

**LAPORAN PERANCANGAN
TUGAS AKHIR**

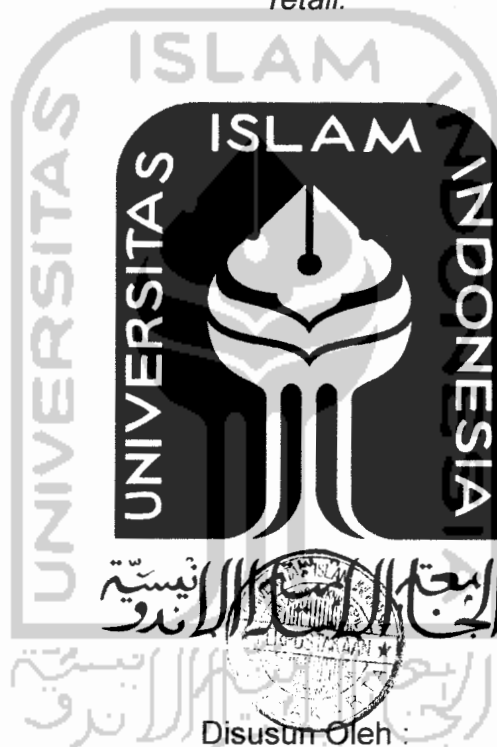
PERPUSTAKAAN FTSP	
HADIAH/BELI	
TGL. TERIMA :	26 - 11 - 2007
JUDUL :	
NO. INV. :	512006850001
NO. INDUK :	5120062560001

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN DI YOGYAKARTA

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap ritel.

YOGYAKARTA BUILDING MATERIAL SHOPPING CENTRE

Circulation and Space Settlement which can balance sale opportunity in each retail.



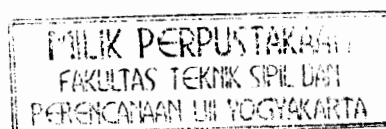
Disusun Oleh :

Farkhan Rangga Nugraha 02 [512] 062

Dosen Pembimbing :

Ir. H. Handoyotomo , MSA

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**



**LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR**

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN DI YOGYAKARTA

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap ritel.

YOGYAKARTA BUILDING MATERIAL SHOPPING CENTRE

Circulation and Space Settlement which can balance sale opportunity in each retail.

Disusun Oleh :

Farkhan Rangga Nugraha 02 [512] 062

Yogyakarta, September 2007

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



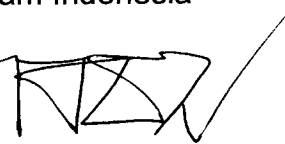
Ir. H. Handoyotomo , MSA

Mengetahui,

Ketua Jurusan Arsitektur

Fakultas Teknik Sipil dan Perancangan

Universitas Islam Indonesia



IR. HASTUTI SAPTORINI, MA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb,

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah Nya kepada hamba-hamba Nya. Shalawat dan salam selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu melindungi dalam setiap jejak kaki kami melangkah.

Alhamdulillah, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **Pusat Penjualan Bahan Bangunan di Yogyakarta - Tata Ruang dan Jalur Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap ritel** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata-1 pada Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penyusun menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat akan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki dan tidak akan terlaksana tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun ingin mengucapkan syukur dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

- **Allah SWT.**
- **Keluargaku Ayahanda Abdul Rachman Suardi, Ibunda Ririn Rachmawati dan adek-adekku, dd Octa, dd Pandu, dd Adit** yang merupakan motivator terbesarku. Terima kasih atas dukungan materi dan moril yang teramat besar berpengaruh pada diriku.
- **Saudara-saudaraku , Eyang Kakung dan Putri, Uwak Munah, Ripan, Dimas, Resti, dd Dilla, Iyal, Abang Bali dan Ayuk Reni, .** Terimakasih atas dukungan moril dan doa yang selalu menyertaiku.
- **Temen-temen tulang punggung ku, boz Ipan, Dhani + Kosan nya, Ojo, Uqi"Kiki",Cye, Adek, Putri + Mobilnya, thanks to being my 2nd family** dan terimakasih selalu ada saat aku butuh tempat "bersandar".
- **Ibu Ir. Hastuti Saptorini, MA,** selaku Ketua Jurusan Arsitektur FTSP - Universitas Islam Indonesia. Terima kasih atas bimbingannya selama kami kuliah di Jurusan Arsitektur UII

- Bapak Ir. H. Handoyotomo, MSA, selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak atas ilmu yang diberikan dan telah dengan sabar membimbing kami.
- Bapak Ir. Arman Yulianta, MURP, selaku dosen penguji, terima kasih atas ilmu dan sarannya
- Bapak Ir. Priyo Pratikno, MT, selaku dosen tamu, terima kasih atas saran dan kritiknya.
- Teman-teman seperjuangan Mutsu, 'Jawir, Putri, terima kasih atas semua masukan dan saran saat kita "bermain" bersama, take care yo..
- **Friday night COFFE PARTY LOVER'S**, mutsu "beruang madu", bo' "Mr. unsimetric", sham, puguh, pecun, mukti (PW cadangan ^ ____ ^), billy, rere, Indra, jawir, hardi, aris, omen, akrom, aksan, Adib, powell, n new crew Tira, Citra, Gun. makasih dah menemaniku melewati jam-jam tolol, ..keep rock n roll!!...
- **Wanita-wanitaku** didalam dan diluar FTSP, Vie, Puput, ayu, dewi, dee, marsha, dini, ulfa makasih karena kalian adalah salah satu penyemangat kuliah ku...
- Teman-teman **Architectheroes UII** yang tidak bisa ditulis satu persatu. Selalu berjuang membuat dunia Arsitektur Indonesia lebih berarti.
- Anda, yang telah meluangkan waktunya untuk membaca Laporan Tugas Akhir-ku.....terima kasih

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penulisan ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran, kritik yang membangun demi kesempurnaan dalam Laporan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih pada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan penyusun berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya penulis pribadi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, September 2007

Penyusun

Farkhan Rangga Nugraha

Dewasa ini dengan semakin meningkatnya jumlah pendatang ke Yogyakarta menyebabkan tingginya kebutuhan akan bangunan, baik itu bangunan tempat tinggal ataupun fasilitas-fasilitas pendukung dan penunjang. Seiring dengan fenomena diatas maka kebutuhan akan bahan pembentuk bangunan juga meningkat, semakin banyaknya usaha dibidang pengadaan bahan bangunan sangat membantu untuk mengimbangi tingginya tingkat pembangunan di Yogyakarta. Akan tetapi permasalahan yang muncul dengan banyaknya usaha sejenis adalah seringkali konsumen mengalami kesulitan dalam pemilihan dan pencarian jenis bahan bangunan yang diinginkan karena pada dasarnya letak setiap toko yang berjauhan, maka perlu adanya fasilitas yang dapat memudahhi kegiatan perbelanjaan bahan bangunan tersebut dalam satu atap, sehingga diharapkan konsumen dapat menemukan barang yang dicari dengan cepat, mudah, bersih, aman, dan efektif.

Akan tetapi bukanlah hal yang mudah untuk mengatur kegiatan perbelanjaan didalam sebuah bangunan, salah satu hal yang sering terjadi dalam sebuah pusat perbelanjaan adalah adanya ketidakmerataan pergerakan dan alur pengunjung yang menyebabkan adanya retail yang sangat jarang dilalui pengunjung, hal ini tentu saja sangat merugikan penyewa, dan apabila berkepanjangan dapat merugikan pemilik akibat jarangnyanya penyewa yang tertarik menyewa area tersebut, maka salah satu cara untuk mensiasati hal ini adalah dengan mengatur penataan ruang beserta elemen-elemennya sehingga dapat mengarahkan pergerakan pengunjung, dengan terarahnya pergerakan pengunjung maka diharapkan pengunjung dapat melalui setiap retail sehingga dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail.

Dalam konsep penataan ruang dalam ini mencakup elemen-elemen yang dapat dijadikan "alat" untuk mengarahkan pergerakan pengunjung, antara lain perletakan anchor tenant, pembagian dan pengelompokan jenis retail, alat transportasi vertikal, pintu masuk utama, dan lain-lain. Dengan adanya konsep ini maka diharapkan dapat saling menguntungkan antara penyewa dan pembeli, pembeli dapat dengan mudah dan efektif menemukan barang atau ritel yang dituju, dan penyewa juga sudah dengan jelas memiliki area yang selalu dilewati pengunjung sehingga lebih mudah untuk mempromosikan barang yang mereka dijual.

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Kata pengantar.....	iii
Abstraksi.....	v
Daftar isi.....	vi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. <i>Judul</i>	1
1.1.1. Pengertian judul.....	1
1.1.2. Batasan pengertian.....	2
1.1.2.1. Pusat Penjualan Bahan Bangunan.....	2
1.1.2.2. Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan setiap retail.....	3
1.2. <i>Latar Belakang</i>	3
1.2.1. Perkembangan Kota Yogyakarta.....	3
1.2.2. Kebutuhan pusat penjualan bahan bangunan di yogyakarta sebagai “one stop shopping” bahan bangunan.....	4
1.2.3. Perlunya penataan ruang dalam yang dapat meratakan peluang penjualan setiap retail.....	4
1.2.4. Perlunya perwujudan karakter bahan bangunan ke dalam tampak bangunan pusat penjualan bahan bangunan.....	5
1.3. <i>Penekanan Pemasalahan Perancangan</i>	5
1.3.1. Permasalahan umum.....	5
1.3.2. Permasalahan khusus.....	6
1.4. <i>Tujuan dan sasaran</i>	6
1.4.1. Tujuan.....	6
1.4.2. Sasaran.....	6
1.5. <i>Lingkup pembahasan</i>	7
1.5.1. Pembahasan non-Arsitektural.....	7

1.5.2. Pembahasan Arsitektural.....	7
1.6. <i>metodologi pembahasan</i>	7
1.6.1. Data Faktual.....	7
1.6.2. Data Teoritikal.....	8
1.6.3. Analisis.....	8
1.6.4. Pendekatan Konsep.....	8
1.6.5. Konsep	8

BAB 2

TINJAUAN SHOPPING MALL BAHAN BANGUNAN, TINJAUAN ELEMEN TATA RUANG DAN SIRKULASI PADA SHOPPING MALL DAN TINJAUAN KARAKTERISTIK BAHAN BANGUNAN SEBAGAI PEMBENTUK TAMPAK BANGUNAN

2.1 <i>Tinjauan Umum Pusat Perbelanjaan</i>	11
2.1.1 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	11
2.1.2 Materi yang Diperdagangkan.....	13
2.2 <i>Tinjauan Umum Shopping Mall Bahan Bangunan</i>	14
2.2.1 Pengertian Shopping Mall.....	14
2.2.2 Karakter Dasar Shopping Mall.....	14
2.2.2.1 Standart Shopping Mall.....	14
2.2.2.2 Fasilitas Penunjang dalam Shopping Mall.....	15
2.2.2.3 Bentuk Mall.....	15
2.2.2.4 Dasar Pemilihan Lokasi Shopping Mall Bahan Bangunan..	15
2.2.2.5 Jenis Kegiatan dalam Shopping Mall Bahan Bangunan.....	16
2.2.2.6 Jenis Barang yang Dijual dalam Shopping Mall Bahan Bangunan.....	16
2.3 <i>Tinjauan Standart Elemen-Elemen yang dapat Meratakan Peluang Penjualan Setiap Retail dalam Shopping Mall</i>	17
2.3.1 Penataan fasilitas.....	17
2.3.2 Entrance.....	18
2.3.3 Sirkulasi Horisontal.....	19

2.3.4	Sirkulasi Vertikal.....	21
2.3.5	Anchor Tennant.....	23
2.3.6	Anchillary Tennant.....	24
2.4	<i>Tinjauan Jenis Bahan Bangunan.....</i>	25
2.4.1	Stone (Batu).....	26
2.4.2	Cement/Concrete (Semen/Beton).....	27
2.4.3	Metal (logam).....	30
2.4.4	Wood (kayu).....	32
2.4.5	Glass (kaca).....	32
2.4.6	Plastics (plastik).....	35

BAB 3

ANALISA TATA RUANG DAN SIRKULASI YANG DAPAT MEMBERIKAN PELUANG PENJUALANYANG SAMA PADA SETIAP RETAIL

3.1.	<i>Analisa elemen dan penataan ruang yang dapat meratakan peluang Penjualan pada tiap retail.....</i>	37
3.1.1.	Pintu Masuk Utama / Main Entrance.....	37
3.1.2.	Sirkulasi Vertikal dan Void.....	41
3.1.3.	Pola Sirkulasi Horisontal dan Tata Letak Retail Berdasarkan pada perletakan Anchor.....	45
3.1.4.	Area Pelayanan.....	52
3.1.5.	Pengelompokan Retail.....	53
3.2.	<i>Kesimpulan.....</i>	59

BAB 4

ANALISIS KARAKTER BAHAN BANGUNAN SEBAGAI PEMBENTUK TAMPAK BANGUNAN

4.1.	<i>Analisis Pemilihan Karakter Bahan Bangunan Berdasarkan pada Dominasi Bahan.....</i>	62
4.2.	<i>Analisis Karakter Bahan Bangunan (Terpilih) kedalam Tampak Bangunan</i>	64
4.3.	<i>Kesimpulan.....</i>	67

BAB 5

PENDEKATAN KONSEP

5.1. <i>Pemilihan Lokasi dan Site</i>	68
5.1.1. <i>Analisis site</i>	71
5.2. <i>Penyewa Utama</i>	71
5.3. <i>Kebutuhan dan Besaran Ruang</i>	72
5.3.1. <i>Analisis Kebutuhan Luas Mall</i>	72
5.3.2. <i>Kebutuhan dan Besaran Ruang</i>	73
5.4. <i>Sistem Bangunan</i>	77
5.4.1. <i>Pencahayaan dan Sistem Elektrikal</i>	77
5.4.2. <i>penghawaan</i>	78
5.4.3. <i>Sistem Keamanan dan Pencegah Kebakaran</i>	78
5.4.4. <i>Area Bongkar Muat</i>	79
5.4.5. <i>Struktur Bangunan dan Atap</i>	79
5.4.6. <i>Areal Parkir</i>	79

BAB 6

KONSEP

6.1. <i>Konsep Sirkulasi Parkir</i>	81
6.2. <i>Konsep Sirkulasi Pengunjung</i>	82
6.3. <i>Konsep Sirkulasi Bongkar Muat Barang</i>	83
6.3.1. <i>Basement 3</i>	83
6.3.2. <i>Basement 2</i>	83
6.3.3. <i>Basement 1</i>	84
6.4. <i>Konsep Pencapaian Bangunan</i>	85
6.5. <i>Konsep Orientasi Massa</i>	85
6.6. <i>Konsep Zonning Ruang</i>	86
6.7. <i>Konsep Struktur</i>	87
6.8. <i>Konsep Pencahayaan dan Penghawaan</i>	87
6.9. <i>Konsep Sistem Bangunan</i>	87

6.10. Konsep Gubahan Massa dan Tampak Bangunan.....	88
6.10.1. Karakteristik Beton.....	88
6.10.2. Citra Bangunan Komersial.....	89
BAB 7	
SKEMATIK	90
BAB 8	
PROSES PERANCANGAN.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN	



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 JUDUL

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN
di YOGYAKARTA

*Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada
setiap ritel*

YOGYAKARTA BUILDING MATERIAL
SHOPPING CENTRE

*Circulation and Space Settlement which can balance sale opportunity in each
retail.*

1.1.1 PENGERTIAN JUDUL

- Pusat**¹ : Sesuatu yang berada di tengah, sesuatu yang menjadi tempat berkumpulnya suatu hal atau kegiatan serupa/sama.
- Penjualan**² : Kegiatan menukarkan barang atau sesuatu dengan uang atau sebagainya.
- Bahan**³ : Bakal, bahan yang akan di buat menjadi barang lain.
- Bangunan** : Suatu bentuk yang dapat di huni atau di tempati.
- Yogyakarta**⁴ : Ibukota Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Pusat perbelanjaan bahan bangunan** : Suatu wadah melakukan kegiatan menukarkan uang dengan barang pembentuk hunian yang berada pada lingkup Provinsi Yogyakarta

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Kamus Besar Bahasa Indonesia. Tahun 1995, edisi 2, Balai Pustaka.hal : 801

² Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Untuk Pelajar dan Umum, Penerbit AMANAH Surabaya Tahun 1997, hal : 209

³ Kamus lengkap bahasa Indonesia penerbit ARKOLA Surabaya Tahun 1994 hal 44

⁴ BPS. Daerah istimewa Yogyakarta Dalam Angka 1998. Hal : 4

Pusat Penjualan Bahan Bangunan dengan penekanan pola ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail adalah suatu wadah bagi kegiatan jual beli produk bahan bangunan yang berada di Yogyakarta, dengan menerapkan bentuk ruang dan jalur yang dapat mengarahkan pengunjung untuk melewati seluruh retail yang ada, sehingga setiap retail yang ada mendapatkan peluang penjualan yang sama.

1.1.2 BATASAN PENGERTIAN

1.1.2.1 Pusat Penjualan Bahan Bangunan

Bahan bangunan adalah hal yang sangat berkaitan dengan pembangunan, karena bahan bangunan adalah bahan pembentuk dari sebuah bangunan, dewasa ini telah semakin banyak produsen yang memproduksi bahan bangunan yang baru dan menggunakan teknologi yang baru pula, sehingga banyak menciptakan kebingungan di masyarakat akan model, spesifikasi, masa pakai, cara pemasangan dan lain-lain, ditambah lagi kurangnya sosialisasi langsung kelapangan oleh para produsen semakin menambah bingung publik Yogyakarta, Baik bagi yang ingin membangun bangunan ataupun yang masyarakat yang ingin mengerti seluk beluk bahan bangunan ini, Karena itulah perlu adanya bangunan yang dapat mengakomodasi keinginan dari masyarakat tersebut.

Pusat penjualan bahan bangunan ini menerapkan jenis sistem *shopping mall*. **one stop shopping** khususnya bahan bangunan yang modern, praktis dan lengkap, menerapkan sistem *shopping mall* yaitu sebuah pusat perbelanjaan yang didalamnya berisi retail-retail bahan bangunan, *shopping mall* terdiri dari suatu area pergerakan linier di dalam bangunan yang diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang interaksional..

Di pusat perdagangan ini Bahan bangunan yang akan dijual pun sangat beragam dari bahan struktur bangunan dan atap, Penutup bangunan, mekanikal elektrik, interior, furniture, aksesoris bangunan (lampu, wallpaper, gordyn, cat ,dll) sampai barang pelengkap (audio video sistem, dll). Dengan adanya pusat penjualan ini di Yogyakarta diharapkan dapat mengakomodasi keinginan masyarakat Yogyakarta untuk berbelanja bahan

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

bangunan yang nyaman, praktis, dan cepat, selain itu juga pusat bahan bangunan ini juga tidak hanya menjual bahan bahan bangunan saja tetapi juga menyediakan sarana edukatif, yaitu bangunan ini juga menyediakan sebuah area untuk diadakannya pameran, workshop, atau launching sebuah produk yang diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat terhadap jenis dan macam bahan bangunan yang baru dan sebagai sarana interaksi antara produsen dan konsumen.

1.1.2.2 Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail.

Pusat penjualan bahan bangunan ini merupakan bangunan komersil. Yang mana setiap penjual memiliki kebutuhan akan target penjualan produknya, salah satu cara adalah dengan mengajak calon pembeli untuk melihat produk yang mereka jual. Untuk memperkecil ruang lingkup dan fokus pembahasan maka penulis hanya akan menekankan pada pemilihan pola ruang dan jalur sirkulasi pada bangunan saja.

1.2 LATAR BELAKANG

1.2.1 Perkembangan Kota Yogyakarta

Laju perkembangan pembangunan di Yogyakarta semakin meningkat, pemicu pertumbuhan penduduk tidak hanya semata-mata berasal dari dalam Yogyakarta sendiri, tetapi salah satu faktornya adalah *Image* dari "Kota Pelajar" yang lekat disandang oleh Yogyakarta. Hal ini menyebabkan banyak orangtua yang berbondong-bondong me"rela"kan anak-anak nya mangenyam studi di Yogyakarta, dengan terjadinya fenomena tersebut maka lambat laun kebutuhan akan tempat tinggal dan fasilitas-fasilitas penunjang di Yogyakarta juga ikut meningkat⁵.

Banyak Faktor yang mendukung terwujudnya fasilitas tersebut, salah satunya adalah ketersediaan bahan bangunan sebagai bahan utama pembentuk fasilitas-fasilitas tadi.

⁵ Sumber : construction statistics indonesia Table 3. Number of Construction Establishments by Province, 2001 - 2005

1.2.2 Kebutuhan Pusat Penjualan Bahan Bangunan di Yogyakarta sebagai *one stop shopping* bahan bangunan

Usaha di bidang pengadaan bahan bangunan kian lama kian menjamur seiring dengan peningkatan jumlah konsumen yang membutuhkannya, tetapi fenomena yang sering terjadi sekarang konsumen bahan bangunan mengalami kesulitan dalam pemenuhan pencarian bahan bangunan yang mereka kehendaki, salah satu sebab dasarnya adalah letak para toko bahan bangunan itu berpisah-pisah dan kadang saling berjauhan, sehingga konsumen harus berpindah dari toko satu ke toko yang lain dan kegiatan ini cukup menguras banyak energi dan biaya.

Dalam realitanya gedung yang menjual bahan bangunan identik dengan tempat yang kotor, berdebu, dan barang-arang yang berserakan, dengan beranjak dari situlah timbul keinginan untuk mengubah dan memperbaiki sistem-sistem yang kurang baik dengan menghadirkan pelayanan baru yang bisa mengakomodasi kebutuhan konsumen salah satunya contohnya adalah masyarakat bisa membeli aneka ragam bahan bangunan di ruang ber-AC, rekreatif dengan pelayanan terpadu, dengan didukung sistem komputerisasi. sehingga prospek pusat penjualan bahan bangunan ini dapat menjadi suatu prospek bisnis yang menguntungkan

kemudian sehubungan dengan rencana pemerintah sehubungan dengan program "Recovery Jogja" pemerintah juga meminta kepada persatuan pengusaha Indonesia "KADIN INDONESIA" untuk segera membangun pusat-pusat pengadaan bahan bangunan guna memberikan pemudahan kepada korban gempa untuk segera membangun rumah mereka⁶.

1.2.3 Perlunya penataan ruang yang dapat meratakan peluang penjualan tiap ritel

Untuk jenis bangunan komersial salah satu hal yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah bangunan dapat mengakomodasi

⁶ Situs resmi ikatan pengusaha Indonesia "KADIN" www.kadin-indonesia.co.id
Copyright © 2006 KADIN Indonesia. All Rights Reserved.

keinginan pengunjung dan pengelola adalah sistem sirkulasi dan pola tata letak ruang dengan tata ruang dan jalur sirkulasi yang jelas maka setiap barang yang dijual akan mendapatkan prioritas yang sama untuk dilihat oleh calon konsumen sehingga peluang nilai jual barang di setiap bagian dari bangunan itu menjadi sama, selain itu sirkulasi dan penataan ruang yang jelas dapat memudahkan pengunjung dan pengelola untuk secara cepat mencapai tempat yang ingin dituju sehingga efektifitas dapat dicapai baik efisiensi waktu, tenaga, dan dengan pola tata ruang yang tepat dapat mencapai efisiensi luas lahan.

1.2.4 Perlunya perwujudan karakteristik bahan bangunan ke dalam tampak bangunan

Pusat penjualan bahan bangunan ini adalah bangunan yang menjual berbagai jenis dan macam bahan bangunan mulai dari struktur, badan bangunan sampai aksesoris bangunan, karena inti dari sistem bangunan ini adalah berhubungan bahan bangunan maka bentukan bangunan juga berasal dari karakteristik bahan bangunan itu sendiri agar terdapat suatu hubungan yang kuat antara fungsi dan penampilan bangunan. dan untuk memfokuskan pembahasan hanya akan dipilih satu penggunaan karakteristik bahan saja yaitu bahan dengan dominansi yang paling kuat.

bentuk bangunan merupakan daya tarik visual bagi pengunjung yang dapat ditampilkan dari pengolahan elemen pembentuk ruang sehingga menimbulkan sesuatu yang mengesankan dan menarik pengunjung untuk melihat isi bangunan tersebut, selain itu untuk lingkup yang lebih luas penampilan bangunan juga dapat diartikan sebagai simbol, baik simbol dari fungsi bangunan itu sendiri juga dapat sebagai simbol yang lebih luas, misalnya sebagai simbol suatu daerah, kawasan, atau simbol sebuah kota

1.3 PENEKANAN PERMASALAHAN PERANCANGAN

1.3.1 Permasalahan Umum

Pusat Penjualan Bahan Bangunan merupakan bangunan komersil modern yang diharapkan mampu mengakomodasi keinginan konsumen serta dapat sebagai sarana edukasi dan berinteraksi, sehingga "Bagaimanakah

cara mempresentasikan sebuah bangunan pusat penjualan yang dapat mengakomodasi kegiatan yang ada didalamnya?”

1.3.2 Permasalahan Khusus

Dengan penekanan konsep bangunan yang ingin menerapkan karakteristik dalam penampilan bangunan dan menerapkan tata ruang dan jalur sirkulasi yang menggunakan prinsip komersial maka permasalahan yang muncul adalah:

1. “bagaimanakah mewujudkan pola tata ruang dan sirkulasi yang jelas dalam bangunan agar setiap barang yang di jual memiliki peluang penjualan yang sama?”
2. “bagaimanakah mewujudkan karakter bahan bangunan ke dalam penampilan bangunan sehingga dapat mempresentasikan fungsi bangunan yaitu sebagai pusat penjualan bahan bangunan?.”

1.4 TUJUAN DAN SASARAN

1.4.1 Tujuan

Tujuan Umum

Mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan pusat penjualan bahan bangunan di Yogyakarta sebagai wadah kegiatan perdagangan bahan bangunan di Yogyakarta.

Tujuan Khusus

Mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan penataan pola tata ruang, jalur sirkulasi yang baik dan penampilan bangunan yang menerapkan karakter dari bahan bangunan itu sendiri.

1.4.2 Sasaran

Merumuskan konsep perencanaan dan perancangan bangunan pusat penjualan bahan bangunan sebagai media perdagangan dengan menekankan pada pola tata ruang, jalur sirkulasi yang jelas dan penampilan bangunan yang diwujudkan dengan menggunakan prinsip-prinsip karakter bahan bangunan hingga dihasilkan suatu bentuk tertentu dalam penataan

ruang serta bentuk bangunannya. Perancangan tersebut diharapkan mampu untuk memunculkan adanya:

1. wadah baru bagi dunia arsitektur di Yogyakarta yang dapat di jadikan sebagai pusat perbelanjaan dan sebagai tempat studi non formal
2. penataan pola tata ruang dan jalur sirkulasi yang baik dengan menggunakan prinsip-prinsip komersial
3. bentuk bangunan yang dapat mencitrakan karakteristik bahan bangunan.

1.5 LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan mencakup bidang Non Arsitektural dan Arsitektural yang digunakan sebagai pendukung pembahasan.

1.5.1 Pembahasan Non Arsitektural

- Pembahasan *Trend* kegiatan pengunjung pada kegiatan perbelanjaan bahan bangunan
- Pembahasan jenis bahan bangunan yang ada di pasaran global

1.5.2 Pembahasan Arsitektural

- Pembahasan pola tata ruang dan jalur sirkulasi yang jelas sesuai dengan prinsip komersial
- Pembahasan penampilan bangunan dengan menggunakan prinsip-prinsip karakter bahan bangunan

1.6 METODOLOGI PEMBAHASAN

Pada tahap ini dilakukan bagaimana cara membahas data baik faktual dan teoritikal yan berkaitan dengan perencanaan pusat penjualan bahan bangunan yang ada

1.6.1 Data Faktual

Pengamatan langsung

- Mengamati jenis, kapasitas, dan suasana pola tata ruang pada pusat penjualan bahan bangunan di Jakarta untuk mendapatkan masukan tentang jenis, kapasitas, dan suasana ruang penjualan yang ideal.

- Mengamati keadaan sirkulasi pengunjung, pengelola, dan barang pada pusat penjualan bahan bangunan di Jakarta untuk mendapatkan ukuran standar yang ideal bagi kegiatan perdagangan bahan bangunan
- Jenis-jenis bahan bangunan dan karakteristiknya untuk mendapatkan standar besaran ruang
- Wawancara dengan pengelola pusat penjualan bahan bangunan MITRA10 dan Depo bangunan di Jakarta guna mendapatkan masukan tentang jenis dan karakteristik bahan bangunan yang ada di pasaran.

Pengamatan tidak langsung (survey data Internasional)

- Data dan kebutuhan fasilitas dalam shoppingmall
- Data jumlah dan jenis bahan bangunan yang ada sebagai orientasi terhadap jumlah dan kebutuhan ruang pusat penjualan bahan bangunan.

1.6.2 Data teoritikal

Dilakukan untuk memperoleh data sekunder melalui studi ke perpustakaan

Studi Literatur

- *Buku INDONESIA SHOPPING CENTERS* sebagai literatur yang berisi objek pembandingan dalam perancangan.
- *Buku The 4Rs Of ASIAN Shopping Centre Management (Lynda Wee Keng Neo, Tong Kok Ming)* sebagai dasar perancangan sebuah shopping mall
- Standard besaran ruang dan sirkulasi dari *Data Arsitek, Time-Savers Standards for interior design and space planning*, dan *Architecture Graphics Standards (Ernest Neufert, Joseph De Chiara, dan Ramsey/Sleeper)* untuk mendapatkan besaran ruang dan sirkulasi yang ideal
- Standard dimensi dan kebutuhan ruang, *Time-Saver Standards For Building Types (J.De Chiara and John Hancock Callender)*

- **Macam** bahan bangunan untuk mengetahui karakteristik dan dimensinya dalam buku *Time-saver Standards for Building Materials & Systems* dan hasil pengamatan
- **Macam-macam** buku yang berisi tentang sifat, jenis, dan karakteristik bahan bangunan

1.6.3 Analisis

Analisis data yang didapat dari pengamatan langsung, pengamatan tidak langsung dan studi literatur yang meliputi :

- Analisis tataruang yang meratakan peluang penjualan di setiap retail
- Analisis karakter bahan sebagai pembentuk tampak bangunan

Tujuan analisa adalah mendapatkan pemecahan permasalahan penataan bangunan yang mencerminkan karakter bahan bangunan sebagai daya tarik produsen bahan bangunan dan pengunjung pusat penjualan bahan bangunan

1.6.4 Pendekatan konsep

Sebagai tahapan transformasi pendekatan konsep dasar perencanaan dan perancangan yang mencakup :

- Pendekatan lokasi dan site
- Pendekatan besaran ruang
- Pendekatan persyaratan ruang
- Pendekatan sistem bangunan
- Pendekatan perancangan tata ruang, sirkulasi yang benar dan dapat meratakan peluang penjualan di setiap retail

1.6.5 Konsep

Sebagai tahapan perumusan konsep dasar perencanaan dan perancangan Pusat Penjualan Bahan Bangunan di Yogyakarta meliputi :

- Konsep lokasi dan site
- Konsep kebutuhan ruang
- Konsep organisasi ruang
- Konsep besaran ruang

- Konsep penataan tata ruang dan sirkulasi yang sesuai dengan kaidah pemerataan peluang pada setiap retail
- Konsep penataan penampilan bangunan yang sesuai dengan karakteristik bahan bangunan



BAB ii

TINJAUAN SHOOPING MALL BAHAN BANGUNAN, TINJAUAN ELEMEN TATA RUANG DAN SIRKULASI PADA SHOPPING MALL DAN TINJAUAN KARAKTERISTIK BAHAN BANGUNAN SEBAGAI PEMBANTUK TAMPAK BANGUNAN

Perancangan tata ruang dalam shopping mall adalah bagian yang memerlukan kecermatan yng tinggi karena berpengaruh dengan eksis tidaknya mall tersebut di masyarakat. Ada beberapa bagian yang akan di tinjau yaitu.

1. tinjauan umum pusat perbelanjaan
2. tinjauan shopping mall bahan bangunan
3. tinjauan standar elemen-elemen yang dapat pemerataan peluang penjualan setiap ritel dalam shopping mall
4. tinjauan jenis bahan bangunan.

II.1. TINJAUAN UMUM PUSAT PERBELANJAAN

ii.1.1 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

a. Skala pelayanan

1. *Neighborhood Center (Pusat Perbelanjaan distrik)*

Jangkauan pelayanan antara 5.000-40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 4500 – 14.000 meter persegi. Unit terbesar berupa *supermarket*.

2. *Community Center (Pusat Perbelanjaan lokal)*

Jangkauan pelayanan antara 100.000 -150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 14.000 – 37.000 meter persegi. Unit terbesar berupa *Junior Department Store, Supermarket, dan toko-toko*

3. *Main Center (Pusat Perbelanjaan Regional)*

Jangkauan pelayanan antara 150.000-400.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 37.000 - 95.000 meter

persegi. Unit terbesar berupa *Junior Department Store*, *Supermarket*, dan toko-toko.

4. *super main centre (pusat perbelanjaan regional super)* jangkauan layanan diatas 400.000 penduduk keatas. Luas area diatas 95.000 meter persegi

b. Bentuk fisik

Secara umum ada 7 macam bentuk pusat perbelanjaan yaitu :

1. *Shopping Street* merupakan deretan pertokoan di sepanjang sisi jalan
2. *Shopping Center* merupakan komplek pertokoan yang terdiri dari stan-stan (toko) yang disewakan/dijual
3. *Shopping Precint* merupakan komplek pertokoan dengan stan menghadap keruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
4. *Department Store* merupakan toko yang sangat besar, terdiri atas beberapa lantai, menjual berbagai macam barang dengan layout khusus sehingga akses mudah dan sirkulasi jelas. Luas lantai berkisar antara 10.000-20.000 meter persegi.
5. *Supermarket* merupakan toko yang menjual barang sehari-hari dengan pelayanan *self service*. Luas lantai berkisar antara 1.000-2.500 meter persegi.
6. *Supermarket and Department store* merupakan bentuk pusat perbelanjaan moderen yang umum dijumpai dan merupakan gabungan dua jenis pusat perbelanjaan. Luas lantai berkisar antara 11.000-25.000 meter persegi.
7. *Super Store* merupakan toko satu lantai yang menjual macam-macam barang dengan sistem *self service*. Luas lantai berkisar antara 5.000-7.000 meter persegi.

c. Kuantitas barang yang dijual

1. *Toko Grosir* merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.

2. *Toko Eceran (Retail)* merupakan toko yang menjual barang yang relatif lebih sedikit atau per satuan barang. Sistem retail lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko-toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

d. Jenis Barang

1. *Convenience Store* merupakan toko yang menjual barang kebutuhan, dimana barang tersebut di butuhkan secara berkala karena adanya keinginan untuk membeli.
2. *Demand Store* adalah toko yang menjual kebutuhan sehari-hari
3. *Impulse Store* adalah toko yang menyediakan barang sebagai penambah kenikmatan hidup. Pengelompokan barang yang berkesan mewah atau luxury.

II.1.2. Materi yang diperdagangkan

a. Jenis materi yang diperdagangkan

- Barang primer/kebutuhan pokok.
- Barang sekunder.
- Barang khusus/mewah.

b. Cara penyajian materi

- Table fixture : Meja menerus.
- Counter Fixture : Almari Rendah.
- Cases Fixture : Almari Transparan.
- Box Fixture : Kotak yang terbuka.
- Back Fixture : Rak-rak almari terbuka.
- Hanging Loses : Almari penggantung.
- Etalase : Jendela Peraga.

c. Sifat materi yang diperdagangkan

- Bersih baik barang dan tempatnya
- Tidak berbau.
- Kering (paling tidak wadahnya).
- Tahan lama (paling tidak wadahnya).

II.2. TINJAUAN UMUM SHOPPING MALL BAHAN BANGUNAN

shopping mall bahan bangunan ini secara prinsip sama dengan shopping mall biasa hanya saja kualitas dan jenis barang yang dijual lebih spesifik yaitu mengkhususkan pada produk bahan bangunan saja.

II.2.1. Pengertian Shopping Mall

Menurut arti kata Mall adalah sebuah plaza umum, jalan-jalan umum dan sekumpulan sistem jalan dengan belokan-belokan dan di rancang khusus untuk pejalan kaki (*a public plaza, walk, or system of walk set with tress and designed for pedestrian use*).

Mall juga dapat diartikan sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki (*a pedestriannised shopping street*) yang dimaksudkan untuk membentuk kesan ruang lebih luas, berkualitas, mewah daripada Arcade (satu gang beratap yang biasanya ditempati toko-toko).

Jadi pengertian shopping mall dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang di tujukan pada kegiatan jual beli pada manusia yang berada di dalam bangunan sehingga orientasi shopping mall ke dalam, adapun pengertian lain dari shopping mall adalah suatu area pergerakan (linier) pada area pusat bisnis yang diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang interaksional.

Konsep shopping mall yaitu berbelanja dengan koridor tunggal sehingga semua retail memiliki peluang pemasaran yang sama.

II.2.2. Karakter dasar Shopping mall

II.2.2.1. Standard Shopping Mall

Karakteristik dari Shopping mall antara lain adalah :

- Pintu masuk tunggal
- Atrium sepanjang koridor
- Koridor tunggal
- Lebar pedestrian minimal 3 meter
- Panjang pedestrian maksimal 800 feet atau 250 meter
- Jumlah 3 lantai

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

- Parkir mengelilingi bangunan mall
- Magnet/Anchor di setiap penakhiran koridor
- Jarak antar Anchor 200-300 meter

II.2.2.2. Fasilitas penunjang kenyamanan dalam shopping mall

- Area duduk untuk istirahat baik berkelompok maupun individual
- Fountains (kolam)
- Retail dengan beberapa ukuran dan bentuk, lebar minimal 23 M2
- tempat penitipan barang sementara
- Sculpture
- Tata lampu
- Material yang baik .

II.2.2.3. bentuk mall

1. Open mall (mall terbuka) merupakan mall tanpa pelingkup
Keuntungannya adalah adanya kelonggaran ruang gerak, perencanaan teknis dan biaya relatif murah, tetapi kerugiannya adalah kenyamanan bagi pengunjung kurang diperhatikan, khususnya pengaruh dari cuaca dan iklim
2. Enclosed mall (mall tertutup) merupakan mall dengan pelingkup
Keuntungannya adalah kenyamanan bagi pengunjung terjamin, tetapi perencanaan teknis relatif lebih rumit , biaya relatif mahal, dan adanya kesan sempit pada ruang
3. Integrated mall (mall terpadu) merupakan penggabungan dari mall terbuka dan mall tertutup.

II.2.2.4. dasar pemilihan lokasi shopping mall bahan bangunan

- Populasi yang tinggi disekitar lokasi
- Lokasi berada didaerah dengan tingkat pembangunan yang tinggi
- Pendapatan masyarakat di sekitar lokasi
- kebutuhan masyarakat terhadap bahan bangunan tinggi
- Fasilitas pendukung yang kompetitif
- Aksesibilitas yang baik

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

- Sarana dan prasarana yang baik.

II.2.2.5. Jenis kegiatan dalam shopping mall bahan bangunan

- a. Kegiatan pelayanan
 - Distribusi barang
 - Jasa pengantar barang
 - Penyimpanan dan penyajian barang
 - Kegiatan dan pergerakan pengguna bangunan
- b. Kegiatan pengelola
 - Kegiatan manajemen
 - Kegiatan Operasional dan service

II.2.2.6. jenis barang yang dijual di shoppingmall bahan bangunan

- a. Structure
 - barang yang berhubungan dengan struktur, atap dan sistem bangunan
 - concrete structure
 - metal structure
 - wood structure
 - roof structure
 - roofing
 - plumbing
 - mechanical electrical systems
 - conveying systems
- b. Envelope
 - barang yang berhubungan dengan pelingkup bangunan
 - floor and wall
 - kitchen and bath
 - coloring
 - door and window
 - hardware
 - tools and hobbies
 - lighting

- electronic stuff

c. Fashion

barang yang berhubungan dengan gaya hidup dan pemanis ruang

- Furniture
- Accesories

d. Food

Toko atau tempat makan siap saji

e. Bar and lounge

Bermacam-macam jenis tempat yang menyediakan makanan dan minuman ringan, yang menawarkan kualitas makanan, minuman, pelayanan, dan penyajian yang baik. (coffe shop)

II.3. TINJAUAN STANDAR ELEMEN-ELEMEN YANG DAPAT MEMERATAAN PELUANG PENJUALAN SETIAP RITEL DALAM SHOPPING MALL

Kajian tentang penataan ruang yang bertujuan untuk pemeratakan peluang penjualan disetiap retail yang ada Sehingga hasil akhir desain selaras serta serasi dengan penekanan yang dibuat.

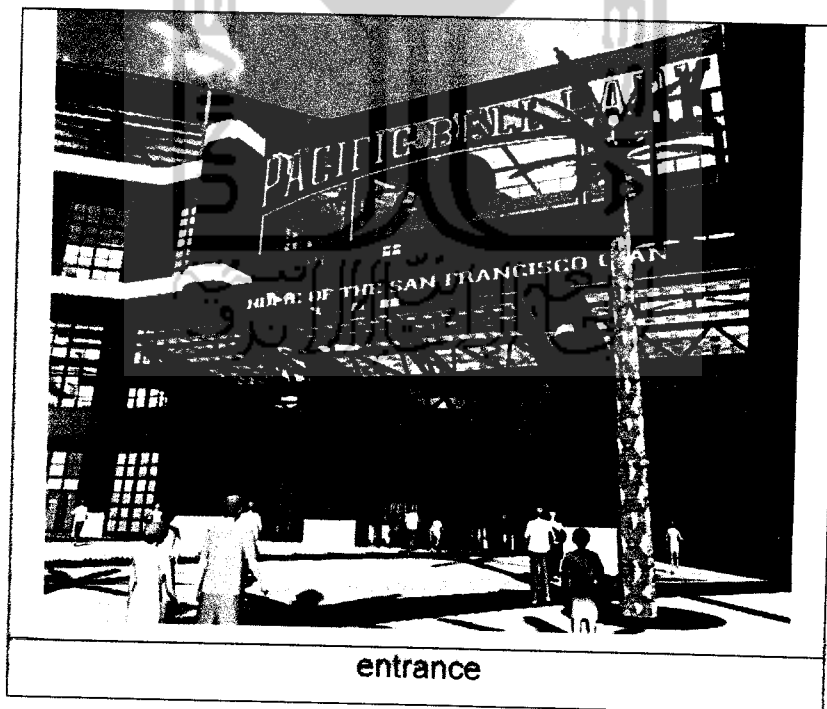
II.3.1. Penataan fasilitas

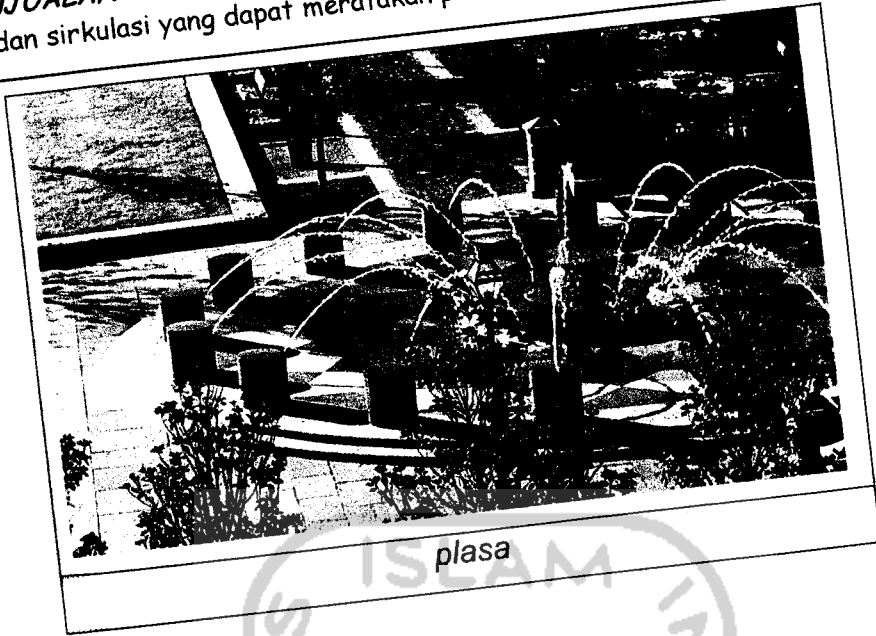
dalam perancangan sebuah shopping mall dibutuhkan pengaturan tataruang yang seksama, khususnya pada penataan entrance, dan sirkulasi pengunjung. karena pada hakekatnya shoppingmall itu adalah tempat berinteraksi, berkumpul, dan bersosialisasi. Pengunjung juga berharap untuk dilihat, disenangi, mereka juga berharap dapat bergembira bersama Untuk itu pengunjung tidak keberatan menjalaninya dalam sebuah ruang yang digubah secara vertikal dan horizontal, dalam rangka mencapai harapan tersebut maka pihak pengelola menyediakan sejumlah fasilitas yang dapat memudahkan, seperti eskalator, elevator, dan tangga, serta dibuat nyaman mungkin melalui penyediaan atrium, hall, dan void. Fasilitas diatas dirancang untuk menghubungkan pengunjung dengan toko-toko dan fasilitas-fasilitas lain di dalam shoppingmall.

Bersamaan dengan itu etalase tiap toko retail ditampilkan sebagai informasi mengenai trend produk masa kini. barang dagangannya dibungkus dengan gaya khusus dalam rangka membangkitkan keinginan pengunjung untuk memilikinya atau menjadikannya bagian dari gaya hidup mereka

II.3.2. Entrance

entrance sebuah mall merupakan bagian yang paling mencolok mata karena harus menarik minat para pengunjung. Bila mata kita diibaratkan jendela dunia maka entrance sebuah shoppingmall adalah pusat energinya. Seluruh isi shoppingmall tercermindari entrance nya yang bukan saja hanya mempresentasikan kualitas bangunannya melainkan juga barang-barang yang dijual disitu. disisi lain entrance sebuah shoppingmall berperan sebagai identitas mall, sebagaitanda pengenal bagi para pembelanja yang ingin mengunjunginya. Untuk itu berbagai fasilitas di berikan di bagian entrance itu seperti drive_off, lobi dan plasa dengan gubahan yang nyaman dan menarik.





II.3.3. Sirkulasi horisontal

selasar, jembatan dan atrium adalah moda sirkulasi horisontal yang umum ditemui dalam sebuah shoppingmall. Fungsinya adalah untuk menampung dan menyebarkan para pengunjung ke berbagai bagian dalam shoppingmall

selasar yang biasanya diterapkan di shoppingmall adalah selasar tunggal (single Corridor) dengan lebar minimal 3 meter. Fungsinya untuk memberikan kenyamanan saat pengunjung berjalan menjelajahi setiap retail yang ada. Selain itu jenis selasar tunggal ini (single Corridor) ini dimungkinkan untuk memasukkan cahaya alami kedalam bangunan melalui skylight yang diletakkan di atasnya atau di atrium yang terbentuk diantara dua selasar tunggal

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



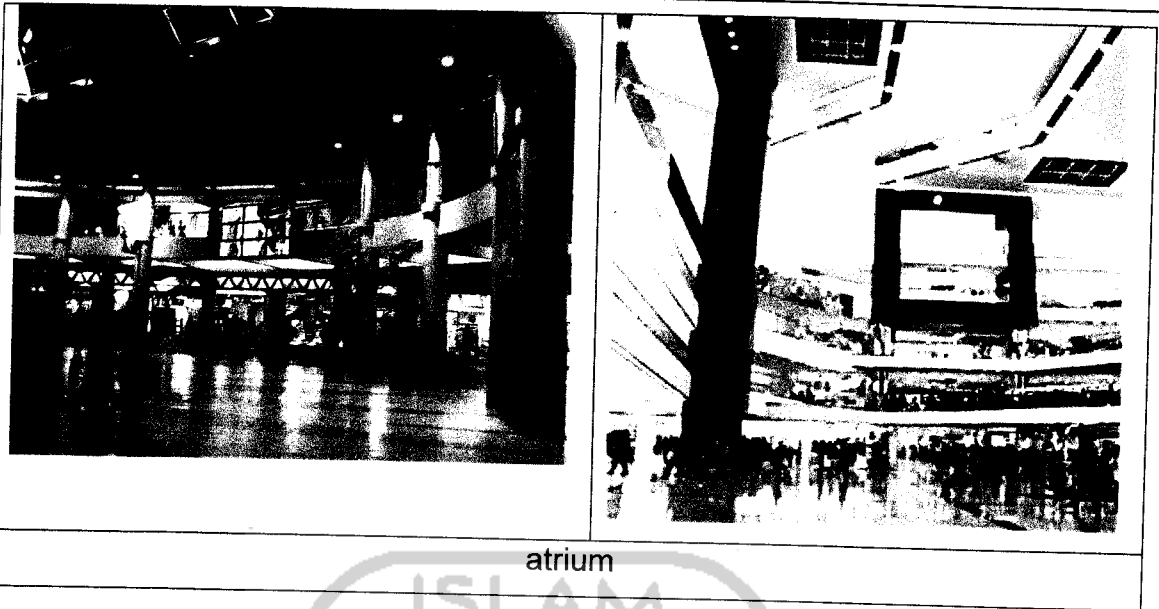
selasar

jembatan fungsinya untuk memperpendek jarak capai dari toko ke toko lain, sehingga para pengunjung dapat memotong jalur menuju toko-toko di seberang. Jembatan biasa diletakkan melintang di atrium dengan jarak antara 5-10 meter, jembatan juga umumnya dibuat sebagai salah satu atraksi di dalam shoppingmall karena didesain dengan berbagai variasi dan dengan bantuan teknologi mutakhir.



jembatan

Atrium pada hakekatnya adalah sebuah rongga besar di dalam bangunan gedung yang digubah sebagai tempat berinteraksinya pengunjung mall. posisi atrium biasanya ditengah karena dapat juga digunakan sebagai area promosi atau kegiatan event lainnya



II.3.4. Sirkulasi Vertikal

Elevator dan eskalator merupakan alat transportasi vertikal dalam sebuah mall.

Eskalator/Trevelator merupakan salah satu alat transportasi vertikal dalam bangunan yang terdiri dari dua sampai lima lantai. Lebih dari enam lantai, pencapaian lebih efektif bila menggunakan elevator atau yang lebih dikenal disebut lift. fungsi dan penempatan eskalator tergantung pada spesifikasi dan kebutuhan bangunan. Desainnya pun ahrus mempertimbangkan segi keamanan dan ketahanan teknis dengan standard teknologi tertentu karena eskalator berperan penting untuk mengatur sirkulasi pengunjung, dan efisiensi fungsi bangunan. Dengan adanya eskalator, pengunjung dapat lebih mudah menangkap rangkaian barang-barang yang ditawarkan para retail dan secara visual dapat berinteraksi langsung tanpa dihalangi oleh selubung.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



eskalator

Disamping eskalator yang menjadi tonggak alur sirkulasi vertikal pada bangunan komersial adalah elevator atau lift. Secara umum elevator dapat dibagi menurut spesifikasi bangunannya yaitu elevator untuk *low rise building*, *high rise building*, *service building*, dan *lift barang*.



lift

beberapa persyaratan yang harus diperhatikan ketika memakai elevator atau eskalator dalam bangunan komersial adalah, :

- **Robust** (tegap, kuat, kokoh) dan **Reliable** (tahan uji), bila dilihat dari kualitas dan teknik desainnya.
- **Impressive Performance**, desainnya memiliki desain ekonomis, tidak bising dan mekanisme geraknya harus "halus". Karena hal tersebut lebih diutamakan untuk kepentingan komersial, maka kriterianya juga harus memenuhi kebutuhan komersial.
- **High Profile Aesthetics/Accents on Aesthetics**, terlihat dari bahan pelengkap alat ini khususnya pada handrail dan balustrade yaitu stainless steel atau glass panel.
- **Satisfaction through partnership**, kerjasama yang baik antara konsumen dan produsen terutama pada saat instalasi.

II.3.5. Anchor Tennant

Menjadi sebuah shopping mall yang tetap eksis dan sukses tergantung pada kemampuannya untuk menarik pengunjung dan menjaga agar namanya tetap dikenal. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah melalui pemilihan anchor tennant. Anchor berarti jangkar/utama dan tennant berarti penyewa, jadi anchor tennant adalah berarti penyewa utama pada sebuah pusat belanja atau jenis bangunan lainnya. Dapat diartikan pula sebagai penyewa terbesar atau toko terbesar.

Anchor tennant adalah kunci pada sebuah mall yang berfungsi sebagai magnet untuk menarik pengunjung. Biasanya direncanakan dilokasi yang strategis pada layout bangunan sehingga dapat memberikan keuntungan maksimum. Anchor tennant juga menjadi daya tarik bagi tennant-tennant lain yang lebih kecil untuk ikut membuka tokonya. Tennant-tennant itu ditempatkan mengelilingi atau berada pada area yang dilalui pengunjung saat menuju anchor tennant.

Anchor tennant biasanya terletak pada sudut-sudut bangunan. Selain karena ukurannya yang paling besar di banding tennant-tennant lainnya

sehingga tidak mengganggu apabila diletakkan di sudut bangunan, perletakan ini juga bertujuan agar pengunjung secara tidak langsung, mau tidak mau harus mengelilingi semua bagian bangunan terlebih dahulu sebelum sampai ke anchor tennant. Dengan demikian semua bagian bangunan dan semua tennant terlewati dan terlihat oleh pengunjung sehingga pemerataan peluang penjualan pada setiap retail dapat terwujud.

Kekuatan Anchor tennant sangat besar pengaruhnya dalam hal finansial pusat belanja itu sendiri. Anchor tennant dapat meningkatkan profit sampai dengan tiga kali lipat. tanpa anchor tennant, pusat belanja akan kehilangan daya tariknya.

II.3.6. Ancillary Tennant (penyewa sekunder)

Anchor tennants menjadi kurang maksimal posisinya sebagai penyewa utama tanpa ditemani oleh ancillary tennant yang beraneka ragam jenis disekelilingnya. Keduanya memiliki sifat saling ketergantungan atau dikenal dengan istilah *multifarious symbiotic relationship*. anchor tennant menjadi daya tarik bagi ancillary tennant, dan retail tennant melengkapi fungsi anchor tennant.

Anchor tennant dan ancillary tennant yang ada pada sebuah shopping mall dipilih melalui seleksi oleh pihak pengelola bangunan yang disesuaikan dengan segmentasi / target pasar. ancillary tennant dalam shoppingmall bahan bangunan sendiri terdiri dari berbagai keaneka ragaman jenis toko bahan bangunan seperti toko cat, dinding, besi, keramik, dll. Penganekaragaman jenis ini bertujuan agar dapat memenuhi dan memuaskan semua kebutuhan berbelanja bahan bangunan bagi pengunjung. Klasifikasi ancillary tennant dalam mall yaitu :

- Chain store (jaringan toko retail)
Rangkaian toko ritel yang dioperasikan oleh satu kepemilikan dan manajemen terpusat. Setiap toko memiliki kesamaan ruang, produk, harga, dan layout ruang.
- Franchise (Waralaba)

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

- Perjanjian kontrak antara dua pihak, dimana pihak pewaralaba (pemilik retail) setuju untuk mengoperasikan bisnis sesuai persyaratan yang ditentukan oleh pihak terwaralaba (pemilik merek) dan membayar royalti kepada pihak terwaralaba, misal KFC, McDonald's, dll
- Independent owner (pemilik gerai independen)
Merujuk pada usaha ritel yang memiliki dan dikelola oleh individu. Gerai independen umumnya bersifat unik, sehingga dapat membuat suasana lingkungan ritel semakin menarik, inofatif, dan segar.
- Cart Operator (operator gerobak ritel)
Penyewa usaha kecil mandiri bersifat sementara, yang menjual secara eceran produk mereka dari gerobak ritel yang dikelompokkan dalam area khusus, serta dapat secara instan meningkatkan bauran jenis produk di dalam shopping mall
Pada proses perencanaan bangunan, grouping tenant sudah menjadi salah satu bagian perencanaan yang membutuhkan kecermatan dan tingkat kehati-hatian tinggi karena menyangkut masa depan

II.4 TINJAUAN JENIS BAHAN BANGUNAN

bahan bangunan adalah bahan pembentuk utama sebuah bangunan bangunan, jaman sekarang telah banyak sekali bermunculan jenis bahan bangunan baru. Tetapi secara garis besar bahan bangunan terbagi menjadi beberapa jenis yaitu, :

- Stone (batu)
- Cement (semen)/Concrete (beton)
- Metal (logam)
- Wood (kayu)
- Glass (kaca)
- Plastics (plastik)

Seiring perkembangan jaman terdapat banyak sekali modifikasi dan kreasi untuk mencampur dan memadukan bahan bangunan ini sehingga menemukan formulasi bahan bangunan yang sempurna.

II.4.1 Stone (batu)

batu yang sering dipakai dalam konstruksi sebuah bangunan dapat di bagi menjadi dua yaitu :

- Batu yang terbentuk dari pengulahan batu karang (rock) yang digunakan pada dinding, dan biasanya telah melalui pemrosesan sehingga ukuran dan pewarnaan bisa sangat baik
- Batu yang digunakan tanpa melalui pemrosesan yang biasa dipakai dalam struktur bangunan (pondasi) atau pada detil-detil arsitektural sebuah bangunan, batu yang digunakan adalah batu dengan jenis tertentu yang telah melalui proses seleksi yang sangat ketat dengan pertimbangan kekuatan, tekstur batu tersebut, dan kualitas

Berikut adalah jenis dan karakter dari batu alam

1. jenis batu alam

- igneous (batu cadas dengan kekuatan dan tekstur alami)
 - granit
 - basalt
- sedimentari (batu yang berasal dari endapan permukaan bumi)
 - batu gamping
 - batu pualam
 - batu pasir
- metamorphic (bersal dari pengkristalan jenis batu igneous dan batu sedimen)
 - kapur tulis

2. karakter batu alam

- *komposisi mineral*, kekayaan dan keindahan suatu batu alam dapat tingginya perpaduan unsur kimiawi dan fisik batu tersebut
- *Bentuk*, dari komposisi mineral tersebut
- *Teksture*, aspek geometris dari suatu komposisi mineral seperti ukuran dan alur mineral
- *Struktur batu*, yang berkaitan dengan kekuatan dan penampilan batu
- *Warna*, efek visual dan keindahan batu tersebut

Jenis batu yang digunakan dalam konstruksi, yang telah melalui proses seleksi dan percobaan

1. granite
batu yang berisi butiran kristal berukuran kecil, hasil dari kristalisasi batu alam yang keras
2. limestone (gamping)
tak berbentuk, semikristal atau kristalisasi batu alam dari endapan lapisan bumi
3. pualam (marble)
hasil dari pengkristalan kembali batu gamping
4. sandstone
batu yang terbentuk dari oksidasi besi atau kalsium karbonat
5. slate
batu alam yang memiliki butiran sangat halus
6. obsidian
batu dari gunung berapi, transparan berwarna hitam, merah, hijau

II.4.2. Cement/Concrete

semen adalah sebuah material yang saat di campurkan dengan air atau zat cair lainnya akan

- berbentuk pasta sementara yang mudah untuk di bentuk dan diolah
- setelah beberapa saat akan mengeras atau menjadi sebuah massa yang kaku

selama ini salah satu jenis semen yang sering digunakan dalam konstruksi adalah portland semen atau semen biru, adapun bahan pembentuk portland semen ini adalah,

- zat calcium seperti tanah, kerang laut dan gamping
- bahan yang mengandung kerikil, seperti pasir, tanah liat, serpihan batu atau zat kapur
- zat besi seperti bijih besi
- zat pewarna, tergantung dari jenis komposisi bahan pembentuk dan hasil proses, tetapi biasanya berwarna lebih terang.

Macam umum dari portland semen adalah,

- semen putih
warna putih dihasilkan dari jenis bahan pencampurnya, biasanya digunakan untuk detil arsitektural, bahan pembuat beton.
- Masonry cement atau semen plester
Campuran dari portland semen, zat plastic, dan teknik proses penghawaan. Kelebihannya adalah elastisitas tinggi, kuat, banyak pilihan warna.

Macam khusus dari portland semen adalah,

- Blok semen
Digunakan pada saat kebuhan kekuatan konstruksi yang tinggi dibutuhkan diawal proses konstruksi
- Semen plastik tembak.
Tingkat campuran plastik yang tinggi dipadukan dengan pompa bertekanan udara tinggi, digunakan pada eksterior bangunan.
- Waterproof cement / semen anti-air
Ini adalah sebuah fitur standar pada semen putih, digunakan untuk melapisi atap datar.
- Semen gypsum
Kekuatan dari semen gipsum ini rentan terhadap cuaca karena jenis ini biasa digunakan hanya untuk plester, detil arsitektural, dinding interior.

Beton adalah bahan bangunan yang tercipta dari penambahan agregat (bahan mineral) yang ditambahkan pada campuran portland semen, dan air. kekuatan beton tidak dapat diukur hanya pada jumlah semen dan air saja, tetapi juga pada,

- Campuran bahan mineral (Aggregate)
- Tempat pencampuran
- Ratio antara semen : air : agregate

Jenis beton yang umum digunakan pada konstruksi adalah

1. beton normal
 - berat beton dalam batas normal yaitu 135 – 165 lbs/feet³
 - semua jenis semen dapat digunakan
 - kekuatan pada 2000 – 8000 Psi
 - digunakan pada struktur rangka, lansekap, lantai
2. beton ringan
 - berat ringan yaitu 85 – 115 lbs/feet³
 - kekuatan untuk melepaskan panas lebih baik daripada beton normal
 - digunakan pada dinding eksterior, beton prategang, lantai
3. Beton berat
 - Berat beton 130 – 290 lbs/feet³
 - Semua tipe semen dapat digunakan
 - Digunakan pada dinding pemikul, dinding yang melingkupi area dengan tingkat radioaktif tinggi,
4. Beton tembak
 - Digunakan pada bentuk dengan kompleksitas tinggi seperti kolam renang, kubah, cangkang
5. beton pra cetak
 - prosesi bahan agregat diletakkan di cetakan kemudian adukan semen di semprotkan ke dalam cetakan
 - digunakan pada dinding eksterior, dinding/kolom ekspose.
6. Beton Tremie
 - Beton yang digunakan untuk didalam air
7. Beton Pra Tegang
 - Penambahan kekuatan beton dengan menambahkan baja, serat baja atau kabel baja untuk meningkatkan kekuatan tarik, dan mengurangi kemungkinan patahnya beton
 - Digunakan pada struktur bangunan, jembatan, dll

II.4.3.Metal (logam)

penggunaan logam kedalam bangunan dapat dibagi dalam dua kategori yaitu

1. logam sebagai bahan utama bangunan
 - struktur
 - penutup atap
2. logam sebagai bahan pelengkap bangunan
 - finishing hardware seperti, kunci, handle, dll
 - elektrikal dan mekanikal sistem

jenis logam dapat terbagi menjadi dua kategori besar yaitu logam yang mengandung besi (ferrous metals) dan logam yang tidak mengandung besi (no ferrous metals).

1. ferrous metals (logam yang mengandung besi)

jenis umum dari kategori ini adalah

- besi
berisi banyak karbon, dan zat besi. Mudah dibentuk, cukup dapat menahan karat
- besi lunak
besi dengan kadar karbon rendah, kurang dapat melepaskan panas, bagus digunakan sebagai peredam detaran
- steel (baja)
besi dengan kadar karbon yang cukup, relatif ringan, relatif mudah dibentuk dengan cara di potong, di pukul, dan di las
- steel aloys
baja yang dicampur dengan elemen lain sehingga tercapai formulasi yang tepat sesuai kebutuhan, adapun elemen yang digunakan sebagai campuran adalah
 - aluminium untuk mengeraskan permukaan
 - chromium untuk anti karat
 - tembaga untuk anti karat terhadap atmosfer
 - mangan, meningkatkan kelenturan baja

- molybdenum yaitu kombinasi dari chrom dan nikel, untuk meningkatkan antikorosi dan kekuatan tarik tanpa mengurangi kemudahan bentuk
- silikon, dapat memperkuat baja dan meningkatkan antikorosi terhadap reaksi kimia
- sulfur, meningkatkan kelenturan dan keringanan baja
- titanium, paling tahan terhadap karat, mengurangi berat baja tanpa mengurangi kekuatan dan elastisitasnya
- tungsten, vanadium dan cobalt, untuk mengeraskan dan meningkatkan anti abrasi air laut, biasanya digunakan untuk beja bawah air.
- stainless steel
baja yang tercampur dengan minimal 11.5% chromium
penjelasan dari baja ini adalah
 - dapat dicampur dengan beberapa logam lain seperti nikel atau molbdenum
 - untuk keperluan yang membutuhkan anti karat yang tinggi, seperti untuk baja bawah laut atau dekat dengan reaksi kimiawi, penambahan molbdenum adalah pilihan yang baik
 - untuk peningkatan anti karat pada lapisan atmosfer yang spesifik, penambahan chrom dan nikel biasanya banyak dilakukan
 - biasanya digunakan untuk aplikasi interior bangunan

2. non ferrous metals (logam yang tidak mengandung besi)

- aluminium
 - aluminium dengan konsentrasi yang tinggi sangat ringan dan mudah di bentuk, anti karat sangat tinggi, tetapi kekuatan sangat rendah
 - besi dengan campuran aluminium lebih kuat daripada besi murni

- elemen pencampur yang dapat digunakan adalah tembaga, mangan, silikon, magnesium, dan seng.

II.4.4. wood

II.4.4.1 solid wood

1. hardwood sering digunakan pada lantai bangunan, ketebalan standar 25/32 sampai 3/8 inci, dengan lebar 1 1/2 sampai 3,1/4 inci dan panjang yang bervariasi dari 2 kaki atau lebih
2. softwood banyak digunakan dalam bangunan sebagai struktur, panel dinding, dan detil interior.

II.4.4.2. fire-retardant treated.

Untuk melindungi dari panas yang dihasilkan dari api, biasanya pada kayu yang berukuran kecil seperti sambungan, atap plywood dan lain-lain

II.4.4.3. laminated wood (kayu lapis / multiplek)

Olahan fabrikasi dari lapisan kayu, sehingga menghasilkan lapisan kayu ringan, biasa digunakan sebagai interior dan ekterior bangunan.

II.4.4.4. plywood (polywood)

merupakan jenis dari kayu lapis tetapi jenis lapisan saling silang, yang membuat kayu lebih kuat. Digunakan untuk dinding interior yang terhindar dari lembab

II.4.4.5. particle board (papan serbuk kayu)

fabrikasi menggunakan serbuk ukuran kecil (particle) dari hardwood atau softwood yang diolah dengan mekanisme tertentu.

II.4.4.6. fiberboard (papan sirkuit)

proses fabrikasi hampir sama dengan particle boards, hanya saja campurannya adalah ada serat besi.

II.4.5. Glass (kaca)

Kaca merupakan bahan lutsinar, kuat, tahan hakis, lengai, dan secara biologi merupakan bahan yang tidak aktif, yang dibentuk menjadi permukaan yang keras dan licin. Ciri-ciri ini menjadikan kaca sebagai bahan yang sangat berguna. Komponen utama kaca ialah silika. Silika ialah galian yang

mengandung silikon dioksida. Nama IUPAC silikon dioksida ialah silikon(IV) oksida. Silika wujud secara semulajadi dalam pasir.

Kaca biasanya terbentuk apabila bahan cair tidak berkristal disejukan dengan cepat, dengan itu tidak memberikan cukup masa untuk jaringan kekisi kristal biasa terbentuk.

Kaca biasa biasanya terdiri daripada silikon dioksida (SiO_2), yang merupakan bahan kimia yang serupa dengan kuarza, atau dalam bentuk pasir. Silika tulen mempunyai tahap lebur sekitar 2000 Selsius, jadi dua bahan lain sering dicampurkan kepada pasir dalam pembuatan kaca. Satu daripadanya adalah soda (sodium karbonat Na_2CO_3), atau potasy, setara dengan sebatian kalium karbonat, yang menurunkan tahap lebur kepada sekitar 1000 Selsius. Bagaimanapun, bahan soda menjadikan kaca larut, jadi kapur (kalsium oksida, CaO) merupakan bahan ketiga, ditambah untuk menjadikan kaca tidak larut.

Silikon oksida ialah molekul kovalen raksasa. Oleh itu, silikon(IV) oksida memerlukan banyak tenaga untuk mengatasi setiap ikatan kovalen antara atom dalam struktur raksasa. Maka, silikon oksida mempunyai takat lebur yang sangat tinggi, iaitu 1710 C. Dalam silikon oksida, setiap atom silikon diikat secara kovalen kepada 4 atom oksigen dalam bentuk tetrahedron dengan sudut antara ikatan 109.5°. Unit itu diulangi secara tidak terhingga dengan setiap atom oksigen terikat kepada 2 atom silikon untuk membentuk molekul kovalen raksasa seperti struktur berlian.

Salah satu ciri kaca adalah ia dapat dilewati sinar. Sifat lutsinar (dapat dilewati sinar) disebabkan kaca terdiri daripada bahan yang tidak mempunyai keadaan perubahan garisan atomik dalam tenaga cahaya. Juga disebabkan kaca adalah sekata pada tahap gelombang yang lebih besar daripada cahaya, ketidaksekataan menyebabkan cahaya terbias, menghalang pemancaran imej.

Kaca tulen boleh dijadikan begitu lutsinar sehinggakan *beratus kilometer* kaca boleh ditembusi gelombang cahaya infra dalam kabel gentian optik.

Kaca biasa mempunyai campuran bahan lain untuk mengubah cirinya. Kaca bertimah hitam adalah lebih berkilauan, kerana peningkatan index pantulannya, sementara boron ditambah bagi mengubah ciri terma dan elektriknya, seperti Pyrex. Menambah barium juga meningkatkan indeks pantulannya, dan serium digunakan dalam kaca yang menyerap tenaga infra. Logam oksida juga ditambah bagi menukarkan warna kaca. Peningkatan soda atau potash menurunkan lagi tahap lebur, sementara mangan ditambah bagi menyingkirkan warna yang tidak dikehendaki. Kaca berwarna dihasilkan dengan bercampur dengan sedikit oksida logam peralihan. Misalnya, oksida mangan akan menghasilkan warna ungu, oksida kuprum dan kromium memberikan warna hijau, dan oksida kolbalt memberikan warna biru.

Soda atau sodium karbonat, Na_2CO_3 yang menurunkan tahap lebur kepada sekitar 1000 C. Bagaimanapun, bahan soda menjadikan kaca larut, jadi kapur (kalsium oksida, CaO) biasanya ditambah untuk menjadikan kaca tidak larut.

Jenis kaca yang digunakan pada bangunan

1. float glass (kaca terapung)

90% daripada kaca nipis diperbuat dengan menggunakan proses kaca terapung yang dicipta oleh Sir Alastair Pilkington dari Pilkington Glass, di mana kaca cair dituang ke atas timah cair. Kaca tersebut terapung dipermukaan timah, tersebar ke semua arah. Kaca tersebut perlahan-lahan mengeras ketika ia mengembang di atas timah cair, sebelum ditarik keluar daripada rendaman timah dalam bentuk ribon dan kemudiannya disepuh dengan menggunakan api, menghasilkan permukaan rata yang hampir sempurna.

2. rolled glass

kaca yang dicairkan dijejalkan alat penggulung untuk menghasilkan ketebalan diperlukan.

3. laminated glass

Terdiri dari kaca dengan menambahkan beberapa lapisan untuk berbagai keperluan bangunan dengan penambahan la[pisan ini maka mengurangi resiko terluka pada saat kaca pecah.

4. kaca anti panas

Kaca ini dapat mereduksi panas dengan baik adapun macam-macam kaca anti panas ini adalah

- tempered glass
dapat menahan panas hingga 1300 fahrenheit
- heat strengthened glass
dapat mereduksi panas dengan baik tetapi masih lebih baik tempered glass.
- Spandrel glass
Kaca anti panas yang dilapisi dengan keramik, dan biasanya digunakan pada interoir bangunan.

II.4.6. Plastics (plastik)

plastik di dalam konstruksi biasanya hanya digunakan sebagai bahan penutup transparan yang :

- Ringan
- Besar kecilnya nilai transparan dapat diatur
- Untuk beberapa jenis dapat menolak atau menyerap radiasi infra merah dan ultra violet
- Untuk beberapa jenis sangat murah dibandingkan bahan bangunan lain dengan ketebalan dan bentuk yang sama, dengan kelebihan dapat di lengkungkan dan di potong
- Sangat mungkin digunakan pada bangunan yang membutuhkan ketahanan terhadap getaran, karena plastik tidak akan pecah apabila terjatuh.

Jenis kaca plastik

1. akrilik

terbuat dari bahan polymethyl methacrylate (PMMA)
beberapa sifat dari akrilik adalah

- akrilik sangat mudah tergores, tetapi memiliki daya tahan yang tinggi terhadap cuaca, udara dengan kadar garam tinggi, dan pengikisan yang disebabkan lapisan udara
- akrilik juga dapat tahan apa bila terjatuh tetapi kemungkinan rusak masih ada

2. polycarbonat

daya tahan lebih kuat daripada akrilik

- dapat menstabilkan dan menolak cahaya ultra violet apabila digunakan di luar ruangan
- lebih tahan pecah

3. gabungan akrilik dan polycarbonat

perpaduan dari thermosetting polyster resinreinforced with glass fiber

4. twin wall glazing

adalah digunakan untuk menahan perubahan suhu dengan bentuk panel kaca plastik

meterial pembentuk terdiri dari akrilik, polycarbonat, dan FRP (Fiberglass Reinforced Polyster),

- bahan bangunan yang bagus dan tahan terhadap getaran
- sangat mudah dalam pemasangan, dapat dibentuk lengkung atau bentuk unik lainnya.
- Tetapi penyerapan suara tidak sebgus kaca plastik lainnya
- Ketebalan antara 5/32-13/32 inci, lebar 4-6 feet, panjang sampai 39 feet

BAB III

ANALISA TATA RUANG DAN SIRKULASI YANG DAPAT MEMBERIKAN PELUANG PENJUALAN YANG SAMA PADA SETIAP RETAIL

pada hakekatnya sebuah shopping mall adalah suatu tempat berkumpul, berinteraksi, dan bersosialisasi. Disitu para pengunjung diharapkan untuk melihat, dilihat, menyenangkan, disenangi, dibutuhkan dan membutuhkan, mereka juga berharap untuk bergembira bersama. untuk itu mereka tidak keberatan menjalaninya dalam sebuah ruang yang digubah secara vertical dan horizontal dalam rangka mencapai harapan-harapan tersebut karena sudah dipermudah dengan escalator, elevator dan tangga, serta dibuat senyaman mungkin melalui penyebaran atrium, hall, dan void¹ Fasilitas-fasilitas diatas digunakan untuk menghubungkan dan mengarahkan pengunjung untuk meluhat semua retail yang ada sehingga para retail memiliki peluang yang sama dalam penjualan adapun penataan ruang yang akan dibahas adalah, :

- tata ruang dalam
 1. entrance
 2. sirkulasi vertikal
 3. sirkulasi horisontal , areal pertokoan, anchor (magnet)
 4. pelayanan
 5. pengelompokan ruang

III.1. Analisis Elemen dan Tata Ruang yang dapat memberikan peluang penjualan yang sama pada setiap retail

III.1.1. Pintu Masuk Utama/Entrance

pintu masuk utama atau entrance adalah salah satu bagian penting yang sangat menentukan alur sirkulasi didalam sebuah shopping mall karena entrance merupakan titik point utama jalur sirkulasi pengunjung yang masuk dan keluar.

¹ .(*Indonesia Shopping Centers, PT.GRIYA ASRI PRIMA 2006*).

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

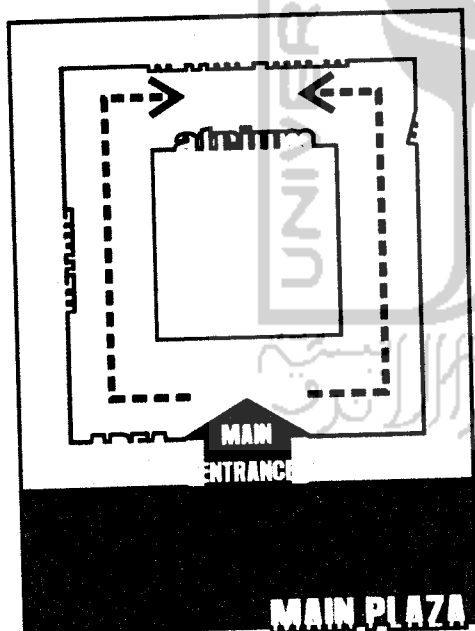
Analisis perletakan pintu masuk utama ini bertujuan untuk mengetahui letak pintu masuk utama yang dapat mengatur sirkulasi pengunjung agar dapat melewati sebagian besar shoppingmall bahan bangunan ini.

Adapun macam dari perletakan pintu masuk ini, adalah :

1. pintu masuk utama tunggal
 - letak di tengah
 - letak di sisi
2. pintu masuk ganda
 - letak di tengah
 - letak di sisi
 - letak menyebar.

1. pintu masuk tunggal

a. letak di tengah



entrance tunggal di tengah

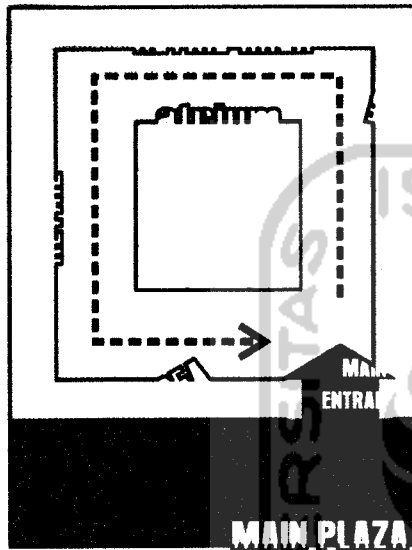
pintu masuk tunggal di tengah ini menciptakan pergerakan yang memungkinkan pengunjung untuk memilih jalur yang disukai menurut keperluan mereka.

Kelebihan.: pengunjung bebas memilih jalur menurut keperluan, tampak bangunan cenderung menjadi terpusat

Kekurangan : kurang dapat mengarahkan pengunjung, waspadai saat terjadi overloading pengunjung, karena banyaknya pengunjung yang datang mempengaruhi kelancaran dan kenyamanan pengunjung

b. letak di sisi

letak pintu masuk seperti ini menciptakan pergerakan pengunjung yang lebih terarah.



entrance tunggal di salahsatu sisi

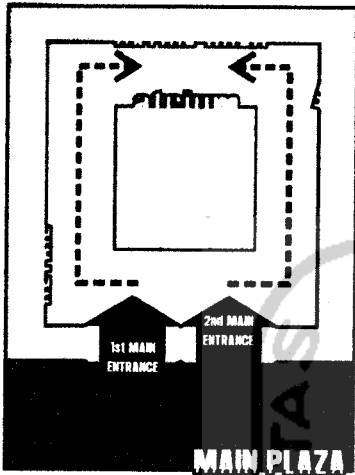
Kelebihan : pengarahan jalur pengunjung baik,

Kekurangan : entrance harus dibuat semenarik mungkin agar pengunjung mengetahui letak entrance, waspadai saat terjadi overloading pengunjung, karena banyaknya pengunjung yang datang mempengaruhi kelancaran dan kenyamanan pengunjung.

2. pintu masuk ganda

a. letak di tengah

sirkulasi mirip dengan pintu masuk tunggal di tengah, hanya saja dengan di tambahnya jumlah pintu dapat meningkatkan kelancaran penghunjug



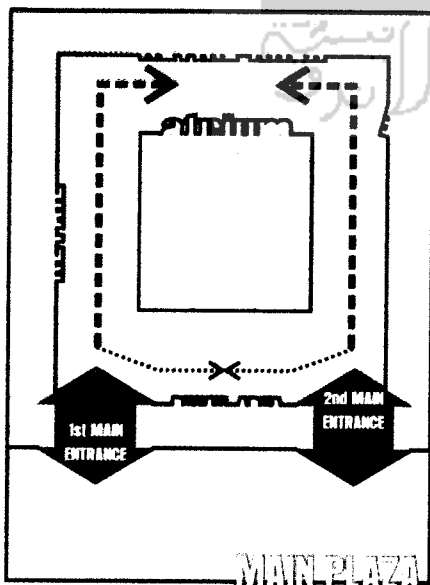
entrance ganda di tengah

Kelebihan : jumlah pengunjung yang ditampung tinggi, pengunjung bebas memilih jalur tergantung keperluan

Kekurangan : kurang dapat mengarahkan pengunjung

b. letak di sisi.

Perletakan dua pintu masuk di kedua sisi membuat pengunjung sangat leluasa dan sangat bebas dalam memilih jalur masuk



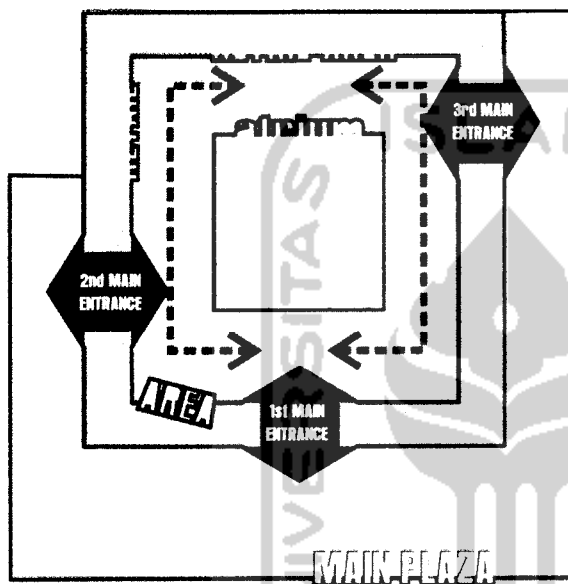
entrance ganda di kedua sisi

Kelebihan : pengunjung sangat bebas dalam memilih jalur yang ingin dilalui, dapat menampung jika terjadi overloading pengunjung

Kekurangan : pengarahan pengunjung tidak tercapai, mempersulit sistem keamanan karena letaknya yang berjauhan

c. letak bebas

pergerakan pengunjung menjadi sangat rancu, dan menyebabkan sistem penjualan tidak merata



entrance letak bebas

Kelebihan : efisiensi pergerakan pengunjung sangat baik, karena pengunjung dapat memilih jalan masuk yang paling dekat dengan tujuan dan kepentingan mereka

Kekurangan : tidak tercapainya peluang penjualan yang merata pada tiap retail.

iii.1.2. sirkulasi vertikal dan void

Terdiri dari elevator, eskalator/Treveltor dan tangga, kebutuhan masing-masing alat transportasi tersebut dilihat dari kebutuhan bangunan dan spesifikasi bangunan itu sendiri, di dalam analisis ini akan membahas perletakan sirkulasi vertikal dalam bangunan

Adapun standart peletakan sirkulasi vertikal dalam mall adalah

- pada awal sirkulasi
- pada akhir sirkulasi

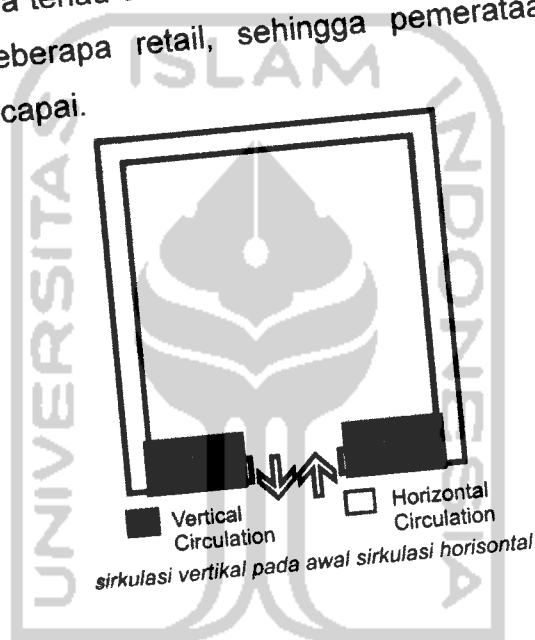
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

- pada pertemuan jalur sirkulasi
- pusat sirkulasi
- pojok sirkulasi

1. pada awal sirkulasi horizontal.

kelebihan dari sirkulasi ini adalah pengunjung dapat dengan mudah mencapai area sirkulasi vertikal ini kekurangannya adalah karena terlalu dekat dengan entrance dan jarak elevator dan lift juga terlalu dekat maka pengunjung sangat mungkin untuk tidak melewati beberapa retail, sehingga pemerataan pada peluang penjualan tidak tercapai.

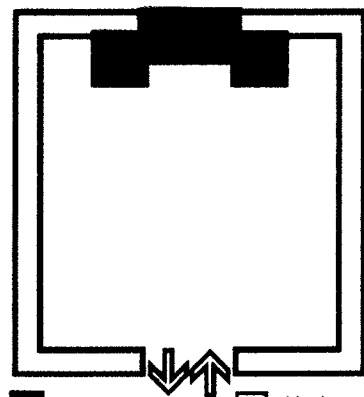


2. pada akhir sirkulasi horizontal

merupakan kebalikan peletakan alat transportasi dari sirkulasi vertikal pada awal sirkulasi

kelebihan dari sirkulasi ini adalah semua retail memiliki penyebaran peluang yang sama di lantai dasar karena "memaksa" pengunjung sebelum mencapai area sirkulasi vertikal pengunjung akan melewati semua area retail,

tetapi kekurangannya adalah jarak yang ditimbulkan menjadi sangat jauh



■ Vertical Circulation □ Horizontal Circulation

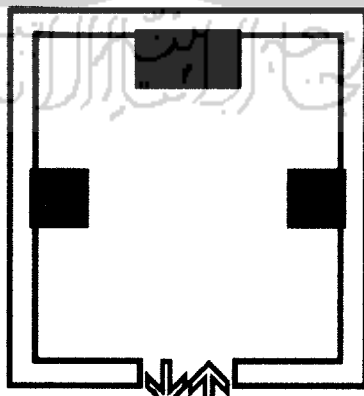
sirkulasi vertikal pada ujung sirkulasi horisontal

3. pada pertemuan jalur sirkulasi horizontal

atau lebih mudahnya adalah pada pertengahan jalur sirkulasi atau memotong jalur sirkulasi horizontal!

kelebihannya adalah penyebaran alat transportasi tersebar merata yang menyebabkan pencapaian ke alat transportasi vertikal dan ke retail sangat dekat, pengarahannya menjadi maksimal yang menyebabkan adanya peluang yang merata

kekurangan : karena terbaginya sirkulasi vertikal menjadi beberapa titik sedikit menyebabkan kesulitan pada saat maintenance



■ Vertical Circulation □ Horizontal Circulation

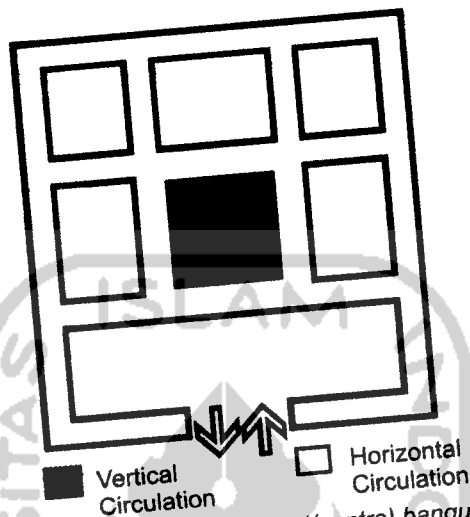
sirkulasi vertikal pada pertemuan sirkulasi horisontal

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

4. pada pusat jalur sirkulasi horizontal.

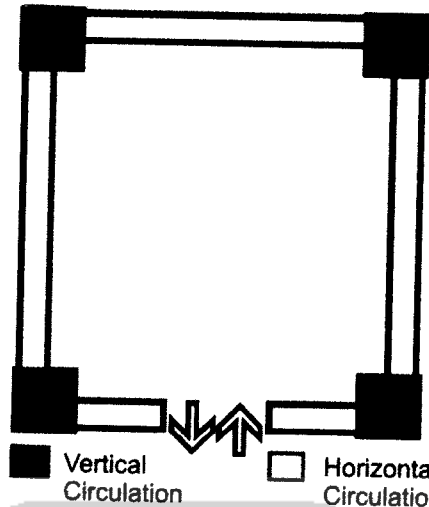
biasa dipakai pada pusat perbelanjaan yang besar seperti supermall, atau megamall, karena terpusat maka menciptakan seolah-olah mall terbagi menjadi beberapa sisi



kelebihannya adalah pencapaian ke area retail sangat dekat sehingga efektifitas pengunjung dapat tercapai kekurangannya adalah persaingan, keragaman dan keterkenalan masyarakat terhadap antar retail di kedua sisi sangat ketat karena sangat mempengaruhi pergerakan dan animo pengunjung. Dan pada saat tertentu jalur lalu lintas area pusat ini akan sangat padat sekali misalnya pada saat mall akan tutup jadi diperlukannya space/area yang cukup untuk menampung banyaknya pengguna

5. pada pojok sirkulasi horizontal.

di setiap pojok dari sirkulasi diberikan satu alat transportasi vertikal dan kelebihan dan kekurangannya hampir sama dengan sistem pada pertemuan jalur sirkulasi kelebihan dari perletakan ini adalah penyebaran alat transportasi tersebar merata yang menyebabkan pencapaian ke alat transportasi vertikal dan ke retail sangat dekat kekurangannya adalah pengarahannya menjadi kurang maksimal yang menyebabkan adanya kemungkinan kecil peluang yang tidak merata

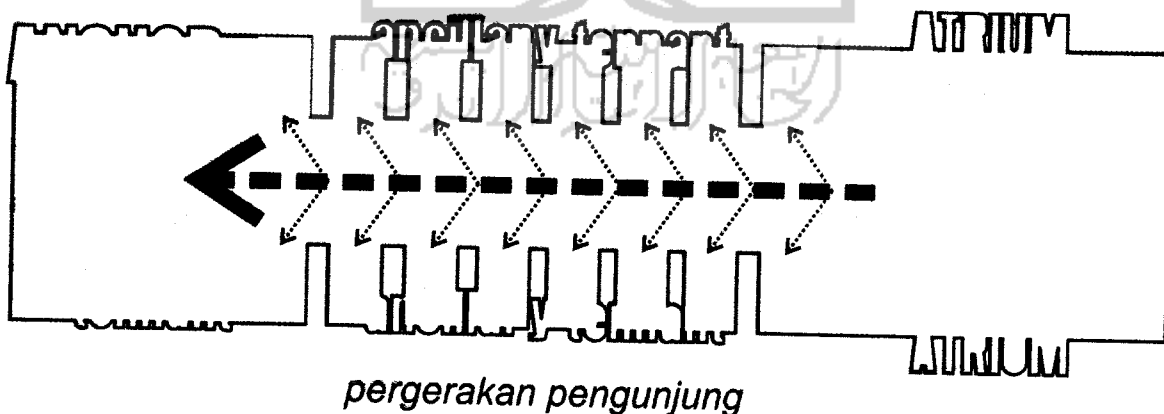


sirkulasi vertikal pada pojok (corner) sirkulasi horisontal

III.1.3. pola sirkulasi horisontal dan tata letak ritel berdasarkan pada perletakan anchor tennant

Sirkulasi horisontal berisi koridor pedestrian, jembatan, atrium dan void. Dan syarat dari perencanaan yang berhasil adalah mudah dimengerti oleh pengunjung

Perencanaan penataan ruang Berdasarkan pada peletakan penyewa utama (anchor tennant), karena anchor merupakan penyewa terbesar yang dapat menarik pengunjung terbanyak



Prinsip dasar dari perencanaan pemerataan peluang penjualan di dalam shoppingmall adalah pengunjung diarahkan untuk menuju anchor melewati koridor yang disepanjang koridor tersebut diisi oleh retail-retail kecil sehingga para retail tersebut juga dapat dilewati dan dilihat oleh pengunjung sehingga

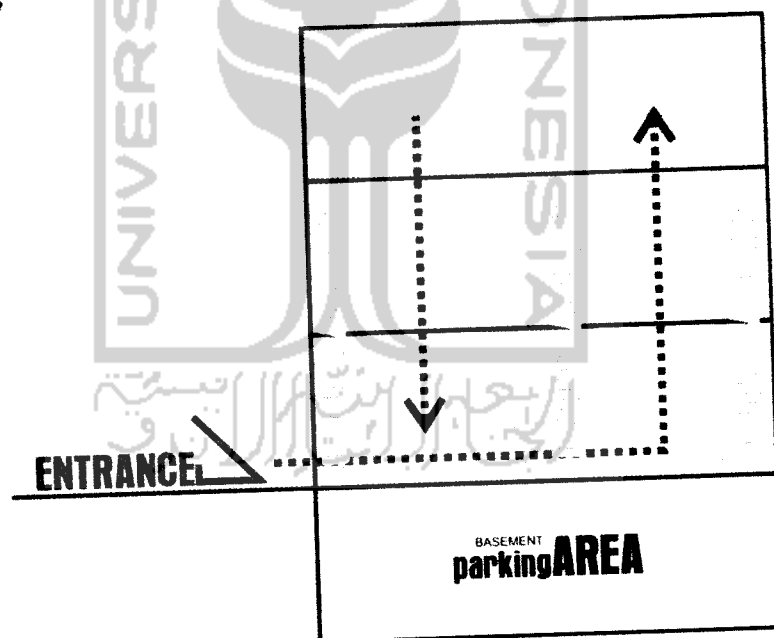
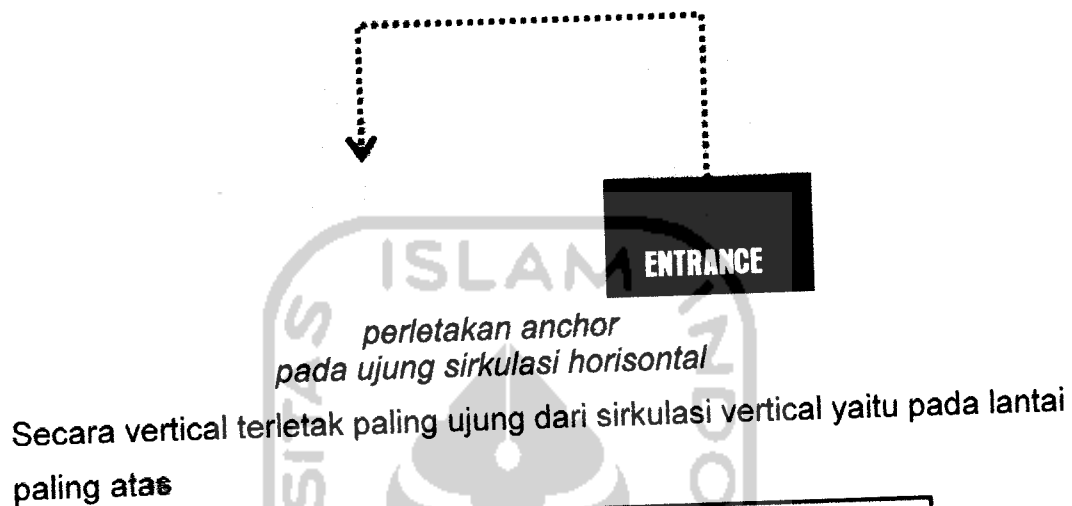
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

keberhasilan untuk meratakan peluang penjualan dari semua penyewa tergantung dari penataan anchor

Prinsip perletakan anchor adalah :

Secara horizontal terletak paling ujung dari sirkulasi horizontal



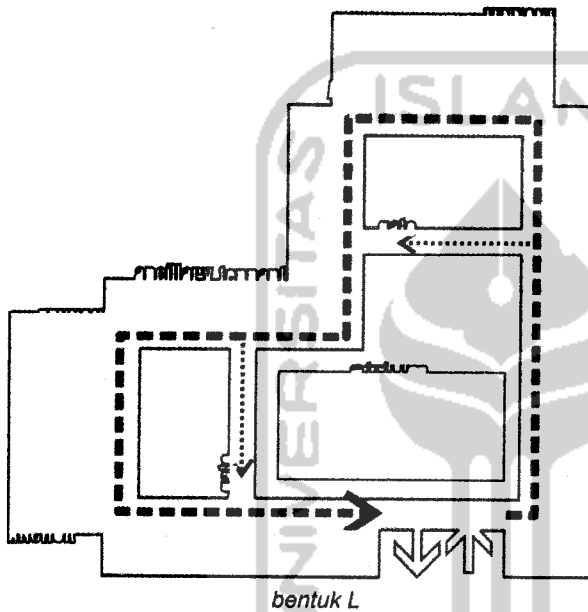
banyak cara dan bentuk tata bangunan yang ada untuk mencapai prinsip diatas antara lain, :

3. bentuk L
4. bentuk U
5. bentuk T

6. bentuk segitiga
7. bentuk persegi empat
8. bentuk barbel (pengembangan bentuk I)
9. bentuk barbel silang atau bebas

1. bentuk L

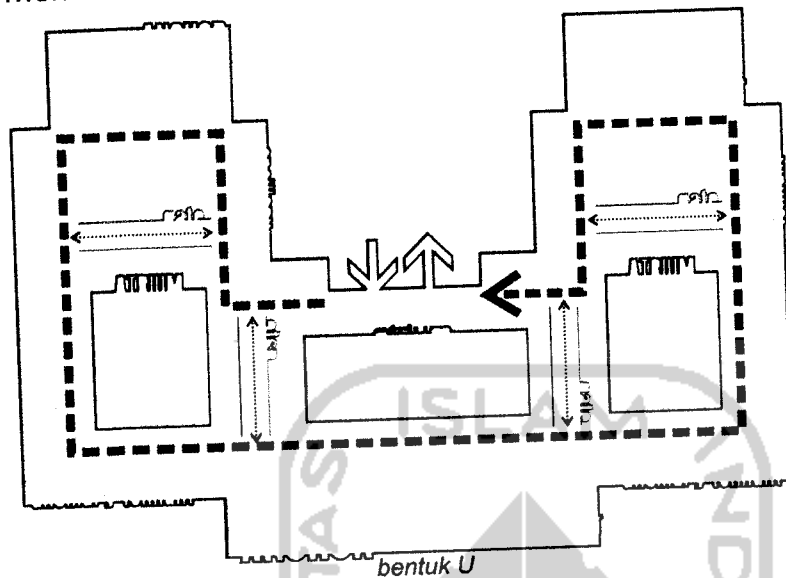
bentuk ini banyak dipakai oleh para pengembang karena bentuk yang mudah di mengerti oleh para pengunjung



Dan juga sangat fleksibel terhadap perletakan pintu masuk utama
Kelebihan : mudah dimengerti oleh pengunjung, pemerataan peluang penjualan cukup baik karena pergerakan pengunjung terarah
Kekurangan :perlu diperhatikan jauh jarak koridor karena koridor yang lurus cenderung terasa jauh dan membuat bosan pengunjung (efek laras senapan)

2. bentuk U

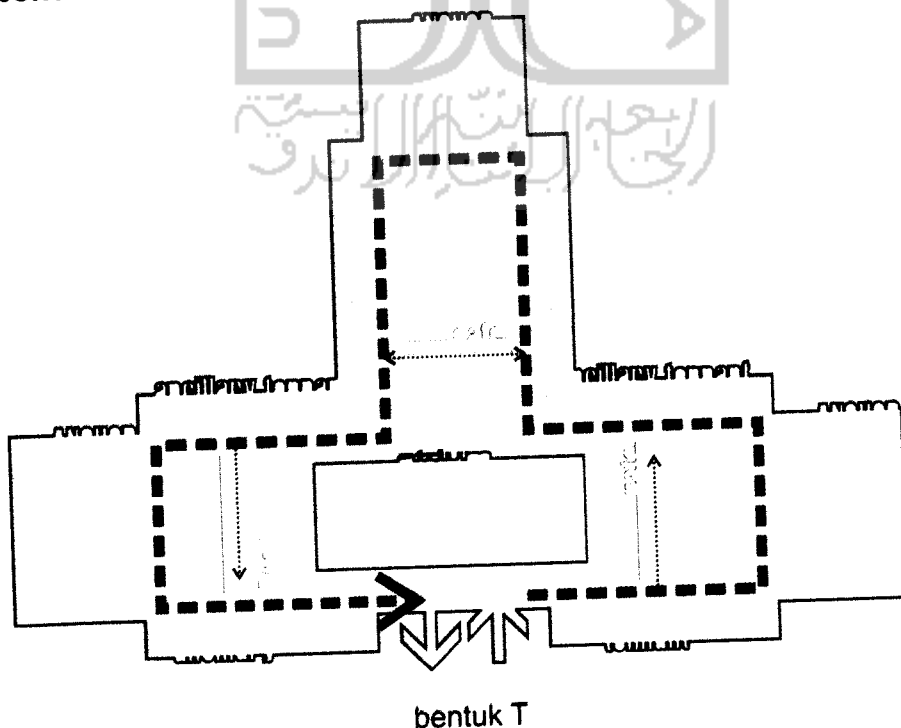
memiliki luas area komersil yang luas dan terdiri dari 3 anchor



Kelebihan : area komersil yang luas, cocok sebagai pembentuk mall yang menekankan view dari luar, permainan sirkulasi lurus dan berkelok seimbang

Kekurangan : peluang penjualan tiap retail kurang merata.

3. bentuk T



bentuk ini jarang dipakai karena dari tiga anchor yang di letakkan hanya dua yang mudah terlihat sedangkan yang satu tidak,.

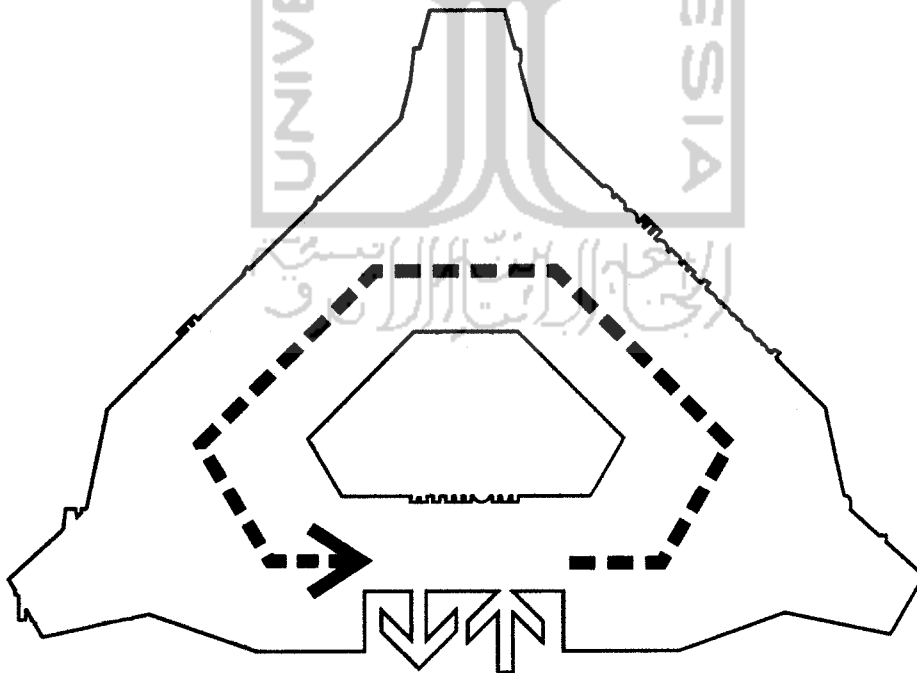
bagi beberapa pihak hal ini menjadi sesuatu yang merugikan, tetapi beberapa pihak juga tidak memandangnya sebagai kerugian asalkan penataan dan pemilihan anchor di cermati dengan baik

Kelebihan : rentable (area yang dapat disewakan) luas, mudah dimengerti oleh pengunjung,

Kekurangan : perlu mencermati penataan area dan pemilihan anchor pada ujung mall, karena berada di area yang kurang terlihat.

4. bentuk segitiga

hampir sama dengan bentuk T tetapi dengan sedikit variasi agar anchor di ujung dapat terlihat. Bentuk bangunan terlihat menarik tetapi perlu di perhatikan karena bentuknya yang bukan persegi menyebabkan dibutuhkannya kecermatan perancangan tataruang yang ekstra agar semua area dapat dipakai



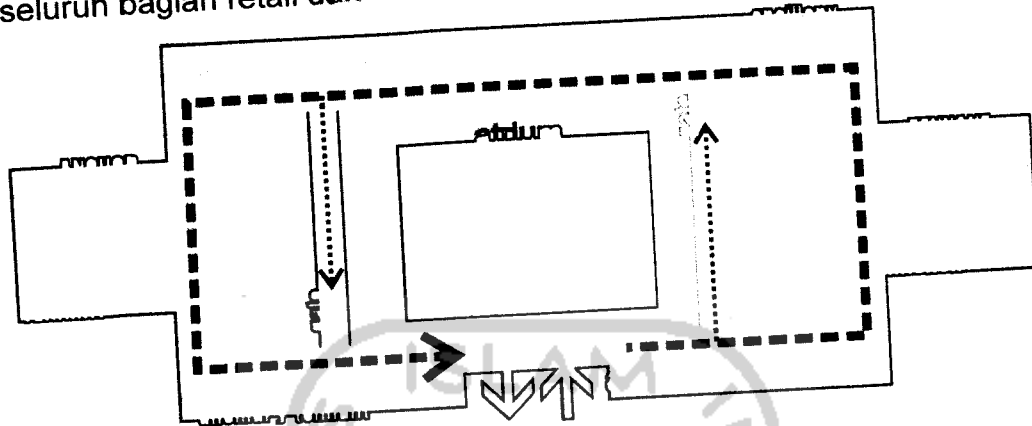
bentuk segitiga

Kelebihan : bentuk menarik

Kekurangan : penataan ruang sulit karena berbentuk segitiga,

5. bentuk persegi empat

biasa di sebut bentuk I atau arena balap karena berbentuk memutar seluruh bagian retail dan



bentuk I

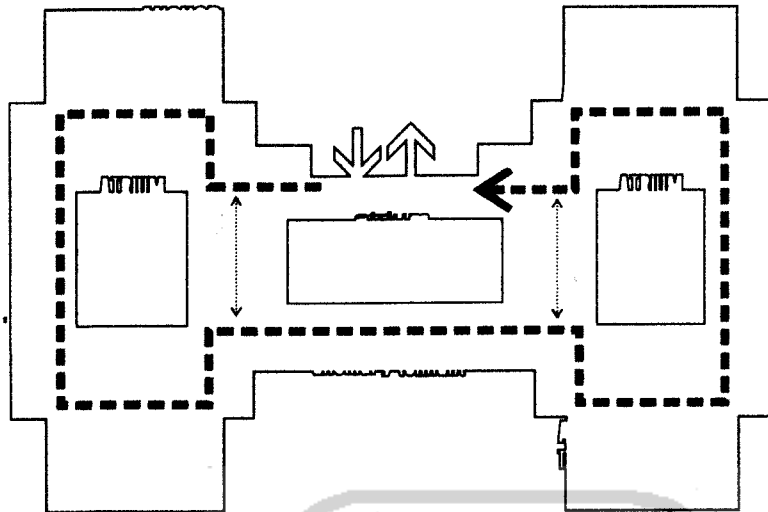
sa
ngat banyak digunakan dan terbukti sukses meratakan peluang penjualan di setiap retail karena pengunjung akan melewati sebagian besar area perbelanjaan, tetapi masih perlu di perhatikan jauh jarak koridor agar tidak monoton dan menyebabkan kebosanan pengunjung.
Kelebihan : penyebaran peluang merata dan jalur mudah dimengerti oleh pengunjung
Kekurangan : hati-hati terhadap panjang jarak anchor-anchor, perlu adanya sesuatu yang menarik .

6. bentuk barbel

atau bentuk H merupakan pengembangan dari bentuk I dengan penambahan anchor menjadi empat buah

Kelebihan : penyebaran peluang merata dan jalur mudah dimengerti oleh pengunjung, dapat menampung empat anchor

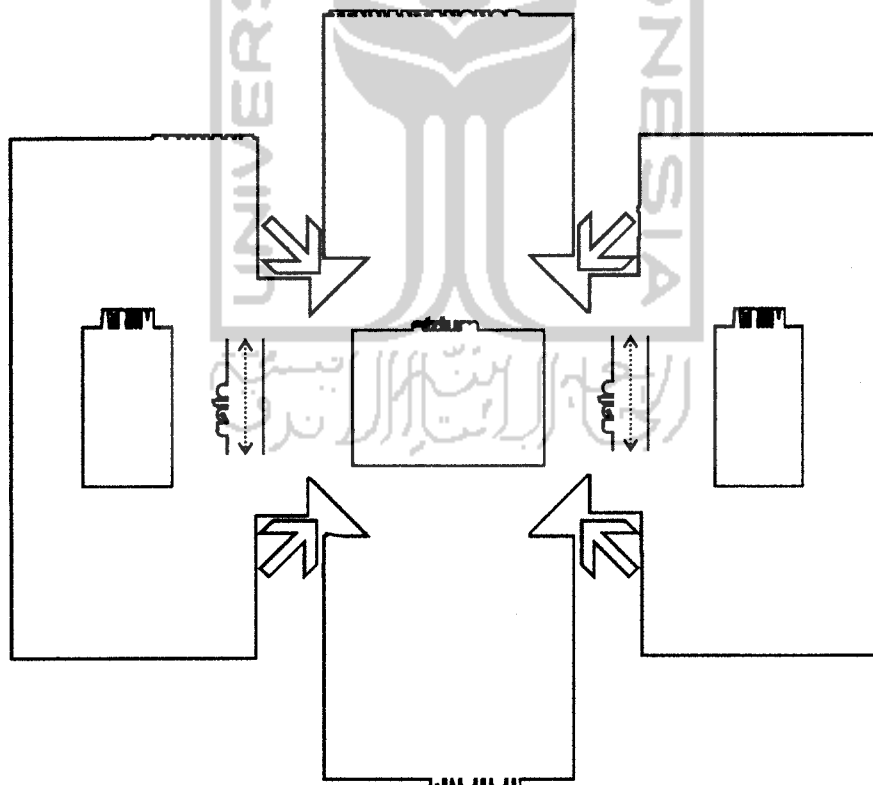
Kekurangan : hati-hati terhadap panjang jarak anchor-anchor, perlu adanya sesuatu yang menarik agar mencegah kebosanan pengunjung



bentuk barbel/H (perkembangan bentuk I)

7. bentuk bebas

atau barbel silang biasanya di tujuan untuk shoppngmall kelas menengah keatas



bentuk double barbel/bebas

karena tidak adanya tuntutan sirkulasi yang akan pemerataan peluang penjualan tetapi lebih pada persaingan dan keterkenalan masyarakat terhadap masing-masing retail, karena masyarakat dapat bergerak bebas.

Kelebihan : area perbelanjaan luas

Kekurangan : pergerakan pengunjung bebas.

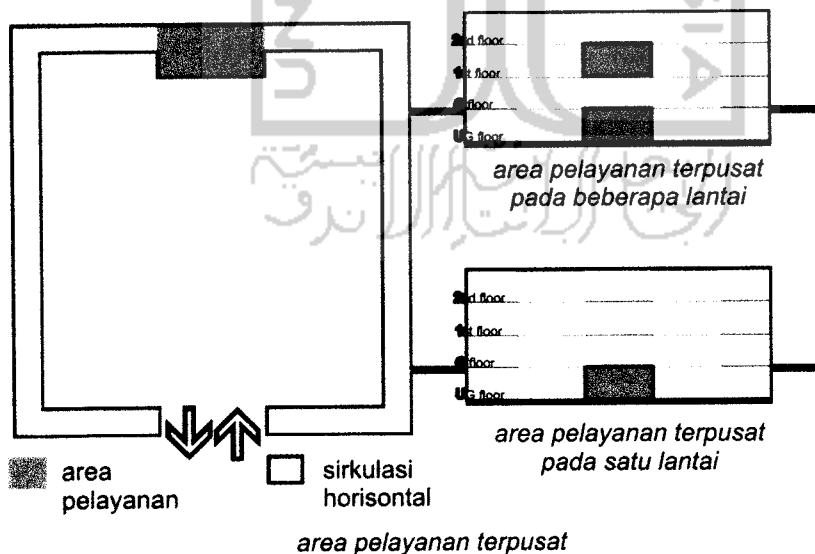
III.1.4. pelayanan

Kontribusi perletakan pelayanan dalam memeratakan alur pengunjung cukup berperan penting walaupun sedikit tetapi perletakan lavatory, mushalla, meja informasi, dan pos keamanan dapat menarik pengunjung yang berkepentingan. Contoh: di beberapa shoppingmall yang ada peletakan area pelayanan berada di lantai basement agar apabila pengunjung dari lantai atas yang ingin ke lavatory mau tidak mau harus melewati sederetan toko sebelum mencapai lavatory. Adapun macam perletakan area pelayanan ini terbagi sebagai berikut:

- terpusat
- menyebar

1. terpusat

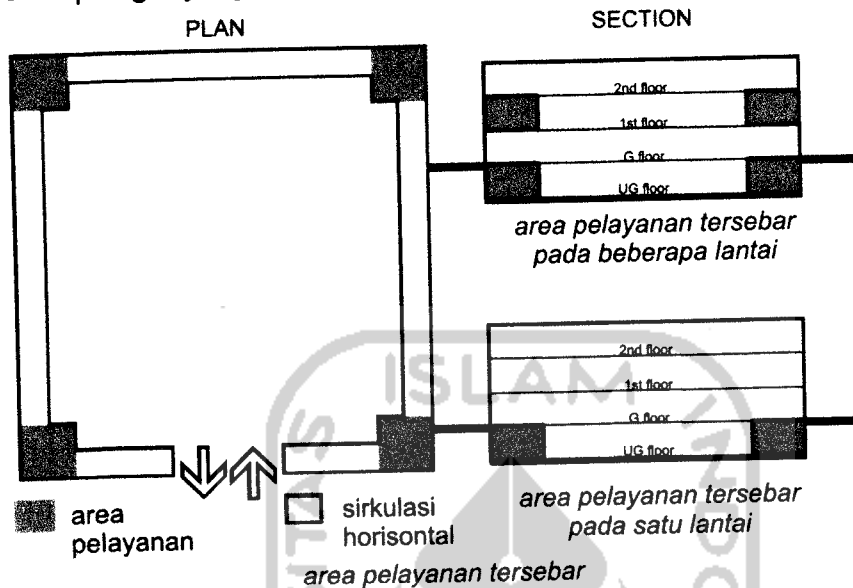
area terpusat dimaksudkan untuk dapat menarik pengunjung yang berkepentingan untuk menuju satu titik area pelayanan.



Sistem perletakan ini baik dalam mengarahkan pengunjung, pencapaian kearea ini cukup memakan waktu, karena jaraknya yang cukup jauh, tetapi dengan begitu dapat "memaksa" pengunjung untuk dapat melalui banyak ritel sebelum mencapai area ini.

2. tersebar

Penempatan area pada beberapa titik yang dapat dengan mudah dicapai oleh pengunjung



Kelebihan dari sistem ini adalah pencapaian pengunjung ke area ini sangat cepat, tetapi

Kekurangannya tidak dapat "memaksa" pengunjung untuk melewati lebih banyak ritel sebelum mencapai area ini

III.1.5. pengelompokan ritel

Dalam perencanaan sebuah shoppingmall perencanaan pengelompokan ritel atau pembauran ritel hendaknya dapat menentukan bagaimana berbagai usaha ritel harus ditempatkan dalam tata letak yang memudahkan pembeli serta dengan tujuan menciptakan atmosfer perdagangan yang kompetitif diantara para ritel. Ada dua jenis konsep pengelompokan penyewa dalam shopping mall yaitu

- konsep cluster (pembauran berdasarkan jenis usaha)
- konsep tersebar (pembauran secara acak)

tetapi pada mall bahan bangunan terdapat satu hal tambahan mengenai pengelompokan ritel karena tiap jenis bahan bangunan memiliki jenis, ukuran, berat, dan sifat sendiri. Maka perlu adanya pengelompokan berdasarkan variabel diatas agar ditemukannya suatu sistem sirkulasi barang yang baik

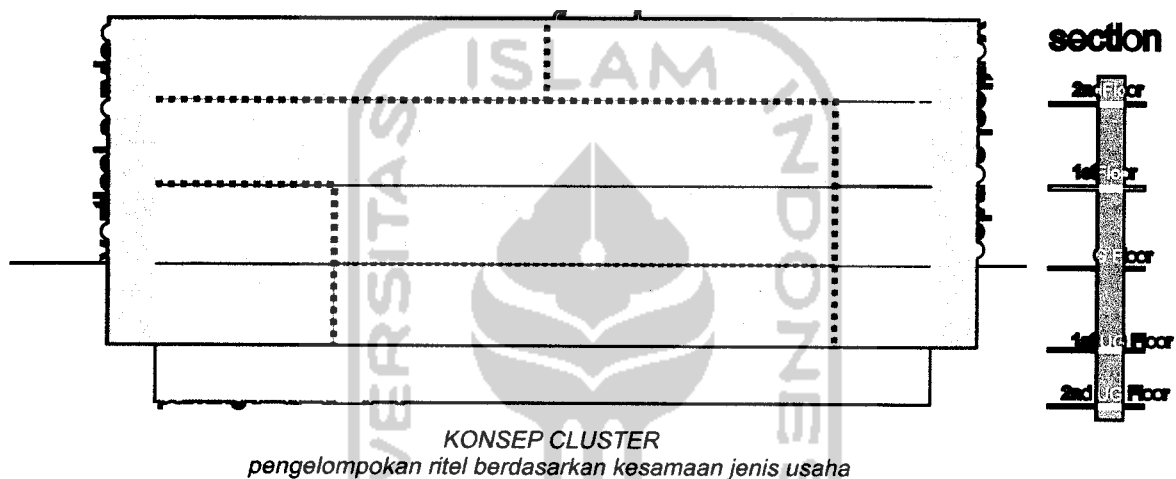
1. konsep Cluster

sistem cluster adalah konsep dengan cara pengelompokan jenis usaha. Kelebihan dari konsep ini adalah memudahkan pengunjung untuk berbelanja dengan cepat ketika sedang terbutu-buru. Konsep ini juga memberi peluang untuk belanja secara komparatif atas berbagai rentang dan harga produk. Sebuah sistem cluster yang baik dapat menjadikan sebuah pusat perbelanjaan sebagai tempat tujuan untuk suatu kategori produk sehingga mampu menarik lebih banyak pengunjung. Didalam sistem cluster pengelompokan jenis usaha berdasarkan pada

- *penempatan penyewa berdasarkan kesamaan jenis usaha*
penempatan ritel ini bisa secara vertikal atau horizontal. Untuk anchor (ritel utama) sebaiknya pengelompokan ritel secara vertikal
> *misalnya* gerai fastFOOD merupakan salah satu penarik pengunjung yang dominan dalam suatu pusat perbelanjaan jadi apabila di satu lantai terdapat gerai KFC maka di lantai tersebut tidak boleh ada gerai CFC atau Texas Chicken, gerai CFC dan Texas sebaiknya berada di lantai yang lain. hal ini bertujuan agar persaingan jenis usaha fastfood dapat dihindari sehingga diharapkan ritel fastFOOD memiliki peluang penjualan yang sama.
Tetapi untuk Ancillary retail (ritel sekunder) yang sejenis lainnya sebaiknya pengelompokan berdasarkan horisontal karena dengan pengelompokan di ritel sekunder dapat memperkuat daya tarik dan pengunjung dapat melakukan komparasi dengan baik. Sehingga para ritel bisa lebih kompetitif.
- *Penempatan penyewa berdasarkan layanan mekanik dan elektrik khusus*
Penempatan ini adalah merujuk pada pengelompokan pada ritel yang memerlukan layanan mekanik dan elektrik khusus yang sama.
> *Misalkan* sebaiknya food court sebaiknya di letakkan bersusun agar lebih mudah mengatur sistem saluran air, saluran udara, dan saluran pembuangan.
- *Penempatan penyewa berdasarkan kebutuhan operasional*

Diseleksi ritel-ritel yang memerlukan sistem operasional tinggi seperti barang-barang besar, frekuensi keluar masuk barang tinggi, Dengan pengelompokan ini akan memudahkan pengunjung dan pengelola dalam pengangkutan barang-barang besar

>misalkan penempatan ritel "hardware and hobbies" yang sistem penjualannya seperti supermarket sebaiknya berdekatan dekat dengan area parkir dan sistem vertikal transportasi barang agar memudahkan pembeli dalam mengangkut barang bawaan ke kedaraan mereka, dan memudahkan pengelola untuk pengadaan barang.

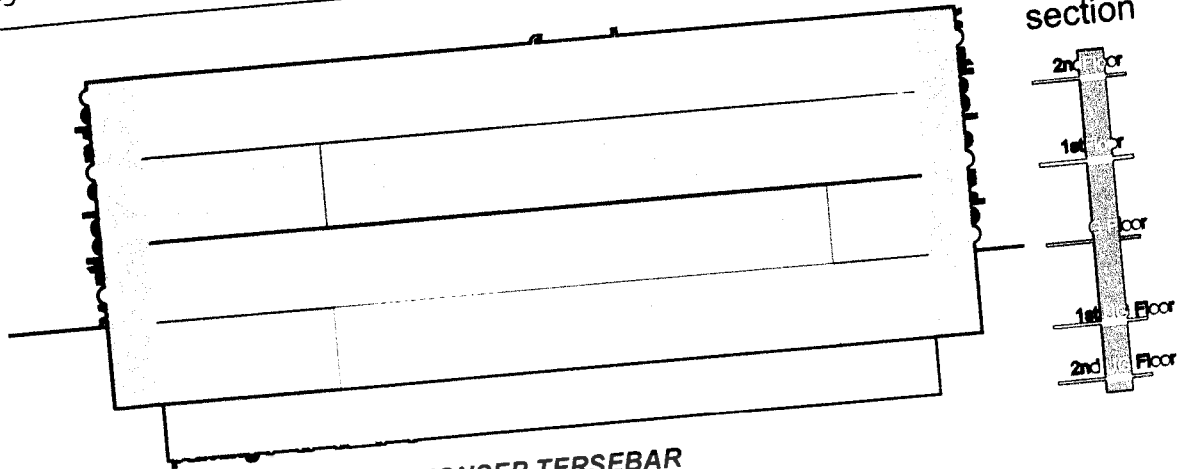


2. konsep tersebar

konsep ini menekankan pada pembauran jenis usaha yang tersebar ke seluruh area, sehingga pengunjung harus berkeliling keseluruhan pusat perbelanjaan untuk mengetahui seluruh toko pusat perbelanjaan tersebut .biasanya digunakan oleh shoppingmall yang besar, dengan asumsi bahwa belanja adalah kegiatan yang menyenangkan. Pendekatan belanja seperti ini mengharuskan pengunjung memiliki banyak waktu untuk berbelanja. tetapi dengan sistem ini tidak akan mempersulit pemerataan terhadap peluang penjualan setiap ritel. Karena tidak semua pengunjung memiliki banyak waktu luang dan sangat di mungkinkan tolok ukur penjualan ritel hanya pada keterkenalan ritel, dan bagi pengunjung yang terburu-buru kedekatan jarak ritel dengan mereka akan memiliki peluang penjualan yang tinggi.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



KONSEP TERSEBAR
Konsep Pengelompokan Ritel Bebas



PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

Jenis barang	Ukuran satuan (cm ²)			Berat satuan (kg)			Sifat bahan		
	Kecil 90<	Sedang 90 - 200	Besar < 200	Ringan 1 <	Sedang 1 - 10	Berat < 10	kotor	sedang	bersih
struktural									
aja	-	-	√	-	-	√	√	-	-
emen		√	-	-	√	√√	√	-	-
gregat		√	-	-	√√	√	√	-	-
ayu		-	√	√	√√	√	√	-	-
bath & kitchen									
bath	√	√√	√	-	√	-	-	√	-
kitchen	-	√	-	-	√	-	-	-	-
special construction									
conveying	-	-	√	-	-	√	√	-	-
MEE	-	-	√	-	√	√√	√	√	-
AC sistems	-	√√	√	-	√	-	√	-	-
fire protect.	-	√	√	-	√	√√	√	-	-
thermal moist.	-	-	√	-	√	-	-	-	-
1. door & window									
door	-	√	-	-	√	-	-	√	-
windows	√	√√	-	-	√	-	-	√	-
2. plumbing									
pipa	-	√	√√	√	-	-	√	√	-
tanki	-	√√	√	-	√√	√	√	√	-
water sistem	-	-	√	-	-	-	-	-	-
3. floor & wall									
floor	-	√	-	√	-	-	-	√	-
wall	-	√	√√	-	√	-	-	√	-
4. coloring									
paint	√	√√	-	√	√√	√	-	-	√
5. home accessories.									
gordyn	-	-	-	√	√√	-	-	-	√
pernak-pernik	√	-	-	√	-	-	-	-	√
cleanning set	√	-	-	√	-	-	-	-	√
electronic stuff	√	√√	√	√	√√	-	-	-	√
6. electrical & lighting									
lampu	√	√√	-	√√	√	-	-	-	√
perkabelan	√	√√	-	√	-	-	-	-	√
kelistrikan	√√	√	-	√	-	-	-	-	√

Diatas terlihat banyak sekali perbedaaan dan aneka ragam ukuran dan berat dan sifat. Tetapi terdapat benang merah yaitu pada sifat bahan dan berat yang akan dijual.

Dari sinilah dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu :

Kelompok 1 (★) : struktur, plumbing, special construction

Kelompok 2 (★★) : door & windows, bath & kitchen, floor & wall, paint

Kelompok 3 (★★★) : , home accesories, electrical & lighting.

Dengan penjelasan sistem penjualan sebagai berikut

Kelompok 1 (★) : berisi barang barang yang kotor dan cenderung berbau dan berdebu, tetapi adapun syarat dari sebuah mall adalah *"barang yang dijual adalah barang yang bersih dan tidak berbau(minimal pembungkusnya)."*

- Jadi untuk kelompok ini sistem penjualannya akan menggunakan sisitem pesan,atau hanya berupa kantor marketing jadi pengunjung yang akan membeli barang hanya dapat memesan barang tersebut kemudian ritel tersebut akan mengantarkan barang tersebut ke alamat pembeli.

Kelompok 2 (★★) :berisi barang dengan kebersihan sedang yaitu pembungkusnya tidak berbau,dengan berat satuan barang relatif sedang jadi kelompok ini memiliki fleksibilitas dalam -
- sistem penjualannya yaitu pengunjung dapat membawa langsung barang yang dibeli, dengan cara pengelola akan mengangkutnya ke area bongkarmuat kemudian dibawa baik dengan kendaraan pribadi atau jasa angkutan yang disediakan, atau memesannya untuk langsung diantar kealamat.

Kelompok 3 (★★★) : berisi barang barang bersih yang tidak berbau, dengan berat yang relatif ringan.maka akan sangat memungkinkan untuk pengunjung langsung membawa barang yang dibeli
Jadi kebanyakan barang yang dijual langsung tersedia di dalam mall.

- Sistem pengangkutan barang nya hampir sama dengan kelompok 2, yaitu barang yang dibeli dapat diantar ke area bongkar muat oleh pengelola kemudian pembeli tinggal mengangkut barang tersebut, baik dengan kendaraan pribadi maupun jasa antar

III.2. kesimpulan

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa pemilihan

1. tata ruang yang dapat meratakan peluang penjualan yang sama di setiap ritel yang baik adalah adalah
 - a. entrance sebaiknya berada ditengah dengan jenis ganda
 - b. letak sirkulasi vertikal yang baik adalah pada akhir jalur sirkulasi karena dengan peletakan yang di ujung sirkulasi dapat “memaksa” pengunjung untuk dapat melewati lebih banyak retail
 - c. pola sirkulasi menggunakan bentuk pola persegi empat karena tata letak yang mudah dipahami akan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung.
 - d. Anchor tenant Perletakan anchor yang baik adalah pada ujung jalur sirkulasi. Baik pada ujung sirkulasi vertikal maupun sirkulasi horizontal.
 - e. ancillary tenant perletakan ancillary tenant yang baik adalah pada sepanjang jalur pengunjung menuju anchor tenant
 - f. pelayanan pembagian zona pelayanan yang baik adalah yang terpusat karena dapat mengarahkan pengunjung mall
 - g. pengelompokan ritel pengelompokan ritel yang dapat pemeratakan peluang tiap ritel dalam bangunan shopping mall “spesifik” bahan bangunan adalah sistem cluster.

Dengan spesifikasi pengelompokan barang pada shoppingmall bahan bangunan yang ada, maka pembagian penempatan ritel adalah sebagai berikut.

Kelompok 1 (★) : kelompok ini adalah kelompok ritel yang sebagian besar barang yang dijual tidak tersedia di dalam mall, tetapi hanya berupa **marketing pemasaran dan contoh barang** nya saja karena itu penempatannya tidak terlalu harus dekat dengan parkir kendaraan/pintu keluar, tetapi tetap disediakan jalur khusus barang

Kelompok 2 (★★) : kelompok berisi barang dengan ukuran dan berat yang sedang, dan dengan kebersihan sedang, jadi hal ini memungkinkan untuk menyediakan barang dagangan di dalam ritel (ready stok), **melayani pembelian barang dalam jumlah terbatas**, karena kelompok ini termasuk menjual barang yang ready stok maka kelompok ini **memerlukan gudang, jalur sirkulasi barang khusus dan jalur sirkulasi yang dengan mudah dan dekat dengan pintu keluar.**

Kelompok 3 (★★★) : penempatan kelompok ini berada paling di tengah antara kelompok 2 dan 1, karena barang yang dijual relatif kecil dan untuk pembelian sedikit dapat langsung dibawa sendiri oleh pembeli. Barang yang dijual juga dapat langsung tersedia (ready stock). karena kelompok ini termasuk menjual barang yang ready stok maka kelompok ini **memerlukan gudang, jalur**

**sirkulasi barang khusus dan jalur
sirkulasi yang dengan mudah dan
dekat dengan pintu keluar.**



BAB IV

ANALISIS KARAKTER BAHAN BANGUNAN SEBAGAI PEMBENTUK TAMPAK BANGUNAN

Untuk menciptakan sebuah bangunan shopping mall bahan bangunan, penerapan karakteristik bahan bangunan sangat diperlukan agar terciptanya keselarasan dan kedinamisan antara fungsi dan penampilan bangunan, untuk memudahkan pemilihan maka dibuat penegelompokan bahan bangunan menjadi 5 yaitu:

- a. Stone (batu)
- b. Cement (semen)/Concrete (beton)
- c. Metal (logam)
- d. Wood (kayu)
- e. Glass (kaca)
- f. Plastics (plastik)

Adapun variabel analisis nya sebagai berikut :

1. analisis pemilihan karakter bahan bangunan berdasarkan pada dominasi bahan bangunan

1. *kemudahan didapat*

penentuan dominasi bahan berdasarkan pada kemudahan didapat nya bahan tersebut di masyarakat, karena dengan mudahnya didapat bahan tersebut akan meningkatkan ke_ terkenal bahan tersebut di masyarakat

2. *kebanyakan digunakan pada bangunan besar.*

karena bangunan shopping mall ini termasuk dalam jenis bangunan besar maka di rasa perlu memasukkan variabel analisis ini di dalam dasar pemilihan karakter bahan yang akan dipakai.

3. *keawetan bahan*

keawetan bahan dapat mencerminkan kekuatan dari bahan bangunan itu sendiri karenadengan bahan bangunan yang awet maka masyarakat akan tertarik untuk menggunakan jenis bahan bangunan ini.

2. analisis karakter bahan bangunan (terpilih) ke dalam tampak bangunan

- a. bukaan
- b. warna
- c. dinding
- d. entrance
- e. vocal point / point of interest

IV.1. analisis pemilihan karakter bahan bangunan berdasarkan pada dominasi bahan bangunan

Seperti yang kita ketahui ada banyak sekali jenis bahan bangunan, oleh karena itulah dirasa perlunya seleksi terhadap beberapa karakter bahan bangunan saja, jadi hanya dipilih karakter bahan yang kekuatan karakternya paling tinggi, untuk memusatkan permasalahan agar tidak terlalu luas. Adapun pendekatan yang digunakan adalah dengan cara memilih dan memilah bahan bangunan yang memiliki aspek dominasi yang besar dimasyarakat.

	batu	Semen/ beton	logam	kayu	kaca	plastik
Kemudahan didapat	8	10	7	10	9	5
Kebanyakan digunakan pada bangunan besar	4	10	8	7	7	2
Keawetan bahan	8	8	10	4	8	7
Jumlah	20	28	25	21	24	14

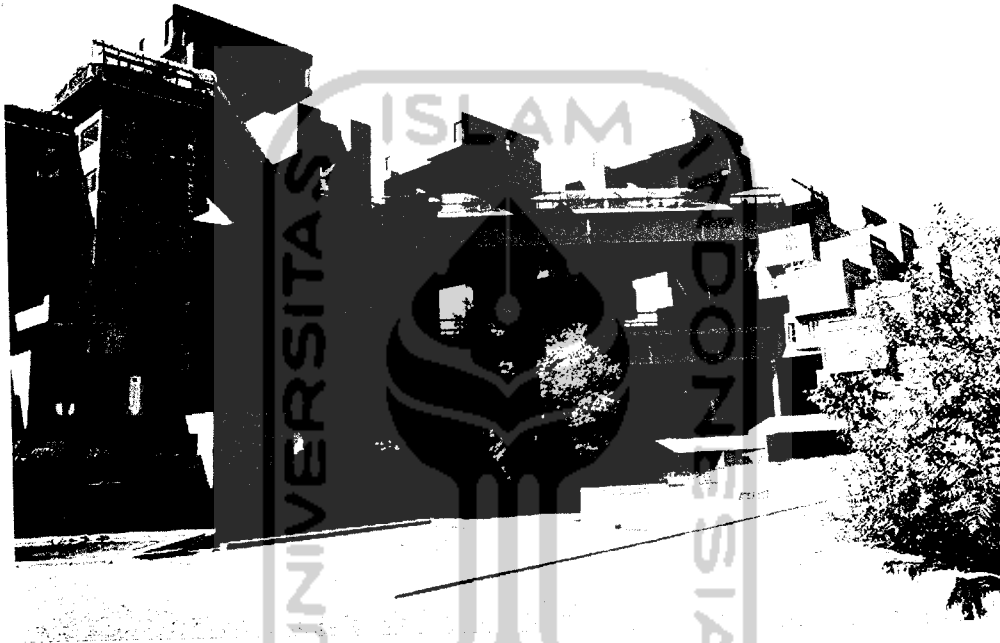
Tabel variabel dominasi

Dari jumlah di atas di dapat jenis bahan bangunan yang paling dominan yaitu semen/beton, jadi pembahasan karakter sudah mulai terfokus kepada satu jenis bahan bangunan ini.

1. semen/beton

Bahan bangunan yang sudah sangat dikenal masyarakat dan merupakan salah satu bahan dasar sebagai inti dari pembangunan. Sifat dari material in

sendiri sebenarnya adalah perubahan bentuk yang berawal dari berupa serbuk kemudian dibentuk dengan dicampur dengan air dan akan menjadi sebuah massa yang solid, Karena sifat dari bahan bangunan ini adalah bahan sebagai pembentuk pelengkap bangunan yang solid, mudah di bentuk dan dengan berat jenis yang relatif tinggi, permukaan yang kasar, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter dari bahan ini adalah sesuatu yang melambangkan ketegasan, dan kekuatan sebuah bangunan



Bangunan yang menggunakan beton sebagai pembentuk tampak

IV.2. analisis karakter bahan bangunan (terpilih) ke dalam tampak bangunan

Jadi karena beton adalah bahan bangunan yang mencerminkan kekuatan, dan ketegasan adapun variabel yang di gunakan untuk membentuk bangunan yang mencerminkan karakter tegas dan kuat adalah :

- penggunaan bentuk-bentuk dasar
- permukaan dinding kasar
- menampilkan massa-massa bangunan yang solid dengan sedikit bukaan
- penggunaan warna-warna natural dan tegas pada tampak bangunan

Adapun bagian-bagian dari tampak ini adalah :

a. bukaan

karena untuk menciptakan bangunan yang tegas maka bentuk bukaan berupa bentuk persegi yang tegas, dan dengan jarak yang teratur



bukaan dengan bentuk persegi empat dengan jarak yang teratur

b. warna

pemilihan warna adalah bagian yang vital dari sebuah bangunan karena warna dapat sesuatu dengan pemilihan warna yang tepat maka untuk mencerminkan bangunan yang tegas dipilih penggunaan warna natural /alami dari warna beton/semen tersebut



Pemilihan warna natural menciptakan ketegasan bentuk beton

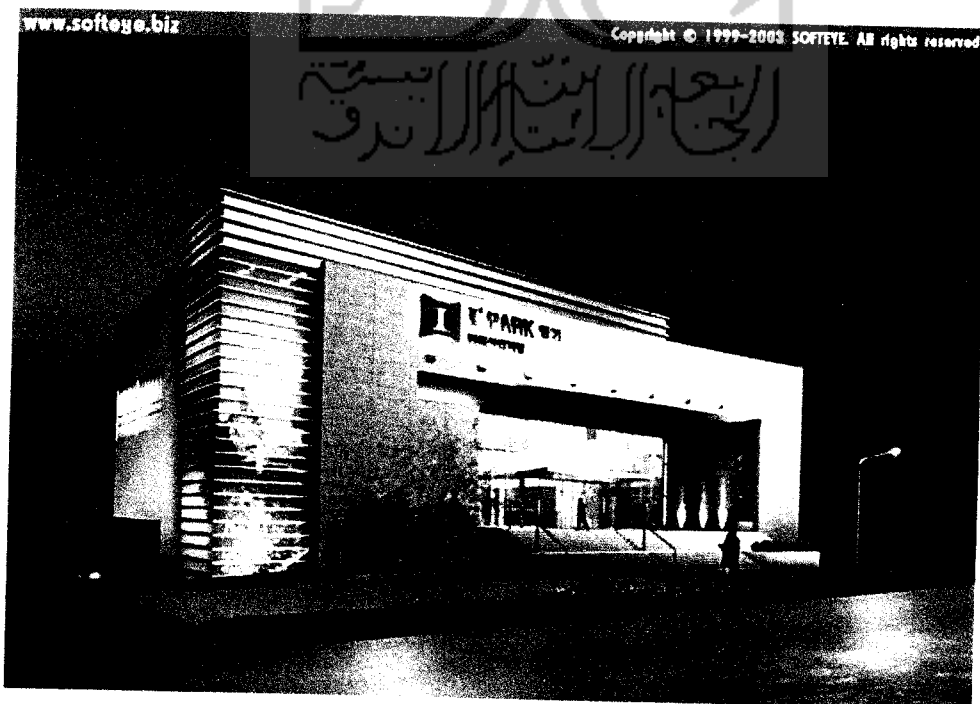
c. dinding

karakter dari permukaan beton adalah permukaannya kasar maka penerapannya di dinding bangunan adalah dinding dengan tekstur yang kasar



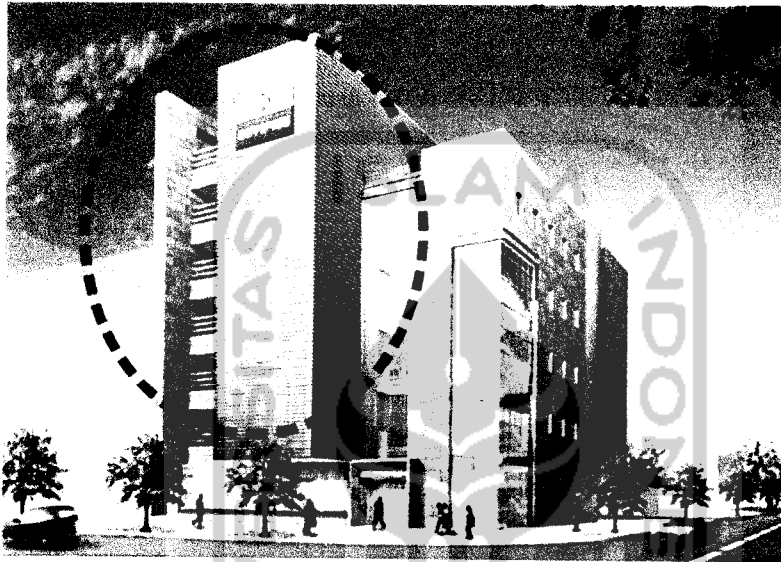
d. entrance

entrance/pintu masuk merupakan salah satu bagian yang banyak dilalui orang karena itu tidak terlepas apabila ingin memberikan sesuatu dengan karakter yang kuat.



e. vocal point / point of interest

vocal point adalah sebuah bagian yang menarik sebagai eye catching dari orang-orang yang lewat di depan bangunan, karena itu bagaimana menciptakan sebuah vocal point yang menarik dan mencerminkan ketegasan, kekokohan, dan keangunan karakter beton paling kuat



vocal view bangunan sebagai bagian yang paling menonjol

IV.3. Kesimpulan

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa karakter bahan bangunan yang paling dominan sebagai pembentuk tampak bangunan adalah bahan bangunan semen/beton karena sudah sangat dikenal masyarakat, dengan karakter tegas dan kuat

- a. bukaan menggunakan bentuk dasar simetris
- b. warna menggunakan permainan warna natural semen dipadukan dengan warna tegas lainnya
- c. dinding berteksture kasar
- d. entrance dengan bentuk yang kokoh dengan bentuk persegi
- e. vocal point permainan bentuk solid yang tinggi menjadi dasar eye catching bangunan

BAB V

PENDEKATAN KONSEP

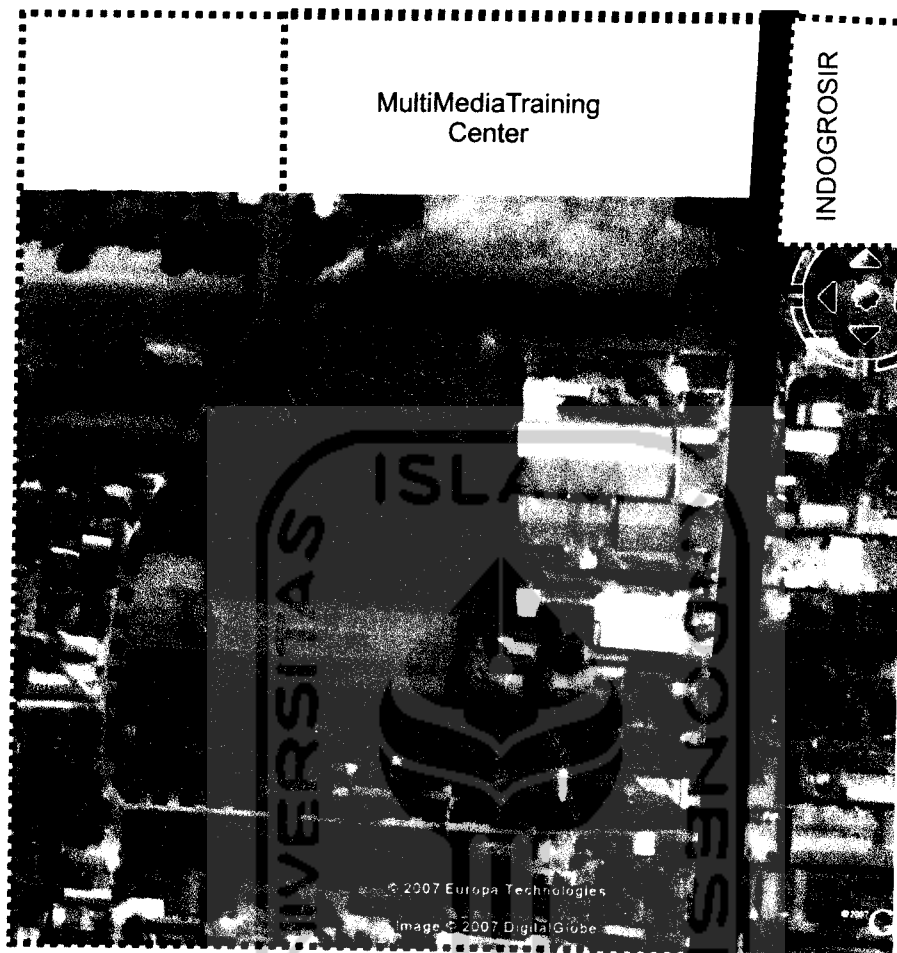
Bertujuan sebagai tahapan transformasi pendekatan konsep dasar perancangan dan perencanaan yang mencakup

1. pendekatan lokasi dan site
2. pemilihan penyewa utama
3. kebutuhan dan besaran ruang
4. sistem bangunan
5. area bongkar muat
6. struktur bangunan dan atap
7. perencanaan parkir

V.1. Pemilihan lokasi dan site

Atribut lokasi	Jalan magelang	Jalan P.mangkubumi	Jalan solo
a. Populasi yang disekitar lokasi	8	5	7
b. Tingkat pembangunan di sekitar lokasi	8	6	10
c. Persaingan dengan bangunan fungsi sejenis (<i>semakin kecil nilai, semakin tinggi persaingn</i>)	4	6	3
d. kebutuhan masyarakat terhadap bahan bangunan	9	4	8
e. Fasilitas pendukung di sekitar lokasi			
f. Aksesibilitas	7	9	8
g. Kepadatan lalu lintas (<i>semakin kecil nilai, semakin padat</i>)	10	5	8
h. Sarana dan prasarana	7	3	5
	7	10	8
Jumlah	60	48	49

Jadi berdasarkan data pemilihan lokasi diatas diemukan bahwa lokasi yang paling baik adalah di **jalan magelang**



■ ■ ■ ■ ■ luas lokasi : 18800 m2
— JL.Magelang KM.6

Lokasi site jalan magelang Km.6

Kelebihan yang dimiliki pada site ini adalah

1. terdapat terminal di sebelah utara site sebagai sarana transportasi baik dalam maupun luar kota
2. dekat dengan jalur lingkaran utara jogjakarta
3. pada daerah dengan populasi dan peningkatan pembangunan (khususnya perumahan) tinggi, yang membuat prospek pengunjung menjadi jelas
4. harga tanah relatif murah
5. jalur lalu lintas tidak terlalu padat
6. jalur utama jalan raya lebar 12meter

kekurangan nya adalah

1. terletak dipingiran kota
2. tanah sawah membutuhkan pengolahan terlebih dahulu
3. manggusur beberapa bangunan yang merupakan bangunan perumahan dan toko jual beli mobil bekas



- Barang-barang bangunan yang sering dibutuhkan masyarakat
- Minat masyarakat terhadap barang yang dijual tinggi

Berdasarkan kriteria diatas penyewa utama yang dipilih adalah

1. **INDEX furniture** karena furniture adalah barang yang terkait erat dengan bahan bangunan, tidak bisa dipungkiri sekarang ini di yogyakarta banyak dibangun toko-toko furniture build_in (contoh : Contempo) hal ini mencirikan bahwa ketertarikan masyarakat jogja terhadap furniture semakin tinggi
2. **ACE hardware** karena ibarat supermarket yang menjual barang-barang perlengkapan umum seperti, Pegangan pintu, Aksesoris pintu, Aksesoris jendela, Baut, paku, fischer, Kunci, Perkakas listrik & aksesoris, Peralatan berkebun, sampai perkakas pertukangan. Sehingga barang-barang ini sangat dibutuhkan masyarakat.
3. **foodcourt** (junior anchor tenant)
penyewa utama junior adalah ritel yang berfungsi sebagai penarik pengunjung dalam mall, pemilihan foodcourt dirasa sangat tepat karena setelah pengunjung berjalan mengelilingi toko-toko yang ada dapat dipastikan para pengunjung akan kehausan dan butuh tempat istirahat, karena itulah peran food court sangat dapat menarik pengunjung

V.3. kebutuhan dan besaran ruang

V.3.1 analisis kebutuhan luas mall

luas bangunan ini diasumsikan dengan perbandingan proporsional dari studi pusat perbelanjaan yang didasarkan oleh luasan tapak, BC dan rasio perbandingan kegiatan adalah sebagai berikut :

Lokasi	: Jl. Magelang selatan MMTC
Luas site keseluruhan	: 18800 m ²
Lapis lantai maksimum	: 6 Lantai ke atas
Rencana pemanfaatan lahan	: perdagangan dan jasa
Intensitas pemanfaatan ruang	: sedang
Sempadan Jalan	: Minimum 4 meter
BC untuk jenis perdagangan dan Jasa	: maks 80%
Luas dasar bangunan	: 60% x 18800 m ²

: 11.280 m²

V.3.2. Kebutuhan dan Besaran ruang mall

berdasarkan asumsi jumlah penyewa dan pengguna yang dikalikan dengan standart-standart ruang yang terdapat diliteratur seperti Time Saver Standards for Building Types dan Architect's data besaran kebutuhan ruang untuk mall adalah sebagai berikut :

a. area perbelanjaan

Ruang	Prosentase (%)	Standar (m)	jml	Luas (m ²)
Anchillary retail	60%			
A. Marketing (non_stock)				
1. struktur dan atap				
Baja		4.5 x 6	4	108
Semen / beton		4.5 x 6	4	108
Kayu		4.5 x 6	4	108
2. konstruksi khusus				
Transportasi vertikal		4.5 x 6	3	81
M.E.E		4.5 x 6	3	81
Sound protection		4.5 x 6	3	81
Fire protection		4.5 x 6	3	81
Thermal moisture		4.5 x 6	3	81
3. plumbing				
pipa		4.5 x 6	3	81
tanki		4.5 x 6	3	81
water sistems		4.5 x 6	3	81
jumlah			36	972
B. Retail + Gudang (ready_stock)				
a. Sedang				
1. home accesories				
Pernak pernik		6 x 9	8	432
alat elektronik		6 x 9	6	324

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

kain		6 x 9	6	324
2. electrical & lighting				
Lampu		6 x 9	8	432
Kelistrikan		6 x 9	8	432
jumlah			36	1944
gudang		4,5 x 3	36	486
b. besar				
1. bath & kitchen				
bath		9 x 9	5	405
kitchen		9 x 9	4	324
2.wall & floor				
Wall		9 x 9	3	243
Floor		9 x 9	4	324
3. coloring				
Cat		9 x 9	4	324
wallpaper		9 x 9	3	243
4. door & window				
Door		9 x 9	3	243
Window		9 x 9	3	243
jumlah			29	2349
gudang		6 x 7.5	29	1305
sub total anchillary retail				7056
Anchor Tennant				
	40%			
1. Index Furniture		1046	1	1046
2. ACEhardware		2061	2	4122
Total Anchor tennant		-	-	5168

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

b. Area rekreasi

Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m ²)	jml	Luas (m ²)
Cafe	60	2	1	120
Food courts	200	2	2	800
Fastfood	40	2	2	160
Jumlah				1080
Sirkulasi 30%				324
Service 25%				270
Sub Total				1674

c. Area Atrium Dan Plasa

Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m ²)	jml	Luas (m ²)
Atrium	3900	0.65	1	2533
Main Plaza	500	0.65	1	325
Small plaza	100	0.65	2	130
Jumlah				2988
Sirkulasi 30%				896,4
Service 25%				747
Sub total				4631.4

e. Area Service dan Pengelola

Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m ²)	jml	Luas (m ²)
A. Pengelola				
- General manager	1	27/org	1	27
- Ruang tunggu	2	2,5/org	1	5

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

- Ruang staff	6	2/org	1	12
- Resepsionis	2	3/org	1	36
total				80
B. Perawatan				
- M.E.E Room	-	1/100m2	1	-
C. Pelayanan				
- Mushalla	5	0.9	2	9
- wudlu		25%	2	6,75
- Lavatory	5	2/org	2	20
- Pos keamanan & Informasi	3	2/org	3	18
- Telepon Box	1	1	9	9
total				422.75
jumlah				502.75
Sirkulasi 30%				150.8
Sub total				653.6

Jadi bisa disimpulkan bahwa total kebutuhan bangunan adalah :

Luas area	Jumlah (m2)
Luas area retail	12224 m2
Luas area rekreasi	1674 m2
Luas atrium dan plaza	4631.4 m2
Luas area service + pengelola	653.6
Jumlah	19183 m2
Sirkulasi pedestrian 50%	9591 m2
Sub total	28774.5 m2

jumlah lantai

: Sub Total bangunan / BCR

: 28774.5 / 11.280

: 2.6 lantai ~ 3 lantai

Tipe

: Community shoppingmall

Asumsi ruang parkir basement

Dengan asumsi untuk community shopping mall populasi yang dilayani adalah 40.000 orang, dengan rata-rata 10% menggunakan kendaraan pribadi maka : $10\% \times 40.000 = 4000$ orang
 Asumnsi pengguna mobil : 1 mobil = 5 orang
 Asumsi pengguna motor : 1 motor = 2 orang, maka
 Dibuhkan area parkir seluas :

Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m2)	Jml kendaraan	Luas (m2)
D. Parkir dan Bongkar Muat				
Parkir (Asumsi)				
- mobil	2000	12.5 m2	320	4000 m2
- motor	1340	1,5 m2	670	1005 m2
Bongkar Muat				
- Truk		24 m2	60	1440 m2
Jumlah	3340		990	6445 m2
Sirkulasi 50%				3222.5 m2
Sub total				9667.5 m2

V.4. sistem bangunan

V.4.1 pencahayaan dan sistem elektrikal

di dalam shopping mall menggunakan dua buah sumber yaitu cahaya alami dan cahaya buatan, untuk cahaya alami melalui pemrlubangan pada atap bangunan (skylight), biasanya skylight diletakkan di atrium karena atrium adalah area luas yang menerus dari bawah sampai atas jadi cahaya bisa langsung masuk kedalam bangunan tanpa halangan

Cahaya buatan menggunakan lampu, untuk cahaya buatan terdapat dua buah aliran pendapat yaitu

1. area koridor atau area sirkulasi tidak perlu terlalu terang, tetapi area muka retail yang merupakan area pajang harus lebih terang agar menarik perhatian pengunjung

2. seluruh area mall harus terang benderang agar menciptakan area yang ceria dan dinamis,
diantara kedua pendapat tersebut, pendapat kedua paling banyak di pakai di super mall jepang dan hongkong.
tetapi untuk mall bahan bangunan ini akan dipakai pendapat pertama karena, :

- efisiensi listrik
- intensitas cahaya alami di indonesia tinggi
- tipe bangunan shopping mall ini adalah tipe community (immediate)

sistem kelistrikan yang dipakai adalah listrik PLN dan generator karena apabila listrik padam maka sumber tenaga dialihkan melalui generator sehingga kegiatan mall dapat kembali berjalan

V.4.2. penghawaan

Untuk penghawaan agar kualitas kenyamanan di seluruh bagian dalam mall dapat tercapai maka dapat digunakan penghawaan alami dan buatan Adapun persyaratan penghawaan yang baik sebuah mall adalah:

- stabilitas suhu harus terjaga

untuk mencapai persyaratan diatas maka yang dipakai adalah penghawaan buatan karena penghawaan alami kurang dapat menjaga stabilitas suhu.

V.4.3. Sistem keamanan dan pencegah kebakaran

Dalam shopping mall sistem keamanan dibutuhkan agar dapat meningkatkan stabilitas keamanan mall ketentuan dari sistem keamanan ini adalah

- diharuskan dapat memantau para pengunjung ruang
 - dekat dengan area pembelian agar penindakan dapat cepat dilakukan dari persyaratan diatas maka digunakan
1. ruang keamanan yang berisi layar CCTV yang kameranya diletakkan di titik-titik rawan pusat perbelanjaan, dan petugas dapat memantau melalui ruang keamanan ini
 2. disediakan pos-pos penjaga di area pusat perbelanjaan. Agar bila terjadi dapat langsung ditindak

untuk sistem pencegah kebakaran karena keramaian di bangunan ini cukup tinggi dan merata maka sistem pencegah kebakaran menggunakan smoke detector, heat detector, dan springkler,

V.4.4. area bongkar muat

Yang harus diperhatikan untuk area bongkar muat di sebuah mall adalah

- tidak terlihat oleh pengunjung
- penempatan harus dekat dengan gudang penyimpanan
- bersih dan tidak berbau

karena itu area bongkar muat di letakkan di area outdoor basement dengan sirkulasi khusus agar tidak terlihat oleh pengunjung dan dapat sedekat mungkin dengan gudang penyimpanan.

V.4.5. struktur bangunan dan atap

Sistem struktur dalam sebuah mall diharuskan dapat

- kuat dalam menopang bentang lebar
- harus dapat fleksibel terhadap penataan ruang dalam mall
- murah dan mudah dalam pengerjaan dan perawatan
- tahan terhadap kebakaran, gempa, dan bencana alam lainnya

karena ketentuan diatas maka sistem struktur yang dipakai adalah sistem struktur rangka dengan bahan beton bertulang ketentuan sistem dan penutup atap mall adalah

- ringan
- mampu menahan bentang lebar
- mudah dalam pemasangan dan perawatan
- dapat memasukkan cahaya
- tahan terhadap bencana alam

sistem rangka atap yang dipakai adalah baja karena mampu menahan bentang lebar dan mudah dalam pemasangan dengan penutup atap datar beton ringan, dan polycarbonat untuk atrium karena dapat memasukkan cahaya.

V.4.6 areal parkir

rata2 10% dari pengunjung menggunakan kendaraan pribadi. Karena keterbatasan lahan yang ada maka biasanya tempat parkir ditempatkan pada area bawah tanah atau di lantai atas.

Penempatan area parkir basement di dalam shopping mall harus

- sirkulasi mudah dan jelas
- pencahayaan pada jalur masuk dan keluar kendaraan harus memadai
- memiliki petugas yang berfungsi sebagai pengatur jalur parkir dan pencegah kejahatan
- lereng penghubung antar lantai (ramp) tidak boleh terlalu curam, ukuran luas parkir harus memenuhi standard
- adanya area parkir yang berdekatan dengan supermarket atau swalayan agar pengunjung dapat mudah menjangkau kendaraan.

Jadi apabila dilihat dari ketentuan diatas maka perletakan area parkir adalah sebagian berada di luar bangunan dan sebagian ada di dalam bangunan.

Dari aktivitas yang ada di dalam shoppingmall maka pendekatan pola parkir yang digunakan adalah, :

konsep parkiran ini menerapkan dua buah jalur akses yaitu jalur masuk:

1. syarat jalur masuk ini adalah pengunjung sedapat mungkin harus melewati seluruh areal parkir, agar pengunjung mendapatkan tempat parkir

2 jalur keluar : terdapat dua buah aktivitas pengunjung yaitu

- a. pengunjung yang selesai berbelanja dan akan langsung pulang
- b. pengunjung yang belum mendapatkan tempat parkir

sehingga terus mengelilingi area parkir untuk mencari tempat parkir

BAB VI KONSEP

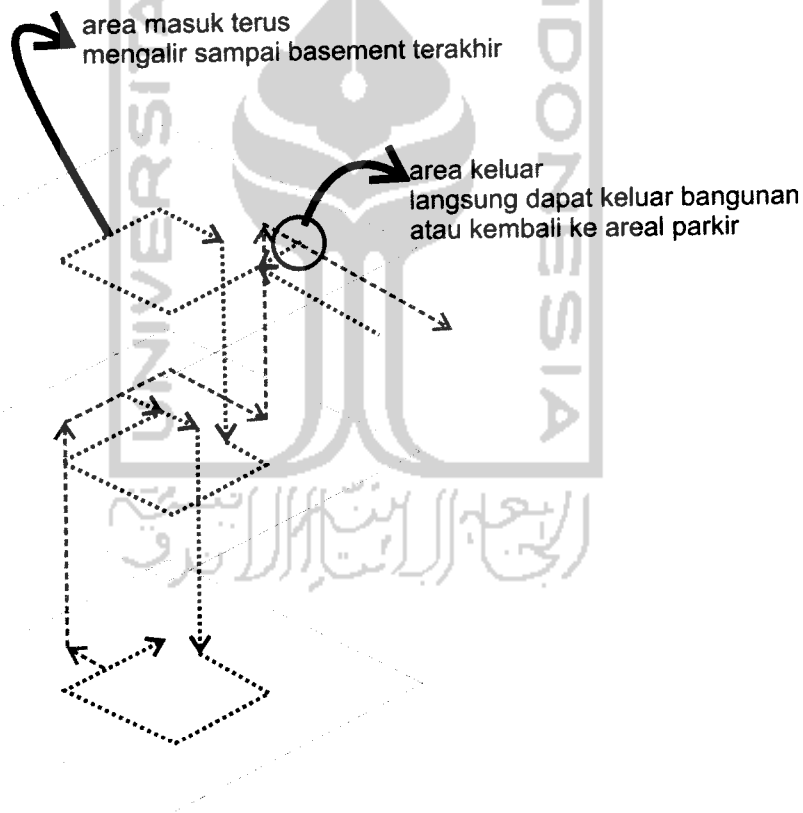
VI.1.konsep sirkulasi parkir

konsep dari areal parkir yang baik untuk bangunan mall adalah

1.jalur masuk harus dapat mengakses seluruh areal parkir dengan nyaman

2.akses jalur keluar harus dapat dengan cepat mencapai luar bangunan, selain itu

juga harus terdapat akses bagi pengunjung untuk dapat kembali memasuki areal parkir

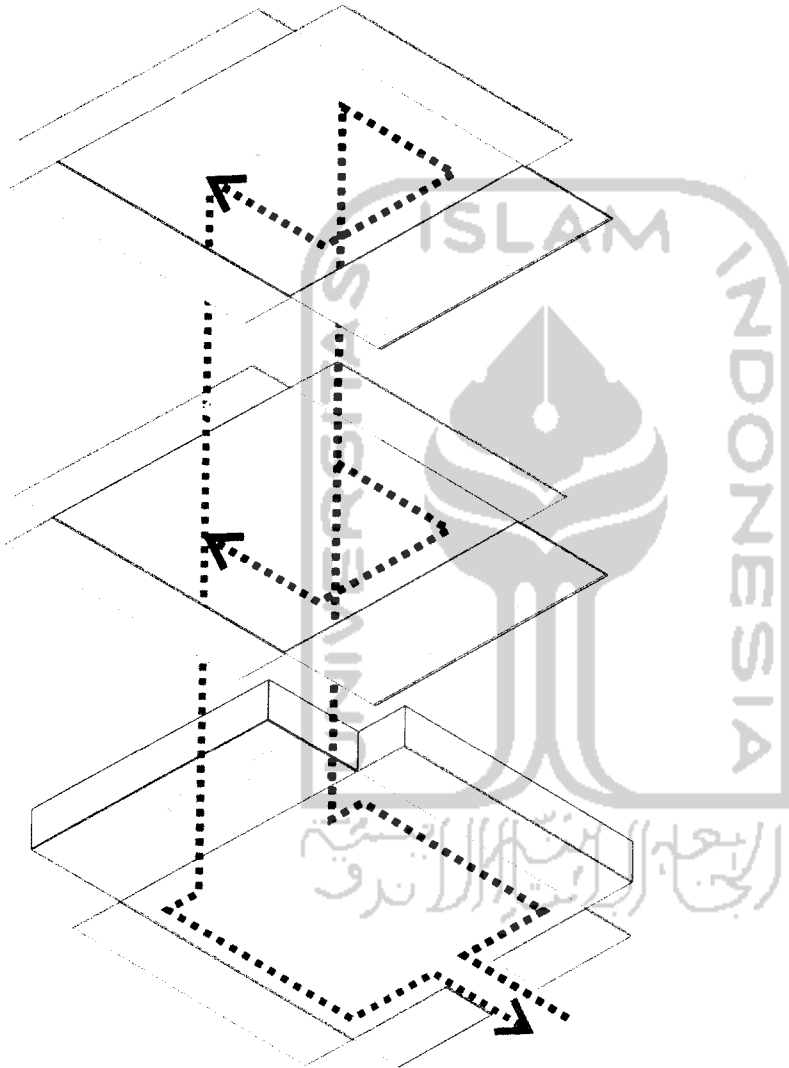


PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VI.2. konsep sirkulasi pengunjung

Konsep sirkulasi pengunjung diarahkan untuk mengelilingi sebagian besar area shoppingmall. Karena itu pola sirkulasi yang dipilih adalah pola sirkulasi persegi,

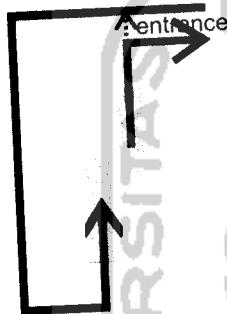
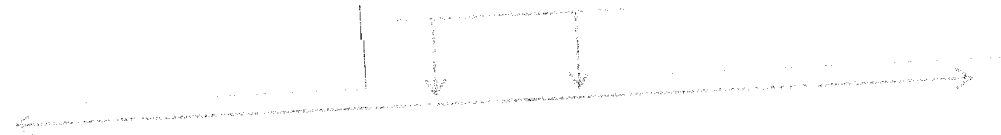


PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VI.3. Sirkulasi barang bongkar - muat

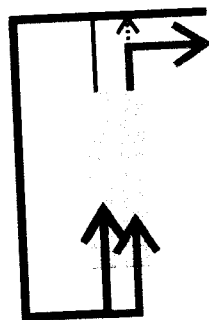
VI.3.1. Basement 3



KONSEP sirkulasi pengunjung dan service basement 3

service pengunjung masuk pengunjung keluar

VI.3.2. Basement 2



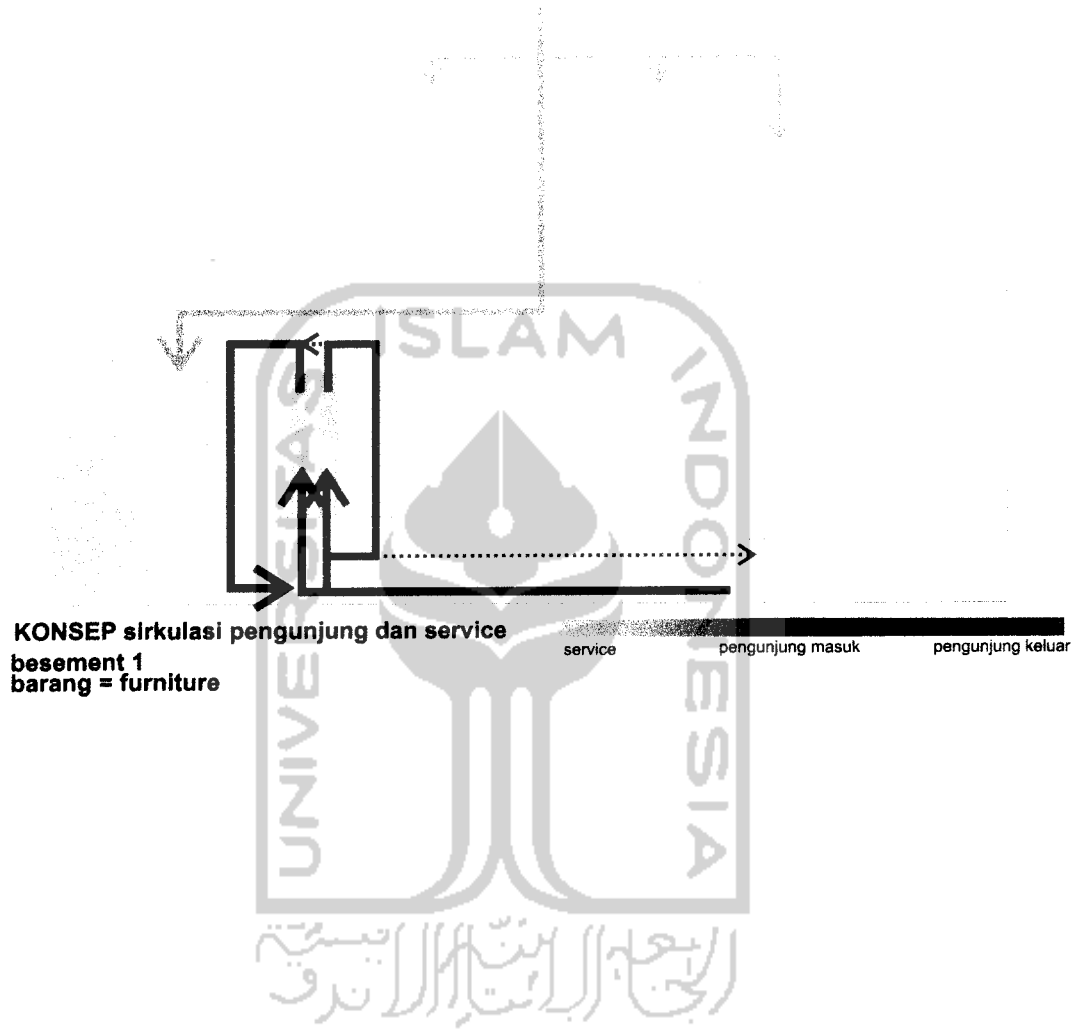
KONSEP sirkulasi pengunjung dan service basement 2

service pengunjung masuk pengunjung keluar

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

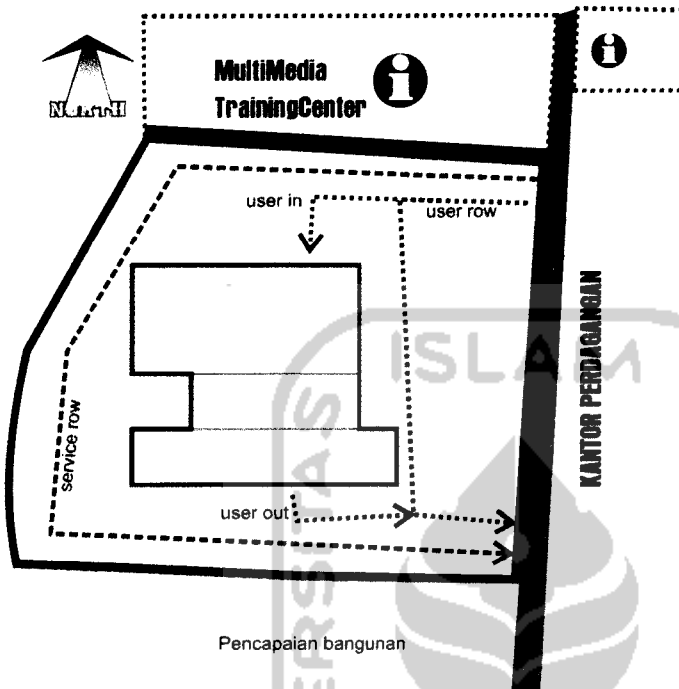
VI.3.3 Basement 1



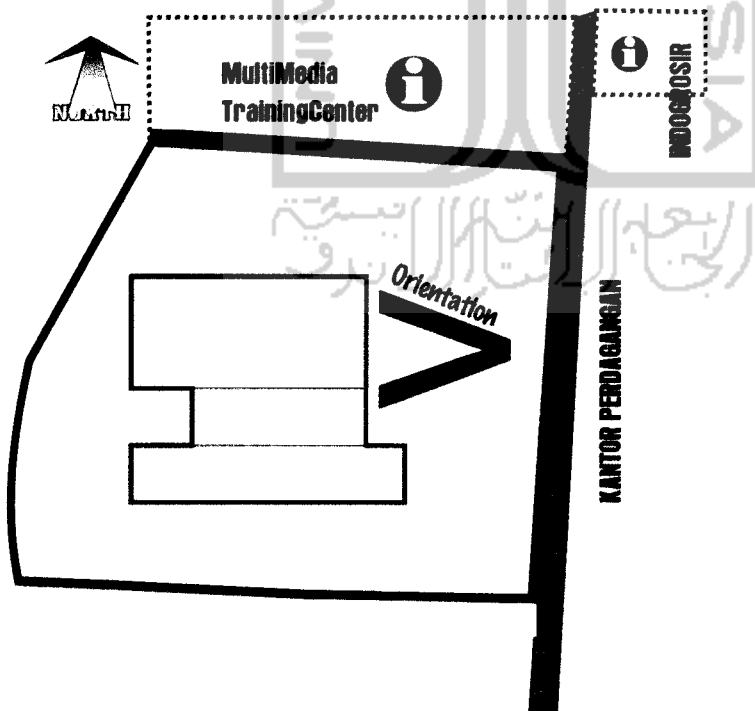
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VI.4. Pencapaian Bangunan



VI.5. Orientasi Massa



PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VI.6.Zonning Ruang



VI.7. konsep struktur

struktur bangunan yang dipakai adalah sisiem rangka beton bertulang

struktur bangunan yang dipakai adalah rangka baja

VI.8. Konsep pecahayaan dan penghawaan

1. pencahayaan

- Skylight di areal artium
- Lampu di area koridor dan ritel

2. penghawaan

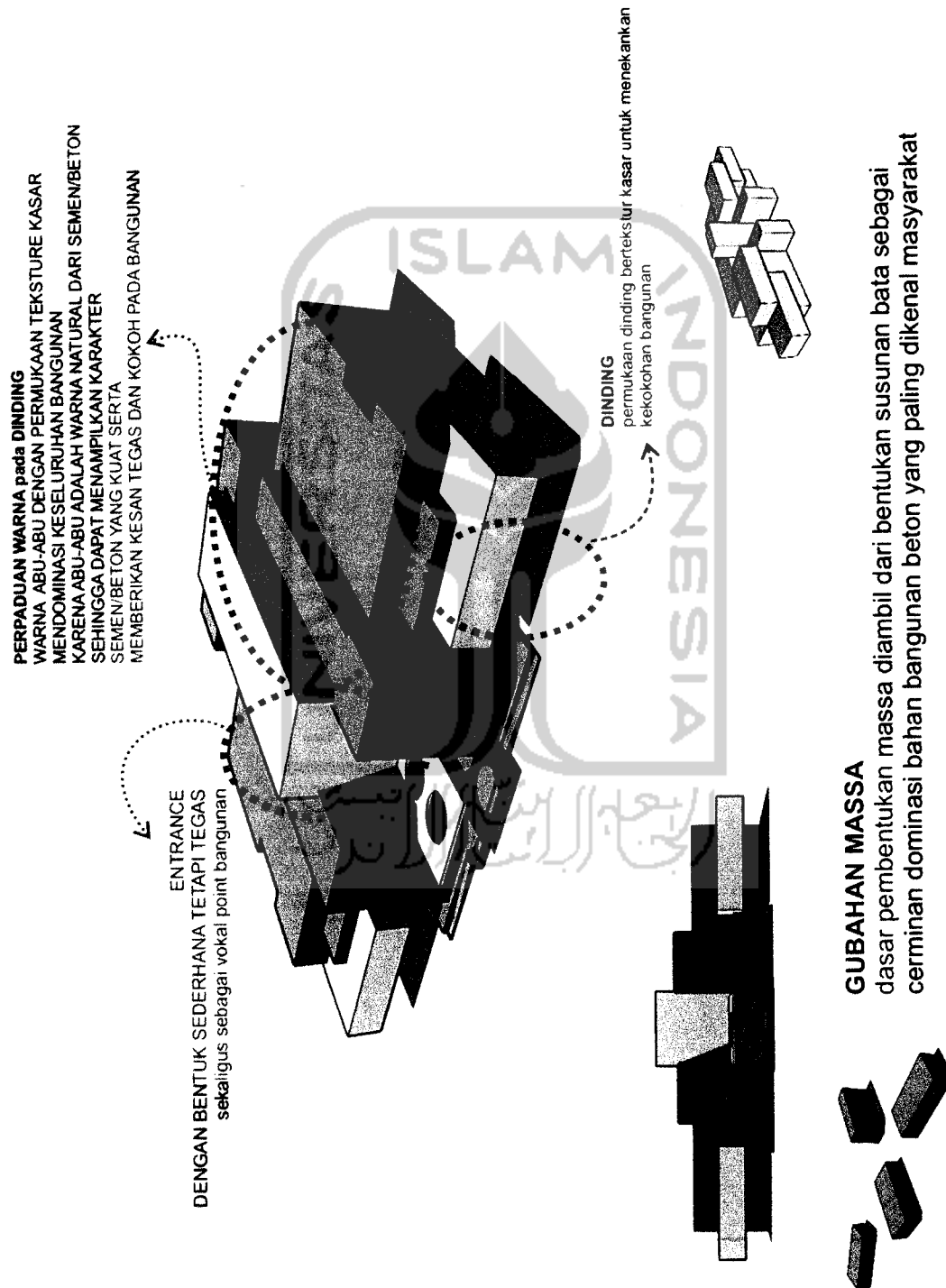
- Air_Conditioning terpusat

VI.9. sistem bangunan

1. elektrikal menggunakan sumber PLN dan genset sebagai sumber cadangan
2. sistem air bersih down feet, air kotor menggunakan bak treatment sebelum di buang
3. keamanan menggunakan pos dan kamera CCTV yang disebar di area mall
4. pencegah kebakaran menggunakan Smoke, heat detector, dan springkler

VI.10. konsep gubahan massa dan tampak bangunan

VI.10.1. karakteristik beton



PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VI.10.2. citra bangunan komersial

Diri bangunan komersial adalah:

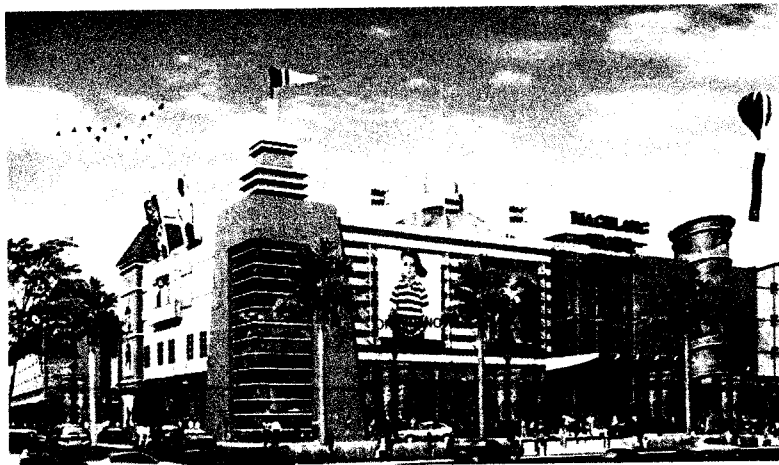
1. atraktif
2. informatif

atraktif ditunjukkan dengan:

- permainan warna – warna cerah
- umbul-umbul
- permainan dinding transparan

informatif ditunjukkan dengan :

- papan reklame pada bangunan



BAB VII
SKEMATIK DESAIN



SKEMA site

■ lokasi SITE

site terpilih terletak di jalan magelang KM.5 yang merupakan jalan utama menuju pusat kota yogyakarta dari arah utara

■ luas SITE

luas lahan 18800 m2, dengan orientasi utama menghadap kearah barat, yaitu ke muka jalan mangelang

■ analisis SITE

dibeberapa bagian site terdapat beberapa bangunan yaitu bangunan perumahan, dan bangunan showroom jual beli mobil, jadi keberadaan bangunan ini nantinya akan mengusur bangunan tersebut, karena diharapkan bangunan ini akan lebih **berpotensi** daripada bangunan yang telah ada

adapun ketentuan - ketentuan yang berlaku dilahan ini adalah, :

pemanfaatan lahan : wilayah perdagangan dan jasa primer.

Building Couverage Ratio : maks 80%

lapis lantai maksimal : 6 lantai

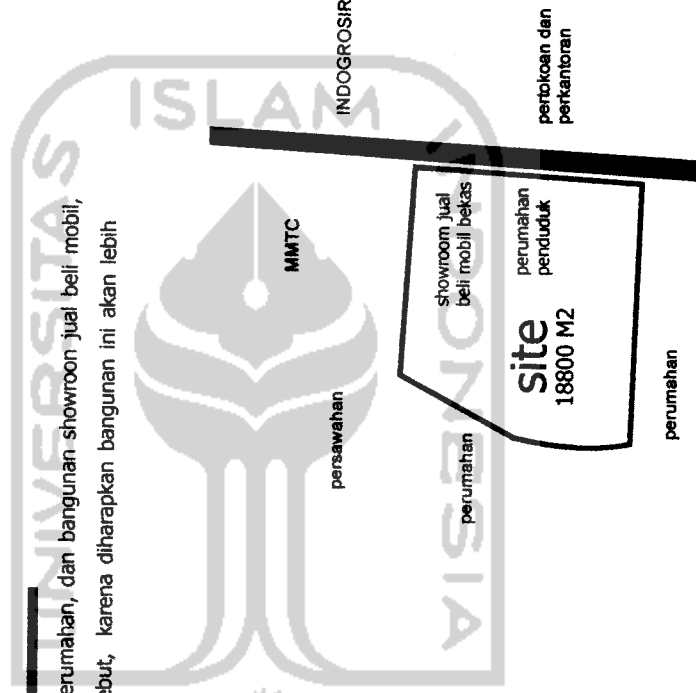
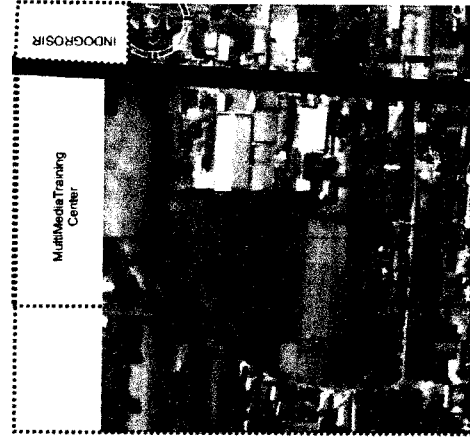
Sempadan jalan : 3 meter

batas **site**

utara : gedung MMTc

selatan : perumahan penduduk

timur : jalan magelang



schematics design

pusat penjualan bahan bangunan

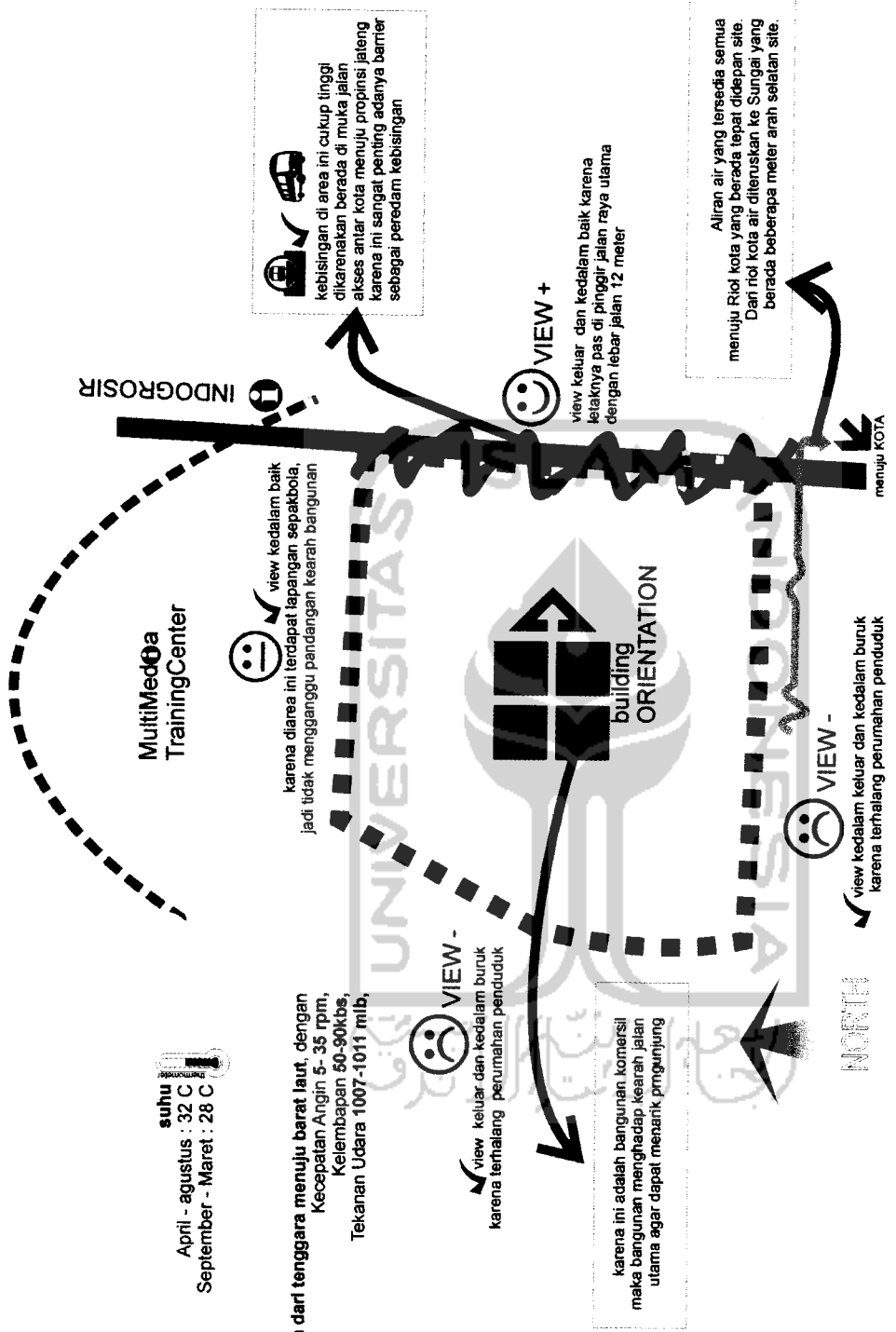
Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

HAL.90

SKEMA site analysis site

suhu
 April - agustus : 32 C
 September - Maret : 28 C

angin dari tenggara menuju barat laut, dengan Kecepatan Angin 5- 35 rpm, Kelembapan 50-90kbs, Tekanan Udara 1007-1011 mib,



karena ini adalah bangunan komersil maka bangunan menghadap kearah jalan utama agar dapat menarik pengunjung

POTENSI SITE

Kelebihan yang dimiliki pada site ini adalah

- 1.terdapat terminal di sebelah utara site sebagai sarana transportasi baik dalam maupun luar kota
- 2.dekat dengan jalur lingkaran utara jogjakarta
- 3.pada daerah dengan populasi dan peningkatan pembangunan (khususnya perumahan) tinggi, yang membuat prospek pengunjug menjadi jelas
- 4.harga tanah relatif murah
- 5.jalur lalu litas tidak terlalu padat
- 6.jalur utama jalan raya lebar 12meter

schematics design

pusat penjualan bahan bangunan

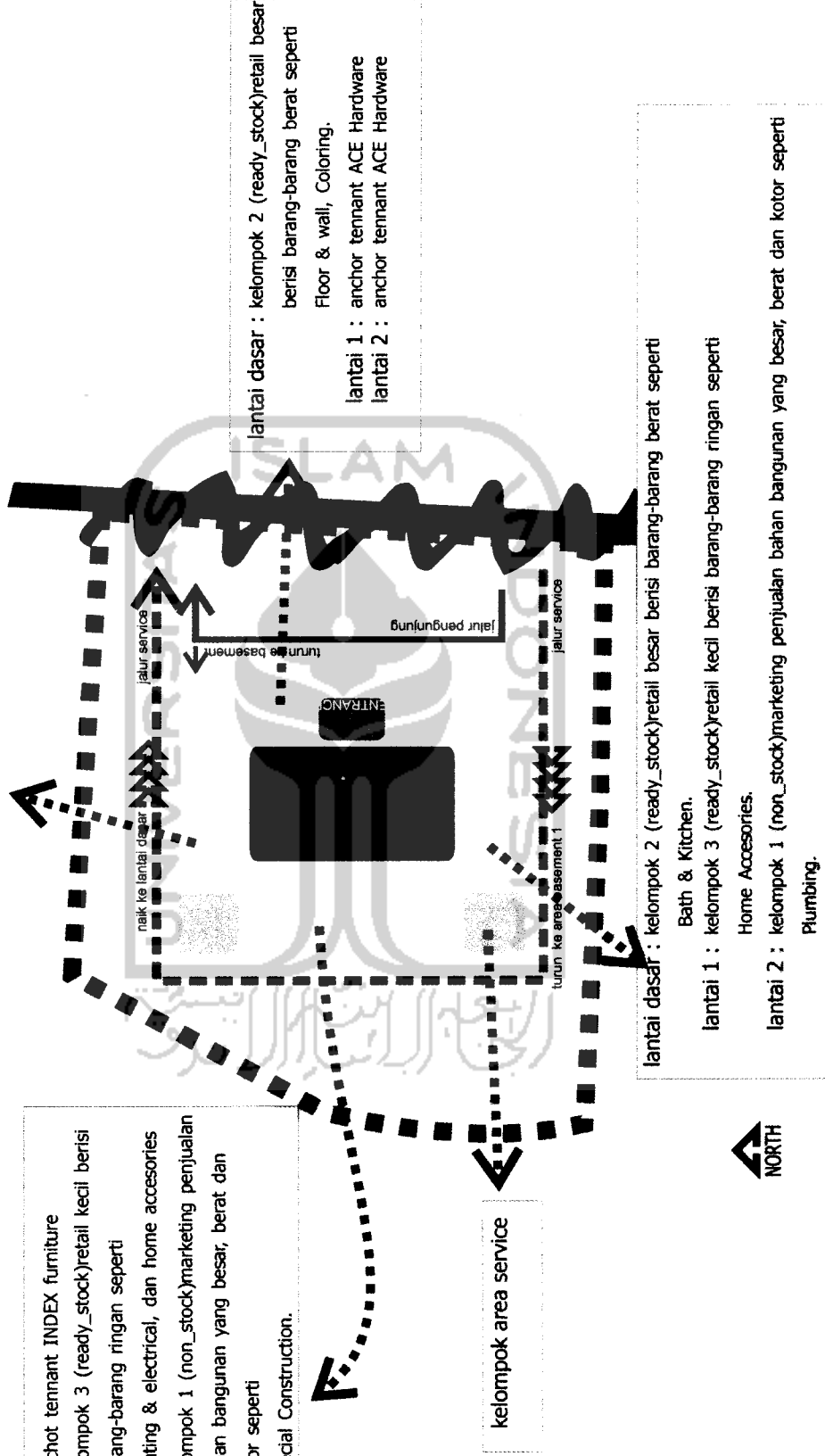
Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA ruang

zonning ruang

lantai dasar : anchor tenant INDEX furniture
lantai 1 : kelompok 3 (ready_stock)retail kecil berisi barang-barang ringan seperti lighting & electrical, dan home accessories
lantai 2 : kelompok 1 (non_stock)marketing penjualan bahan bangunan yang besar, berat dan kotor seperti Special Construction.

lantai dasar : kelompok 2 (ready_stock)retail besar berisi barang-barang berat seperti door & window.
lantai 1 : kelompok 3 (ready_stock)retail kecil berisi barang-barang ringan seperti lighting & electrical,
lantai 2 : kelompok 1 (non_stock)marketing penjualan bahan bangunan yang besar, berat dan kotor seperti Structure & Roofing,



pusat penjualan bahan bangunan

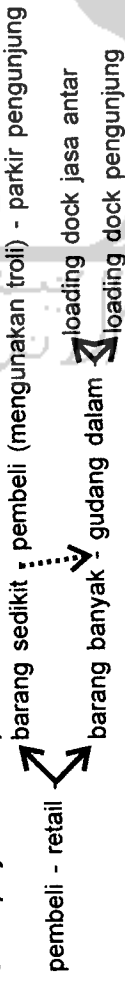
Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA ruang

zonning retail

kelompok 3, kebanyakan adalah kelompok barang yang ringan, ukuran kecil, dan bersih, jadi perletakkannya berada di lantai dua, barang yang dijual kebanyakan tersedia di dalam bangunan

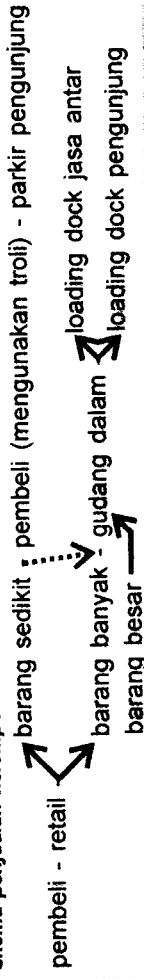
skema penjualan kelompok 3



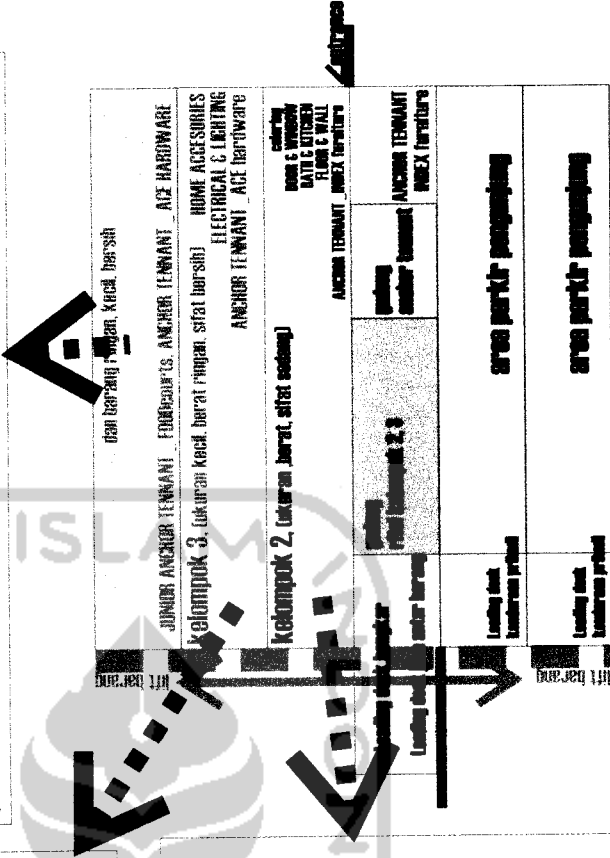
kelompok 2, adalah kelompok barang yang berat sedang, ukuran medium, dan bersih, karena berisi barang yang relatif sedang-besar, maka perletakan di lantai 1 dengan pertimbangan

- efektifitas penggunaan lift barang,
- memudahkan dalam memasukkan dan mengeluarkan barang

skema penjualan kelompok 3



kelompok 1, adalah kelompok barang yang berat, besar, dan kotor (berbau, dan berdebu), sedangkan syarat dari sebuah shopping mall adalah barang yang dijual adalah barang yang tidak berbau, sebagai solusi maka untuk kelompok 1, tempat penjualan hanya berupa marketing penjualan saja, (berserta contoh barang, jadi barang yang dijual tidak



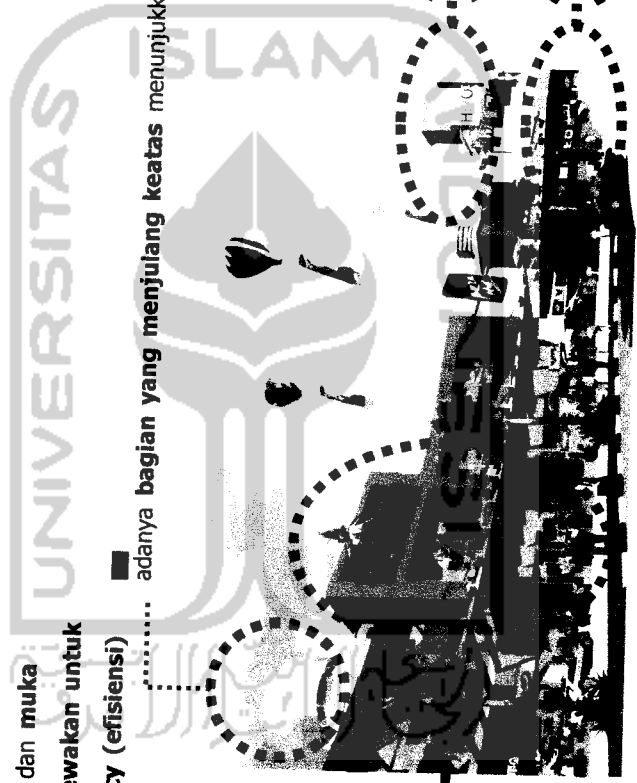
pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA penampilan bangunan

shopping mall adalah bangunan komersil yang didalamnya berisi barang - barang yang dijual kepada masyarakat, konsep dari shopping mall sendiri adalah pusat perbelanjaan yang di padukan dengan unsur rekreatif, maka bangunan mall hendaknya harus dapat menarik pengunjung untuk berdatangan. oleh sebab

- penggunaan **material yang dapat memasukkan cahaya pada atrium** untuk penghematan listrik dan muka bangunan yang sebagian besar disewakan untuk papan iklan merupakan unsur **Efficiency (efisiensi)** bangunan shopping mall



- bagian depan bangunan yang luas dan teruika menunjukkan **Clarity (kejelasan)**

- penggunaan **material kaca dan metal** yang menunjukkan **Investivense (kebaruan)** bangunan

- adanya bagian yang menjulang keatas menunjukkan **kemenonjolan (boldness)**

- adanya **penambahan aksesoris** pada bangunan meningkatkan unsur **Complexity (kompleksitas)** bangunan

- **Intimacy(keakraban)** adanya permainan skala manusia dengan

adanya pergola yang dapat menghindari skala monumental bangunan.

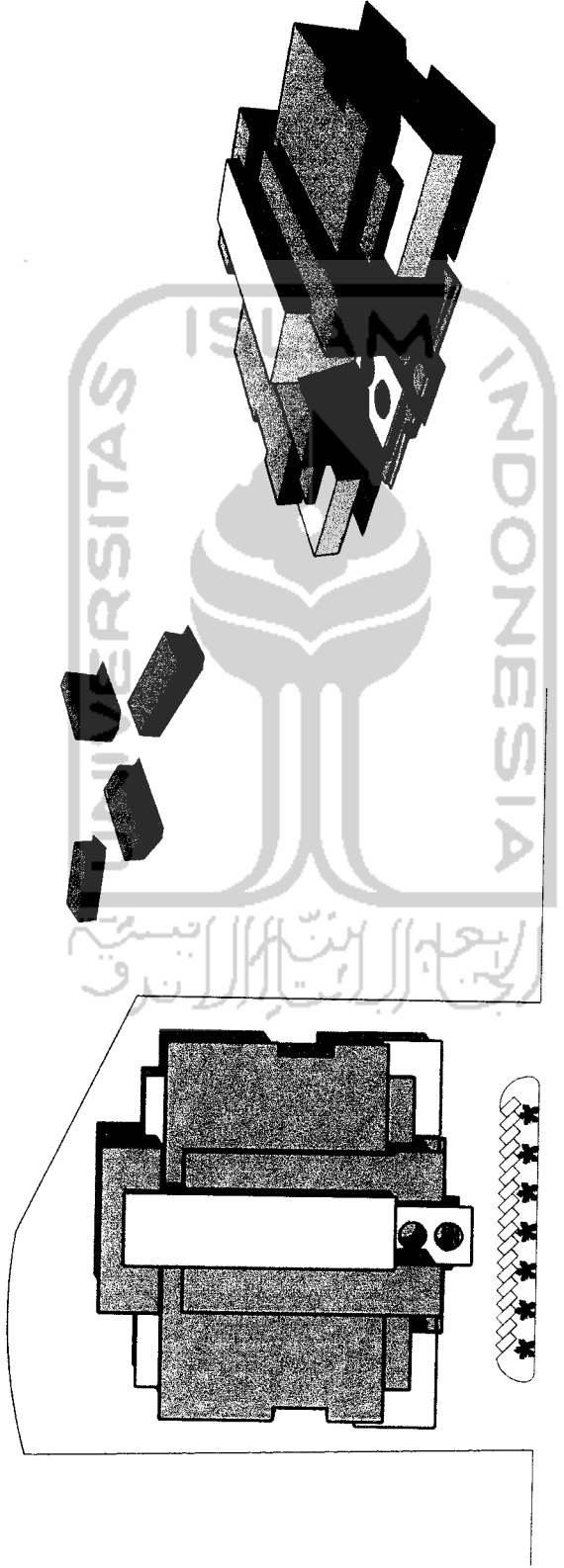
schematics design

pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA transformasi konsep gubahan massa

- terdiri dari massa tunggal berbentuk persegi empat karena merepresentasikan pola tata ruang didalamnya pembentuk massa terdiri dari susunan bentuk persegi, yang merupakan transformasi dari bentuk bata, yang merupakan bentuk beton/semen yang paling dikenal masyarakat



- gubahan massa yang terdiri bentuk persegi juga sebagai elemen pembentuk tampak yang mencerminkan karakter beton yang tegas dan kokoh

schematics design

pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

HAL.95

SKEMA transformasi konsep tampak bangunan

konsep tampak bangunan diwujudkan dengan perpaduan

karakter beton / semen adalah tegas dan kokoh
adapun transformasi dari tegas dan kokoh adalah

1. menggunakan bentuk - bentuk persegi sebagai pembentuk tampak

vocal poin berbentuk persegi empat dengan ketinggian berbeda melambangkan kekokohan

adanya pergola di main entrance dengan ketinggian skala manusia, dan menjorok ke dalam

CITRA VISUAL BANGUNAN

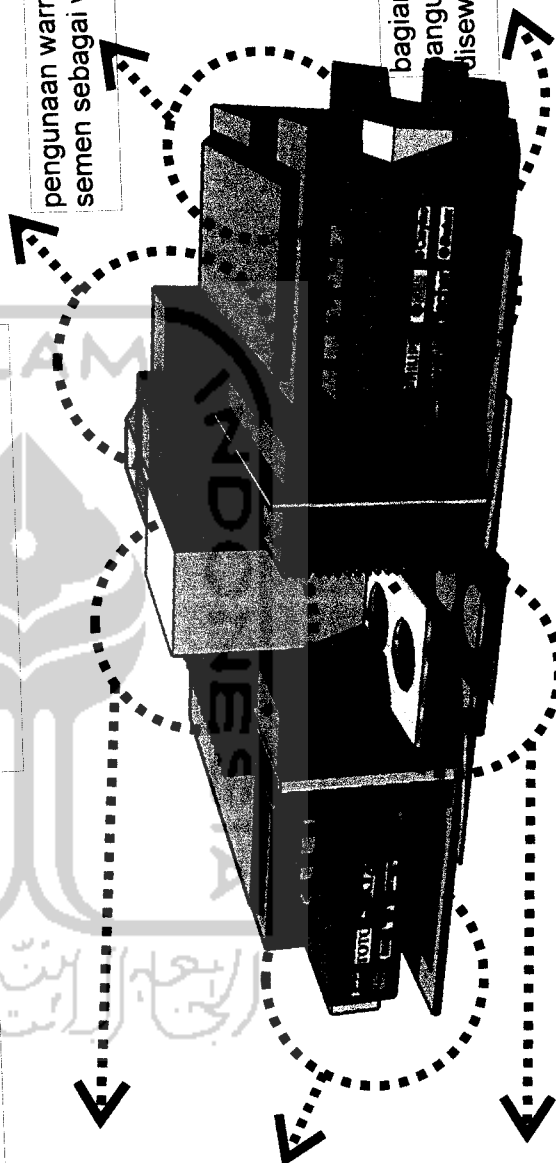
KOMERSIAL

1. Clarity (kejelasan)
2. Boldness (kemenonjolan)
3. Intimacy (Akrab)

kisi - kisi di atap dan di samping main entrance bangunan

pengunaan warna natural semen sebagai warna utama

bagian muka bangunan yang diisewakan untuk



pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

HAL.96

schematics design

SKEMA ruang

pola sirkulasi dan tata ruang

"yang dapat meratakan peluang pemasaran tiap retail"

pola sirkulasi yang dipakai adalah pola linier menerus, dengan bentuk persegi, karena dengan pola ini pemerataan peluang penjualan di setiap retail lebih besar, adapun penataan tata ruang yang dapat menciptakan arus pergerakan didalam bangunan shopping mall adalah :

ANCHOR TENNANT

anchor tenant adalah ritel utama yang dapat menarik banyak pengunjung, karena itu perletakan anchor tenant berada paling jauh dari pintu masuk, atau pada ujung sirkulasi horizontal agar pengunjung dapat melalui banyak retail sebelum mencapai anchor tenant

ANCHILLARY TENNANT

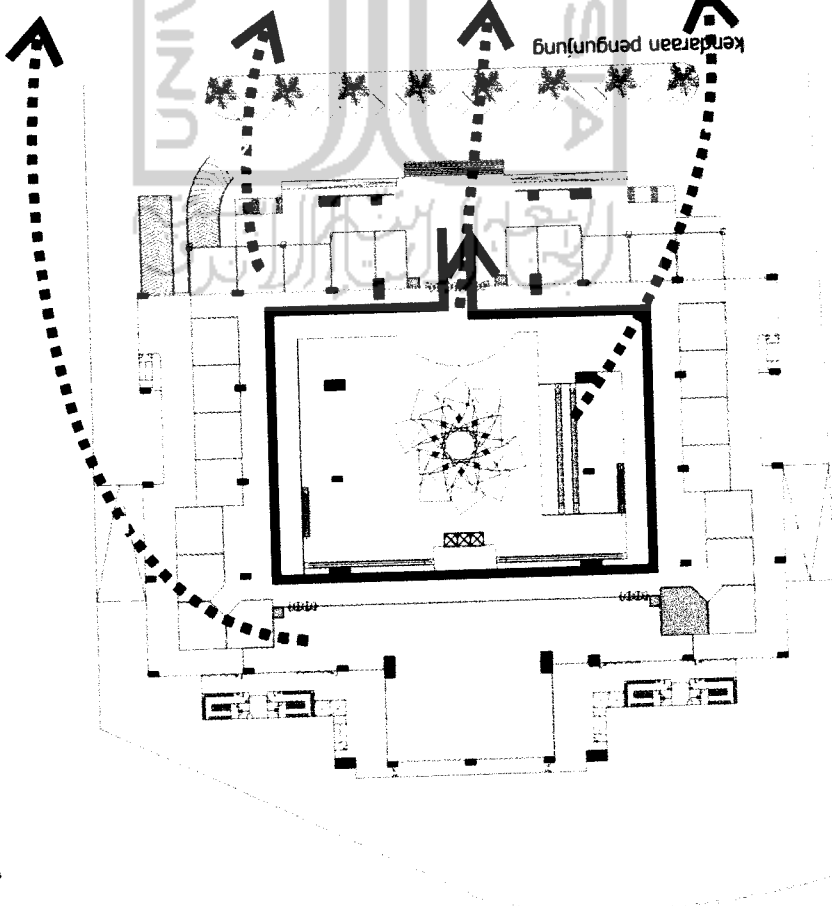
anchillary tenant adalah ritel - ritel kecil sebagai parasit di sekitar anchor tenant hubungannya dengan anchor tenant saling melengkapi dan saling menguntungkan karena itu perletakan anchillary tenant berada disepanjang jalan menuju anchor tenant, agar peluang pemasaran dapat merata di setiap retail.

PINTU MASUK UTAMA

adalah jalur masuk utama pengunjung dilantai dasar jadi perletakan pintu masuk berada pada jalur terjauh dari anchor tenant, jadi perletakannya berada di tengah depan bangunan

SIRKULASI VERTIKAL

sirkulasi vertikal adalah alat transportasi antar lantai seperti escalator, trevelator, dan lift perletakan alat transportasi ini juga sangat penting dalam memeratakan arus pengunjung karena untuk lantai atas alat transportasi ibarat pintu masuk utama pengunjung, jadi perletakan alat transportasi vertikal yang baik adalah di pertemuan sirkulasi horizontal.



pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA ruang

pola sirkulasi dan tata ruang

"yang dapat meratakan peluang pemasaran tiap retail"

AREA PELAYANAN LIFT BARANG

alat transportasi vertikal barang utama yang mengikat setiap lantai

AREA PELAYANAN, yang dapat meratakan penjualan adalah KM / WC

salah satu area yang pada saat tertentu dapat memaksa pengunjung untuk memasukinya, karena itulah adanya strategi bahwa sebelum pengunjung sampai ke area ini, pengunjung dipaksa untuk melewati beberapa retail. karena itulah penempatan area ini hanya berada pada lantai dasar agar sebelum mencapai area ini pengunjung dari lantai atas dan bawah dapat melewati beberapa retail.

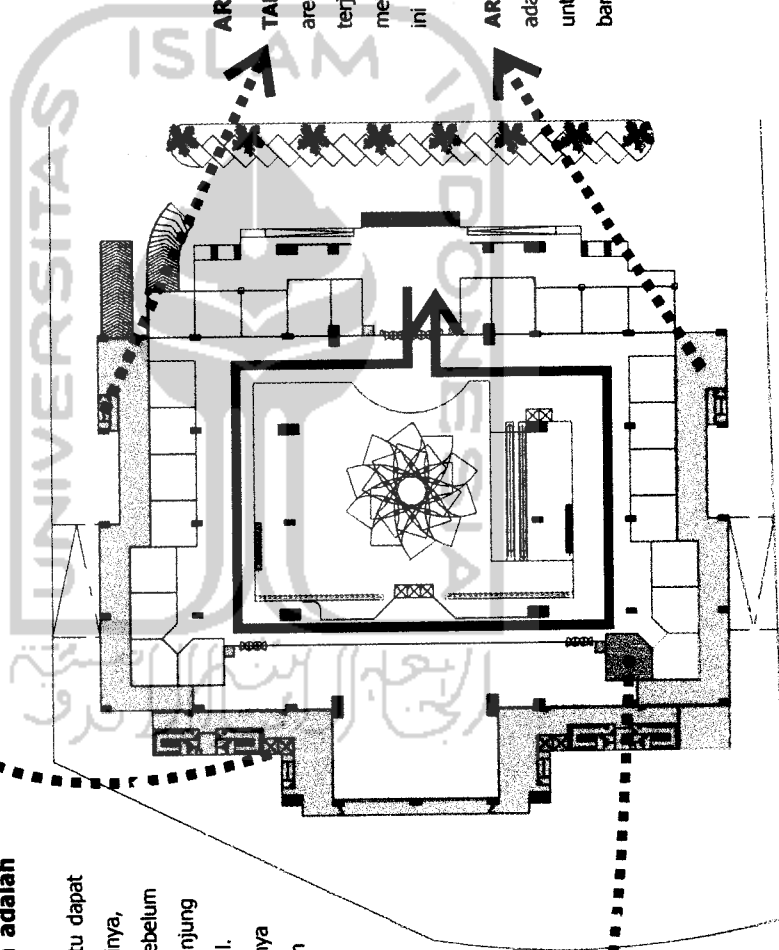
AREA PELAYANAN

TANGGA DARURAT

area yang dipergunakan pada saat darurat, misalnya terjadi kebakaran maka pengunjung dapat keluar melalui area ini, maka perletakkan tangga darurat ini langsung menuju area terbuka / luar

AREA KELUAR MASUK BARANG

adalah area khusus sirkulasi barang baik itu untuk barang masuk ataupun barang keluar



pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

HAL.98

schematics design

SKEMA denah pengelompokan ruang lantai dasar

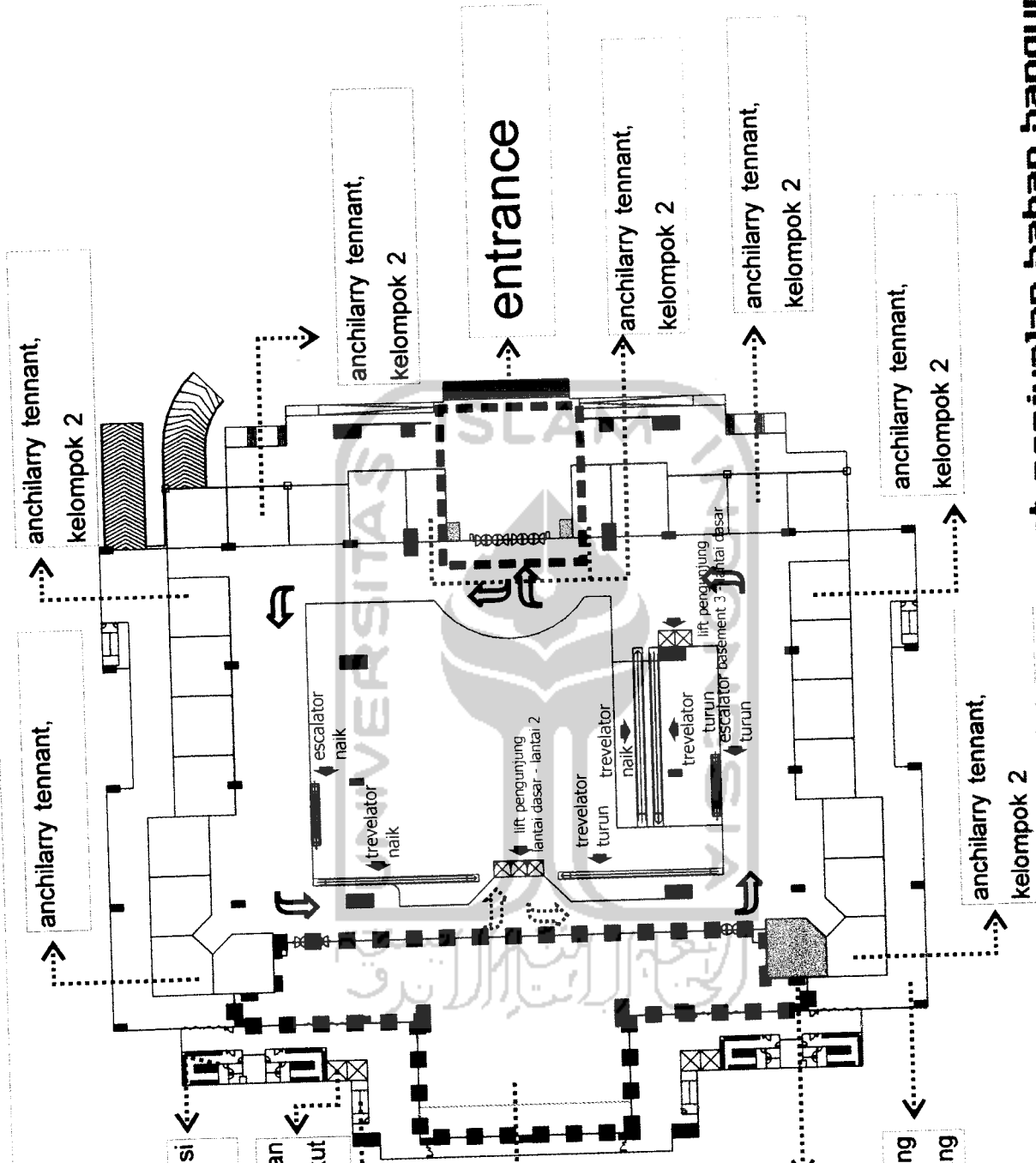
area service yang berisi

lift barang, digunakan baik untuk mengangkut

tangga darurat yang berada di belakang

Anchor tenant area, yaitu diisi oleh INDEX

area sirkulasi barang masuk dan barang



pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA

denah pengelompokan ruang

lantai 1

area sirkulasi barang masuk dan barang

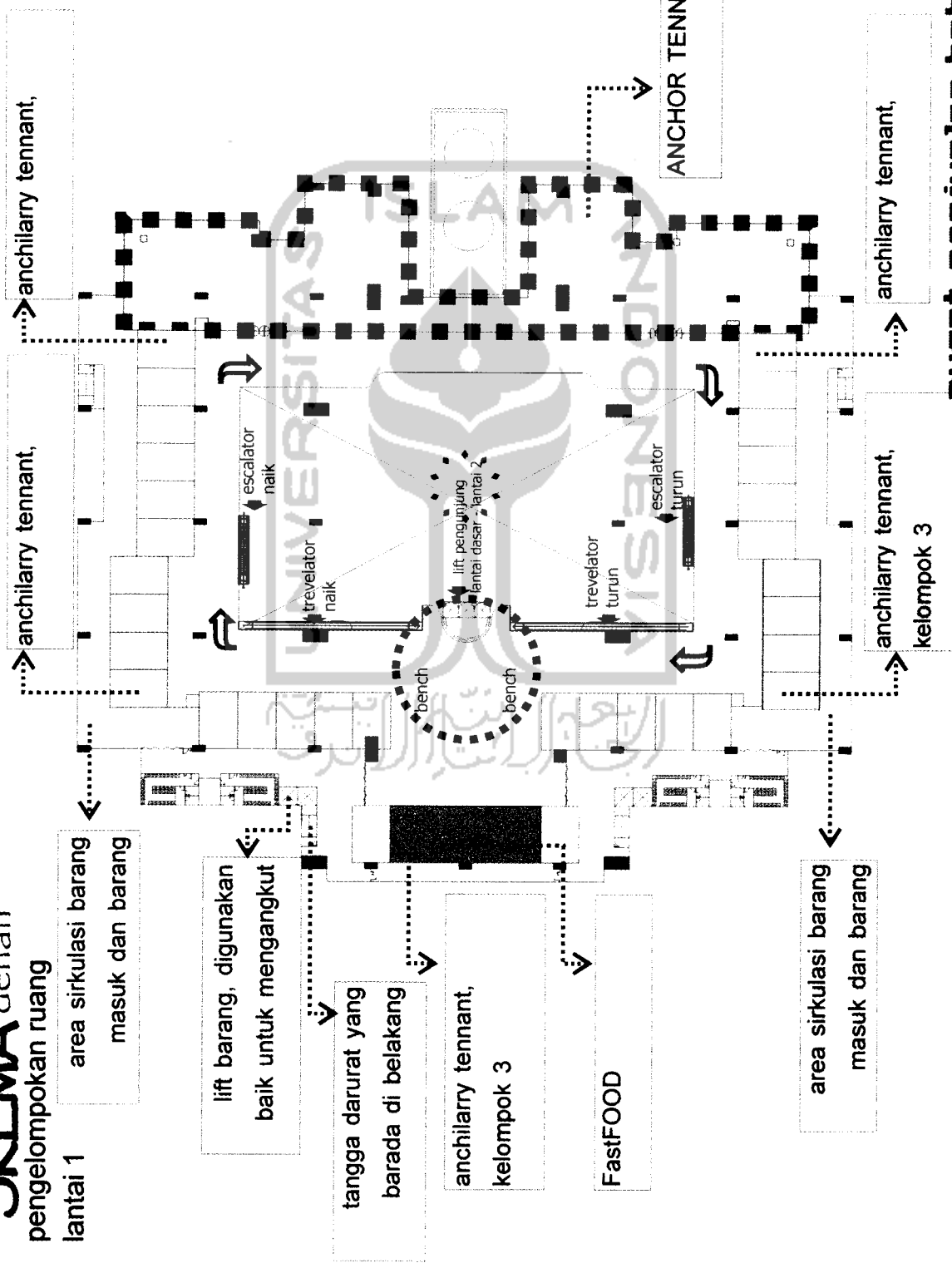
lift barang, digunakan baik untuk mengangkat

tangga darurat yang berada di belakang

anchillary tennant, kelompok 3

FastFOOD

area sirkulasi barang masuk dan barang

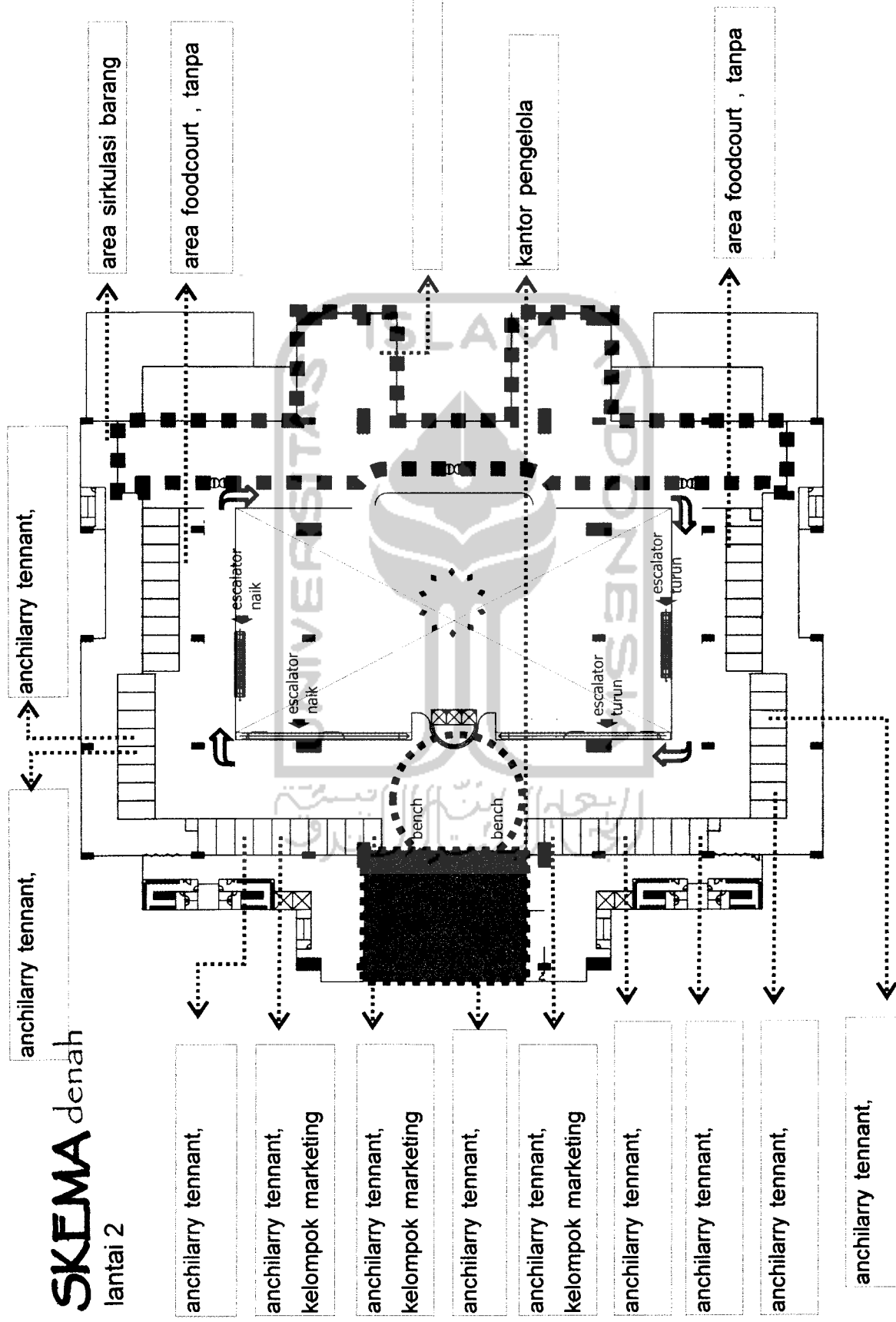


pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA denah

lantai 2

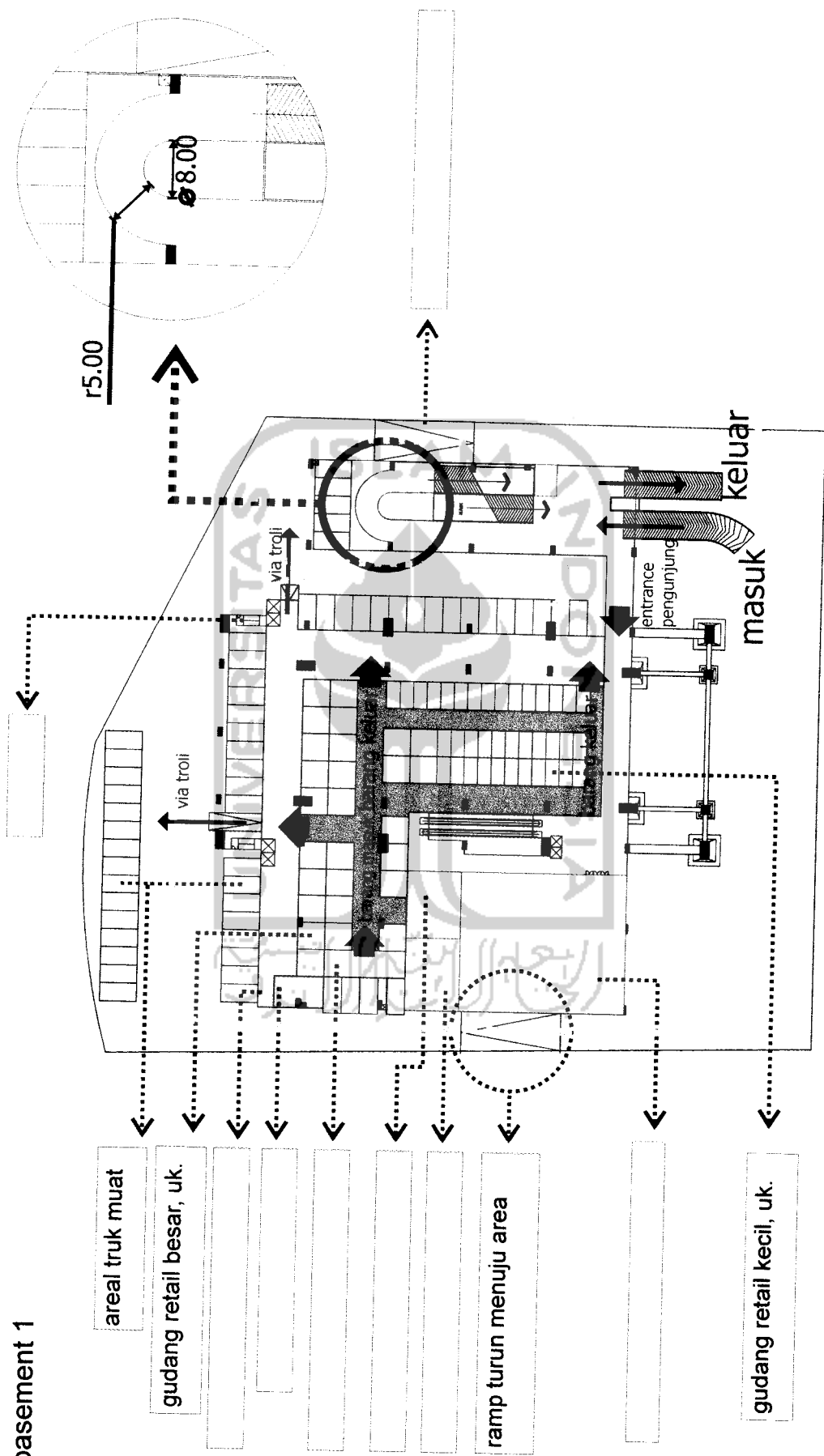


pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

schematics design

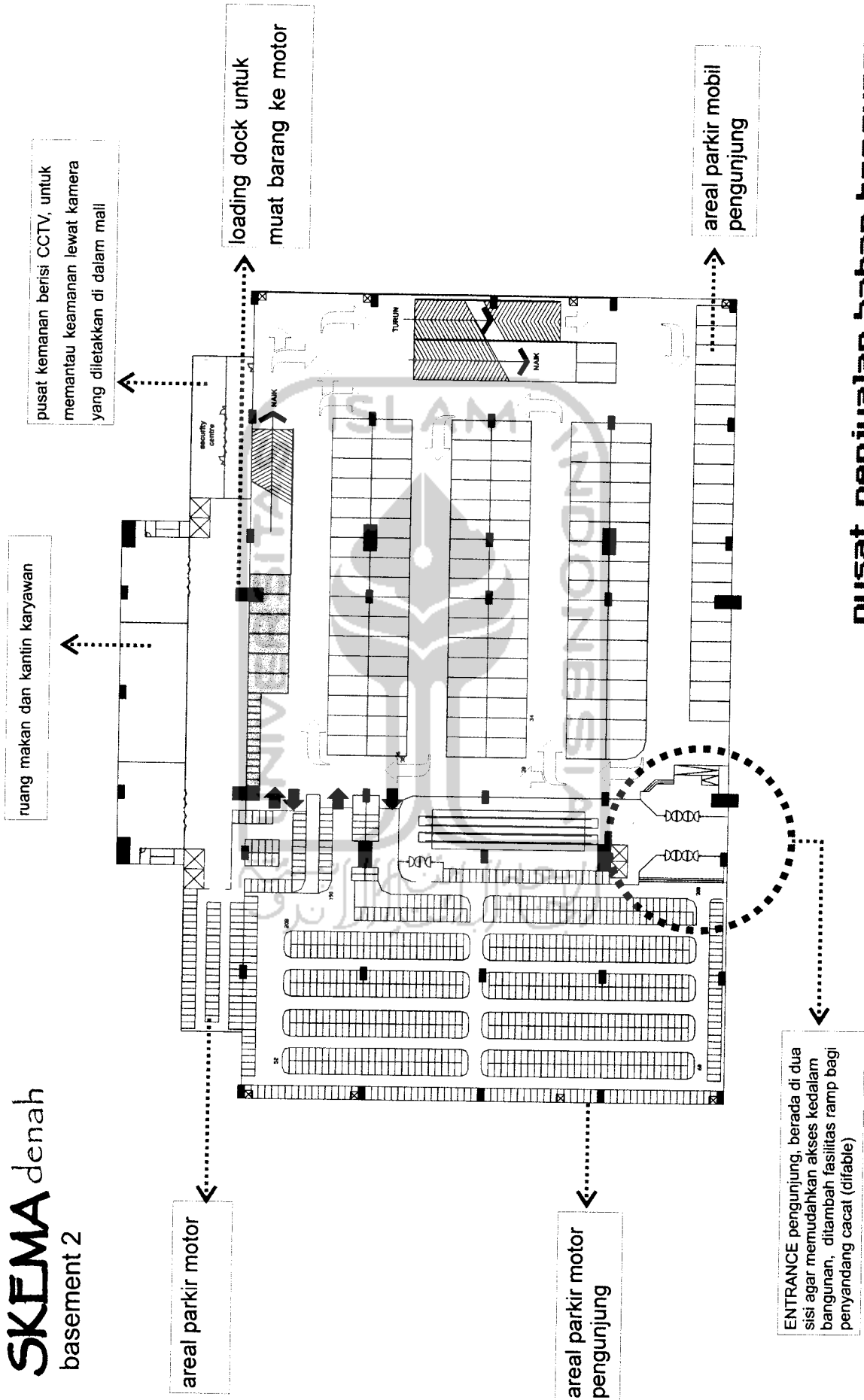
SKEMA denah basement 1



pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA denah basement 2

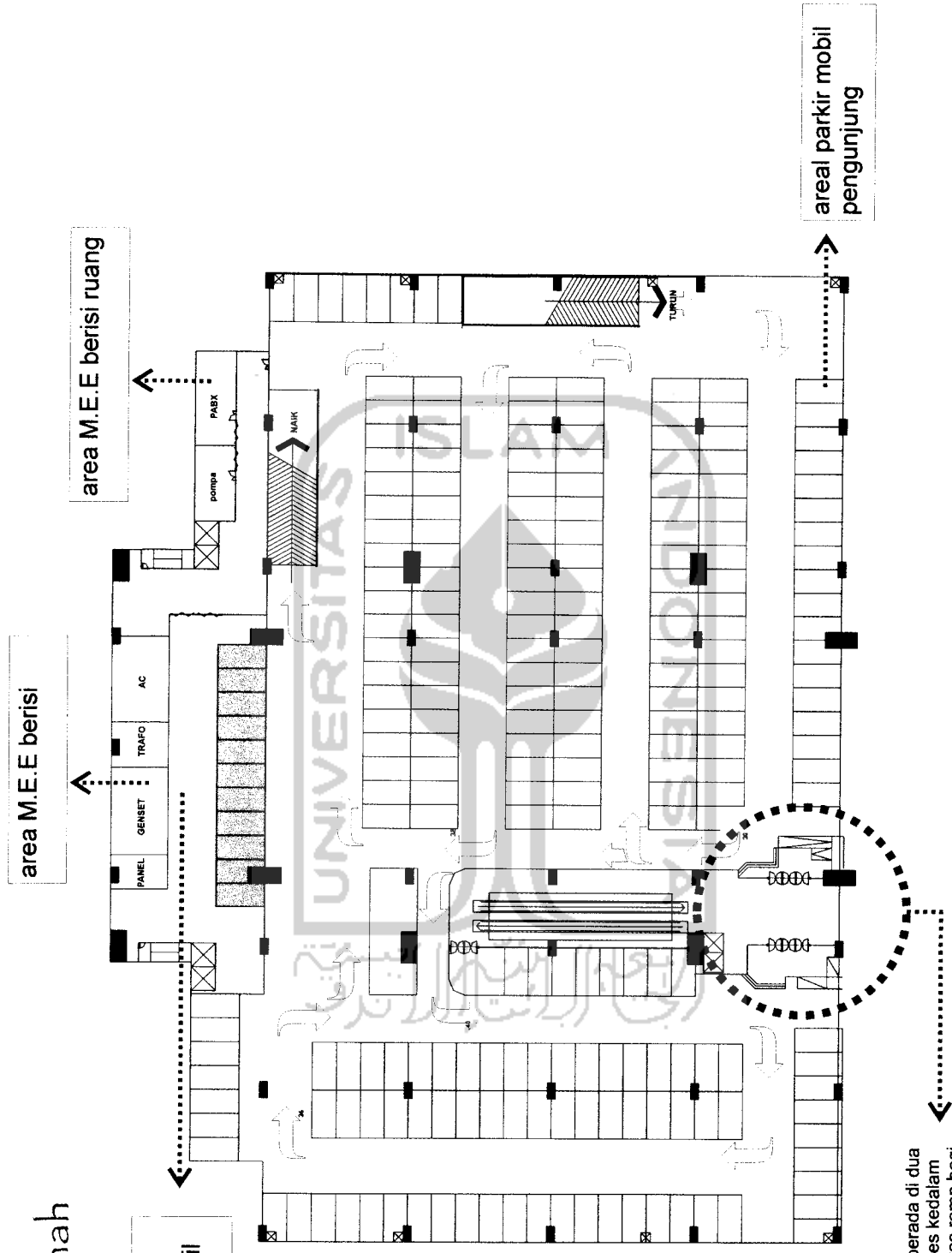


pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

SKEMA denah Basement 3

loading dock untuk
muat barang ke mobil



ENTRANCE pengunjung, berada di dua sisi agar memudahkan akses kedalam bangunan, ditambah fasilitas ramp bagi penyandang cacat (difable)

areal parkir mobil pengunjung

pusat penjualan bahan bangunan

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

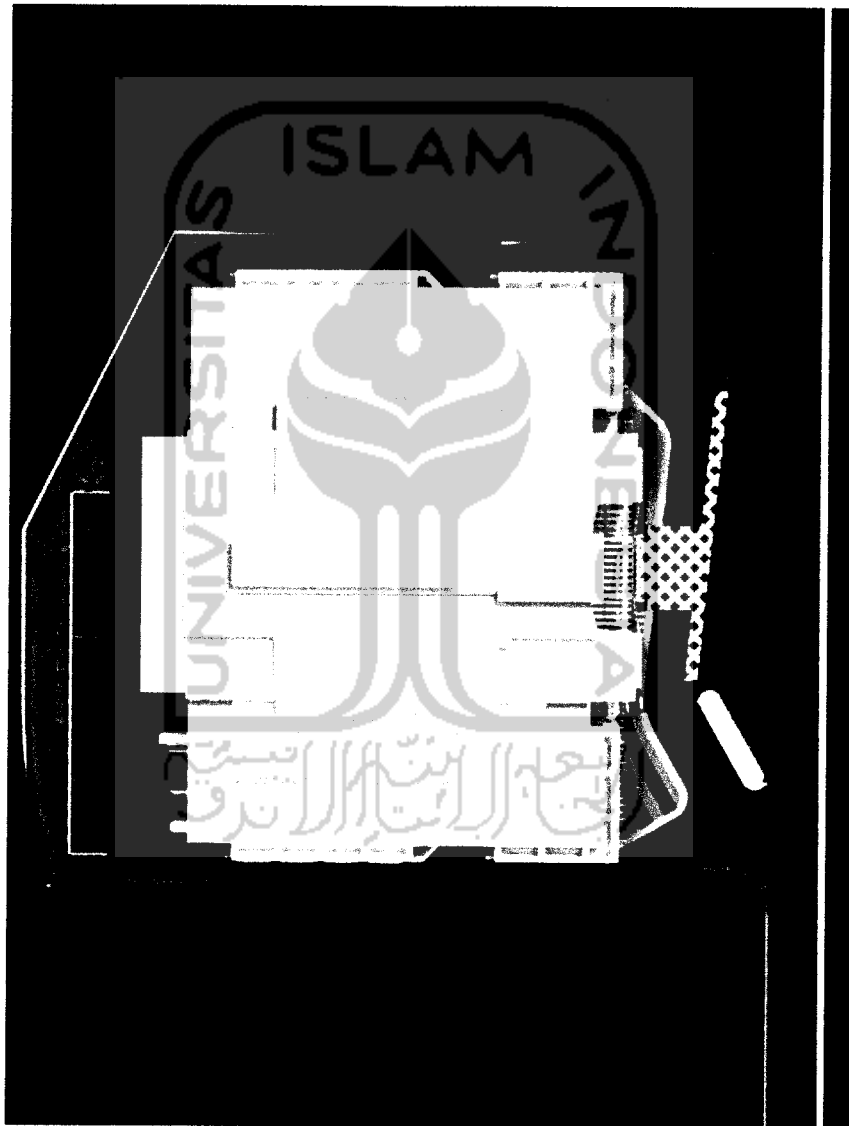
schematics design

BAB VIII

PROSES PERANCANGAN

VIII.1. PENGEMBANGAN RANCANGAN

VIII.1.1 SITUASI, SITEPLAN, dan DENAH.



Gbr. Situasi

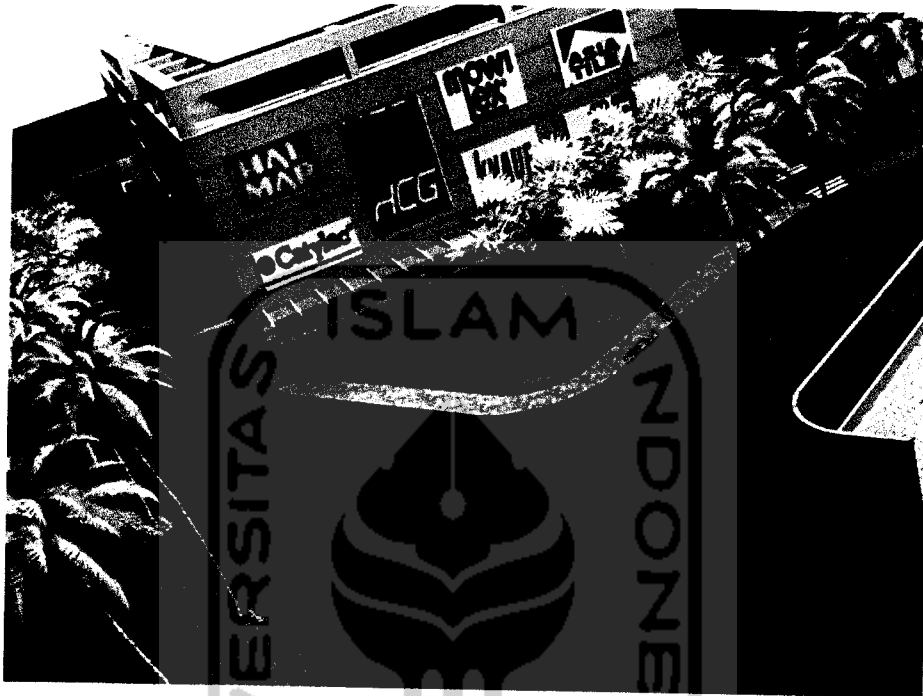
Sumber : desain studio

Sirkulasi masuk kendaraan pengunjung dan truk bongkar muat melalui sisi selatan bangunan, untuk truk bongkar muat akan langsung menuju semi basement, dan untuk kendaraan pengunjung langsung menuju dropping

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

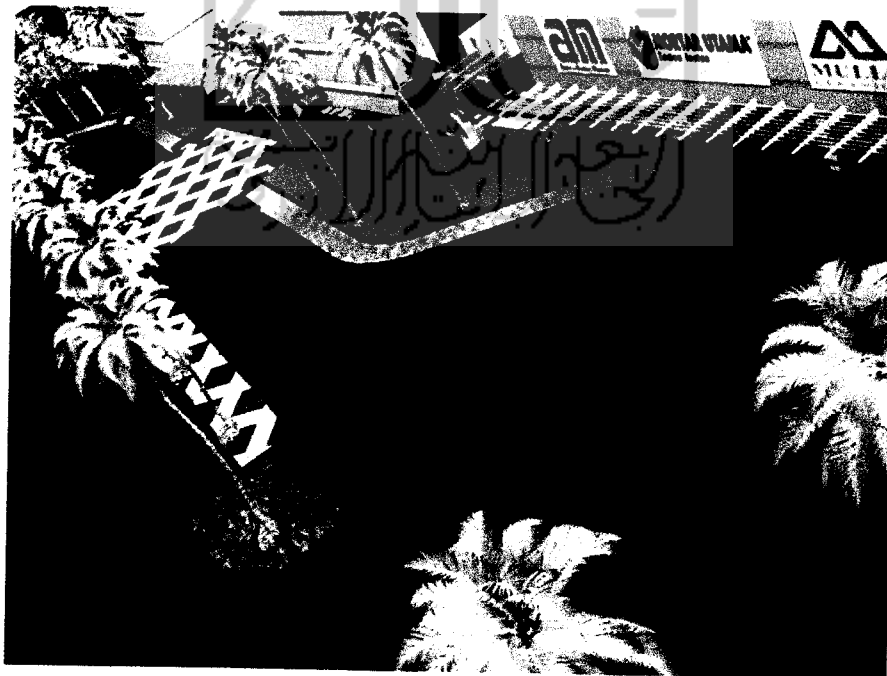
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

entrance area kemudian menuju area parkir di basement 2 karena basement 1 ditujukan untuk gudang retail.



Gambar jalan masuk kendaraan truk bongkar muat

Sumber : desain studio



Gambar jalan masuk kendaraan truk bongkar muat

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar jalan masuk pengunjung

Sumber : desain studio

Untuk truk bongkar muat langsung turun ke area bongkar muat yang berada di lantai semi basement. di area bongkar muat ini terdapat 5 area bongkar dan 48 area muat khusus truk pengantar, untuk area bongkar berfungsi sebagai area penyuplai retail, sedangkan area muat adalah area pengantar barang-barang yang dibeli pengunjung.

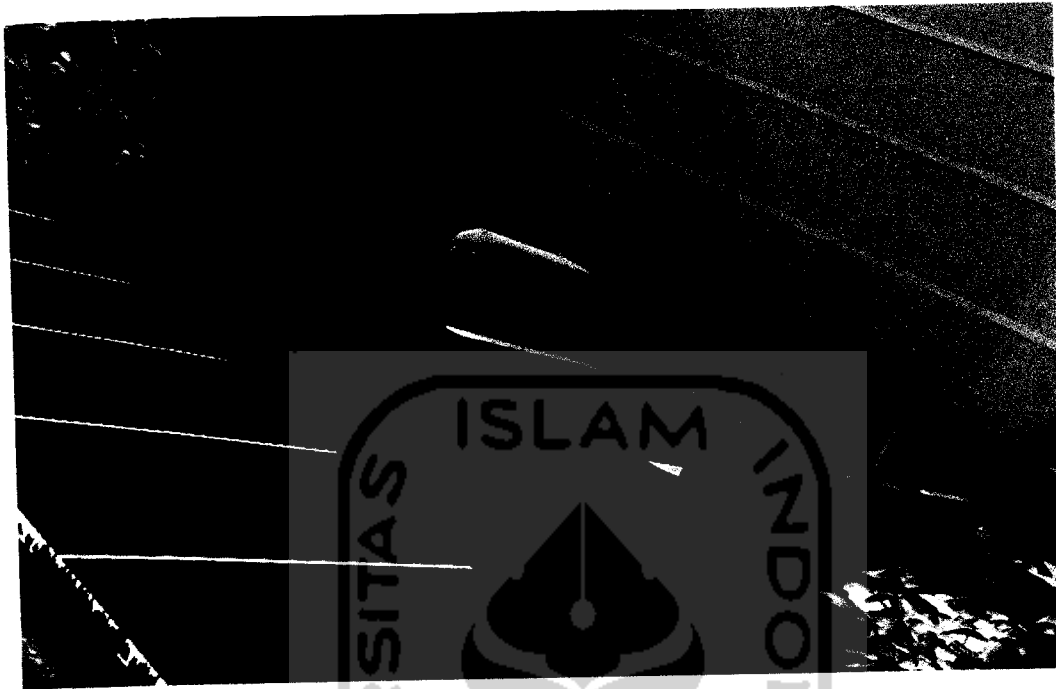


Gambar area bongkar muat semi basement

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar area bongkar muat semi basement

Sumber : desain studio

Untuk akses keluar kendaraan truk maupun kendaraan pengunjung dari basement melalui bagian utara site



Gambar jalur keluar kendaraan pengunjung dan truk

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

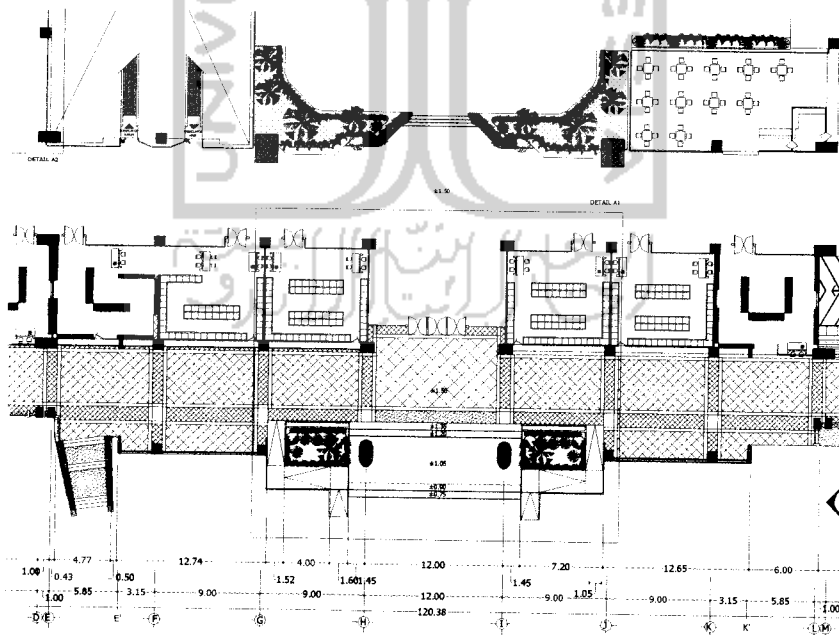
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

Untuk aksesibilitas pengunjung kedalam bangunan terdapat dua alternative jalan masuk yaitu: main entrance dan side entrance



Gambar entrance aksesibilitas kadalam bangunan

Sumber : desain studio



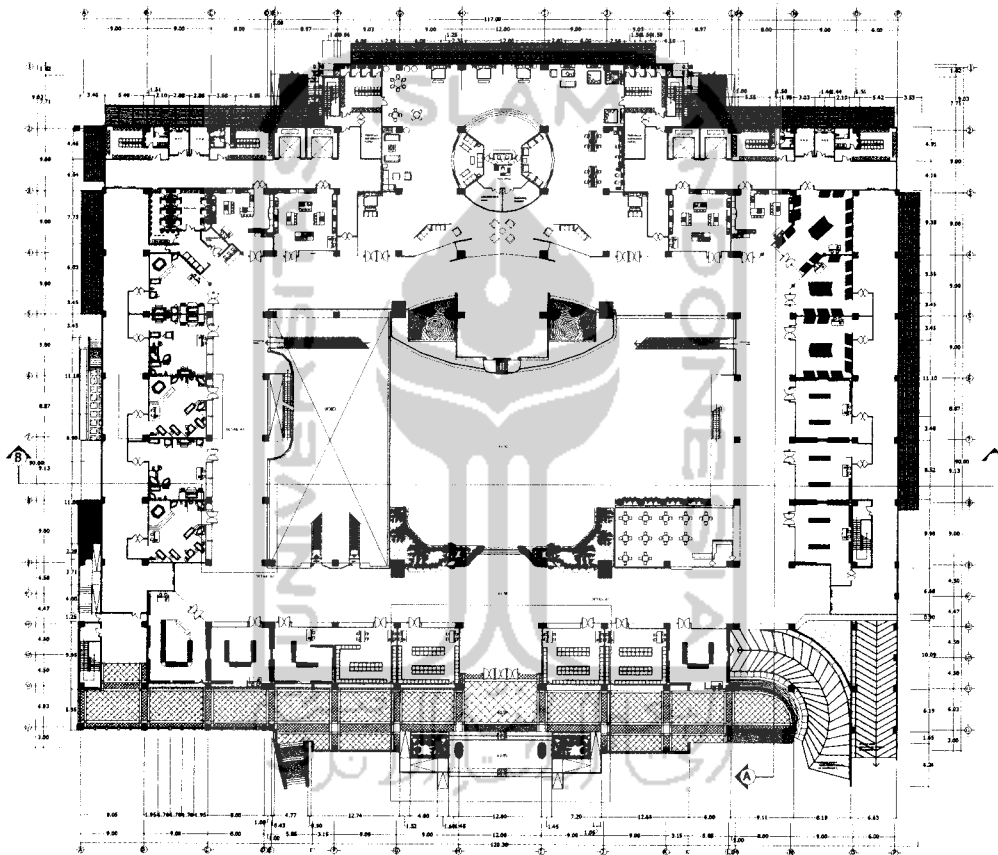
Gambar entrance

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

Dari tangga utama pengunjung akan melewati plasa kemudian langsung menjumpai pintu masuk. Kemudian pengunjung akan langsung dapat memilih akan ke arah mana yang akan dituju, untuk naik ke lantai atas terdapat alat transportasi escalator dan trevelator naik yang berada si sebelah kanan ujung sirkulasi horizontal.yang berdekatan dengan letak anchor tenant 1, lantai 1 berisi retail kelompok 2



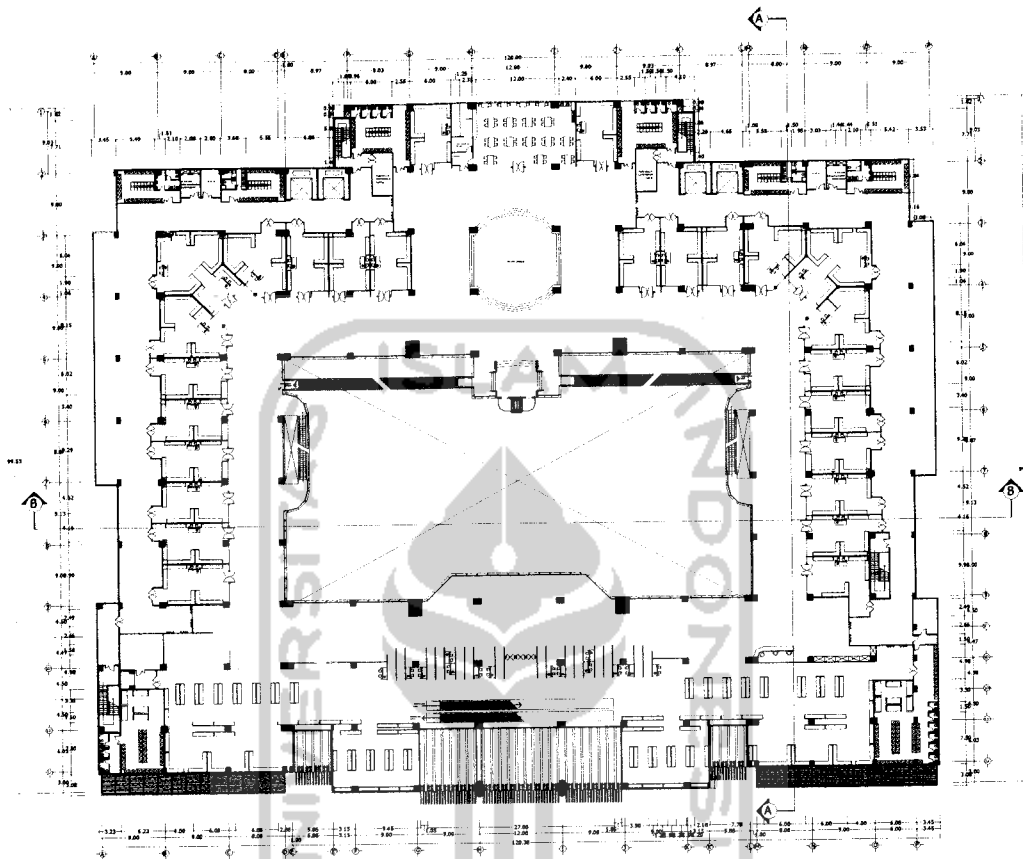
Gambar denah lantai dasar

Sumber : desain studio

Di lantai 1 arah pergerakan pengunjung diarah kan untuk memutar bangunan yaitu dengan cara meletakkan anchor tennant di daerah yang berlawanan dengan alat transportasi dengan harapan pergerakan pengunjung dapat diatur dan dapat melewati lebih banyak retail.untuk fungsi ruang dilantai 1 tardapat ancor tenant 2 dan retail-retail kelompok 3, dan gerai fast food sebagai junior anchor tenant.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



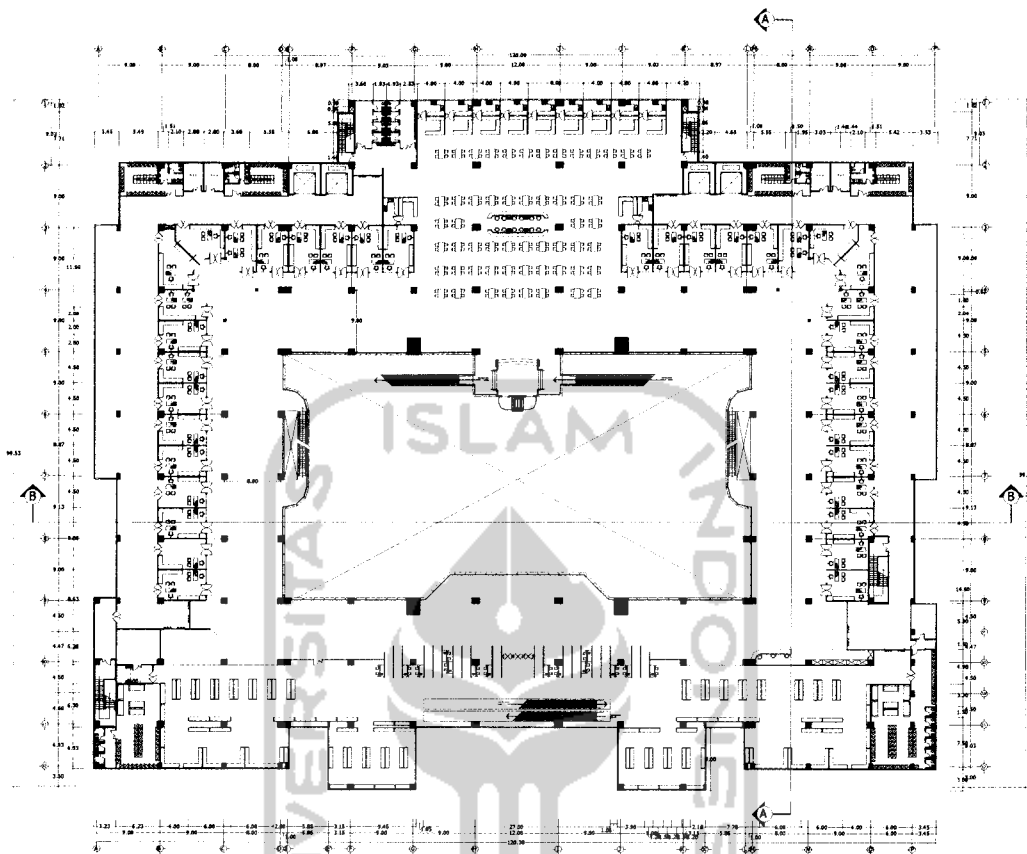
Gambar denah lantai 1

Sumber : desain studio

Dilantai 2 jalur sirkulasi sama dengan di lantai 1 hanya saja fungsi ruang digunakan untuk retail kelompok 1 yang system jual belinya hanya kantor pemasaran yang menerima pemesanan saja atau barang yang dijual tidak ready stok di dalam mall. Untuk penarik dan penggerak pengunjung terdapat anchor tenant 2 dan area foodcourt sebagai junior anchor tenant.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



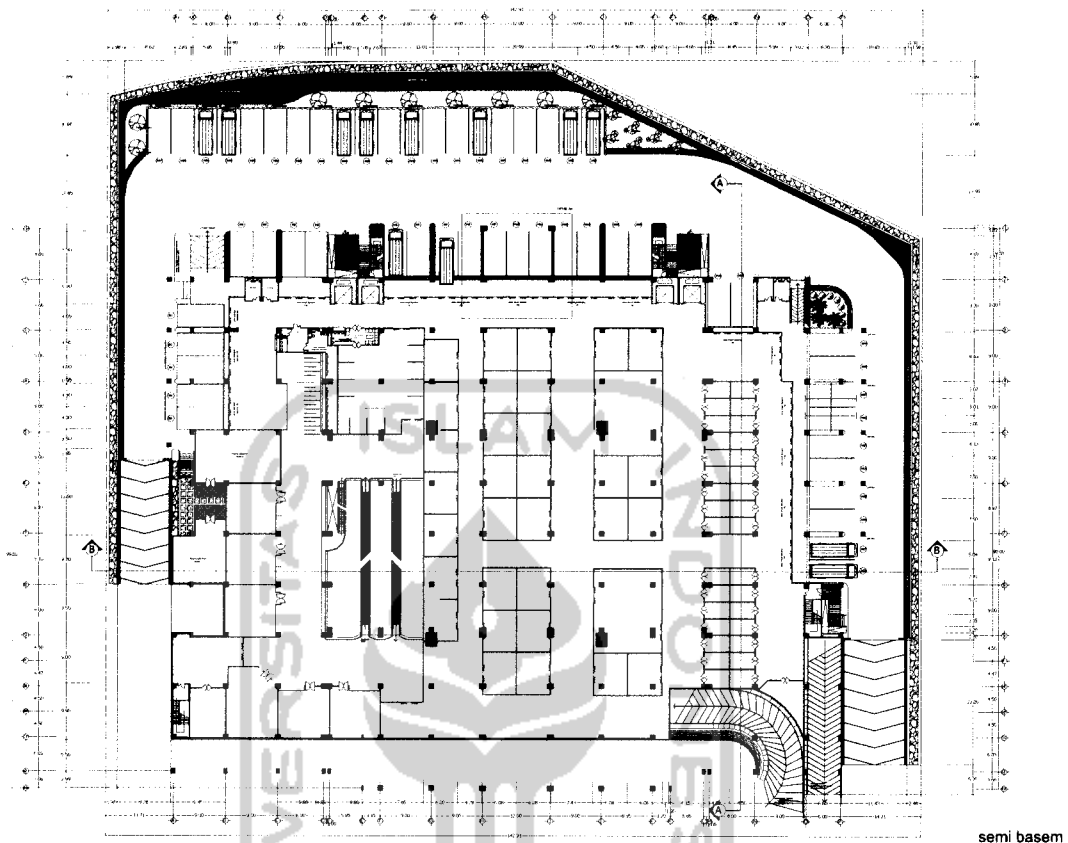
Gambar denah lantai 2

Sumber : desain studio

Setiap retail kelompok 2, 3 dan masing-masing anchor tenant memiliki gudang yang terletak di lantai basement 1, jadi basement 1 tidak dialokasikan sebagai are parkir tetapi sebagai gudang retail, tempat pemesanan jasa antar barang, dan sebagian sebagai retail kelompok 2.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



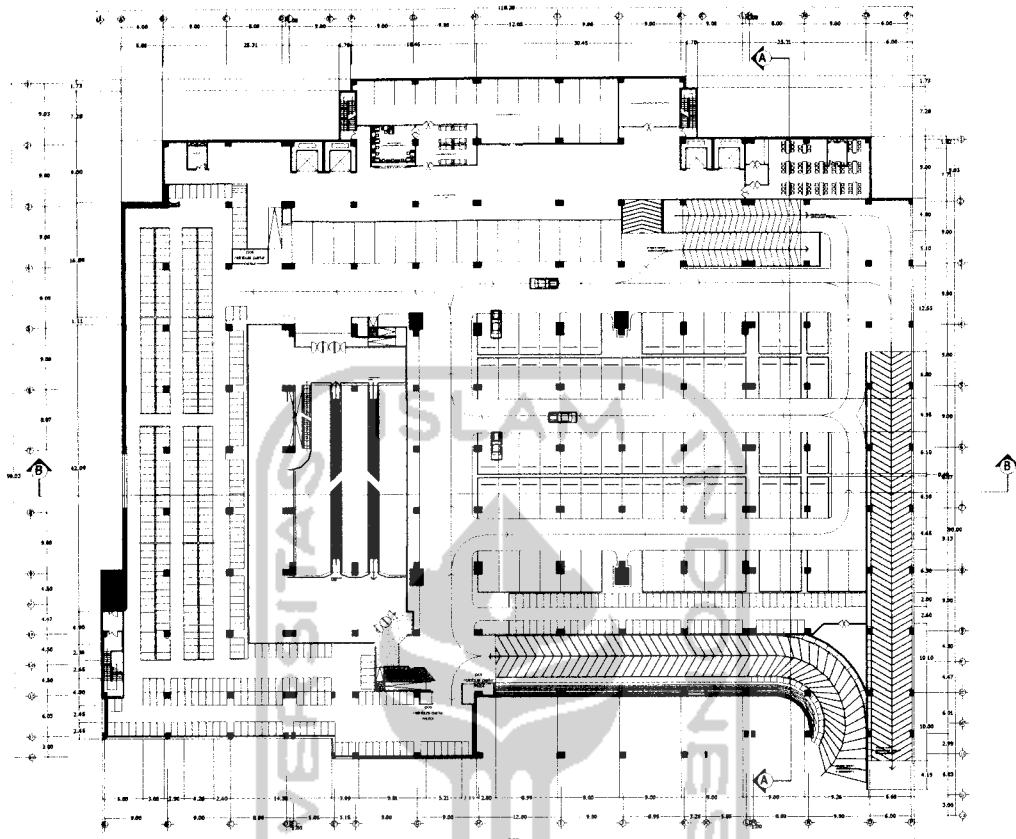
Gambar denah basement 1

Sumber : desain studio

Di Basement 2 terdapat area parkir kendaraan pengunjung baik roda 2 maupun roda 4, selain itu juga terdapat area muat barang bagi kendaraan pengunjung, yang berfungsi apabila pengunjung ingin membawa barang yang dibeli secara individu, atau tidak menggunakan jasa antar.

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



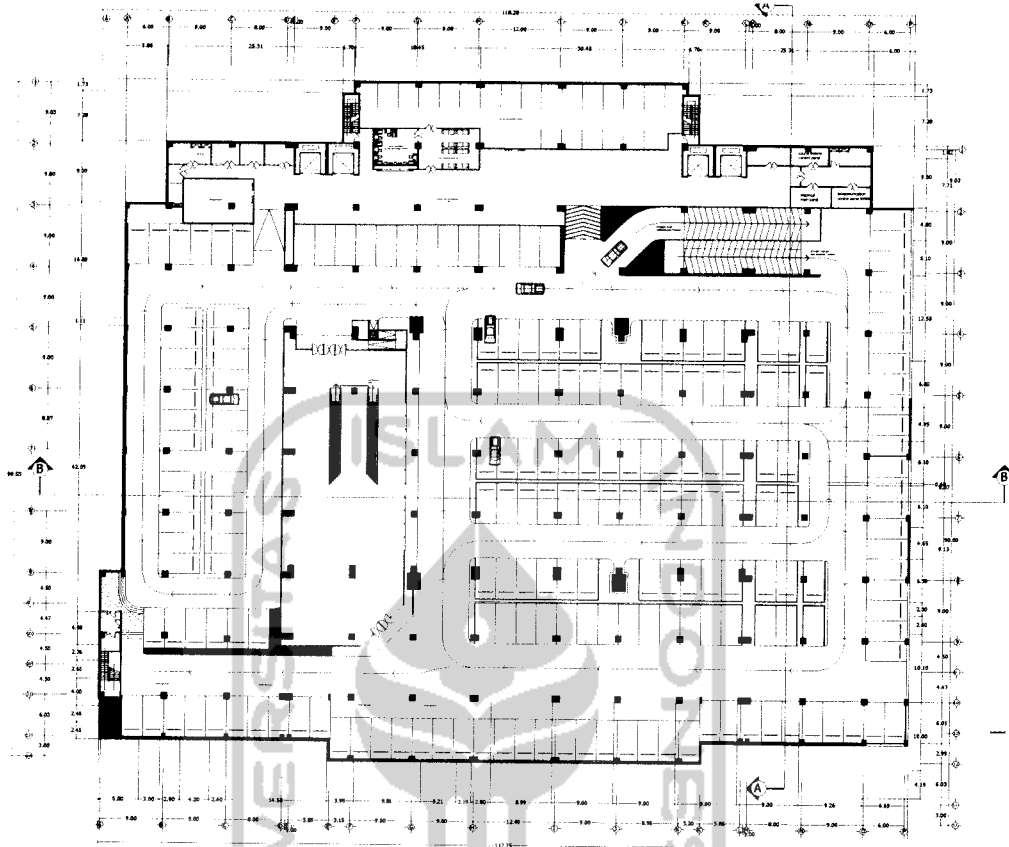
Gambar denah basement 2

Sumber : desain studio

Di basement 3 alokasi ruang sama seperti di basement , hanya saja area parker di khususkan untuk kendaraan roda 4, dan selain itu juga terdapat ruang MEE, seperti genset, pompa, system keamanan dan telekomunikasi

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

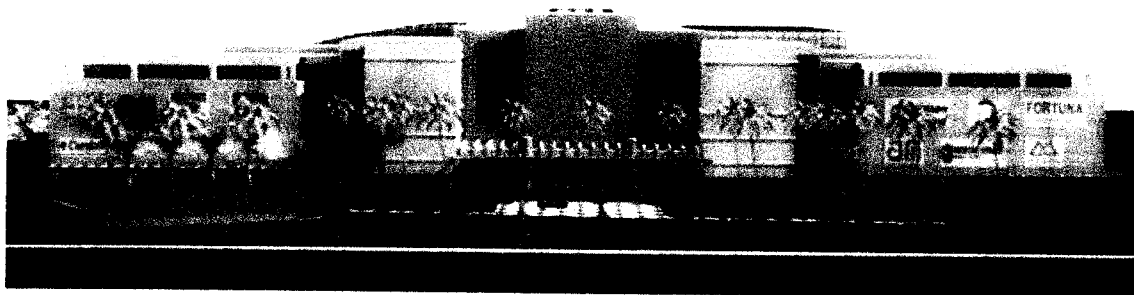


Gambar denah basement3

Sumber : desain studio

VIII.1.2. TAMPAK dan POTONGAN

Konsep tampak mengambil bentuk kotak solid sesuai dengan konsep tampak yang mengedepankan karakteristik beton yang ter"transformasi"kan dengan bentukan massa yang solid, simetris dan tekstur kasar pada dinding bangunan



Gambar tampak depan

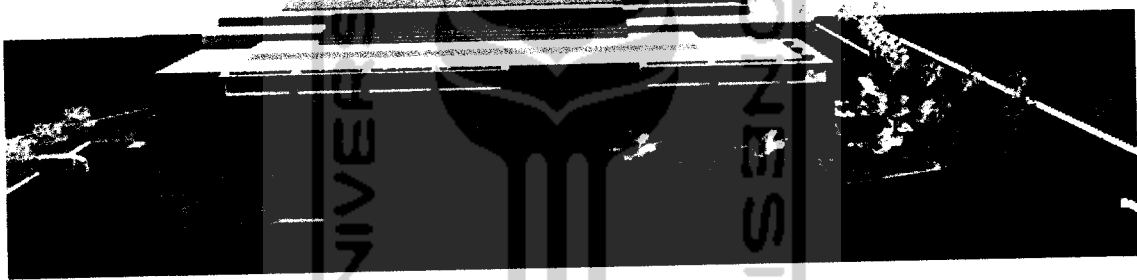
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

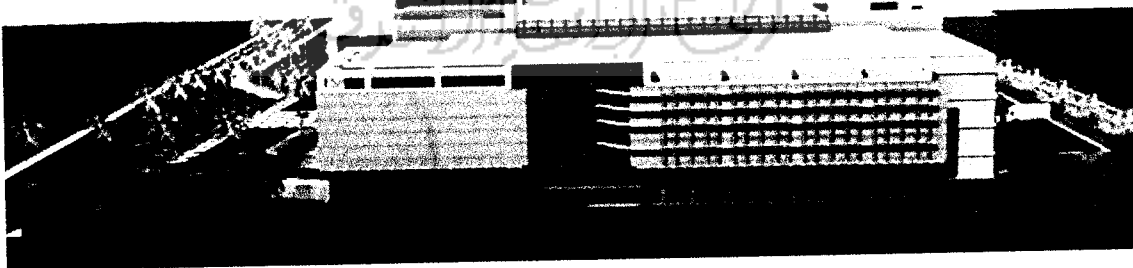
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar tampak belakang
Sumber : desain studio



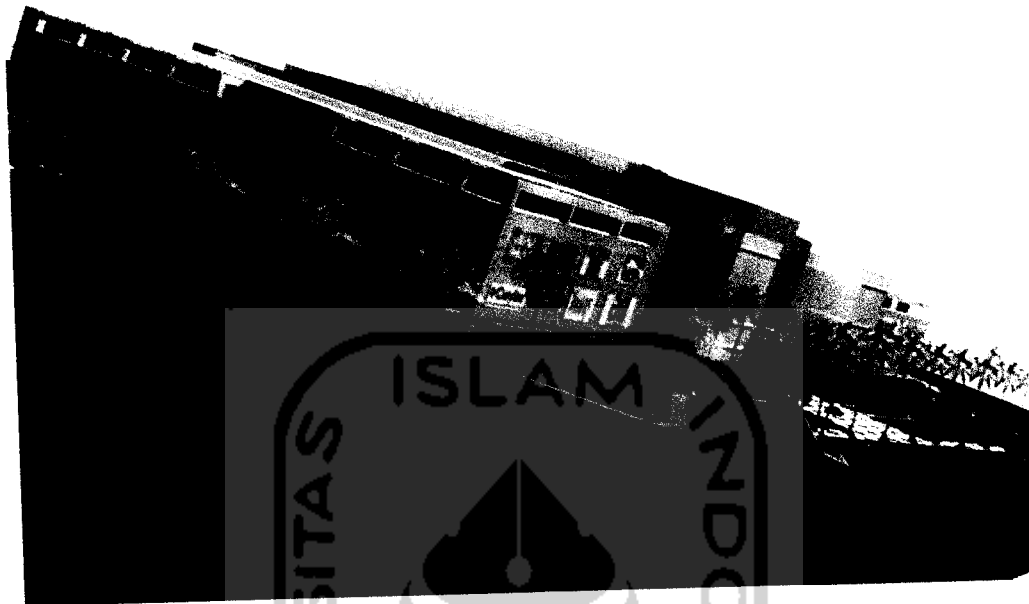
Gambar tampak kanan
Sumber : desain studio



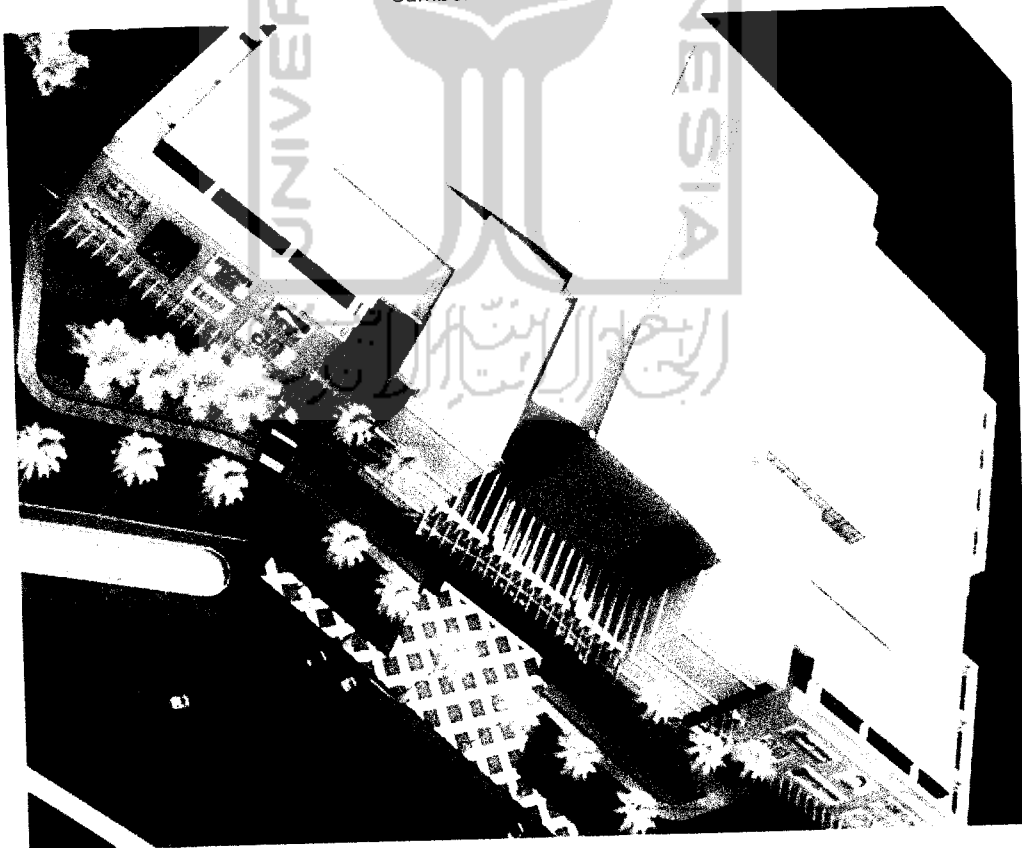
Gambar tampak kiri
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar perspektif
Sumber : desain studio

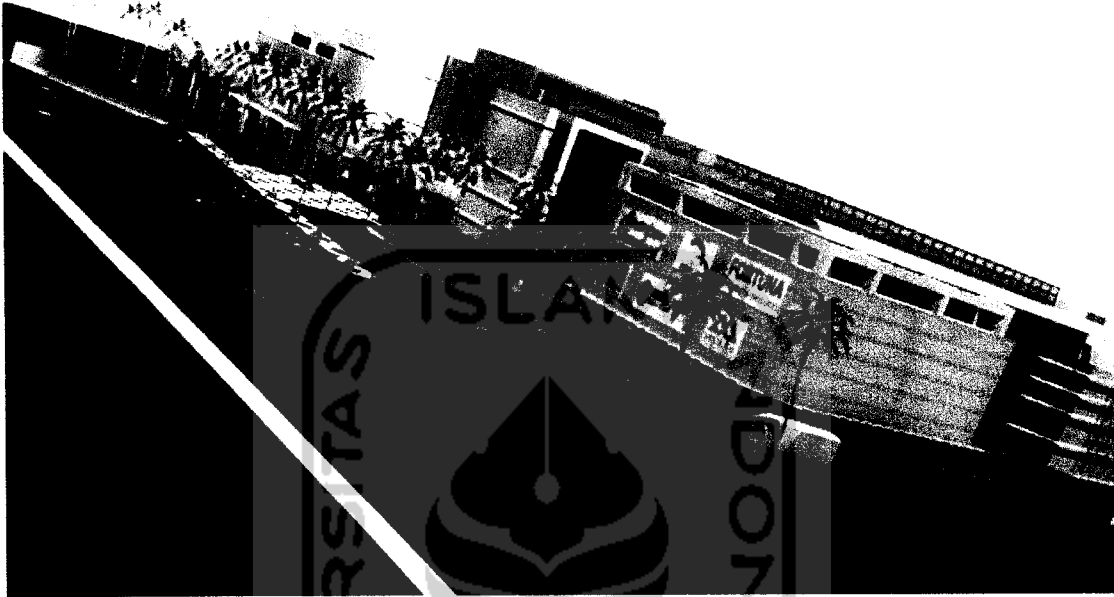


Gambar perspektif mata burung
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

Pada main plasa menggunakan motif paving diagonal dengan ukuran dan warna yang berbeda, hal ini untuk menunjukkan main entrance yang juga sebagai dropping pengunjung



Gambar perspektif

Sumber : desain studio

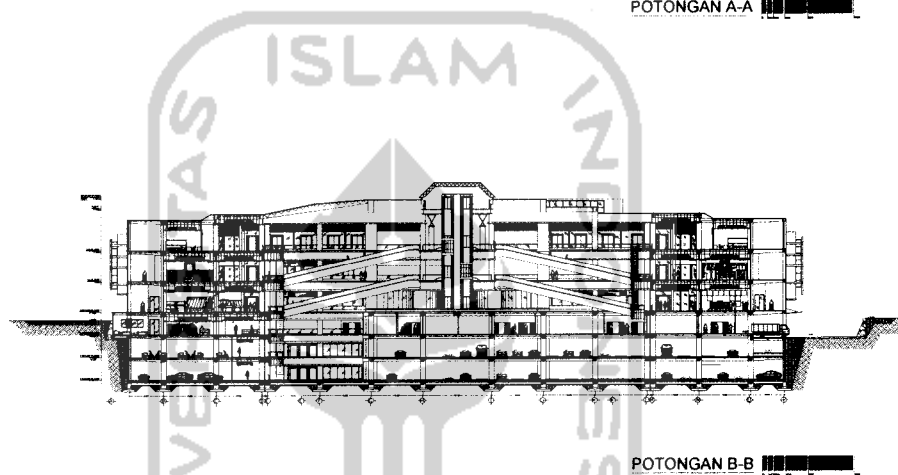
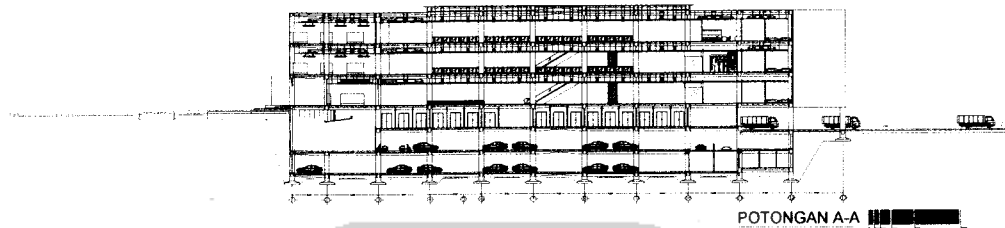


Gambar perspektif

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar potongan
Sumber : desain studio

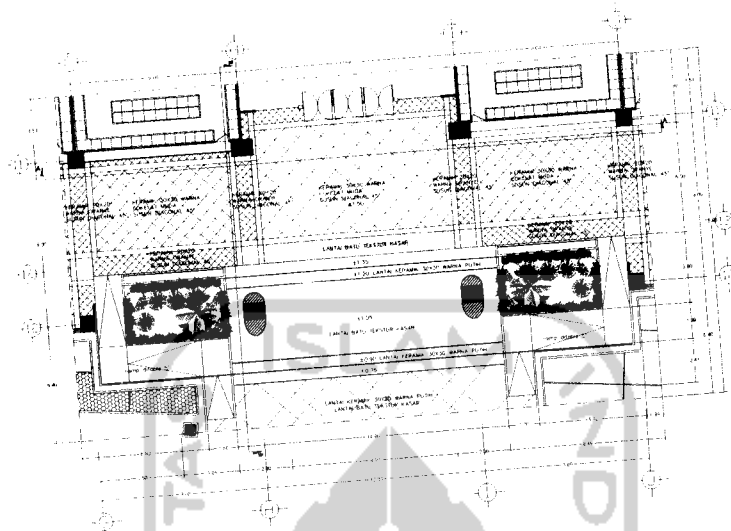


Gambar perspektif barat
Sumber : desain studio

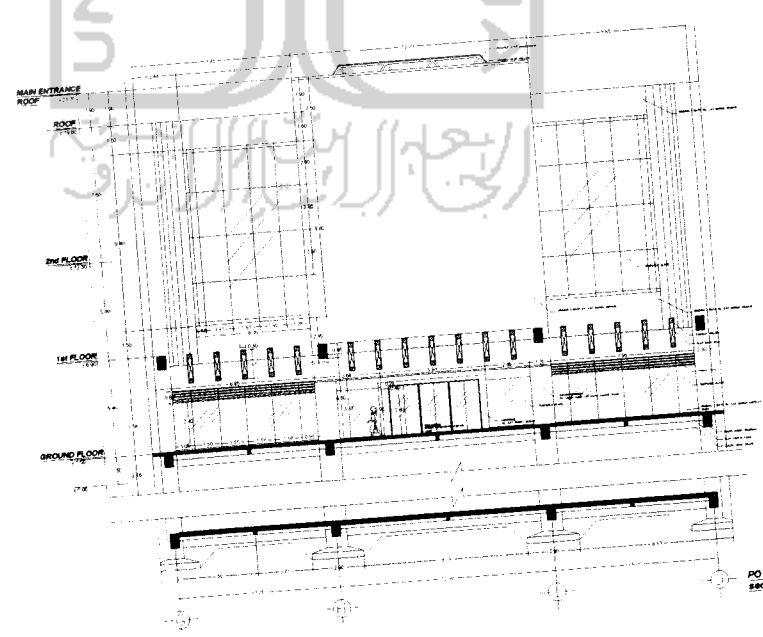
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VIII.1.3. detail entrance



DENAH DETAIL ENTRANCE

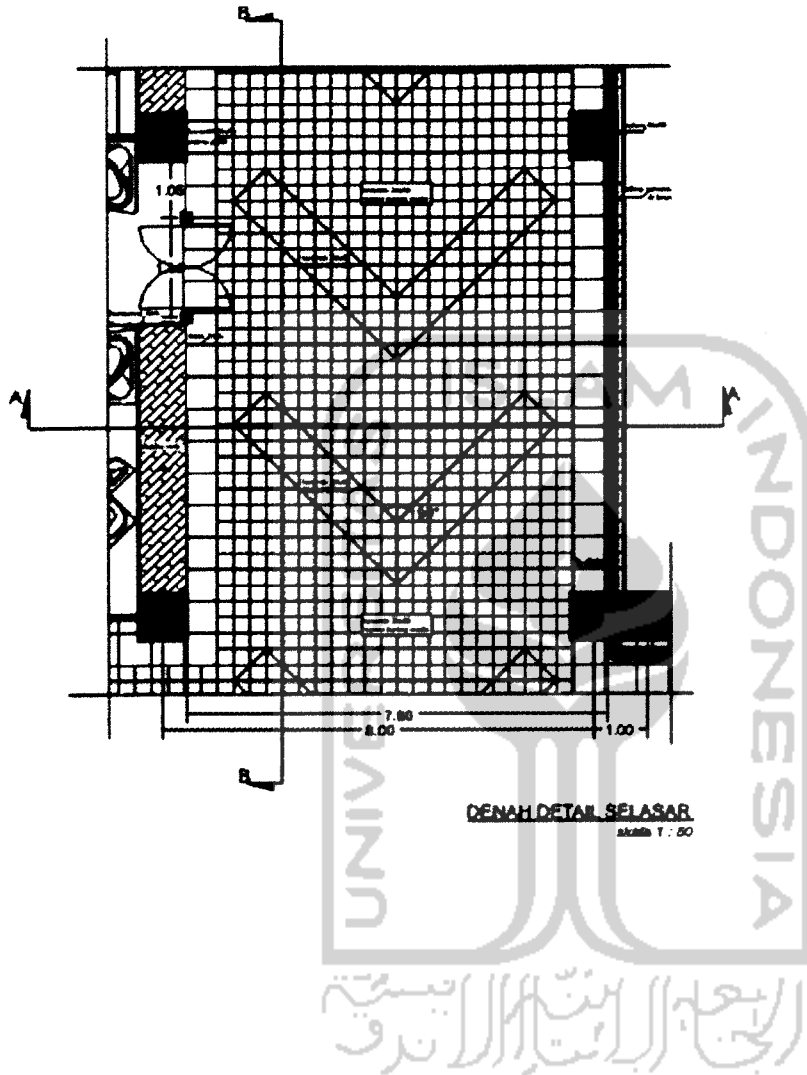


POTONGAN DETAIL ENTRANCE
SECTION A-A

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

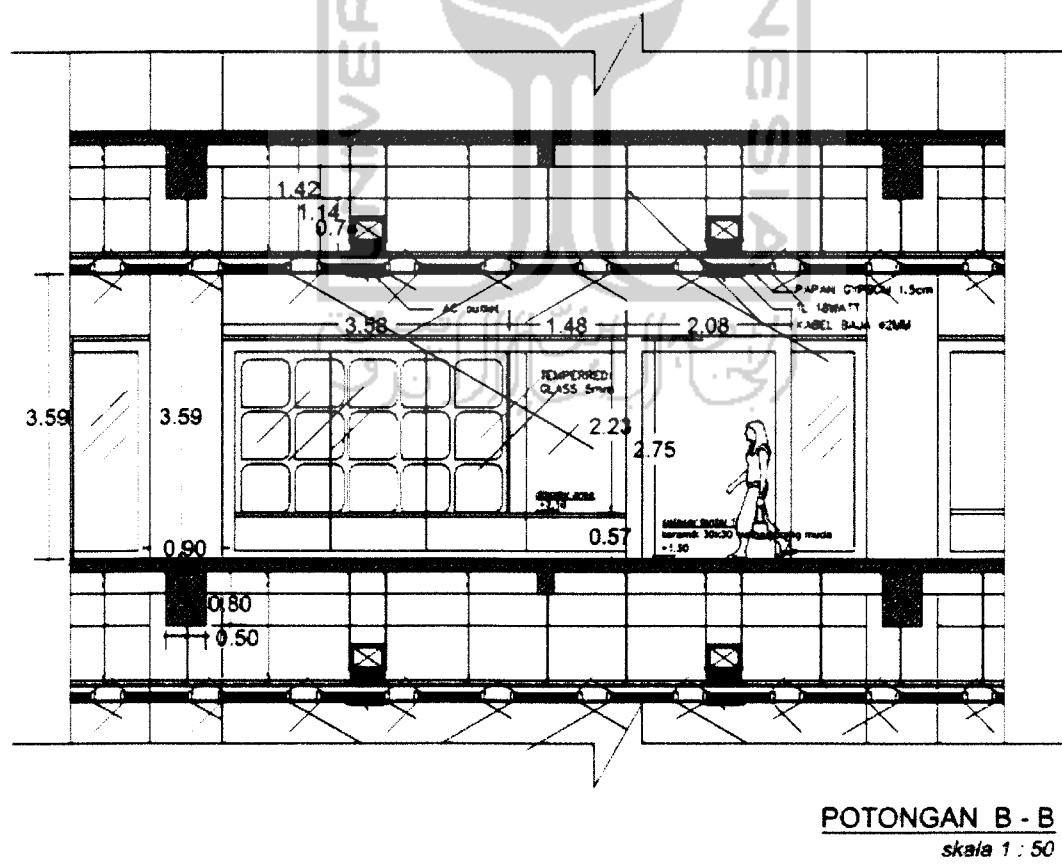
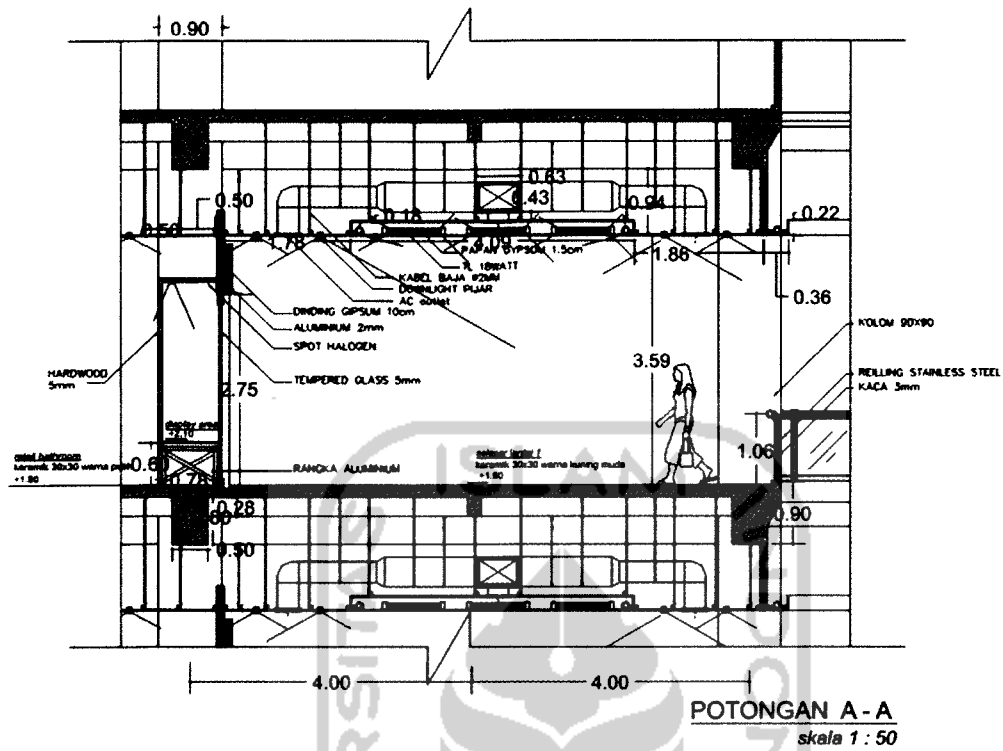
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VIII.1.4. detail selasar



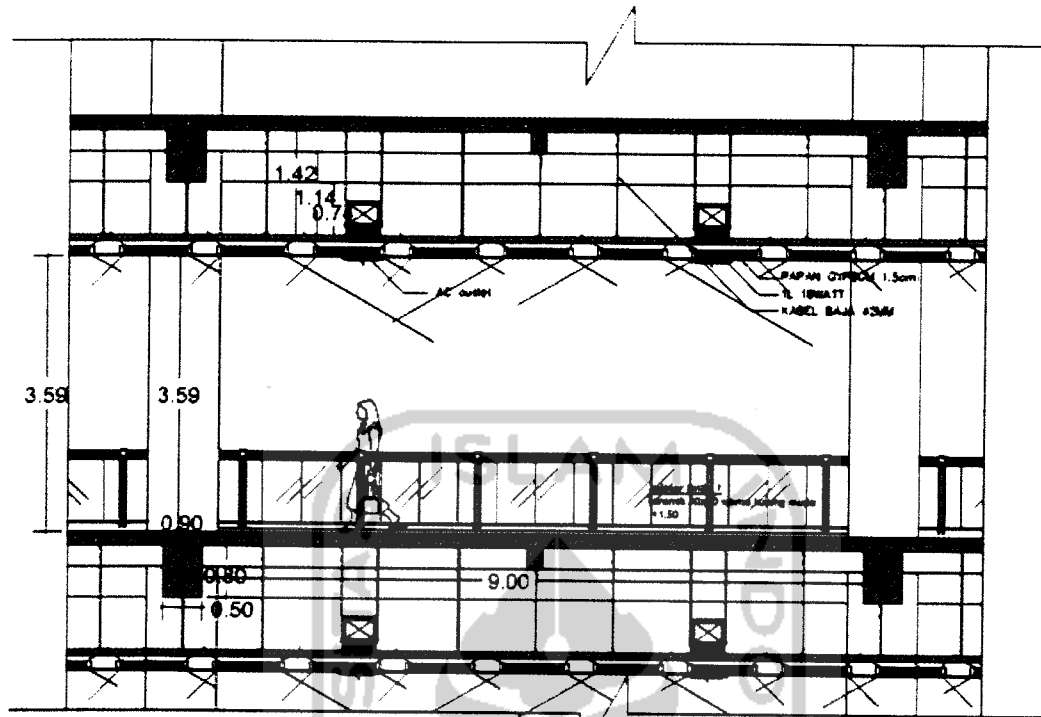
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

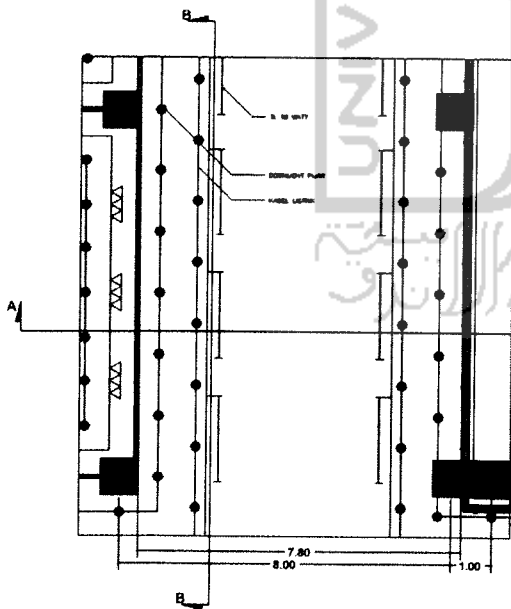


PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



POTONGAN c - c
skala 1 : 50



RENCANA DETAIL LAMPU SELASAR
skala 1 : 50

VIII.1.6. Interior



Gambar retail kamar mandi 1

Sumber : desain studio

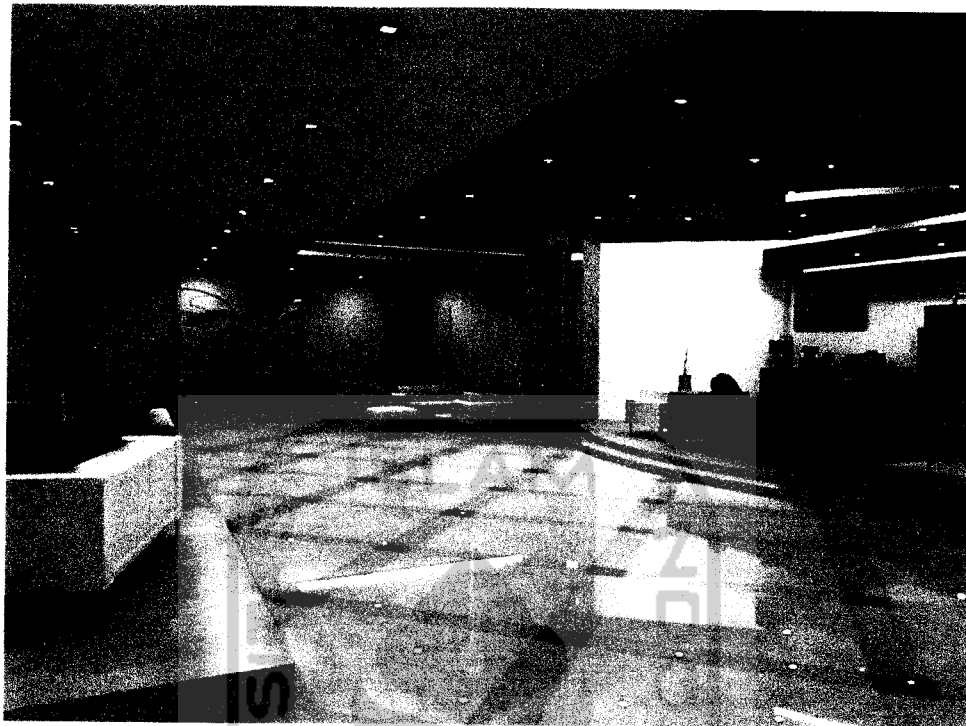


Gambar retail kamar mandi 2

Sumber : desain studio

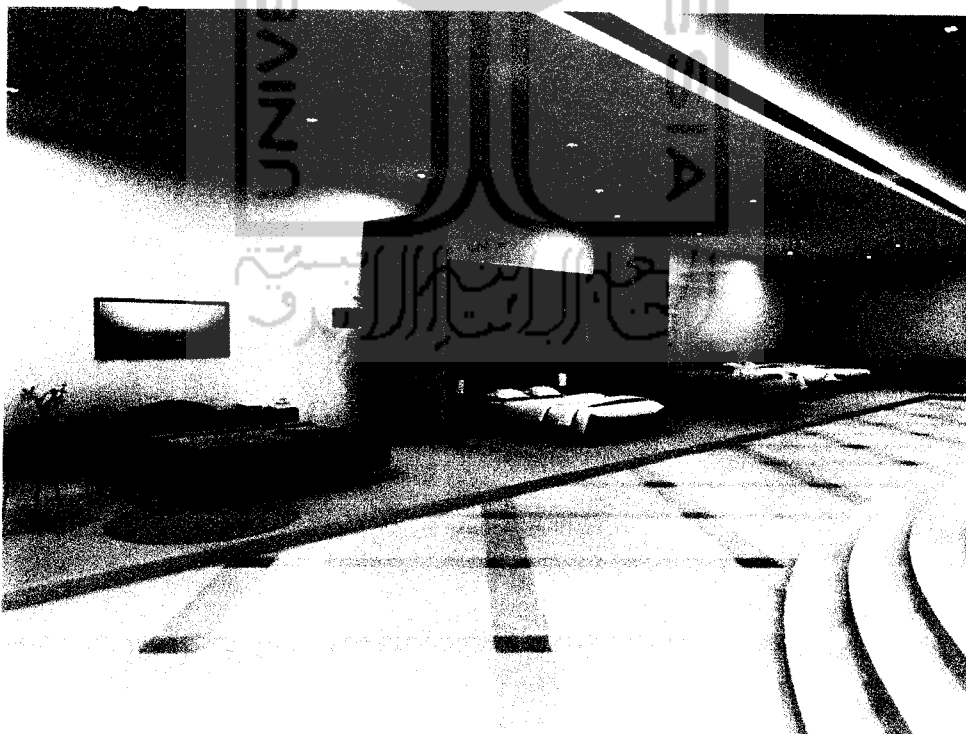
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar anchor tenant 1 (furniture)-entrance

Sumber : desain studio



Gambar anchor tenant 1 (furniture)-inside

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar anchor tenant 1 (furniture)-inside

Sumber : desain studio



Gambar anchor tenant 1 (furniture)-inside

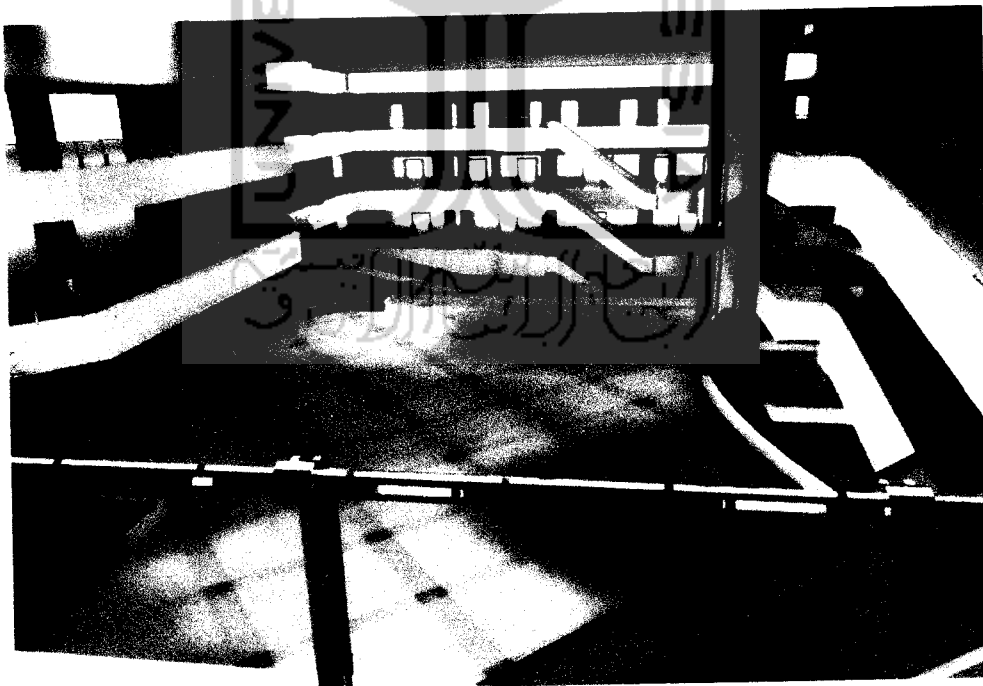
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar anchor tenant 1 (furniture)-dari selasar
Sumber : desain studio



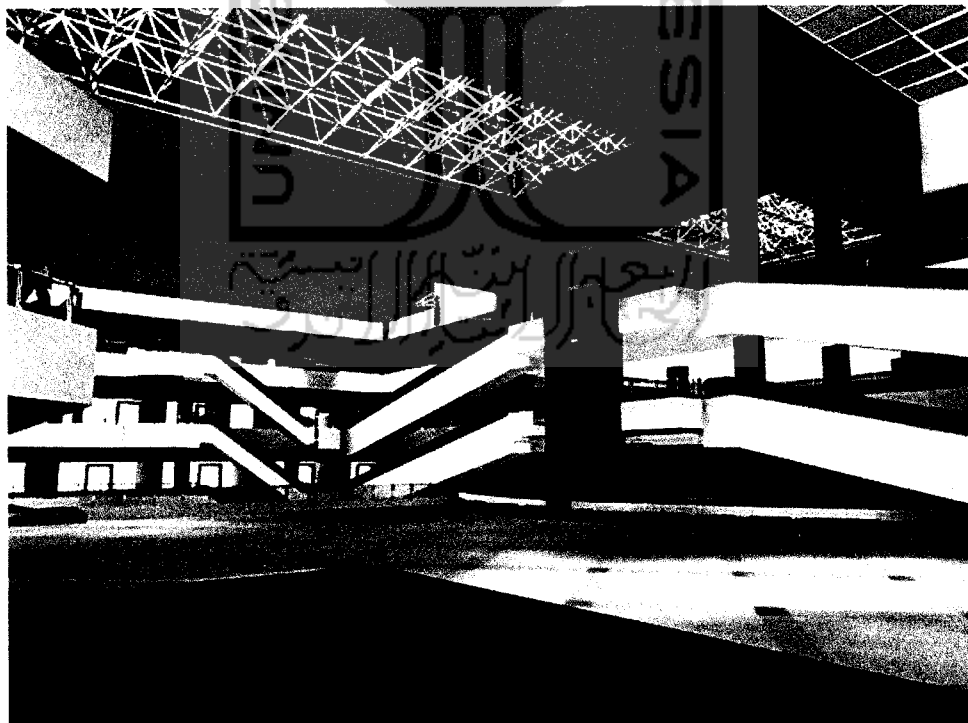
Gambar atrium
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



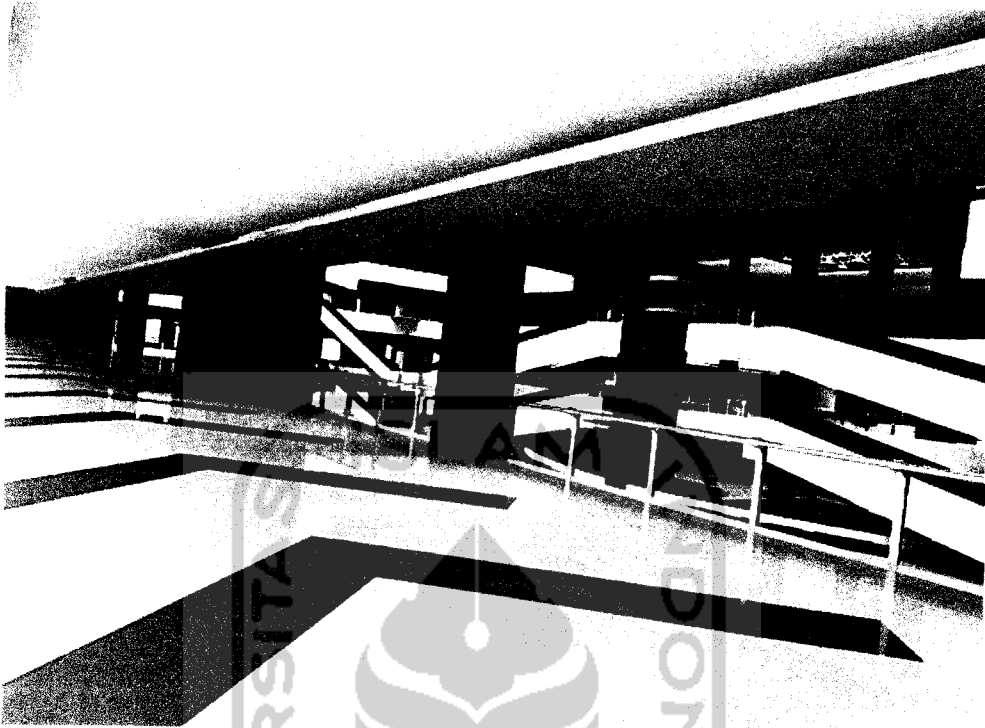
Gambar atrium
Sumber : desain studio



Gambar atrium
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar selasar

Sumber : desain studio



Gambar selasar

Sumber : desain studio

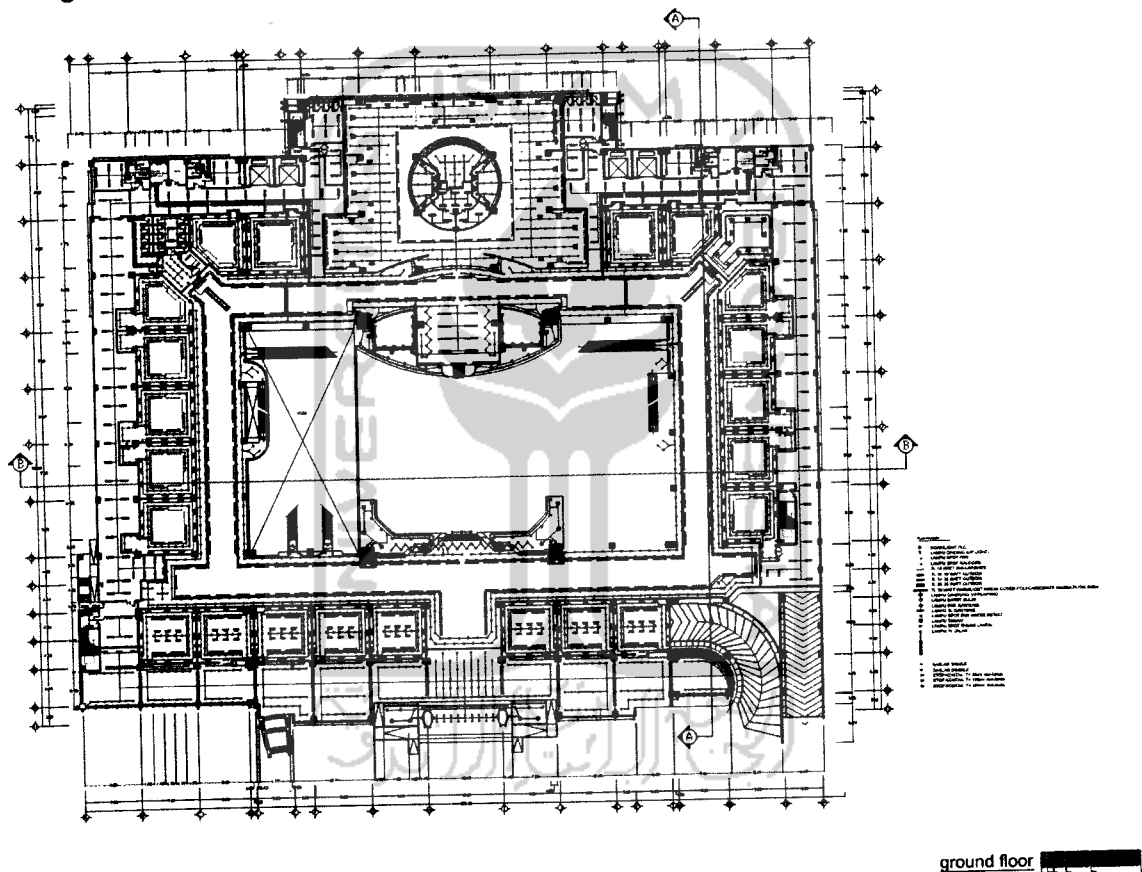
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

VIII.1.7. Rencana

VIII.1.7.1. rencana titik lampu

Karena penekanan konsep dari bangunan ini adalah mengarahkan pengunjung untuk dapat melewati banyak retail karena dengan terlihatnya seluruh retail diharapkan dapat meningkatkan dan meratakan peluang penjualan setiap retail yang ada, maka pola rencana titik lampu di buat mengarahkan pengunjung yang mengikuti bentuk selasar.

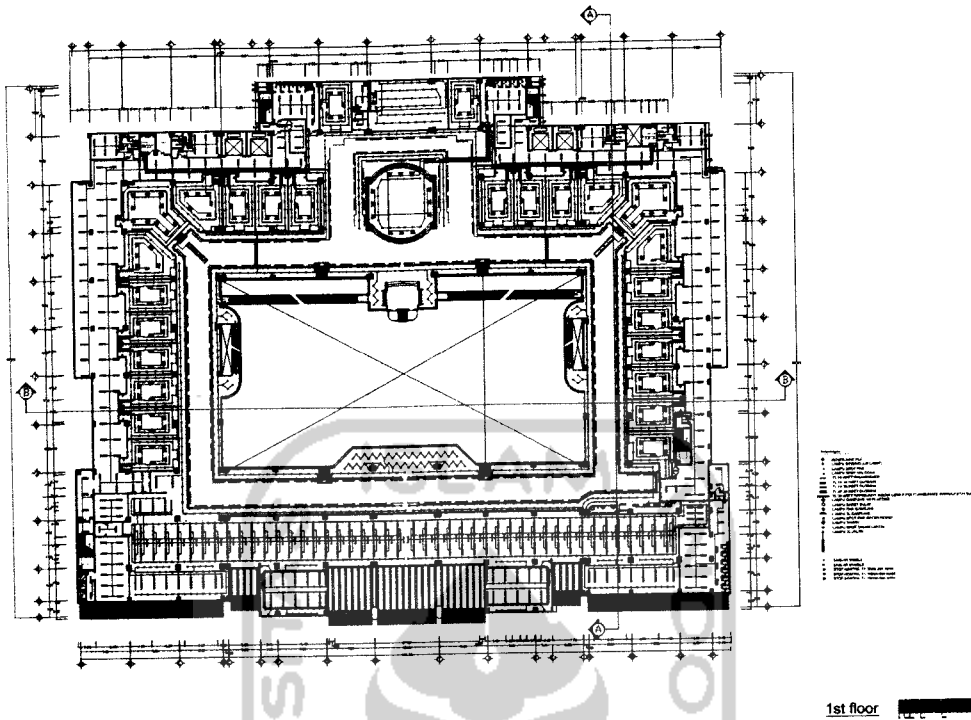


Gambar rencana titik lampu lantai dasar

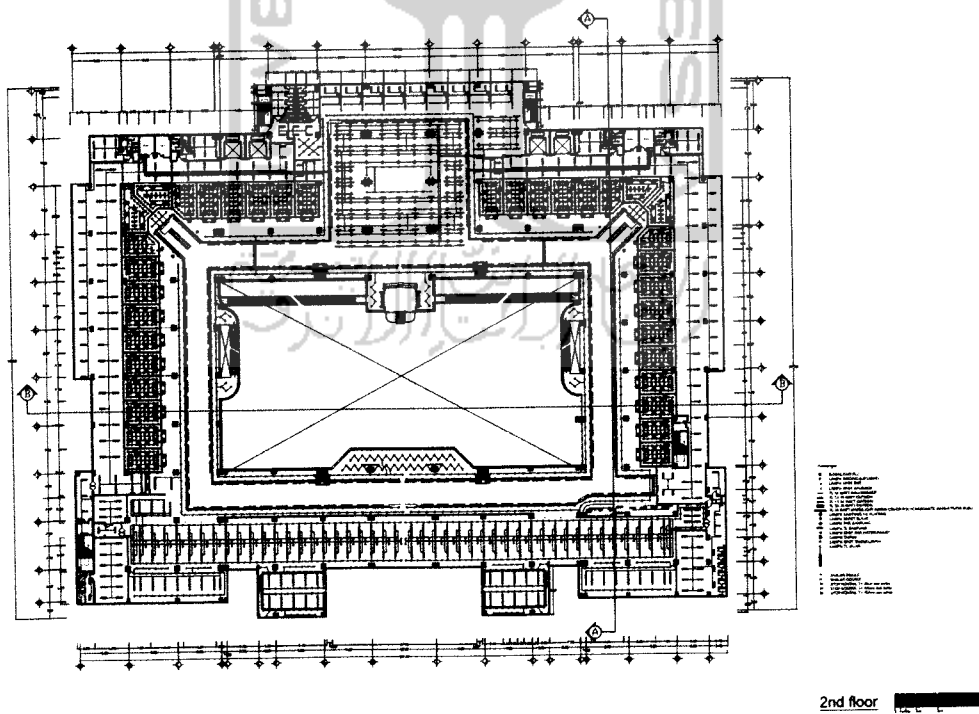
Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



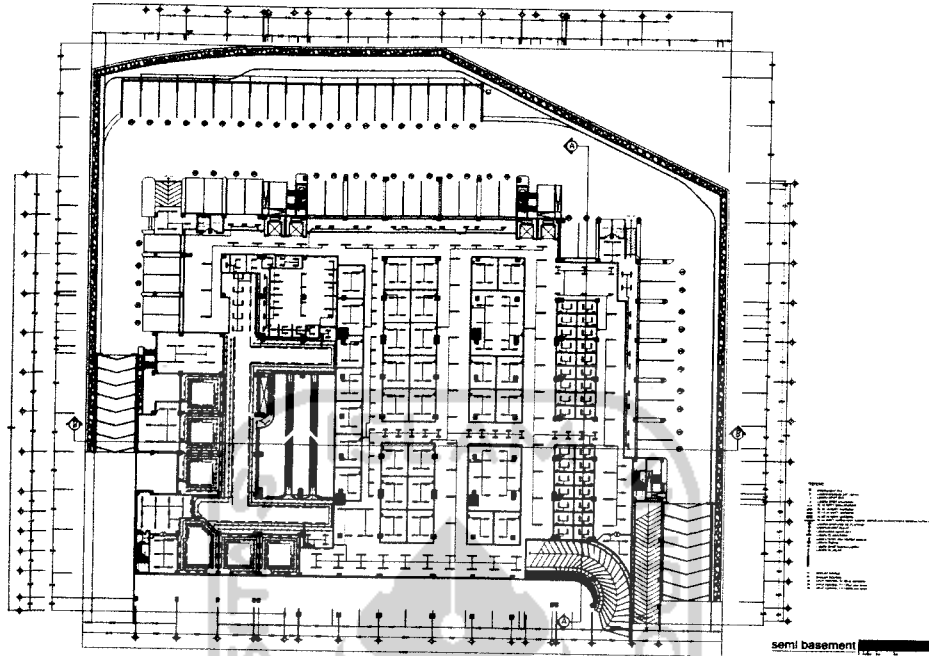
Gambar rencana titik lampu lantai 1
Sumber : desain studio



Gambar rencana titik lampu lantai 2
Sumber : desain studio

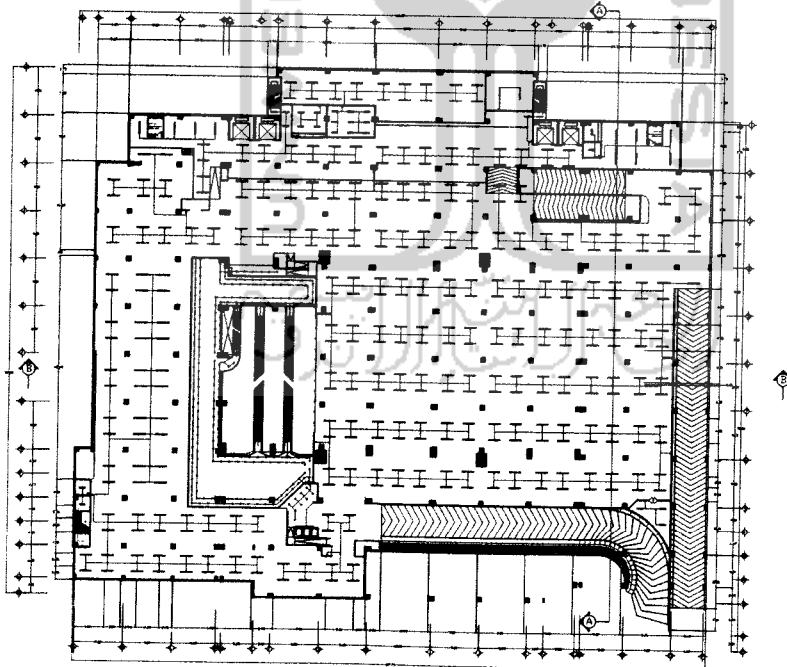
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar rencana titik lampu basement1

Sumber : desain studio

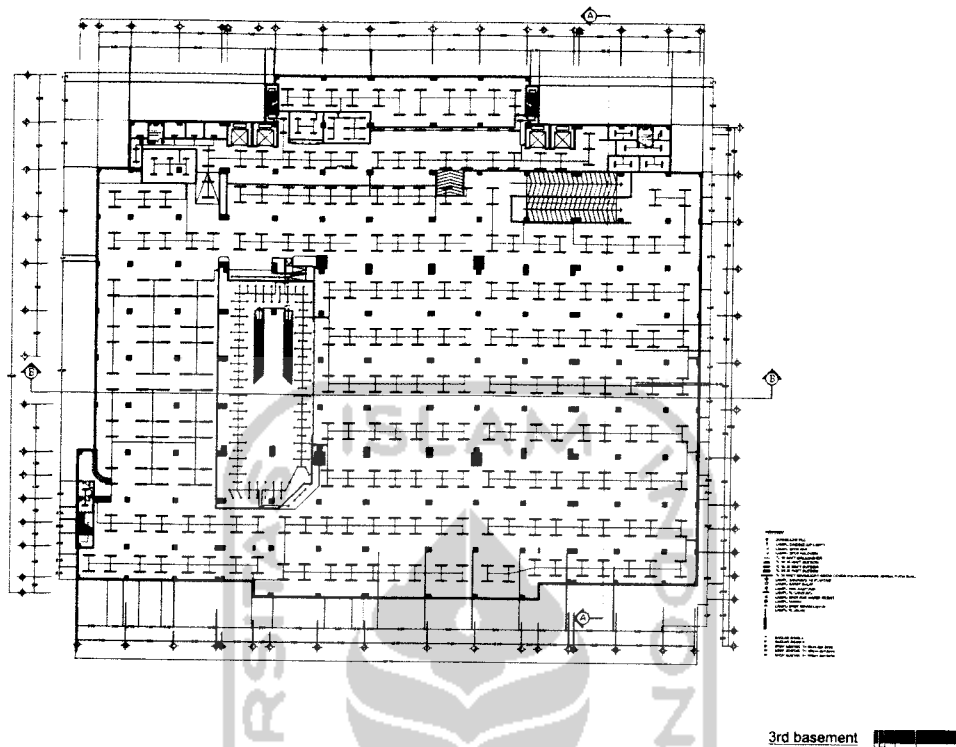


Gambar rencana titik lampu lantai basement 2

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail

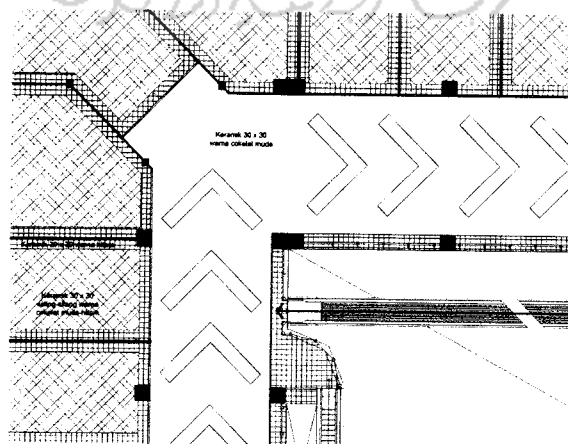


Gambar rencana titik lampu lantai basement 2

Sumber : desain studio

VIII.1.7.2. rencana pola lantai

Untuk mengarahkan pergerakan pengunjung, pola lantai di rancang sedemikian rupa untuk mengarahkan pengunjung, yaitu menggunakan bentuk "V" yang mudah dipahami pengunjung dan dapat dengan mudah menunjukkan arah sirkulasi

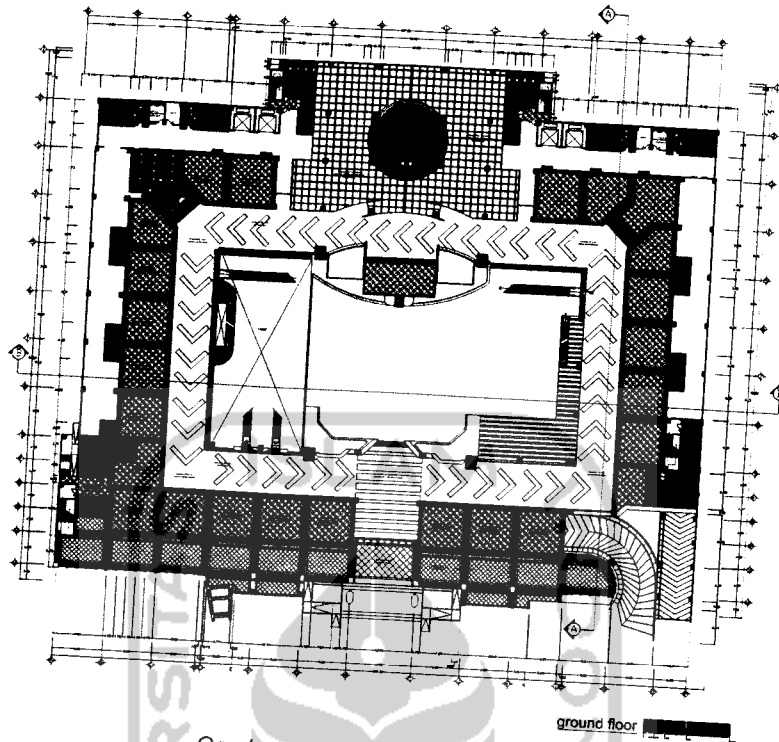


Gambar pola lantai selasar

Sumber : desain studio

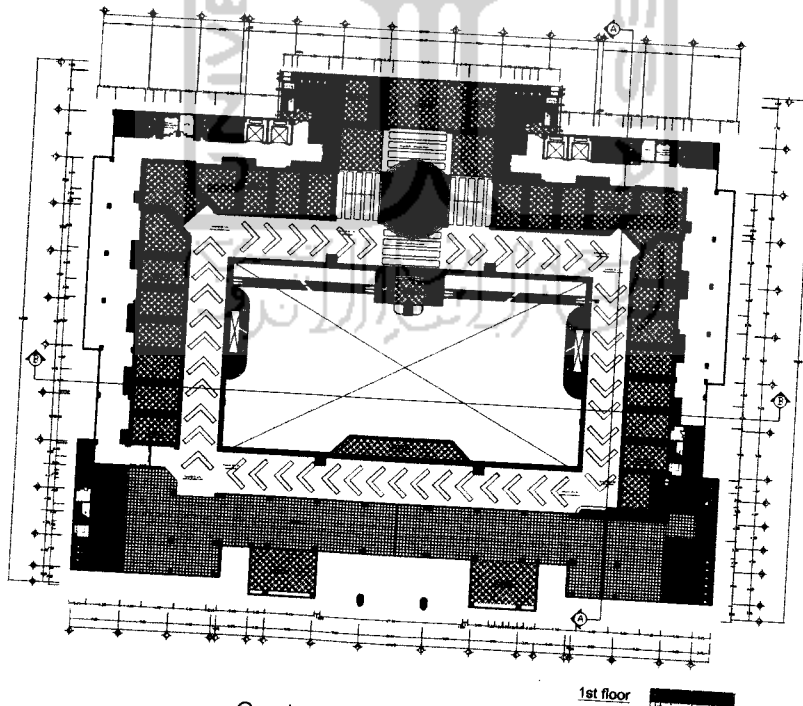
PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar rencana pola lantai dasar

Sumber : desain studio

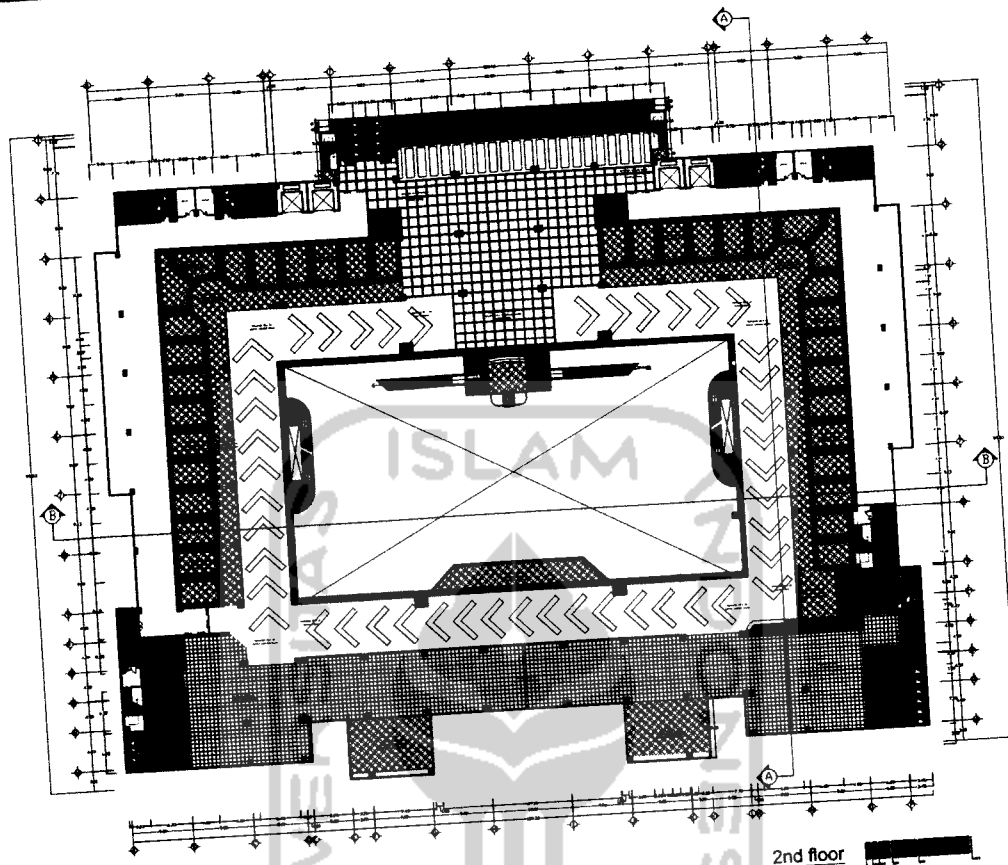


Gambar rencana pola lantai 2

Sumber : desain studio

PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

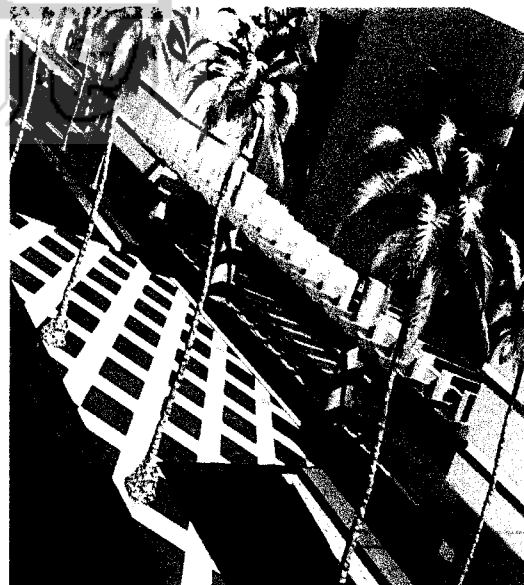
Tata ruang dan sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap retail



Gambar rencana pola lantai 3
Sumber : desain studio

Daftar pustaka

- *Buku INDONESIA SHOPPING CENTERS.*
- *Buku The 4Rs Of ASIAN Shopping Centre Management (Lynda Wee Keng Neo, Tong Kok Ming)*
- *Time-Savers Standards for interior design and space planning, dan Architecture Graphics Standards (Ernest Neufert, Joseph De Chiara, dan Ramsey/Sleeper)*
- *Time-Saver Standards For Building Types (J.De Chiara and John Hancock Callender)*
- *Time-saver Standards for Building Materials & Systems*
- http://www.wikipedia.org/glass_characteristic.html
- <http://www.nanotech.co.id/artikel.html>
- <http://www.kadin-indonesia.co.id>
- <http://www.mitra10.com>
- <http://swa.co.id>



PUSAT PENJUALAN BAHAN BANGUNAN

Tata Ruang dan Sirkulasi yang dapat meratakan peluang penjualan pada setiap ritel