengatur kelompok atau fasilitas yang difungsikan dengan mengakomodasi kegiatan lain yang salah satunya untuk memberikan pengunjung untuk berhenti sejenak pada titik lelah. Pada perhentian titik lelah pengunjung ditawarkan pilihan untuk melakukan kegiatan lain yang menyegarkan dengan banyak pilihan kegiatan yang diakomodasikan.

Rekreasi pada sirkulasi lebih menyediakan fasilitas yang menyenangkan, duduk-duduk / melihat pemandangan sebagai penyelesaian kejenuhan kelelahan dan kebosanan dalam melakukan perjalanan menerus pada pola linier.

a. Dasar Pertimbangan Pola Sirkulasi

– Anak-anak

Sirkulasi dalam melewati ruang-ruang mempunyai karakter keanekaragaman berubah-ubah atau fariatif, berurut pada tahapan dengan memberikan kejelasan pengamatan objek yang disukai.

– Remaja

Sirkulasi dalam melewati ruang-ruang mempunyai karakter dinamis, liku-liku, dinamik atau penuh tantangan, dalam mencapai tujuan tertentu.

– Dewasa

Sirkulasi dalam melewati ruang tidak menimbulkan kejenuhan terlalu lama yang mengakibatkan keengganan untuk melanjutkan perjalanan selanjutnya, maka dalam hal ini lebih diarahkan penciptaan ruang santai pendukung sirkulasi pengunjung tersebut.

b. Tipe pola sirkulasi pengunjung yang integritas dan rekreatif.

Sesuai dalam pertimbangan diatas, sirkulasi pengunjung yang didasarkan pada gerakan konsumen mengunjungi fasilitas yang disediakan berururpada tahapan tertentu, menyatu belanja dan hiburan menyenangkan untuk santai pada titik-titik lelah dalam mencapai fasilitas utama hiburan.

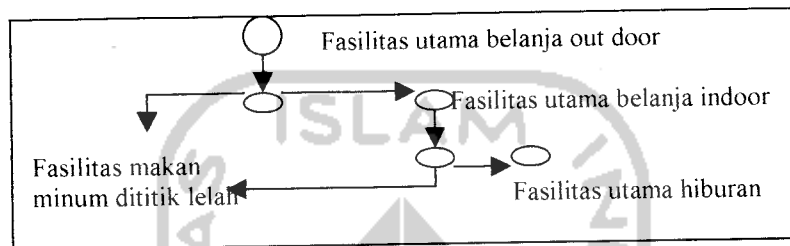
Sirkulasi spiral sebagai pengembangan sirkulasi linier, merupakan sirkulasi yang cocok dengan gerakan pada tahapan yang dituntu mencapai tujuan akhir dengan tetap melewati fasilitas yang disediakan. Kecendrungan sirkulasi lain diantara pola sirkulasi radial bila menginginkan menuju fasilitas lain, ia harus kembali menuju titik pusat namun akan sangat menguntungkan dengan banyaknya failitas santai ketika akan kembali menuju fasilitas tujuan. Pola sirkulasi grid atau network akan sangat membingungkan pengunjung dengan banyaknya arah gerakan dengan pencapaian akhir. Oleh sebab itu pola sirkulasi ini tidak sesuai untuk diterapkan pada pusat perbelanjaan tersebut.

2. Sirkulasi Rekreatif

Pada sirkulasi belanja dan hiburan ini, yang dapat dilakukan adalah menawarkan alternatif pilihan kepada pengunjung untuk memilih fasilitas yang dikehendaki. Dalam sebuah jalur sirkulasi yang panjang agar suatu jalur sirkulasi tersebut tidak melelahkan dan membosankan pengunjung menuju tujuan akhir

perjalanan hal yang dilakukan supaya akibat kebosanan dan kelelahan itu tidak membawa pengunjung kembali ketempat semula ini dilakukan dengan cara :

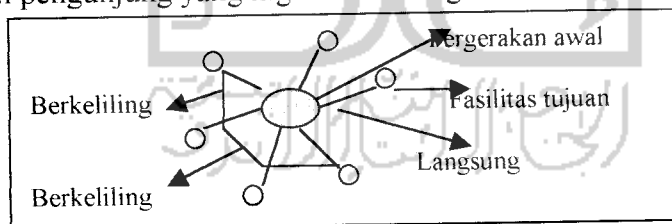
Cara Pertama, menyediakan fasilitas istirahat dititik-titik lelah yaitu ditengah atau diakhir jalur, mengingat bahwa fasilitas belanja dan hiburan ini menyediakan fasilitas makan dan minum. Fasilitas ini dapat diterapkan dengan menempatkan fasilitas makan dan minum serta menonton panggung pertunjukan dititik lelah.



Gambar 3.15 : Titik-titik lelah ditengah atau diakhir jalur

Sumber : Analisa

Cara Kedua, membuat suatu pola sirkulasi yang memberi kemungkinan kepada setiap bagian mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi. Pola tersebut harus dapat mengakomodasikan aspirasi semua pengunjung, baik pengunjung yang ingin langsung menuju fasilitas yang diinginkan sehingga ingin mencari jalan pintas, maupun pengunjung yang ingin berkeliling menikmati suasana.



Gambar 3.16 : Pola sirkulasi yang sama untuk dikunjungi.

Sumber : Analisa

3.2.2.3. Materi Yang Diwadahi

A. Fasilitas Perbelanjaan

Materi barang yang dijual dalam suatu pusat perbelanjaan didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

Analisa (Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Yogyakarta)

1. Macam barang yang akan dijual disesuaikan dengan tingkat kebutuhan dalam masyarakat.
2. Jumlah barang yang akan dijual dan kualitas dari barang harus diperhatikan.
3. Harga barang harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi yang ada, karena jika barang terlalu mahal dan tidak terjangkau oleh masyarakat maka barang tidak laku.
4. Skala pelayanan pada masyarakat akan mempengaruhi jumlah, jenis dan kualitas barang yang akan dijual.

Pada suatu pusat perbelanjaan, barang yang akan dijual dibedakan menurut tingkat kebutuhan yaitu demand goods, convenience goods, dan impuls goods. Barang-barang tersebut dijual sesuai dengan ruang yang mewadahi yaitu :

a. Supermarket

Menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari (demand goods) dan juga barang-barang yang tidak dibutuhkan untuk sehari-harinya (convenience goods).

b. Departement store

Barang yang akan dijual disini adalah cosmetic, asesoris, souvenir, kacamata, parfum, jam tangan, dan jam dinding (impuls goods). Untuk convenience goodsnya adalah kaset, barang-barang elektronik, majalah, obat dan jamu, perlengkapan bayi, mainan serta fashion.

c. Book store

Barang-barang yang akan dijual disini adalah perlengkapan alat tulis, alat-alat sekolah, alat-alat perkantoran, kartu ucapan, buku cerita dan novel-novel, majalah, album dan buku-buku kuliah.

d. Unit-unit toko

Toko pakaian, toko mainan, toko sepatu, optikel, toko makanan dan minuman, toko kosmetik, toko asesoris, toko sovenir, toko jam dan lain sebagainya.

e. Pedagang Informal / pedagang kaki lima

Barang-barang yang akan dijual disini adalah makanan khas daerah, aneka macam minuman, aneka ragam souvenir, hasil kerajinan, pakaian, dan lain sebagainya.

B. Fasilitas Rekreasi dan hiburan

Pertimbangan yang akan dipakai terhadap materi rekreasi yang diwadahi adalah :

1. berbagai macam kondisi ekonomi pengunjung yang akan datang kepusat perbelanjaan.
2. Pengunjung yang datang terdiri dari anak-anak, remaja dan orang tua, sehingga fasilitas rekreasi yang disediakan ditujukan untuk semua umur.
3. Dengan adanya fasilitas rekreasi / hiburan tersebut diharapkan pengunjung mempunyai banyak alternatif kegiatan yang akan dilakukan di pusat perbelanjaan.
4. Untuk restoran juga disediakan restoran yang menyediakan makanan khas Yogyakarta.

Berdasarkan pertimbangan tersebut diatas, maka fasilitas rekreasi / hiburan yang akan diwadahi dalam pusat perbelanjaan tersebut adalah bioskop, area permainan dan restoran, gedung pertemuan dan pertunjukan seni teater serta ruang pameran. Dengan adanya fasilitas tersebut diharapkan akan lebih menunjang pada pusat perbelanjaan tersebut.

3.2.2.4. Sekala Pelayanan

A. Fasilitas Perbelanjaan

Dalam perencanaan suatu pusat perbelanjaan perlu diketahui golongan konsumen yang diperkirakan akan berbelanja dan pedagang yang akan berjualan. Oleh karena itu digunakan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

1. Tingkat kehidupan ekonomi, status sosial dan tingkat pendidikan yang ada dalam masyarakat.
2. Tingkat kebutuhan yang dibedakan dalam demand goods, convenience goods, dan impuls goods.
3. Prosentasi jumlah barang yang dijual menurut tingkat kebutuhannya.

4. Prosentasi jumlah pedagang dan kelas pedagang yang akan berjualan.

Jenis barang yang dijual pada pusat perbelanjaan tersebut beserta jangkauan pelayanannya adalah sebagai berikut :

1. Pada supermarket barang yang dijual adalah untuk kebutuhan sehari-hari dan convenience goods, dengan perbandingan 75% untuk demand goods dan 25% untuk convenience goods. Dengan begitu tingkat pengkonsumsian untuk semua kalangan ekonomi.
2. Pada departemen store maka jenis barang yang dijual adalah untuk tingkat convenience goods dan impuls goods, dengan begitu maka golongan ekonomi yang berbelanja cenderung pada golongan ekonomi menengah keatas.
3. Pada penjualan fashion yang dijual adalah semua jenis pakaian untuk segala umur, baik untuk wanita maupun untuk pria. Dengan begitu semua kalangan ekonomi dapat berbelanja.
4. Pada book store yang dijual adalah kebutuhan untuk perlengkapan alat tulis menulis, perlengkapan sekolah dan souvenir. Tingkat penjualan untuk book store dipengaruhi oleh tingkat pendidikan pada masyarakat. Barang yang dijual lebih banyak pada buku cetak yang diperuntukkan bagi segala tingkat pendidikan dan juga untuk umum. Pengkonsumsian untuk barang semua kalangan ekonomi.
5. Unit-unit toko cenderung menjual barang-barang impuls goods dan convenience goods, sehingga pengkonsumsianya adalah untuk tingkat ekonomi menengah keatas.
6. Pedagang Informal / pedagang kaki lima cenderung menjual barang-barang demand goods dan convenience goods Dengan begitu tingkat pengkonsumsian untuk semua kalangan ekonomi.

B. Fasilitas Rekreasi / Hiburan

Ditujukan untuk semua kalangan ekonomi dan juga semua kalangan umur, baik itu anak-anak, remaja ataupun orang tua.

3.2.2.5. Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan dalam pusat perbelanjaan bersifat personal service, self service dan self selection. Sistem pelayanan tersebut tergantung dari bentuk ruang yang mewadahnya. Untuk supermarket pelayanan dengan self service, untuk departemen store dan book store pelayanan dengan self selection. Sedangkan untuk unit-unit toko pelayannya dengan personal service atau self selection tergantung dari jenis barang yang dijual. Jika barang yang dijual merupakan kebutuhan impuls goods maka pelayannya dengan personal service, sedangkan untuk barang yang merupakan kebutuhan convenience goods maka pelayannya dengan self selection.

3.2.3. Analisa Pola Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal

Penggabungan kegiatan formal dan informal ini bertujuan untuk mendapatkan konsep pusat perbelanjaan yang bersifat rekreatif dan menimbulkan suasana yang akrab. Sehingga mampu menimbulkan kesan yang khas, yang tidak pernah didapatkan pada pusat perbelanjaan yang lain yang berada di Yogyakarta pada saat ini. Dengan demikian pusat perbelanjaan tersebut harus mampu mentranspormasikan antara kegiatan formal dan informal tersebut kedalam satu wadah dinamis. Oleh sebab itu perlu adanya penelusuran perbedaan-perbedaan yang terjadi didalam kegiatan perdagangan tersebut.

A. Perbedaan-perbedaan antara kegiatan perdagangan formal dan informal dan upaya penyelesaiannya

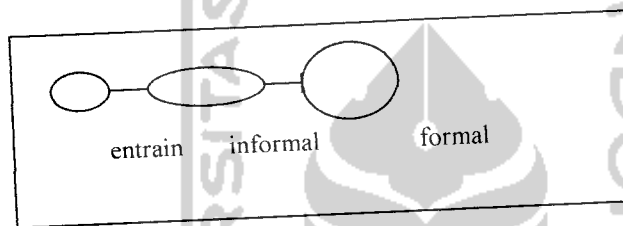
Perbedaan-perbedaan yang ada antara kegiatan perdagangan formal dan informal beserta analisisnya adalah sebagai berikut.

- Alternatif I

Meletakkan sektor perdagangan informal berdampingan dengan sektor perdagangan formal didalam / luar bangunan tanpa pemisahan yang jelas (jarak keduanya relatif dekat)

Keuntungan : terdapat kontinuitas / hubungan erat antara pedagang formal dengan pedagang informal, sehingga saling melengkapi

Kerugiannya : kegiatan kakilima dapat mengganggu kegiatan pedagang formal, misalnya pelebaran jumlah pedagang kakilima sehingga masuk ke area yang ditujukan untuk pedagang formal, serta terjadinya persaingan jenis barang yang dijual



Gambar 3.17: Alternatif I

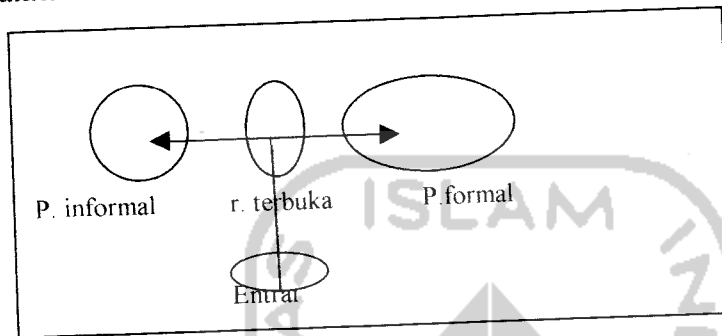
- Alternatif II

Meletakkan ruang terbuka diantara kelompok pedagang kakilima dan pedagang formal sebagai ruang transisi / perantara.

Keuntungan :

- Kegiatan pedagang kakilima yang relatif ramai tidak mengganggu kegiatan pedagang formal yang relatif tenang / teratur.
- Peluberaan pedangan jumlah pedagang kakilima dan pengunjung dapat ditampung sementara pada ruang terbuka yang ada.
- Tidak terjadi persaingan yang menyolok bila terdapat jenis barang yang dijual sama.
- Peruangan bagi pedagang kakilima menjadi jelas.

Kerugiannya : pemisahan yang cukup tegas dengan jarak antara kegiatan yang relatif jauh dibanding alternatif I dapat mengakibatkan kecendrungan sirkulasi pengunjung yang hanya inginkesektor perdagangan formal saja. Hal ini terutama akan terjadi apabila tidak ada pengaruh yang jelas dan daya tarik visual pada kelompok pedagang kakilima itu.



Gambar 3.18: Alternatif II

– Alternatif III

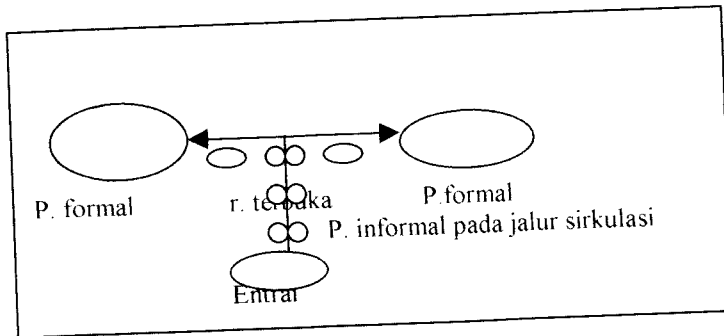
Melatakan sektor perdagangan informal pada jalur sirkulasi pengunjung didalam / diluar bangunan

Keuntungannya :

- Ciri-ciri pedagang kaki lima yang biasa menempati ruang-ruang dipinggir jalan dapat tetap dipertahankan.
- Menimbulkan suasana rekreatif dan akrab antara pengunjung dan par pedagang kaki lima.

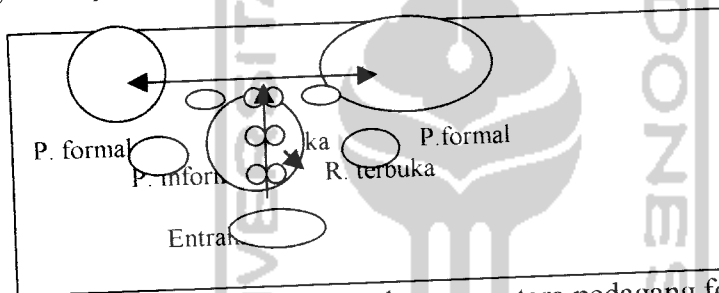
Kerugiannya

- Pajalan kaki dapat terganggu oleh pembeli dan barang dagangan kakilima bila tidak ada pengaturan / batasan yang jelas.
- Tata letak kios/ area pewadahan sektor perdagangan informal dapat merusak daya tarik visual pusat perbelanjaan tersebut, bila tidak di desain dan ditata dengan baik.



Gambar 3.19: Alternatif III

Untuk mendapatkan penggabungan yang optimal maka alternatif yang akan dipakai adalah alternatif II dan III, yaitu meletakkan pedagang kakilima pada ruang terbuka dan pada jalur sirkulasi dengan pembatas yang jelas. Alternatif perletakan ini juga mempertimbangkan penempatan area parkir pada kawasan.




Gambar 3.20: Alternatif penggabungan antara pedagang formal dengan informal

C. Kesimpulan Bentuk Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal

Dari analisa diatas dapat dilihat bahwa ruang terbuka merupakan ruang terpenting bagi upaya penggabungan kegiatan sektor perdagangan formal dan informal. Ruang terbuka dapat berupa Plaza sebagai ruang transisi antara kedua sektor tersebut.

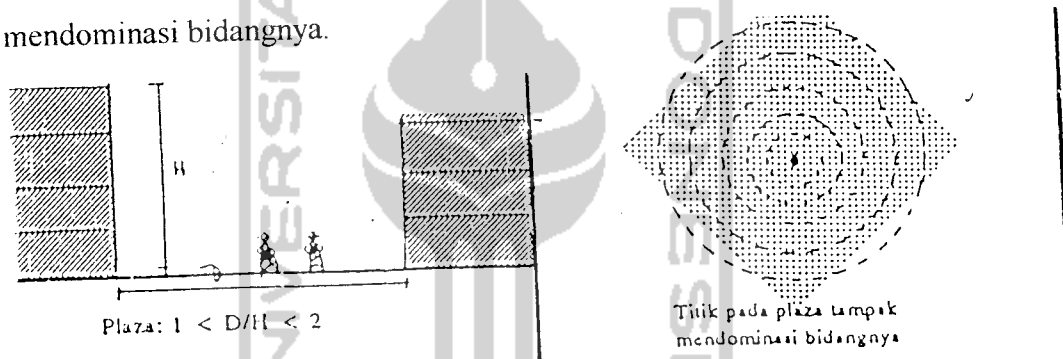
	Sifat Ruang Perantara	Ujud Ruang perantara
	Ruang perantara dapat berbeda dalam bentuk dan orientasi dari kedua ruang lainnya untuk menunjukkan fungsi pendukungnya	Ruang terbuka
	Kdua ruang seperti juga ruang perantara dapat setara dalam ujud dan ukuran serta membentuk urutan-urutan linie	Ruang terbuka
	Ruang perantara bila cukup besar dapat menjadi ruang yangnng dominan dalam hubungan dan mampu mengorganisir sejumlah ruang-ruang yang mengikutinya	Ruang terbuka

PF		Bentuk ruang perantara dapat ditentukan hanya oleh bentuk-bentuk dan orientasi dari kedua ruang yang dihubungkan.	Ruang terbuka
----	---	---	---------------

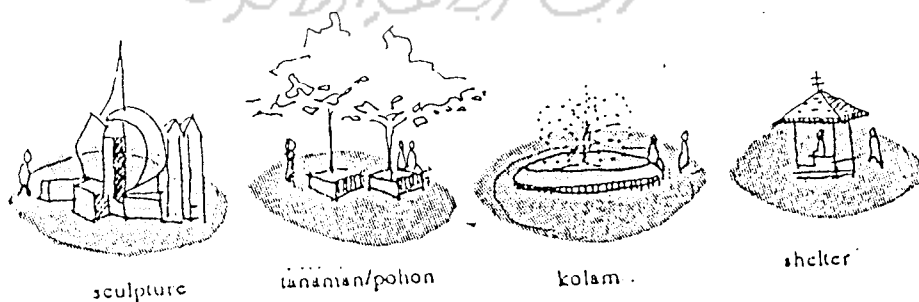
Tabel 3.2 Analisa Ruang Perantara

Ruang terbuka / plaza bertungsi sebagai penyatu atau orientasi massa bangunan untuk pedagang formal dan informal harus mempunyai kesan yang kuat, agar memenuhi plaza menurut Camilo Sitte, agar diperhatikan lebar minimum plaza sama dengan tinggi bangunan utamanya dan tidak boleh lebih dua kali tingginya, tekecuali desain plaza memberi kemungkinan lebih besar lagi.

Besaran plaza = $1 < D/H < 2$ (Ashihara, Y, Exterior Design in Architecture, New York, 1974), perletakan unsur titik ditengah-tengah suatu lingkaran tampak stabil dan diam memimpin unsur di sekelilingnya, sehingga titik ini sendiri tampak mendominasi bidangnya.

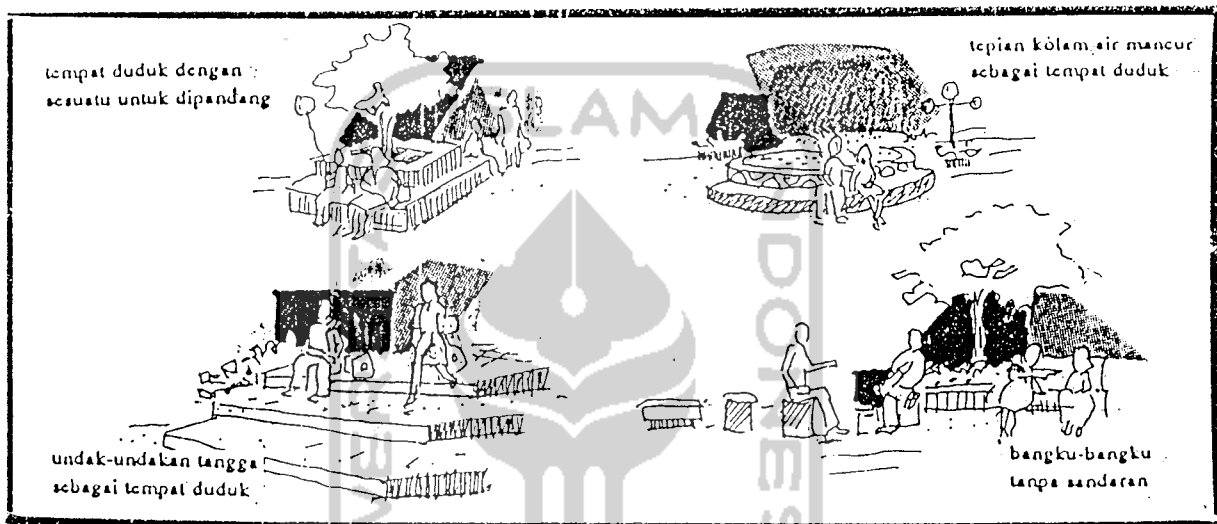


Gambar 3.21 : Plaza yang mempunyai kesan kuat
Sumber : Ashihara, 1974.



Gambar 3.22 : Alternatif unsur titik pada plaza yang memperkuat ruang
Sumber : Ashihara, 1974.

Plaza berfungsi juga sebagai tempat bergerak (pejalan kaki) dan sebagai tempat istirahat yang diwujudkan dalam tempat duduk tanpa sandaran, tempat duduk ini cocok diterapkan pada plaza karena mempunyai berbagai aspek, bermacam-macam arah (multidireksional) yang cocok pada situasi-situasi tertentu.¹⁴ Tempat duduk ini dapat digunakan sebagai tempat peristirahata sambil menikmati situasi sekelilingnya. sebagai gambaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.23: Macam-macam tempat duduk pada plaza

3.2.4. Kebutuhan Ruang dan Besaran Ruang

3.2.4.1. Kebutuhan Ruang

Pusat perbelanjaan yang direncanakan adalah yang mewadahi dua fungsi sekaligus yaitu sebagai tempat berbelanja dan juga sebagai tempat untuk mendapatkan hiburan atau rekreasi. Berdasarkan fungsi yang diwadahi maka dapat diketahui pelaku kegiatan (pengunjung / pembeli, pedagang dan pengelola) dan kegiatan yang akan berlangsung dalam bangunan. Dari kegiatan yang berlangsung maka dapat ditentukan kebutuhan dari pada ruangnya. Kebutuhan ruang pada pusat perbelanjaan tersebut yaitu :

¹⁴ Laurie, Michael, pengantar Keneda Arsitektur Pertamanan. Interior, Bandung, 1990

1. Fasilitas perbelanjaan yang terdiri dari :

- Supermarket
- Departemen store
- Book store
- Ruang pameran
- Ruang stock barang
- Unit pertokoan (toko sepatu, toko jam, fashion, optikal, toko kosmetik, toko asesoris, toko souvenir, toko mainan, toko kaset, toko elektronik, toko furniture, toko musik, toko buku, toko makanan dan minuman.

- Cafeteria / Restaurant

- Lobby

2. Ruang pedagang kaki lima

3. Taman

4. Fasilitas Rekreasi yang terdiri dari :

- Arena permainan

- Ruang locker

- Restaurant (bermacam-macam jenis makanan termasuk jenis makanan khas Yogyakarta)

- Bioskop

- Ruang proyektor

- Cafeteria dan karaoke

- Ruang pertunjukan / pentas seni

- Bilyar

- Ruang bowling

4. Ruang penunjang yang terdiri dari :

- Ruang mekanikal dan elektrikal

- Ruang pengelola

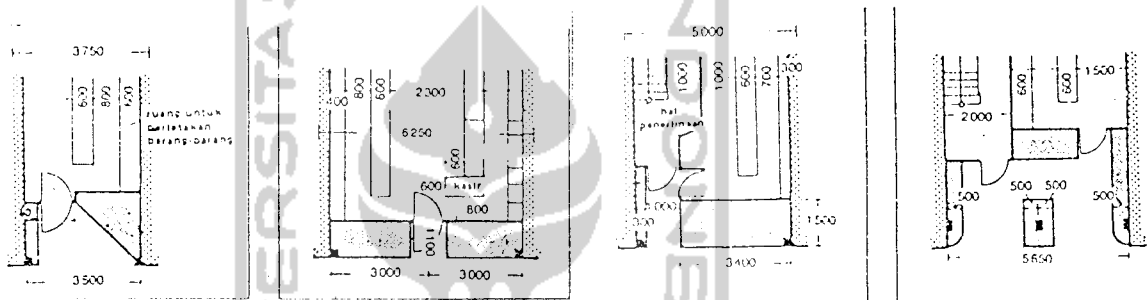
- Ruang service

- Parkir
- Gudang
- Ruang keamanan

3.2.4.2. Besaran Ruang

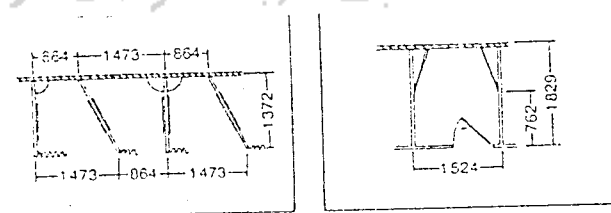
Penentuan besaran ruang pada bangunan pusat perbelanjaan menggunakan standar ruang sebagai tolak ukur yang digunakan dalam suatu pusat perbelanjaan. Besaran ruang pada pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut yaitu :

D. Besaran ruang untuk retail pertokoan



Gambar 3.24 : Besaran ruang pertokoan

E. Besaran ruang untuk Kamar pas



Gambar 3.25: Besaran ruang untuk Kamar pas

Sumber : Data arsitektur jilid I

Adapun besaran ruang dari tiap lantainya adalah sebagai berikut :

Besaran ruang yang direncanakan untuk bangunan Pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut :

Luas Site sebesar 6600 m^2

KDB berkisar antara 60% - 80%.

Besar bangunan pusat perbelanjaan diasumsikan 60% dari luas lahan yang ada

Jadi luas bangunan Pusat Perbelanjaan tersebut adalah : $60\% \times 6600 \text{ m}^2 = 3960 \text{ m}^2$.

Luas untuk pedagang informal sebesar $25\% \times 6600 \text{ m}^2 = 1650 \text{ m}^2 + 15\%$ dari luas lantai semi Basement.

Area service $7\% \times 6600 \text{ m}^2 = 462 \text{ m}^2$.

Area taman $8\% \times 6600 \text{ m}^2 = 528 \text{ m}^2$.

Luas seluruh bangunan / lantai bangunan sebesar 3 lantai $\times 3960 \text{ m}^2 = 11880 \text{ m}^2$, dan Luas Basement sebesar 2 lantai $\times 4620 \text{ m}^2 = 9240 \text{ m}^2$. Jadi luas seluruh lantai = 21120 m^2 .

Jadi rincian besaran ruang pada pusat perbelanjaan tersebut adalah :

1. Lantai basement dengan ketinggian -7.50 digunakan untuk area parkir mobil dengan kapasitas 100 mobil sebesar 3269 m^2 sedangkan untuk ruang ruang mekanikal elektrikal sebesar 362 m^2 serta musholla 100 m^2 .
2. Lantai semi basement dengan ketinggian -4.00 digunakan untuk supermarket (1052 m^2), ruang parkir (480 m^2), ruang bowling (736 m^2), ruang bilyar (180 m^2), Ruang Karaoke (318 m^2), ruang stock barang (170 m^2), gudang (70 m^2), ruang keamanan ($2 \times 4 \text{ m}^2$), ruang pedagang kaki lima (628 m^2)
3. Lantai dasar dengan ketinggian ruang ± 0.00 digunakan untuk departement store (1320 m^2), ruang pameran (300 m^2), lobby (84 m^2), Cafeteria / restaurant (340 m^2), ruang untuk salon (128 m^2), kios terbuka 40 m^2 , retail pertokoan { 36 m^2 (3 buah), 20 m^2 (2 buah), 46 dan 50 m^2 (2 buah), 80 m^2 (1 buah), 110 m^2 (1 buah), 124 m^2 (1 buah)}. Pada ruang luar bangunan disediakan ruang untuk pedagang kaki lima (1650 m^2),

4. Lantai satu dengan ketinggian + 4.00 digunakan untuk departement store (1320 m²), Book store (128 m²), ruang pengelola (296 m²), ruang Cafeteria / Restaurant (162 m²). Ruang pameran (344 m²), Retail pertokoan {40 m² (2 buah), 48 m² (1 buah), 64 m² (1 buah), 82 dan 88 m² (1 buah) 120 m² (1 buah)}
5. Lantai dua dengan ketinggian + 8.00 digunakan untuk Bioskop (1360 m²), Restoran (280 m²), Ruang amusemet center (440 m²), cafeteria dan caffe shop(180 m²), agen jasa perjalanan (46,8 m²).
6. Ruang pengelola yang meliputi Ruang manager (50 m²), Ruang staff (20 orang (@ 5,5 m²) = 110 m²), Ruang tamu (20 m²), Ruang rapat (25 m²).

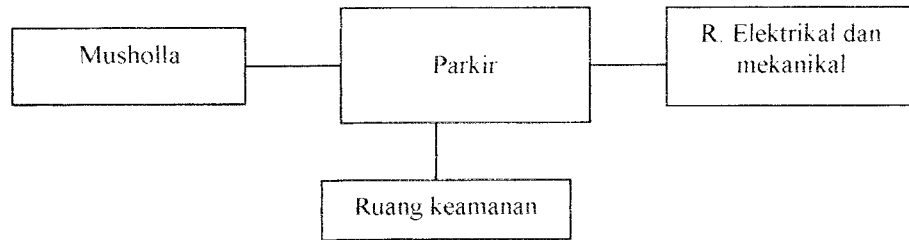
3.3 ANALISA ORGANISASI RUANG

Pengorganisasian ruang diperlukan agar didapatkan suatu komposisi ruang yang sesuai dengafungsinya sebagai fasilitas perbelanjaan, sehingga ruang tersebut dapat menjelaskan tingkat pentingnya atau fungsi dari ruang-ruang secara simbolis. Syarat-syarat dalam pengorganisasian ruang yang perlu diperhatikan adalah letak fungsi, persyaratan ukuran, klasifikasi hirarki ruang, pencapaian dan pencahayaan. Disamping itu juga mengenai kondisi tapak yang ada dalam kaitannya dengan pengaruh lingkungan terhadap bentuk bangunan, hubungan antara ruang-ruang yang ada. Dengan begitu begitu bisah diketahui ruang yang seperti apa yang akan derancang, hubungan ruang dengan ruang yang lain ataupun dengan kondisi tapak yang ada, pola sirkulasi yang akan terjadi, serta reaksi lingkungan terhadap bentuk ruang luar bangunan. Bentuk sirkulasi yng dimaksudkan dengan pertimbangan sebagai berikut :

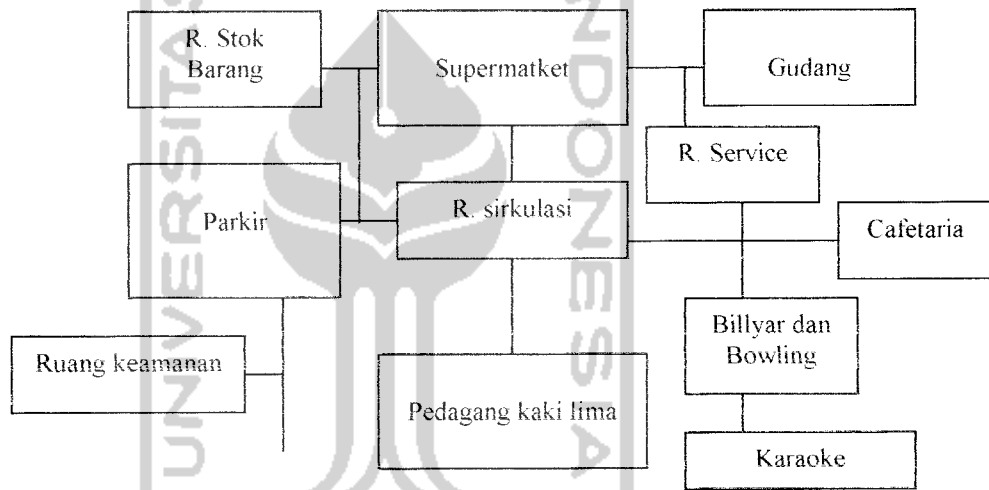
- Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi kegiatan yang akan diwadahi yaitu sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi.
- Adanya kemudahan, keefisiensian dan fleksibelitas dalam pola tata ruang dan sirkulasi.
- Pola hubungan ruang yang ada terlihat jelas.

Dengan begitu organisasi ruang dalam tiap lantai bangunan adalah sebagai berikut :

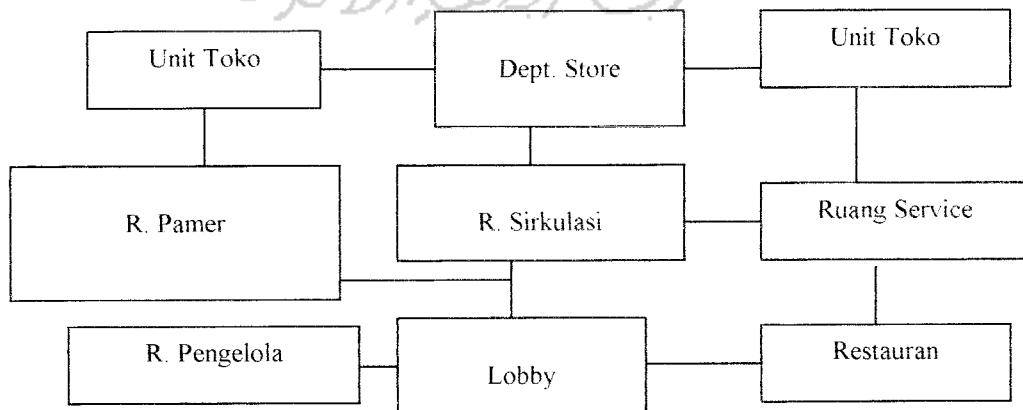
1. Organisasi ruang lantai basemen



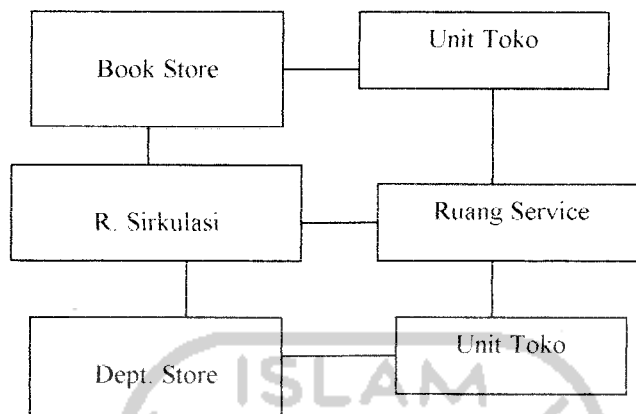
2. Organisasi ruang lantai semi basement



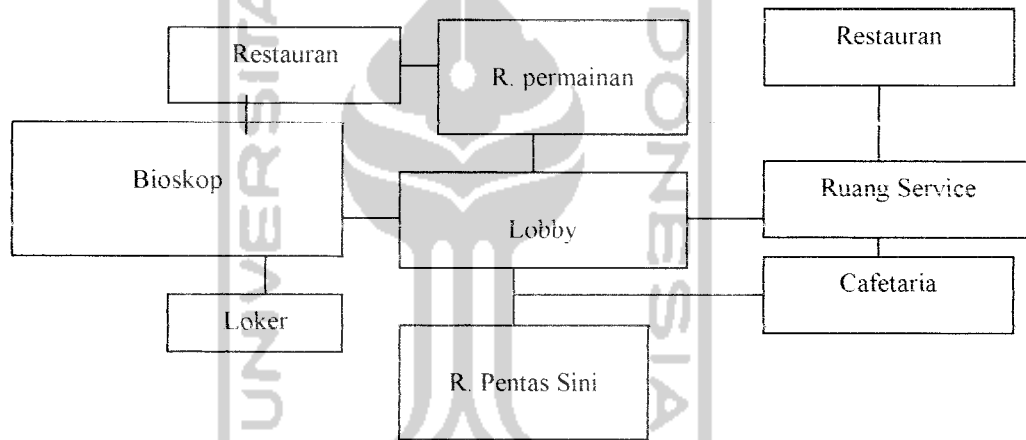
3. Organisasi Ruang Lantai dasar



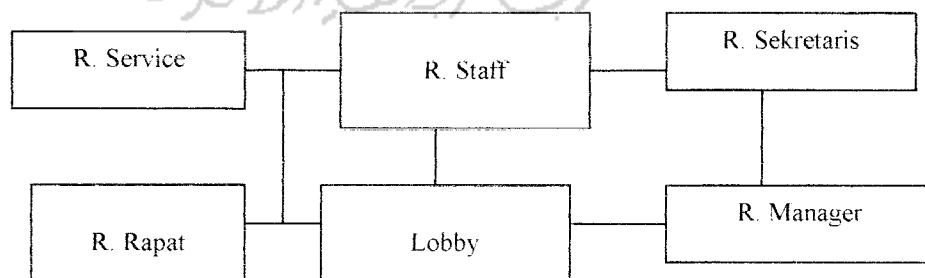
4. Organisasi Ruang Lantai satu



5. Organisasi Ruang Lantai Dua



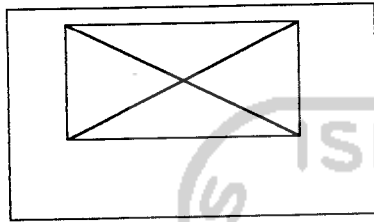
6. Organisasi Ruang Pengelola



3.4. PENENTUAN MASSA BANGUNAN

Pemilihan masa bangunan yang sesuai untuk pusat perbelanjaan ditentukan atas berbagai pertimbangan. Pertimbangan didasarkan dari perbandingan antara massa bangunan tunggal dengan massa masa bangunan yang banyak, sehingga dapat ditentukan massa bangunan yang sesuai.

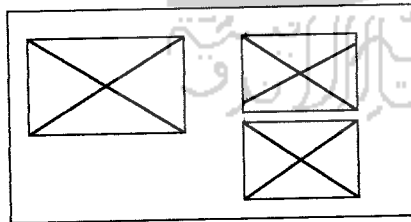
- Massa bangunan tunggal



Gambar 3.26 : massa Bangunan tunggal

Dengan kriteria sebagai berikut :

- Dengan adanya massa yang tunggal maka pengelolaan kegiatannya lebih mudah
 - Pemanfaatan lahan untuk bangunan menjadi efisien
 - Kebutuhan ruang lebih efisien karena semua ruang yang digunakan diletakkan dalam satu wadah bangunan sehingga tidak ada ruang yang dobel.
 - Penggunaan ruang untuk sirkulasi lebih efisien.
- Massa bangunan banyak



Gambar 2.27 : massa Bangunan banyak

Dengan kriteria sebagai berikut :

- Kebutuhan lahan untuk bangunan lebih banyak
- Pengelolaan kegiatan dalam bangunan lebih sulit
- Membutuhkan banyak ruang untuk kegiatan sirkulasi

- Kebutuhan ruangnya menjadi lebih banyak, karena adanya ruang yang mempunyai fungsi yang sama disetiap bangunan.

Dengan adanya pertimbangan diatas maka massa bangunan yang ditentukan dalam perencanaan tersebut adalah massa bangunan tunggal dengan pertimbangan pada keefisiensian ruang dan pengguna lahan yang lebih efektif, serta agar mudah dalam pengelolaan kegiatan yang berada didalamnya.

3.5. PENAMPILAN BANGUNAN

3.5.1. Penampilan Visual Bangunan

Penampilan visual bangunan pusat perbelanjaan yang diinginkan adalah adanya keterpaduan antara arsitektur modern dan arsitektur tradisional. Bentuk keseluruhan bangunan yang kokoh sebagai perwujudan dari arsitektur modern. Kemudian dipandu dengan arsitektur tradisional yang ada, sehingga bentuk bangunan menunjukkan adanya kaidah-kaidah arsitektur tradisional yang masih melekat pada bangunan perbelanjaan tersebut. Adanya pengambilan arsitektur setempat menunjukkan bangunan itu masih memiliki jati diri yang kuat, dibandingkan dengan bangunan yang lain.

Sebagai bangunan komersial maka pusat perbelanjaan tersebut dalam penampilannya mengambil bentuk-bentuk arsitektur modern agar tidak kehilangan arti komersial pada bangunan tersebut. Disamping harus menuntut bangunan yang sifatnya modern tidak bisa pula harus meninggalkan kaidah-kaidah unsur budaya setempat. Sebab bangunan ini dibangun pada daerah kawasan yang mempunyai sebutan sebagai kota budaya. Bila suatu bangunan hanya mengandalkan bentuk arsitektur modern saja tanpa adanya sentuhan arsitektur tradisional, maka bangunan tersebut dianggap tidak mempunyai identitas diri.

Penampilan bangunan komersial erat kaitannya dengan bentuk arsitektur modern. Arsitektur modern terwujud dengan adanya perkembangan dunia arsitektur

dan adanya kemajuan teknologi, sehingga pengertian modern disini dapat dilihat pada teknologinya, penggunaan bahannya ataupun bentuk penampilan dari bangunannya. Dalam kaitannya dengan bentuk penampilan bangunan pusat perbelanjaan, maka bentuk arsitektur modern yang dimaksud adalah yang yang berhubungan dengan penampilan bangunannya. Penampilan arsitektur modern dapat dilihat dari penggunaan bentuk-bentuk lengkung, segi tiga ataupun segi empat yang dinamis, berkesan kokoh dan megah.

3.5.2. Karakter Bangunan

Dalam kaitannya sebagai bangunan komersial maka agar bangunan mempunyai nilai jual terhadap barang yang diwadahnya, maka karakter bangunannya adalah sebagai berikut:

1. Dinamis

Pewadahan fisik bangunan harus dapat mendukung terlaksananya kegiatan yang bersifat bebas, dinamis, terus mengalir sepanjang waktu selama dioperasikan.

2. Rekreasi

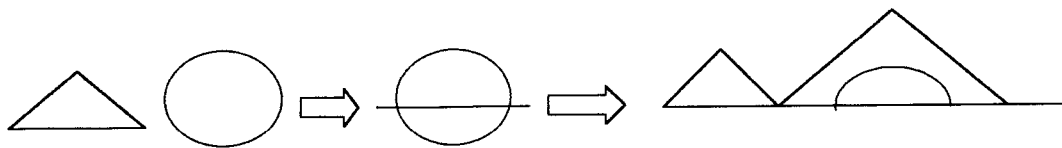
Bersifat rekreatif dalam arti bangunan bersifat menyenangkan bagi pengunjung, sehingga pengunjung merasa betah dan santai berada didalam bangunan.

3. Promotif

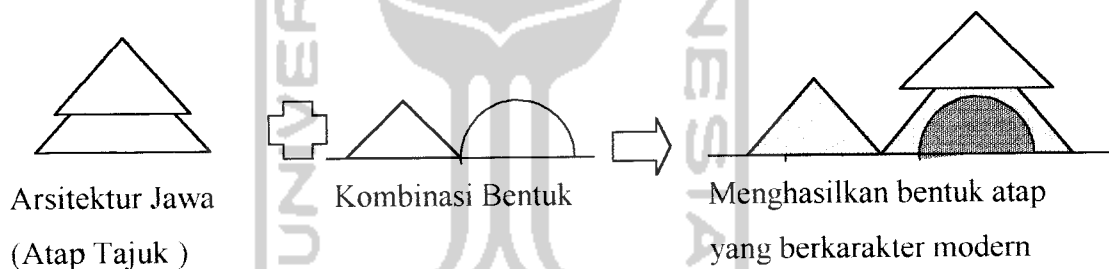
Bentuk bangunan mempunyai daya tarik bagi konsumen untuk mengunjunginya dan bersifat mempromosikan dari fungsi bangunan yang diwadahi didalamnya. Ini dapat diwujudkan dengan pengolahan partisi / bahan bangunan.

Penampilan bangunan pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut sebagai bangunan komersial adalah dengan memadukan antara bentuk arsitektur modern dengan arsitektur yang berkarakteristik budaya. Keterpaduan tersebut diwujudkan dengan cara pengambilan bentuk-bentuk yang menonjol didalam arsitektur tersebut. sehingga didapat keterpaduan antara bentuk dari penampilan bangunan pusat perbelanjaan yang modern .

- Arsitektur yang berkarakteristik budaya (arsitektur jawa) diambil dari bentuk atap tajuk dan ornamen bangunannya.
- Pada arsitektur modern pengambilan pada bentuk dasar, kombinasi antara bentuk segitiga dan lingkaran yang diwujudkan pada atap bangunan



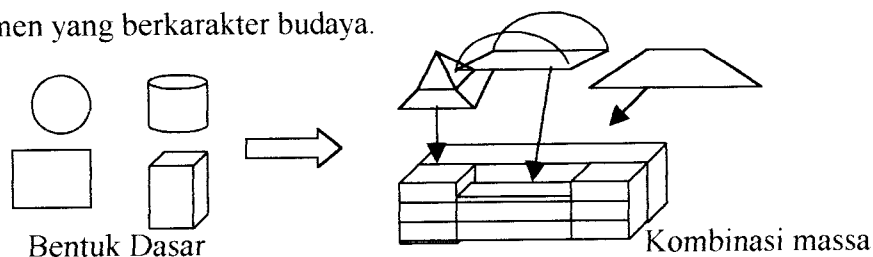
Dari bentuk dasar segitiga dan lingkaran ini dengan adanya pengurangan pada bentuk, misalnya bentuk lingkaran di potong menjadi setengah lingkaran dan kemudian digabungkan dengan bentuk segitiga maka didapatkan suatu bentuk atap dinamis. Bila bentuk atap tersebut digabungkan dengan bentuk atap tradisional maka bentuk atap tersebut akan menampilkan bentuk yang mempunyai jati diri yang kuat. Yaitu bangunan yang mempunyai keterpaduan antara bentuk tradisional dengan modern.



Gambar : karakteristik bentuk atap

Sumber : Pemikiran

Penggabungan antara bentuk dasar akan menghasilkan penampilan bentuk bangunan yang dinamis. Yaitu pengolahan bentuk dasar dan penambahan ornamen-ornamen yang berkarakter budaya.



Penggabungan bentuk ini akan menghasilkan suatu bentuk yang dinamis dan tidak monoton. Disamping bentuk tidak menutup kemungkinan, perlu juga diperhatikan struktur rangkanya, sebab struktur rangka dapat menentukan besaran ruang yang digunakan. Pada bangunan-bangunan komersial lebih didominasi oleh bentuk struktur rangka. Sebab struktur rangka ini dapat membentuk ruang yang mempunyai bentang lebar, disamping bentuk struktur rangka juga digunakan bentuk struktur yang lain. Oleh karena itu diasumsikan penggunaan struktur selain struktur rangka dapat meningkatkan daya tarik pasar yang terutama melalui unsur boldness (kemencolokan) dan inventiveness (kebaruan). Penggunaan struktur selain struktur rangka dapat juga menimbulkan citra modernitas dengan penekanan pembaharuan bentuk secara inovatif dan kreatif.

Disamping pengolahan bentuk dan struktur perlu diperhatikan juga penggunaan bahan dan warna. Dengan penggunaan bahan-bahan produksi massal atau fabrikasi merupakan salah satu aspek arsitektur modern. Sifat produk massal juga mengandung aspek fungsional dan efektif.

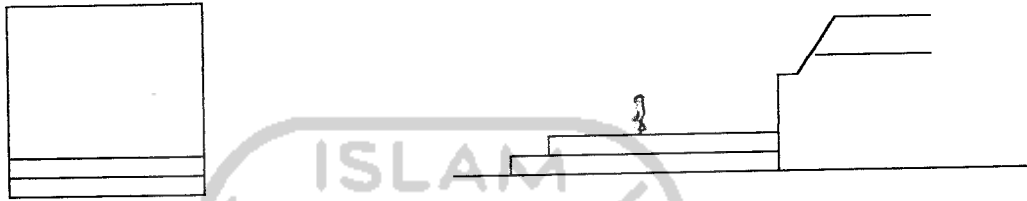
Kriteria pemilihan bahan :

No	Bahan	Warna	Tekstur	Kesan yang ditimbulkan
1	Beton	Berfariasi	Pengolahan lebih bebas	Modern, Keras
2	Kayu	Berfariasi	Pengolahan terbatas	Alami, Tradisional
3	Batu Alam	Terbatas	Pengolahan terbatas	Alami
4	Metal	Berfariasi	Pengolahan lebih bebas	Modern, Hi Tech
5	Kaca	Berfariasi	Pengolahan lebih bebas	Jernih, Terbuka, Terang

Dengan dasar pertimbangan bahwa tekstur dan warna bahan dapat mengekspresikan suatu objek (bangunan) maka bahan-bahan dari beton, metal serta kaca dapat diolah tekstur dan warnanya serta memberi penampilan modern dipilih sebagai bahan utama bangunan.

- Karakter bangunan sebagai bangunan komersial. Kriteria-kriteria bangunan yang berkarakter komersial adalah sebagai berikut :

- Dinamis bersifat bebas dapat diperlihatkan seperti terlihat pada gambar di bawah ini :



- Space penerimaan yang luas dan perbedaan ketinggian lantai

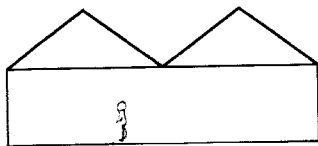
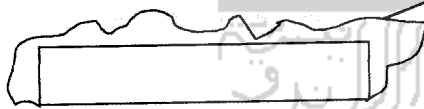


Adanya pengulangan bentuk

adanya irama

- Rekreatif berkesan menyenangkan dan santai

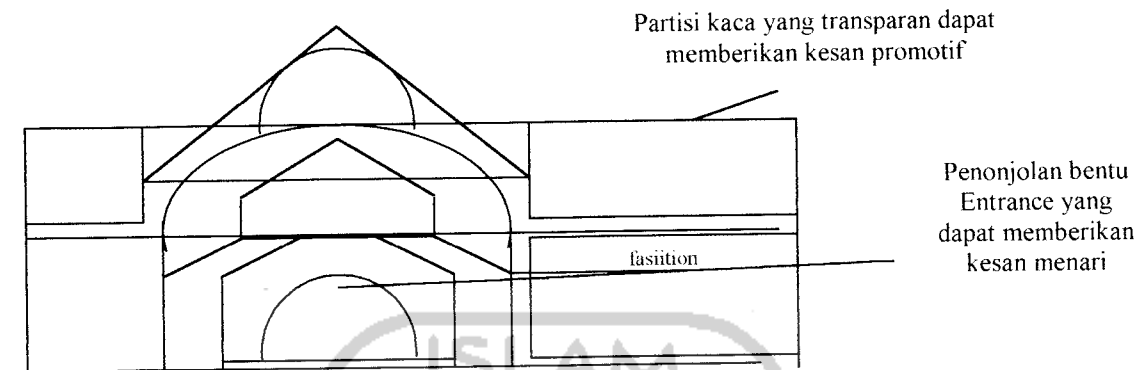
Pemberian taman didalam dan diluar bangunan



Tinggi bangunan yang manusiawi / normal

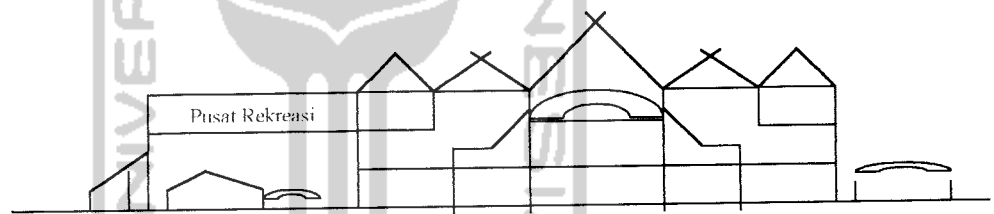
- Promotif bersifat mempromosikan dari fungsi yang diwadahnya dengan pengelolaan partisi dinding. Dinding dibuat transparan supaya kegiatan yang didalam tampak dari luar. Ini akan memberi arti bahwa bangunan ini mempunyai

karakter komersial, atau dengan menonjolkan Entrance pada bangunan tersebut, sehingga memberi daya tarik pada pengunjung.



Gambar 3.27 : Penampilan karakter bangunan

Berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan pada bentuk yang ada dalam arsitektur maka penampilan bangunan pusat perbelanjaan tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3.28 : Penampilan bangunan pusat perbelanjaan dan rekreasi

Tabel 3.1: Analisa pola penggabungan kegiatan perdagangan formal dengan informal

Komponen	Perdagangan Informal	Perdagangan Formal	Keterangan	Penyelesaian
Jenis barang	Terutama bahan pangan, souvenir, kerajinan, dll	Terutama bahan sandang, pangan, dll	(+) melengkapi banyak pilihan	Jenis barang sama► Dijauhkan► Didekatkan
Sifat Barang	Kotaor – bersih	Bersih	(-) mengganggu	Dibatasi Pengendalian sampah
Kualitas barang	Rendah - sedang	Sedang - tinggi	(+) melengkapi banyak pilihan	Pengelompokan
Wadah barang	Disajikan seadanya (pada lantai, grobag, dll)	Disajikan dengan baik (promotif)	(+) pilihan suasana	Subsidi silang
Jenis pedagang	Temporer	Tetap	(+) modal besar mem bantu modal kecil	Subsidi silang
Sosial ekonomi	Menengah kebawah	Menengah keatas	(+) akumulasi pembeli	Dimanfaatkan keduanya
Motifasi konsumen	Kontak sosial	Rekreasi	(+) pilihan suasana	Penyediaan fasilitas belanja dan rekreasi
Pelayanan	Personal service	-Self selection -Self service	(+) pilihan suasana	pengelompokan
Cara jual-beli	Tawar menawar	Harga mati	(+) pilihan suasana	pengelompokan
Kegiatan jual beli	Relatif ramai dan ruwat	Relatif tenang dan teratur	(-) Mengganggu	Pemisahan kegiatan yang saling mengganggu

Keterangan (+) → mendukung bila digabungkan
(-) → tidak mendukung bila digabungkan

B. Pengolahan ruang pada pola sirkulasi secara global

Perletakan sektor perdagangan informal diarahkan terutama pada lantai dasar diluar bangunan utama, hal ini juga sesuai dengan tuntutan kegiatannya yang bercirikan keterbukaan fisik dan visual bangunan.

Dari analisa diatas didapat faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penggabungan. Untuk mendapatkan gabungan yang optimal ada beberapa alternatif pengolahan ruangan pola sirkulasi dengan masing-masing keuntungan dan kerugiannya.

BAB IV

KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Penerapan konsep dasar perencanaan dan perancangan ini merupakan landasan menuju tahap transformasi ke bentuk rancangan fisik. Penyusunan konsep ini merupakan titik tolak upaya pemecahan sejumlah permasalahan yang muncul dan didasarkan atas pendekatan konseptual dan teori yang ada.

Pewadahan kedua sektor perdagangan yang ada yaitu pusat perbelanjaan dan rekreasi serta perwujudan penggabungan formal dan informal merupakan pertimbangan utama dalam perencanaan dan perancangan bangunan tersebut.

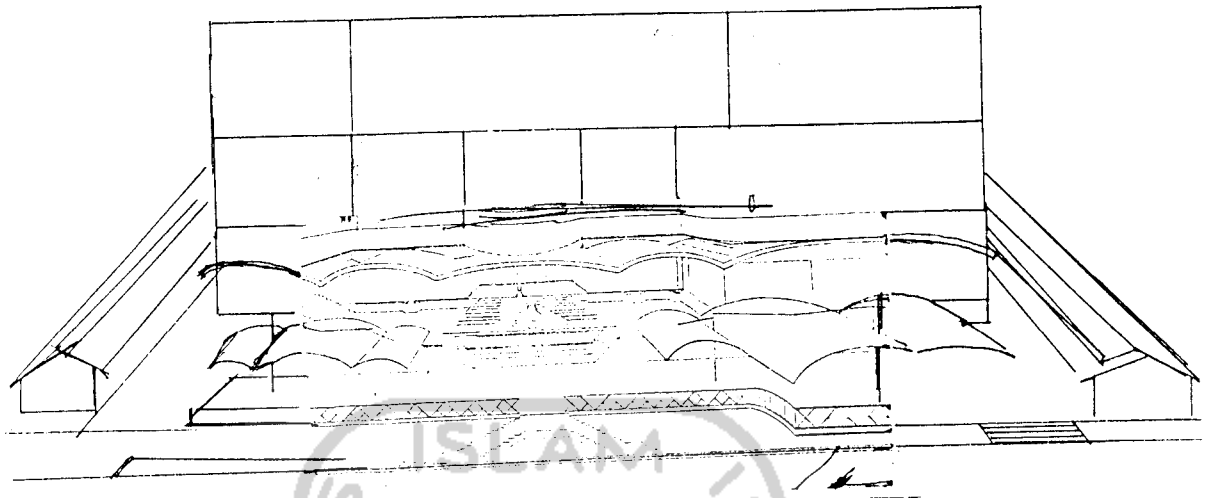
Disamping konsep perancangan fisik, harus juga difikirkan konsep pengelolaan pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut. Bentuk pengelolaan ini antara lain harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- Pengelolaan pusat perbelanjaan dan rekreasi dilakukan oleh pihak swasta yang harus memenuhi peraturan yang berlaku di pemerintahan daerah Tingkat II Kodya Yogyakarta.
- Pengadaan tempat bagi pedagang informal pada pusat perbelanjaan yang dibangun merupakan syarat yang harus dipenuhi investor. Pedagang informal yang ditampung diutamakan dari daerah sekitarnya dan dengan biaya sewa yang ringan / rendah.

4.1. KONSEP PUSAT PERBELANJAAN YANG DI RENCANAKAN

4.1.1. Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Yang Menggabungkan Perdagangan Formal dan Informal

Fungsi sebagai bangunan umum komersial fasilitas pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut harus dapat dikunjungi dan dinikmati oleh segenap lapisan masyarakat, maka diperlukan kesan keterbukaan yang mengundang dan akrab serta bersifat rekreatif dan modern.



Gambar 4.1. View ke dalam bangunan

Sumber : Pemikiran

Fasilitas rekreasi memberikan keleluasaan dan kenyamanan untuk pengunjung dengan menciptakan suasana yang akrab sesuai dengan karakteristik pada pusat perbelanjaan tersebut yang menyediakan fasilitas pertokoan dan hiburan baru yang memiliki ciri khas tersendiri, serta menyediakan barang-barang kebutuhan pengunjung secara lengkap. Dengan asumsi rasio perbandingan pedagang formal 60% dan informal 25% dan ditambah 15% dari luas lantai semi basement serta 7% untuk area service dan yang 8% untuk taman.

4.1.2. Konsep Perencanaan dan Perancangan Site

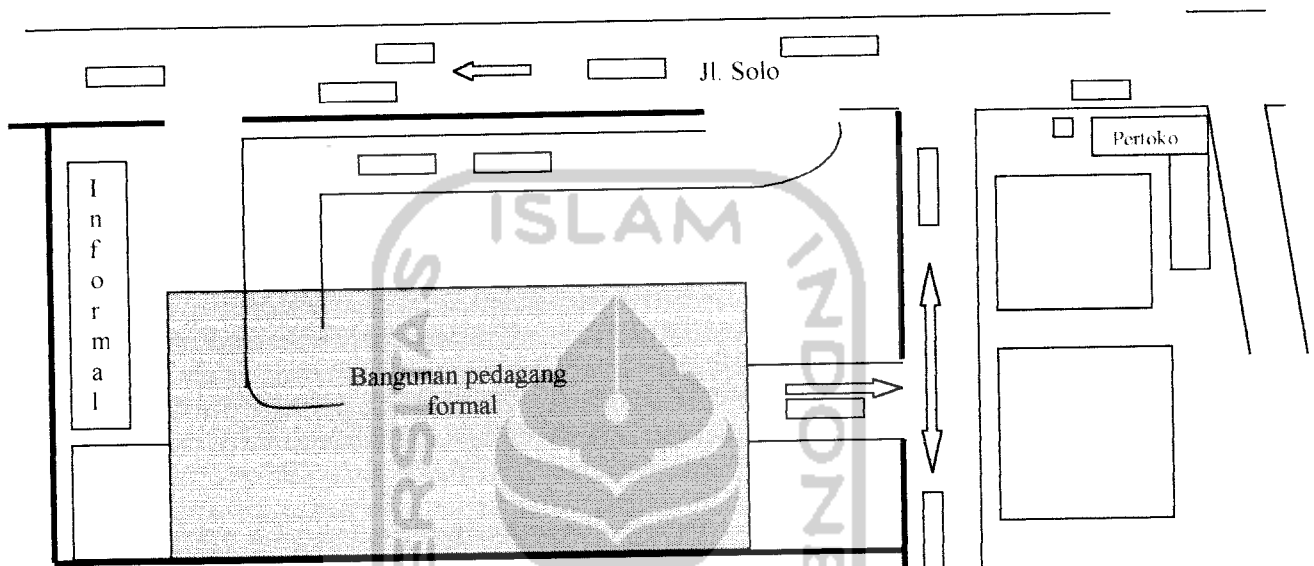
Lokasi site terletak di jalan Solo Gondokusuman dengan luas lahan 6600 m². Kondisi site sangat baik, keadaan tanah yang relatif rata dan kondisi tanah yang stabil. Adapun batasan sitenya adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Jl. Solo
- Sebelah Timur berbatasan dengan Jl. Tri Brata
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Perkampungan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Lembaga Pendidikan Perkebunan (LPP)

B. Pengelolaan Sirkulasi Site

1. Sirkulasi Kendaraan

Pola sirkulasi site (terutama kendaraan) dibuat dengan adanya pemisahan antara pintu masuk kendaraan dengan pintu keluar dengan bentuk linier.

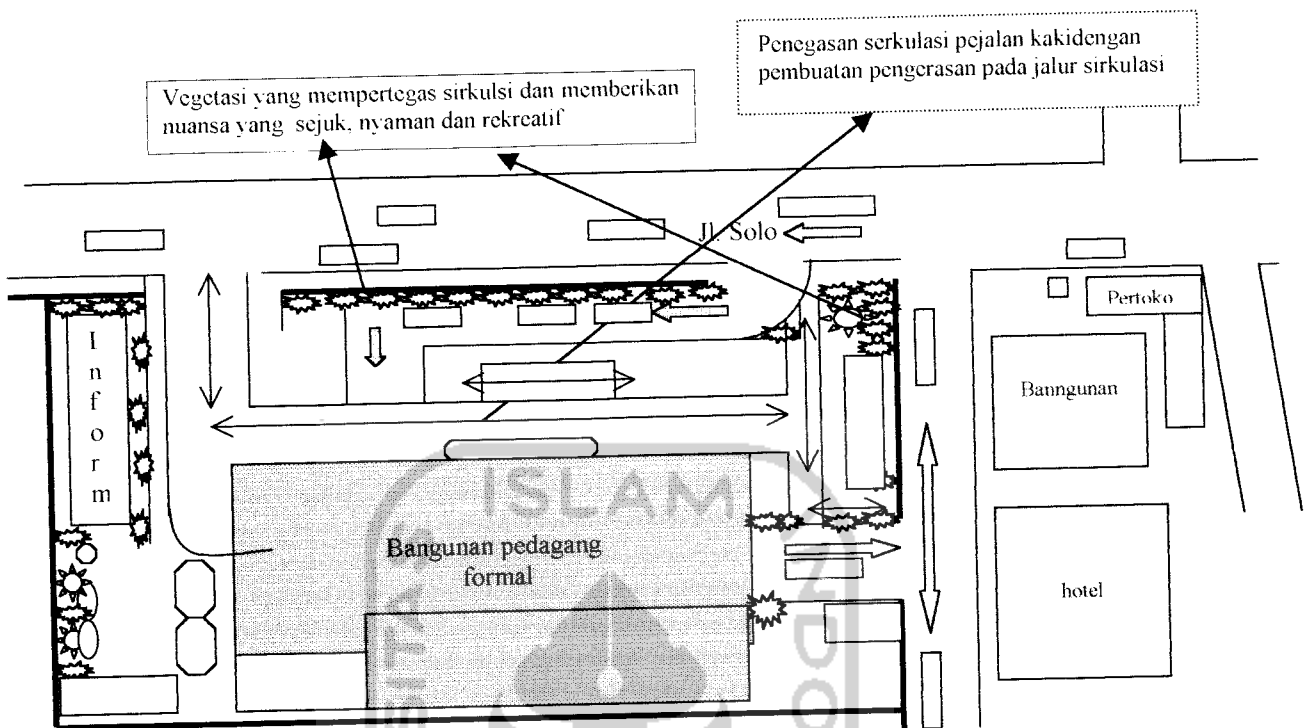


Gambar 4.2 : Sirkulasi kendaraan pada Site

Sumber : Pemikiran

2. Sirkulasi Manusia

- Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat disekeliling tapak
- Perkerasan dengan bahan dengan pola tertentu dapat mengarahkan arus pengunjung ketempat yang diinginkan.
- Sistem sirkulasi dibuat sederhana agar tidak membingungkan pengunjung untuk mencapai kefasilitas yang diinginkannya.
- Pada sirkulasi dalam bangunan terutama pada sirkulasi semi basement yang terdapat pedagan kaki lima perlu diperhatikan benar agar penempatan kakilima tidak mengganggu sirkulasi, terutama sirkulasi kendaraan. Disini harus adanya



Gambar 4.4 : Penataan Vegetasi dan sirkulasi pejalan kaki

Sumber : Pemikiran

4.1.3. Konsep Program Ruang

4.1.3.1. Macam Ruang dan Besaran ruang

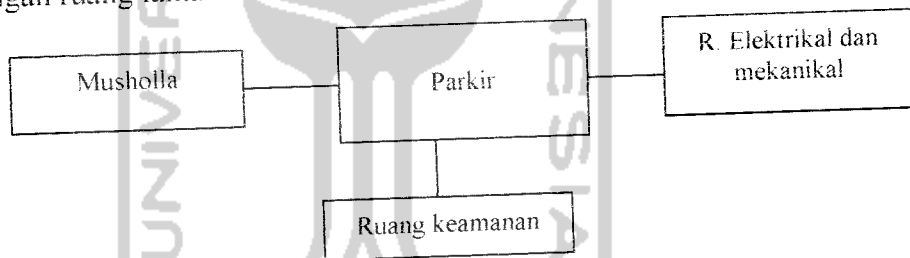
Lantai	Macam Ruang	Besaran Ruang (m ²)	Keterangan
Basement	1. Parkir mobil & Motor	3.269	
	2. Ruang Mekanikal dan Elektrikal	662	
	3. Mushola	36	
	4. Ruang Keamanan	20	

Semi Basement	1. Supermarket	1052	
	2. Ruang Parkir	480	
	3. Ruang Bowling	736	
	4. Ruang Bilyar	180	
	5. Karaoke	318	
	6. Ruang Stok Barang	170	
	7. Gudang	70	
	8. Ruang Keamanan Ruang pedagang K.L	(2 x 4 m ²) 628	
Lantai Dasar	1. Departement Store	1320	
	2. Ruang Pamer	300	
	3. Lobby	84	
	4. Cafetaria/Restaurant	340	
	5. Ruang Salon	128	
	6. Kios Terbuka	40	
	7. Retail Pertokoan :		
	– (3 buah)	36	
	– (2 buah)	20	
	– (2 buah)	46 & 50	
	– (1 buah)	80	
– (1 buah)	110 & 124		
8. Pedagang Kaki Lima	1650	Pedagang Kaki Lima terletak pada ruang luar.	
Lantai Satu	1. Depertemen Store	1320	
	2. Book Store	184	
	3. Cafetaria / Restaurant	162	
	4. Ruang Pengelola :	296	
	– R. Manager – R. Sekretaris – R. Staff – R. Tamu – R. Rapat		
5. Rretail Pertokoan :			
– (2 Buah)	40		

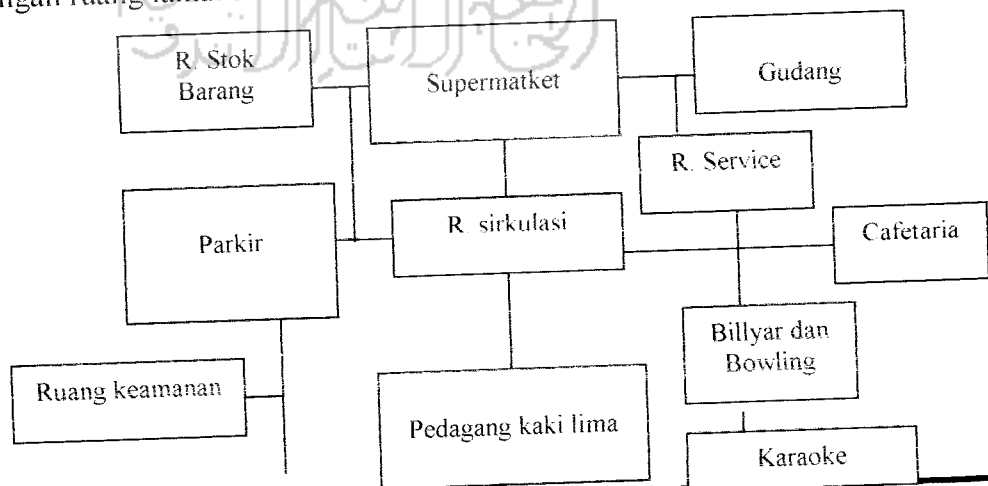
	- (1 Buah)	48	
	- (1 Buah)	82 & 88	
	- (1 Buah)	64	
	- (1 Buah)	120	
	6. Ruang Pamar	344	
Lantai Dua	1. Bioskop (3 Buah)	1320	Bioskop terdiri dari 3 buah bioskop dan 1 buah dapat untuk ruang pertemuan / pentas seni.
	2. Restaurant	280	
	3. R. Amusement Center	440	
	4. Cafeteria & Café Shop	180	
	5. R. Agen Perjalanan	46,8	

4.1.2.2. Hubungan Ruang

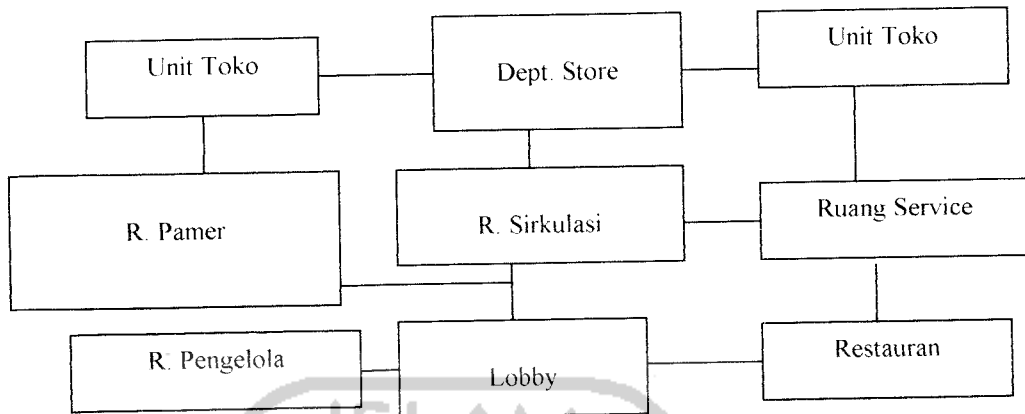
1. Hubungan ruang lantai basemen



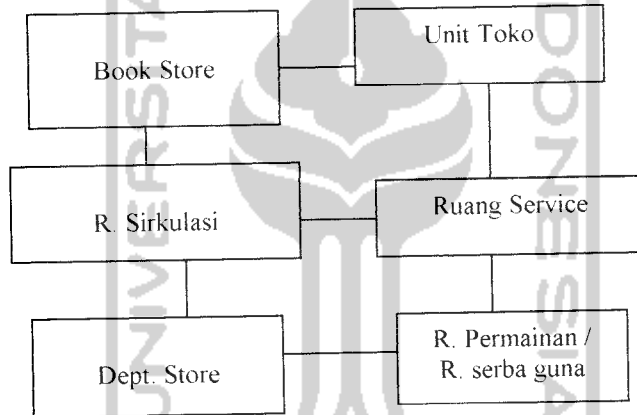
2. Hubungan ruang lantai semi basemen



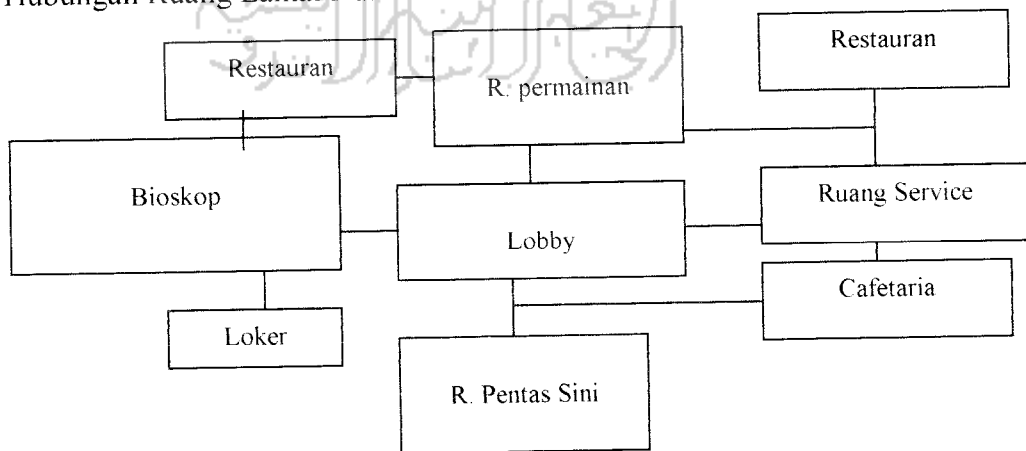
3. Hubungan Ruang Lantai dasar



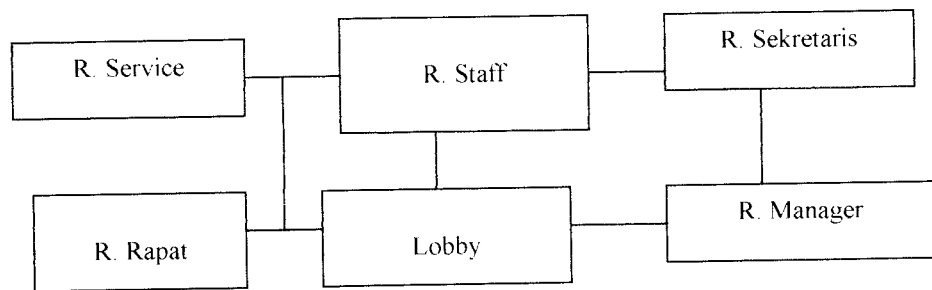
4. Hubungan Ruang Lantai satu



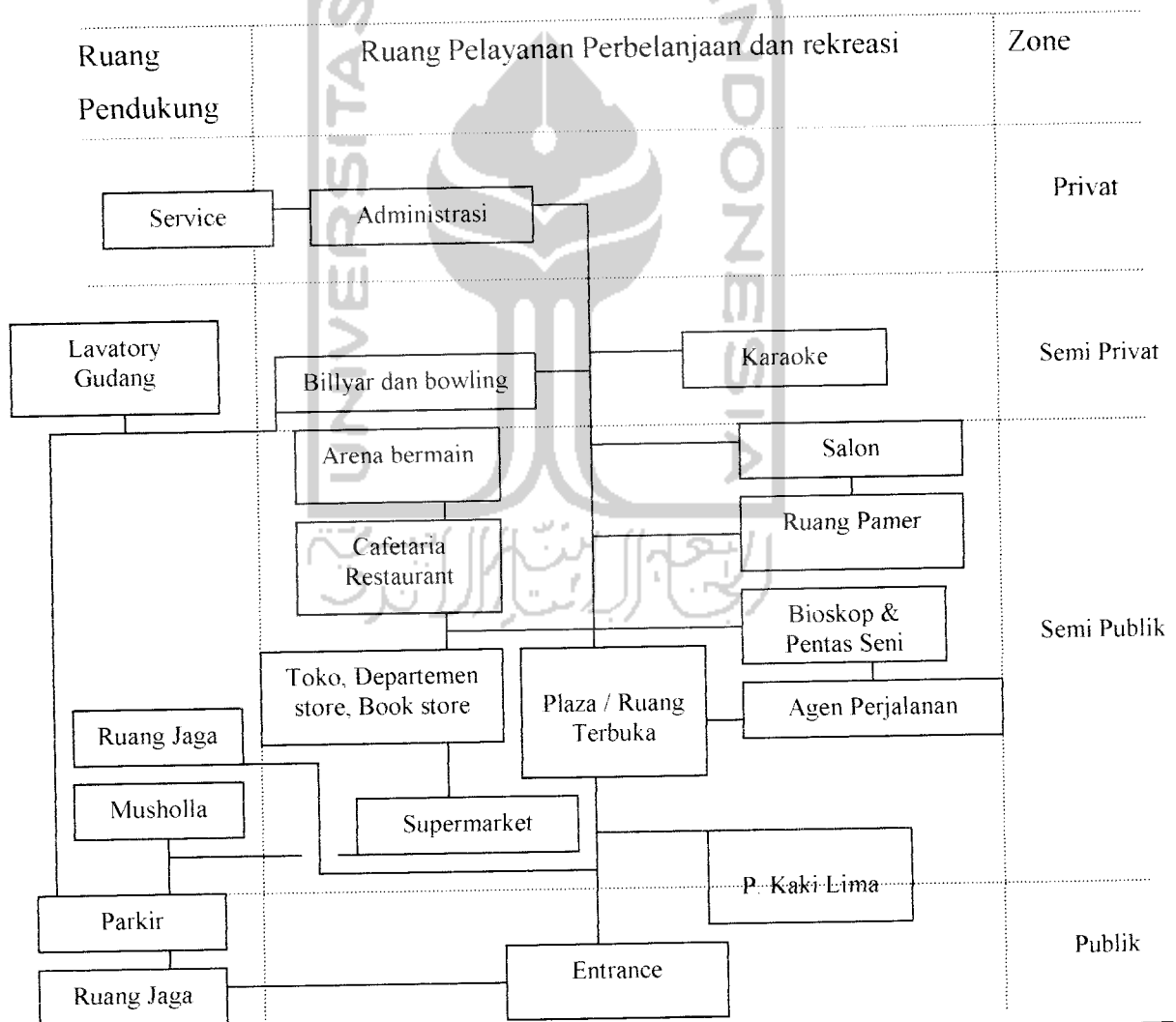
5. Hubungan Ruang Lantai Dua



6. Hubungan Ruang Pengelola



4.1.2.3. Organisasi Ruang

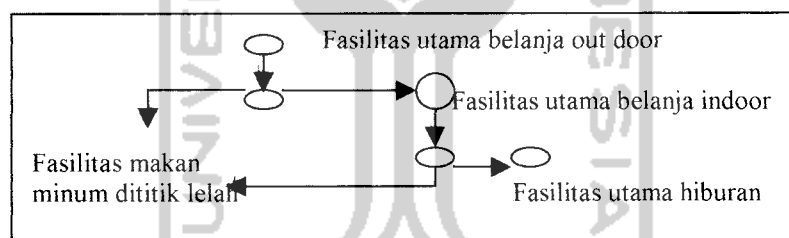


Atau tanpa pemisahan jalur gerak antara pengunjung dan pramuniaga ; seluruh ruang dapat dijelajahi oleh para pengunjung sendiri tanpa harus dilayani (self service).

Sirkulasi Rekreatif Pada Ruang Dalam

Pada sirkulasi belanja dan hiburan ini, yang dapat dilakukan adalah menawarkan alternatif pilihan kepada pengunjung untuk memilih fasilitas yang dikehendaki. Dalam sebuah jalur sirkulasi yang panjang agar suatu jalur sirkulasi tersebut tidak melelahkan dan membosankan pengunjung menuju tujuan akhir perjalanan hal yang dilakukan supaya akibat kebosanan dan kelelahan itu tidak membawa pengunjung kembali ketempat semula ini dilakukan dengan cara :

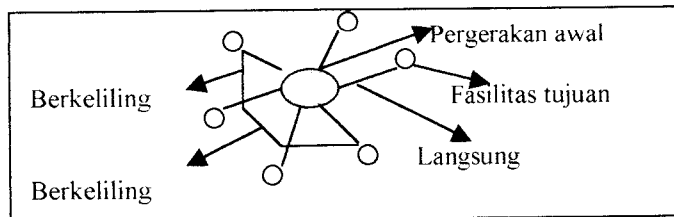
Cara Pertama, menyediakan fasilitas istirahat dititik-titik lelah yaitu ditengah atau diakhir jalur, mengingat bahwa fasilitas belanja dan hiburan ini menyediakan fasilitas makan dan minum. Fasilitas ini dapat diterapkan dengan menempatkan fasilitas makan dan minum serta menonton pertunjukan dititik lelah.



Gambar 4.7 : Titik-titik lelah ditengah atau diakhir jalur

Sumber : Analisa

Cara Kedua, membuat suatu pola sirkulasi yang memberi kemungkinan kepada setiap bagian mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi. Pola tersebut harus dapat mengakomodasikan aspirasi semua pengunjung, baik pengunjung yang ingin langsung menuju fasilitas yang diinginkan sehingga ingin mencari jalan pintas, maupun pengunjung yang ingin berkeliling menikmati suasana.



Gambar 4.8 : Pola sirkulasi yang sama untuk dikunjungi.

Sumber : Analisa

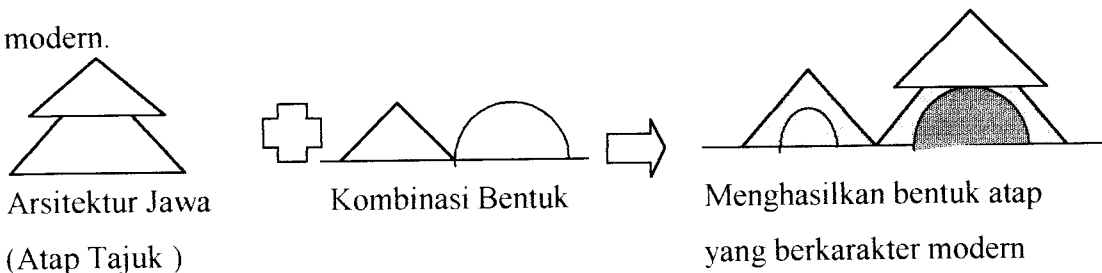
4.2. Konsep Dasar Penampilan Bngunan

Karakteristik penampilan bangunan :

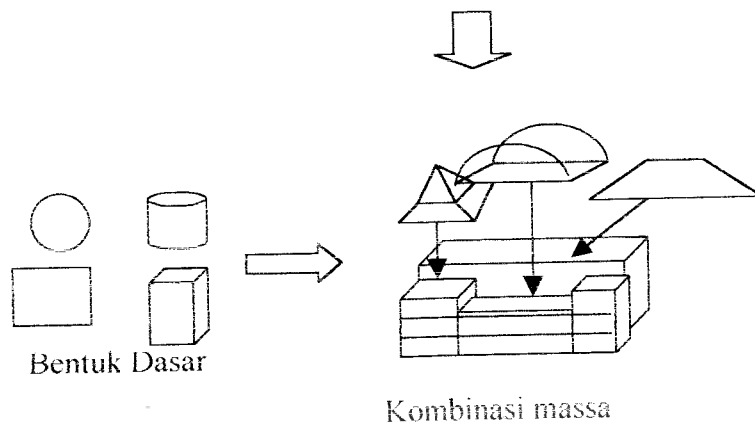
1. Mempunyai cita fisik komersial sesuai dengan fungsinya sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi.
2. Mempunyai kesan terbuka dan akrab
3. Mempunyai bentuk perpaduan inti bangunan sekitar dengan bangunan modern



Dari bentuk dasar segitiga dan lingkaran ini dengan adanya pengurangan pada bentuk, misalnya bentuk lingkaran di potong menjadi setengah lingkaran dan kemudian digabungkan dengan bentuk segitiga maka didapatkan suatu bentuk atap dinamis. Bila bentuk atap tersebut digabungkan dengan bentuk atap tradisional maka bentuk atap tersebut akan menampilkan bentuk yang mempunyai jati diri yang kuat. Yaitu bangunan yang mempunyai keterpaduan antara bentuk tradisional dengan modern.

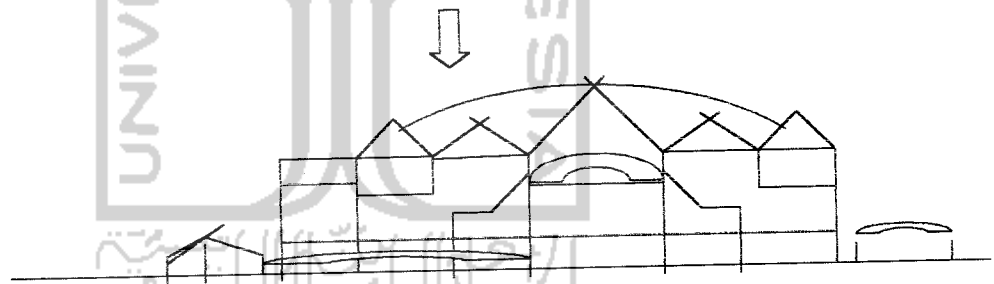


Karakteristik bentuk atap



Penggabungan bentuk ini akan menghasilkan suatu bentuk yang dinamis dan tidak monoton. Disamping pengolahan bentuk perlu diperhatikan juga penggunaan bahan dan warna. Dengan penggunaan bahan-bahan produksi massal atau fabrikasi merupakan salah satu aspek arsitektur modern. Sifat produk massal juga mengandung aspek fungsional dan efektif.

Berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan pada bentuk yang ada dalam arsitektur maka penampilan bangunan pusat perbelanjaan tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 4.9 : Penampilan bangunan pusat perbelanjaan dan rekreasi

4.3. Konsep dasar sistem Struktur

Pemilihan sistem struktur dan konstruksi dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Fungsi bangunan yang menampung berbagai kegiatan yang menuntut fleksibilitas penataan ruang dan fleksibilitas pembebanan.
2. Pengaruh keadaan fisik setempat, seperti daya dukung tanah.
3. Bentuk, dimensi bangunan serta ruang dalam yang akan direncanakan.

4. Faktor biaya yang meliputi pelaksanaan dan pemeliharaan bangunan.

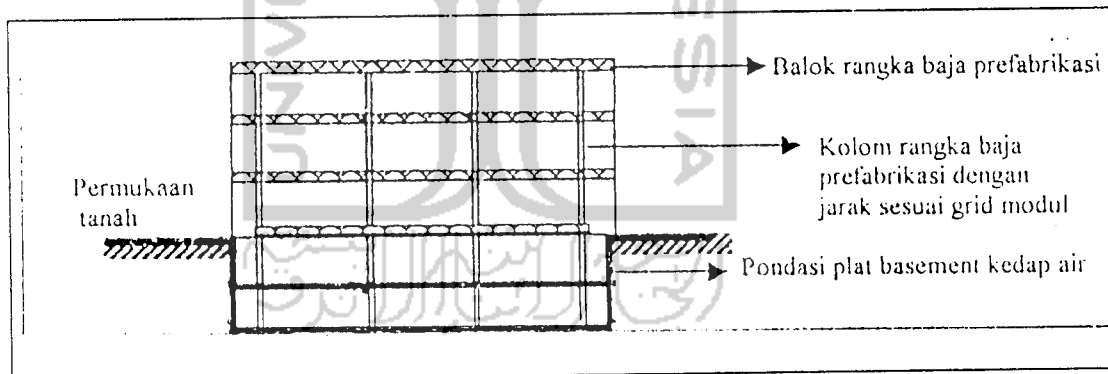
Struktur utama pada bangunan pusat perbelanjaan dan rekreasi ini menggunakan kombinasi sistem rangka dan core untuk kestabilan vertikal dan horizontal. Struktur dan konstruksi bangunan ini mencakup empat hal utama, yaitu : pondasi, kolom dan balok, dinding dan atap.

A. Pondasi

Sistem struktur pondasi yang dipilih sesuai dengan kondisi tanah. Struktur ini harus mampu mendukung semua beban yang di atasnya, dengan pertimbangan fleksibilitas pembebanan dan kestabilan vertikal dan horizontal sehingga struktur pondasi yang dipilih adalah struktur pondasi plat basement dengan konstruksi beton bertulang kepad air.

B. Kolom dan Balok

Konstruksi kolom dan balok dengan sistem rangka. Jarak antar kolom disesuaikan dengan modul ruang. Sedangkan dimensinya disesuaikan dengan jarak bentangan.

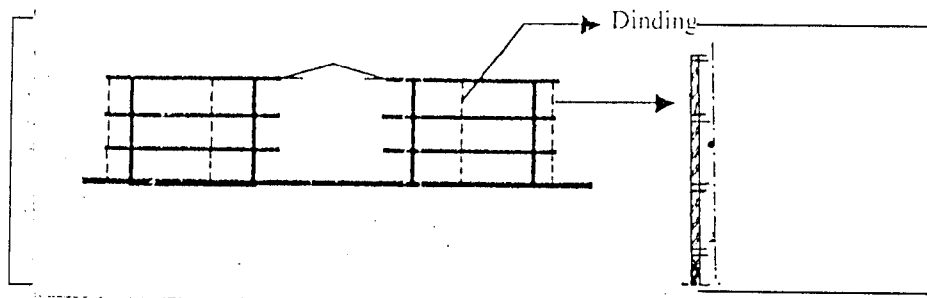


Gambar 4.10 : Struktur pondasi, kolom, dan balok

Sumber : analisis

C. Dinding

Konstruksi dinding menggunakan kombinasi untuk dinding pengisi cukup menggunakan bata merah dan dinding konstruktif menggunakan dinding kepad suara

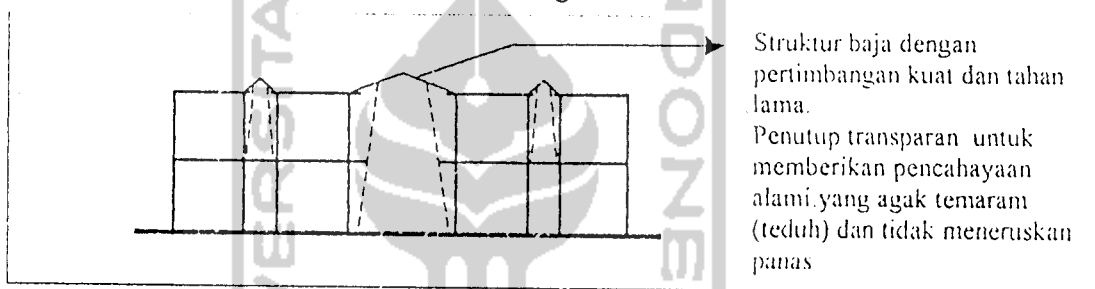


Gambar 4.11 : konstruksi dinding

Sumber : Analisa

D. Atap

Struktur atap menggunakan struktur baja dengan penutup transparan untuk memberikan pencahayaan alami dalam bangunan.



Gambar 4.12: Struktur Atap.

Sumber : Analisa

4.4. Konsep Utilitas Bangunan

1. Jaringan Air Bersih

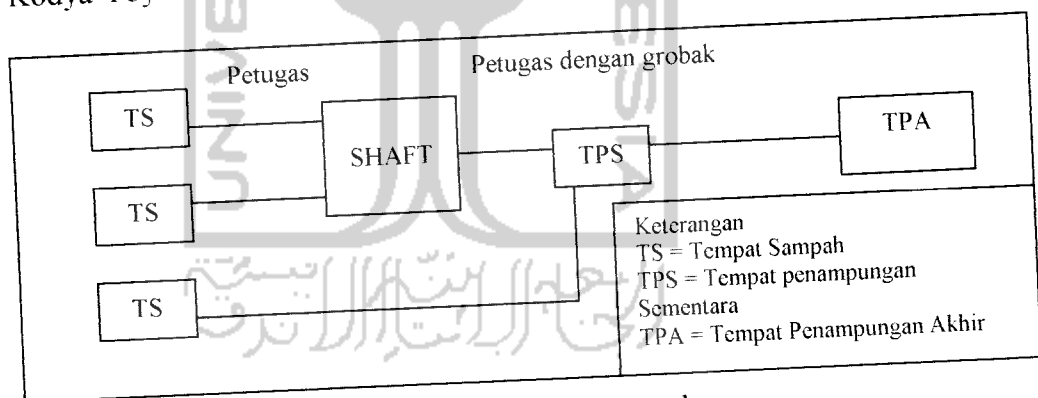
Air bersih digunakan untuk air minum, lavatori, penyiraman serta pemadaman terhadap kebakaran. Jaringan air bersih bersumber sumur dalam dan pam yang telah tersedia pada jaringan utilitas kota. Pendistribusian air bersih menggunakan system Down Feed dengan pertimbangan lebih hemat energi karena listrik hanya digunakan untuk menaikkan air bersih dari basement suction tank ke roof storage tank. Dari roofstorage tank air didistribusikan kebawah dengan gaya grafitasi.

2. Jaringan Air Kotor

Jaringan air kotor dialirkan secara gravitasi kesumur peresapan setelah adanya treatment air kotor. Jaringan drainase direncanakan mampu menampung air hujan dan menyalurkan ke seluruh drainase kota.

3. Jaringan Pembuang Sampah

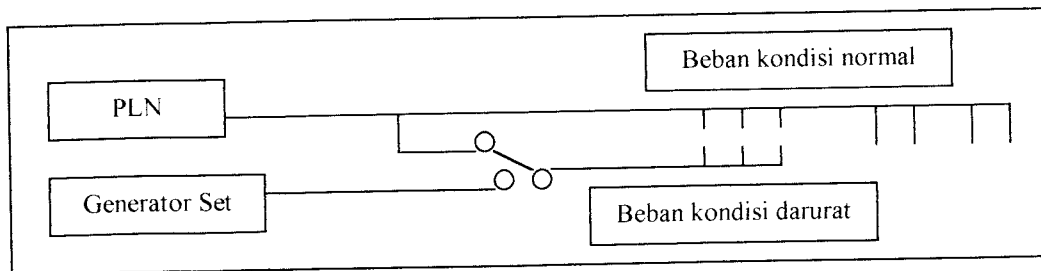
Sistem pembuangan sampah diterapkan dengan penyediaan tempat sampah diiap toko, kios dan los yang kemudian dikumpulkan ke TPS pada jam-jam tertentu. Dari tempat sampah pada lantai dasar diangkat secara langsung dengan gerobak ke TPS, sedangkan pada lantai dua dan tiga dari tempat-tempat sampah dimasukkan ketempat kantong plastik lalu dipindah kebawah melalui shaft sampah kemudian diangkat secara langsung ke TPS. Sistem pengangkutan dari tempat sampah di lantai dasar dan shaft ke TPS dengan gerobak sampah. Aktifitas bongkar muat biasanya menghasilkan sampah lebih banyak sehingga letaknya diusahakan dekat dengan TPS, sehingga sampah dapat langsung dibuang. Dari TPS diangkat oleh kendaraan DKP kota Kodya Yogyakarta ke TPA.



Gambar 4.13: Skema sistem pembuangan sampah

4. Jaringan Listrik

Sistem jaringan listrik pada kondisi normal menggunakan sumber utama dari PLN, sedangkan untuk kondisi darurat menggunakan sumber dari ginset. Sistem penggabungannya adalah sebagai berikut:



Gambar 4.14 : Sistem jaringan listrik

5. Sistem Pengaman Bangunan (Fire Protection)

Sistem Fire Protection pada bangunan ini meliputi :

a. Sistem Sprinkler

Sistem ini bekerja setelah mendapatkan sinyal dari detector. Pemipaan menggunakan sistem Dry Pipe dimana pipa tidak selalu terisi dengan pertimbangan tidak terlalu mebebani bangunan. Sistem ini direncanakan dipasang pada semua unit pertokoan, kios dan fasilitas lainnya.

b. Sistem Fire Alarm

Merupakan alarm yang akan menyala jika ada gejala kebakaran dari detector.

c. Sistem Smoke Detector

Detector yang digunakan untuk mendeteksi gejala kebakaran, yang kemudian mengirim sinyal keoperator.

d. Fire Ekstiguisher

Merupakan tabung gas portable yang digunakan untuk mengatasi jika ada kebakaran ditempat yang tidak dilalui jaringan sistem sprinkler yaitu pada unit los eceran dan los pedagang kaki lima.

6. Sistem Komunikasi

Untuk Hubungan intern dua arah digunakan alat komunikasi intercom terutama pada unit kios, sedangkan pada unit perdagangan besar (toko) dan ruang pengelola menggunakan telepon otomatis (PABX = Privete Auto Branch Exchange). Untuk unit los tidak menggunakan sarana komunikasi baik intercom maupun telepon dengan pertimbangan biaya sewa.

DAFTAR PUSTAKA

1. Victor Gruen and Larry Smith, Shopping Towns USA, The Planning Shopping Centres, Reinhold Publishing Co, New York 1960.
2. Haryono, Wing, 1978, Pariwisata, Rekreasi dan Entertainment, Ilmu Publisher, Bandung.
3. Urban Land Institute, Shopping Centers Development Handbook, Washington, tn 1977
4. Gruen, Victor, Centers Of the Urban Environment : Survival of the Cities, Van Nostrand Reinhold Co, New York, th 1973
5. Nadine Bindington, Design for Shopping Center, th 1982
6. Daldjoeni, M Geografi Kota dan Desa, Alumni, Bandung, 1988, h. 35
7. Rubenstein, Harvey, M, Central City Mall, 1978
8. Frics, Northen and Haskoll, M, Shopping Centers, 1977
9. Maithland, Bary, Shopping Mall, Planning and Design, 1987
10. Hyot, Charles King, AIA, Building For Commerce and Industry, The Architecture Press Ltd, London, 1978.
11. John Ormsbee, Landscape Architecture USA, The Mc. Graw Hill Book Co. Inc, 1961
12. Mangunwijaya, YB. SJ. Wastu Citra, Gramedia, Jakarta, 1988
13. Francis DK. Ching, Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya. Terjemahan, Paulus H. Erlangga, Jakarta, 1985
14. Purwodarminto, WJS, Kamus Besar Bahasa Indonesia, PN. Balai Pustaka, Jakarta, 1976.
15. Charles Jencks, Arsitektur Today, Harry N. Abrams, Inc, Publisher, New York, 1988).
16. Richard P. Dober, Mc Graw-Hill, New York, 1996).

17. Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 1998, BPS. D.I. Yogyakarta
18. Kotamadya Yogyakarta Dalam Angka 1998, BPS Kotamadya Yogyakarta.
19. Pemda Kodya Yogyakarta, RIK Yogyakarta 1985-2005.
20. Neufert Ernst, Data Arsitek, Erlangga, 1992
21. Majalah ASRI, April 1990 (No. 85)



LAPORAN PERANCANGAN
REDESAIN HERO DAN EMPIRE



DI YOGYAKARTA

Abstraksi

Mengingat perkembangan Kota pada kawasan Kotamadya Yogyakarta yang semakin pesat, khususnya pada penggalan jalan Solo Gondokusuman maka perlu adanya pengembangan fasilitas sarana dan prasarana yang bersifat rekreatif sehingga mampu menarik pengunjung yang sebesar-besarnya. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya daya tampung pusat kota (Malioboro) yang berlebihan, sehingga mengakibatkan dampak yang kurang baik / dampak negatif bagi pusat kota tersebut. Perencanaan ini bertujuan untuk memulihkan kembali keramaian pada kawasan tersebut, sebab setelah terjadinya musibah yang menimpa Hero dan Empire serta Regent maka kawasan ini tampak sepi. Hal tersebut disebabkan kurangnya fasilitas yang dapat menggantikan keberadaan Hero dan Empire serta Regent sebagai tempat untuk berbelanja sekaligus berekreasi, untuk mengantisipasi terjadinya ledakan pada pusat kota tersebut maka tempat ini perlu dibangun dengan segera suatu sarana pusat perbelanjaan sekaligus sebagai tempat rekreasi.

Dalam perencanaan Pusat perbelanjaan ini dalam pelaksanaannya menerapkan prinsip gabungan yaitu menggabungkan pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi yang sekaligus memberi tempat untuk pedagang informal / kaki lima pada area perdagangan tersebut. Ini bertujuan untuk menciptakan pusat perbelanjaan yang bersifat rekreatif dan komersial. Disamping itu perlu juga diperhatikan dalam pewardahan fasilitas yang akan ditampungnya yaitu fasilitas perdagangan formal dan informal serta fasilitas rekreasi seperti bioskop, area permainan baik untuk orang dewasa maupun untuk anak-anak. Hal ini untuk mempermudah dalam perencanaannya.

Dalam hal penyelenggaraan sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi yang menempatkan pedagang kaki lima, ini dapat menjadi wahana dialok yang akan menciptakan suasana yang akrab antara penjual dan pembeli, sehingga memberikan ciri tersendiri. Disamping memberikan suasana yang akrab pedagang kaki lima ini mampu menarik pengunjung yang besar dan secara tidak langsung pedagang ini dapat memberikan keuntungan bagi pedagang formal. Analisa ini bertujuan untuk mendapatkan suatu penataan ruang yang mempunyai suasana yang rekreatif serta penampilan bangunan yang mempunyai karakteristik komersial dan modern tanpa harus meninggalkan karakter budaya setempat.

Laporan Perancangan

Sedangkan konsep pengelolaan ruang dalam pada pusat perbelanjaan tersebut dengan pertimbangan pengelolaan tata ruang dalam, melalui pengelolaan sistem sirkulasi yang rekreatif. Selain harus memenuhi fungsinya sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi di Yogyakarta, ini tidak dapat lepas dari karakteristik budaya setempat yang ada, sebab karakteristik budaya ini merupakan potensi yang perlu digali dan ditampilkan kembali pada bentuk-bentuk bangunan, supaya bangunan ini memiliki jati diri / kesinambungan nilai-nilai budaya setempat.

Latar belakang

Mengingat perkembangan Kota pada kawasan Kotamadya Yogyakarta yang semakin pesat, khususnya pada penggalan jalan Solo Gondokusuman maka perlu adanya pengembangan fasilitas sarana dan prasarana yang bersifat rekreatif. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya daya tampung pusat kota (Malioboro) yang berlebihan, sehingga mengakibatkan dampak negatif bagi pusat kota tersebut. Perencanaan ini bertujuan untuk memulihkan kembali keramaian pada kawasan tersebut, sebab setelah terjadinya musibah yang menimpa Hero dan Empire serta Regent maka kawasan ini tampak sepi, hal tersebut disebabkan kurangnya fasilitas yang dapat menggantikan keberadaan hero dan Empire serta Regent sebagai tempat untuk berbelanja sekaligus berekreasi untuk mengantisipasi terjadinya ledakan pada pusat kota tersebut maka tempat ini perlu dibangun dengan segera suatu sarana pusat perbelanjaan sekaligus sebagai tempat rekreasi.

Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi di kawasan jalan Solo Kecamatan Gondokusuman, yang dapat menampung kegiatan berbelanja dan rekreasi, dalam satu wadah yang terpadu

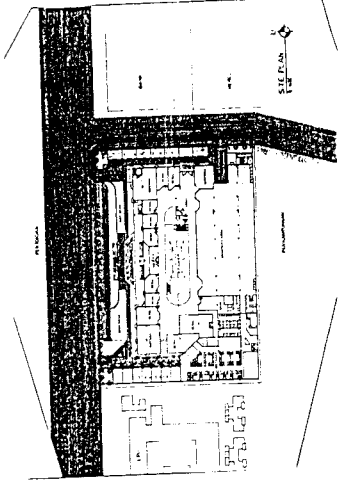
Permasalahan Khusus

- Bagaimana konsep tata ruang dalam pada bangunan tersebut sehingga mampu mengungkapkan bangunan yang bersifat rekreatif bagi semua lapisan masyarakat baik golongan umur maupun golongan ekonomi.
- Bagaimana penampilan eksterior bangunan tersebut sehingga dapat menambah daya tarik pengunjung, yang memberi karakter komersial dan modern, yang juga memberikan fasilitas bagi pedagang informal.

Lokasi

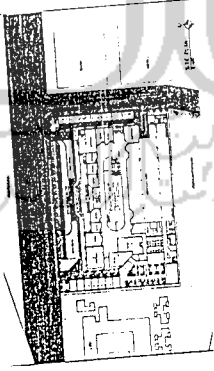
Lokasi site terletak di jalan Solo Gondokusuman dengan luas lahan 6600 m². Kondisi site sangat baik, keadaan tanah yang relatif rata dan kondisi tanah yang stabil. Adapun batasan sitenya adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Jl. Solo
- Sebelah Timur berbatasan dengan Jl. Tri Brata
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Perkampungan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Lembaga Pendidikan Perkebunan (LPP)



Perancangan Kawasan
Berdasarkan lokasi site yang berada dikawasan perdagangan tepatnya jalan solo maka dalam pengelolaan site perlu diperhatikan adalah

- Pemisahan jalur sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan bermotor secara jelas.
- Penataan pedagang formal dan informal harus mempunyai keterpaduan
- Pemanfaatan utilitas kawasan sebagai penunjang.
- Orientasi bangunan pada pertigaan jalan, letaknya sangat strategis untuk dikembangkan menjadi pusat perbelanjaan dan rekreasi.

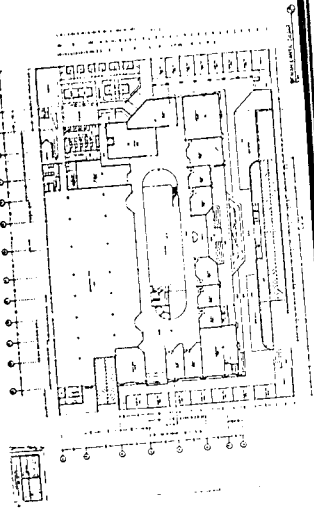


Tata ruang

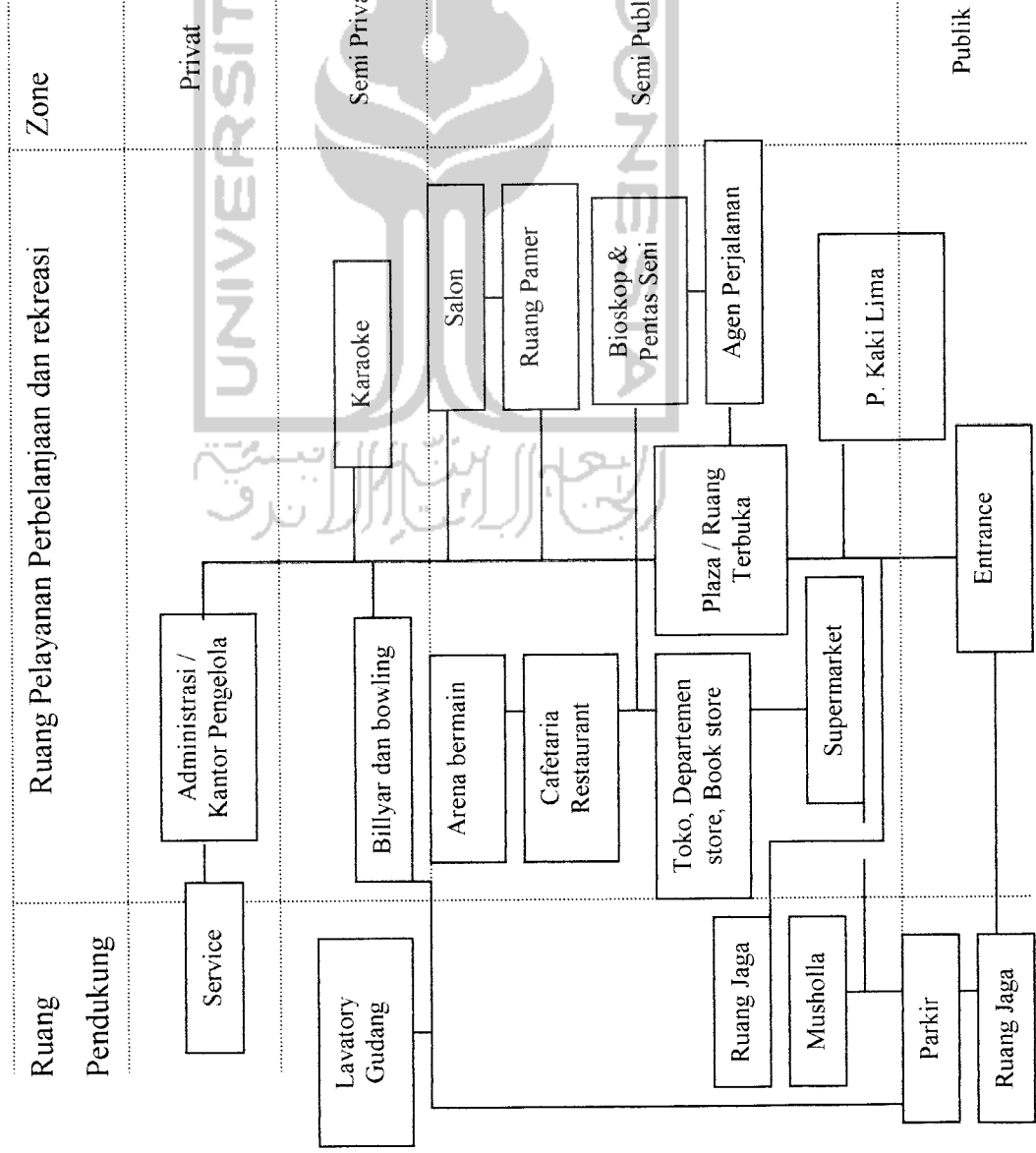
Zoning, fasilitas dan kebutuhan ruang

Berdasarkan perilaku pengunjung dengan cara penempatan fasilitas rekreasi dan fasilitas perbelanjaan harus mampu mendukung antara keduanya supaya antara satu dengan yang lain mempunyai keterpaduan yang baik, sehingga saling menguntungkan.

Penempatan Pedagang informal sebagai sarana penunjang sangat memberi daya tarik tersendiri, kelompok pedagang ini dapat ditempatkan pada ruang terbuka dan ditata sedemikian sehingga mampu memberi daya tarik bagi pengunjung.



Organisasi Ruang

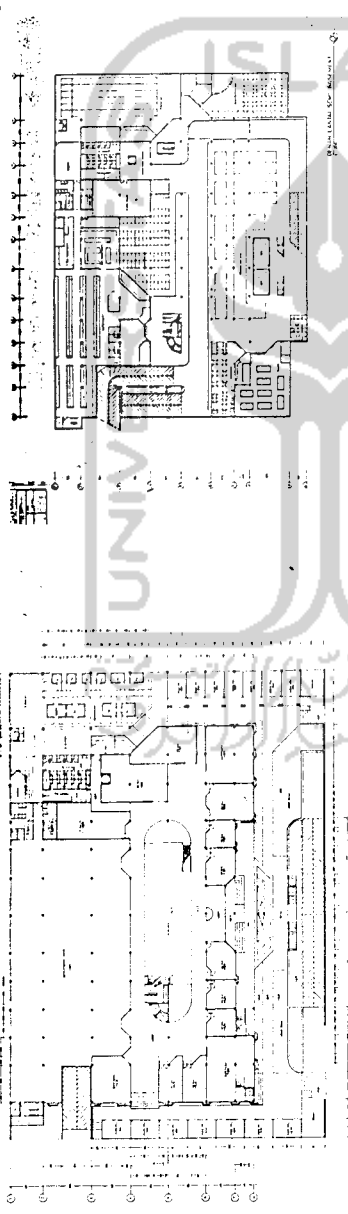


Re desain Hero dan Empire Sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi

Sirkulasi

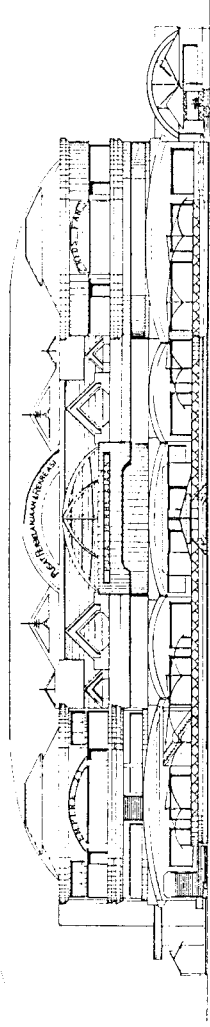
Sirkulasi yang tidak monoton dengan unsur linier yang memusat didalam memudahkan akses secara vertikal maupun horizontal, dengan bentuk yang kreatif.

Pemisahan secara jelas sirkulasi manusia dan kendaraan bermotor berupa penderiansupaya tidak terjadi crossing



Penampilan bangunan

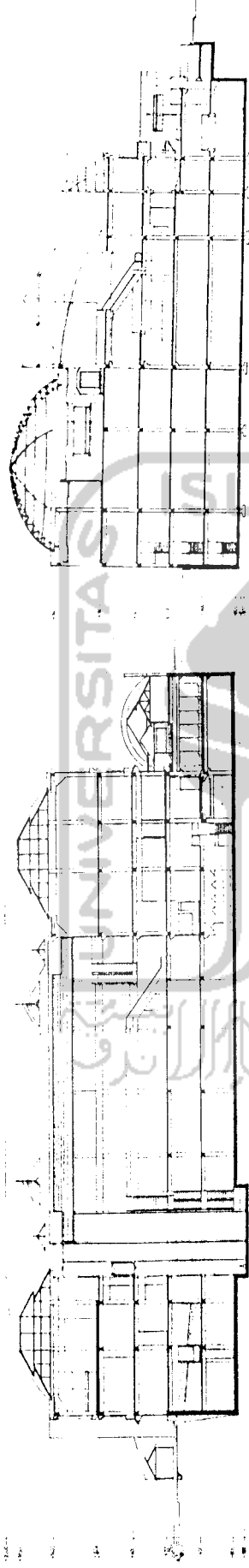
- Mempunyai citra fisik komersial sesuai dengan fungsinya sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi.
- Mempunyai kesan terbuka dan akrab
- Mempunyai bentuk perpaduan inti bangunan sekitar dengan bangunan modern
- Adanya unsur kejelasan dan kebaruan dengan karakter bentuk-bentuk dan permainan bidang dan atap.



Re desain Hero dan Empire Sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi

Sistem struktur

- Struktur atap menggunakan baja sebagai unsur kebaharuan serta struktu kayu pada kios pedagang kaki lima
- Menggunakan sistem strukturkolom dan balok dengan plat lantai
- Menggunakan sistem pondasi basemen dengan food plat



Konsep Utilitas Bangunan

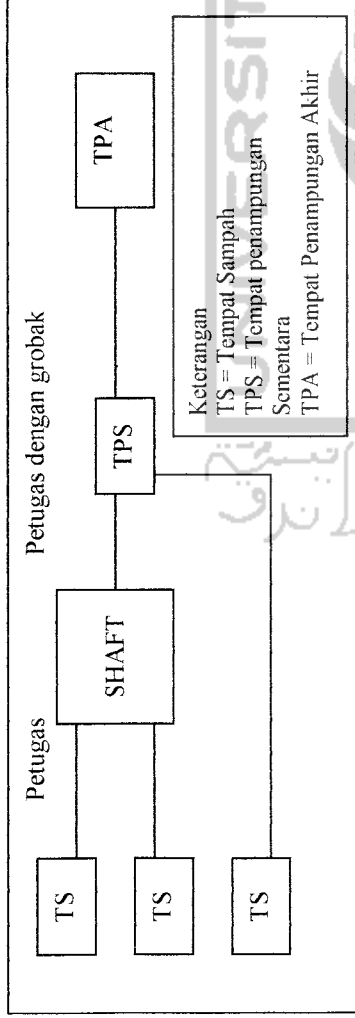
1. Jaringan Air Bersih

Air bersih digunakan untuk air minum, lavatori, penyiraman serta pemadaman terhadap kebakaran. Jaringan air bersih bersumber sumur dalam dan pam yang telah tersedia pada jaringan utilitas kota. Pendistribusian air bersih menggunakan system Down Feed dengan pertibangan lebih hemat energi karena listrik hanya digunakan untuk menaikkan air bersih dari basement sunction tank ke roof storage tank. Dari roofstorage tank air didistribusikan kebawah dengan gaya grafitasi.

2. Jaringan Air Kotor

Jaringan air kotor dialirkan secara gravitasi kesumur peresapan setelah adanya treatment air kotor. Jaringan drainase direncanakan mampu menampung air hujan dan menyalurkan ke seluruh drainase kota.

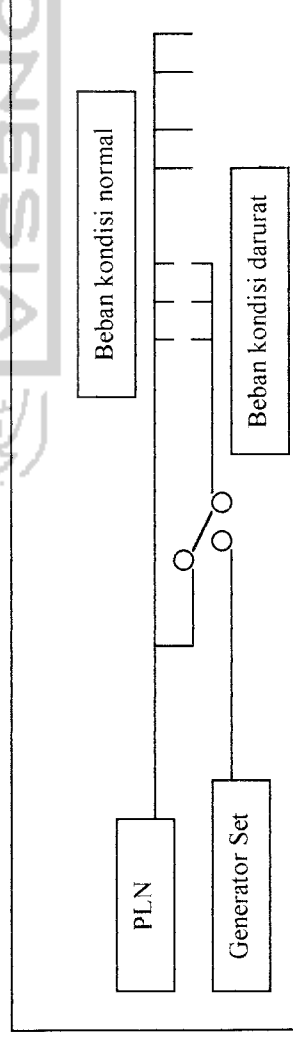
3. Jaringan Pembuang Sampah



4. Jaringan Listrik

Sistem jaringan listrik pada kondisi normal menggunakan sumber utama dari PLN, sedangkan untuk kondisi darurat menggunakan sumber dari ginset.

Sistem pengabungannya adalah sebagai berikut:



5. Sistem Pengaman Bangunan (Fire Protection)

Sistem Fire Protection pada bangunan ini meliputi :

a. Sistem Sprinkler

Sistem ini bekerja setelah mendapatkan sinyal dari detector. Pemipaan menggunakan sistem Dry Pipe dimana pipa tidak selalu terisi dengan pertimbangan tidak terlalu mebebani bangunan. Sistem ini direncanakan dipasang pada semua unit pertokoan, kios dan fasilitas lainnya.

b. Sistem Fire Alarm

Merupakan alarm yang akan menyala jika ada gejala kebakaran dari detector.

c. Sistem Smoke Detector

Detector yang digunakan untuk mendeteksi gejala kebakaran, yang kemudian mengirim sinyal keoperator.

d. Fire Ekstinguisher

Merupakan tabung gas portable yang digunakan untuk mengatasi jika ada kebakaran ditempat yang tidak dilalui jaringan sistem sprinkler yaitu pada unut los eceran dan los pedagang kaki lima.