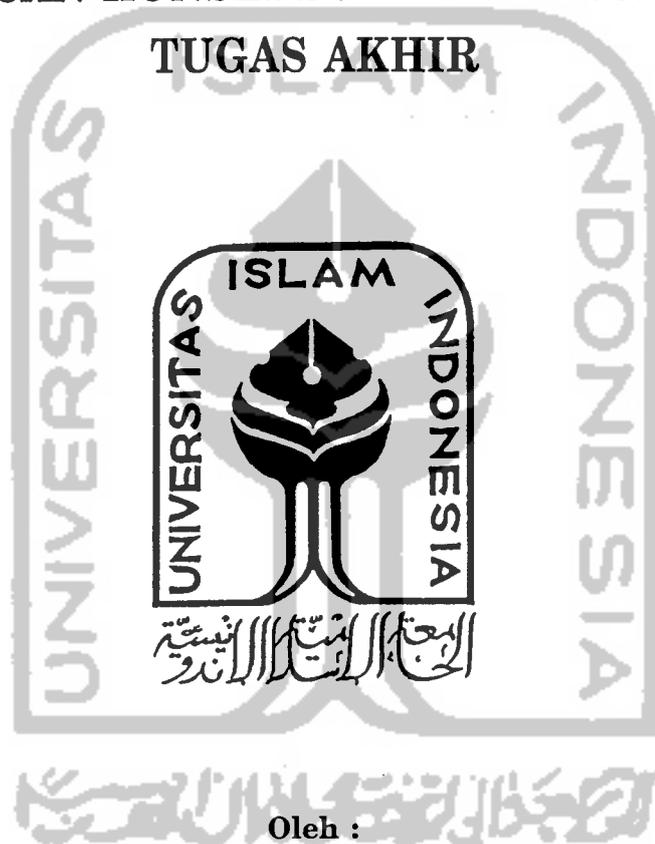


**SHOPPING CENTER
DI MADIUN**

**PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN
ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR
LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN**

TUGAS AKHIR



Oleh :

Marsudi Yuwono

89340012 / TA

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

1994

**SHOPPING CENTER
DI MADIUN**

**PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN
ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR
LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN**

TUGAS AKHIR

Tugas Akhir Diajukan Kepada
Jurusan Teknik Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Universitas Islam Indonesia
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Teknik Arsitektur

Oleh :

Marsudi Yuwono

89340012 / TA

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

1994

- Sejumlah pihak dan instansi yang mengizinkan penulis mendapatkan data-data.
- Serta rekan-rekan yang telah banyak membantu selama proses penulisan hingga terselesaiannya karya ini, kiranya Allah Swt sendiri yang akan membalas segala budi baik yang telah diberikan.

Akhirnya, penulis berharap semoga buku ini bermanfaat.



Yogyakarta, Februari 1994

Penulis

Marsudi Yuwono

No. Mhs : 89 340 012/TA

ABSTRAKSI

SHOPPING CENTRE DI MADIUN
PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN
ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR

Oleh

Marsudi Yuwono

89 340 012/TA

Jurusan Teknik Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil Dan perencanaan
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Perekonomian disuatu kota merupakan aktifitas penting dan rutin yang dilakukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi ekonomi masyarakat semakin tinggi pula kebutuhan yang harus dipenuhi.

Dengan keberhasilan perekonomian berarti aktifitas masyarakat semakin tinggi maka harus terwadahi oleh sarana dan prasarana yang ada agar apa yang dibutuhkan masyarakat dapat terpenuhi sesuai dengan tingkat perkembangannya.

Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan baru yang moderen dengan bentuk-bentuk yang moderen dan disertai penerapan teknologi yang maju akan memberikan kenyamanan, keamanan dan kelancaran dalam kegiatan berbelanja.

Madiun sebagai kota yang terus berkembang tingkat perekonomiannya dimana masyarakatnya terdapat beberapa golongan : pelajar, mahasiswa, tenaga kerja industri, pegawai dll merupakan suatu potensi sebagai konsumen yang sangat potensial.

Bentuk-bentuk bangunan setempat yang ada merupakan potensi sejarah yang perlu digali dan ditampilkan kembali pada bentuk-bentuk bangunan moderen sehingga akan ada kesinambungan nilai-nilai budaya setempat.

Shopping Centre bagi masyarakat merupakan sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dengan fasilitas yang memadahi dan representatif dengan penerapan teknologi yang modern sehingga akan memberikan kelancaran dan kenyamanan dalam melakukan aktifitasnya.

Dengan direncanakanya pembangunan *Shopping Centre* di pusat kota Madiun akan memberi suasana baru bagi masyarakat setempat dan sekitarnya.

Dimana *Shopping Centre* yang direncanakan didesain berdasarkan fungsi dan kegiatan medern dengan tinjauan bangunan multi fungsi yang terwadahi didalamnya, dengan melakukan analisis terhadap pemasalahan yang ada untuk mendapatkan optimasi fungsi *Shopping Centre* itu sendiri. Sedangkan penampilan bangunan khususnya mengacu pada daerah setempat dan preseden arsitektur di Jawa Timur pada umumnya dan Kontekstual Madiun pada khususnya.



DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstraksi	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Lampiran	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Dan Pengertian	6
1.3. Permasalahan	7
1.4. Tujuan Pembahasan	7
1.5. Sasaran Pembahasan	7
1.6. Lingkup Pembahasan	8
1.7. Metode Pembahasan	8
1.8. Sistematika Pembahasan	8
BAB II : SHOPPING CENTRE SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN DAN ARTEFAK ARSITEKTUR	
2.1. Shopping Center	
(Pusat Perbelanjaan	11
2.1.1. Pengertian pusat perbelanja- an	11

2.1.2. Jenis Pusat Perbelanjaan	12
2.1.3. Pusat Perbelanjaan Yang Di rencanakan	14
2.1.4. Shopping Center Sebagai Arte- fak Arsitektur	14

BAB III : TEORI PRESEDEN, ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR

3.1. Preseden	23
3.1.1. Filosofi Preseden	23
3.1.2. Prinsip Penggunaan	24
3.2. Strategi Konservasi Sebagai Tindak Lanjut Preseden	27
3.2.1. Tujuan Konservasi	27
3.2.2. Sasaran Konservasi	28
3.3. Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Tinjauan Tipologis	28
3.3.1. Artefak Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Secara Umum	28
3.3.2. Artefak Arsitektur Jawa Timur Konteks Madiun Tinjauan Tipologis	33
3.4. Shopping Centre di Madiun	36
3.5. Tinjauan Kawasan Perdagangan Madiun	37

**BAB IV : ANALISIS KARAKTERISTIK ARSITEKTURAL SEBAGAI
PIJAKAN TEORI PRESEDEN**

4.1. Preseden Sebagai Konsep Tautan Perancangan Shopping Centre	39
4.2. Kerangka Analisis Identifikasi Karakteristik Arsitektural Tipologi Bangunan	40
4.2.1. Karakteristik Dasar Tata- Ruang	40
4.2.2. Karakteristik Dasar Arsitektural Facade Bangunan	41
4.3. Pendekatan Analisis	43
4.3.1. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Tata- Ruang .	43
4.3.2. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan	44
4.4. Analisis Karakteristik Arsitektural	50
4.4.1. Analisis Karakteristik Tata- Ruang	50
4.4.2. Analisis Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan	52
4.5. Kesimpulan	61
4.5.1. Preseden Sebagai Konsep Strategi Konservasi	61
4.5.2. Preseden Sebagai Konservasi	

BAB V : BENTUK, PENDEKATAN TRANSFORMASI KONSEP SHOPPING CENTER DI MADIUN

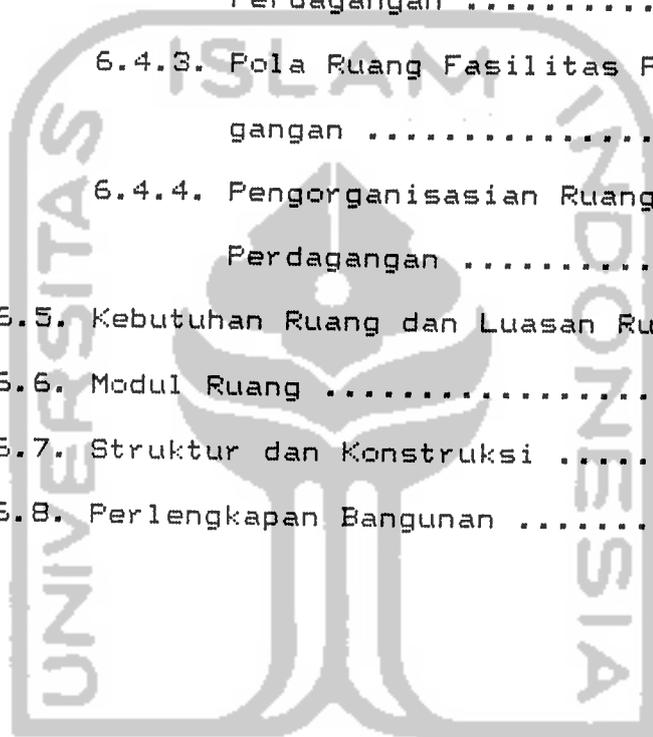
5.1. Preseden Umum	64
5.2. Pendekatan Perancangan Penampilan bentuk Bangunan	65
5.2.1. Kebutuhan Penampilan Bagi Pusat Perbelanjaan	65
5.2.2. Orientasi Perletakan Bangunan dan Pintu Masuk	67
5.2.3. Penampilan Fisual Bentuk Bangunan	69
5.2.4. Penampilan Visual Ukuran Bangunan	72
5.3. Pendekatan Pola Sirkulasi dan Fungsi Ruang	74
5.4. Pendekatan Perencanaan Shopping Centre	75
5.4.1. Mencari Alternatif Lokasi Shopping Centre	75
5.4.2. Keadaan Site	80
5.4.3. Sirkulasi Sekitar Site	81
5.4.4. Pemilihan Pintu Masuk Site ..	82
5.4.5. Masa Bangunan Dan Space	82
5.4.6. Kebutuhan Luasan Bangunan	84
5.5. Pengorganisasian Ruang Kegiatan	

5.5.1. Zona Dropping Barang Pada Site	86
5.5.2. Pelaku Kegiatan	88
5.5.3. Kebutuhan Ruang	89
5.5.4. Pola Ruang Fasilitas	
Perdagangan	89
5.5.5. Pengorganisasian Ruang	89
5.5.6. Organisasi Pelaku Kegiatan Dalam	
Shopping Centre	91
5.5.7. Pendekatan Besaran Ruang	91
5.5.8. Kegiatan Jual Beli	92
5.5.9. Kelompok Fasilitas	96
5.5.10. Pola Ruang Fasilitas	
Perdagangan	99
5.5.11. Pengorganisasian Ruang	
Perdagangan	104
5.6. Pendekatan modul Ruang	107
5.7. Struktur Dan Konstruksi	110
5.8. Perlengkapan Bangunan	111

BAB VI : KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

6.1. Konsep Penampilan Visual Bangunan ..	113
6.2. Pola Kegiatan Sirkulasi dan Fungsi	
Ruang	114
6.3. Konsep Perencanaan Shopping Center .	115
6.3.1. Lokasi Site Shopping Center .	115
6.3.3. Pemilihan Pintu masuk Site ..	117

6.3.4. Masa Bangunan dan Space	118
6.3.5. Kebutuhan Luasan Bangunan ...	119
6.3.6. Jenis Fasilitas Perdagangan .	119
6.4. Pengorganisasian Ruang Kegiatan	122
6.4.1. Zona Dropped Barang Pada Site	122
6.4.2. Perletakkan Kelompok Fasilitas Perdagangan	122
6.4.3. Pola Ruang Fasilitas Perda- gangan	123
6.4.4. Pengorganisasian Ruang Fasilitas Perdagangan	127
6.5. Kebutuhan Ruang dan Luasan Ruang ...	129
6.6. Modul Ruang	130
6.7. Struktur dan Konstruksi	130
6.8. Perlengkapan Bangunan	130



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

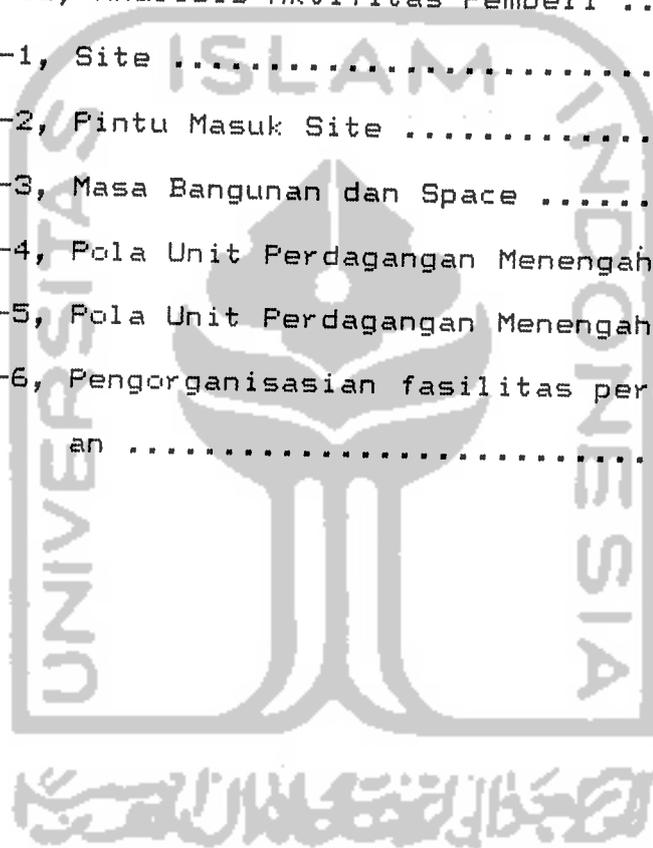
DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 4-1, Pembobotan bangunan dalam kategori bangunan konservasi	50
2. Tabel 4-2, Analisis Karakteristik Facade Bangunan Gereja St Thomas	54
3. Tabel 4-3, Analisis Karakteristik Facade Bangunan Kantor Residen	56
4. Tabel 4-4, Analisis Karakteristik Facade Bangunan Masjid Rudlatul Aftal	58
5. Tabel 4-5, Analisis Karakteristik Facade Bangunan Rumah Tinggal	60
6. Tabel 5-1, Kriteria Pemilihan Lokasi	78
7. Tabel 5-2, Jenis Pertokoan Yang Diklasifikasikan Di Madiun	85
8. Tabel 5-3, Fasilitas yang direncanakan untuk konsumen golongan menengah-atas	85
9. Tabel 5-4, fasilitas yang direncanakan untuk golongan menengah-bawah	86
10. Tabel 5-5, Pelaku kegiatan	90
11. Tabel 5-6, Kebutuhan Ruang	90
12. Tabel 5-7, Jenis Pedagang	94
13. Tabel 5-8, Macam fasilitas yang digunakan	95
14. Tabel 5-9, Jenis pembeli	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 1-1, Diagram Pola Pikir	10
2. Gambar 2-1, Contoh Ruang Pada Shopping Centre ..	19
3. Gambar 2-2, Contoh Ruang Pada Shopping Centre ..	20
4. Gambar 2-3, Contoh Bentuk Pada Shopping Centre .	21
5. Gambar 2-4, Contoh Bentuk Pada Shopping Centre .	22
6. Gambar 3-1, Contoh Rumah Bupati	30
7. Gambar 3-2, Rumah Ibadah Masjid	31
8. Gambar 3-3, Rumah Tempat Musyawarah	32
9. Gambar 3-4, Arsitektur Vernakuler	33
10. Gambar 3-5, Arsitektur Kolonial	34
11. Gambar 3-6, Arsitektur Art-Deko	35
12. Gambar 3-7, Peruntukan Fungsi Bangunan	38
13. Gambar 4-1, Pola Fungsi Ruang Rumah Bupati	51
14. Gambar 4-2, Atap Rumah Bupati	53
15. Gambar 5-1, Orientasi Bangunan	68
16. Gambar 5-2, Facade bangunan komersial	70
17. Gambar 5-3, Facade pertokoan	73
18. Gambar 5-4, Pola Ruang	74
19. Gambar 5-5, Lokasi dan Site	79
20. Gambar 5-6, Sirkulasi sekitar site	80
21. Gambar 5-7, Pintu masuk site	82
22. Gambar 5-8, Masa bangunan dan space	83
23. Gambar 5-9, Zona Droning Barang Pada Site	84

24. Gambar 5-10, Zoning kelompok fasilitas	98
25. Gambar 5-11, Pola Unit Perdagangan menengah-Atas	101
26. Gambar 5-12, Pola Unit Perdagangan Menengah-Bawah	103
27. Gambar 5-13, Alternatif Pertama organisasi Ruang	105
28. Gambar 5-14, Alternatif Kedua Organisasi Ruang .	106
29. Gambar 5-15, Analisis Luasan unit Penjualan	108
30. Gambar 5-16, Analisis Aktifitas Pembeli	109
31. Gambar 6-1, Site	116
32. Gambar 6-2, Pintu Masuk Site	117
33. Gambar 6-3, Masa Bangunan dan Space	118
34. Gambar 6-4, Pola Unit Perdagangan Menengah-atas	124
35. Gambar 6-5, Pola Unit Perdagangan Menengah-bawah	126
36. Gambar 6-6, Pengorganisasian fasilitas perdagangan	128



DAFTAR LAMPIRAN

1. Peta wilayah Kotamadya Dati II Madiun.
2. Peta peruntukan Lahan Komersial.
3. Klasifikasi fasilitas komersial.
4. Komposisi kelompok fasilitas perdagangan.
5. Rencana fasilitas perdagangan yang ada.





جامعة الإسلام في إندونيسيا

LEMBAR PENGESAHAN

**SHOPPING CENTER
DI MADIUN**

**PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN
ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR
LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN
TUGAS AKHIR**

Oleh :

Marsudi Yuwono

89340012 / TA

Yogyakarta, Februari 1994

Menyetujui

Pembimbing Utama



Ir. Chufran Pasaribu

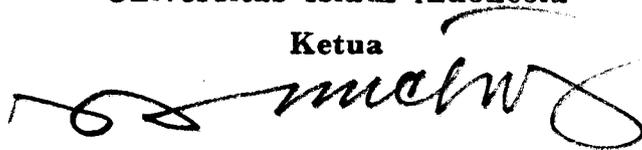
Pembimbing Pembantu



Ir. Hadi Setiawan

**Jurusan Teknik Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Universitas Islam Indonesia**

Ketua



Ir. Munichy. B. Edress, M.Arch

KATA PENGANTAR

Tidak ada ungkapan yang lebih berarti selain rasa syukur yang mendalam kehadirat Tuhan, oleh karena kasih dan kemurahanNya yang telah memampukan penulis dalam segala keterbatasan yang ada, sehingga buku Landasan Konseptual Perancangan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Buku ini disusun sebagai bagian dari Tahapan Tugas Akhir yang diajukan sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana Teknik Arsitektur, Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia dengan judul **SHOPPING CENTRE DI MADIUN PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR.**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada

- Bapak Ir. Chufraan Pasaribu, Ir. Hadi Setiawan, dan Ir. Illya F. Maharika yang telah memberikan bimbingan, semangat dan penalaran selama tahapan penulisan Landasan Konseptual Perancangan dalam kapasitas sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
- Bapak Ir. Munichy B. Edrees, M. Art selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia dan *civitas academica* Jurusan Teknik Arsitektur yang telah membekali pengetahuan dan kemampuan, kesempatan dan keleluasaan untuk berkarya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Pertumbuhan Penduduk

Pendapat B.N. Marbun, SH. pada buku Kota Indonesia Masa Depan menyebutkan bahwa dewasa ini, kecenderungan pertumbuhan dan perkembangan kota-kota di Indonesia pada umumnya sangat pesat selama 45 tahun terakhir. Kecenderungan ini nampaknya masih akan terus berlangsung sejalan dengan realita bahwa hampir semua pembangunan bertumpuk di kota. Menurut beberapa ahli, beberapa kota Indonesia akan penuh sesak dengan segala permasalahannya. Pertambahan penduduk kota yang cepat sejalan dengan tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia rata-rata, sebesar 2,34 % pertahun. Dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang cukup besar tersebut, sudah cukup untuk mengakibatkan pertumbuhan penduduk kota yang cukup pesat. Hal ini akan menyebabkan kota butuh sarana dan prasarana fasilitas sosial yang memadai.

Kota Madiun dilihat dari Data Statistik Kotamadya Dati II Madiun sebagai salah satu kota yang tingkat pertumbuhan penduduknya cukup stabil yaitu rata-rata 1,2 % pertahun.



1.1.2. Pertumbuhan ekonomi

Kota madiun dapat dikatakan sebagai kota yang sangat pesat perkembangan perekonomiannya. ini bisa dilihat kegiatan perdagangan regional kota Madiun menurut karakteristik potensi ekonomi wilayah yang lebih luas pada dasarnya memperkuat perannya terhadap proses jasa distribusi.

Dari data Produk Domestik Regional Bruto Kodya Madiun tahun 1983-1991 disebutkan bahwa perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Kotamadya Daerah Tingkat II Madiun menunjukkan adanya peningkatan yang berarti, yaitu rata-rata 23,69 % pertahunnya dengan kontribusi sub sektor perdagangan sebesar 16,56 % yang termasuk dalam sektor yang dominan.

Seiring dengan adanya perkembangan ekonomi perlu adanya keterpaduan antara bidang promosi, penyediaan fasilitas, mutu dan kelancaran pelayanan sehingga dapat mengoptimalkan kota sebagai pusat kegiatan ekonomi antar beberapa kepentingan yang ada baik distributor sebagai pensuplai kebutuhan dan masyarakat sebagai konsumen.

Dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi tersebut maka kemampuan untuk berkonsumsi masyarakat juga cenderung meningkat, dalam hal ini yaitu menggunakan uang untuk belanja. Untuk itu maka pembangunan *Shopping Centres* sebagai fasilitas perbelanjaan baru masih memungkinkan untuk masa sekarang dan yang akan datang.

Hasil wawancara dengan kepala BAPPEDA Kotamadya Madiun bahwa, dengan pertumbuhan yang cukup tinggi pembangunan pusat perbelanjaan tersebut memungkinkan, karena letak kota Madiun yang cukup sentris terhadap kota-kota kecamatan sekitarnya maupun kota-kota kabupaten, seperti Magetan, Ngawi, dan Ponorogo. Selain juga didukung oleh sarana dan prasarana transport yang memadai sehingga memperlancar proses koleksi dan distribusi. Sampai dengan tahun 2008 kota Madiun masih memerlukan pusat perbelanjaan baru dengan luas ± 72.000 meter persegi (RIK Kotamadya Dati II Madiun), jadi merupakan peluang komersial yang baik untuk mengembangkan *Shopping Centre* sebagai pusat perbelanjaan baru.

1.1.3. Trend Perkembangan Komersial

Perkembangan kota-kota dewasa ini yang sangat pesat seiring dengan tingkat pertumbuhannya mengakibatkan munculnya pusat-pusat perbelanjaan baru sebagai fasilitas yang lengkap dengan tingkat keamanan, kenyamanan, kemudahan dalam pelayanan dan suasana yang menyenangkan hampir bisa memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat dewasa ini.

Bangunan komersial dewasa ini cenderung meninggalkan bentuk-bentuk yang beridentitas lingkungan, mengabaikan kaidah-kaidah nilai budaya setempat, wajah bangunan terlalu menginternasional.

Bentuk-bentuk dengan desain moderen yang serba sama dan penerapan teknologi moderen dengan meninggalkan

kaidah-kaidah perancangan arsitektur tradisional akan dinilai tidak mempunyai jati diri atau identitas. (Ir. Eko Budiarjo, 1985)

1.1.4. Trend Perkembangan Kontekstual

Shopping Centre sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan akan menyediakan kebutuhan masyarakat yang juga memberi rasa aman, nyaman, menyenangkan dan kelancaran pelayanan.

Dalam merancang sesuatu yang baru, seperti halnya *Shopping centre* disamping terdapat penerapan teknologi yang moderen dalam bangunan yang akan menjadi daya tarik tersendiri maka perlu bahwa sesuatu yang baru tidak meninggalkan kaidah-kaidah hasil rancangan yang ada sebelumnya, baik itu bentuk-bentuk yang mendominasi sebagai ungkapan ciri khas suatu daerah.

Di daerah pusat komersial kota Madiun masih banyak dijumpai bentuk-bentuk dan gaya bangunan-bangunan yang sudah kuno tapi masih bertahan sampai sekarang. Bentuk-bentuk tersebut antara lain : bangunan arsitektur Kolonial, Art Deco, Vernakular, dan bentuk arsitektur Jawa Timur pada umumnya. Secara historis bangunan komersial yang ada terdapat pengaruh bangunan kolonial jaman dulu, ini bisa dilihat dari beberapa persamaan bangunan pertokoan dengan bangunan pemerintahan jaman kolonial. Persamaan tersebut antara lain bentuk-bentuk facade bangunan yang kebanyakan simetris dengan beberapa ornamen yang ada, garis-garis horisontal yang kuat, dan bukaan-bukaan

yang diulang-ulang.

Disamping itu facade bangunan juga terdapat ungkapan bentuk Art-deco yang berupa undak-undakan yang simetris dengan penekanan garis-garis horisontalnya yang kuat, yang membuat suatu ritme disepanjang jalan kawasan pertokoan yang sampai sekarang masih ada.

Pertokoan menempati ruang-ruang yang terbentuk oleh pola jalan yang secara keruangan, tiap-tiap blok pertokoan di Madiun kurang adanya keterkaitan sebagai satu kawasan daerah perdagangan, orientasi kurang baik, pencapaian sulit jadi perlu pemilihan ruang yang setrategis sehingga akan menjadi suatu pusat kawasan perdagangan.

Dari beberapa ciri khas bentuk-bentuk bangunan yang ada bisa dijadikan titik tolak dalam merancang *Shopping Centre* dengan tidak meninggalkan kaidah-kaidah arsitektur setempat yang ada sehingga dihasilkan rancangan bangunan pusat perbelanjaan baru yang secara fisik mengikuti gaya arsitektur setempat yang sudah ada.

Ini merupakan langkah yang baik agar gaya arsitektur yang sudah lama ada tetap ada dan tidak hilang satu persatu karena modernitas yang semakin pesat.

Seperti dicetuskan oleh prof. *Henryk Skolimowski* dalam kongres Arsitek di Inggris 1976, bahwa gaya arsitektur internasional yang serba sama dirombak dengan kaidah baru yang lebih kontekstual : "**Bentuk Mengikuti Budaya**" (Eko Budiarjo, 1985). Jadi disini perlu kita untuk menggali potensi gaya arsitektur setempat untuk diejawantahkan

kembali dengan makna dan citra baru.

Madiun yang secara geografis terletak di Jawa Timur tidak terlepas dari kaidah-kaidah arsitektur di Jawa Timur pada umumnya.

Dengan bertitik tolak pada tren perkembangan komersial dan terdnd perkembangan kontekstual maka pada arsitektur konteks Madiun juga bisa mencirikan karya arsitektur di Jawa Timur pada umumnya dalam mewujudkan ungkapan fisik bangunan *Shopping Centre* di Madiun.

1.2. BATASAN DAN PENGERTIAN

Pengertian *Shopping Centre* : *Shopping Centre* merupakan sekelompok unit-unit pertokoan yang memberikan pelayanan jual beli barang dengan skala eceran guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sedang dilain pihak, *Shopping Centre* merupakan salah satu fungsi yang dibutuhkan sebagai salah satu mata rantai dari kegiatan ekonomi dan sarana fisik perdagangan (*Shopping Centre Development Handbook*, ULI-The Urban Land Institute, 1977)

Bangunan gedung *Shopping Centre* yang direncanakan menitikberatkan pada penampilan bangunan dengan bentuk-bentuk bangunan/fasade bangunan setempat di Madiun dan karya-karya Arsitektur di Jawa timur pada umumnya sebagai preseden.

Bangunan arsitektur diJawa Timur dianalisis terbatas pada bangunan arsitektur Jawa di Jawa Timur sebagai preseden yang mewakili arsitektur Jawa Timur pada umumnya, sedang-

kan pada kontek Madiun diambil sampel-sampel yang mewakili sebagai preseden.

1.3. PERMASALAHAN

- a. Bagaimana bentuk kontekstual kehadiran suatu fasilitas *Shopping Centres* baru di Madiun sebagai pusat kegiatan komersial dengan pusat-pusat kegiatan lingkungan yang lainnya sehingga diperoleh pusat kegiatan baru yang beridentitas lingkungan.
- b. Bagaimana merencanakan fasilitas *Shopping Centres* dalam hubungannya dengan desain ungkapan fisik (bentuk) bangunan di Jawa Timur pada umumnya dan secara kontekstual Madiun khususnya.

1.5. TUJUAN PEMBAHASAN

- a. Secara umum tujuan pembahasan adalah untuk menyusun suatu konsep perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Centres* di Madiun yang secara kontekstual bisa melestarikan arsitektur setempat.
- b. Secara khusus untuk membuat suatu rancangan *Shopping Centres* di Madiun yang bisa menjadi ungkapan fisik gaya arsitektur setempat yang ada.

1.5. SASARAN PEMBAHASAN

Secara arsitektur membuat rumusan konsep dasar perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Centres* di Madiun yang dapat memenuhi terhadap tuntutan perkembangan kebutuhan masyarakat yang meningkat serta membuat

citra baru bangunan pusat perbelanjaan dengan gaya arsitektur setempat.

1.6. LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan akan dilakukan dalam disiplin ilmu arsitektur, dengan dilandasi oleh argumen-argumen yang bisa jadi bersifat interdisipliner. Dimana akan dilakukan upaya-upaya untuk penataan bangunan terhadap lingkungan kota dan analisis tidak ditekankan pada manajemen pengelolaan.

Hal-hal yang berada diluar lingkungan pemikiran disiplin arsitektur apabila berkaitan dengan pokok masalah akan diusahakan dibahas dengan logika sederhana sesuai dengan kemampuan.

1.7. METODE PEMBAHASAN

Mengidentifikasi masalah yang dianggap relevan terhadap permasalahan arsitektur dengan cara pengumpulan data antara lain ; studi literatur, data instansi, survey/observasi, dan wawancara. Dari data-data tersebut dilakukan analisis diskripsi kualitatif yang cukup untuk menghasilkan suatu rancangan.

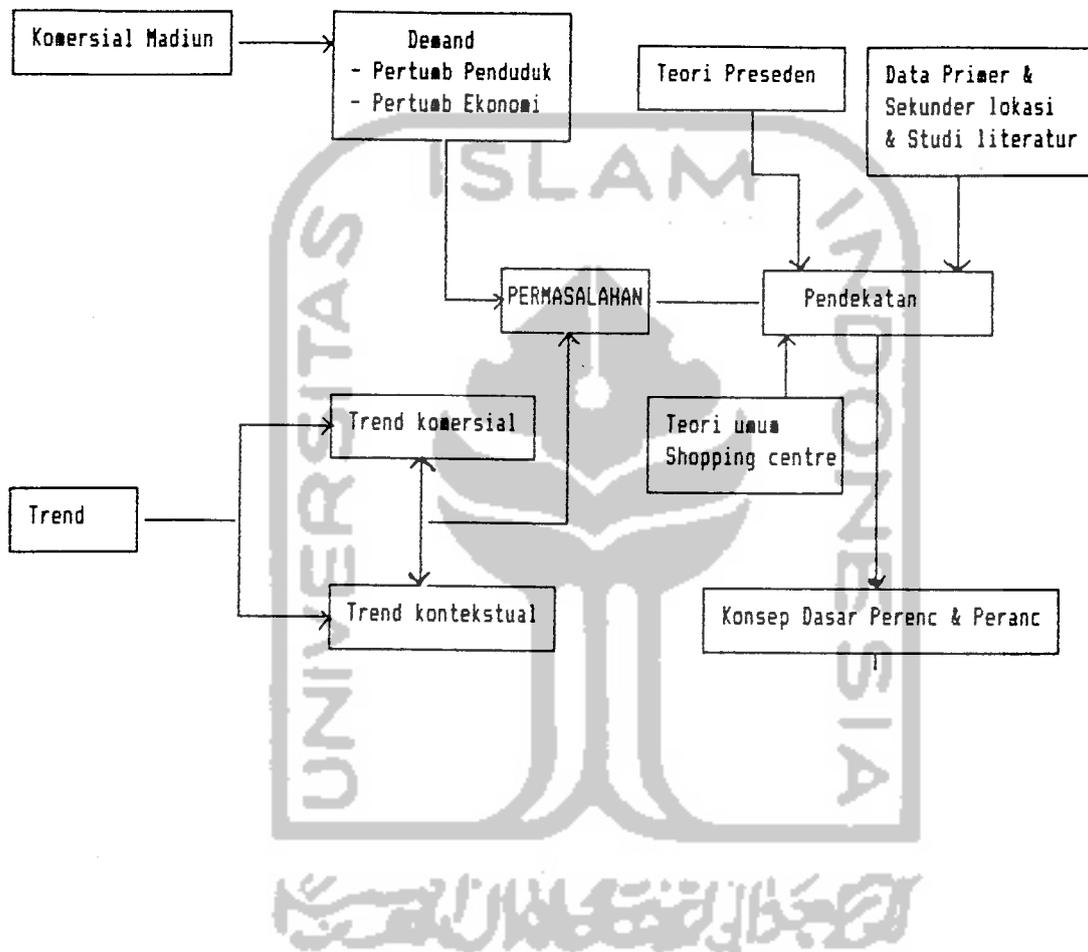
Disamping itu akan dimanfaatkan hasil penelitian atau pemikiran para ahli yang sudah dibukuka sebagai pendukung dalam analisis.



1.8. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

- Bab I : Mengemukakan latar belakang, batasan dan pengertian permasalahan, tujuan pembahasan, sasaran pembahasan, serta lingkup pembahasan yang dicapai
- Bab II : Mengemukakan tinjauan teoritis tentang *Shopping Centre* sebagai pusat perbelanjaan dan *Shopping Centre* sebagai artefak Arsitektur.
- Bab III : Mengemukakan Tinjauan mengenai teori Preseden dan Arsitektur Jawa Timur pada umumnya dan kontek Madiun pada khususnya
- Bab IV : Melakukan pendekatan sebagai pijakan dalam analisis dengan teori preseden sebagai kerangka analisis dan selanjutnya menganalisis artefak arsitektur dalam konteks arsitektur di Jawa Timur sebagai dasar konsep perencanaan dan perancangan dan menyimpulkan dari hasil analisis.
- Bab V : Melakukan pendekatan transformasi konsep dari kesimpulan analisis dan melakukan pendekatan tentang kajian-kajian *Shopping Center* di Madiun sebagai dasar konsep perencanaan dan perancangan.
- Bab VI : Menyusun konsep dasar perencanaan dan perancangan *Shopping Centre* di Madiun.

KERANGKA PIKIR



Gambar 1-1
Pola kerangka Pikir

BAB II
SHOPPING CENTER SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN
DAN ARTEFAK ARSITEKTUR

2.1. Shopping Center (Pusat Perbelanjaan)

2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

* *Shopping Center* dapat diartikan sebagai suatu kelompok fasilitas komersial (pertokoan, perdagangan dan jasa) yang diwadahi dan digabungkan dalam suatu tatanan arsitektural, didirikan pada suatu tapak dalam suatu bangunan yang direncanakan, dikembangkan dan dimiliki serta diatur sebagai satu unit.

Dalam suatu pusat perbelanjaan terdapat unit-unit fasilitas kegiatan komersial yang dibedakan dalam 3 kategori (Lion, Edgar ; 1976):

A. Fasilitas Komersial untuk jual beli barang

Fasilitas ini dapat terdiri dari shop unit (toko), fasilitas perdagangan retail, yang dapat berdiri sendiri atau kelompok dengan sifat pelayanan langsung antara penjual dan pembeli.

Store, yaitu suatu bentuk fasilitas perdagangan yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*.

Store dapat berupa :

- *Departemen store*, dengan luas area jual 10.000-20.000 meter persegi

- *Variety store*, dengan luas area jual 1.000-8000 meter persegi.
- *Specialist store*, dengan luas area 500-5.000 meter persegi.
- Super market, dengan luas area jual 400-2.000 meter persegi atau lebih kurang 3000 meter persegi.

B. Fasilitas Komersial untuk Pelayanan Jasa

- Restoran, dapat berupa *fast food* restoran atau *bourmet food marts*
- Fasilitas pelayanan jasa khusus, seperti *beauty shop, barber shop, watch repair, music studios & dance, travel agent* dan sebagainya.
- Fasilitas hiburan, seperti gedung bioskop, area bowling, area permainan anak

C. Fasilitas Komersial Untuk Perkantoran Komersial

Fasilitas ini disewa oleh pemakai (badan usaha/perusahaan) untuk digunakan sebagai ruang kegiatan pusat informasi dan promosi dari jenis kegiatan komersial yang dibidangnya, misalnya : kantor konsultan, kantor jasa konstruksi, kantor agen penjualan suatu jenis produksi

2.1.2. Jenis Pusat Perbelanjaan

Jenis atau tipe pusat perbelanjaan berdasarkan lingkup atau jangkauan pelayanan dapat dibedakan atas :

a. *Neighborhood Center*

Yaitu suatu pusat perbelanjaan yang biasanya menekan-

kan pelayanan barang kebutuhan sehari-hari seperti makanan, obat-obatan, peralatan/keperluan rumah tangga.

Jenis fasilitas yang termasuk disini adalah : *super market*, toko-toko tunggal (*shop units*)

Total area (luas lantai) yang digunakan untuk ruang penjualan = Gross Leaseable Area (GLA) sekitar 5.000 m² atau berada pada range 3.000-10.000 m².

Tingkat layanan (serve trade area population) = 2500-40.000 orang. Jenis ini sering dikatakan *convenience center*, dan merupakan bentuk terkecil dari pusat perbelanjaan.

b. *Comunity Center*

Yaitu pusat perbelanjaan yang memperdagangkan jenis barang yang lebih luas dari *neighborhood center*. Jenis fasilitas yang termasuk disini adalah : *departement store*, *Variety store*, *junior departemen store*, *super market* dan toko-toko tunggal.

Total GLA sekitar 15.000 m² atau pada range 10.000-30.000 m². Tingkat layanan 40.000-150.000 Orang penduduk.

c. *Regional Center*

Yaitu pusat perbelanjaan yang memperdagangkan jenis barang pada tingkatan yang lebih beragam dari tingkatan sebelumnya. Fasilitas ini terdiri dari kelompok *departemet store* dan toko-toko tunggal. Total GLA sekitar 40.000 m², atau pada range 30.000-100.000 m²

Tingkat layanan diatas 150.000 orang.

2.1.3. Pusat Perbelanjaan Yang Direncanakan

Mengingat cakupan area layanan yang cukup luas, pusat perbelanjaan yang dikembangkan adalah dalam klasifikasi *community center* dengan total GLA 10.000-30.000 m² termasuk didalamnya fasilitas seperti : *departemen store*, *variety store*, *junior departement store*, *super market* dan toko-toko tunggal.

2.1.4. Shopping Center Sebagai Artefak Arsitektur

a. Shopping Center, Tinjauan Filosofis.

Secara Definitif *Sopping Centre* adalah :

" Pengusahaan sewa dan beli ruang komersial berupa sekelompok pertokoan, yang dibangun dan dikelola oleh Investor.

" Pertokoan yang memperjual belikan barang jadi dan bukan barang mentah dengan sifat pelayanannya secara eceran dengan volume kecil, sedang, besar dan bukan secara grosir maupun pengumpul.

" Suatu tempat berbelanja yang memberikan kesempatan memilih lebih banyak dari kebutuhan barang yang diperlukan oleh

pengunjung/pembeli.

b. Shopping Center Sebagai Fungsi Pelayanan

a. Pengertian

Shopping Center merupakan sekelompok pertokoan yang memberikan pelayanan jual beli barang-barang jadi terpilih dengan skala eceran guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sedangkan dilain pihak, *Shopping Center* merupakan salah satu fungsi yang dibutuhkan sebagai salah satu mata rantai dari kegiatan ekonomi dan sarana fisik perdagangan.

b. Unsur-unsur Pelaku Kegiatan *Shopping Center*

Dari pengertian tersebut diatas, maka dapatlah ditemukan bahwa kegiatan utamanya adalah melayani jual-beli dan tentunya karena merupakan suatu bentuk usaha, menyangkut pula kegiatan pengelolaanya.

Dengandemikian bentuk usaha ini dapat berlangsung apabila :

1. Disatu pihak pedagang/penyewa dapat merasa beruntung dalam bidang usahanya tanpa merasakan beban akibat sewa lantai.
2. Dilain Pihak pembeli dapat merasa beruntung karena mendapatkan barang kebutuhannya dengan mudah dan harga yang relatif murah.
3. Pihak Investor dapat merasa beruntung, dengan memberikan fasilitas yang mewadahi

bagi penyewa maupun pembeli, dengan harapan dapat pemasukan yang maksimal dari komoditi lantainya.

c. Unsur-Unsur Aktifitas *Shopping Center*

Berdasarkan Kepentingan masing masing aktifitas *Shopping Center* dapat dibagi

1. Aktifitas pokok : Jual beli.

2. Aktifitas penunjang langsung

Yaitu aktifitas yang langsung menunjang kegiatan pokok dalam, gedung *Shopping Center* yang meliputi penyelenggaraan operasional pemeliharanya.

3. Aktifitas penunjang tak langsung menunjang aktifitas pokok yaitu manajemen.

d. Unsur-unsur Kegiatan Yang Menunjang Fungsi Pelayanan Jual beli

Kegiatan yang menunjang fungsi jual beli pada *Shopping Center* dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Distribusi Barang

Yaitu kegiatan pengiriman barang keunit-unit penjualan. Kegiatan ini dilakukan pada waktu-waktu tertentu. Karena dimensi dan frekwensi yang tidak begitu besar, maka belum dibentuk adanya jalur-jalur dan dimensi khusus.

2. Pengumpulan dan Penyajian

Pengempulan dan penyajian barang dipengaruhi oleh besar kecilnya unit penjualan, sedangkan besar kecilnya unit penjualan dipengaruhi oleh tingkat kemampuan pedagang yang antara lain :

a. Klasifikasi tingkat kemampuan pedagang

- Kecil : yaitu pedagang yang menjual dagangan dengan sifat pelayanan secara eceran dalam skala kecil.
- Besar : Yaitu pedagang yang menjual dagangan dengan sifat pelayanan secara eceran dalam skala besar.

b. Klasifikasi Unit Penjualan berdasarkan tingkat kemampuan pedagang

- Unit penjualan kecil

Karena volume barang relatif kecil, maka tidak dituntut adanya tempat yang khusus, sistem penyajian menggunakan sistem *show case*

- Unit penjualan besar

Pada unit ini volume dan jumlah barang relatif besar, oleh karena itu dituntut adanya tempat yang seimbang dengan kebutuhannya. Penyajian barang dagangannya sistem *show window*

c. Pergerakan dan Perpindahan Pengunjung

a. Kegiatan jual beli

Kegiatan pelayanan yang paling pokok didalam *Shopping Center* adalah kegiatan jual beli dimanaterjadi kontak langsung/komunikasi antara penjual dan pembeli. Sifat komunikasi ini adalah langsung, dengan demikian dapat dikatakan komunikasi indifidu secara lancar. Dengan adanya spesifikasi kegiatan pembeli dan penjual, serta motivasi dari kegiatan dapat ditentukan ruang aktifitas pokok yang dibutuhkan.

Penjual membutuhkan dimensi ruang yang efektif untuk melayani pembeli, serta seefisien mungkin guna menekan biaya sewa lantai yang disediakan investor.

Pembeli membutuhkan area untuk melakukan kegiatan transaksi dengan aman, cepat, tenang dan rekreatif dan tidak terganggu oleh aliran barang maupun perpindahan pengunjung.

b. Pola pergerakan dan perpindahan pengunjung

Arus pergerakan dan perpindahan pengunjung lebih menonjol dari pada arus barangnya, sehingga faktor penentu pola ruang dan besarnya ditentukan atas dasar kegiatan manusianya.

Pola pergerakan diatur sedemikian rupa se-

hingga merata keseluruh bagian, dengan demikian tidak ada tempat yang kurang menguntungkan bagi pedagang.

c. Kegiatan penunjang dan servis

Yaitu kegiatan-kegiatan yang menunjang dan melengkapi suatu bangunan *Shopping Center*, baik yang bersifat komersial dalam arti kelengkapan yang harus ada dalam suatu fasilitas umum sebagai pengelolaan, pemeliharaan, keamanan dan utilitasnya.

d. Ruang dalam *Shopping Centre*

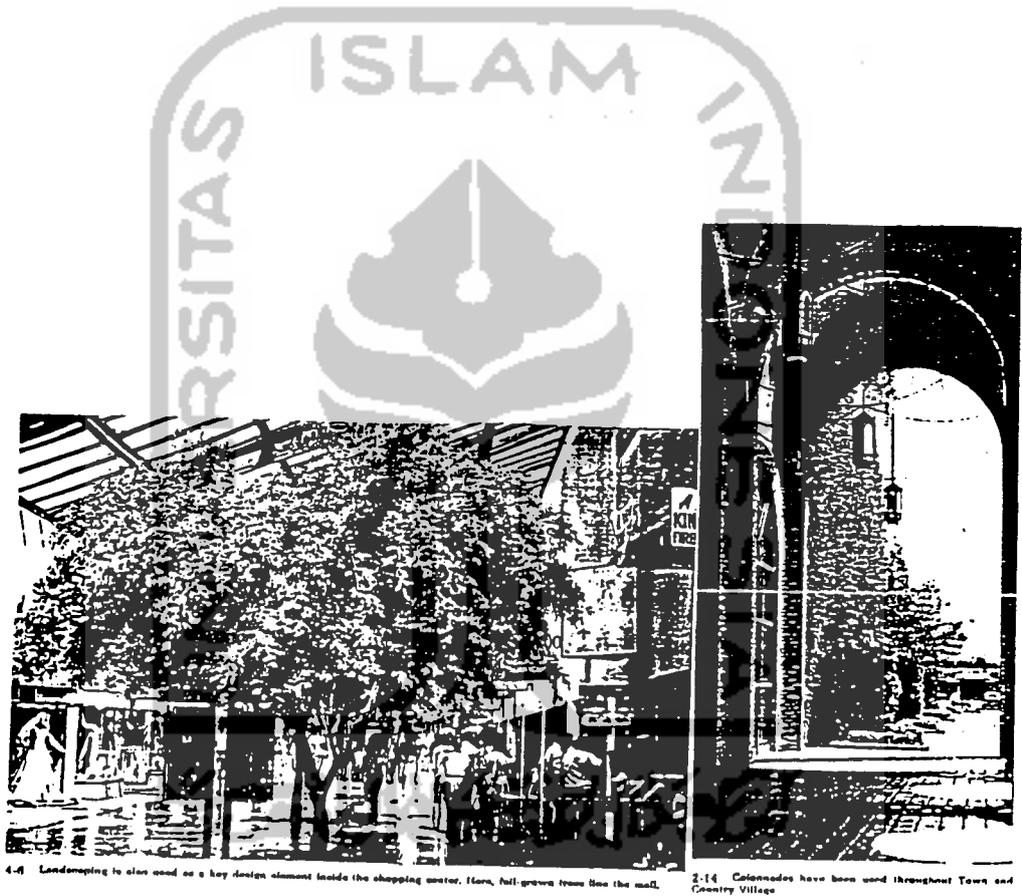
Ruang dalam *Shopping Centre* berkaitan dengan ruang-ruang sirkulasi yang dapat berupa koridor-koridor dan plasa yang menjadi orientasi bagi los-los toko disamping sebagai ruang aktivitas pengunjung.



4-24 Attractive, desirable, easily maintained flooring is an important design consideration.

Gambar 2-1

(sumber : ULI-the Urban Land Institute, 1977)



Gambar 2-2

(sumber : ULI-the Urban Land Institute, 1977)

e. Bentuk dalam *Shopping Centre*

Bentuk-bentuk bangunan *Shopping Centre* dapat berupa satu unit bangunan besar yang didalamnya menampung los-los toko atau bentuk yang menyerupai bentuk-bentuk dari sekelompok rumah tinggal yang dijadikan pertokoan.

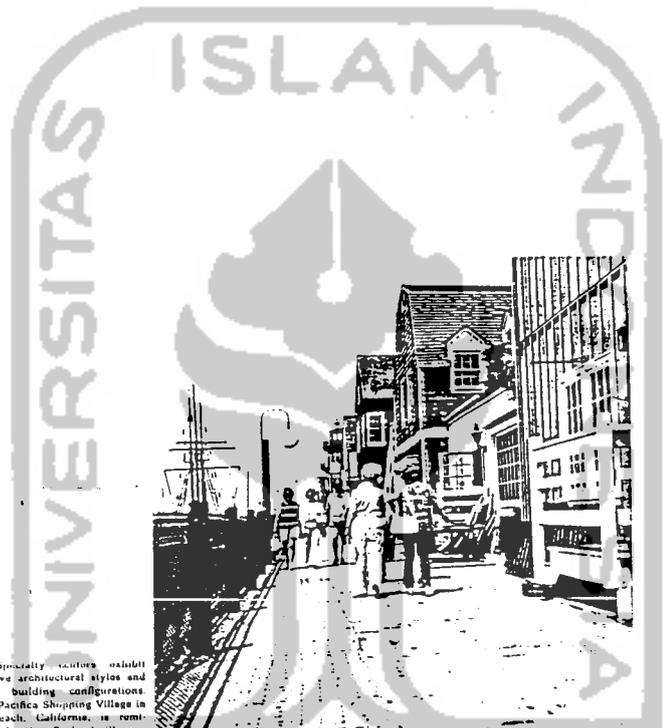


Gambar 2-3

(sumber : ULI-the Urban Land Institute, 1977)



A canopy awning shelters customers and contributes to the attractive appearance of Trellwood Shopping Center in Ireland Park, Kansas. This neighborhood center is a project of the J. C. Nichols Company.



Specialty centers exhibit distinctive architectural styles and visual building configurations. The Pacific Shopping Village in Long Beach, California, is reminiscent of a New England village.

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ مَسْكُونًا

Gambar 2-4

(sumber : ULI-the Urban Land Institute, 1977)

BAB III

TEORI PRESEDEN, ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR

3.1. Preseden

" Preseden " : merupakan suatu kriteria dalam menentukan pilihan acuan dari referensi historis yang tersedia.

Situasi sekarang ini secara kejujuran merupakan masalah yang sulit. Arsitek memilih meletakkan diantara keselarasan harfiah dengan sejarah atau mencoba untuk membuat bangunan baru dengan pelayanan sebagai latar belakang.

Brent C. Brolin (Architekture in Conteksa) mengatakan "Jika semua yang kamu inginkan adalah sebuah gedung yang menirukan tetangga-tetangga, mengapa menggunakan seorang Arsitek." Dari pernyataan ini memberi asumsi bahwa seorang perancang harus memperhatikan kaidah-kaidah yang sudah ada. Dalam beberapa masa, mempunyai permintaan daya cipta, keahlian dan kebijaksanaan yang berguna dalam keahlian merancang, itu tidak pernah tergantung pada menjiplak tanpa dihafalkan diluar kepala.

3.1.1. Filosofi Preseden

Pada garis besarnya, filosofi preseden dapat dikelompokkan atas (Bahan kuliah PP 8, Ir. Wiendu. N, M Art):

- a. Paradigma suatu model
- b. Insting berimitasi

- c. Alam
- d. Tradisi

3.1.2. Prinsip Penggunaan

Prinsip-prinsip dalam menggunakan preseden arsitektur adalah (Bahan kuliah PP 8, Ir. Wiendu.N, M Art):

a. Dokrin mimis

Merupakan cara kita menangkap suatu kata-kata dan kalimat dalam suatu obyek arsitektur sebagai ungkapan/ekspresi dari bangunan itu sendiri bisa diterapkan pada bangunan lain.

b. No copying

Dalam merancang bangunan baru yang berpijak pada desain bangunan lama yang sudah ada tidak bisa hanya meniru begitu saja, tapi harus kita mengkaji esensi dari fungsi bangunan itu sendiri sehingga tidak monoton.

c. No elimination

Ini merupakan peleburan bentuk dari karya arsitektur yang sudah ada pada bangunan baru. Hal ini tidak dijadikan cara dalam menggunakan preseden.

Teori-teori dalam menggunakan preseden arsitektur dapat dicapai melalui :

a. Pendekatan fungsionalis.

Pendekatan pragmatik problem solving ini mempunyai orientasi atau prinsip utama fungsi sebagai penggunaan preseden arsitektur.

b. Pendekatan tipologis.

Yaitu suatu pendekatan dalam preseden dengan mempelajari satu tipe-tipe bangunan. Dengan pendekatan tipologi bisa ditelusuri asal-usul/awal mula terbentuknya suatu obyek arsitektur

- Prinsip-prinsip klasifikasi

Bagaimana kita mengklasifikasikan obyek arsitektur berdasarkan tipe yang berangkat dari asal-usul suatu obyek arsitektur

- Pendekatan historis

Pendekatan dengan melihat sejarah yang menjadikan obyek arsitektur pada masa tertentu yang menjadi pengaruh besar terhadap gaya arsitektur pada masa itu.

c. Pendekatan kontekstual.

- Nilai-nilai sosial

- Nilai-nilai budaya

Pendekatan melalui nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat. Ini berkaitan dengan perilaku dalam masyarakat dalam menghasilkan suatu obyek arsitektur. Nilai sosial dan budaya masyarakat yang berubah akan berpengaruh pada suatu karya arsitektur.

d. Pendekatan eksistensial.

Pendekatan eksistensial berkaitan dengan norma/kaidah yang lama, mempunyai eksistensi yang tinggi pada masyarakat yang perlu dipertahankan

dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan.

- Jati diri

Jati diri merupakan memandang obyek arsitektur sebagai proses yang dinamis yang selalu bergerak. Jati diri terbentuk dari kaidah-kaidah dan norma yang ada dalam masyarakat.

- Manipulasi-modifikasi

Manipulasi-modifikasi dalam suatu obyek arsitektur selalu terjadi, karena obyek arsitektur terus berkembang/dinamis perlu adanya perubahan-perubahan tanpa menghilangkan kaidah dan norma-norma yang sudah ada.

Ada beberapa cara baru dalam menggunakan preseden arsitektur untuk mencari temu rancang baru :

a. Episodal vista. (pergerakan bentuk)

Kesan yang diberikan oleh obyek arsitektur apabila kita bergerak darinya, bagaimana perubahan-perubahan dan kesan yang terjadi dari suatu obyek arsitektur.

b. Evolusi bentuk.

Perubahan-perubahan bentuk arsitektur yang terjadi pada masa-masa tertentu sampai sekarang.

c. Morfologis. (Figure ground)

- Centralized

Bentuk-bentuk yang mempunyai orientasi memusat dan saling beorientasi ditengah pada magnitnya.

- Disentralized

Penyebaran bentuk/fungsi dengan simpul-simpul yang saling mengikat.

- Hierarchical

Tingkatan pencapaian dan orientasi suatu bentuk yang bernilai filosofis.

- Proportional

Penerapan bentuk-bentuk atau obyek-obyek yang proportional pada suatu bidang untuk dicapai adanya keseimbangan.

- Gabungan

Proses aplikasinya meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Evaluasi.
- b. Rederansi.
- c. Invensi.

3.2. Strategi Konservasi Sebagai Tindak Lanjut Preseden

Konservasi merupakan tindak lanjut dari penggunaan preseden dalam proses pengelolaan suatu tempat agar makna kultural yang dikandungnya terpelihara dengan baik.

Kedudukan konservasi merupakan istilah yang menjadi payung dari semua kegiatan pelestarian, sesuai dengan rumusan Piagam Burra (*The Burra Charter For Conservation of place of Cultural Significance*, 1981)

3.2.1. Tujuan Konservasi

Tujuan utama konservasi menurut Piagam Burra, 1981 adalah mempertahankan atau menangkap kembali makna kultural dari suatu tempat, dan harus mencakup upaya kele-

stariannya, pemeliharanya dan masa depannya.

Makna kultural yang dimaksud disini adalah nilai-nilai estetis, historis, ilmiah dan sosial dari suatu bangunan/lingkungan binaan, yang dapat membantu pemahaman masa lampau, memperkaya khasanah masa kini dan berharga bagi generasi masa depan.

3.2.2. Sasaran Konservasi

Upaya konservasi tidak terlepas dari kegiatan perlindungan dan penataan serta tujuan perencanaan kota yang bukan hanya secara fisik saja, tetapi juga stabilitas penduduk dan gaya hidup yang serasi, yakni pencegahan perubahan sosial.

Mengingat Hal itu dalam usaha konservasi pada umumnya antara lain :

- a. Mengembalikan wajah dari obyek pelestarian.
- b. Memanfaatkan peninggalan obyek pelestarian yang ada untuk menunjang kehidupan masa kini.
- c. Mengarahkan perkembangan masa kini yang diselaraskan dengan perencanaan masa lalu yang tercermin didalam obyek pelestarian tersebut.
- d. Menampilkan sejarah pertumbuhan kota/lingkungan dalam wujud fisik tiga dimensi.

3.3. Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Tinjauan Tipologis

3.3.1. Artefak Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Secara Umum

Arsitektur tradisional Jawa di Jawa timur dalam

bahasan ini hanya pada lingkup bangunan yang terdiri antara lain : Rumah tinggal, rumah ibadah, rumah musyawarah.

3.3.1.1. Rumah tinggal

Rumah tinggal tradisional bisa diambil contoh rumah tinggal Bupati yang mempunyai spesifikasi lebih kompleks baik tipologi dan susunan ruangnya.

a. Typologi :

Tipe atap yang digunakan pada bangunan rumah besar adalah bentuk atap limasan, sedang atap perisai digunakan pada pendopo/paseban yang berada didepan.

Bentuk-bentuk limasan dan pelana dipakai pada pada ruang-ruang penunjang yang lain. Seding bentuk atap pelana dipakai pada bangunan rumah yang ada disamping kiri kanan .

b. Susunan ruang

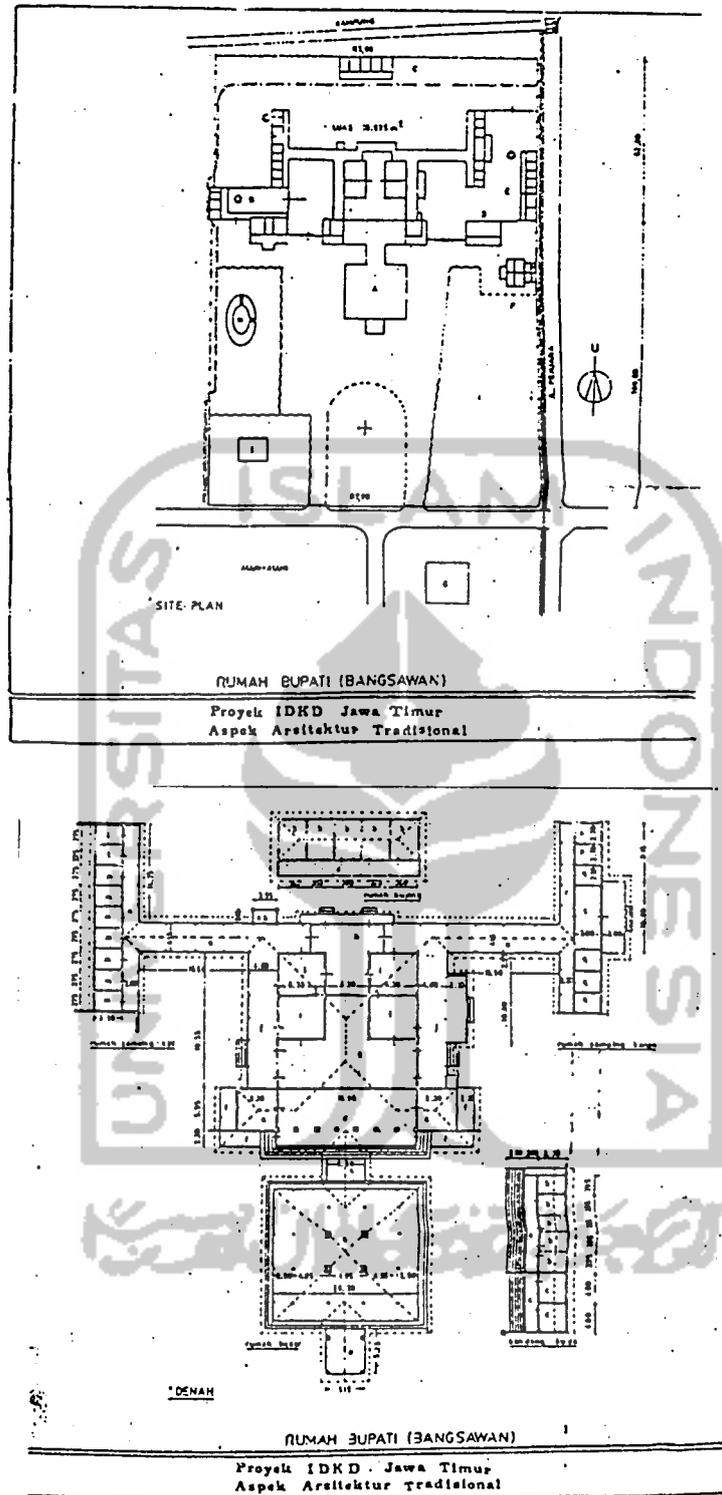
Susunan ruang yang terdapat dalam didalam dan sekitar kompleks direncanakan sebagai berikut :

Bagian terdepan dari bangunan adalah alun-alun, didalamnya terdapat paseban.

Mengawali bagian kompleks rumah adalah pintu masuk ke kompleks dengan jalan beratap/kanopi.

Pendopo yang mempunyai 4 buah soko guru terletak ditengah yang merupakan suatu ruang terbuka.

Pada pintu masuk terdapat pintu gerbang yang beratapkan pelana sebagai tanda masuk.



Gambar 3-1

(Sumber : buku " Arsitektur Tradisional Jatim)

Rumah Bupati

3.3.1.2. Rumah Ibadah Masjid

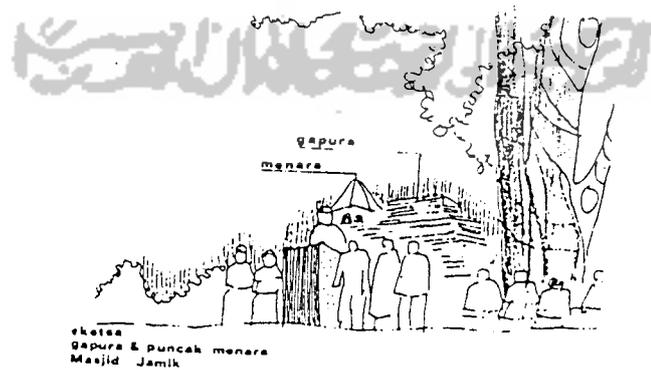
a. Typologi

Bentuk atap masjid yang dibangun adalah : bentuk Joglo dengan puncak menara nampak meruncing berupa sakral.

Pada bagian depan ada gapura sebagai pintu masuk.

b. Susunan ruang

Susunan ruang yaitu terdapat ruang ibadah, mihrab yang dilingkupi dalam satu atap bangunan.



Gambar 3-2

(Sumber : buku Arsitektur Tradisional di Jatim)

Masjid di Jawa Timur



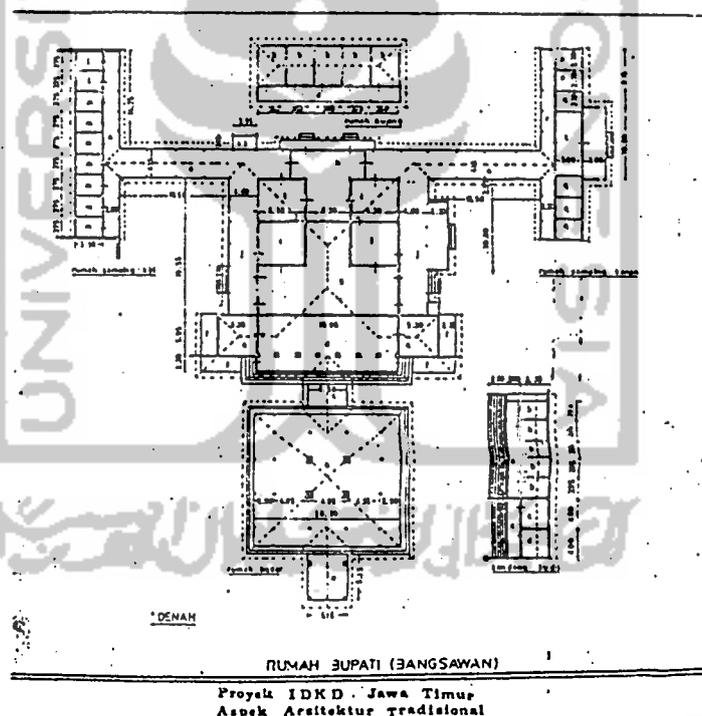
3.3.1.3. Rumah tempat Musyawarah

a. Typologi

Bentuk atap pada pendopo yaitu perisai atau joglo dengan menggunakan hiasan diatapnya. Bentuk atap bisa diambil contoh pada rumah Bupati yaitu pada paseban.

b. Susunan ruang

Pada pendopo umumnya terbuka dan ada yang tertutup-up dengan bukaan pintu-pintu.



Gambar 3-3

(Sumber : buku Arsitektur Tradisional Jatim)

Paseban pada rumah Bupati

3.3.2. Artefak Arsitektur Jawa Timur Konteks Madiun Tinjauan Tipologis

Dalam konteks Madiun terdapat beberapa karya Arsitektur dalam hal ini bangunan-bangunan yang terdapat di kota Madiun. Bangunan-bangunan tersebut terdiri dari bangunan yang mempunyai nilai sejarah karena keberadaannya dari dahulu sampai sekarang masih ada antara lain :

a. Arsitektur Vernakular

Karya arsitektur vernakular merupakan karya/bentuk-bentuk yang mendominasi pada lingkungan masyarakat dengan bentuk-bentuk rumah yang ada dari dahulu sampai sekarang, bentuk-bentuk bangunan sederhana sebagai tempat hunian :



Gambar 3-4

(Sumber : Survei lapangan)

Contoh rumah-rumah di kota Madiun.

b. Arsitektur Kolonial

Arsitektur kolonial merupakan karya arsitektur peninggalan pada jaman penjajahan Belanda. Baik itu berupa gedung pemerintahan ataupun rumah tinggal. Bentuk-bentuk Eropa mendominasi dengan bukaan jendela-jendela yang khas, dan bidang-bidang lengkung yang dikombinasikan dengan kolom-kolom yang memberi kesan kokoh.



Gambar 3-5

(Sumber : survei lapangan)

Rumah dan bangunan gaya kolonial

c. Gaya Art Deco

Merupakan gaya arsitektur tahun '50 an yang mengadaptasi pada gaya Modernisme Wina, De Stijl dan Art Deco sendiri. Karya arsitektur ini dengan ciri antara lain, bangunan yang serba putih, geometrik dengan tarikan garis horisontal yang kuat.



Gambar 3-6

(sumber : survei lapangan)

Beberapa pertokoan dan rumah tinggal di Madiun

3.4. *Shopping Centre* di Madiun

Kehadiran *Shopping Centre* Yang berasal dari konsep Eropa dan Amerika merupakan kebudayaan yang dilahirkan sesuai dengan tuntutan perilaku manusia yang berkembang dan lingkungan binaanya.

Shopping Centre sebagai karya arsitektur dalam pemenuhan kebutuhan dan pelayanan masyarakat akan tuntutan kenyamanan yang ada, merupakan tempat berbelanja yang tidak cukup hanya menyediakan unit toko yang komplit dan lengkap, melainkan juga harus mampu memberikan kesan menyenangkan dan menarik dari segi arsitektur maupun interiornya. (ASRI, 85, 1992 :53)

Kebudayaan dilakukan dengan corak yang berbeda sesuai dengan keadaan alam. Perbedaan alam yang kecil saja sudah cukup kuat untuk melahirkan suatu budaya yang bercorak lain. Kebudayaan dengan warna tertentu akan mempunyai corak arsitektur yang tertentu pula. (HMTA, FT, UGM, 1980 : 3)

Kaidah-kaidah dan nilai-nilai budaya setempat merupakan suatu potensi yang perlu digali dengan segala esensinya dengan teori-teori kontekstual untuk mendapatkan suatu konsep perencanaan dan perancangan, selanjutnya pada kajian pendekatan penekanan bentuk dicapai dengan teori Preseden Arsitektur untuk mendapatkan konsep perencanaan.

Di Madiun Mempunyai tautan sejarah pada arsitekturnya dimana dahulu bekas pemerintahan Residen di Madiun yang

membawahi kota-kota sekitarnya : Ponorogo, Ngawi, Magetan. Karya Arsiteturnya jua mengalami pengaruh dari gaya arsitektur kolonial pada waktu itu baik pada gedung-gedung pemerintahan maupun tempat tinggal dan bangunan-bangunan komersial yang ada. Dan selanjudnya juga terjadi adanya pengaruh gaya Art Deco yang mulai muncul sekitar tahun '50 an yang banyak mempengaruhi desain bangunan-bangunan perdagangan dan tempat tinggal yang masih banyak terdapat sampai sekarang.

3.5. Tinjauan Kawasan Perdagangan Madiun

a. Perkembangan dan Sebaran

Jenis fasilitas perdagangan yang berkembang di Madiun secara umum dapat dibedakan atas 3 jenis fasilitas antara lain :

- Pertokoan, berderet pada sumbu utama kota
- pasar skala kota
- Departemen store

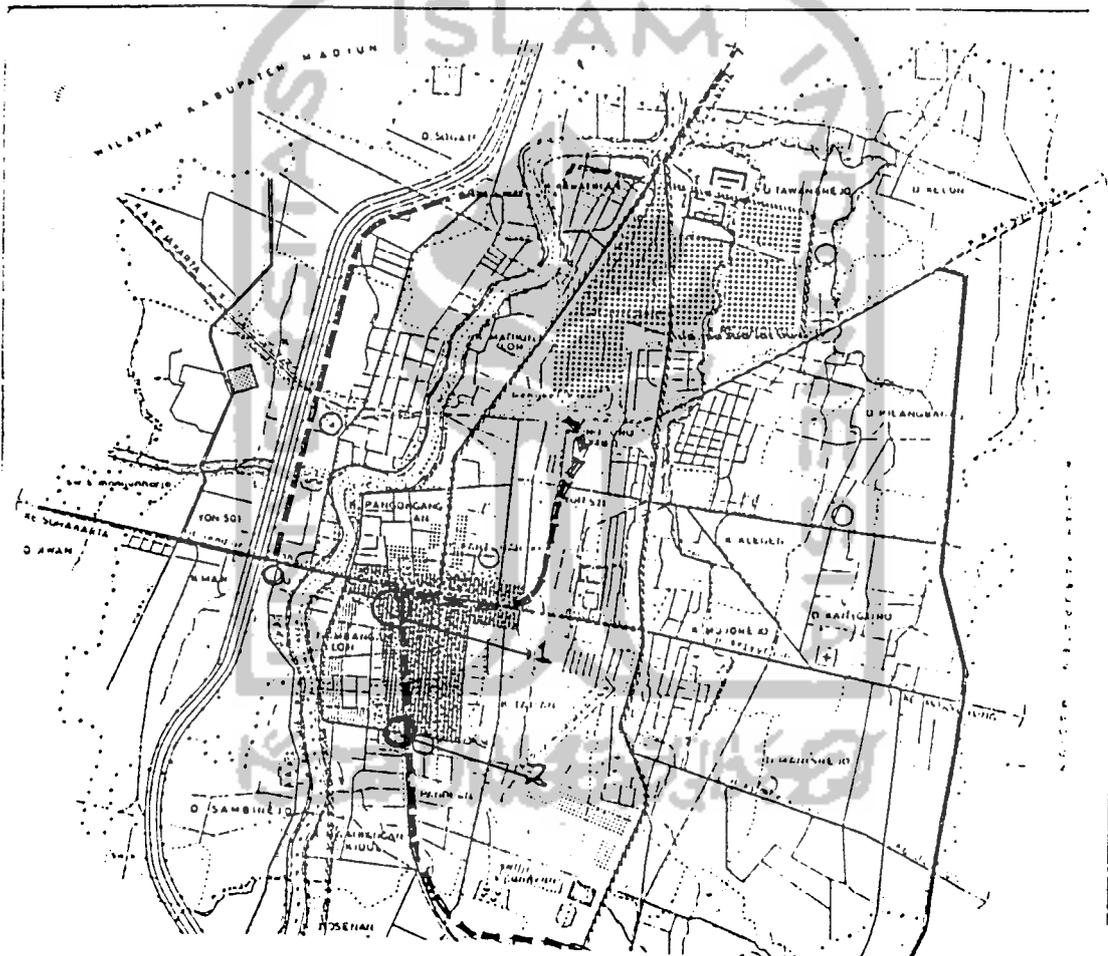
Kecenderungan perkembangan fasilitas perdagangan tumbuh disepanjang jalur-jalur transportasi dengan kepadatan tinggi (jalur ekonomi kota).

Pada peta dapat ditunjukkan sebaran fasilitas perdagangan yang mempunyai kecenderungan terkonsentrasi pada kawasan-kawasan tertentu belum merata, perlu adanya pengembangan dan penataan.(RIK Kotamadya Madiun)

b. Kebutuhan Fasilitas Perdagangan- Pusat perbelanjaan di Madiun.

Antisipasi kebutuhan fasilitas perdagangan - pusat

perbelanjaan dapat diperhitungkan dari data kebutuhan fasilitas yang diproyeksikan oleh Pemerintah Daerah Kotamadya Madiun sampai Tahun 2008 adalah seluas 72.000 meter persegi (RIK Kotamadya Madiun, 1986-2008) yang merupakan kebutuhan yang cukup besar.



Gambar 3.7

Bappeda Kotamadya Dati II Madiun
Peruntukan fungsi komersial yang ada

BAB IV
ANALISIS KARAKTERISTIK ARSITEKTURAL
SEBAGAI PIJAKAN TEORI PRESEDEN

4.1. Preseden Sebagai Konsep Tautan Perancangan Shopping Centre.

Dalam pembahasan di depan ditegaskan lokasi tapak dalam lingkup daerah/lokasi bangunan di Madiun sebagai preseden. Dengan batasan status kawasan diatas, maka perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Center* harus berpijak pada batasan-batasan yang mendasari, seperti batasan mengenai :

- area yang dirokemendasikan untuk dapat dibangun fasilitas/bangunan baru,
- batasan ungkapan fisik bangunan dalam tuntutan konsep keterkaitan/integrasi dengan lingkungan setempat.

Batasan area yang dirokumendasi, dalam hal ini diperbolehkan membangun fasilitas baru yang lebih baik didaerah kawasan komersial yaitu : Jl. Kol Marhadi, Jl. Trunojoyo, Jl. Musi, Jl. KH. Agus Salim, Jl. Bogowonto, dan Jl. Jendral sudirman. Di area ini diperlukan adanya penataan sebagai pengembangan daerah perdagangan sebagai pusat pelayanan masyarakat.

Batasan ungkapan fisik berkaitan dengan bentuk dan ekspresi arsitektural serta prinsip-prinsip penyusunan yang harus diterapkan dan tercermin pada rancangan fisik fasilitas baru untuk tetap menjaga kontinuitas karakter

kawasan.

sebagai daerah perdagangan yang berintegrasi dengan lingkungan.

Pada analisis ini dilakukan dengan memakai pendekatan tipologi pada bangunan-bangunan yang sudah ada sehingga dicapai hasil dari identifikasi serta karakteristik arsitektural bangunan.

4.2. Kerangka analisis Identifikasi Karakteristik Arsitektural Tipologi Bangunan

Tindak lanjut usaha menerapkan teori preseden adalah dengan melakukan identifikasi karakteristik arsitektural. Dalam hal ini perlu dipilahkan karakter/pola-pola dasar yang membentuk citra dan struktur bangunan serta karakter/pola-pola dasar yang membentuk tipologi *facade* bangunan. Sehingga karakter-karakter yang ada dapat disusun atas :

- karakteristik dasar tatanan ruang,
- karakter dasar arsitektur *facade* bangunan.

Analisis pada bangunan Arsitektur tradisional Jawa di Jawa timur dilakukan pada bangunan tempat tinggal Bupati, karena lebih kompleks baik fungsi dan ruangnya. Dan juga analisis dilakukan pada bangunan konteks Madiun sebagai sampel dilokasi.

4.2.1. Karakteristik Dasar Tatanan Ruang

Karakteristik dasar tatanan ruang ditekankan pada bangunan tradisional Jawa di Jawa timur dengan ditinjau terbatas pada fungsi ruang yang ada membentuk pola ruang

pada bangunan tradisional di Jawa Timur.

4.2.2. Karakteristik Dasar Arsitektural Facade Bangunan

Yaitu prinsip-prinsip dasar penyusunan yang tercermin pada ungkapan fisik bangunan, khususnya pada bentuk *facade* yang ditekankan pada bangunan koteks kota Madiun yang ada.

Facade sebagai komponen arsitektural bangunan yang dominan dan paling awal tampak dalam kontak visual dengan pengamat, akan merupakan komponen yang penting dalam berperan membentuk kontinuitas dan kesatuan bagi bangunan baru dalam dengan lingkungannya, dimana pola-pola yang dominan membentuk tipologi *facade* dapat diungkapkan kembali sebagai elemen penyatu pada perancangan fasilitas baru.

Kriteria dasar prinsip-prinsip penyusunan tersebut melalui (DK. Ching, Francis, 1979) :

- Pembentuk facade
- proporsi vertikal-horisontal
- datum
- simetri
- pengulangan
- ornamentasi

a. Pembentuk facade (atap-dinding-bidang dasar)

Yaitu suatu konsep umum dalam kaidah perancangan arsitektural, yang membagi bangunan secara visual dalam tampak menjadi tiga bagian :

- bagian atap bangunan,

- permukaan dinding bangunan,
- bidang dasar bangunan.

b. Proporsi Vertikal-Horisontal

Yaitu perbandingan dimensi vertikal dan horisontal bangunan yang nampak secara visual pada penampang facade bangunan. Dalam hal ini terdapat tiga kemungkinan proporsi yang ditampilkan :

- dimensi vertikal lebih dominan dibanding dimensi horisontal,
- dimensi horisontal lebih dominan dibanding dimensi vertikal,
- dimensi vertikal dan horisontal pada proporsi yang seimbang.

c. Datum

Yaitu suatu garis bidang atau ruang pedoman dimana unsur-unsur lain didalam suatu komposisi dapat dikaitkan, yang mengorganisir suatu pola/tatanan membentuk suatu keteraturan, kontinuitas dan kehadiran yang konstan.

Datum sebagai sebuah garis dapat memotong atau membentuk sisi-sisi bersama suatu pola, garis grid dapat membentuk suatu bidang penyatu yang netral.

Datum sebagai sebuah bidang, dapat mengumpulkan pola-pola unsur dibawahnya atau berfungsi sebagai latar belakang yang membatasi unsur-unsur di dalam bangunan.

Datum sebagai sebuah ruang, dapat mengumpulkan pola-pola di dalam batas-batasnya atau mengorganisir sepanjang sisi-sisinya.

d. Simetri

Yaitu suatu prinsip penyusunan komposisi arsitektural yang dipakai untuk mengorganisir bentuk-bentuk dan ruang-ruangnya.

Simetri dapat dibedakan atas :

- simetri bilateral, yang berpedoman terhadap susunan yang seimbang dari unsur-unsur yang sama terhadap suatu sumbu yang sama.
- simetri radial, yang terdiri dari unsur-unsur yang sama dan seimbang terhadap dua atau lebih sumbu-sumbu yang berpotongan pada suatu titik pusat.

e. Pengulangan

Yaitu suatu bentuk irama yang tercermin pada komposisi bangunan melalui pengulangan yang teratur dan harmonis dari garis-garis, bentuk-bentuk, potongan-potongan dan warna-warna.

f. Ornamentasi

Yaitu penerapan ornamen-ornamen arsitektural yang mengisi bidang tampak/facade bangunan dan memberi ciri spesifik sehingga penampilan bangunan mempunyai nilai lebih dari bangunan yang lain, dapat menjadikannya sebagai suatu *landmark* .

4.3. Pendekatan Analisis

4.3.1. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Tatahan Ruang

Analisis terhadap karakteristik arsitektural tatanan

ruang ini ditekankan pada bangunan arsitektur tradisional Jawa pada umumnya yang ada di Jawa Timur sedang bangunan yang konteks Madiun lebih ditekankan pada facade bangunannya.

Analisis karakteristik arsitektural bangunan adalah kegiatan identifikasi terhadap suatu bangunan sebagai obyek tunggal, sehingga pola-pola yang ditemukan dapat langsung diambil keputusan apakah dapat diterapkan atau tidak pada perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Center* dikaitkan dengan persyaratan perancangan bangunan saat ini. Untuk itu terhadap pola-pola atau karakteristik tatanan ruang yang ada akan dilakukan seleksi untuk mendapatkan beberapa kriteria dasar prinsip-prinsip perencanaan bangunan untuk penyesuaian terhadap bangunan yang sudah ada, disamping juga memasukkan konsep perencanaan bangunan yang relevan saat masa kini.

4.3.2. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan.

Sebagai analisis terhadap karakteristik arsitektural facade bangunan lebih ditekankan pada bangunan-bangunan yang ada di Madiun khususnya. Untuk analisis bangunan tradisional Jawa di Jawa Timur pada umumnya dianalisis terhadap karakteristik facade yang sangat dominan.

Analisis akan dilakukan dalam dalam beberapa tahapan :

- penentuan sampel bangunan yang menjadi obyek analisis.
- analisis facade bangunan berdasar kriteria dasar yang berupa prinsip-prinsip penyusunan ungkapan fisik/visual

bangunan.

- penetapan karakteristik dasar tipologi facade yang dapat dipakai sebagai preseden perancangan fasilitas baru.

a. Penentuan Sampel

Untuk dapat menemukan karakter-karakter yang dominan/menonjol dari kriteria dasar yang disusun, perlu dilakukan analisis terhadap bangunan yang ada di kawasan perdagangan Madiun. Akan tetapi mengingat ada banyak bangunan di kawasan, yang tidak mungkin melakukan analisis terhadap seluruh bangunan karena bentuk dan langgam arsitektur bangunan tidak semuanya mempunyai karakteristik spesifik yang dapat dipajang sebagai bangunan yang perlu sebagai dikonserfasikan dan layak menjadi obyek analisis. Sehingga perlu pengambilan sampel bangunan, dalam hal ini akan dibatasi pada bangunan-bangunan yang karakter visualnya ikut membentuknya sebagai elemen penting dikawasan.

Untuk menentukan sampel bangunan dengan konteks diatas, perlu sekaligus menjadikannya sebagai bangunan yang perlu dikonservasi, dilakukan penilaiannya dengan dasar-dasar kriteria :

- estetika

Bangunan-bangunan pada bagian kota yang perlu diungkapkan lagi, karena mempunyai prestasi sejarah tertentu. Kerangka pertimbangan dari keputusan-keputusan yang diambil berbeda-beda. Sehingga cukup sulit untuk membuk-

tikan suatu bangunan lebih penting dari yang lainnya. Tolok ukur estetika ini dikaitkan dengan nilai estetis dan arsitektural yang tinggi dalam hal bentuk, struktur, tata ruang dan ornamen.

- kejamakan

Bangunan-bangunan pada bagian kota yang perlu dilestarikan karena mewakili satu kelas atau jenis khusus bangunan yang cukup berperan. Jadi tolok ukur kejamaan ditekankan pada seberapa jauh karya arsitektur tersebut mewakili suatu ragam atau jenis khusus yang spesifik.

- kelangkaan

Bangunan yang hanya satu dari jenisnya, atau merupakan contoh terakhir yang masih ada, jadi termasuk suatu karya yang sangat langka.

- peranan sejarah

Bangunan-bangunan atau ingkungan perkotaan yang telah merupakan lokasi-lokasi bagi peristiwa-peristiwa sejarah yang penting untuk diungkapkan kembali sebagai kaitan simbolis antara peristiwa dahulu dan sekarang.

- memperkuat kawasan didekatnya

Bangunan-bangunan pada bagian kota yang karena investasi didalamnya akan mempengaruhi kawasan didekatnya, atau kehadirannya sangat bermakna untuk meningkatkan kualitas dan citra lingkungan sekitarnya.

- keistimewaan

Bangunan-bangunan/ruang yang dilindungi karena mempun-

yai keistimewaan, misal terbesar, tertinggi, tertua, terbesar, yang pertama dab sebagainya.

Dari inventarisasi yang dilakukan secara visual (survey lapangan) didapatkan sejumlah bangunan, sebagai berikut

:

- Gedung Bioskop Arjuna
- Gedung Bank Kartoardjo
- Gereja St Thomas
- Masjid Raudlatul Aftal
- Kantor/rumah residen jaman kolonial
- Kantor pembantu gubernur
- rumah tinggal 1 di Jl Sulawesi
- rumah tinggal 2 di Jl Beliton
- pertokoan 1 di JL Trunojoyo
- pertokoan 2 di Jl KH. Agus Salim

Selanjutnya untuk mendapatkan kategori bangunan yang dapat dipertanggungjawabkan dalam analisis, dilakukan penilaian menurut metode pembobotan versi *Snyder* dan *Catanese* , (1979), dalam tolok ukur fisik/visual dan tolok ukur non fisik dari *Kerr. AJ* ,(1985).

Tabel 4-1 , pembobotan bangunan dalam kategori bangunan konservasi.

Tolok ukur	Estetika	Keamanan	Kelangkaan	sejarah	Pengaruh	Keistimewaan	Sosial	Komersial	
Bobot	2	1	3	3	1	2	2	1	
Bioskop Arjuna	2/4	2/2	1/3	1/3	2/2	2/4	2/4	3/3	25
Bank Kartoarjo	2/4	2/2	1/3	1/3	2/2	2/4	3/6	3/3	27
Gereja St Thomas	3/6	3/3	2/6	3/9	3/3	3/6	3/6	1/1	40
Masjid Raudlatul Aftal	3/6	3/3	2/6	2/6	3/3	3/6	3/6	1/1	37
Kantor Residen	3/6	3/3	2/6	3/9	3/3	3/6	2/4	1/1	38
Kantor Pemb Gubernur	2/4	2/2	1/3	2/6	2/2	2/4	3/6	1/1	27
Rumah tinggal 1	3/6	3/3	2/6	2/6	2/2	3/6	1/2	1/1	32
Rumah tinggal 2	2/4	1/1	1/3	2/6	1/1	2/4	1/2	1/1	22
Pertokoan 1	2/4	1/1	1/3	1/3	2/2	1/2	2/4	3/3	22
Pertokoan 2	2/4	1/1	1/3	1/3	1/1	1/2	2/4	3/3	21

Keterangan : 1 = sangat mendukung

2 = kurang mendukung

3 = tidak mendukung

Berdasarkan penilaian pembobotan dalam kategori diatas dapat ditentukan bangunan-bangunan yang dianggap mewakili bangunan untuk menjadi obyek analisis yaitu :

- Gereja ST Thomas
- Kantor Residen
- Masjid Raudlatul Aftal
- Rumah tinggal 1

b. Analisis Facade Bangunan

Yaitu kegiatan menganalisis facade berdasar kriteria yang disusun untuk menemukan pola-pola dominan prinsip-prinsip penyusunan yang tercermin pada facade bangunan di kawasan.

c. Penentuan Karakteristik Dasar Tipologi Facade

Analisis terhadap facade bangunan yang menghasilkan/ menemukan pola-pola dominan prinsip penyusunan, untuk selanjutnya akan ditetapkan sebagai karakteristik dasar tipologi facade yang akan dipakai menjadi preseden sebagai wujud implementasi pada konservasi.

4.4. Analisis Karakteristik Arsitektural

4.4.1. Analisis Karakteristik Tatahan Ruang

Analisis karakteristik tata ruang pada bangunan tradisional Jawa berangkat dari karakter falsafah tata ruang konsep Jawa terbatas pada tautan fungsi ruang yang membentuk pola-pola ruang yang mempunyai hirarkhi spesifik sehingga bisa diperoleh hasil yang mendekati dengan kerangka analisis yang digunakan :

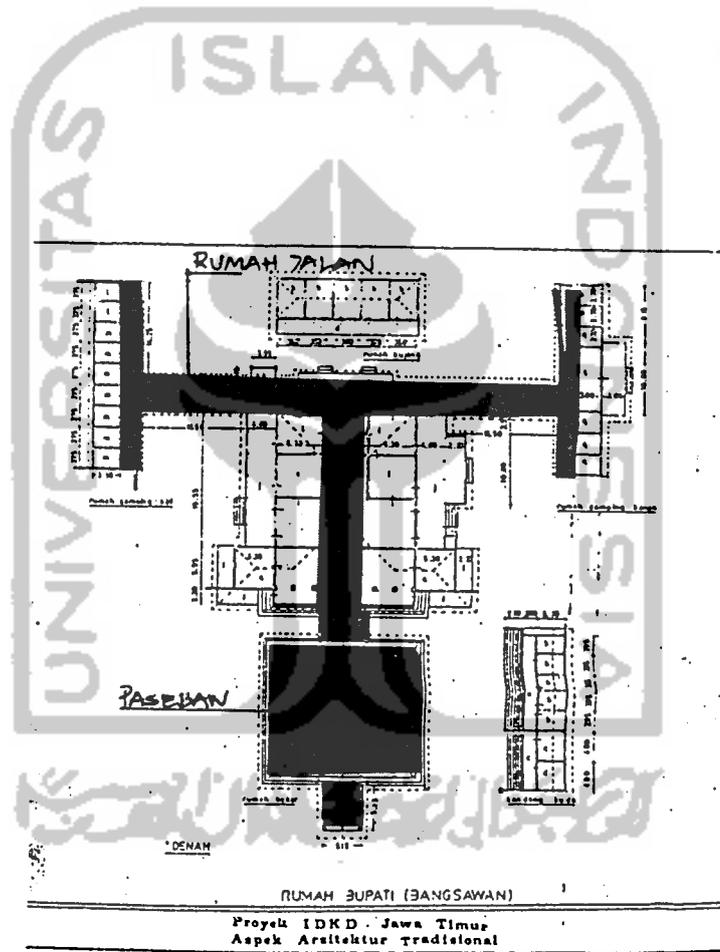
Organisasi ruang pada prinsipnya menunjukkan bagaimana ruang-ruang pada bangunan terorganisasi satu sama lain menjadi satu kesatuan fungsi.

Dalam falsafah jawa ruang satu dengan yang lainnya mempunyai tingkatan yang berbeda dengan hirarkhi yang berbeda. Tiap ruang mempunyai fungsi yang spesifik pula sesuai hirarkhinya.

Pada gambar denah dapat dijelaskan pola susunan ruangnya pada prinsipnya bahwa rumah besar sebagai kegiatan utama tempat tinggal dicapai dahulu setelah melalui paseban sebagai ruang penerimanya. Jadi penghuni tidak langsung masuk pada rumah besar dan harus melalui paseban terlebih dahulu.

Selanjutnya untuk menuju ruang-ruang yang lain melalui sebuah ruang beratap yang menghubungkan rumah besar dan rumah samping kiri dan kanan yang membentuk satu pola hubungan ruang. Sedang ruang penunjang lainnya terletak tidak berhubungan langsung dengan bangunan utama.

Dari susunan ruang dapat diketahui fungsi ruang antara lain :



Gambar 4-1

Pola fungsi ruang rumah Bupati

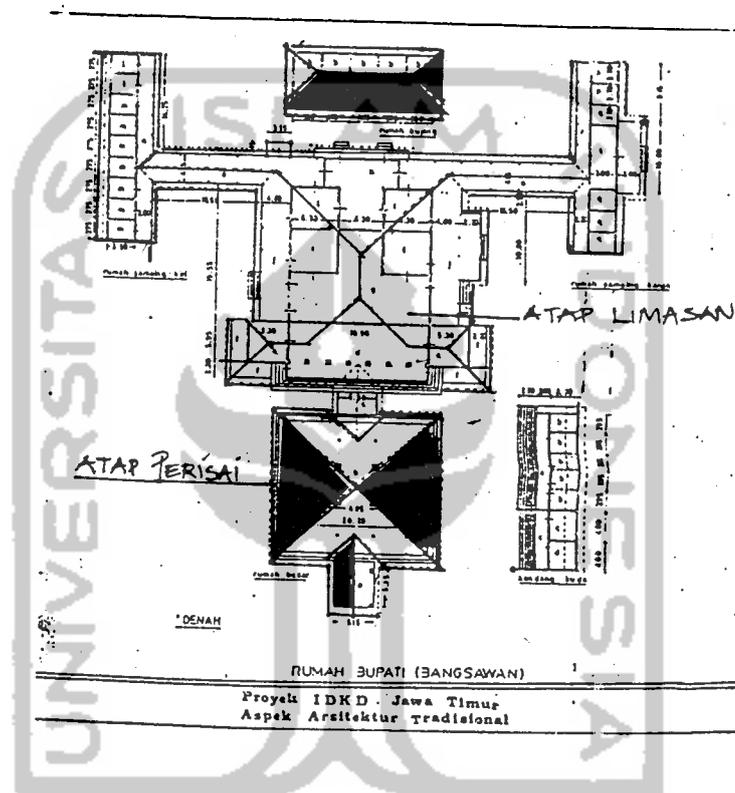


- Paseban : Berfungsi sebagai ruang penerima publik/umum yang letaknya ditengah (simetris) dilihat dari depan.
- Rumah besar : Sebagai tempat tinggal utama
- Peringgitan : Sebagai Tempat duduk-duduk/istirahat.
- Rumah jalan : Sebagai selasar yang menghubungkan tiap-tiap ruang yang terpisah yaitu rumah samping kanan dan kiri sebagai rumah penunjang (gudang dan rumah staf)

4.4.2. Analisis Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan

Bangunan-bangunan yang menjadi model atau obyek analisis. Masing-masing dalam bentuk tempat/facade dianalisis dengan acuan karakteristik dasar yang ditetapkan. Dari analisis yang dilakukan secara grafis akan diketahui pola-pola kecenderungan yang ada pada bangunan sample di Madiun. Sedangkan untuk bangunan tradisional Jawa di Jawa Timur dianalisis pada karakter yang dominan saja.

Pada Bangunan Tradisional Jawa

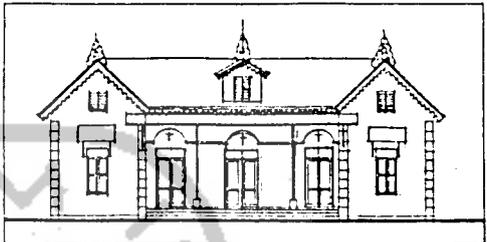
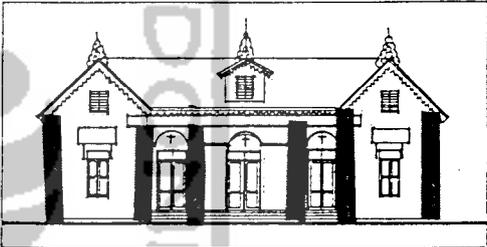
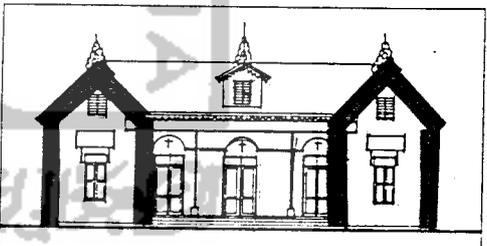
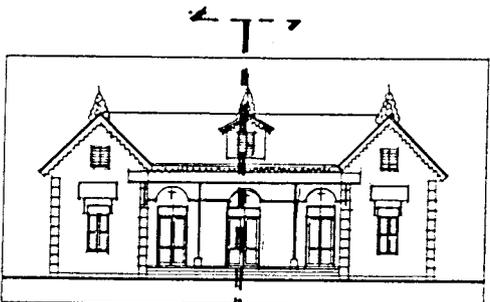


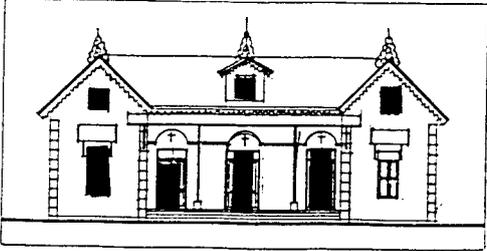
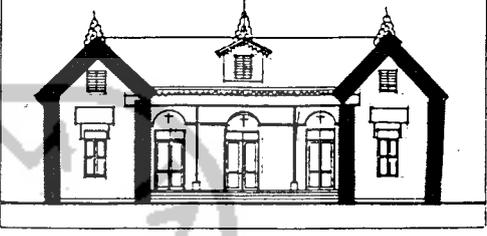
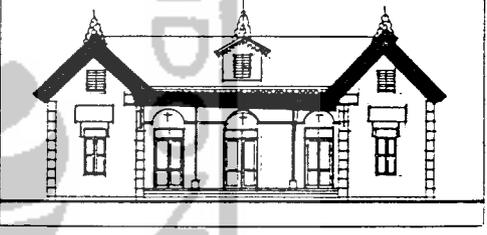
Gambar 4-2

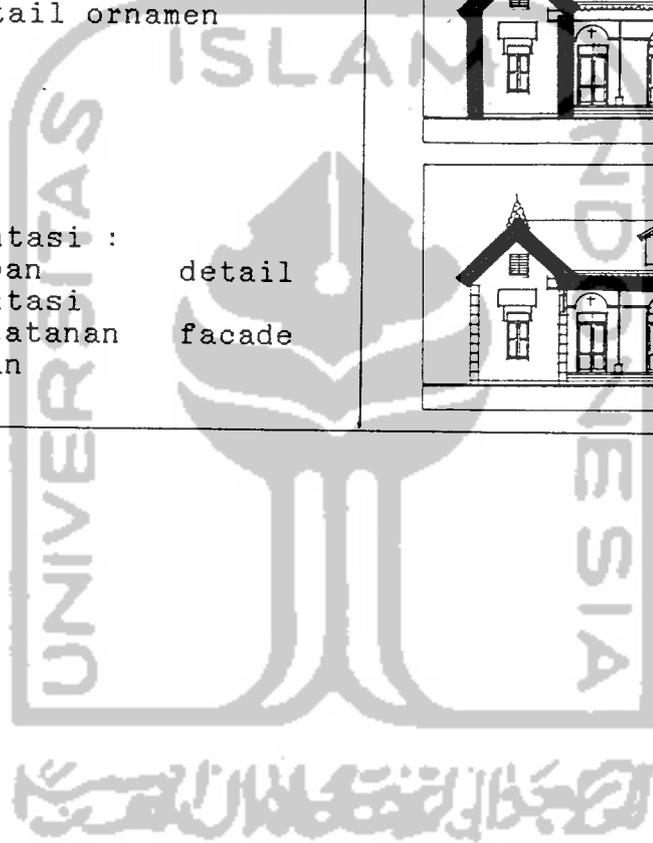
Atap pada rumah bupati

Pada bentuk luar didominasi oleh bentuk-bentuk atap yang sangat menonjol. Bentuk atap didominasi oleh bentuk atap perisai limasan dan pelana pada bangunan penerima dan bentuk atap limasanserta pelana pada bangunan yang lain. Penggunaan bentuk atap tradisional jawa merupakan unsur penting dalam dominasi visual pada suatu bangunan.

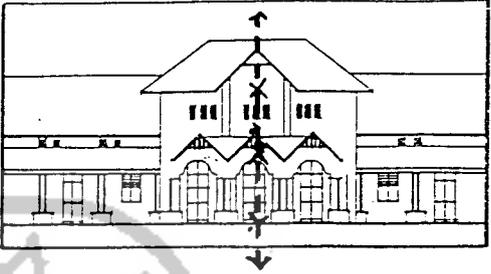
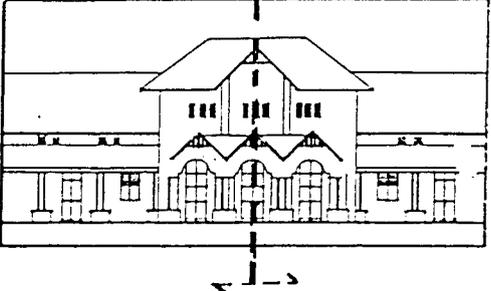
Pada Bangunan kontek Madiun
Tabel 4-2, Analisis Karakteristik Facade gedung : Gereja St Thomas

Karakteristik Dasar	Pola Yang Ada
<p>1. Pembentuk facade atap berbentuk atap pelanan dengan permukaan dinding lantai satu. Pada bidang dasar ada pengangkatan.</p>	
<p>2. Proporsi Vertikal - Horizontal : dimana vertikal lebih dominan dibanding vertikal.</p>	
<p>3. Datum : Garis, berperan sebagai pembatas dan pembentuk pola-pola bidang. Bidang (ganda) sebagai akhira sudut bangunan, men jadi orientasi bagi komposisi elemen pengisi facade dan orientasi bangunan secara keseluruhan.</p>	
<p>4. Simetri Simetri bilateral, pada bentuk bangunan bila diambil garis bagi pada sumbu pusat</p>	

<p>5. Pengulangan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengulangan bentuk geometri persegi bidang bukaan. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Pengulangan bentuk bidang dan detail ornamen 	
<p>6. Ornamentasi :</p> <ul style="list-style-type: none"> - penerapan detail ornamentasi pada tatanan facade bangunan 	



Tabel 4-3, Analisis Karakteristik Facade Bangunan : Kantor Residen

Karakteristik Dasar	Pola Yang Ada
<p>1. Pembentuk facade : Atap berbentuk limasan dengan permukaan dinding lantai satu. Tidak ada pengangkatan bidang dasar bangunan.</p>	
<p>2. Proporsi Vertikal-Horison-tal : dimana horisontal lebih dominan dibanding vertikal.</p>	
<p>3. Datum : - bidang, sebagai sumbu pusat bangunan, menjadi orientasi bagi komposisi elemen facade dan orientasi bangunan secara keseluruhan.</p>	
<p>- garis berperan sebagai pengikat komposisi elemen pengisi facade dalam satu kesatuan.</p>	
<p>4. Simetri simetri bilateral, pada bentuk global bangunan bila diambil garis pada sumbu pusat.</p>	

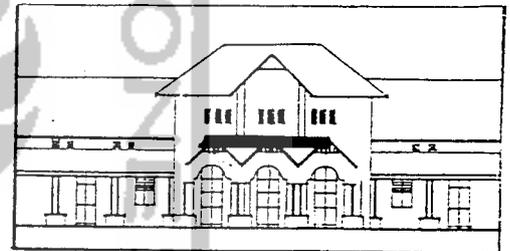
5. Pengulangan :

- pengulangan bentuk geometri persegi dan lengkung pada bidang bukaan dan arcade.

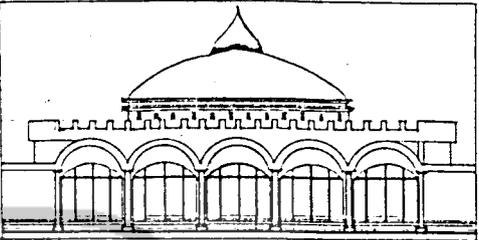
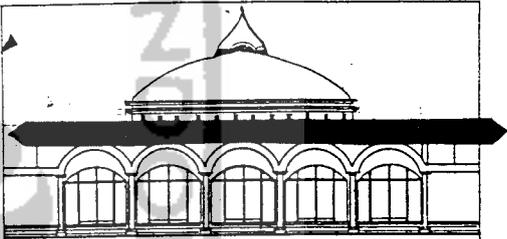
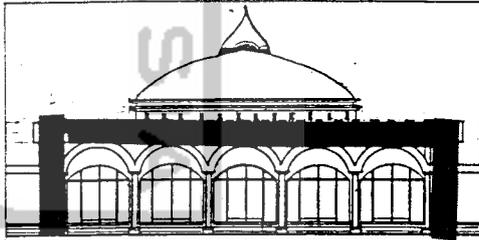
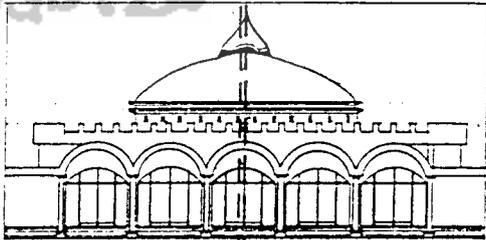
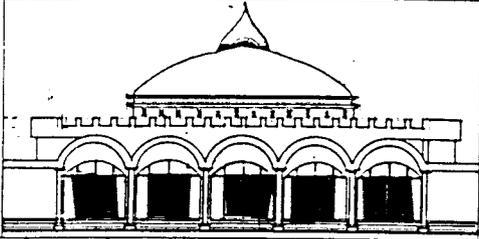


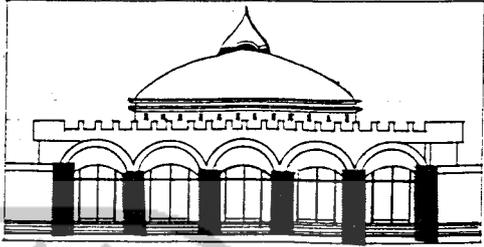
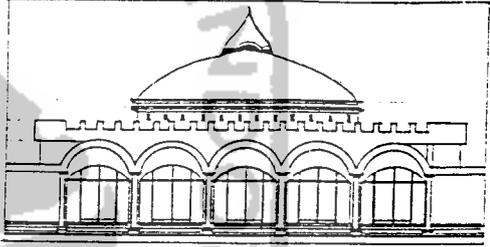
- pengulangan garis struktur vertikal

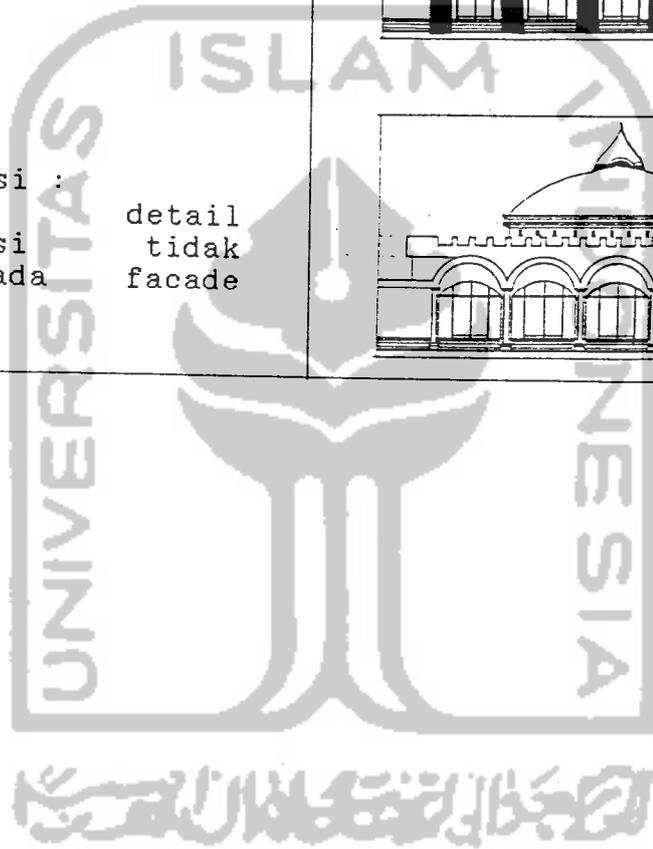
6. Ornamentasi :
penerapan detail ornamentasi kurang kuat pada tatanan facade bangunan



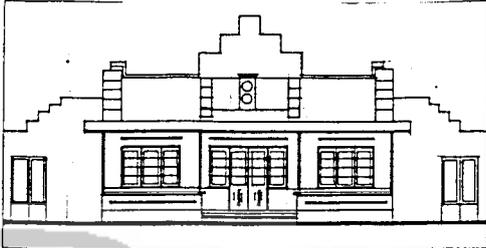
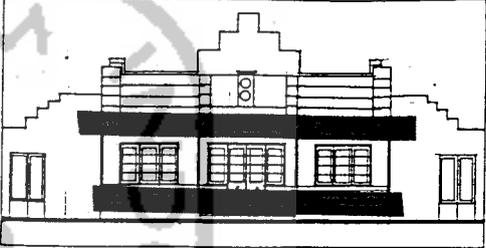
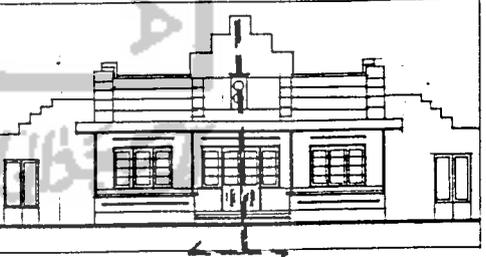
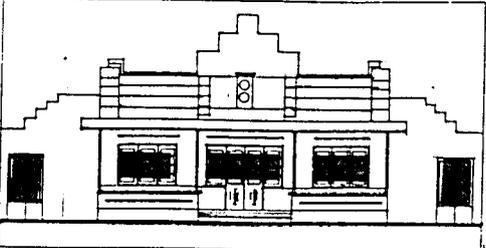
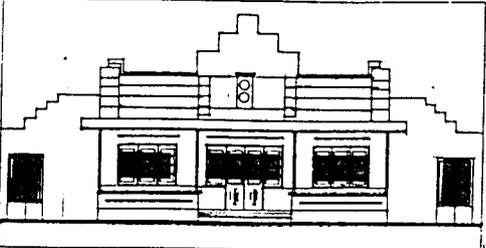
Tabel 4-4, Analisis Karakteristik Facade Bangunan : Masjid Raudlatul Aftal

Karakteristik Dasar	Pola Yang Ada
<p>1. Pembentuk facade :</p> <p>Atap berbentuk kubah dengan permukaan dinding lantai satu. Bidang dasar diangkat.</p>	
<p>2. Proporsi Vertikal-Horisontal :</p> <p>dimana horisontal dan vertikal berada pada proporsi yang seimbang.</p>	
<p>3. Datum :</p> <p>- bidang, sebagai sumbu pusat, menjadi orientasi bagi komposisi elemen-elemen pengisi facade dan orientasi bangunan secara keseluruhan.</p>	
<p>4. Simetri :</p> <p>simetri bilateral pada bentuk global bangunan bila diambil garis bagi pada sumbu pusat.</p>	
<p>5. Pengulangan :</p> <p>- pengulangan bentuk geometri persegi bidang bukaan.</p>	

<p>- pengulangan bentuk bidang (datum) dan ornamen.</p>	
<p>6. Ornamentasi : penerapan detail ornamentasi tidak kuat pada facade bangunan.</p>	



Tabel 4-5, Analisis Karakteristik Facade Bangunan :
Tempat Tinggal

Karakteristik Dasar	Pola Yang Ada
<p>1. Pembentuk facade : Bentuk facade dengan bidang permukaan dinding.</p>	
<p>2. Proporsi Vertikal-Horisonal dimana horisontal lebih dominan dibanding vertikal.</p>	
<p>3. Datum : - garis, berperan sebagai pengikat komposisi elemen pengisi facade dalam satu kesatuan tatanan.</p>	
<p>4. Simetri : simetri bilateral, pada bentuk global bangunan bila diambil garis pada sumbu pusat.</p>	
<p>5. Pengulangan : - pengulangan bentuk geometri persegi bidang bukaan.</p>	
<p>6. Ornamantasi : penerapan ornamantasi kurang kuat pada facade bangunan.</p>	

4.5. Kesimpulan

4.5.1. Preseden Sebagai Konsep Strategi Konservasi

Konservasi adalah segenap proses pengelolaan suatu tempat agar makna kultural yang dikandungnya terpelihara baik.

Strategi konservasi sebagai tindak lanjut dari cara preseden dalam perencanaan dan perancangan Shopping Centre sebagai lingkungan yang baru adalah suatu strategi yang proses perencanaan dan pengembangan fasilitas dengan orientasi lebih pada penyelesaian unsur-unsur struktur fungsional yang relevan dengan potensi dan tautan lingkungan yang ada.

Tindakan pelestarian terhadap artefak/bangunan agar tetap terjaga keberadaannya sebagai obyek-obyek pemberi nilai khas suatu daerah.

Termasuk dalam kategori bangunan sebagai preseden arsitektur di Jawa Timur seperti dibahas pada bab ini.

4.5.2. Preseden sebagai Konservasi Karakteristik Arsitektural

Mencakup karakteristik arsitektural tata ruang bangunan dan karakteristik arsitektural facade bangunan

A. Karakteristik Arsitektural Tata Ruang

- Paseban merupakan ruang yang berfungsi sebagai ruang penerima/*entrance* masuk rumah/bangunan.
- Peringgitan merupakan ruang sebagai tempat duduk-duduk dan merupakan sekat pertemuan antara rumah

tinggal dan paseban.

- Bentuk dasar ruang-ruang yang ada merupakan bentuk-bentuk persegi.
- Pola tatanan ruang : ruang-ruang berderet merupakan ruang-ruang yang dominan
- Bentuk ruang pergerakan atau rumah berjalan : ruang-ruang terbuka berupa rumah jalan (*doorlop*) sebagai selasar yang terbuka. Pola pergerakan ini tidak diterapkan berdasarkan pertimbangan persyaratan perancangan bangunan saat ini.
- Pola ruang pergerakan : pola kombinasi sebagai pola yang dominan (radial dan linier).

B. Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan

Mencakup :

Atap : Atap dicirikan dengan bentuk kombinasi limasan dan pelana.

Dinding : dicirikan bentuk dinding dengan kombinasi bidang bukaan jendela-jendela dan sedikit ornamen.

Bidang dasar : dicirikan dengan adanya pengangkatan bidang dasar bangunan .

- Proporsi Vertikal-Horisontal :
Dengan kecenderungan dimensi horisontal bangunan lebih dominan dibanding vertikalnya yang terjadi dari garis-garis atap, jendela yang diulang memanjang, gari-garis bidang dinding dari masa membentuk pola linier.

- Datum :

Penerapan datum bidang dan garis horisontal (*horisontal alignment*) yang membentuk kesatuan komposisi antara bidang, bukaan dan garis.

-Simetri :

Penerapan bentuk-bentuk simetri yang dominan pada facade bangunan.

- Pengulangan :

Bentuk-bentuk pengulangan yang dominan antara lain :

* Penerapan pengulangan bentuk geometris bidang bukaan, yaitu komposisi bentuk persegi dan lengkung atau persegi saja pada jendela, pintu, relung arcade.

* Penerapan pengulangan bentuk atap.

* Penerapan pengulangan bentuk bidang.

* Penerapan pengulangan garis vertikal struktur.

- Ornamantasi :

Penerapan ornamantasi kuat pada bangunan.

BAB V
BENTUK, PENDEKATAN TRANSFORMASI KONSEP
SHOPPING CENTER DI MADIUN

5.1. Pendekatan Umum

Bentuk dalam arsitektur adalah suatu unsur yang tertuju langsung pada mata dan bendanya merupakan suatu unsur yang tertangkap pada jiwa. Bentuk dalam arsitektur selalu dikaitkan dengan kata bangunan dan menjadi istilah bentuk bangunan dengan pengertian sebagai berikut (HMTA. FT. UGM, 1980 : 9) :

- a. Bentuk bangunan merupakan ruang yang dibangun didalam, pada atau diatas tanah yang diberi penutup atap dan lebih sempurna lagi bila ditutup dinding.
- b. Bentuk bangunan yang ditinjau dari fungsi pemakainya dikelompokkan sebagai bentuk tempat bekerja, beramah-tamah, berkumpul, menempatkan barang, saling menghormati dan sebagainya.
- c. Bentuk bangunan secara erat berhubungan dengan skala manusia, selanjutnya diusahakan untuk mendapatkan kesenangan fisik dan non fisik dari bentuk itu sendiri. Hal ini menjadi dasar perencanaan bentuk-bentuk ruang bangunan.

Bentuk bangunan yang berfungsi, secara lahiriyah mengungkapkan maksud dan tujuan bangunan dan disertai dengan pengertian ilusinya. Bentuk sendiri merupakan sesuatu yang punya unsur, garis, bidang/lapisan, dll.

menghasilkan suatu ekspresi. Unit-unit ini bisa berdiri sendiri secara keseluruhan atau merupakan bagian-bagian.

5.2. Pendekatan Perancangan Penampilan Bentuk Bangunan

Penampilan visual bangunan merupakan salah satu aspek yang menjadi daya tarik dan mendorong orang untuk datang ke pusat perbelanjaan.

Pendekatan akan meliputi kajian mengenai kebutuhan penampilan visual pusat perbelanjaan ditinjau dari fungsinya sebagai suatu fasilitas perdagangan. Dan kajian mengenai penampilan bentuk bangunan *Shopping Center* di Madiun sebagai suatu fasilitas perdagangan yang akan memberikan pengaruh pada penampilan visual kawasan perdagangan kota Madiun.

5.2.1. Kebutuhan Penampilan Bagi Pusat Perbelanjaan

Secara umum suatu fasilitas perbelanjaan, sebagai fasilitas perdagangan menuntut suatu bentuk penampilan visual yang dapat menggambarkan atau memberukan informasi pada orang-orang disekitarnya tersebut untuk datang dan membeli suatu jenis kebutuhan pada fasilitas perdagangan tersebut. Atau secara umum bisa dikatakan, menuntut suatu wajah yang komersial.

Penampilan wajah komersial pada suatu fasilitas perdagangan mengandung beberapa sifat yang mendukung terciptanya penampilan wajah komersial tersebut. Sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut : clarity, boldness, dan intimacy (Hoyt, C. K. 1978).

Clarity, adalah sifat dari penampilan bangunan suatu fasilitas perdagangan yang dapat menunjukkan gambaran fungsi dari fasilitas perdagangan tersebut (bentuk kegiatan yang diwadahi pada bangunan tersebut).

Boldness, adalah sifat dari penampilan bangunan suatu fasilitas perdagangan yang mendukung sifat *Clarity* diatas. Dengan menunjukkan kesan menonjol pada fasilitas perdagangan tersebut dalam usaha menarik pembeli. Usaha untuk menghasilkan suatu kesan menonjol dari fasilitas perdagangan tersebut dilakukan antara lain dengan perletakannya pada site maupun penonjolan elemen-elemen tertentu pada bangunanya (misalnya, elemen ornamen atau dekorasi pada facadenya, papan reklame, nama toko, dan sebagainya). Sehingga pengunjung pusat perbelanjaan akan tertarik perhatiannya.

Intimacy, adalah sifat penampilan bangunan suatu fasilitas perdagangan yang dapat menciptakan penampilan yang manusiawi.

Dari dua sifat diatas, yaitu *clarity* dan *boldness*, tempat ada beberapa penekanan pada penampilan visual bangunan suatu fasilitas perdagangan. Penekanan tersebut adalah penekanan aspek pengenalan fungsi bangunan sebagai suatu fasilitas perdagangan.

Permasalahan yang timbul dalam kaitan pengembangan suatu fasilitas perdagangan di Kota Madiun dalam hubungannya dengan dengan penampilan fisual, adalah adanya tuntutan penonjolan wajah komersial disatu pihak dan bentuk-

bentuk kontekstual dilain pihak yang akan melatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memopertahankan penampilan kontekstual kota Madiun.

5.2.2. Orientasi Perletakan bangunan dan Pintu Masuk

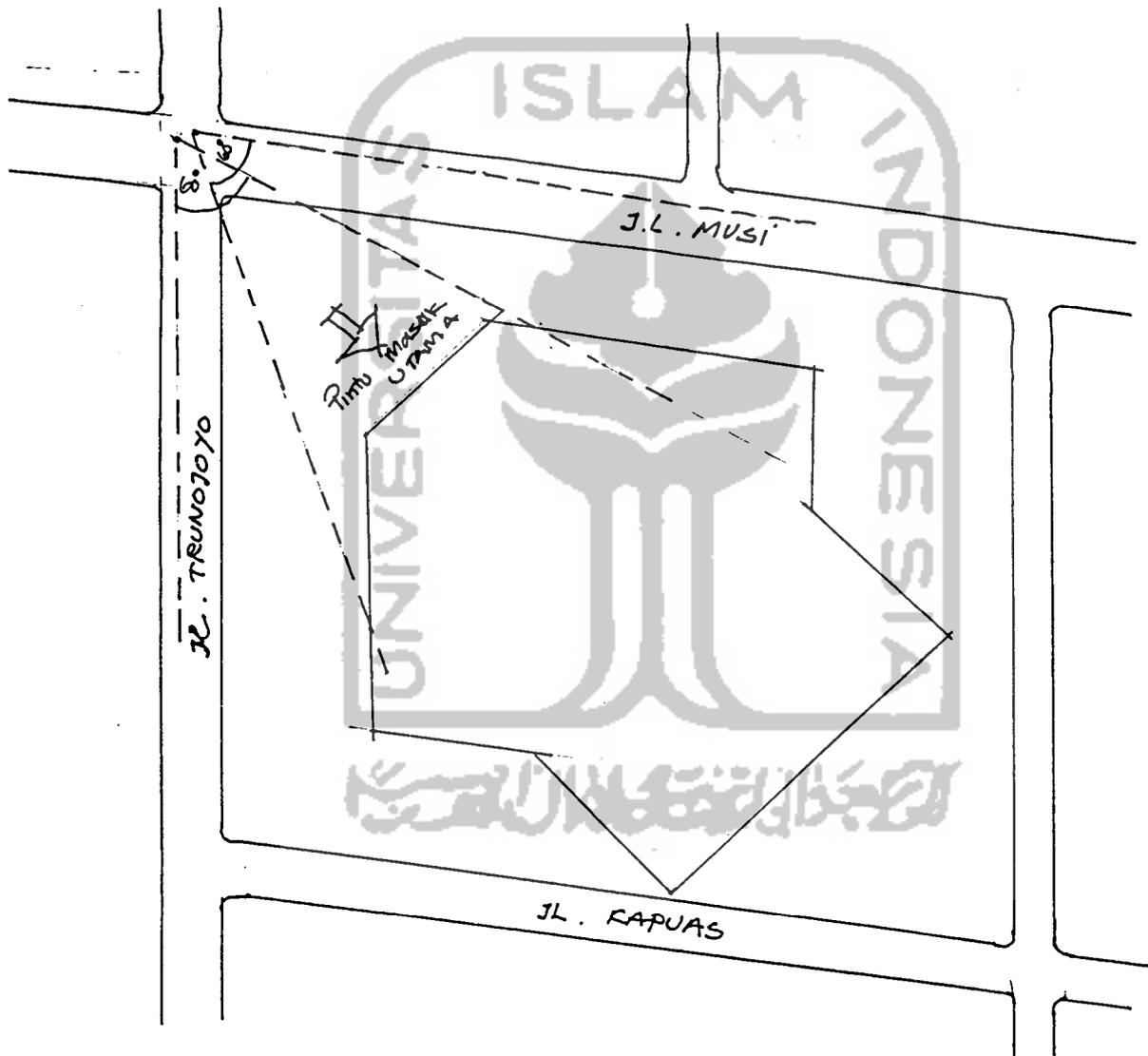
Kajian orientasi perletakan bangunan terutama dimaksudkan untuk menjawab salah satu tuntutan penampilan wajah komersial dari bangunan pusat perbelanjaan sebagai suatu fasilitas perdagangan. Tuntutan tersebut terutama tuntutan yang didasari sifat *boldness* pada penampilan wajah komersial suatu fasilitas perdagangan.

Kajian ini meliputi kajian mengenai daerah pada site yang menguntungkan bagi maksud penonjolan bangunan yang berkaitan dengan kebutuhan untuk pengenalan bangunan dan penyampaian informasi melalui kegiatan promosi lewat penampilan visual bangunanya.

Daerah pada site bagi perletakan bangunan untuk kebutuhan penonjolan penampilan fisual bangunan tersebut terutama diorientasikan, untuk menarik perhatian orang-orang disekitarnya yang sekaligus dapat digunakan sebagai entrance pada bangunan. Hal ini didasarkan pada pertimbangan pemikiran, bahwa bagi orang yang melakukan pergerakan dengan kaki akan mempunyai kesempatan lebih luas dalam pengenalan bangunan dan penerimaan informasi dari kegiatan promopsi yang ditampilkan lewat penampilan visual bangunan. Dengan penonjolan penampilan visual bangunan tersebut dapat mencakup tidak saja orang-orang yang berjalan disekitar site tetapi juga orang-orang yang

melakukan pergerakan dengan berkendara.

Sudut pandang yang paling menguntungkan dari penempatan jalan didasarkan pada kemungkinan sudut pandang manusia, yaitu 60 derajat kesetiap sisinya (Spreiregen, P. - : 71)



Gambar 5-1

Orientasi bangunan

5.2.3. Penampilan Visual Eksterior Bangunan

Kajian penampilan visual eksterior bangunan meliputi kajian mengenai wujud bangunan, facade bangunan, dan elemen estetika bangunan.

Kajian mengenai wujud bangunan, facade bangunan dan elemen estetika bangunan, akan didasarkan pada kebutuhan penampilan visual *Shopping Center* di Madiun yang mempunyai keseimbangan dalam pembentukannya. Keseimbangan dalam pembentukannya, yaitu keseimbangan anatara pola dan corak penampilan visual bangunan yang menekankan aspek promosi dengan pola dan corak penampilan visual yang menekankan pada bentuk kontekstual bangunan-bangunan di Madiun.

Hal ini dimaksudkan agar bentuk/facade yang akan diserap bagi pengembangan *Shopping Center* di Madiun memang merupakan bentuk kontekstual dari bangunan perdagangan (pada analisis bangunan peninggalan di BAB IV). Sehingga dapat dihindarkan kejanggalan-kejanggalan yang disebabkan karena penyerapan bentuk/facade yang sebenarnya bukan diperuntukkan bagi bangunan perdagangan.

Untuk tinjauan bangunan dengan penampilan visual yang menekankan pada aspek promosi diambil bangunan-bangunan toko antara lain: toko Bandung, President, dan Kamajaya.

Pola dan karakter penampilan visual dari bangunan-banguna tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Wujud bangunan terdiri dari bagian atap, dinding, dan bidang dasar. Tetapi dalam penampilannya sering kali tidak terungkap dengan jelas.

- b. Facade bangunan didominasi oleh penampilan sarana promosi.
- c. Elemen-elemen estetika bangunan merupakan unsur dekoratif yang menekankan pada aspek-aspek promosi (merupakan elemen-elemen sarana promosi). Pengertian unsur dekoratif adalah sebuah obyek jadi, yang dibuat ditempat lain dan berasal dari komponen non konstruktif yang diletakan disatu bagian bangunan.
- d. Pola wujud bangunan (simetris/asimetris) tidak mempunyai pola tertentu.



Gambar 5-2

Facade bangunan komersial

Dari analisis karakteristik dasar pola-pola dan corak penampilan facade bangunan yang sudah dibahas di bab sebelumnya, maka pola penampilan visual eksterior bangunan *Shopping Center* yang disesuaikan dengan kebutuhan keseimbangan penekanan aspek promosi dan penekanan aspek kesesuaian dengan kontekstual bangunan di Madiun secara khusus dan Jawa Timur Umumnya akan mempunyai pola sebagai

berikut :

- a. Menyerap pola wujud bangunan yang memberikan kesan atap, bidang permukaan dinding dan bidang dasar yang diangkat.
- b. Menyerap pola simetris pada bangunan, walaupun pada penerapannya ada kemungkinan pola tersebut tidak diterapkan secara murni, tetapi kesan simetris tersebut akan tetap dimunculkan.
- c. Adanya penyerapan pengulangan bentuk-bentuk bidang bukaan, atap, struktur dan ornamen.
- d. Elemen-elemen estetika bangunan yang diorientasikan pada ornamen.
- e. Elemen-elemen yang merupakan sarana bagi tujuan-tujuan kegiatan promosi, diusahakan sejauh mungkin menjadi satu kesatuan penampilan unsur unsur ornamen pada bangunan.
- f. Penampilan visual bangunan dengan proporsi dimana horisontal lebih dominan dari pada vertikal.

5.2.4. Penampilan Visual Interior Bangunan

Kajian mengenai penampilan visual interior bangunan akan meliputi kajian mengenai batas-batas pandang manusia, yang disesuaikan dengan kebutuhan penampilan visual facade pertokoan; penampilan facade pertokoan dan elemen-elemen estetika dari facade pertokoan.

Tuntutan bagi penampilan visual wujud facade pertokoan terutama adalah untuk dapat menampilkan wajah komersial, yang pada dasarnya bertujuan untuk menarik perhatian orang-orang yang ada disekitarnya. Untuk itu wujud facade pertokoan harus dapat menjadi awal bagi pengenalan bentuk kegiatan perdagangan dari pertokoannya. Untuk maksud-maksud tersebut maka wujud facade pertokoan harus dapat terlihat sebagai sebuah komposisi keseluruhan bersama dengan detail-detainya, sehingga dapat dikenali dari jarak yang agak jauh maupun dekat.

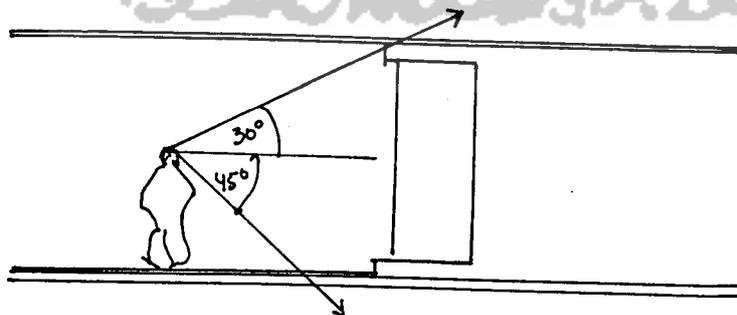
Untuk menjawab tuntutan tersebut maka facade pertokoan harus dapat terlihat pada sudut pandang 30 derajat dari batas ketinggian mata diukur dari jarak manusia berdiri. Daerah dari tempat manusia berdiri terletak pada setengah jarak jalur sirkulasi pengunjung pada koridor, dan pada tepi terjauh dari lebar sirkulasi apabila merupakan jalur sirkulasi satu sisi.

Kajian mengenai penampilan visual facade pertokoan dan elemen-elemen estetika facade pertokoan, seperti pada kajian mengenai penampilan visual eksterior bangunan terutama akan ditinjau berdasarkan adanya tuntutan ke-

seimbangan penekanan dalam pengolahan visual, yang mengacu pada aspek promosi dan aspek penyesuaian dengan penampilan visual, kontekstual bangunan di Madiun.

Pertokoan yang ada dalam Shopping Centre di Madiun, walaupun dalam lingkup besar berada dalam satu kesatuan unit operasi perdagangan dalam lingkup yang lebih kecil merupakan unit-unit fasilitas perdagangan yang berfungsi menampung kegiatan perdagangan masing-masing. Dan dalam penampilan facade pertokoannya akan disesuaikan dengan ciri-ciri bentuk pelayanan masing-masing.

Untuk menghindari penampilan yang beragam bentuknya, maka dasar pengolahan facade pertokoan akan didasarkan pada pola dan karakter penampilan eksterior bangunannya. Sehingga diharapkan ada kesatuan dalam penampilan visual bangunan, baik eksterior maupun interiornya.



Gambar 5-3

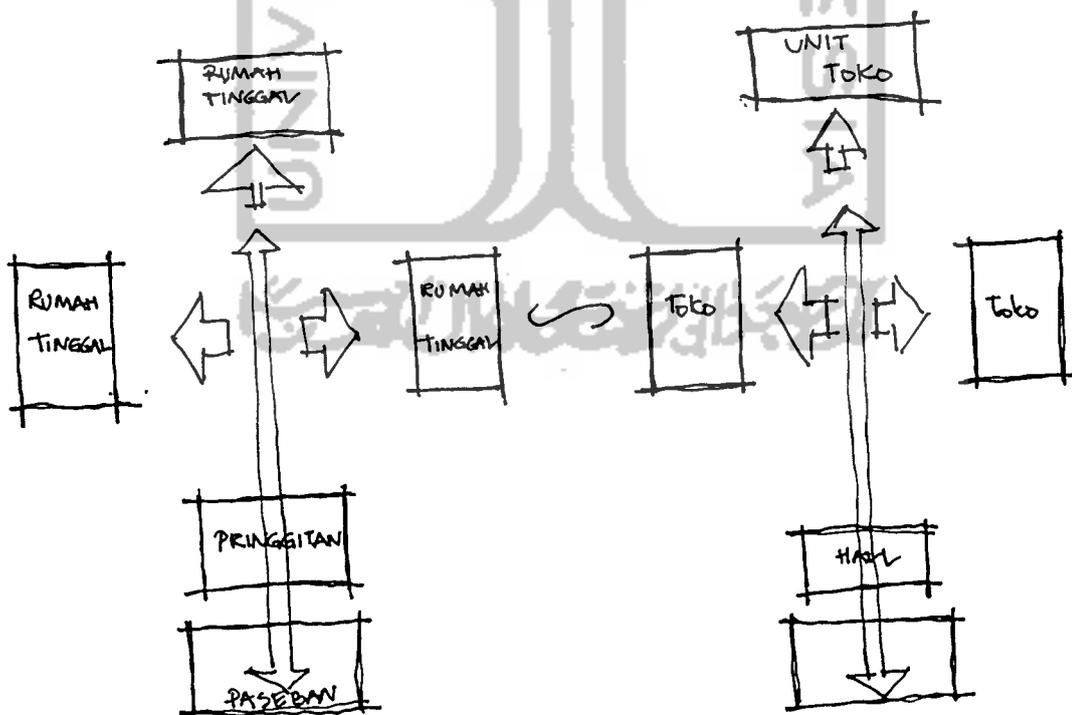
Facade pertokoan

5.3. Pendekatan Pola Sirkulasi dan fungsi Ruang

Pada Bangunan *Shopping Center* ruang-ruang dominan adalah sebagai tempat perbelanjaan. Ruang-ruang unit penjualan saling berhubungan satu dengan yang lain dengan sirkulasi melalui lorong-lorong koridor atau selasar dan ruang sebagai sebaran sirkulasi dalam bangunan/hall.

Pendekatan ini dilakukan dengan menerapkan pola pada bangunan tradisional pada bahasan bab sebelumnya bahwa antar ruang kegiatan dihubungkan oleh rumah berjalan/koridor. Juga ada ruang penerima paseban, atau juga ruang duduk-duduk pada pringgitan yang menghubungkan paseban dengan rumah tinggal sebagai fungsi utama.

Pola pergerakan dengan pola linier.



Gambar 5-4

Pola ruang



Pada bangunan *Shopping Centre* tiap unit penjualan secara fungsional perlu adanya koridor/selasar sebagai ruang sirkulasi bagi pergerakan pengunjung. Entrance pada bangunan bisa diidentikkan dengan paseban sebagai ruang penerima dari luar bangunan begitu juga hall sebagai pringgitan/ruang duduk yang menghubungkan dengan ruang unit penjualan melalui selasar-selasar.

5.4 Pendekatan Perencanaan *Shopping Centre*

5.4.1. Mencari Alternatif Lokasi *Shopping Centre*

Bertitik tolak dari Master Plan kota Madiun, bahwa daerah pusat perdagangan terletak pada kawasan Proliman, Sleko, Jl. Sudirman, sedang fasilitas perdagangan lainnya yang tersebar di beberapa tempat diperuntukkan bagi fasilitas penunjang. Apabila dipertimbangkan terhadap kriteria lokasi *shopping Centre* adalah sebagai berikut :

A. Alternatif I : Lokasi terletak di daerah Proliman.

Kondisi Lokasi

- Terletak di daerah pusat perdagangan, yaitu sepanjang Jl. KH. Agus Salim, Jl. Kutai, Jl. Kol Marhadi, Jl Bogowonto, merupakan pusat perdagangan dengan skala besar dan kecil.
- Relatif dekat dengan semua fasilitas komersial yang ada.
- Merupakan jalan protokol yang menghubungkan antara Ponorogo, Madiun dan Ngawi.
- Relatif dekat dimana konsentrasi penduduk pada daerah sekitarnya.

- Terdapat area site yang menunjang dibangunnya fasilitas Shopping Centre.
- Merupakan daerah lalu lintas yang padat.
- Kemungkinan area site pada pemukiman penduduk.
- Area parkir yang ada merupakan area parkir disepanjang jalan.
- Arus lalu lintas yang ada adalah searah.

B. Alternatif II : Lokasi terletak di daerah Sleko

Kondisi Lokasi :

- Terletak didaerah perdagangan, yaitu sepanjang Jl. Musi, Jl. KH. Agus Salim, Jl. Trunojoyo, merupakan pusat perdagangan dalam skala sedang dekat dengan fasilitas hiburan.
- Pada daerah yang mudah dijangkau dengan transportasi kota.
- Merupakan jalur protokol yang menghubungkan antara Madiun dan Ponorogo dan Ngawi.
- Tersedia sarana dan prasarana infrastruktur yang memadai.
- Relatif dekat dengan kampus, dimana terdapat konsentrasi penduduk pada daerah sekitarnya.
- Terdapat area site yang menunjang pembangunan *shopping Centre*.
- Merupakan daerah perdagangan yang akan berkembang.
- Area parkir yang ada merupakan deretan parkir di sepanjang jalan.
- Arus lalu lintas dua jalur.

C. Menentukan lokasi Shopping Centre

Penentuan lokasi Shopping Centre dilakukan dengan membandingkan bobot nilai kriteria lokasi dari masing-masing alternatif lokasi.

Penilaian kriteria lokasi berdasarkan ukuran sebagai berikut :

Ukuran :

- Sangat mendukung
- Cukup mendukung
- Kurang mendukung
- Tidak mendukung

Nilai

4

3

2

1



Tabel 5-1, Kriteria pemilihan lokasi :

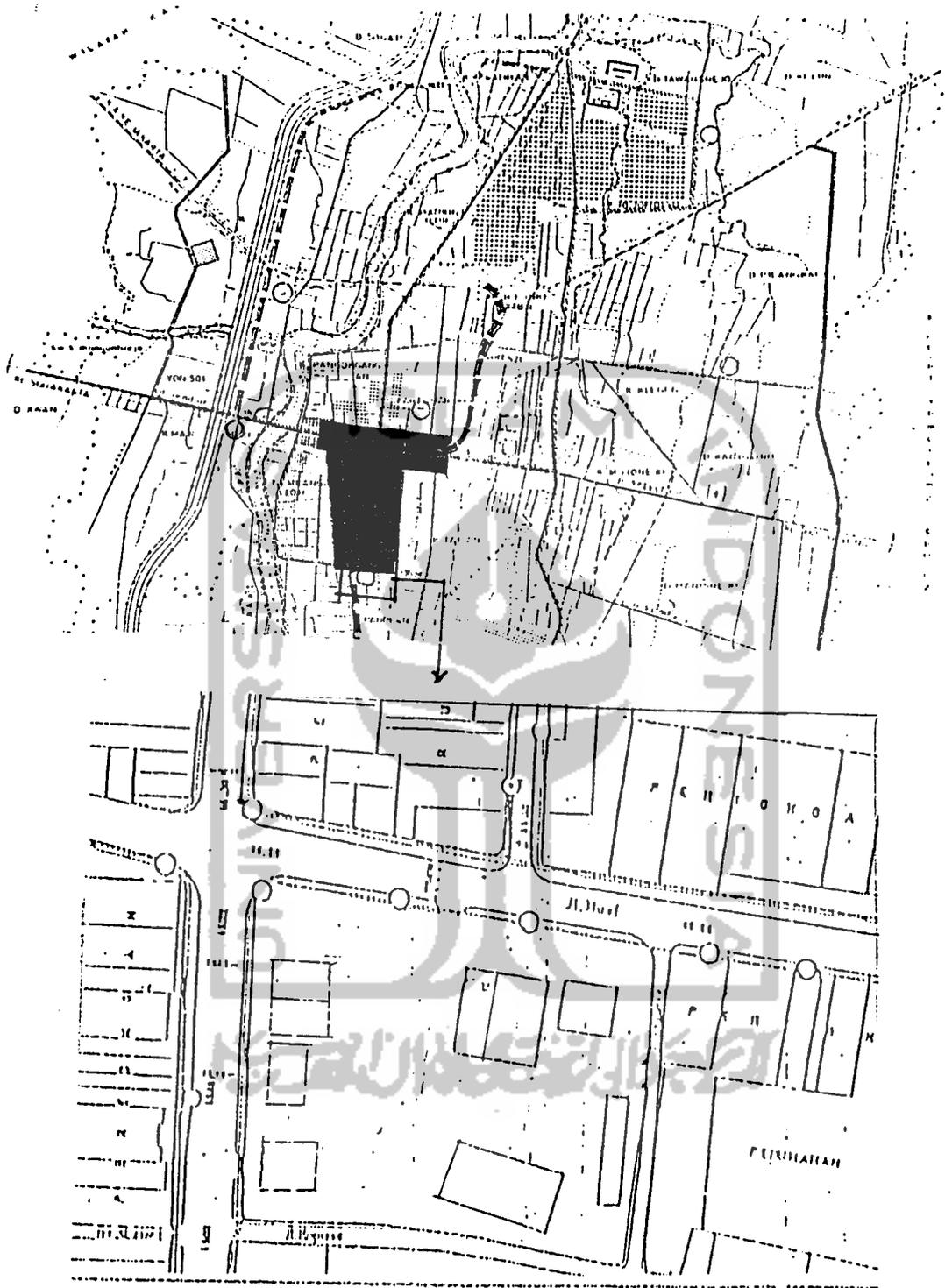
Kriteria Lokasi	Alternatif	
	I	II
1. Daerah pusat perdagangan.....	4	4
2. Daerah yang mudah dicapai transport....	3	4
3. Daerah mempunyai unsur penunjang (hiburan, rekreasi, bank, kantor, hotel)...	4	2
4. Terdapat infrastruktur.....	4	4
5. Area site menunjang dengan kemungkinan pengembangannya.....	3	4
6. Daerah dimana kepadatan yang ditimbulkan relatif kecil.....	2	3
7. Daerah yang nantinya mampu menunjang perkembangan lingkungan.....	3	4
Total Score	23	25

Dari pembobotan diatas nilai tertinggi dicapai dengan total score 25 pada alternatif lokasi II.

Kesimpulan lokasi/site : terletak di daerah Sleko.

D. Site

Berdasarkan hasil analisa pemilihan lokasi, Site terletak pada daerah yang menguntungkan dan menjadi pilihan sebagai perencanaan bangunan *Shopping Centre* yaitu didaerah Sleko.



Gambar 5-5
Lokasi dan Site

5.4.2. Keadaan Site

Site yang direncanakan pada daerah yang akan berkembang dengan lokasi yang strategis :

a). Luas Site : ± 11.000 meter persegi

b). Batas Site :

- Sebelah Utara : Jalan Musi
- Sebelah selatan : Jalan Kapuas
- Sebelah Barat : Jalan Trunojoyo
- Sebelah Timur : Pemukiman

c). Topografi :

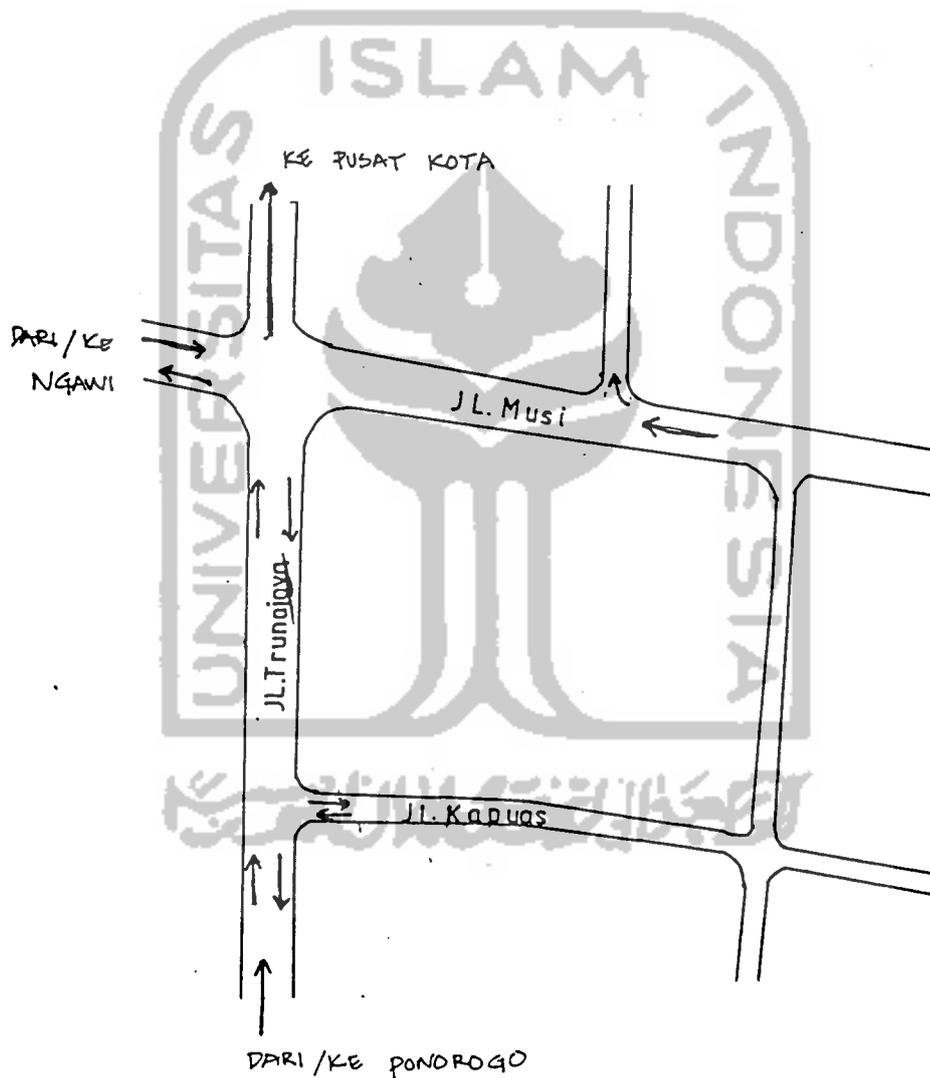
Keadaan tanah relatif rata, berada pada ketinggian kurang lebih 67 meter diatas permukaan air laut.

d). Penggunaan/kepemilikan site dianggap dapat diselesaikan.



5.4.3. Sirkulasi sekitar site

Keadaan site dibatasi jalan dimana volume lalu lintas relatif sibuk/cukup padat, untuk mengetahui sirkulasi sekitar site tidak terlepas dari sirkulasi secara keseluruhan di daerah perdagangan kota Madiun.



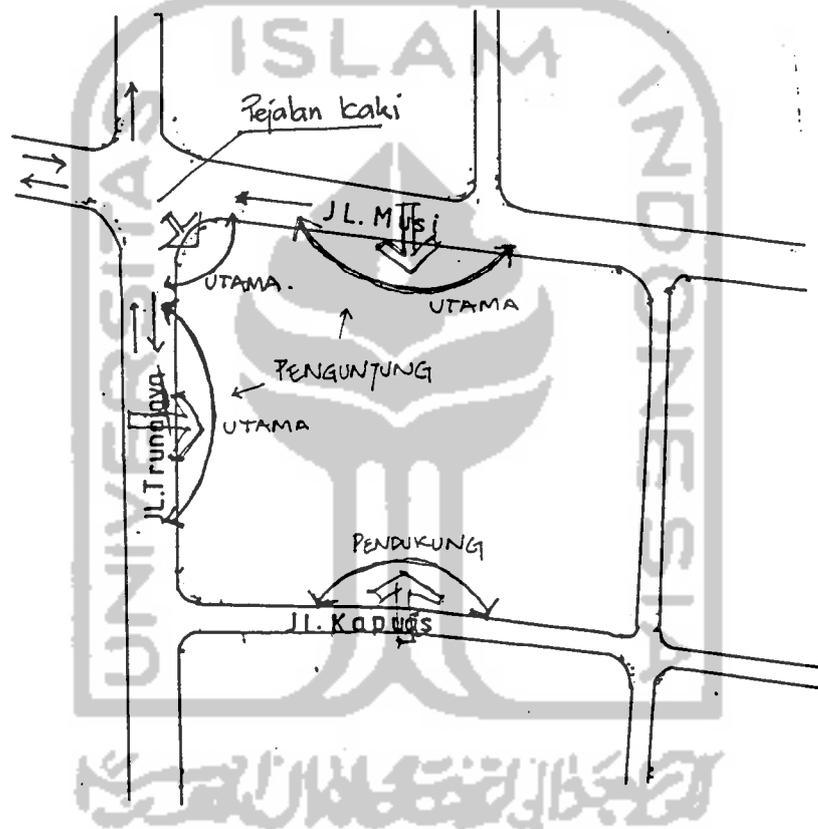
Gambar 5-6

Sirkulasi sekitar site

5.4.4. Pemilihan Pintu Masuk Site

Pemilihan pintu masuk site dengan pertimbangan :

- Tidak terlepas dari keadaan sirkulasi disekitar site
- Daerah yang memudahkan dalam pencapaian (dekat jalan utama)



Gambar 5-7

Pintu masuk site

5.4.5. Masa Bangunan dan Space

a. Masa Bangunan

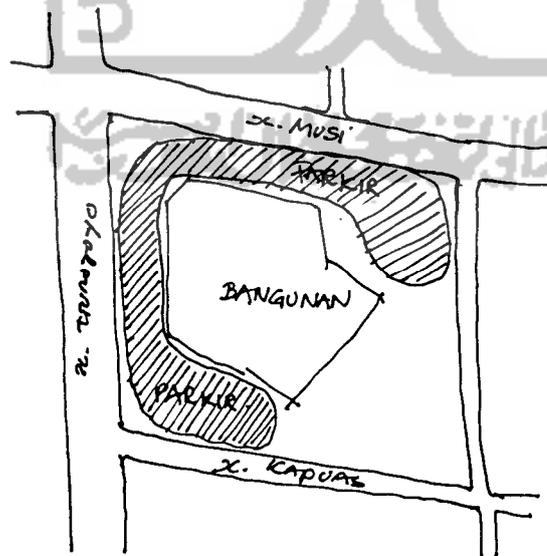
Konsep pengembangan perwadahan dari fungsi kegiatan dalam wadah tunggal atau dalam pola gubahan masa.

Hal-hal yang mendasari pemilihan pola tata masa lebih

tergantung pada konteks studi bangunan yang berkaitan dengan : luas site yang dikembangkan, ketetapan FAR dan BC, kebijakan terhadap fungsi site pada kawasan (misal sebagai jalur hijau) serta batasan ketinggian bangunan. Sehingga optimasi lahan menurut FAR 0,8-1.6 dan BC maksimum 60 % diterapkan pada lokasi/site maka, pola tatanan masa tunggal paling layak untuk dikembangkan. Bentuk masa dengan pendekatan pada masa bangunan tradisional.

b) Space

Pada bangunan komersial *Shopping Centre* Perlu disediakan space parkir untuk menampung parkir, pengunjung, distribusi barang dan pelayanan. Ruang parkir disediakan untuk mengurangi penggunaan parkir di jalan sehingga kemacetan lalu lintas dapat dihindari dan memberikan kelancaran arus pengunjung.



Gambar 5-8

Masa bangunan & Space

5.4.6. Kebutuhan Luasan bangunan

Kebutuhan luasan bangunan pusat perbelanjaan di Kota-madya Madiun yang melayani penduduk sampai th 2008 adalah 72.000 m² sebanyak 6 unit (RIK Kota madya Madiun).

Bangunan yang direncanakan sebesar *Cummunity Center* dengan GLA minimal ± 10.000 meter persegi.

Building covered maksimum 60 % dengan FAR maksimum 1,6 (RITRK Madiun) maka dapat diperoleh :

$$BC 60 \% = 60/100 \times 11.000 = \pm 6600 \text{ m}^2$$

Sedangkan secara fisik, jenis fasilitas yang akan diwadahi antara lain :

- a. Super market
- b. Junior departement store
- c. Unit-unit Toko
- d. Unit-unit kios
- e. Dari luas GLA ± 11.500 m² yang direncanakan, asumsi 30 % untuk ruang servis dan sirkulasi . Untuk pemerataan maka 25 % GLA untuk pedagang bermodal lemah yang beorientasi kepada konsumen menengah kebawah dan 75 % GLA untuk golongan pedagang bermodal kuat yang beorientasi kepada konsumen golongan menengah keatas. Hal ini dimaksudkan agar tidak ad kesenjangan ataupun permasalahan dengan pasar sebagai pusat perbelanjaan tradisional. Untuk penggunaan area, pemerintah telah mengatur syarat bagi bangunan pusat perbelanjaan baru untuk menye-

diakan kurang lebih 20 % area sebagai tempat penjualan bagi pedagang lemah yang mempunyai target pembeli terutama untuk golongan menengah kebawah. (Syarif. S, 1988 : 34).

Tabel 5-2
Jenis Pertokoan yang sudah diklasifikasikan Daerah perbelanjaan Madiun di pusat kota

Jenis Toko	Jumlah (buah)	Prosentasi
Clothyng & Shoes	50	27 %
Variety store	26	15,6 %
Art & Craft	17	10,1 %
Food service	8	5,1 %
Furniture (TV, Radio, Hifi)	17	10,1 %
Food	8	5,1 %
Stasionery & Book	17	10,1 %
Drug	14	8,4 %
Sport	3	1,6 %
Service	11	6,75 %

sumber : (DPU Direktorat Cipta Karya Direktorat Tata Kota Dan Daerah. et al. 1986 : 78).

Dengan acuan diatas, maka fasilitas yang direncanakan untuk golongan pedagang bermodal kuat, dengan luas GLA total sekitar $\pm 7.500 \text{ m}^2$ antara lain :

Tabel 5-3
Fasilitas yang direncanakan untuk konsumen golongan menengah keatas

Jenis fasilitas	Luas GLA
super market	$\pm 750 \text{ m}^2$
Junior departement store	$\pm 1750 \text{ m}^2$
toko art & craft	$\pm 800 \text{ m}^2$
toko furnitur (TV, Radio, Hifi dll)	$\pm 500 \text{ m}^2$
toko obat	$\pm 200 \text{ m}^2$
food service (restaurant)	$\pm 100 \text{ m}^2$
toko sandang	$\pm 1600 \text{ m}^2$
stasioneri & book (toko buku)	$\pm 350 \text{ m}^2$
variety goods (toko kelontong)	$\pm 700 \text{ m}^2$
Service shop	$\pm 750 \text{ m}^2$

Sedang area untuk pedagang dengan orientasi pada konsumen menengah kebawah dengan GLA \pm 2.500 m² antara lain yaitu :

Tabel 5-4
Fasilitas yang direncanakan
untuk golongan konsumen menengah kebawah

Jenis Toko	Jumlah (buah)	Prosentasi	Luas
Clothyng & Shoes	18	27 %	675
Variety store	11	15,6 %	390
Art & Craft	7	10,1 %	252
Food service	4	5,1 %	127
Furniture (TV, Radio, Hifi)	7	10,1 %	252
Food	4	5,1 %	127
Stasionery & Book	7	10,1 %	252
Drug	6	8,4 %	210
Sport	1	1,6 %	40
Service	4	6,75 %	168

Keterangan : Masing-masing kios diatas mempunyai luasan 36 m².

5.5. Kajian Pengorganisasian Ruang Kegiatan

Kajian ini terutama ditujukan untuk mendapatkan dasar bagi pengorganisasian unit-unit fasilitas perdagangan sehingga tercipta suatu pola perletakan yang memungkinkan unit-unit fasilitas yang ada dapat mempunyai kesempatan untuk dilewati akses pejalan kaki dari pembeli.

5.5.1. Daerah Asal tujuan Pembeli Shopping Centre

Daerah asal tujuan pembeli apabila di dasarkan pada cakupan wilayah yang masuk dalam lingkup pelayanan adalah sebagian wilayah kota Madiun. Daerah-daerah asal tujuan pembeli tersebut secara garis besar bisa dibagi dua, yaitu daerah sekitar site pada kawasan sleko dengan jarak

tempuh kurang dari 2,5 km dan dari daerah diluar kawasan sleko dalam wilayah kota Madiun yang mempunyai jarak tempuh ke lokasi lebih dari 2,5 km.

Daerah asal tujuan pembeli dalam kawasan Sleko terutama adalah daerah perbelanjaan Sleko. Hal ini sesuai dengan maksud pengembangan *Shopping Center* di Madiun dalam mendukung fungsi pelayanan perdagangan kawasan Sleko, yaitu untuk ikut menampung perkembangan kegiatan perdagangan di daerah perbelanjaan Sleko.

Tetapi disamping itu dalam kawasan Sleko terdapat daerah-daerah lain yang dapat menjadi daerah asal tujuan pembeli. Daerah-daerah disekitar site yang merupakan daerah asal tujuan pembeli adalah daerah perumahan dan pertokoan di Proliman, pasar Gede, daerah perumahan dan perbelanjaan jalan Cokroamonoto dan daerah perumahan dan pertokoan jalan Kh. Agus Salim. Daerah-daerah tersebut di kelompokkan dalam daerah asal tujuan pembeli karena pada daerah tersebut terdapat konsentrasi masyarakat kota yang tinggal ataupun yang melakukan kegiatan di daerah tersebut, yang diharapkan akan memberikan respon terhadap fungsi *Shopping Center* sebagai suatu pusat pelayanan kebutuhan akan barang dan jasa. Cara kedatangan pembeli dari daerah-daerah asal pembeli adalah dengan cara berjalan kaki maupun berkendara.

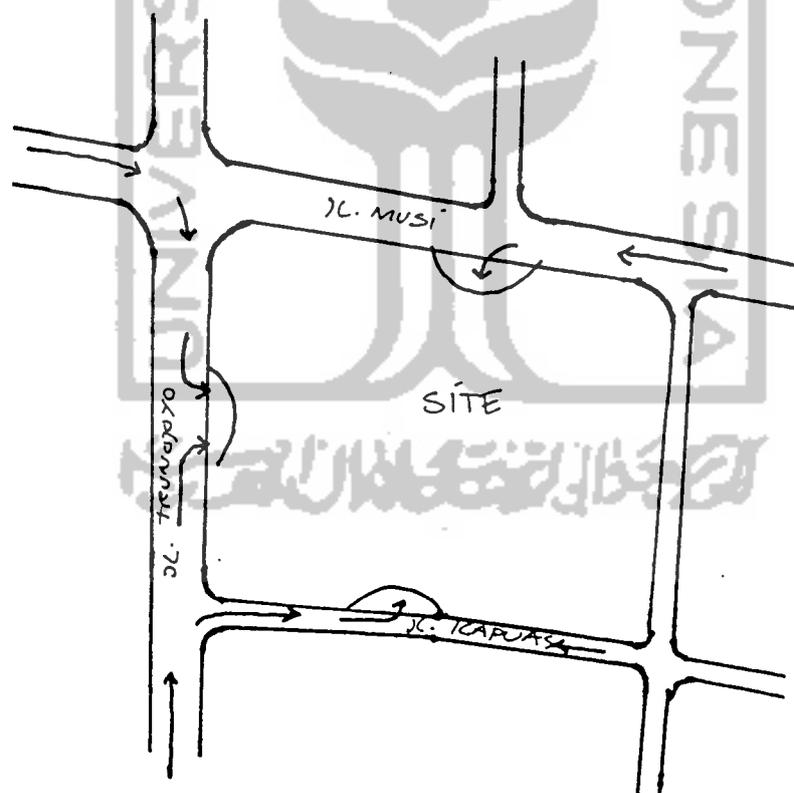
Sedangkan asal daerah tujuan pembeli di luar wilayah Sleko, adalah daerah-daerah di sebelah Barat dan Timur dari lokasi *Shopping Center* Sleko. Hal ini disebabkan

kemudahan pencapaian dari daerah tersebut ke lokasi karena tersedianya jalur transportasi kota yang menghubungkan daerah-daerah tersebut.

5.5.2. Zona Droping Barang Pada Site

Penentuan zonan droping dalam site ini didasarkan pada kedekatan area dengan jalur jalan yang digunakan untuk masuknya kendaraan droping barang kedalam wilayah dimana site tersebut berada.

Kegiatan droping biasanya dilakukan diluar jam-jam kegiatan perbelanjaan yang dimaksudkan agar tidak mengganggu kegiatan perbelanjaan tersebut.



Gambar 5-9

Zona droping barang pada site

5.5.3. Orientasi Pelayanan

Orientasi pelayanan Shopping Centre di Madiun mempunyai dua arah, yaitu pelayanan kepada kelompok konsumen menengah ke atas dan pelayanan kepada konsumen menengah ke bawah. Dengan penyediaan area yang berbeda, 75 % untuk konsumen menengah keatas dan 25 % untuk pelayanan kelompok menengah ke bawah.

5.5.4. Pelaku Kegiatan

Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan secara umum terdiri dari pedagang, pembeli dan pengelola. Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan, masing-masing mempunyai peran dan keterkaitan hubungan kegiatan yang berbeda. Peran dan hubungannya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut :

5.5.5. Kebutuhan Ruang

Ruang-ruang yang dibutuhkan dalam suatu pusat perbelanjaan ditinjau dari kebutuhan ruang untuk menampung kegiatan utama dan kegiatan dan kegiatan penunjang. Kegiatan penunjang adalah kegiatan jual beli dan penyimpanan stok , sedang kegiatan penunjang adalah kegiatan pengelolaan. Kebutuhan ruang pada *Shopping Center* yang direncanakan adalah sebagai berikut :

Tabel 5-5
Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan

pelaku kegiatan	peran	hubungan kegiatan
pedagang	.pemakai unit-unit fasilitas perdagangan yang memanfaatkan untuk memberikan pelayanan pada pembeli	
pembeli	.pihak penerima pelayanan dari pedagang	
pengelola	.pihak yang mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kegiatan	

ket. ⊙ hubungan langsung
 ○ hubungan tidak langsung

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 1), dengan modifikasi.

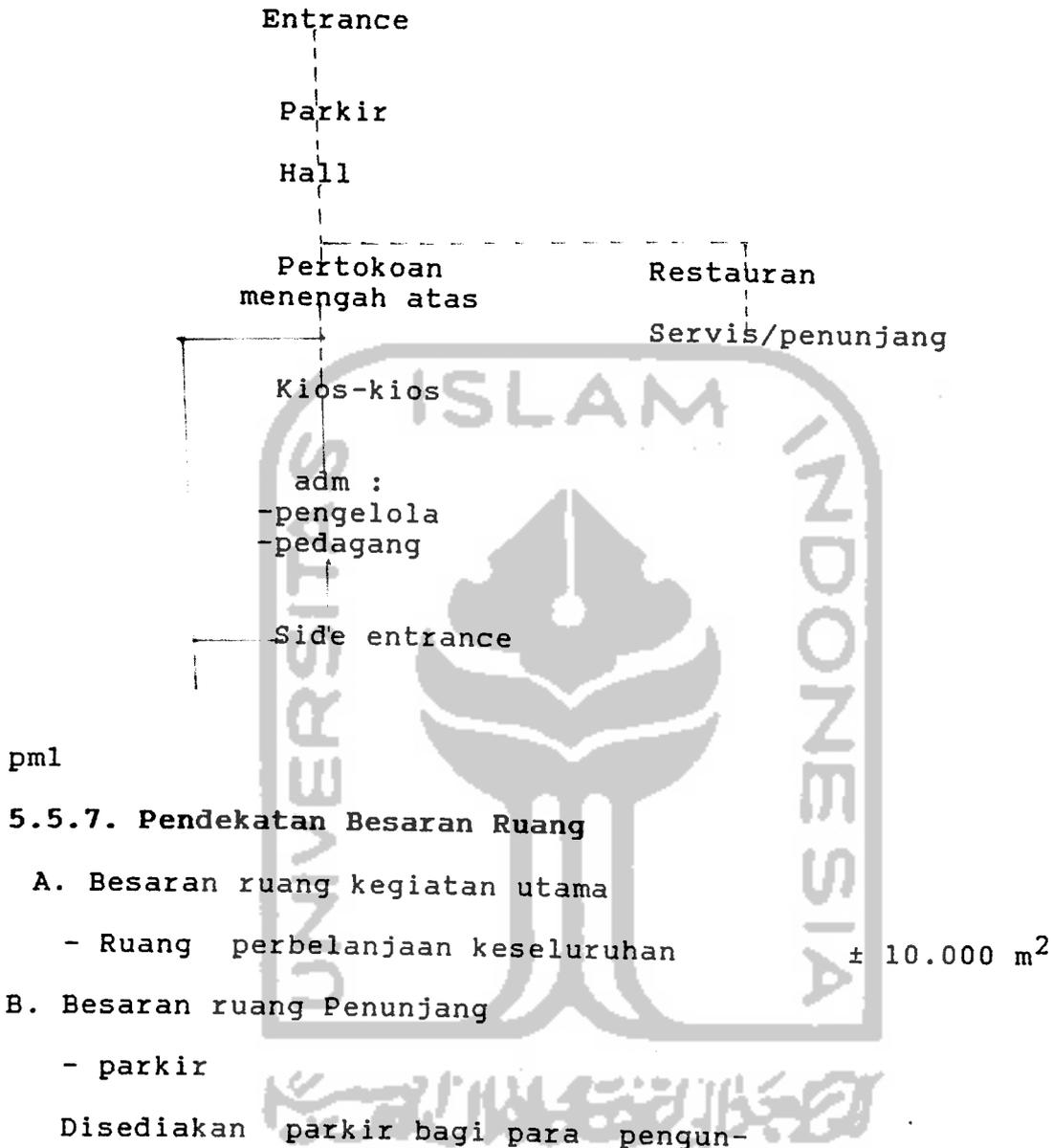
Tabel 5-6
Kebutuhan Ruang

kegiatan	kebutuhan ruang
utama	. ruang jual beli (toko, kios, store) . ruang stock barang
penunjang	. ruang kantor dan administrasi . ruang karyawan . ruang peralatan
penunjang	. ruang mechanical, electrical, equipment . ruang lavatory . area parkir . area dropping barang . ruang sirkulasi pembeli (coridor/mall)

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 1), dengan modifikasi.



5.5.6. Organisasi Pelaku Kegiatan Dalam *Shopping Center*



pml

5.5.7. Pendekatan Besaran Ruang

A. Besaran ruang kegiatan utama

- Ruang perbelanjaan keseluruhan ± 10.000 m²

B. Besaran ruang Penunjang

- parkir

Disediakan parkir bagi para pengun-

jung

dengan mobil dan parkir distribusi barang.

Dalam Standart buku Neufert adalah :

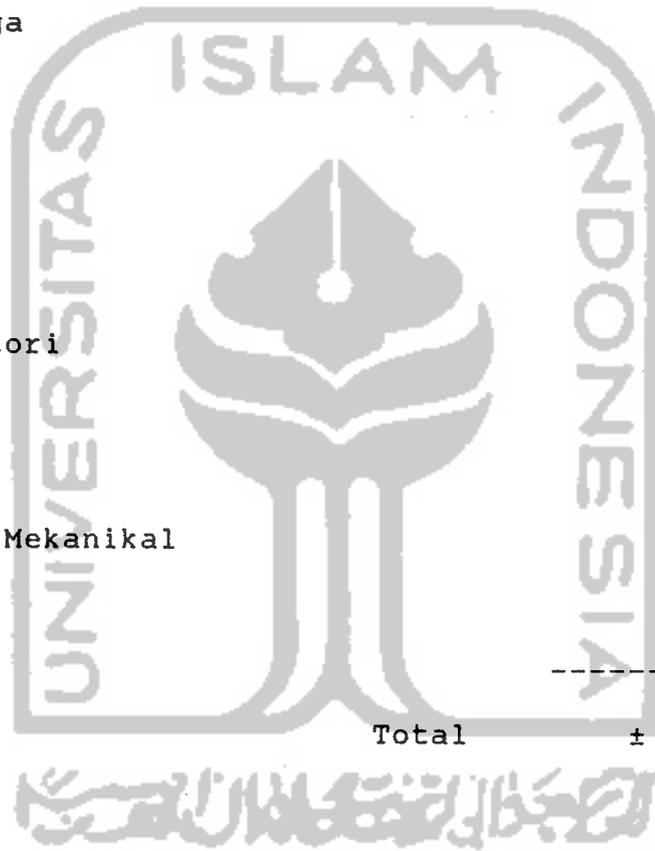
(2,50 m x 5,50) = 13,75 m² , 25 %

parkir untuk parkir sepeda motor bagi golongan ekonomi lemah.

- disediakan tempat parkir diluar ± 4.000 m²

- disediakan parkir Basement $\pm 3.500 \text{ m}^2$
- r kantor pengelola *Shopping Center* $\pm 100 \text{ m}^2$
- r kantor pengelola Supermarket dan Departement store $\pm 72 \text{ m}^2$
- r eskalator $\pm 81 \text{ m}^2$
- r tangga $\pm 250 \text{ m}^2$

- r lavatori $\pm 240 \text{ m}^2$
- Hall $\pm 250 \text{ m}^2$
- Koridor $\pm 3.500 \text{ m}^2$
- r AHU, Mekanikal $\pm 144 \text{ m}^2$
- gudang $\pm 36 \text{ m}^2$
- +
- Total $\pm 22.173 \text{ m}^2$



5.5.8. Kegiatan Jual Beli

Disini akan dikaji secara khusus kegiatan jual beli pada suatu pusat perbelanjaan, dimana pelaku utamanya adalah pedagang dan pembeli.

Secara umum pedagang atau pemakai unit-unit fasilitas perdagangan untuk tujuan komersial dapat diklelompok-

kan dalam dua kategori, yaitu pedagang yang menyediakan kebutuhan akan barang dan pedagang yang memberikan pelayanan jasa.

Pedagang yang menyediakan kebutuhan akan barang bisa dikelompokkan lagi atas jenis barangnya dan karakter pelayanannya, sedangkan pedagang yang memberikan pelayanan jasa dibedakan atas karakter pelayanannya.

Sedangkan pembeli pada pusat perbelanjaan ada dua macam, yaitu pembeli langsung menuju kesuatu fasilitas, atau pembeli yang berkeliling terlebih dahulu sebelum atau sesudah menuju suatu fasilitas perdagangan.



Tabel 5-7
Jenis pedagang

jenis pedagang	jenis komoditi yang dijual	karakter pelayanannya
pedagang barang	convenience goods yaitu : . kebutuhan harian . dibutuhkan secara tetap . rentang kebutuhan pendek . contoh : (bahan pangan, minuman, surat kabar, kertas pembersih dan toilet, tembakau, pakaian sehari-hari, dan lain-lain)	convenience function yaitu : . kemudahan pencapaian lokasi . kemudahan pemilihan barang . kemudahan dalam mendapatkan barang
pedagang barang	comparison goods yaitu : . kebutuhan berkala . rentang waktu kebutuhan relatif lebih lama . contoh : (barang sandang yang khusus, sepatu, alat-alat olah raga, dan lain-lain)	tingkat pilihan yang luas atas kualitas, harga, gaya dan jenis barang
pedagang jasa	jasa pribadi atau perorangan . contoh : (salon, barber shop) jasa khusus . contoh : (studio foto, toko jam) food service . contoh : (restoran, fast food service, counter makanan)	convenience function . kemudahan pencapaian . kemudahan pencapaian . letak yang khusus bagi restoran yang eksklusif . di jalur akses bagi fast food service dan counter makanan

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
(Northen, R.I. et al. 1977 : 2), dengan modifikasi.

Tabel 5-8
Macam fasilitas yang digunakan

jenis pedagang	macam fasilitas yang biasa digunakan
pedagang convenience goods	super market, toko makanan, kios-kios makanan
pedagang comparison goods	toko khusus pakaian, sepatu, department store, variety shop, dan kios-kios sandang, sepatu.
pedagang jasa pribadi	salon kecantikan, barber shop
pedagang food service	restoran, fast food service, counter makanan
pedagang jasa khusus	studio foto, reparasi jam

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
(Northen, R.I. et al. 1977 : 2), dengan modifikasi.

Tabel 5-9
Jenis pembeli

jenis pembeli	karakter
pembeli yang langsung menuju suatu fasilitas perdagangan	membutuhkan pelayanan akan kebutuhan convenience good atau pelayanan jasa dengan karakter pelayanan convenience function
pembeli yang berkeliling sebelum atau sesudah dari suatu fasilitas perdagangan	dapat meluangkan waktu untuk mengadakan pemilihan atas barang yang dibutuhkan biasanya pembeli untuk comparison goods

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
(Northen, R.I. et al. 1977 : 2), dengan modifikasi.

5.5.9. Kelompok Fasilitas

Kelompok fasilitas secara umum di bedakan atas dua kelompok yaitu fasilitas untuk pedagang yang mempunyai target pembeli konsumen menengah ke atas dan fasilitas untuk pedagang dengan target pembeli konsumen menengah ke bawah.

Untuk kelompok fasilitas bagi pedagang dengan target pembeli menengah ke atas, adalah fasilitas seperti: super market, junior departement store, kelompok toko sandang, kelompok toko food service, kelompok toko retail lainnya (sport, art and craft, drug), kelompok toko furnishing dan kelompok toko untuk servis.

Sebagai penarik, junior departement store bisa diletakkan pada suatu jarak tertentu dari pusat pergerakan pejalan kaki dimulai dari area parkir, yang memungkinkan terbentuknya suatu tarikan akses antara fasilitas tersebut dengan area parkir. Ruang antara junior departement store dan area parkir, yang sudah dihubungkan dengan suatu akses pergerakan pengunjung bisa dimanfaatkan untuk penempatanb toko-toko yang lain. Sedangkan kelompok fasilitas untuk pedagang dengan target pembeli menengah kebawah, berupa kios kios tunggal.

5.5.10. Perletakan Kelompok Fasilitas Perdagangan

Perletakan kelompok fasilitas perdagangan pada Shopping Center ini didasarkan pada karakter pelayanan kelompok fasilitas perdagangan, dan posisi daerah-daerah asal tujuan pembeli disekitar site, serta cara kedatangan

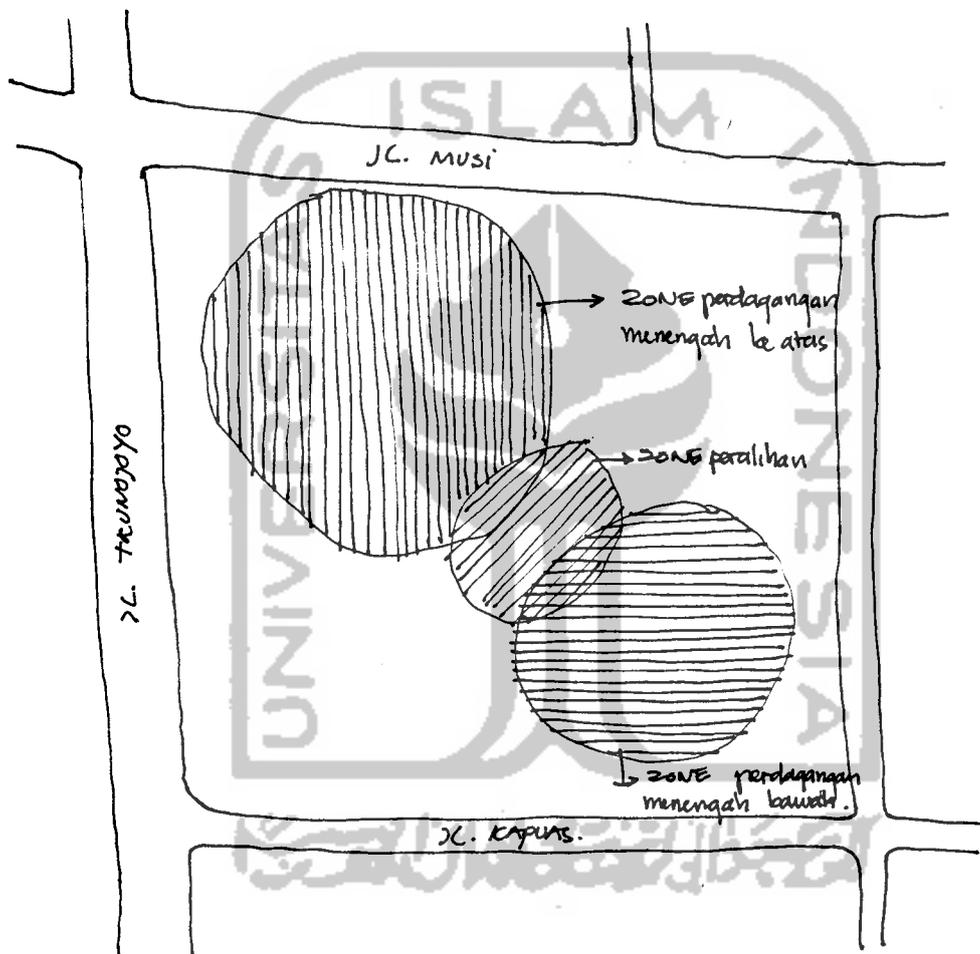
pembeli ke lokasi.

Kelompok fasilitas perdagangan sesuai dengan karakter pelayanannya terdiri dari dua kelompok, yaitu kelompok fasilitas perdagangan yang mempunyai orientasi pelayanan kepada konsumen tingkat ekonomi menengah ke atas dan menengah ke bawah, masing-masing mempunyai besaran luasan 75% dan 25% dari total luas penjualan.

Dari pertimbangan karakter pembeli tersebut di atas, maka perletakan kelompok fasilitas perdagangan akan mengakibatkan dua fungsi pelayanan perdagangan dalam satu site dengan karakternya yang berbeda. Kemungkinan yang akan timbul adalah orientasi kegiatan pengunjung sendiri-sendiri ke daerah perbelanjaan yang sesuai dengan karakter mereka. Hal ini akan dapat menimbulkan kesenjangan diantara keduanya oleh sebab itu diperlukan suatu kelompok fasilitas yang dapat menjembatani atau menjadi daerah peralihan dua daerah kelompok fasilitas perdagangan dalam site. Kelompok fasilitas harus bisa diterima pembeli kedua pihak, dari golongan menengah ke atas dan menengah ke bawah. Untuk itu kelompok fasilitas ini harus merupakan fasilitas yang menjual jenis barang yang secara universal dapat diterima kedua kelompok pembeli, yang tidak terlalu menekankan pada kriteria harga. Kelompok fasilitas ini yang cocok untuk maksud diatas adalah kelompok fasilitas barang-barang seni dan kerajinan (art and craft).

Adanya kelompok yang menjadi peralihan diharapkan

akses pembeli diantara dua kelompok fasilitas tidak terbatas pada masing-masing kelompok fasilitas tersebut. Terutama diharapkan akses pembeli dari menengah ke atas dapat terpengaruh ke kios-kios bermodal lemah.



Gambar 5-10

Zoning kelompok fasilitas

5.5.11. Pola Ruang Fasilitas Perdagangan

Pada unit perdagangan konsumen menengah keatas, pola ruang terutama terbentuk dengan adanya akses pergerakan pejalan kaki bagi pengunjung dalam site. Akses yang diharapkan terbentuk terutama adalah akses yang terjadi antara ruang-ruang area penerima pertama bagi pengunjung, kearah fasilitas yang karena karakter pelayanannya daper-siapkan sebagai "anchor". Dengan perletakan fasilitas yang difungsikan sebagai "anchor" pada jarak tertentu dari area atau ruang penerima pertama bagi pengunjung, akan terbentuk suatu ruang antara (antara ruang penerima dan fasilitas "anchor") yang diikat oleh akses pengunjung.

Area atau ruang penerima utama bagi pengunjung dalam site adalah area parkir bagi pengunjung yang datang dengan berkendaraan, sedangkan bagi pengunjung yang berjalan kaki adalah suatu area atau ruang penerima diluar bangunan yang berfungsi sebagai pengarah untuk masuk ke bangunan. Dibutuhkan pula ruang penerima dalam bangunan yang berfungsi sebagai area pengenalan atau peralihan, pada ruang setelah entrance bangunan, untuk memberi kesempatan pengenalan dan peralihan ruang bagi pengunjung dari ruang atau area penerima pertama pengunjung. Sehingga pengunjung dapat menentukan arah pergerakannya.

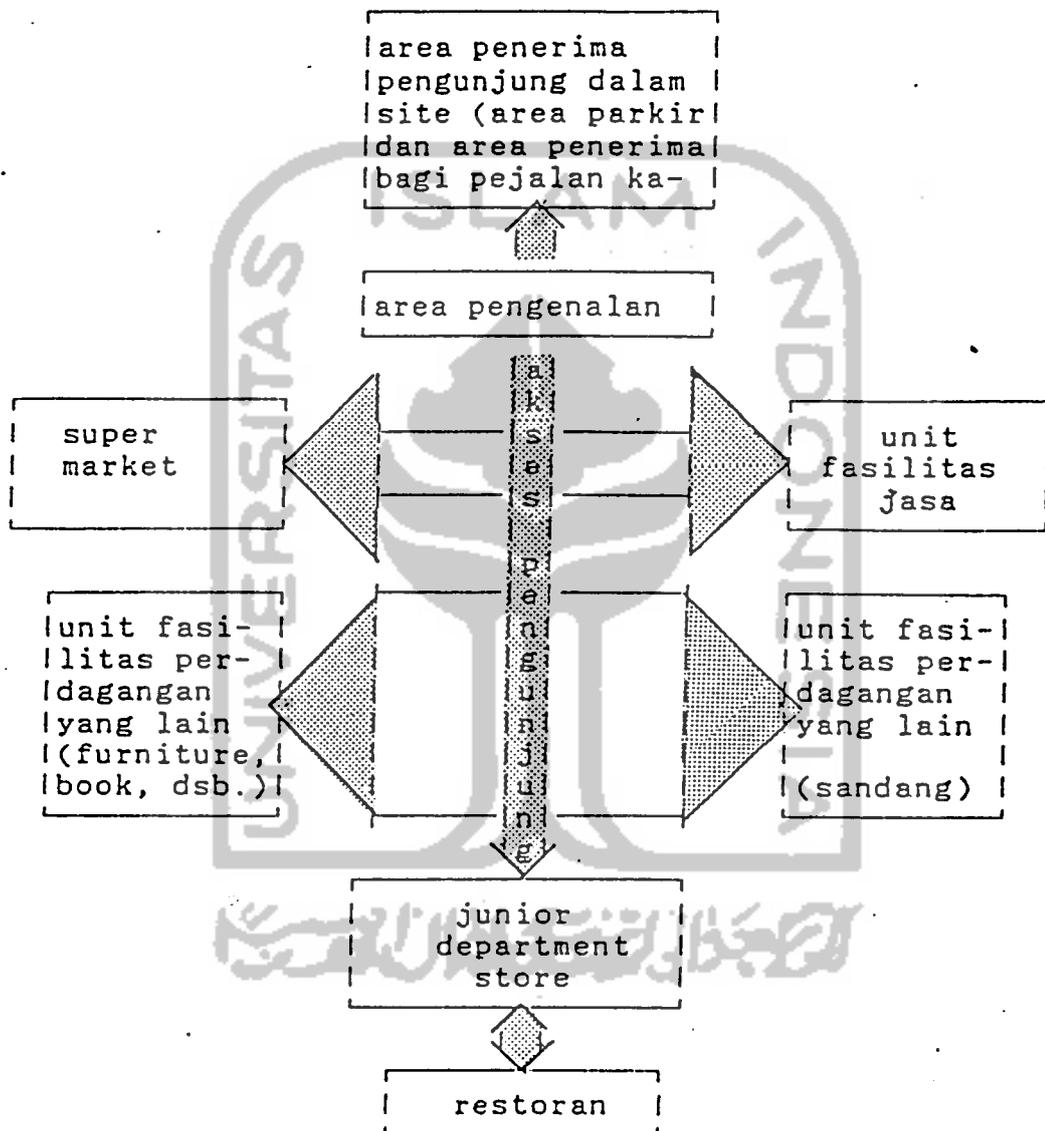
Sedangkan fasilitas perdagangan yang dipersiapkan untuk menjadi "anchor" adalah fasilitas perdagangan yang berupa junior department store.

Ruang yang terbentuk dengan adanya jarak tertentu

antara ruang atau area penerima pertama bagi pengunjung dan junior department stor yang diikat dengan adanya tarikan akses pergerakan pengunjung merupakan area yang digunakan untuk menempatkan unit-unit fasilitas perdagangan yang lain. Sedangkan perletakan unit-unit fasilitas pada area antara anchor dan ruang penerima pengunjung, didasarkan pada karakter pelayanan dari masing-masing fasilitas perdagangan dengan area parkir untuk supermarket dan personal service. Ataupun penempatan restoran khusus (eksklusif) pada area tertentu pada bangunan sebagai point pengakhiran. Pola ruang tersebut secara grafis dapat ditunjukkan pada gambar.

Untuk terbentuknya akses, salah satu faktornya adalah kemudahan pencapaian, terutama berhubungan dengan kemampuan manusia dalam berjalan kaki. Hal ini terutama ditekankan pada jarak antara satu point ke point yang lainnya yang diharapkan menjadi awal dan akhir tarikan suatu akses. Jarak maksimal manusia bisa berjalan dengan nyaman dalam kegiatan perbelanjaan adalah 200 - 250m atau bisa juga lebih dari itu, asalkan setiap 200 - 250m disediakan area untuk berhenti. Area ini bisa merupakan area terbuka seperti lobby, yang bisa pula dilengkapi dengan unit toko pelayanan makanan (kios minuman, kios makanan ringan). Skema mengenai jarak tempuh antara point tersebut dapat dilihat pada gambar.

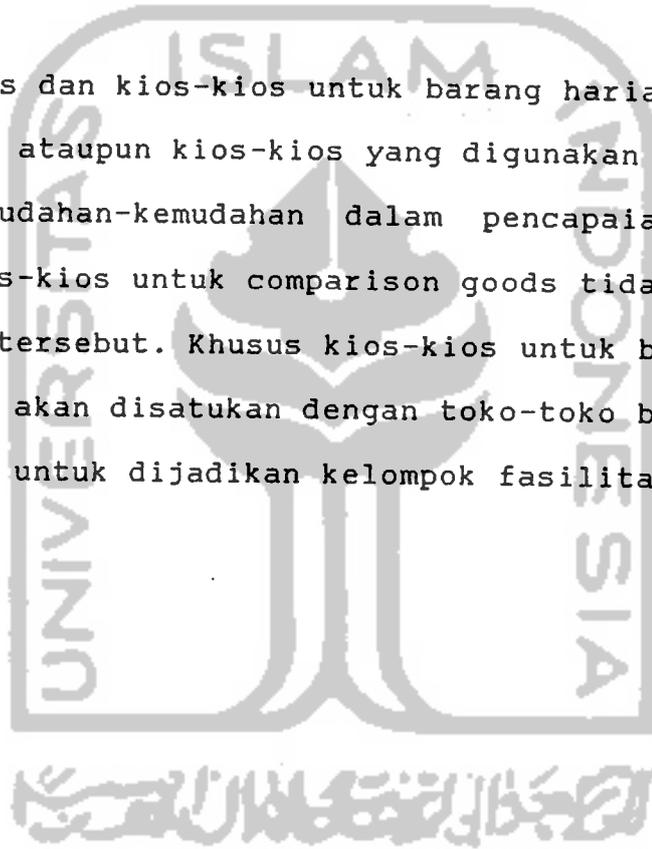
Gambar 5-11
Pola unit perdagangan
menengah keatas



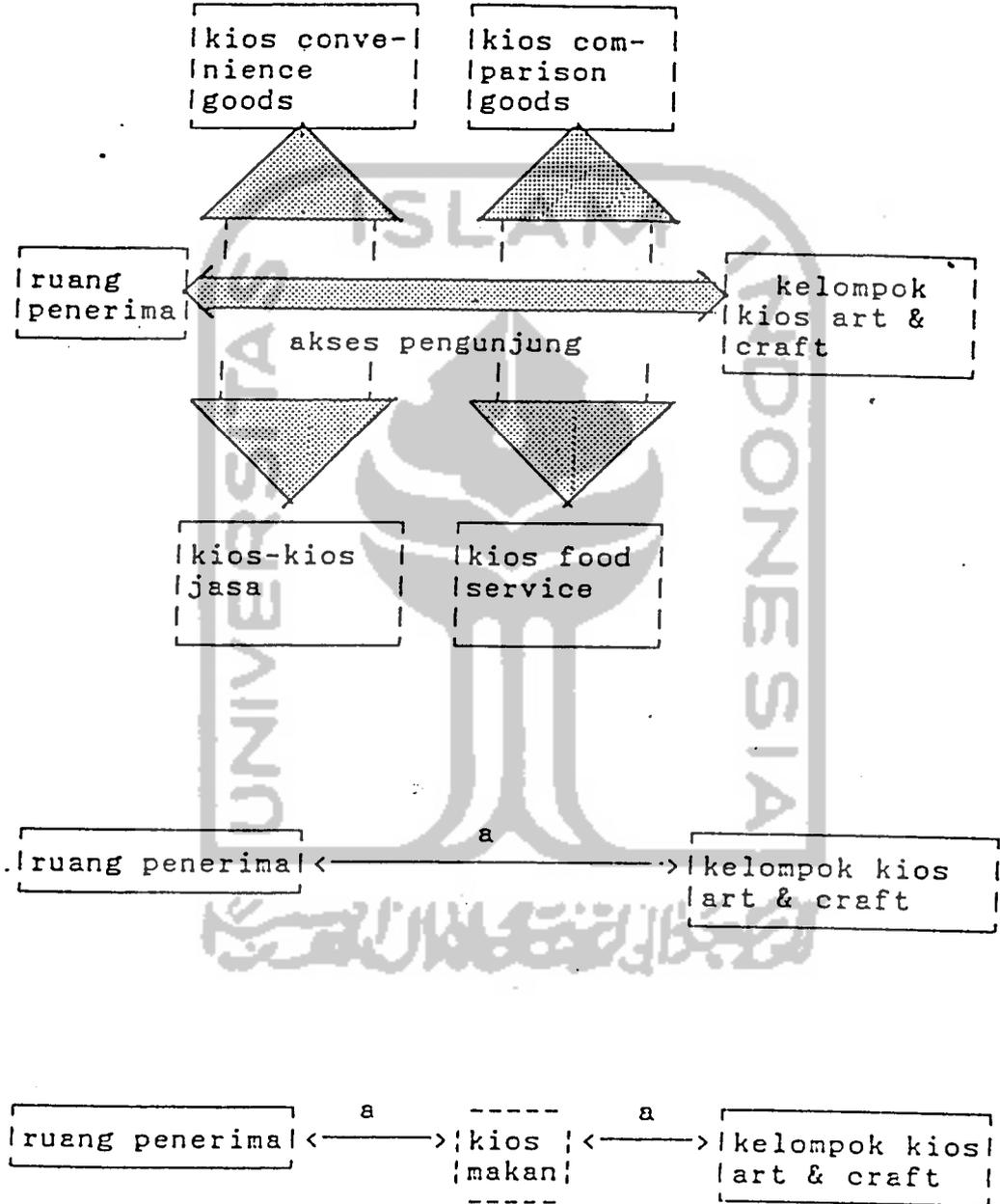
sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
(Lion, E.P. 1975 : 36),
(Northen, R.I. et al. 1977 : 40), dengan modifikasi.

Sedangkan unit perdagangan untuk konsumen menengah ke bawah, ruang-ruang perdagangan berupa kios-kios tunggal. Apabila dilihat dari kekuatan menarik pengunjung, kios-kios tersebut tidak ada perbedaannya. Sehingga pola pengelompokan ruang didasarkan kepada jenis barang yang diperdagangkan, yang akan mempengaruhi sifat pelayanannya.

Kios-kios dan kios-kios untuk barang harian (convenience goods), ataupun kios-kios yang digunakan untuk jasa menuntut kemudahan-kemudahan dalam pencapaian lokasi. Sedangkan kios-kios untuk comparison goods tidak terlalu menuntut hal tersebut. Khusus kios-kios untuk barang seni dan kerajinan akan disatukan dengan toko-toko barang seni dan kerajinan untuk dijadikan kelompok fasilitas peralihan.



Gambar 5-12
Pola ruang unit perdagangan
konsumen menengah kebawah

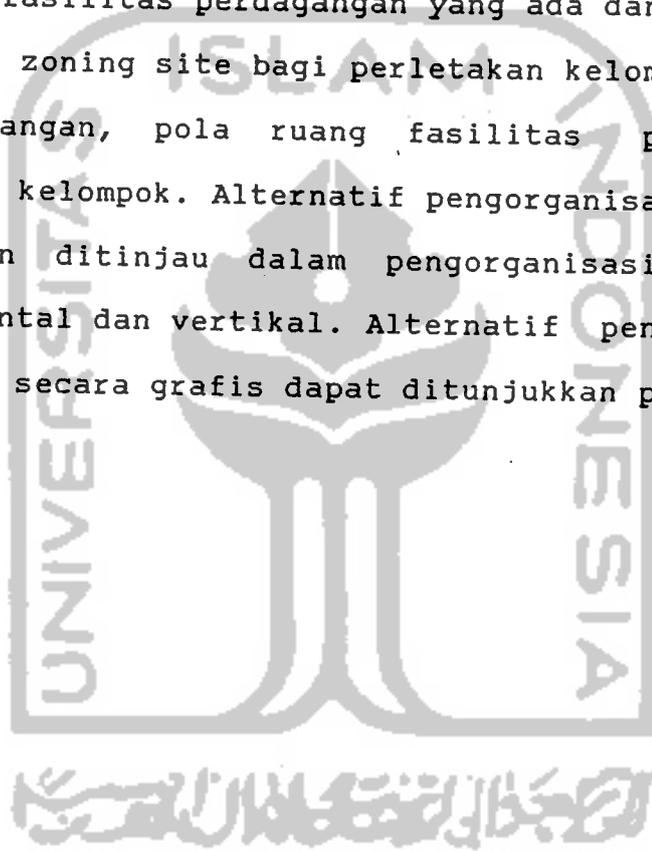


ket : a = jarak tempuh terjauh 200 - 250 m

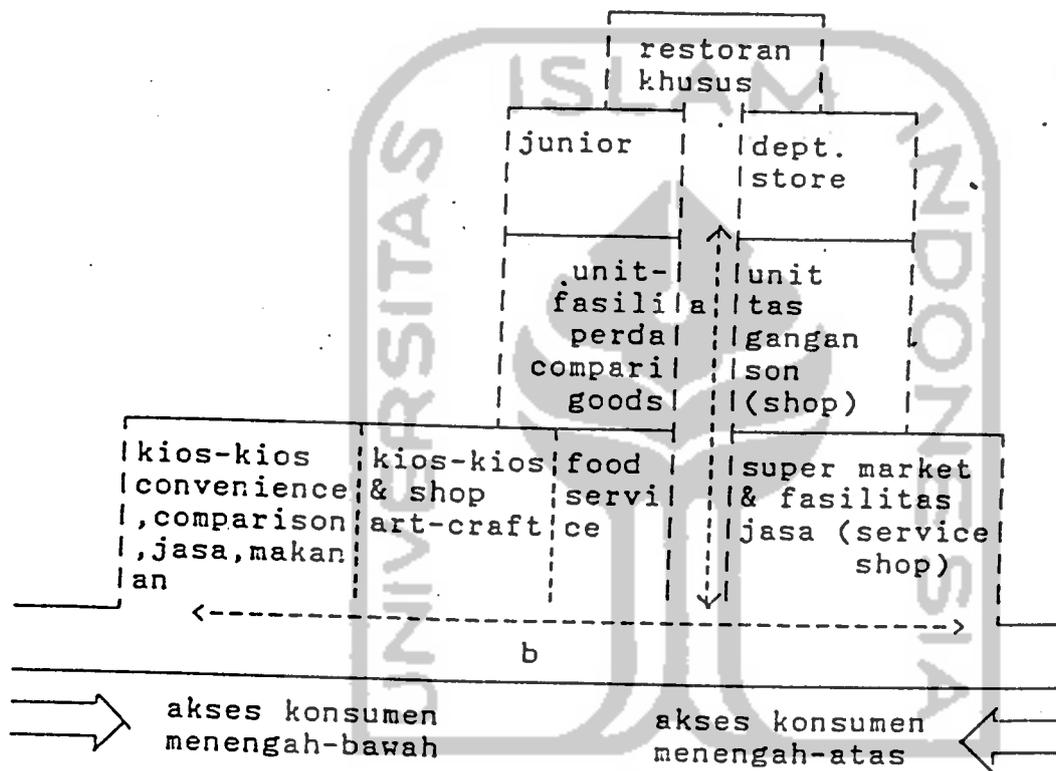
sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
(Lion, E.P. 1975 : 36)

5.5.12. Pengorganisasi ruang Perdagangan

Untuk menentukan perletakan ruang dalam bangunan harus disesuaikan dengan fungsinya masing-masing, hingga mendapatkan suatu garis komunikasi dan sirkulasi yang jelas dan baik. Mengenai pengorganisasian bagi unit-unit fasilitas perdagangan didasarkan dari hasil kajian mengenai kelompok fasilitas perdagangan yang ada dan karakter pelayanannya, zoning site bagi perletakan kelompok fasilitas perdagangan, pola ruang fasilitas perdagangan masing-masing kelompok. Alternatif pengorganisasian ruang tersebut akan ditinjau dalam pengorganisasian ruang secara horisontal dan vertikal. Alternatif pengorganisasian tersebut secara grafis dapat ditunjukkan pada gambar berikut.



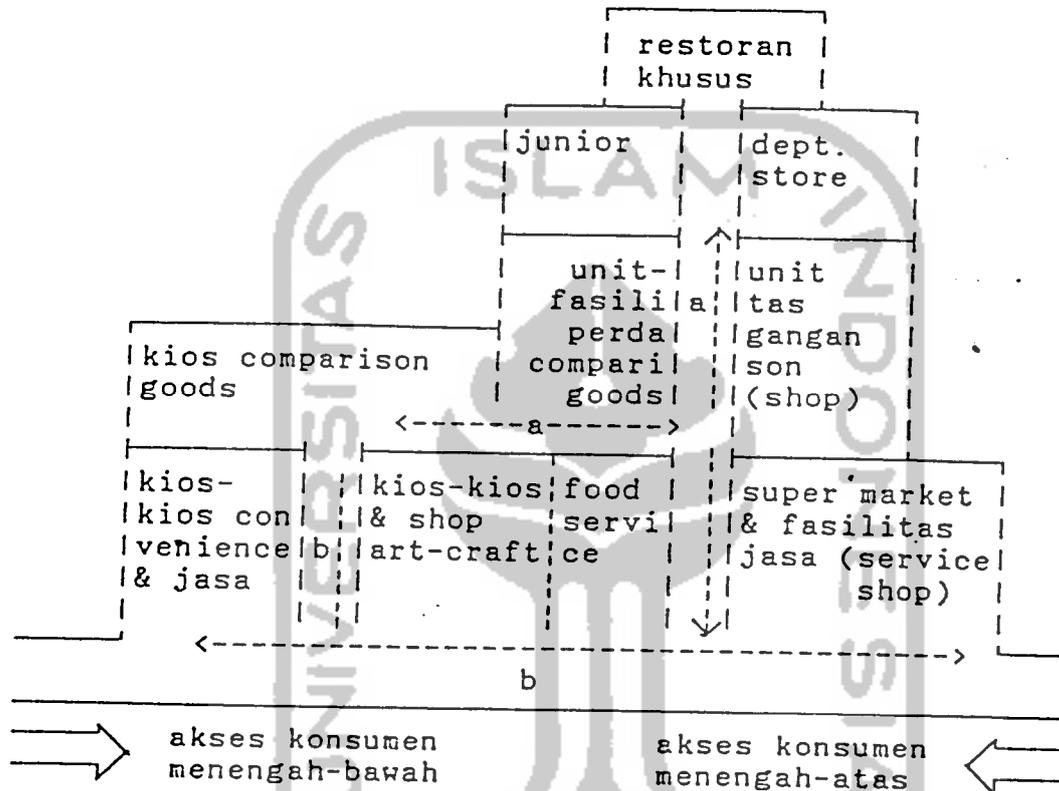
Gambar 5-13
 Alternatif pertama pengorganisasi ruang
 fasilitas perdagangan



ket. : a = jalur sirkulasi vertikal
 b = jalur sirkulasi horizontal

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
 (Lion, E.P. 1975 : 36), dengan modifikasi.

Gambar 5-14.
 Alternatif kedua pengorganisasian ruang
 fasilitas perdagangan



ket. . : a = jalur sirkulasi vertikal
 b = jalur sirkulasi horizontal

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),
 (Lion, E.P. 1975 : 36), dengan modifikasi..

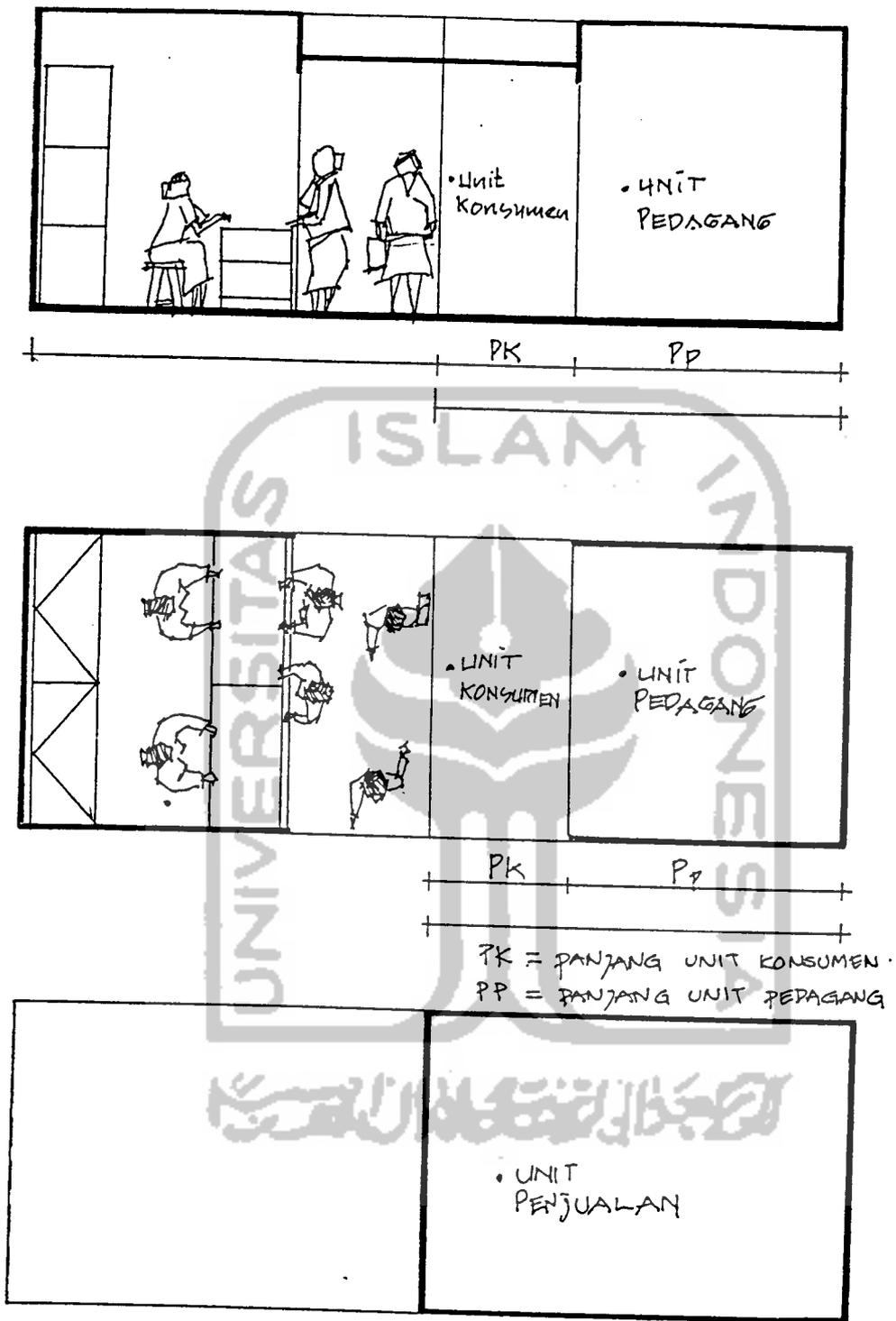
5.6. Pendekatan Modul Ruang

Pendekatan modul ruang pada bangunan Shopping Center berangkat dari kebutuhan luasan unit luasan ruang minimum pada unit penjualan.

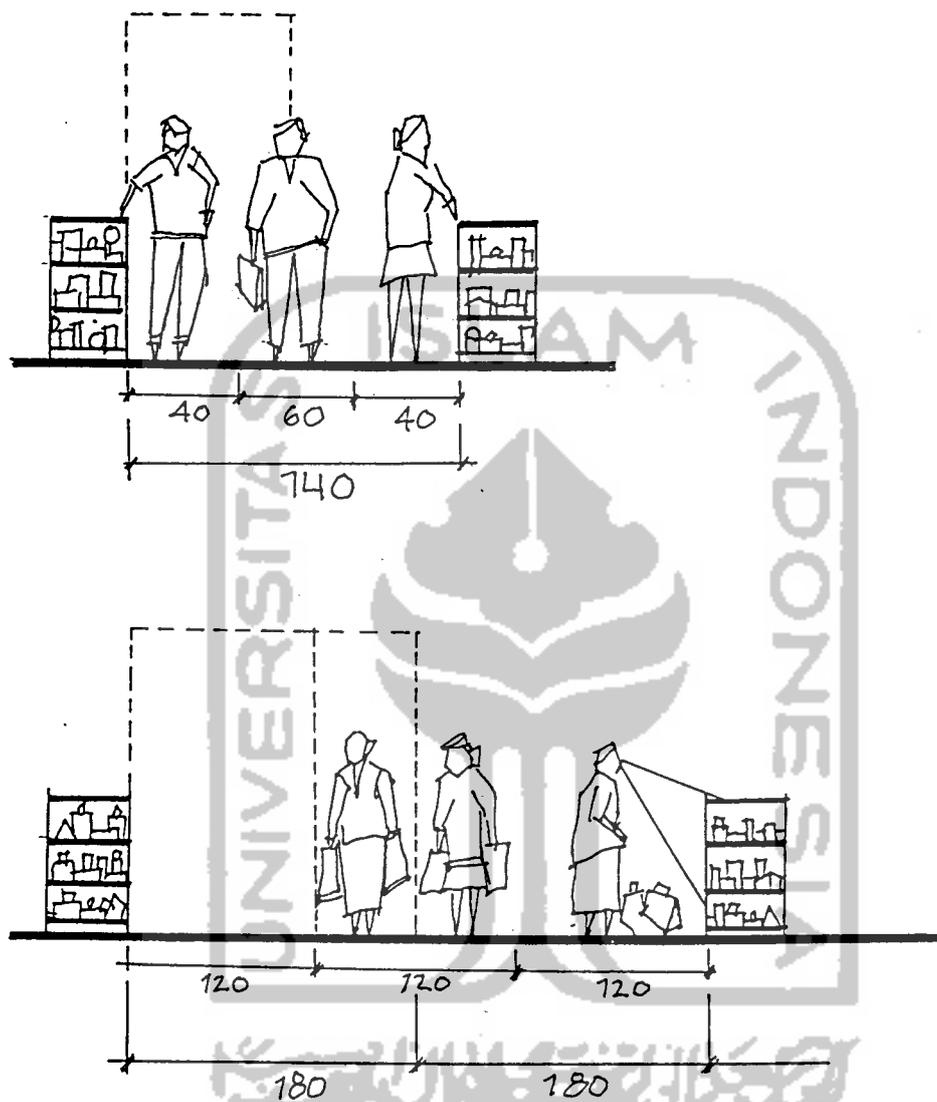
a. Kebutuhan luasan unit penjualan

Dari kaitan unsur-unsur teknis fungsi perencanaan memberikan besaran dari unit-unit penjualan, apabila salah satu unsur teknis ditentukan sebagai variabel besaran tetap, misalnya dimensi sirkulasi ditetapkan, maka dapat dicapai kemungkinan-kemungkinan besaran unit seimbang apabila diperhitungkan/dipertimbangkan terhadap ratio rentable area 60-70 %.

- Dimensi sirkulasi dianggap sebagai service area.
- Dimensi unit penjualan sebagai unsur rentable area.



Gambar 5-15
Analisis luasan unit penjualan



Gambar 5-16

Analisis aktifitas pembeli

$$\text{Minimum aktivitas pembeli} = 1/2 (2.40 + 60) = 70$$

$$\text{Maksimum aktivitas pembeli} = 1/2 (2.120 + 120) = 180$$

$$\text{Rata-rata} = 1/2 (180 + 70) = 125$$

Penggunaan modul struktur (jarak kolom ke kolom) diambil dan disesuaikan dengan :

- Sesuai dengan kebutuhan luasan ruangan yang direncanakan sebagai unit penjualan dan penggunaan kuda-kuda baja dengan kelipatan 3.00 m yang baik adalah 6.00 m.
- Bangunan unit penjualan dengan lebar 3 m, 6 m, 12 m, dan panjang 12 m sesuai dengan kebutuhan peralatan, aktivitas, dan standard luasan ruang.
- Tinggi plafon dari lantai 3 m.

.5.7 Tinjauan Struktur dan Konstruksi

Untuk memberikan kesan ringan dan bisa mengekspose facade bangunan sesuai dengan fungsi bangunan maka digunakan sistem konstruksi rangka, dimana bahan yang digunakan untuk dinding tidak mempunyai daya dukung yang besar, karena beban/muatan yang bekerja diteruskan kedalam pondasi.

Pemilihan bahan-bahan yang digunakan didasarkan pada :

- a. Bahan mudah didapat.
- b. Mudah dikerjakan dan diterapkan pada kondisi apapun.
- c. Mudah, ringan, dalam pemeliharaanya dan keawetan tinggi.
- d. Memenuhi akan kekuatan yang diinginkan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut diatas maka struktur dan konstruksi yang digunakan adalah :

- Konstruksi utama (rangka) dari beton bertulang.
- Konstruksi atap kuda-kuda dari rangka baja.

- Penutup atap memakai genting.
- Pondasi kombinasi dengan foot plate dan batu kali.

5.8. Tinjauan Utilitas Bangunan

A. Penerangan dan Listrik

1. Penerangan alami

Karena bangunan yang direncanakan merupakan pusat perbelanjaan dimana memerlukan bidang-bidang bukaan untuk masuk cahaya matahari pada siang hari.

2. Penerangan buatan

Diperlukan tenaga listrik yang diperlukan oleh seluruh ruang unit penjualan pada waktu dibutuhkan dan taman-taman serta area parkir pada malam hari.

Digunakan tenaga listrik dari PLN maupun cadangan dari Generator Set.

B. Penghawaan

Untuk ruang-ruang yang tidak memerlukan tuntutan khusus dalam pengkondisian udara, dengan sistem *cross ventilation*.

Untuk ruang-ruang yang memerlukan pengkondisian udara, digunakan sistem AC sentral, dan sistem ventilasi mekanik untuk ruang-ruang mesin dan parkir kendaraan.

C. Alat Komunikasi

Untuk hubungan antar ruang ataupun keluar ruangan digunakan intercom dan telepon otomatis (PABX-Private Automatic Branch Exchange)

D. Pencegah Bahaya Kebakaran

Untuk mencegah bahaya kebakaran disediakan alat pemadam kebakaran (tangki gas) pada tempat tertentu dan juga pipa-pipa air yang langsung dihubungkan dengan reservoir.

E. Sanitering

Sumber air didapat dengan cara pengeboran dari sekitar bangunan dan ditampung dalam bak. Dari bak penampung disalurkan ke reservoir yang letaknya lebih tinggi dari unit lantai baru didistribusikan ke ruangan yang membutuhkan.

Pembuangan air, khususnya air hujan dari atap bangunan digunakan saluran terbuka disekeliling bangunan kemudian disalurkan ke selokan yang ada disekitar site.

Air kotor disalurkan ke rembesan melalui saluran tertutup.

Faecal matter disalurkan ke septictank kemudian ke rembesan.

F. Sampah

Pada tempat-tempat tertentu disediakan tempat/bak sampah, pembuangan diangkut keluar.

BAB VI

KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

6.1. Konsep Penampilan Visual Bangunan

Konsep mengenai penampilan bangunan terdiri dari konsep orientasi perletakan bangunan, konsep penampilan eksterior bangunan. Konsep penampilan visual bangunan yang dapat menampilkan wajah komersial disatu pihak dan dapat menyesuaikan dengan penampilan visual kontekstual Madiun secara khusus dan Jawa Timur umumnya.

Dengan Kriteria penampilan visual sebagai berikut :

- a. Bangunan diletakkan pada daerah site yang termasuk dalam daerah site yang mempunyai sudut pandang paling menguntungkan bagi kemudahan pengenalan bangunan. Yaitu daerah site yang masuk dalam batas-batas sudut pandang manusia (60 derajat kesetiap sisinya), dengan arah pandangan dari daerah perempatan jalan didekat site.
- b. Pengeolahan penampilan visual bangunan yang menyerap pola-pola dasar karakteristik facade bangunan sebagai berikut :
 1. Menyerap pola pembentuk wujud facade bangunan yang memberi kesan atap, bidang dinding dan bidang dasar.
 2. Menyerap pola simetris pada bangunan, walaupun pada penerapannya ada kemungkinan pola tersebut tidak diterapkan secara murni tetapi kesan simetri terse-

but akan tetap dimunculkan.

3. Pengolahan facade bangunan tidak akan ditekankan untuk tujuan-tujuan promosi, tetapi ada keseimbangan dengan elemen yang mendukung estetika.
 4. Pengulangan elemen-elemen bukaan, ornamen yang membentuk estetika bangunan yang akan diorientasikan pada pengolahan unsur-unsurnya.
 5. Elemen-elemen yang merupakan sarana bagi tujuan-tujuan kegiatan promosi, diusahakan sejauh mungkin menjadi satu kesatuan penampilan unsur-unsur ornamen bangunan.
 6. Proporsi horisontal lebih dominan dibanding vertikal.
- c. Facade pertokoan untuk kemudahan pengenalan, harus dapat terlihat pada sudut pandang 30 derajat dari batas ketinggian mata, diukur dari jarak manusia berdiri, daerah tempat manusia berdiri terletak pada setengah jarak jalur sirkulasi yang merupakan koridor, dan pada tepi terjauh dari lebar sirkulasi apabila sirkulasi merupakan jalur sirkulasi satu sisi.
- d. Pengolahan penampilan facade bangunan dan elemen-elemen estetikanya mengacu pada pengolahan dari facade bangunan dan elemen-elemen estetika eksterior bangunan.

6.2. Pola Pembentuk Sirkulasi dan fungsi Ruang

Pada Bangunan *Shopping Center* ruang-ruang dominan adalah sebagai tempat perbelanjaan. Ruang-ruang unit

penjualan saling berhubungan satu dengan yang lain dengan sirkulasi melalui lorong-lorong koridor atau selasar dan ruang sebagai sebaran sirkulasi dalam bangunan/hall.

Pendekatan ini dilakukan dengan menerapkan pola pada bangunan tradisional bahwa antar ruang kegiatan dihubungkan oleh rumah berjalan sebagai koridor. Juga ada ruang penerima paseban sebagai ruang penerima pada *Shopping Center*, atau juga ruang duduk-duduk pada pringgitan yang menghubungkan paseban sebagai hall .

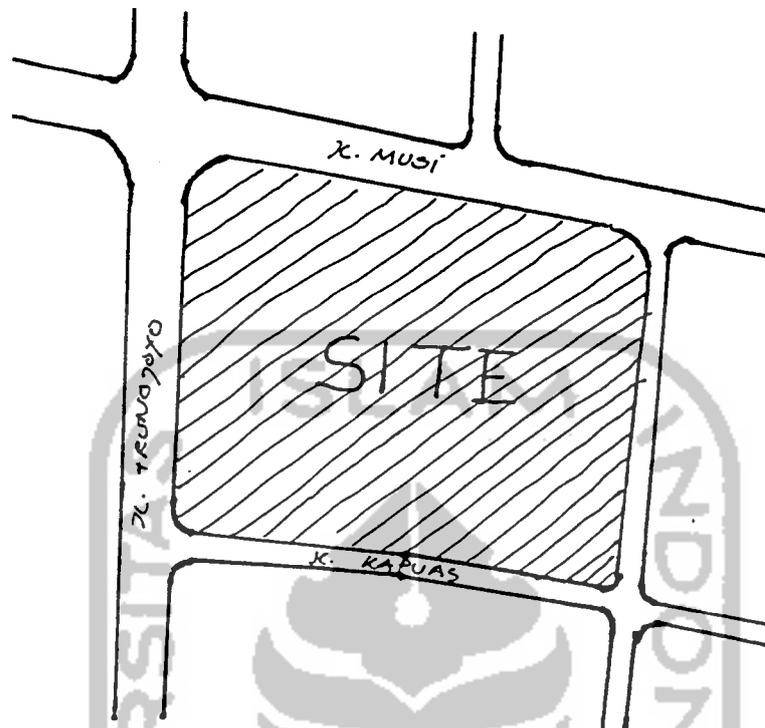
Pola pergerakan dengan pola linier dan memusat yang menghubungkan ruang-ruang perdagangan.

Pada bangunan *Shopping Centre* tiap unit penjualan secara fungsional perlu adanya koridor/selasar sebagai ruang sirkulasi bagi pergerakan pengunjung. Entrance pada bangunan bisa dianalogikankan dengan paseban sebagai ruang penerima dari luar bangunan begitu juga hall sebagai pringgitan/ruang duduk yang menghubungkan dengan ruang unit penjualan melalui selasar-selasar.

6.3 Konsep Perencanaan Shopping Centre

6.3.1. Lokasi Site Shopping Center

Berdasarkan hasil analisa pemilihan lokasi, Site terletak pada daerah yang menguntungkan dan menjadi pilihan sebagai perencanaan bangunan *Shopping Centre* yaitu didaerah Sleko.



Gambar 6-1

Site

6.3.2. Keadaan Site

Site yang direncanakan pada daerah yang akan berkembang dengan lokasi yang strategis :

- a). Luas Site : ± 11.000 meter persegi
- b). Batas Site :
 - Sebelah Utara : Jalan Musi
 - Sebelah selatan : Jalan Kapuas
 - Sebelah Barat : Jalan Trunojoyo
 - Sebelah Timur : Pemukiman
- c). Topografi :

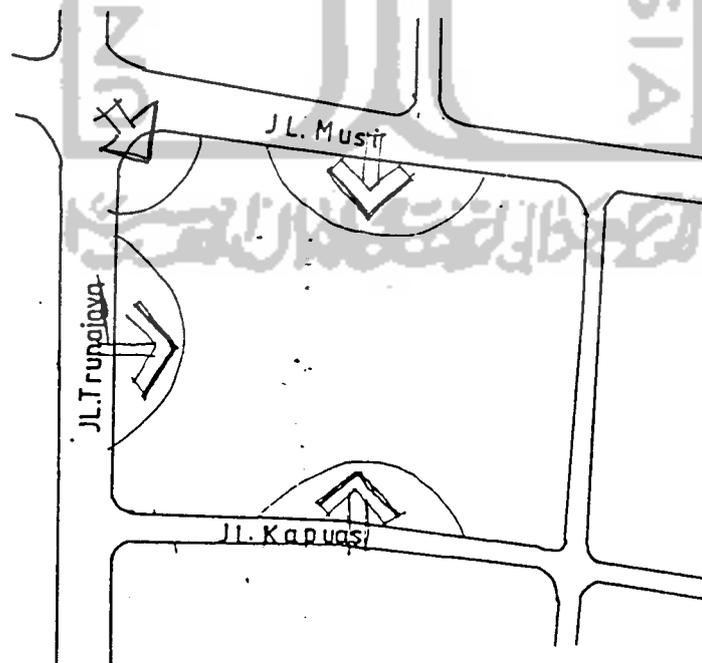
Keadaan tanah relatif rata, berada pada ketinggian kurang lebih 67 meter diatas permukaan air laut.

d). Penggunaan/kepemilikan site dianggap dapat diselesaikan.

6.3.3. Pintu Masuk Site

Pintu masuk site dengan pertimbangan :

- Tidak terlepas dari keadaan sirkulasi disekitar site
- Daerah yang memudahkan dalam pencapaian (dekat jalan utama)
- Pintu masuk site dari tiga arah jalan yaitu : dari jalan Musi dan Jalan Trunojoyo sebagai pintu masuk utama, sedang dari jalan kapuas difokuskan untuk untuk dropping barang diwaktu sibuk.



Gambar 6-2

Pintu masuk site

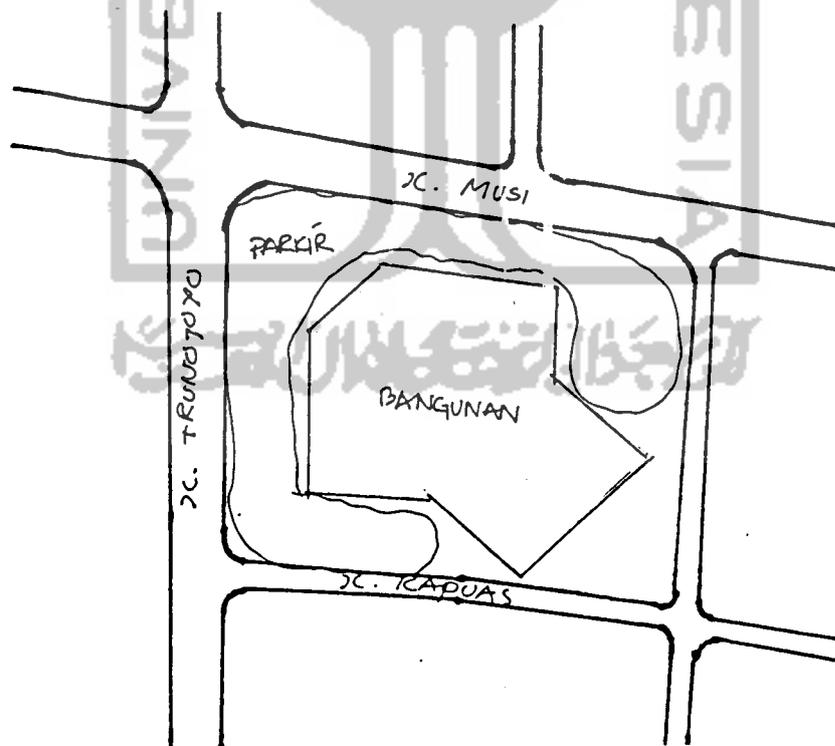
6.3.4. Masa Bangunan dan Space

a). Masa Bangunan

Masa bangunan dengan pertimbangan optimasi penggunaan lahan dan peraturan-peraturan bangunan yang ada digunakan masa bangunan tunggal.

b) Space

Ruang yang tersisa yang tidak terbangun diluar bangunan pada bangunan komersial *Shopping Centre* digunakan sebagai space parkir untuk menampung parkir, pengunjung, distribusi barang dan pelayanan.



Gambar 6-3

Masa bangunan & Space

6.3.5. Kebutuhan Luasan bangunan

Dari kemampuan daya tampung Site untuk dapat digunakan sebagai ruang-ruang fasilitas perdagangan serta kebutuhan fasilitas pusat perbelanjaan dimadiun maka bangunan yang direncanakan sebesar *Cummunity Center*. dengan GLA $\approx \pm 10.000 \text{ m}^2$.

Dari luasan tersebut 25 % untuk golongan pedagang yang melayani kelompok pembeli menengah kebawah dan 75 % untuk pedagang dengan kelompok pembelimenengah keatas.

6.3.6. Jenis Fasilitas Perdagangan

Jenis Fasilitas dengan jumlah luasanya dibagi dalam dua kelompok, yaitu kelompok fasilitas untuk konsumen menengah keatas dan kelompok untuk fasilitas menengah kebawah. Jenis fasilitas dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 6-1
 Fasilitas yang direncanakan
 untuk golongan menengah keatas

jenis fasilitas	jumlah (bh.)	luas_GLA (m ²)	perincian penggunaan	luas (m ²)
supermarket	1	800	bahan pangan	629
			variety goods	100
			drug	71
junior department store	1	1750	sandang	700
			variety goods	654
			drug	123
			sport	34
			stasionery	196,9
			furniture	41,1
toko art & craft	2	800	masing-masing toko	400
toko furniture	1	400	masing-masing toko	400
toko obat	2	200	-	-
food service	2	100	masing-masing fasilitas	50
				50
toko sandang	2	1600	masing-masing fasilitas	800
toko service	2	700	masing-masing fasilitas	350
				350
toko stasionery & book	1	350	-	-
toko variety goods	2	800	masing-masing fasilitas	400

Tabel 6-2
 Fasilitas yang direncanakan
 Untuk golongan menengah kebawah

Jenis Toko	Jumlah (buah)	Prosentasi	Luas
Clothyng & Shoes	18	27 %	675
Variety store	11	15,6 %	390
Art & Craft	7	10,1 %	252
Food service	4	5,1 %	127
Furniture (TV, Radio, Hifi)	7	10,1 %	252
Food	4	5,1 %	127
Stasionery & Book	7	10,1 %	252
Drug	6	8,4 %	210
Sport	1	1,6 %	40
Service	4	6,75 %	168

Keterangan : Masing-masing kios diatas mempunyai luasan
 36 m².

6.4. Konsep Pengorganisasian Ruang Kegiatan

Pengorganisasian ruang fasilitas perdagangan, didasarkan pada prinsip untuk mendapatkan pola perletakan fasilitas perdagangan tersebut disekitar akses pergerakan manusia. Dalam perletakan masing-masing fasilitas perdagangan tersebut dipertimbangkan pula karakter pelayanan perdagangannya, terutama kekuatan untuk menarik pembeli yang antara lain :

6.4.1. Zona Droping Barang Pada Site

Penentuan zona droping dalam site ini didasarkan pada kedekatan area dengan jalur jalan yang digunakan untuk masuknya kendaraan droping barang kedalam wilayah dimana site tersebut berada.

Kegiatan droping biasanya dilakukan diluar jam-jam kegiatan perbelanjaan yang dimaksudkan agar tidak mengganggu kegiatan perbelanjaan tersebut. Sedang pada jam-jam sibuk bila terjadi urus distribusi barang bnisa dilakukan dengan tidak melalui pintuutama.

6.4.2. Perletakan kelompok Fasilitas perdagangan

Perletakan kelompok fasilitas perdagangan pada *Shopping Center* di Madiun ini didasarkan pada karakter pelayanan kelompok fasilitas perdagangan, dan posisi daerah-daerah asal tujuan pembeli disekitar site serta cara kedatangan pembeli ke lokasi.

Perletakan kelompok fasilitas untuk konsumen menengah kebawah diletakkan pada site yang orientasi keperluan Sleko dan pasar Gede.

Perletakan kelompok fasilitas untuk konsumen menengah keatas diletakkan dan diorientasikan pada pertokoan jalan Trunojoyo dan jalan K.H. Agus Salim. Secara grafis dapat ditunjukkan pada gambar 5- .

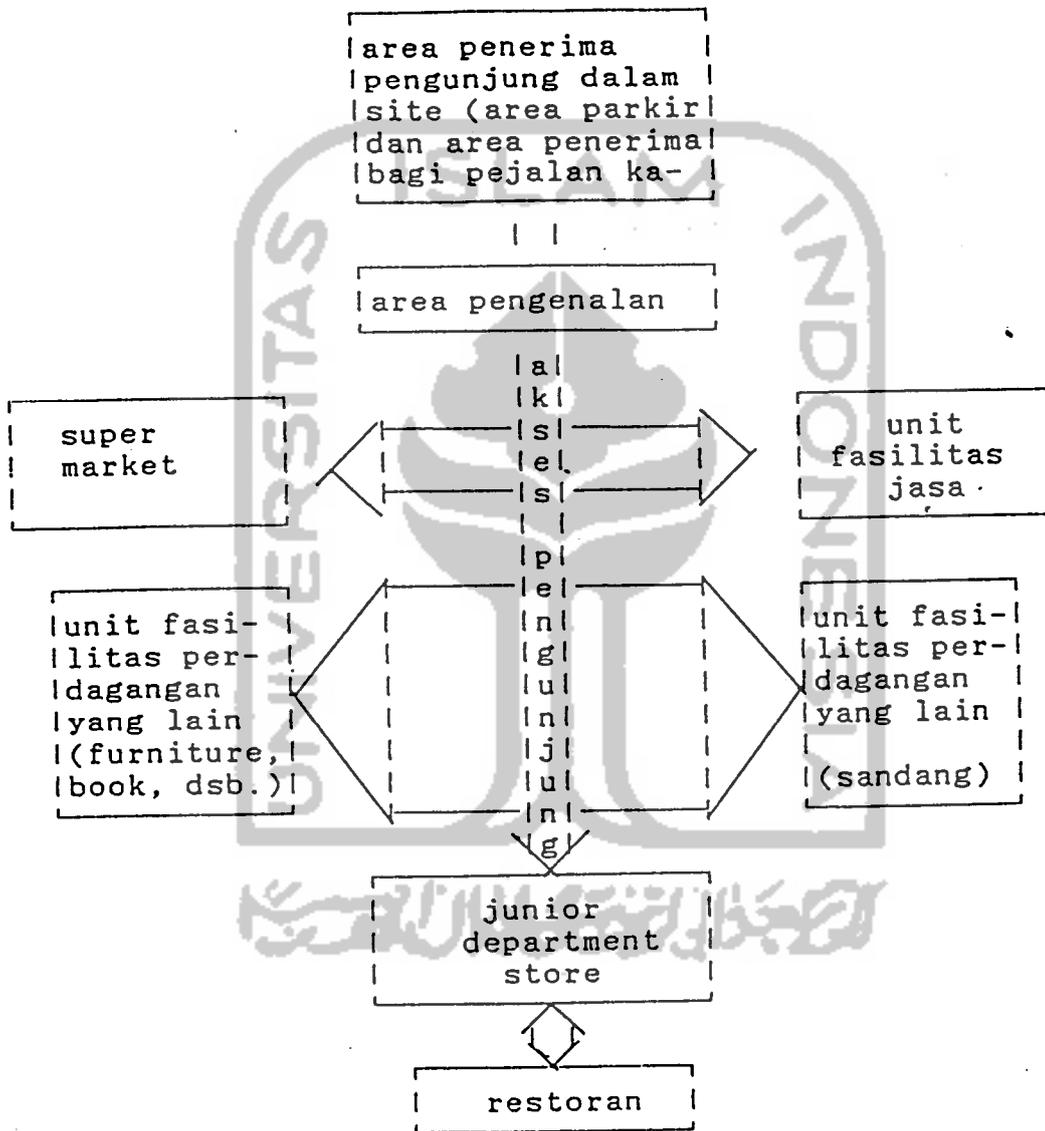
6.4.3. Pola Ruang Fasilitas Perdagangan

Pada unit perdagangan konsumen menengah keatas, pola ruang terutama terbentuk dengan adanya akses pergerakan pejalan kaki bagi pengunjung dalam site. Akses yang diharapkan terbentuk terutama adalah akses yang terjadi antara ruang-ruang area penerima pertama bagi pengunjung, kearah fasilitas yang karena karakter pelayanannya daper-siapkan sebagai "anchor". Dengan perletakan fasilitas yang difungsikan sebagai "anchor" pada jarak tertentu dari area atau ruang penerima pertama bagi pengunjung, akan terbentuk suatu ruang antara (antara ruang penerima dan fasilitas "anchor") yang diikat oleh akses pengunjung yaitu berupa *junior department store*.



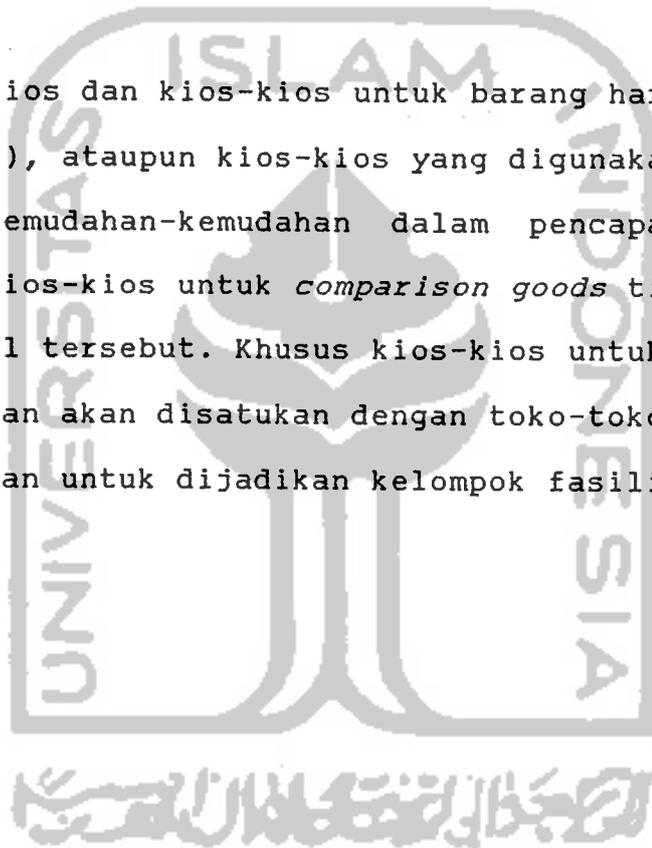
Gambar 6-4

Pola unit-unit perdagangan
Untuk kosumen menengah keatas

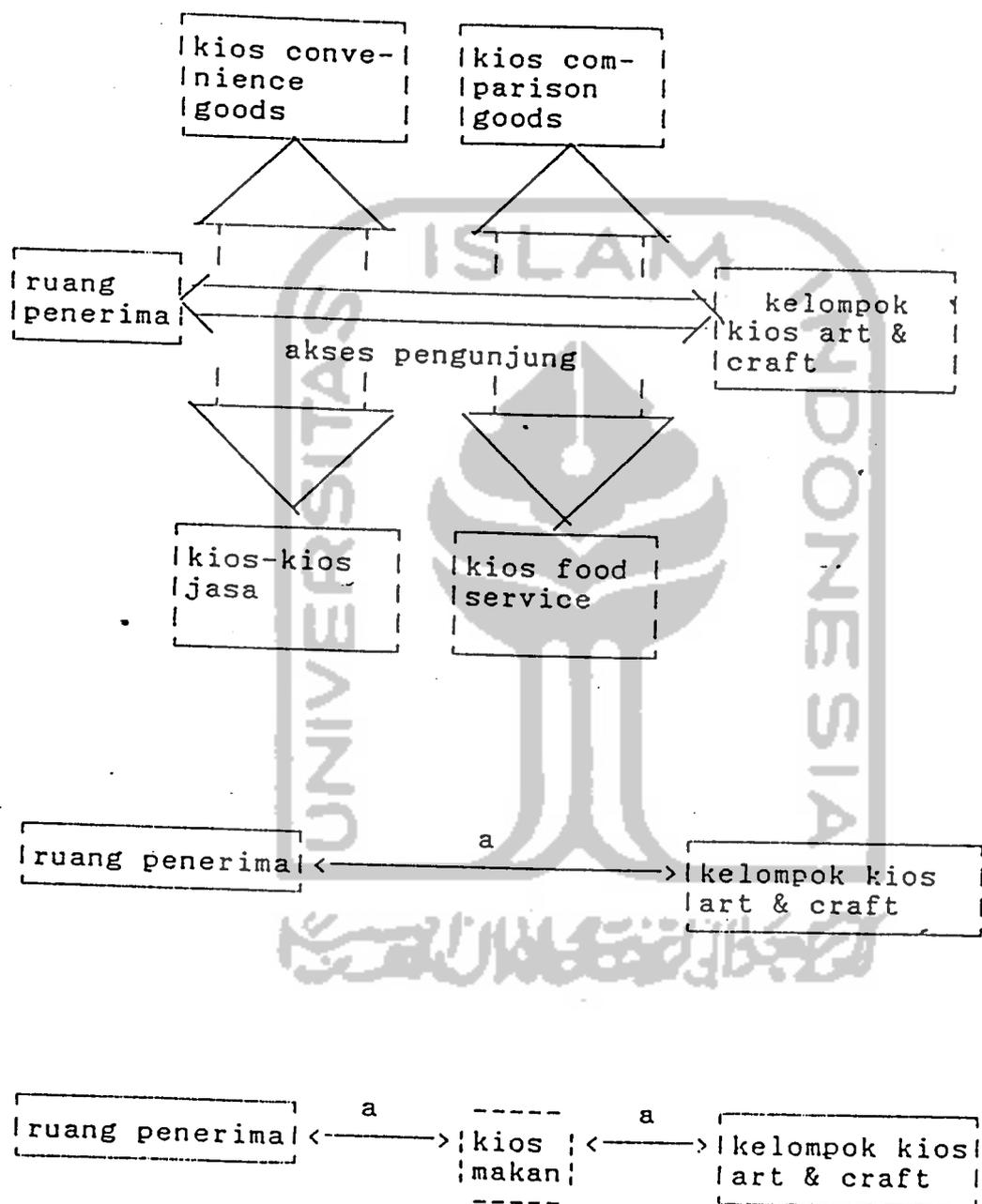


Sedangkan unit perdagangan untuk konsumen menengah ke bawah, ruang-ruang perdagangan berupa kios-kios tunggal. Apabila dilihat dari kekuatan menarik pengunjung, kios-kios tersebut tidak ada perbedaannya. Sehingga pola pengelompokan ruang didasarkan kepada jenis barang yang diperdagangkan, yang akan mempengaruhi sifat pelayanannya.

Kios-kios dan kios-kios untuk barang harian (*convenience goods*), ataupun kios-kios yang digunakan untuk jasa menuntut kemudahan-kemudahan dalam pencapaian lokasi. Sedangkan kios-kios untuk *comparison goods* tidak terlalu menuntut hal tersebut. Khusus kios-kios untuk barang seni dan kerajinan akan disatukan dengan toko-toko barang seni dan kerajinan untuk dijadikan kelompok fasilitas peralihan.



Gambar 6-5
 Pola ruang unit perdagangan
 konsumen menengah kebawah

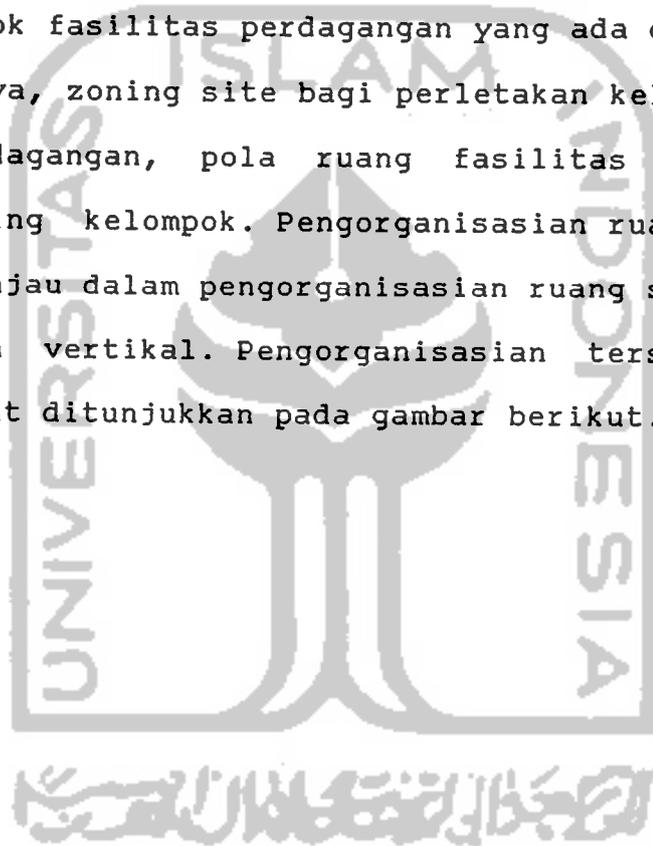


ket : a = jarak tempuh terjauh 200 - 250 m

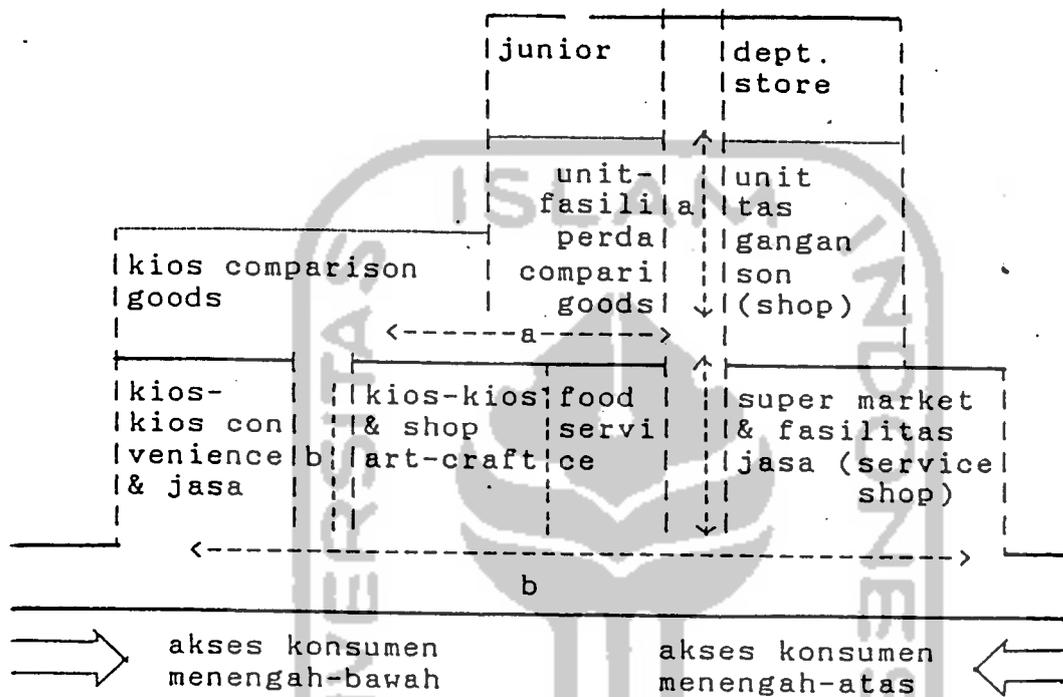
sumber : pemikiran

6.4.4. Pengorganisasi ruang Fasilitas Perdagangan

Untuk menentukan perletakan ruang dalam bangunan harus disesuaikan dengan fungsinya masing-masing, hingga mendapatkan suatu garis komunikasi dan sirkulasi yang jelas dan baik. Mengenai pengorganisasian bagi unit-unit fasilitas perdagangan didasarkan dari hasil kajian mengenai kelompok fasilitas perdagangan yang ada dan karakter pelayanannya, zoning site bagi perletakan kelompok fasilitas perdagangan, pola ruang fasilitas perdagangan masing-masing kelompok. Pengorganisasian ruang tersebut akan ditinjau dalam pengorganisasian ruang secara horisontal dan vertikal. Pengorganisasian tersebut secara grafis dapat ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 6-6
Pengorganisasian ruang
fasilitas perdagangan



ket. : a = jalur sirkulasi vertikal
b = jalur sirkulasi horizontal

sumber : pemikiran

6.5. Kebutuhan Ruang dan Luasan Ruang

Ruang-ruang yang dibutuhkan dalam suatu pusat perbelanjaan ditinjau dari kebutuhan ruang untuk menampung kegiatan utama dan kegiatan dan kegiatan penunjang. Kegiatan penunjang adalah kegiatan jual beli dan penyimpanan stok, sedang kegiatan penunjang adalah kegiatan pengelolaan. Kebutuhan ruang pada *Shopping Center* yang direncanakan adalah sebagai berikut :

A. Ruang kegiatan utama	
- Ruang perbelanjaan	± 10.000 m ²
B. Ruang Penunjang/servis	
- parkir diluar gedung	± 4.000 m ²
- parkir di Basement	± 3.500 m ²
- r kantor pengelola Shopping Center	± 100 m ²
- r pengelola supermarket & dept store	± 72 m ²
- r eskalator	± 81 m ²
- r tangga	± 250 m ²
- lavatori	± 240 m ²
- hall	± 250 m ²
- koridor	± 3.500 m ²
- r AHU, mekanikal	± 144 m ²
- gudang	± 36 m ²

6.6. Modul Ruang

- Sesuai dengan kebutuhan luasan ruangan yang direncanakan sebagai unit penjualan dan penggunaan kuda-kuda baja dengan kelipatan 3.00 m yang baik adalah 6.00 m.
- Bangunan unit penjualan dengan lebar 3 m, 6 m, 12 m, dan panjang 12 m sesuai dengan kebutuhan peralatan, aktivitas, dan standard luasan ruang.
- Tinggi plafon dari lantai 3 m.

6.7. Struktur dan Konstruksi

Digunakan sistem struktur rangka (frame structure)

- Sub Struktur : kombinasi foot plate dan batu kali.
- Superbstruktire : strukture kolom beton untuk struktur vertikal, serta balok beton untuk struktur pengaku horisontal.
- Struktur atap : Memakai kombinasi struktur atap dari rangka baja, kayu dan plat beton.
- Struktur pengisi : batu bata.
- Struktur lantai : Plat beton dengan penyelesaian keramik.

6.8. Utilitas Bangunan

a. Sistem pencahayaan

1. Pencahayaan alami

Karena Bangunan yang direncanakan merupakan suatu pusat perbelanjaan dimana pencahayaan alami

diperlukan pada ruang-ruang yang memerlukan saja.

2. Penerangan buatan

Karena bangunan sebagai pusat perbelanjaan sangat diperlukan tenaga listrik untuk penerangan yang dibutuhkan bagi semua unit fasilitas perdagangan dan taman-taman parkir dimalam hari.

b. Alat komunikasi

Untuk hubungan antar ruang digunakan intercom dan pada ruang-ruang pengelulaan dan unit perdagangan besar memakai telepon otomat (PABX-Private Automatic Brach Exchange)

c. Pencegah Kebakaran

Untuk mencegah bahaya kebakaran disediakan alat pemadam kebakaran (tangki gas) pada tempat tertentu dan juga pipa-pipa air yang langsung dihubungkan dengan reserfoir.

- Sistem pencegah kebakaran, menggunakan alat pencegah (detektor) seperti : smoke detektor (penjebak asap), Flame detektor dan head detektor (penjebak panas). Alat-alat ini akan bekerja memberikan alaram atau sistem kontrol.
- Sistem perlawanan kebakaran, menggunakan sprinkler. Alat ini akan bekerja apabila suhu ruangan mencapai 60-70 C. Penutup membran pada sprinkler akan pecah dan menyemburkan air dengan daya jangkauan kurang lebih 25 m². Suplai air untuk sistem ini disatukan dengan suplai air bersih dengan *down feed* sistem.

- Sejumlah alat pemadam kebakaran yang lain adalah stan pipe/house rack, hydran pilar.
- Sedangkan perlengkapan penyelamatan yang perlu dipersiapkan adalah tangga darurat dengan jarak pencapaian maksimum 30 meter, pada lantai dasar langsung berhubungan dengan ruang terbuka.

d. Sistem Transportasi

Untuk transportasi hubungan antar lantai, digunakan sistem konvensional dengan tangga dan eskalator.

e. Sistem Suplai Air

Digunakan downfeed sistem yang bekerja berdasarkan sistem gravitasi bumi, dengan beberapa keuntungan dalam hal :

- tekanan yang merata
- penyediaan air yang tersedia setiap waktu
- penghematan beban listrik dan efektifitas penggunaan pompa air.

Sumber air didapat dengan cara pengeboran dari sekitar bangunan dan ditampung dalam bak. Dari bak penampung disalurkan ke reservoir yang letaknya lebih tinggi dari unit lantai baru didistribusikan ke ruangan yang membutuhkan.

Pembuangan air, khususnya air hujan dari atap bangunan digunakan saluran terbuka disekeliling bangunan kemudian disalurkan ke selokan yang ada disekitar site.

DAFTAR PUSTAKA

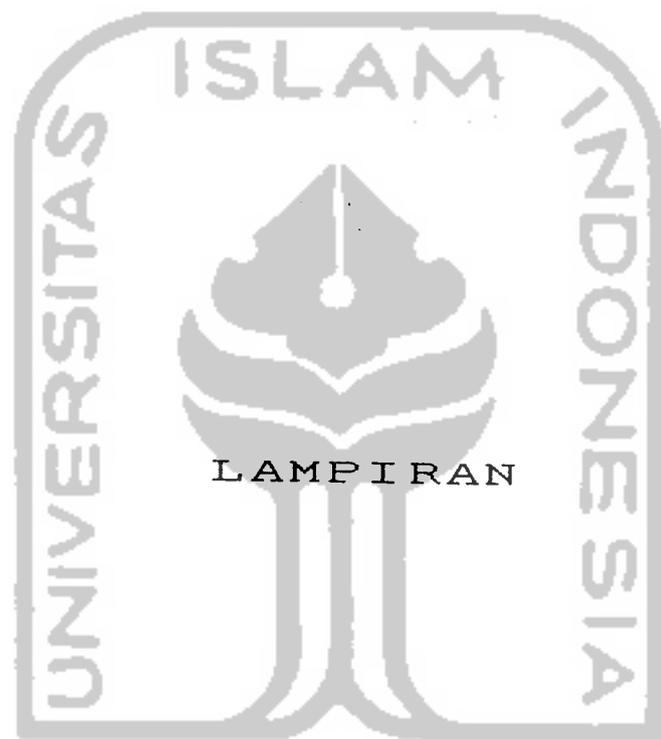
1. Buku-Buku di BAPPEDA , Rencana Induk Kota Kotamadya Madiun ; RIK, RITRK, RDTRK ; PDRB (Pendapatan Daerah Regional Bruto).
2. Budiarjo, Eko ; Jati Diri Arsitektur Indonesia, 1989
3. Budiarjo, Eko ; Percikan Masalah Arsitektur, Perumahan, Perkotaan, 1987.
4. Budiarjo Eko ; Arsitektur & Kota Indonesia, 1985
5. Ra. Wodoamiseno ; Regionalisme Dalam Arsitektur Indonesia Sebuah Harapan, 1991.
6. Proyek Inventarisasi Dan Dokumentasi Kebudayaan Daerah, Pusat Penelitian Sjarah Dan Budaya, Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan ; Arsitektur Tradisional Jawa Timur.
7. Laporan Seminar Tata Lingkungan Mahasiswa Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia bimbingan Dipl, Ing, Suwondo B. Sutejdo ; Pencerminan Nilai Budaya Dalam Arsitektur Di Indonesia, 1985.
8. The Harvard Architektur Reviw ; Beyond the Modern Movement, 1980.
9. Brolin, Brent. C; Architektur in Context, fitting new builldings with old.
- 10 McKeever, J.R dan Griffin, N.M. 1977, ULI-the Urban

Land Institute ; Shopping Centre Development Handbook.

11. Snyder, Catanase ; Introdution to Urban Planning, 1979.
12. Kerr. AJ ; The Concervation Plan, 1985.
13. Northen, RI, and Haskoll, M. Friba Arias FFB, 1978 ; Shopping Centres, Planing For People-A Developer's Guide to planing and design, Centre For Advance Land Use Studies College of Estate Management.
14. Lion, EP, 1985 ; Shopping Centre, Planning, Developmen and Administration, John Wiby & Son Inc, New York, london, Sidney, Toronto.
15. Ching, Francis DK 1979 Architekture ; From, Space & Order, New York , Van Nostran Reihold Company.
16. Mc Keever, J.R. dan Griffin, N.M. 1977, Shopping Center and Administration, John Wiley & Sons, New-york. london. Sidney. Toronto.

Majalah :

- Ciputra, Pergeseran Pasar Tradisional Ke Pasar Moderen, Majalah Konstruksi, Oktober 1988.
- Sharif S, Pergeseran Pasar Tradisional ke Pasar Moderen, Majalh Konstruksi, Oktober 1988.



جامعة الإسلام في إندونيسيا

Lampiran 3
Klasifikasi fasilitas komersial

PENILAIAN DAN SENTILAIAN DAN KATEGORI	SIC CODE AND CATEGORY	DOLLARS AND CENTS CODE AND CATEGORY	SIC CODE AND CATEGORY
FOOD			
011 Supermarket	5411 Grocery stores	115 Flowers	5902 Florists
012 Meat poultry, fish	5423 Meat and fish markets	216 Tobacco	5903 Cigar stores and stands
013 Specialty food	5499 Miscellaneous food stores	117 Drugs	5912 Drug stores and proprietary stores
014 Delicatessen	5411 Grocery stores		
015 Bakery	5463 Retail bakeries—baking only	118 Sporting goods	5941 Sporting goods and bicycle shops
016 Hot bakery	5462 Retail bakeries—baking and selling	119 Credit jewelry	5944 Jewelry stores
017 Candy, nuts	5441 Candy, nut, and confectionery stores	121 Costume jewelry	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified
018 Dairy products	5431 Dairy products stores		
019 Health food	5499 Miscellaneous food stores	122 Jewelry	5944 Jewelry stores
FOOD SERVICE			
011 Restaurant without liquor	5812 Eating places	124 Sewing machines	5722 Household appliance stores
012 Cafeteria	5812 Eating places	125 Key shop	7699 Repair services not elsewhere classified
013 Fast-food/carryout	5812 Eating places	126 Cosmetics	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified
014 Restaurant with liquor	5812 Eating places	127 Cards and gifts	5947 Gift, novelty, and souvenir shops
015 Cocktail lounge	5813 Drinking places	128 Toys	5945 Hobby, toy, and game shops
016 Diner/meal shop	5812 Eating places	129 Cameras	5946 Camera and photographic supply stores
017 Ice cream parlor	5812 Eating places	130 Liquor and wine	5621 Liquor stores
GENERAL MERCHANDISE			
011 Department store	5311 Department stores	131 Wine only	5821 Liquor stores
012 Junior department store	5311 Department stores	132 Wine and cheese	5451 Dairy products stores
013 Variety store	5331 Variety stores		7396 Trading stamp services
014 Department store—discount	5311 Department stores	133 Trading stamp redemption	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified
015 Catalog store	5399 Miscellaneous general merchandise stores	135 Other retail	
CLOTHING AND SHOES			
011 Ladies' specialty	5621 Women's accessory and specialty stores	FINANCIAL	
012 Ladies' ready-to-wear	5621 Women's ready-to-wear stores	141 Bank	602 Commercial and stock savings banks
013 Bridal shop	5621 Women's ready-to-wear stores	142 Savings and loan	612 Savings and loan associations
014 Maternity	5621 Women's ready-to-wear stores	143 Finance company	6145 Licensed small loan lenders
015 Hosiery	5621 Women's accessory and specialty stores	144 Small loans	6145 Licensed small loan lenders
016 Millinery	5621 Women's accessory and specialty stores	145 Post office	7396 Business services not elsewhere classified
017 Children's wear	5641 Children's and infants' wear stores	146 Insurance	63 Insurance carriers
018 Menswear	5611 Men's and boys' clothing and furnishings	147 Brokerage	6211 Security brokers and dealers (and brokerage companies)
019 Family wear	5631 Family clothing stores	OFFICE	
020 Family shoe	5661 Shoe stores	151 Medical and dental	8011 Offices of physicians
021 Ladies' shoe	5661 Shoe stores		8021 Offices of dentists
022 Men's and boys' shoe	5661 Shoe stores	152 Legal	8031 Offices of osteopathic physicians
023 Children's shoe	5661 Shoe stores	153 Accounting	8111 Legal services
024 Fur	5681 Furriers and fur shops	154 Architect	8911 Accounting, auditing, and bookkeeping
025 Formal wear rental	7299 Miscellaneous apparel and accessories	155 Real estate	8911 Engineering and architectural services
027 Uniforms/jas shop	5699 Miscellaneous apparel and accessories	156 Contractor	8521 Real estate agents and managers
DRY GOODS			
071 Yarn goods and fabrics	5649 Sewing, needlework, and piece goods	157 Employment agency	15 General building contractors
072 Curtains and drapes	5714 Drapery and upholstery stores	158 Other office	7901 Employment agencies
073 Imports	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified	SERVICE	
FURNITURE			
078 Luggage, leather goods	5648 Luggage and leather goods stores	161 Beauty shop	7231 Beauty shops
081 Furniture	5712 Furniture stores	162 Barber shop	7241 Barber shops
082 Lamps	5719 Miscellaneous home furnishings stores	163 Watch repair	7631 Watch, clock, and jewelry repair
083 Appliances	5722 Household appliance stores	164 Shoe repair	7251 Shoe repair and hat cleaning shops
084 Floor coverings	5713 Floor covering stores	165 Cleaner and dyer	7212 Garment pressing and cleaners' agents
085 Radio, TV, hi-fi	5732 Radio and television stores	166 Laundry	7212 Garment pressing and cleaners' agents
087 Interior decorator	7399 Business services not elsewhere classified	167 Travel agents	4722 Passenger transportation arrangement
088 Upholstering	5714 Drapery and upholstery stores	168 Music studios and dance	7911 Dance halls, studios, and schools
089 China and glassware	5719 Miscellaneous home furnishings stores		8299 Schools and educational services not elsewhere classified
OTHER RETAIL			
101 Hardware	5251 Hardware stores	171 Coin-operated laundry	7215 Coin-operated laundries and cleaning
102 Home improvements	5211 Lumber and other building materials	172 Photographer	7251 Photographic studios, portrait
103 Automotive (TBA)	5331 Auto and home supply stores	173 Optometrist	8042 Offices of optometrists
104 Auto dealer	5311 New and used car dealers	174 Figure salon	7299 Miscellaneous personal services
105 Paint and wallpaper	5231 Paint, glass, and wallpaper stores	179 Other service	7299 Miscellaneous personal services
106 Garden shop	5261 Retail nurseries and garden stores	OTHER	
107 Hobby shop	5945 Hobby, toy, and game shops	181 Service station	8541 Gasoline service stations
108 Art gallery	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified	182 Bowling alley	7933 Bowling alleys
109 Arts and crafts	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified	183 Cinema	7832 Motion picture theaters except drive-in
110 Candle shop	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified	184 Ice skating rink	7999 Amusement and recreation not elsewhere classified
111 Records and tapes	5733 Music stores	195 Community hall	— no classification
112 Musical instruments	5733 Music stores	196 Warehouse or storage	4225 General warehousing and storage
113 Pet shop	5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified	SPECIAL	
114 Books and stationery	5942 Book stores	187 Arcade, amusement center	7963 Coin-operated amusement devices
	5942 Stationery stores	188 Car wash	7542 Car washes
		201 Vacant space	— no classification
		202 Miscellaneous income	— no classification

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 79).

Komposisi Kelompok Fasilitas

3-11 REGIONAL CENTER COMPOSITION BY TENANT CLASSIFICATION			
TENANT GROUP	PERCENT GLA	PERCENT SALES	PERCENT TOTAL CHARGES
Food	5.5	7.9	6.0
Food service	2.9	3.6	5.2
General merchandise	53.4	48.5	32.0
Clothing and shoes	16.9	20.4	26.3
Dry goods	1.4	1.5	2.5
Furniture	1.4	1.7	1.8
Other retail	10.1	13.3	16.6
Financial	1.6	0	2.7
Offices	.4	1.1	.6
Services	1.2	1.1	2.7
Other	3.0	2.0	3.6
Vacant	2.2	0	0
Total	100.0	100.0	100.0

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 83).

Lampiran 4
Komposisi Kelompok Fasilitas perdagangan

3-7 NEIGHBORHOOD CENTER COMPOSITION
BY TENANT CLASSIFICATION

TENANT GROUP	PERCENT GLA	PERCENT SALES	PERCENT TOTAL CHARGES (INCOME FROM TENANTS)
Food	26.5	43.8	21.4
Food service	5.1	3.2	6.7
General merchandise	16.3	8.9	12.2
Clothing and shoes	5.5	4.2	7.7
Dry goods	3.8	1.6	4.3
Furniture	4.8	1.7	5.2
Other retail	16.9	13.4	17.6
Financial	3.0	0	3.7
Offices	4.7	0	5.0
Services	5.6	2.5	7.8
Other	4.7	20.7	8.4
Vacant	3.1	0	0
Total	100.0	100.0	100.0

3-9 COMMUNITY CENTER COMPOSITION BY
TENANT CLASSIFICATION

TENANT GROUP	PERCENT GLA	PERCENT SALES	PERCENT TOTAL CHARGES
Food	15.7	33.2	13.1
Food service	3.7	3.8	6.0
General merchandise	35.8	30.1	27.0
Clothing and shoes	7.8	7.6	10.6
Dry goods	3.0	2.0	3.6
Furniture	3.7	3.6	3.6
Other retail	14.5	15.5	18.2
Financial	2.5	0	3.6
Offices	2.2	0	3.0
Services	3.6	1.8	5.0
Other	4.3	2.4	6.3
Vacant	3.3	0	0
Total	100.0	100.0	100.0

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 62).

Lampiran 5

Rencana Fasilitas perdagangan yang ada

Fasilitas Yang Direncanakan
Untuk Golongan Konsumen Menengah Ke Atas

jenis fasilitas	jumlah (bh.)	luas GLA (m ²)	perincian penggunaan	luas (m ²)
supermarket	1	800	bahan pangan variety goods drug	629 100 71
junior department store	1	1750	sandang variety goods drug sport. stasionery furniture	700 654 123 34 196,9 41,1
toko art & craft	2	800	masing-masing toko	400
toko furniture	1	400	masing-masing toko	400
toko obat	2	200	-	-
food service	2	100	masing-masing fasilitas	50 50
toko sandang	2	1600	masing-masing fasilitas	800
toko service	2	700	masing-masing fasilitas	350 350
toko stasionery & book	1	350	-	-
toko variety goods	2	800	masing-masing fasilitas	400