

TUGAS AKHIR
HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI DI SCBD JAKARTA
PENEKANAN PADA UNGKAPAN FISIK
KARAKTERISTIK CENTRE POINT
LANDASAN KONSEPTUAL PERENCANAAN DAN PERANCANGAN



Disusun Oleh :

SOBIRIN

92 340 068

920051013116120063

Pembimbing

Ir. Hadi Setiawan

Ir. Hanif Budiman

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
1998

HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI DI SCBD JAKARTA
PENEKANAN PADA UNGKAPAN FISIK
KARAKTERISTIK CENTRE POINT
LANDASAN KONSEPTUAL PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

TUGAS AKHIR

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

Disusun Oleh :

S O B I R I N

92 340 068

920051013116120063

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
1998

HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI DI SCBD JAKARTA
PENEKANAN PADA UNGKAPAN FISIK
KARAKTERISTIK CENTRE POINT
LANDASAN KONSEPTUAL PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

SOBIRIN

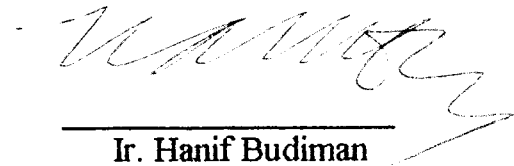
92 340 068

920051013116120063

Yogyakarta, 15 Agustus 1998
Menyetujui

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pembantu



Ir. Hadi Setiawan

Ir. Hanif Budiman

Mengetahui :

Ketua Jurusan Arsitektur
Universitas Islam Indonesia



Ir. H. Munichy B.Edres, M.Arch.

Kupersembahkan Kepada :

Abah dan Ema tercinta;

yang telah membangun rumah bagi jiwa dan ragaku.

Kakakku : Haruddin An Nur serta adikku tersayang;

Ely Aat Aditia Laeliyah, Tien Entin, Im.A,

Inal.A, Heru.M, Len Ayu.S.Rahayu

HALAMAN MOTTO

Satu langkah dalam hidup adalah perjuangan dan jika seorang tetap tabah menghadapi kepahitan hidup yang hanya dalam waktu singkat, maka ia akan memperoleh kebahagiaan dalam waktu yang panjang “Thariq Al Ziad”

KATA PENGANTAR

Bismillahirrokhmanirrokhim

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Alkhamdullillahirobbil'alamin, Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Penulisan Tugas Akhir ini digunakan untuk melengkapi syarat dalam menempuh gelar Sarjana Teknik Arsitektur pada Jurusan Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.

Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan atas bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan masukan demi terselesaikannya penulisan ini, kepada :

1. Bapak Ir.Munichy B.Edress, M.Arch., selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ir.Hadi Setiawan, selaku pembimbing utama.
3. Bapak Ir.Hanif Budiman, selaku pembimbing kedua.
4. Segenap Panitia Tugas dan Staf Studio Arsitektur yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan penulisan ini.

5. Rekan-rekan Arsitektur Universitas Islam Indonesia yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang menjadi pemacu semangat saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, semoga apa yang saya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Saran dan kritik yang bersifat membangun bagi penulisan ini sangat saya harapkan dari pembaca demi perbaikan pada penulisan-penulisan yang akan datang.

Billahi taufiq wal fidadyah

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, Mei 1998

Penyusun

ABSTRAKSI

Kehadiran Karya Arsitektur sesungguhnya untuk memenuhi kebutuhan, Kemudian fungsi bangunan dapat mengiringi karakteristik penampilan dan dari bentuk Style bangunan, harus komunikatif, dimengerti oleh pengamat apa yang diharapkan dan ingin disumbangkan dari kehadiran bangunan tersebut.

(Budi Lim, Dip-Arch, Dipl UD, RIBA)

Sebagai seni, Arsitektur mempunyai arti yang lebih dalam dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata, namun dalam sebuah program bangunan lebih mendasar lagi merupakan perwujudan ekspresi, ungkapan fisik arsitektur sebagai wadah kegiatan manusia. Dan gubahan unsur bentuk pada penampilan bangunan akan menentukan bagaimana Arsitektur dapat meninggikan nilai suatu karya, memperoleh tanggapan dan mengungkapkan suatu makna. Oleh karenanya penyajian unsur-unsur bentuk, ruang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi sebagai sarana untuk memecahkan suatu masalah dan tanggapan atas kondisi dari fungsi, tujuan dan ruang lingkungannya yakni secara arsitektural. Sedangkan, sebagai ilmu (Science), Arsitektur mempelajari pemecahan masalah rancang bangunan. Dari suatu systemic dan sub systemic ("Francis D.k. Ching")

Kotak salah satu bentuk bangunan yang lahir dari idealis para rasionalis International Style, eksistensinya membuat para arsitek semakin gelisah, seolah mencanangkan kehadiran zaman baru (bentuk variatif), karena ditinjau dari Aspek Struktural, tidak efisien dan tidak memiliki pasar potensial, bila dipandang dari sisi pelaku bisnis.

Dan kehadiran suatu fenomena baru dalam Arsitektur merupakan suatu upaya dan strategi menghindari kondisi yang kurang memuaskan, menghindari bentuk yang monoton dan kurang komunikatif. Karena hakekat bentuk pada bangunan merupakan media komunikasi dalam arsitektur, bentuklah yang terlebih dahulu tampak langsung oleh mata yang kemudian dianalisa dalam otak kita. Secara jelas karya Arsitektur harus dapat menyampaikan arti dan nilai kepada yang terlibat secara visualnya (masyarakat, konsumen, pengamat) seperti nilai prestise, novelty dan nilai individualnya, sehingga penampilan sebuah bangunan dapat dikatakan memiliki karakter dan memenuhi fungsi yang dikehendaki. Agar suatu bangunan mampu memberikan centre point dalam proses perencanaan dan perancangan diusahakan mempertimbangkan pemilihan suatu bentuk serta finishing dan aspek-aspek terkait sebagai kesatuan bentuk (form unity) yang dapat mengiringi karakteristik fungsinya seperti fungsi, simbol, teknologi struktur/bahan dengan kepentingan bisnis. Disinilah pentingnya upaya, strategi dalam penerapan antara kaidah idealis dalam arsitektur untuk mendukung kepentingan bisnis (ekspresi komersial) agar bentuk penampilan bangunan komunikatif, tidak monoton dan mempunyai, "Centre Point" titik sentral bagi bangunan dan lingkungan sekitarnya. ("Gol Ber Ger, Dipl,Ing,Suwondo B.Sutedjo")

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xviii

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. BATASAN JUDUL	1
I.1.1. Pengertian Judul	1
I.2. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN	1
I.2.1. Perkembangan Industri Perhotelan Di Jakarta	2
I.2.2. Peluang Hotel Bisnis Multi Fungsi Di Jakarta	4
I.2.2.1. Perkembangan Industri Kepariwisata Di Jakarta ..	2
I.2.2.2. Potensi Kota Jakarta	4
I.2.2.3. Motif, Profil, Wisatawan Di Jakarta	5
I.2.2.4. Optimisme Pemerintah Dan Prioritas Pemda DKI Jakarta	6
I.2.3. Dampak Superblok dan Bentuk Penampilan Arsitektur Kota Jakarta	7
I.2.3.1. Fenomena Baru Arsitektur Kota Jakarta	8
I.2.4. Produk Dan Segmen Pasar Hotel Bisnis Multi Fungsi	10
I.3. RUMUSAN MASALAH	11
I.4. PERMASALAHAN	13
I.4.1. Umum	13

I.4.2. Khusus	13
I.5. TUJUAN	13
I.6. SASARAN PENULISAN	13
I.7. LINGKUP PEMBAHASAN	13
I.8. KERANGKA PIKIR	14
I.8.1. Observasi	14
I.8.2. Analisis	14
I.8.3. Sintesis	15
I.9. SISTEMATIKA PENULISAN	15
I.10 KEASLIAN PENULISAN	16

BAB II

TINJAUAN UMUM PERHOTELAN, SUPERBLOK, BANGUNAN MULTI FUNGSI, FENOMENA BARU BENTUK ARSITEKTUR KOTA JAKARTA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEWUJUDKAN CENTRE POINT

2.1. TINJAUAN UMUM PERHOTELAN	18
2.1.1. Pengertian, Hakekat, Fungsi dan Status Hotel	18
2.1.2. Kategori Hotel	18
2.1.3. Klasifikasi Hotel	19
2.1.3.1. Ketentuan Fasilitas Hotel	19
2.1.4. Pelaku dan Pola Kegiatan Hotel	21
2.1.5. Struktur Organisasi (Departement) Hotel	22
2.2. TINJAUAN UMUM PUSAT PERBELANJAAN	23
2.2.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan	23
2.2.2. Jenis-jenis Pusat Perbelanjaan/ Mall	24
2.2.2.1. Menurut Mithland	24
2.2.2.2. Menurut Rubenstein	24
2.2.3. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan	24
2.2.3.1. Menurut Bentuk Fisik	24

2.2.3.2. Menurut Jenis Barang yang Diperdagangkan	24
2.2.3.3. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Variasi, Penyajian dan Sifat Barang	26
2.2.3.4. Menurut Pelayanan	26
2.2.3.5. Menurut Lingkup Pelayanan	27
2.2.3.6. Menurut Sistem Pembelian	27
2.2.4. Prediksi Perencanaan Kota DKI Jakarta	27
2.2.5. Karakter Dasar Pusat Perbelanjaan	28
2.2.6. Pelaku dan Kegiatan Pusat Perbelanjaan	28
2.3. TINJAUAN UMUM BISNIS DI JAKARTA	29
2.3.1. Pengertian Bisnis	29
2.3.2. Klasifikasi Bisnis	29
2.3.2.1. Berdasarkan jenis pelaku dan asal Negara	29
2.3.2.2. Berdasarkan macam, golongan peserta dan tingkat kegiatan	29
2.3.3. Macam Kegiatan Bisnis	30
2.3.3.1. Segi penerimaan devisa	30
2.3.3.2. Segi market hotel	31
2.3.4. Hotel Tempat Kegiatan Bisnis Di Jakarta	31
2.3.5. Karakteristik Bisnis	31
2.4. STUDI FASILITAS DAN BENTUK PENAMPILAN HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI	32
2.4.1. Hotel Dai-Ichi	32
2.4.2. Hotel Dusit Mangga Dua	33
2.4.3. Hotel Century Park	34
2.5. TINJAUAN UMUM SUPERBLOK	36
2.5.1. Pengertian Superblok	36
2.5.2. Perkembangan Superblok Di Jakarta	36
2.5.3. Prediksi Perkembangan Superblok SCBD Di Jakarta	37
2.6. BANGUNAN MULTI FUNGSI	38
2.6.1. Pengertian dan Tujuan Bangunan Multi Fungsi	38

2.6.2. Perkembangan Konsep Multi Fungsi	39
2.6.3. Faktor Pembentuk Bangunan Multi Fungsi	40
2.6.4. Keuntungan dan Kerugian Bangunan Multi Fungsi	40
2.7. FENOMENA BARU BENTUK ARSITEKTUR KOTA JAKARTA	41
2.8. BENTUK, FUNGSI, SIMBOL/ IDENTITAS/ NILAI DAN TEKNOLOGI STRUKTUR-BAHAN DALAM ARSITEKTUR	43
Bentuk Dalam Arsitektur	43
2.8.1. Fungsi Bangunan Dalam Arsitektur	44
2.8.2. Simbol/ Identitas Dalam Arsitektur	45
2.8.3. Teknologi Struktur dan Bahan Dalam Arsitektur	45
2.8.3.1. Sistem Struktur Rangka	46
2.9. FAKTOR-FAKTOR YANG MEWUJUDKAN “CENTRE POINT”	47
2.9.1. Pengertian “Centre Point”	47
2.9.2. Penentuan Ciri-ciri Visual	47
2.9.2.1. Wujud Dasar Bentuk	47
2.9.2.2. Bentuk Gubahan Massa Bangunan	48
2.9.3. Bentuk Komponen Bangunan	50
2.9.4. Unsur-unsur Bentuk	52
2.9.4.1. Irama	52
2.9.4.2. Tekstur	54
2.9.4.3. Warna	55
2.9.5. Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan	55
2.9.5.1. Penerapan Teknologi Struktur	55
2.9.5.2. Metode Penilaian Bahan pada Bentuk Finishing Bangunan	57

BAB III

ANALISA KAWASAN SCBD KARAKTERISTIK FASILITAS DAN UNGKAPAN “CENTRE POINT” PADA HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

3.1. Umum	59
3.2. Analisa Bentuk Penampilan Bangunan Di SCBD	59

3.3. Kawasan Pusat Bisnis SCBD	60
3.3.1. Kondisi Fisik Kawasan SCBD	60
3.3.2. Tata Kawasan	61
3.3.3. Kesimpulan	63
3.4. Analisa Pelaku, Kegiatan dan Pola Kegiatan pada Hotel	64
3.5. Analisa Macam Fasilitas pada Hotel Bisnis	66
3.5.1. Hotel Dai-Ichi	66
3.5.2. Hotel Dusit Mangga Dua	67
3.5.3. Hotel Century Park	68
3.6. Analisa Kelompok Ruang Pada Hotel	69
3.7. Analisa Karakteristik Fungsi Unsur-unsur Bentuk, Teknologi Struktur/ Bahan	
3.7.1. Umum	71
3.7.2. Analisa Fungsi Bangunan	72
3.7.3. Analisa Bentuk Hotel, Perkantoran, Kondominium, Apartement & Pusat Perbelanjaan Wujud Dasar Primer, Sekunder Dan Tata Letak pada GedungKomersial	75
3.7.4. Analisa Hubungan Antara Simbol Bentuk Komponen Bangunan Dengan Macam Karakteristik Bisnis	79
3.7.5. Analisa Unsur-unsur Bentuk	80
3.7.5.1. Tekstur, Imperium court, Hotel Century dan Atrium Segitiga Senen	81
3.7.5.2. Irama; (Hotel Century Park Dai-Ichi, BNI 46, Chase Plaza ..	82
3.7.5.3. Warna/ Nada Warna, Imperium Court & Hotel Century Park	85
3.7.6. Analisa Karakteristik Lingkungan	86
3.7.7. Analisa Bentuk Gubahan Massa Tata Letak, Pola Pencapaian Hotel Century, Imperium Court, BNI 46 Wisma Dharmala	87
3.7.8. Analisa Teknologi Struktur dan Bahan; Conrad Building, Imperium Court, BNI 46, Wisma Dharmala	90

BAB IV

PENDEKATAN KONSEP KARAKTERISTIK FASILITAS DAN UNGKAPAN “CENTRE POINT” PADA HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

4.1. Pendekatan Konsep Dasar	
4.1.1. Pendekatan Penentuan Lokasi	92
4.1.2. Pendekatan Penentuan Site	93
4.2. Pendekatan Konsep tata Ruang, Sirkulasi dan Klasifikasi Ruang pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	94
4.2.3. Pendekatan Kebutuhan Jumlah Kamar Hotel.....	94
4.2.4. Pendekatan Besaran Ruang Berdasarkan Klasifikasin Pengelompokan Macam Pelaku dan Fasilitas Ruang Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi...	95
4.3. Pendekaaatn Konsep Perencanaan Fungsi Bangunan	97
4.4. Pendekatan Konsep Bentuk wujud Dasar Primer & Sekunder Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	98
4.5. Pendekatan Konsep Hubungan antara Bentuk dan Karakteristik Bisnis	101
4.6. Pendekatan Konsep Dasar Unsur-unsur Bentuk, Tekstur, Irama dan Warna	103
4.7. Pendekatan Konsep Gubahan Massa	106
4.8. Pendekatan Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan	107

BAB V

KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

5.1. Umum	110
5.2. Kriteria Jenis Hotel dan Pusat Perbelanjaan	110
5.2.1. Konsep Kebutuhan Macam Ruang ; Klasifikasi, pelaku dan fasilitas.	111
5.2.2. Konsep Kelompok Ruang pada pusat Perbelanjaan	113
5.3. Konsep Lokasi dan Site	113
5.3.1. Konsep Pencapaian & Sirkulasi	113
5.3.2. Konsep Pola Sirkulasi Pada Hotel Bisnis	115
5.3.3. Konsep Pola Sirkulasi Pada Shopping Centre	116
5.4. Konsep Hubungan Bentuk & Tata Ruang	117

5.5. Konsep Multi Fungsi	118
5.6. Konsep “Centre Point” Dasar Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	118
5.7. Konsep “Center Point” Bentuk Gubahan Massa Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	119
5.8. Konsep “Center Point” Unsur-unsur Bentuk Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	120
5.9. Konsep Hubungan Antara Bentuk, Simbol/ Nilai dengan Karakteristik Bisnis.....	121
5.10. Konsep Dasar “Center Point” Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan Pada Hotel Bisnis.....	122
5.10.1. Kesimpulan Konsep “Center Point” Pada Hotel Multi Fungsi	123
5.11. Konsep Dasar Sistem Utilitas	124
5.11.1. Gb.Konsep Dasar Sistem Utilitas Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN; Analisa Perhitungan Finansial Bangunan Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

DAFTAR GAMBAR

Gambar Bab I : Pendahuluan

1.1. Peta pusat bisnis di Jakarta	4
1.2. Bentuk bangunan serupa, fungsi berbeda	7
1.3. Bentuk penampilan hotel, sebagai kegiatan bisnis di Jakarta	8
1.4. Bentuk penampilan bangunan; fenomena baru arsitektur kota Jakarta	8

Gambar Bab II : Tinjauan Umum Perhotelan, Superblok, Bangunan Multi Fungsi, Fenomena Baru Arsitektur Kota Jakarta Dan Faktor Pewujud “Centre Point

2.1. Struktur organisasi (Departemen) Hotel	23
2.2. Pelaku dan kegiatan pada pusat perbelanjaan	28
2.3. studi bentuk penampilan ; Hotel Century Park	34
2.4. Perkembangan superblok pusat bisnis Jakarta, superblok Anhui Cina HK dan peta superblok SCBD	37
2.5. Bentuk penampilan bangunan di SCBD	38
2.6. Nilai fenomena baru bentuk arsitektur kota Jakarta	43
2.7. Hubungan dan faktor pewujud bentuk	44
2.8. Wujud dasar bentuk	47
2.9. Karakteristik gubahan massa, Francis D.K Ching dan Schultz, Christian, Norberg	49
2.10. Bentuk pembatas & kesan komponen bangunan	52
2.11. Unsur-unsur bentuk; inti irama	53
2.12. Sifat, kesan irama	53
2.13. Kesan tekstur pada bentuk permukaan komposisi/ bidang	54
2.14. Tekstur pada design bangunan	54
2.15. Struktural bangunan	56
2.16. Perterjemahan ; sifat makna, material berdasarkan sumbu	57

Gambar Bab III : Analisa Kawasan SCBD, Karakteristik Fasilitas Dan Ungkapan Centre Point Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

3.1. Bentuk penampilan bangunan superblok SCBD; arah Jl.Senopati	59
3.2. tata kawasan ; SCBD dengan tatanan kota Jakarta	60
3.3. Pembagian blok dan lot fasilitas komersial di SCBD	
3.4. Site perencanaan holte bisnis multi fungsi di SCBD	
3.5. Perbandingan antara bentuk penampilan bangunan serupa fungsi berbeda dengan fenomena baru bentuk arsitektur kota Jakarta	72
3.6. Diagram fungsi bangunan serupa fungsi berbeda dengan fenomena baru bentuk arsitektur kota Jakarta	72
3.7. Unsur-unsur bentuk, tekstur, imperium court & century park, hotel Dai-ichi	81
3.8. Atrium segi tiga senen & 3.9	
3.10. Unsur-unsur bentuk irama; century hotel park Dai-ichi, BNI 46 (3.110 & Chase Plaza (3.12)	82
3.14. Penerapan diagram pola irama pada hotel bisnis multi fungsi	72
3.15. Bentuk gubahan massa, Century Hotel Park, Imperium Court, Wisma Dharmala, BNI 46 (3.16), (3,17), (3,18)	46
3.19. Diagram hubungan struktur, pola dan prinsip penerapan terhadap kesan, ekspresi pada hotel bisnis multi fungsi	91

Gambar Bab IV : Pendekatan Konsep Karakteristik Fasilitas dan Ungkapan "Centre Point" Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

4.1. Bentuk wujud dasar primer dan sekunder pada hotel bisnis multi fungsi ...	99
4.2. Karakteristik , ekspresi bentuk wujud dasar	99
4.3. Pola pertumbuhan & penentuan penerapan bentuk wujud dasar	100
4.5. Pola penentuan dan penerapan unsur-unsur bentuk, tekstur, irama dan warna	105
4.6. Kesan, pesan peran bentuk massa bangunan	107
4.7. Struktur pada hotel bisnis multi fungsi	108

**Gambar Bab V : Konsep Dasar Perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi
Karakteristik “Centre Point”**

5.1. Pola pencapaian & sirkulasi	114
5.2. Pola Sirkulasi Pada Hotel Bisnis	115
5.3. Pola Sirkulasi Pada Shopping Centre	116
5.4. Hubungan Bentuk dan Tata Ruang	117
5.5. BentukDasar Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi Karakteristik “Centre Point”	118
5.6. Bentuk Gubahan Massa pada Hotel Bisnis Multi Fungsi Karakteristik “Centre Point”	119
5.7. Unsur-unsur Bentuk pada Hotel Bisnis Multi Fungsi Karakteristik “Centre Point”	120
5.8. Hubungan Bentuk Simbol, Nilai dan Karakteristik “Centre Point”	121
5.9. Penerapan Teknologi Struktur Dan Bahan Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi , Karakteristik “Centre Point”	122
5.10. Kesimpulan “Centre Point” Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	123
5.11. Sistem Utilitas pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	125

DAFTAR TABEL

TABEL PENDAHULUAN

1.1. Jumlah Hotel Berbintang Di Jakarta	2
1.2. Kunjungan Wisman & Wisnus Yang Menginap Pada Hotel Berbintang Di Jakarta	2
1.3. Kegiatan Kegiatan Bisnis Di Hotel-hotel Berbintang Di Jakarta	5
1.4. Populasi Penduduk Jakarta	6

TABEL TINJAUAN UMUM

2.1. Ketentuan Klasifikasi Hotel	19
2.2. Ketentuan Fasilitas Hotel, Dit Jenpar	20
2.3. Ketentuan Fasilitas Hotel, Lawson-Freud	20
2.4. Tabel % jumlah suite terhadap total ruang tamu	21
2.5. Pelaku, pola kegiatan pada hotel	22
2.6. Klasifikasi, macam, jenis unit, luas area, jangkauan pelayanan	27
2.7. Karakter dasar pusat perbelanjaan	28
2.8. Klasifikasi bisnis, berdasarkan jenis dan asal negara	29
2.9. Klasifikasi bisnis, berdasarkan macam, golongan peserta dan tingkat kegiatan	30
2.10. Kontribusi hotel; kegiatan bisnis	31
2.11. Studi fasilitas ; hotel Dai-Ichi	32
2.12. studi fasilitas ; hotel dusit Mangga Dua	33
2.13. studi fasilitas ; hotel Century Park	35
2.14. Unsur-unsur bentuk ; kesan, asosiasi dan karakteristik warna-nada warna (tone)	55
2.15. Jenis, sifat dan makna material	56
2.16. Jenis, sifat dan kesan material/ bahan-bahan struktur, fungsi pemakaian ..	58

DAFTAR TABEL

• Tabel; Analisa	
3.1. Tata letak, klasifikasi fungsi superblok SCBD	60
3.3. Pelaku, kegiatan dan pola kegiatan ada hotel	64
3.4. Macam fasilitas	66
3.5. Pengelompokan ruang pada pusat perbelanjaan	69
3.6. Pengelompokan ruang pada pusat perbelanjaan	70
3.7. Perbandingan pengelola; hotel	70
3.8. Bentuk dasar primer pada gedung komersial di Jakarta	75
3.9. Warna. nada warna/ tone	85
3.10. Warna dasar pada hotel bisnis multi fungsi	86
• Tabel ; Pendekatan Konsep	
4.1. Besaran ruang pada hotel bisnis multi fungsi	95
4.2. Pendekatan konsep; karakteristik jenis, kegiatan & ratio bangunan ..	98
4.3. Prinsip dasar pola penerapan teknologi struktur dan bahan	109

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Batasan Judul : Hotel Bisnis Multi Fungsi Di SCBD Jakarta

1.1.1. Pengertian Judul

- **Hotel Bisnis** : *Salah satu bentuk industri akomodasi yang memberikan jasa pelayanan, fasilitas dengan tujuan komersial yang dirancang khusus untuk orang-orang yang mempunyai kepentingan bisnis, (urusan usaha perdagangan perusahaan) yang terletak di pusat kawasan perdagangan/ bisnis. ("Agustinus Darsono, Front Office Hotel, PT.Grasindo Jakarta, hal-2")*
- **Multi Fungsi**: *Sebuah bangunan yang saling berhubungan berisi lebih dari satu macam fungsi kegiatan. ("Jacob, James, 1961")*
- **Centre point**: *Bentuk penampilan bangunan yang memiliki karakteristik atau sebagai titik pusat, sentral dari bangunan, lingkungan sekitarnya ("Yudi Kusuma, ISTN, Merealisasikan Prinsip Teknik Dunia Rekayasa Arsitektur, 1996, hal 16, M. Dahlan Al Barry, Kamus Modern, Arkola Yogyakarta, 1994, hal 75, 518").*
- **Di SCBD Jakarta**: *Lokasi judul, terletak di Kawasan Superblok SCBD DKI Jakarta.*

1.2. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

1.2.1. Perkembangan Industri Perhotelan Di Jakarta

Perkembangan jumlah kamar pada hotel berbintang secara nasional, setiap tahunnya berkisar antara 4,9%-5%. Saat ini jumlah kamar yang tersedia sebanyak 96.994 kamar, hingga pada tahun-tahun berikut terjadi penambahan 4.752,70-4.849,70. Sedang penambahan jumlah kamar pada hotel berbintang di

Jakarta setiap tahunnya terjadi penambahan sampai 12% atau (1800 kamar). Di bawah ini tabel jumlah kamar hotel berbintang dan non bintang di Jakarta.

Tabel 1.1.
Jumlah Hotel Berbintang di Jakarta th 1997

Bintang I	Bintang II	Bintang III	Bintang IV	Bintang V	Jumlah Kamar
				90	4.964
			13		3.987
		22			3.072
	19				1.621
20					1.358
Jumlah total kamar hotel bintang					15.002
Jumlah total kamar non bintang					5.915

Sumber : Info Bisnis /46/III/April 1997/13.14.15

1.2.2. Peluang Hotel Bisnis Multi Fungsi di Jakarta

1.2.2.1. Perkembangan Industri Kepariwisata Di Jakarta.

Adanya perkembangan dan kemajuan kepariwisataan Indonesia yang semakin tumbuh dan berkembang dengan pesat, dimana *kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia telah mencapai hampir dua kali lipat dari target semula, yaitu dari 15% mencapai 22,11% lebih pada tahun 1996 dari target 4.823.606 wisatawan mancanegara mencapai 5 juta*, belum termasuk wisatawan nusantara (wisnus). Di bawah ini proyeksi wisatawan manca negara dan wisatawan nusantara yang berkunjung dan menginap pada hotel berbintang dan non bintang di Jakarta.

Tabel 1.2.
Kunjungan Wisman dan Wisnus yang menginap di hotel berbintang th 1992-1998

Tahun	Jumlah Wisman	Jumlah Wisnus	Jumlah Total
1992	967.400,00	1.196.210	2.163.610,00
1993	1.076.791,40	1.442.712	2.519.503,40
1994	1.218.468,60	1.689.214	2.907.682,60
1995	1.327.860,00	1.935.716	3.263.576,00
1996	1.447.081,80	2.182.218	3.629.299,80
1997	1.577.000,70	2.244.975	3.821.975,70
1998	1.718.578,50	2.307.732	4.026.310,50

Sumber : RIPPNAS, 1997, III-12,13, 15,18a
(Th 1997 & 1998 Asumsi Deparpostel DKI Jakarta)

Dari pesatnya arus kunjungan wisatawan dapat dirasakan oleh tingkat hunian kamar pada hotel-hotel berbintang di Jakarta, selama Pelita V dalam 4 tahun terakhir ini, menunjukkan angka paling tinggi dibandingkan dengan hotel-hotel di propinsi lainnya, yaitu mencapai sebesar 64,27% dan pada hotel non bintang sebesar 35,73% ("Deparpostel DKI, 1995/1996, hal 1,11").

Dengan jumlah rata-rata lama tinggal (*Length of Stay*) 2,4 hari dan rata-rata jumlah tamu setiap kamar (*Guest Per Room*) sebesar 1,87. ("Info Bisnis, Bintang Baru di Hotel Berbintang, April 1997, hal 13"). Maka dapat diasumsikan kebutuhan kamar untuk masa-masa yang akan datang adalah sebagai berikut :

- Total tamu yang menginap (Total Guest)	= 4.900.896,5 (Tabel 1.1 dan 1.2)
- Rata-rata lama tinggal (<i>Length Of Stay</i>)	= 2,41 hari
- Tingkat penghunian kamar, TPK (<i>Occupancy rate</i>)	= 64,27%
- Rata-rata jumlah tamu/ kamar, GPR (<i>Guests Per Room</i>)	= 1,87
- Jumlah kamar yang tersedia th 1997 (<i>Room Available 1997</i>)	= 20.917,00 (Tabel 1.1)

$$\begin{aligned}
 K_{1998} &= \frac{4.026.310,50 \times 2,41}{64,27\% \times 1,87 \times 365} \\
 &= \frac{9.700.998,31}{438,67} \\
 &= 22.114,57 - 20.917,00 \text{ (Room available 1997)} \\
 &= 1.197,57
 \end{aligned}$$

Jadi kebutuhan jumlah kamar hotel bintang

$$= 1.197,57 \times 64,27\% = 769,68 \text{ kamar}$$

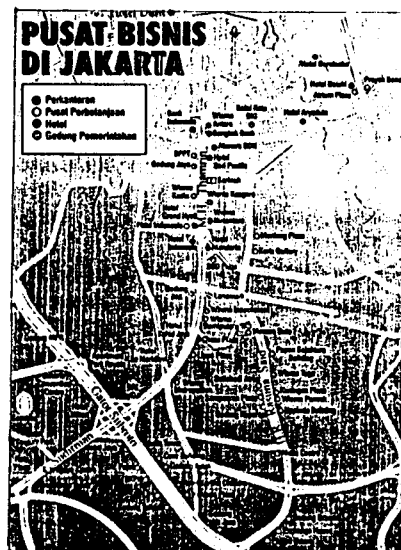
Jadi kebutuhan jumlah kamar hotel non bintang

$$= 1.197,57 \times 35,73\% = 427,89 \text{ kamar}$$

Untuk perhitungan jumlah kebutuhan kamar tahun berikutnya dapat dilakukan seperti tersebut diatas.

1.2.2.2. Potensi Kota Jakarta

Jakarta sebagai ibukota negara yang berperan dalam pembangunan perekonomian bagi daerah-daerah seluruh Indonesia dinilai sangat strategis juga sangat menguntungkan bagi perkembangan bisnis. Selain itu, sebagai pusat bisnis/perdagangan no. 1 di Indonesia, masih sangat perlu melengkapi berbagai fasilitas. ("Pencakar Langit tetap prospektif, Info Bisnis, Edisi 46, Tahun III, April 1997"). Di samping itu dengan kesibukan super tinggi kota Jakarta, menuntut setiap orang harus berpacu dengan waktu, guna memperoleh hasil yang maksimal, hal ini tidak memungkinkan jika jarak tempuh antara tempat kegiatan satu dengan yang lainnya demikian jauhnya, karena selain tidak efisien waktu atau efisien kerja (tidak praktis) juga akan mempengaruhi produktivitas konsumen. Untuk mendukung kelancaran kegiatan urusan perdagangan (bisnis) perusahaan diperlukan suatu fasilitas yang mendukung kegiatan tersebut. (Dra.Estherina AD. General Manager PT Multipanen, Konstruksi, Mei 1995 hal 47") Di bawah ini Gambar Peta Pusat Bisnis di Jakarta.



Gambar 1.1. Peta Pusat Bisnis Di Jakarta

Tabel 1.3.
Tabel Kegiatan Bisnis di Hotel - hotel Berbintang Jakarta

Corporate Tourist (Jenis-jenis)	Kegiatan Bisnis (Corporate Event)	Tempat Kegiatan	Klasifikasi Hotel (bintang)
Elektronik Industri kecil Industri Plastik	Meeting, Exhibiton Pertemuan Direksi Manajer	Hotel Dai-Ichi	IV
Jasa Info Tek Jasa Konstruksi Jasa Lepas Pantai Konst. Mek-Elek	Training Courses Sales Marketing Promosi & Peluncuran Produk	Hotel Century	IV
Info Pasar Modal	Penjamuan relasi Bisnis (F&B)	Hotel Holiday Inn	V
	Perbelanjaan/ Rekreasi	Hotel Dusit Mangga Dua	IV
Sumber : Info bisnis, Edisi 46. th III. April 1997, hal 15,16,17,25			

1.2.2.3. Motif, Profil Wisatawan Di Jakarta

Demikian pula dengan motif dan profil. Wisatawan dengan motivasi bisnis saat ini telah mencapai peningkatan yang tajam dan hanya 30% dari seluruh wisatawan yang berkunjung di Jakarta dengan motivasi berlibur. *Pertumbuhan yang pesat dari motif wisatawan bisnis yang sudah mencapai 70%, kebutuhan fasilitas untuk kegiatan bisnis semakin tinggi..* ("Info Bisnis, Edisi 46/Tahun.III/April 1997")

Berdasarkan hal tersebut di atas, menunjukkan fenomena bahwa motif dan profil wisatawan yang akan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah Corporate Tourist (Wisatawan Pengusaha) yang datang untuk bisnis, sedang wisatawan yang berkunjung di Jakarta dengan motivasi berlibur akan mengalami penurunan. ("Deparpostel DKI,1995/1996")

1.2.2.4. Optimisme Pemerintah dan Prioritas Pemda DKI Jakarta

Tabel 1.4.

Populasi Penduduk Jakarta Tahun 1995

Kotamadya	Jumlah
Jakarta Selatan	2.041.026
Jakarta Timur	2.382.394
Jakarta Pusat	978.894
Jakarta Barat	2.146.824
Jakarta Utara	1.562.515
Total	9.112.625

Sumber : Deparpostel DKI 1995/1996

Dengan populasi penduduk yang semakin meningkat maka *optimisme pemerintah dan prioritas Pemda DKI untuk arah pembangunan dalam industri pariwisata "Kota Jakarta akan dijadikan sebagai kota jasa (service) dan belanja internasional"*. Begitupun dengan minimnya fasilitas hiburan yang berada di tengah pusat kota sangat dirasakan wisatawan Jakarta yang 70% adalah wisatawan pengusaha yang datang untuk bisnis tapi juga membutuhkan hiburan. Dengan arah pembangunan tersebut maka :

- Pusat perbelanjaan sebagai alternatif minimnya fasilitas hiburan / rekreasi. ("Deparpostel DKI, 1995/1996")
- Pusat perbelanjaan bagi wisatawan pengusaha, masyarakat, selain sebagai kegiatan belanja juga sebagai kegiatan rekreasi/hiburan.
- Hotel dengan fasilitas perbelanjaan akan memiliki daya tarik tersendiri, bagi wisatawan, masyarakat selain merupakan salah satu fasilitas berbelanja juga sebagai fasilitas hiburan. Demikian komentar Anton Gemilar, Manajer Penjualan dan Pemasaran Hotel Dai-ichi Jakarta. ("Kunci Sukses Bisnis Hotel Berbintang, Info Bisnis, April 1997, Hal 15, 17")

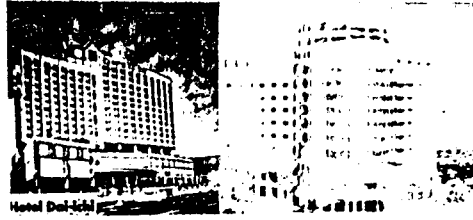
1.2.3. Dampak Superblok dan Bentuk Penampilan Arsitektur Kota Jakarta

Berbagai gedung pencakar langit untuk bermacam fungsi di sepanjang jalan Thamrin, Sudirman (SCBD) dan Rasuna Said yang merupakan pusat bisnis, terus bermunculan, mulai dari yang diperuntukkan perkantoran, apartemen, kondominium, hotel dan masih banyak lagi fungsi yang ditawarkan melalui sejumlah fasilitas. Hal ini menguntungkan, selain Optimalisasi Use Of Land juga terpenuhi semua aktifitas dalam zona tersebut. ("Pencakar langit tetap prospektif, Info Bisnis, Edisi 45, th III, April 1997 hal 65") Namun disisi lain kehadiran-kehadiran bangunan tersebut seiring dengan berkembangnya pembangunan berskala besar (superblok), banyak sekali ditemukan bentuk penampilan bangunan tersebut yang serupa atau hampir serupa, walaupun fungsinya berbeda.



Gambar 1.2. : Bentuk Bangunan serupa, fungsi berbeda

Dan terhadap bentuk penampilan bangunan pada hotel-hotel di Jakarta, kehadirannya seringkali asing dan sukar dikenali oleh masyarakat, konsumen. Sehingga dari jumlah 103 hotel bintang yang memiliki klasifikasi bintang 4 dan 5 hanya beberapa hotel yang dijadikan sebagai tempat kegiatan bisnis diantaranya ; *Hotel Dai-Ichi, Hotel Century, hotel Holiday Inn dan Hotel Dusit Mangga Dua. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kondisi yang ada kurang memuaskan. ("Rahmawati Subandio, Marketing Communication Century Hotel, Info Bisnis Edisi 46, th III, April 1997, hal 25").* Begitupun dengan berkembangnya teknologi struktur/bahan belum bisa diterapkan secara optimal sebagai nilai estetika, media komunikasi dan hanya menekankan pada kesan segi bisnisnya saja sehingga dalam perencanaan dan perancangannya, dapat dipastikan hasilnya kurang memiliki citra seni Arsitektur dan sebaliknya karena tenggelam pada pengolahan satu bentuk dan pengolahan sirkulasi. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.3. Bentuk Penampilan Hotel, tempat kegiatan bisnis (Hotel Century Park dan Hotel Dai-ichi)

Sehingga banyak keluhan-keluhan, bahwa bentuk bangunan di Jakarta umumnya dan khususnya bangunan hotel belum dapat memberikan komunikatif dan belum memiliki karakteristik atau sebagai centre point baik bagi bangunan itu sendiri, dan yang terlibat secara visualnya konsumen, masyarakat dan pengamat. ("Merealisasikan Prinsip Dunia Teknik Rekayasa, Konstruksi, April 1996 hal 16")

1.2.3.1. Fenomena Baru Arsitektur Kota Jakarta

Suatu hal telah jelas; pada umumnya Arsitektur dipikirkan (dirancang) dan diwujudkan (dibangun) hanya bersifat fungsional semata. Kotak, bentuk bangunan yang lahir dari idealis para rasional/international style, membuat para arsitek menjadi semakin gelisah, karena ditinjau dari *Aspek Struktural (Structural)* tidak sederhana lagi, sedang dari aspek sisi pemanfaatan energi, *tidak efisien* dan tidak memiliki pasar bila dipandang dari *sisi pelaku, karakteristik bisnis*. ("Paul BoldBerger, Gedung Pencakar Langit, Di Luar Bantuk Kota, 1994, Erlangga Jakarta, hal 77").



Gb.1.4. Fenomena Baru Bentuk Arsitektur Kota Jakarta : Imperium Court, memiliki nilai centre point, gerbang superblok kuningan persada. Hotel Hyatt, Century Park dan Hotel Dai-ichi memiliki nilai novelty dan privacy tinggi.

BNI 46 bernilai novelty dan wisma dharmala sebagai bangunan yang bernilai prestise, novelty, sedang Beverly Tower condominium, privacy tinggi

("Sumber Paul GolBerGer, Gedung Pencakar Langit, Di luar Bentuk Kotak, hal 77, Gb. Info Bisnis "Seratus Pencakar Langit di Jakarta, hal 65 - 68")

Begitupun bentuk penerapan pada suatu bangunan, hakekatnya merupakan media komunikasi dalam arsitektur, karena bentuklah yang terlebih dahulu dan tampak langsung oleh mata yang kemudian dianalisa dalam otak kita. Secara jelas akan memberi gambaran bahwa bentuk pada suatu Karya Arsitektur dapat menyampaikan arti dan nilai kepada yang terlibat secara visualnya yaitu (masyarakat, konsumen, pengamat), seperti nilai prestise, novelty atau nilai individualnya. Sehingga kehadiran Karya Arsitektur sesungguhnya untuk memenuhi kebutuhan. Kemudian fungsi bangunan dapat mengiringi karakteristik penampilan dan dari bentuk Style bangunan, harus komunikatif, dimengerti oleh pengamat apa yang diharapkan dan ingin disumbangkan dari kehadiran bangunan tersebut. ("Komunikasi Dalam Arsitektur, Budi Lim, Dipl-Arch, Dipl UD, RIBA, Konstruksi, April 1996, hal 44, 45"). Sebagai seni, Arsitektur mempunyai arti yang lebih dalam dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata, namun dalam sebuah program bangunan lebih mendasar lagi merupakan perwujudan ekspresi, ungkapan fisik arsitektur sebagai wadah kegiatan manusia. Begitupun dengan gubahan unsur bentuk pada penampilan bangunan akan menentukan bagaimana Arsitektur dapat meninggikan nilai suatu karya, memperoleh tanggapan dan mengungkapkan suatu makna. Oleh karenanya penyajian unsur-unsur bentuk, ruang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi sebagai sarana untuk memecahkan suatu masalah dan tanggapan atas kondisi dari fungsi, tujuan dan ruang lingkungannya yakni secara arsitektural. Sedangkan, sebagai ilmu (Science), Arsitektur mempelajari pemecahan masalah rancang bangunan. Sehingga bangunan dalam arsitektur dapat dipandang sebagai suatu systemic (susunan, tatanan) dengan beberapa sub systemic (unsur-unsur tatanan, komponen-komponen bangunan). ("Francis D.K CHING, Arsitektur; Bentuk, Ruang dan Susunannya, hal 10")

Adapun bentuk suatu bangunan yang mampu memberikan "*Centre point*" pada bangunan itu sendiri dan masyarakat, konsumen, pengamat *bila sudah memenuhi dan mampu menerapkan antara kaidah idealis dalam arsitektur untuk mendukung kepentingan bisnis/komersial.* Secara umum dapat digambarkan sebagai berikut :

- Gubahan, bentuk massa bangunan tidak hanya bentuk kotak tetapi dapat, atau kombinasi dengan bentuk massa yang lain, karena ditinjau dari aspek struktural, bentuk kotak tidak sederhana lagi, sedang dari aspek sisi pemanfaatan, tidak efisien dan tidak memiliki pasar potensial bila dipandang dari sisi pelaku dan karakteristik bisnis. ("Paul GolBerger, Pencakar Langit di Luar Bentuk Kotak, hal 177").
- Pemilihan bentuk dan finishing pada kulit bangunan yang diiringi dengan karakter fungsinya, dan penerapan teknologi struktur/bahan sebagai nilai estetika dan media komunikasi, melalui pemilihan bahan, tekstur, irama dan warna pada elemen finishing kulit bangunan, sebagai kesatuan bentuk (*unity form*) dengan karakteristik fungsi dan karakteristik setting ("Mc Kelvey AIA, Media Komunikasi dalam Arsitektur Konstruksi, Januari 1996, hal 43")

1.2.4. Produk dan Segmen Pasar

Tiap Hotel memiliki segmen pasar sendiri, *apabila lokasi hotel tersebut di pusat kota bisnis disebut hotel bisnis yang segmen pasar utamanya adalah wisatawan pengusaha yang melakukan bisnis.* Dan sebaliknya bila lokasi hotel berada di tempat wisata di luar pusat kota disebut resort hotel, segmen pasar utamanya wisatawan yang menikmati keindahan alam. *Kedua segmen pasar tadi mempunyai perbedaan dalam karakteristik perjalanan, motivasi dari kebutuhan.* ("Syahrul Gani, Hotel dan Restoran, No. 11, Februari 1997")

Dari gejala fenomena yang diperlihatkan di atas, maka jenis bisnis perhotelan di Jakarta tetap prospektif. Adapun peluang tersebut (tabel 1.3. dan tabel 1.4.) adalah untuk *kategori hotel bisnis, klasifikasi bintang empat dengan kualitas pelayanan setaraf bintang lima* yang akan dipadukan dengan pusat perbelanjaan selain sebagai daya tarik, fasilitas belanja juga sebagai rekreasi (multi fungsi) atau Hotel Bisnis Multi Fungsi, yang mampu memberikan centre point pada bangunan itu sendiri dan lingkungan sekitarnya, dengan sasaran pengunjungnya adalah *profil wisatawan (Corporate Tourist) yang melakukan bisnis.*

1.3. RUMUSAN MASALAH

Adanya pertumbuhan dan peningkatan kunjungan profil wisatawan bisnis (Corporate Tourist) yang pesat dan belum terpadunya tempat kegiatan bisnis (Corporate Event) serta untuk kegiatan belanja (hiburan, rekreasi) pada suatu Hotel di Jakarta akan mempengaruhi tingkat produktivitas pemakai (konsumen). Di samping itu seiring dengan *pesatnya pembangunan berskala besar (superblok) di pusat bisnis Jakarta banyak ditemukan bentuk penampilan bangunan yang serupa atau hampir serupa, walaupun fungsinya berbeda.* Begitupun pada bentuk penampilan hotel-hotel, acapkali tidak mudah dikenali oleh masyarakat, konsumen. Juga belum optimalnya penerapan teknologi struktur/ bahan yang sesuai dengan karakteristik fungsinya sebagai media komunikasi dan nilai estetik dan *hanya menekankan segi bisnis/komersialnya saja mengakibatkan dalam perencanaan dan perancangan tidak memiliki citra seni arsitektur, karena tenggelam pada pengolahan satu bentuk, sehingga hasil rancangannya dapat dipastikan memberi kesan monoton dan kurang komunikatif.* Dan sebaliknya jika hanya mementingkan kaidah dalam arsitektur tanpa mengindahkan segi bisnis hasil desainnya tidak memiliki nilai komersial. Dan suatu hal telah jelas; pada umumnya Arsitektur dipikirkan (dirancang) dan diwujudkan (dibangun) hanya bersifat fungsional semata. Sebagai seni, Arsitektur mempunyai arti yang lebih dalam dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata, namun lebih mendasar lagi

merupakan ekspresi / ungkapan fisik. Arsitektur sebagai wadah kegiatan dan sebagai ilmu, Arsitektur mempelajari pemecahan masalah rancang bangunan. Sehingga bangunan dalam arsitektur dapat dipandang sebagai suatu Systemic (tatanan) dengan beberapa sub systemic (komponen-komponennya), dan *kotak, salah satu bentuk bangunan yang lahir dari idealis para rasionalis International Style, eksistensinya membuat para arsitek semakin gelisah, seolah mencanangkan kehadiran zaman baru (bentuk variatif), karena ditinjau dari Aspek Struktural, bangunan kotak tidak sederhana lagi. Sedang dari aspek fungsional, tidak efisien dan tidak memiliki pasar potensial, bila dipandang dari sisi pelaku bisnis. Sehingga kehadiran suatu fenomena baru dalam Arsitektur merupakan suatu upaya dan strategi menghindari kondisi yang kurang memuaskan, menghindari bentuk yang monoton dan kurang komunikatif. Karena hakekat bentuk pada bangunan merupakan media komunikasi dalam arsitektur, bentuklah yang terlebih dahulu tampak langsung oleh mata yang kemudian dianalisa dalam otak kita. Secara jelas karya Arsitektur harus dapat menyampaikan arti dan nilai kepada yang terlibat secara visualnya (masyarakat, konsumen, pengamat) seperti nilai prestise, novelty dan nilai individualnya, sehingga penampilan sebuah bangunan dapat dikatakan memiliki karakter dan memenuhi fungsi yang dikehendaki. Agar suatu bangunan mampu memberikan centre point dalam proses perencanaan dan perancangan diusahakan mempertimbangkan pemilihan suatu bentuk serta finishing dan aspek-aspek terkait sebagai kesatuan bentuk (form unity) yang dapat mengiringi karakteristik fungsinya seperti fungsi, simbol, teknologi struktur/bahan dengan kepentingan bisnis. Disinilah pentingnya upaya, strategi dalam penerapan antara kaidah idealis dalam arsitektur (norma, gagasan, dalam arsitektur) untuk mendukung kepentingan bisnis (ekspresi komersial) agar bentuk penampilan bangunan komunikatif, tidak monoton dan mempunyai karakteristik, "Centre Point" titik sentral bagi bangunan dan lingkungan sekitarnya.*

1.4. PERMASALAHAN

1.4.1. Umum

- Upaya menampilkan bentuk bangunan, melalui pendekatan fenomena baru Arsitektur Kota Jakarta.

1.4.2. Khusus

- Strategi penerapan kaidah idealis dalam Arsitektur, untuk mendukung kepentingan bisnis di Kawasan SCBD.

1.5. TUJUAN

- Merumuskan landasan konseptual perencanaan dan perancangan Hotel Bisnis Multi Fungsi yang terpadu dalam satu bangunan dan mampu memberikan “Centre point” pada bangunan itu sendiri dan lingkungan sekitarnya.

1.6. SASARAN PENULISAN

Sasaran yang akan dicapai adalah :

- Menghadirkan Hotel Bisnis Multi Fungsi yang mampu memberikan “Center point” agar terkesan komunikatif dan tidak monoton melalui sentuhan bentuk Arsitektural pada penampilan bangunan, yang dapat mengiringi sesuai dengan karakteristik fungsi, simbol/identitas dan penerapan teknologi struktur / bahan dengan optimal.

1.7. LINGKUP PEMBAHASAN

Orientasinya mengarah pada faktor-faktor yang berkaitan dengan latar belakang, permasalahan.

- Hotel Bisnis Multi Fungsi
 - Bagaimana merencanakan Hotel Bisnis Multi Fungsi, selain sebagai fasilitas untuk kebutuhan bisnis juga perbelanjaan dengan kategori hotel bintang empat setaraf fasilitas hotel bintang lima, sehingga hotel bisnis

multi fungsi tersebut mampu memenuhi kebutuhan wisatawan, masyarakat Di Jakarta.

- **Hotel Bisnis Multi Fungsi karakteristik “Centre Point” di SCBD**
Bahasan ini ditekankan pada bentuk fisik penampilan bangunan. Oleh sebab itu pembahasan dibatasi pada Konteks faktor-faktor yang mewujudkan *Centre Point* (titik pusat, sentral) bagi bangunan di kawasan SCBD.
- **Kaidah-kaidah idealis dalam arsitektural**
Dapat diartikan sebagai norma gagasan Arsitektural Pembahasan ini dibatasi pada Ekspresi yang di timbulkan oleh bentuk serta aspek-aspek terkait sebagai kesatuan bentuk (*form unity*) yang dapat mengiringi karakteristik fungsinya melalui sentuhan arsitektural ; seperti bentuk, unsur-unsur bentuk simbol nilai dan penerapan teknologi struktural/ bahan.

1.8. KERANGKA PIKIR

1.8.1. Observasi

- a. **Langsung** : Metode untuk mendapat data dan informasi primer melalui survey ke lembaga-lembaga, pemerintah, Hotel Dusit Mangga Dua, Hotel Dai-ichi, Hotel Century Park, bangunan komersial Segitiga Emas, pusat bisnis dan kawasan The Sudirman Central Business Distric (SCBD) Jakarta.
- b. **Tak Langsung** : Metode untuk mendapat data-data sekunder melalui studi literatur dan media lainnya.

1.8.2. Analisis

Menguraikan peran kaidah-kaidah idealis arsitektur yang dapat mengiringi karakteristik fungsi dan mengkaji data juga informasi sebagai data yang relevan bagi perancangan hotel sebagai fasilitas bisnis dan (perbelanjaan) yang terpadu dalam satu bangunan, yang dapat memberikan

“Centre Point” (komunikatif dan tidak monoton) melalui sentuhan arsitektural pada bentuk penampilan bangunan.

1.8.3. Sintetis

Menyusun suatu konsep perencanaan dan perancangan yang berasal dari hasil analisis permasalahan yang diajukan.

1.9. SISTEMATIKA PENULISAN

- BAB I** : Berisi batasan Judul, Pendahuluan yang membahas Latar Belakang Permasalahan, Permasalahan, Tujuan dan Sasaran, Lingkup Pembahasan, Kerangka pikir, Sistematika Penulisan dan Keaslian Penulisan.
- BAB II** :Merupakan gambaran umum perhotelan, perbelanjaan, superblok, pengertian dari bangunan multi fungsi bisnis, Bentuk penampilan bangunan di kawasan pusat bisnis, studi banding dengan hotel yang memiliki ketentuan fasilitas bisnis dan perbelanjaan, bentuk penampilan yang menarik (estetis, komunikatif dan tidak monoton), fenomena baru bentuk Arsitektur Kota yang Centre Point di Jakarta.
- BAB III** : Berisi analisa, pelaku, kegiatan, pola kegiatan, jenis fasilitas bisnis hotel, kondisi fisik, tata kawasan, bentuk penampilan bangunan dan analisa faktor-faktor yang mewujudkan Hotel Bisnis Multi Fungsi yang memiliki karakteristik “Centre Point” di SCBD Jakarta.
- BAB IV** : Berisi pendekatan konsep dasar perencanaan dan perancangan yang telah di analisis mengenai kawasan SCBD, kebutuhan ruang untuk fasilitas bisnis, bentuk dan ekspresi pada hotel bisnis multi fungsi karakteristik “Centre Point” di SCBD.
- BAB V** : Berisi pendekatan konsep dasar yang telah terpilih untuk dijadikan sebagai alternatif konsep dasar dalam perencanaan dan perancangan hotel bisnis multi fungsi, karakteristik “Centre Point” di SCBD.

1.10. KEASLIAN PENULISAN

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

1. Sri Yogi Widhiasih/92340078/TA/UII/1997

Judul : Hotel dan Shopping Mall di Jakarta

Merencanakan bangunan multi fungsi yang didalamnya merupakan gabungan hotel dan shopping mall. *Penekanan perencanaan pada pola dan sistem sirkulasi agar saling menunjang antara keduanya.*

2. Edi Afrizal (88/68718/TK/15639),UGM

Judul : Hotel Bisnis Multi Fungsi di Surabaya

Merencanakan sebuah hotel bisnis yang sesuai dengan kebutuhan yang dipadukan dengan kantor dagang dan shopping mall. Penekanan perencanaan tersebut pada pengelolaan antara fungsi utama hotel dengan fungsi perkantoran dan retail agar mudah terorganisasi.

Sedang pada judul : *Hotel Bisnis Multi Fungsi di SCBD Jakarta.*

Merencanakan hotel bisnis guna mawadahi kebutuhan wisatawan selain sebagai jasa bisnis dan perbelanjaan dengan penekanan perencanaan pada *ungkapan fisik penampilan bangunan yang memiliki karakteristik "centre point" (komunikatif dan tidak monoton).*

KERANGKA POLA PIKIR
HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI DI SCBD JAKARTA
PENEKANAN PADA UNGKAPAN FISIK KARAKTERISTIK "CENTRE POINT"
LATAR BELAKANG PERMASALAHAN
ISYU

- Peluang Hotel Bisnis Multi Fungsi Di Jakarta
 - Perkembangan Kepariwisata
 - Perubahan Motif dan Profil Wisatawan
 - Optimisme Pemerintah dan Prioritas Pemda DKI Jakarta, sebagai Service City
- Dampak Superblok Terhadap Bentuk Arsitektur Kota Jakarta
 - Serupa / hampir serupa,
 - Kurang komunikatif (asing dan sukar dikenali)
- Fenomena Baru Bentuk Arsitektur Kota Jakarta
 - Kehadiran Karya Arsitektur harus mampu memberikan centre point pada bangunan dan lingkungan di sekitarnya
 - Di luar bangunan bentuk kotak karena bentuk kotak tersebut tidak lagi merupakan struktur yang sederhana, tidak efisien bila ditinjau dari segi energi, pemanfaatan dan tidak memiliki pasar yang potensial bila dipandang dari segi pelaku bisnis.
 - Komunikatif dan menghindari bentuk bangunan yang monoton

- RUMUSAN MASALAH**
- Kebutuhan Wadah bagi Wisatawan pengusaha akan fasilitas bisnis dan perbelanjaan/mall, sebagai alternatif fasilitas rekreasi.
 - Menerapkan antara kaidah idealis dalam arsitektur untuk mendukung kepentingan bisnis dan mampu memberikan centre point (komunikatif dan tidak monoton)

- PERMASALAHAN**
- Upaya menampilkan bentuk bangunan, melalui pendekatan fenomena baru Arsitektur Kota Jakarta,
 - Strategi penerapan kaidah idealis dalam Arsitektur, untuk mendukung kepentingan bisnis di Kawasan SCBD.

TUJUAN	SASARAN
<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Bisnis Multi Fungsi Terpadu dalam satu bangunan. • Mampu memberikan centre point pada bangunan tersebut dan lingkungan sekitar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menghadirkan dan menciptakan Hotel Bisnis Multi Fungsi yang centre point agar terkesan komunikatif dan tidak monoton melalui sentuhan bentuk Arsitektural

<ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan Umum Perhotelan, Pusat, Perbelanjaan, Superblok, SCBD Bangunan Multi Fungsi, Fenomena Baru Bentuk Arsitektur dan Faktor-Faktor Pewujud Centre Point 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisa, Kawasan, Karakteristik, Pelaku, Fasilitas Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi dan aspek terkait sebagai kesatuan bentuk (form unity) pewujud centre point. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan dan faktor pewujud karakteristik "Centre point" 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan Hotel Bisnis Multi Fungsi yang memiliki karakteristik "Centre point"
BAB II	BAB III	BAB IV	BAB V

TRANSFORMASI
DESAIN

BAB II

TINJAUAN UMUM PERHOTELAN, PUSAT PERBELANJAAN, BISNIS, SUPERBLOK, BANGUNAN MULTI FUNGSI, FENOMENA BARU BENTUK ARSITEKTUR DAN FAKTOR-FAKTOR PEWUJUD CENTRE POINT

2.1. TINJAUAN UMUM PERHOTELAN

2.1.1. Pengertian, Hakekat, Fungsi dan Status Hotel

- Pengertian Hotel
 - Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (*accomodation*) serta menyajikan aneka hidangan serta fasilitas lainnya yang memenuhi syarat-syarat *comfort* (kenyamanan) dan bertujuan komersial. (R.G. Soekadijo, "ANATOMI PARIWISATA", sebagai *Systemic Linkage*", PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 1996, hal 88 - 91)
- Hakekat Hotel : merupakan komplek bangunan (*Building Complex*) sebagai tempat tinggal sementara (tidak untuk dimiliki) para tamu dengan sejumlah fasilitas yang memenuhi syarat-syarat kenyamanan (*comfort*).
- Fungsi Hotel : Fasilitas akomodasi (*accomodation facility*) kepada tamu yang dilakukan dengan profesionalisme.
- Status Hotel : Jasa komersial dengan fasilitas-fasilitas yang ada dalam bangunan tersebut yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung atau tamu. ("Agustinus Darsono, *Front Office*, hal 2")

2.1.2. Kategori Hotel

Berdasarkan segmen pasar dan tempat lokasi hotel terbagi dalam tiga kategori

- Hotel Bisnis (*Bussiness hotel*), salah satu bentuk akomodasi yang memberikan jasa pelayanan, fasilitas dengan tujuan komersial yang dirancang khusus untuk orang-orang yang mempunyai kepentingan bisnis, yang terletak di pusat kawasan perdagangan/bisnis dengan segmen pasar utamanya wisatawan pengusaha yang melakukan bisnis / urusan usaha perdagangan perusahaan. ("Agustinus Darsono, *Front Office Hotel*, 1996, hal. 2")

- Hotel kota (*City hotel*), yaitu hotel yang lokasinya di daerah perkotaan dan mempunyai fasilitas hotel yang lengkap, dengan segmen pasar utamanya para wisatawan, yang datang di kota tersebut.
- Resort hotel, yaitu yang lokasinya di daerah wisata, segmen pasarnya adalah wisatawan yang menikmati keindahan alam. ("R.G. Soekadjo, *Anatomi Pariwisata*, 1996, hal. 109")

2.1.3. Klasifikasi Hotel

Klasifikasi hotel dibuat untuk memudahkan para calon tamu untuk memilih yang dikehendakinya. Adapun klasifikasi suatu hotel dapat ditentukan oleh beberapa ketentuan di bawah ini :

Tabel 2.1
Ketentuan Klasifikasi Hotel

• Jumlah bintang	Bintang I (25 - 50 kamar) Bintang II (50 - 100 kamar) Bintang III (100 - 350 kamar) Bintang IV (350 - 600 kamar) Bintang V (Lebih 600 kamar)
• Jumlah Kamar	hotel kecil (- 25 kamar), hotel menengah (25-100 kamar), hotel sedang (100 - 300 kamar) dan hotel besar (lebih 300 kamar)
• Para Tamu	Keluarga, Pengusaha, Wisatawan
• Lama tinggal tamu	Transient hotel (hanya beristirahat) Resident hotel (minimum 1 tahun) Semi Resident ($\frac{1}{2}$ tahun)
• Lama buka (setahun)	Seasonal hotel (3, 6 atau 9 bulan) Year around Hotel (sepanjang tahun)
• Lokasi	City Hotel (hotel yang terletak di Kawasan Kota) Beach Hotel (hotel yang terletak di tepi pantai) Mountain Hotel (hotel yang terletak di pegunungan) Business Hotel (Hotel yang terletak di kawasan pusat bisnis) Urban hotel (hotel yang terletak di dekat kota) Suburd hotel (hotel yang terletak di pinggiran kota) Airport hotel, (hotel yang terletak di area pelabuhan udara)
• Tarif Kamar	Deluxe Hotel (harga tarif sangat mahal) First Class Hotel (harga tarif mahal) Economy Class Hotel (harga tarif relatif murah)
• Sistem Pembayaran	European plan (harga sewa kamar belum termasuk harga makanan) America plan (harga sewa kamar sudah termasuk harga makanan) ("R.G. Soekadjo, <i>Anatomi Pariwisata</i> , 1996, hal 93, 94")

Sumber : Agustinus Darsono, *Front Office*, hal 2,
R.G. Soekadjo, *Anatomi Pariwisata*, 1996, hal 93, 94

2.1.3.1. Ketentuan Fasilitas Hotel

Demikian juga penentuan fasilitas hotel berbintang akan ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata. Penetapan golongan kelas hotel setiap waktu dapat ditinjau kembali

oleh Dirjen Pariwisata untuk disesuaikan dengan persyaratan yang dapat dipenuhi dalam jangka waktu 3 tahun dan piagam tersebut harus diletakkan di tempat umum agar mudah terlihat.

Adapun ketentuan fasilitas hotel berbintang dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 2.2

Penentuan Fasilitas Hotel Berbintang Berdasarkan Ketentuan Direktorat Jenderal Pariwisata

Jenis Fasilitas	Bintang 5.	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1
Kamar Tidur/kmr	> 600	360-600	100-360	50-100	< 100
• Funtion Room	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 1 buah • Wajib, Pre Func.Room 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 1 buah • Perlu, Pre Func.Room 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 1 buah • Dianjurkan Pre func. Room 		
• Rekreasi & Olahraga	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, Kolam Renang • Perlu ditambah 2 jenis sarana lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, Kolam Renang • Dianjurkan ditambah 2 jenis sarana lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu Kolam Renang • Dianjurkan ditambah 2 sarana lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Dianjurkan Kolam Renang • Dianjurkan ditambah 2 sarana lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Dianjurkan minimal 1 sarana
• Ruang yang disewakan	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 3 ruangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 3 ruangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 ruangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 ruangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 ruangan
• Lounge	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib
• Taman	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib
• Ruang makan/ restoran	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 2 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, minimal 2 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlu, minimal 1 buah
• Bar	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, min. 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, min, 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, min. 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib, min. 1 buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Wajib

Sumber : Deparpostel 1996

Tabel 2.3

Tabel Ketentuan Fasilitas-fasilitas Hotel

Pengunjung / Tamu	Karakteristik Tamu	Tujuan Kunjungan	Faktor Desain Ruangan
Bisnis Grup	sendiri / berdua, menginap selama 2-4 hari, 75% pria dan 25% wanita, golongan penghasilan tinggi	konvensi, konferensi, asosiasi profesional, sales training, meeting	king, twin, double-double, k.mandi + r.rias, r.duduk + area kerja yang baik
Individu	sendiri, menginap selama 1-2 hari, 85% pria dan 15% wanita, golongan penghasilan tinggi	bisnis perusahaan, dagang, konferensi konvensi	king, k.mandi standar, r.duduk + area kerja sangat baik
Berlibur Keluarga	berdua + anak-anak, menginap selama 1-4 hari, untuk resort hotel bisa lebih lama, golongan menengah	liburan keluarga, tamasya, olahraga, aktivitas keluarga	double-double, king sofa atau r.tambah, r.duduk dan TV, beberapa kamar mandi/terbagi, balkon, deck, akses keluar
Pasangan	berdua, menginap 1-7 hari, golongan menengah keatas	tour, asosiasi, tamasya, sport, paket akhir pekan, belanja	king, r.makan + dapur, tempat penyimpanan, k.mandi terbagi
Sendiri	sendiri, profesional muda, golongan menengah keatas	tour, asosiasi, budaya, seni, belanja	Queen, r.makan + dapur, k.mandi standart.

Sumber : Hotel Planning and design, Lawson, Fred

Pada hotel-hotel bertaraf internasional dalam usahanya penyediaan akomodasi dengan kualitas yang berbeda, mereka menambahkan beberapa kamar tamu jenis suite. Secara sederhana suite room dapat didefinisikan sebuah ruang tamu atau ruang bersama yang menyediakan ruang suite dengan beberapa tingkatan, seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.4

Tabel Prosentasi Jumlah Suite Terhadap Total Ruang Tamu

Tipe Suite	R.Duduk / R.Bersama	R. Tidur	(%)
Mini -Suite	1	alcove	2
Conferensi	1	1	3
Junior Site	1	2	4
Exclusive - Suite	1	2	1
Deluxe	1	2	0.5

Keterangan :

(%) = adalah jumlah suite terhadap jumlah total r. tamu

alcove = adalah r.duduk dan tempat tidur jadi satu, dipisahkan hanya oleh elemen-elemen non fixed

Sumber Walter A. Rutes, FAIA and Richard H. Penner, Hotel and Design, Watson Guptill Publication, New York, 1985.

2.1.4. Pelaku dan Pola Kegiatan Pada Hotel

Secara garis besar pelaku dan pola kegiatan pada hotel adalah sebagai berikut :

Tabel 2.5
Pelaku, Sifat dan Pola Kegiatan Pada Hotel

Pelaku Kegiatan	Sifat Kegiatan	Pola Kegiatan	Keterangan
<ul style="list-style-type: none"> • Tamu 	Private	tidur dan menikmati fasilitas yang ada pada hotel	
<ul style="list-style-type: none"> • Bisnis 	Publik	menggunakan fasilitas yang ada pada hotel	
<ul style="list-style-type: none"> • Pengelola (Pimpinan Hotel) <ul style="list-style-type: none"> - General Manager (GM) - Asisten General Manager (AGM) • Pimpinan Staff dan Karyawan <ul style="list-style-type: none"> - House Keeping Department - Technical Department - Food and Beverage Department - Front Office Department - Accounting Department - Repaer and maintenance, Laundry - Chief choock - Kitchen - Bartender - Head Water - Sales Marketing - Public Relation - Receptionist - Bellboy 	Service	mengelola berjalannya kegiatan hotel secara baik dan menyediakan kebutuhan tamu	

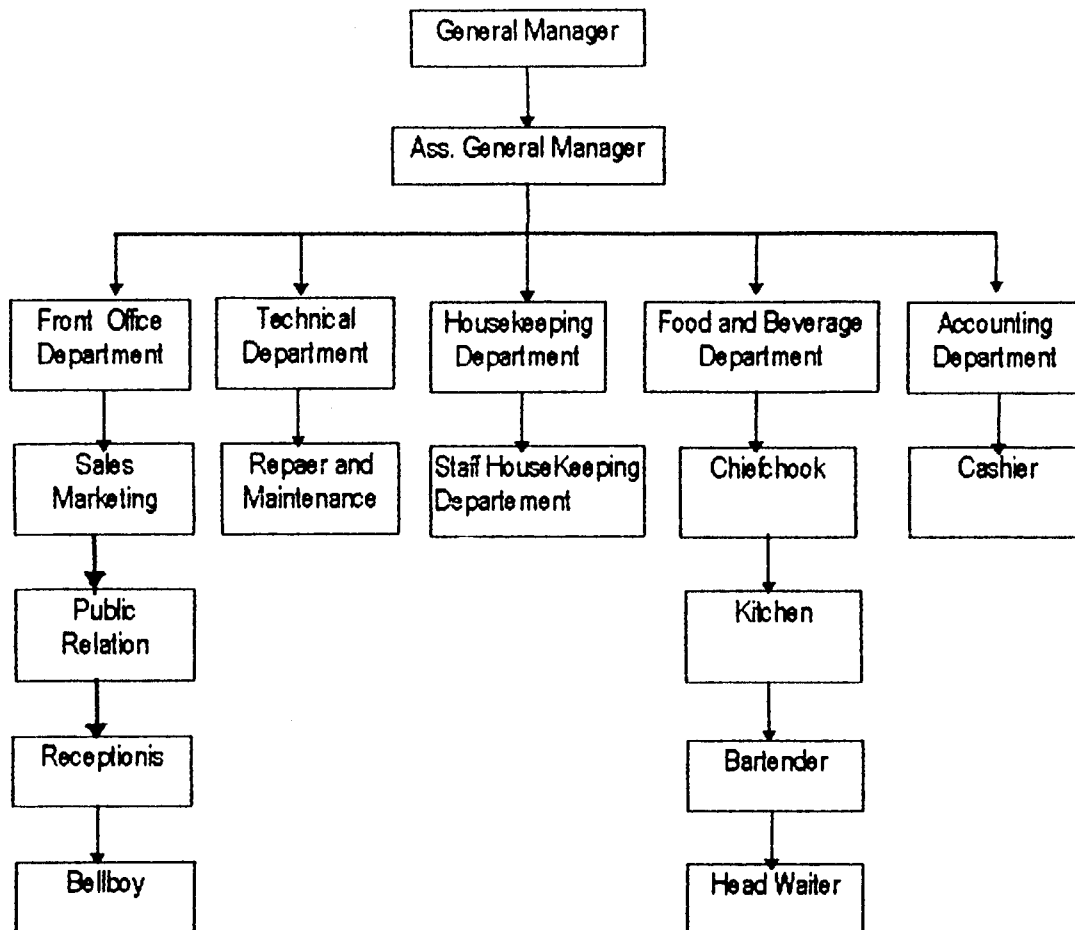
Sumber "R.G. Soekadijo, Anatomi Pariwisata, 1996, hal 91, 92, 93

2.1.5. Struktur Organisasi (Departement) Hotel

Pada dasarnya struktur organisasi (Departement) hotel memiliki prinsip dasar yang sama, yang membedakannya adalah tingkat fasilitas dan pelayanan pada hotel tersebut.

Adapun struktur organisasi pada hotel dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2.1. Struktur Organisasi (Departement) Hotel



Sumber R.G. Soekadijo, "ANATOMI PARIWISATA", sebagai systemic linkage PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta 1996, hal 92-93

2.2. TINJAUAN UMUM PUSAT PERBELANJAAN

2.2.1. Pengertian

- Suatu kelompok fasilitas komersial (pertokoan dan jasa) yang menyatu secara arsitektural. Fasilitas ini didirikan dalam satu tapak (dalam satu bangunan) yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki dan diatur sebagai suatu unit atau suatu pusat perbelanjaan yang berorientasi ke dalam bangunan karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada didalamnya. ("Fank H. Sprink Jr, 1977")

2.2.2. Jenis-jenis Mall

2.2.2.1. Menurut Mithland

Klasifikasi	Keuntungan	Kerugian
Mal terbuka (Open Mall)	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan teknis mudah • Kesan Luas 	<ul style="list-style-type: none"> • Climatic, sulit pengatur control an suhu kenyamanan • Kesan pewadahan kurang
Mall tertutup (Enclosed Mall)	<ul style="list-style-type: none"> • Climatic control ; mudah diatur 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya mahal • Kesan ruangan sempit
Mall campuran (Integrated mall) - Open maal & enclosed mall	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengantisipasi terhadap keborosan energi dan perencanaan climatic control • Konsentrasi daya tarik pengunjung tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mall tertutup dan akhiran mall terbuka. • Perawatan, pembuatan mall tertutup, biayanya mahal.

Sumber ; ("Mithland, Bary, Planning and Design, 1978, hal 44")

2.2.2.2. Menurut Rubenstein

1. *Full Mall*, terbentuk atas ruas jalan tertutup yang digunakan untuk lalu lintas kendaraan, dan berkembang menjadi pedestrian plaza linier dengan perkerasan paving block dan dilengkapi *furnishing* (patung/*sclupture* air mancur, lampu pepohonan dan bangku)
2. *Transit Mall*, merupakan pengembangan dari jalur pergerakan kendaraan jalur transit yang hanya memperbolehkan angkutan umum seperti bus taksi. Perparkiran , area pejalan kaki (pendistrian) sedang perparkiran dilarang diperluas dan fasilitas kenyamanan ditambah.
3. *Semi Mall*, jenis ini terisi kegiatan lalulintas dan perparkiran dikurangi. Pola pedestrian berkembang sebagai akibat dipertingginya nilai dengan pola perkerasan paving dan *furnishing*. ("Rubenstein, Harvey, M., Pedestrian Malls, Streetscapes, Urban Spaces, hl 3, 4")

2.2.3. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

2.2.3.1. Menurut Bentuk Fisik

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam 7 bentuk yaitu :

1. *Shopping Centre*, yaitu kompleks pertokoan, terdiri dari stand-stand (toko) yang disewakan / dijual.
2. *Shopping Precint*, kompleks pertokoan dengan stand menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
3. *Shopping Street*, yaitu deretan pertokoan di sepanjang sisi jalan.
4. *Departement Store* dan Supermarket, merupakan bentuk-bentuk perbelanjaan modern dengan penggabungan dua jenis perbelanjaan.
5. *Department Store*, merupakan toko yang sangat besar, (Luas lantai antara 10.000 - 20.000 m²) biasanya terdiri dari beberapa lantai yang menjual macam-macam barang termasuk pakaian. Tata letak barang yang khusus, memudahkan sirkulasi mudah dan memberikan kejelasan akses.
6. *Supermarket*, mempunyai toko-toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem self service (Luas lantai berkisar 1.000- 2.500 m².) Area penjualan makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan.
7. *Super Store*, terdiri dari toko 1 dengan luas lantai antara 5.000 - 7.000 m² lantai yang menjual macam-macam barang kebutuhan sandang pangan dengan sistem self-service. ("Gruen, Victor, 1960, hal 23")

2.2.3.2. Menurut Jenis Barang yang diperdagangkan

1. *Impulse Store*, toko yang menjual barang-barang yang sifatnya memberikan penampilan khusus, misal yang menjual parfum, jam tangan, jas.
2. *Convenience Store*, toko yang menjual barang kebutuhan yang bersifat memberi kesenangan belaka, seperti toko aksesoris, toko mainan.

3. *Demand Store*, toko yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, misalnya toko makanan, pakaian. ("Sri Yogi Widhiasth, 1997, Mengutip Nadine 1982, hal 23")

2.2.3.3. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Variasi, Penyajian dan Sifat Barang Yang diperdagangkan

Variasi Barang		Penyajian Barang	Sifat Barang
<ul style="list-style-type: none"> • Departement Store 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis Peralatan, bahan kebutuhan rumah tangga 	<ul style="list-style-type: none"> • Counter fixture / almari rendah, misal untuk tempat mainan anak-anak. 	<ul style="list-style-type: none"> • tahan lama, misal sepatu, arloji. • mudah rusak, buah-buahan, roti-roti • cair, misal sirup dan makanan botolan. • kering, misal pakaian, ikat pinggang
<ul style="list-style-type: none"> • Hiper Market (Pertokoan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjual jenis kebutuhan RT • Harga relatif murah • Jumlah besar • Pembayaran kontan 	<ul style="list-style-type: none"> • Cases fixture / almari transparan, misal untuk pakaian sejenis, sewarna dalam keadaan terlipat. • Hanging lose/almari penggantung, misal untuk kemeja, jaket, jas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Super Maket (Pertokoan Eceran) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjual makanan dilengkapi dengan barang kebutuhan rumah tangga 	<ul style="list-style-type: none"> • Table fixture / meja menerus, biasanya untuk tempat buku-buku. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Speciality Shop (Pertokoan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjual hanya satu jenis barang 	<ul style="list-style-type: none"> • Etalase/ruang peraga, berfungsi untuk memajang pakaian/produk-produk baru dengan penataan yang menarik. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Vaciety and General Household Store 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjual dengan harga murah 	<ul style="list-style-type: none"> • Rack fixture / rak terbuka, misal untuk tempat sepatu, peralatan mandi. 	

Sumber : David Mun, 1981, hal 14

2.2.3.4. Menurut Pelayanannya

<ul style="list-style-type: none"> • Self service 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembeli; mencari, memilih, membawa barang ke kasir untuk membayar sendiri
<ul style="list-style-type: none"> • Personal service 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembeli ; membeli, membayar di layani oleh pramuniaga di belakang counter
<ul style="list-style-type: none"> • Self selection 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembeli, memilih, membawa ke pramuniaga, di beri bon dan membayar di kasir.

Sumber ; Bendington Naddine, 1982, P-6

2.2.3.5. Menurut Lingkup Pelayanan

Macam	Jenis Unit	Luas Area / m ²	Jangkauan pelayanan (penduduk)
Main center	<ul style="list-style-type: none"> • Junior Dept.store • Dept.store • Toko-toko 	± 27.870-92.990 m ²	150.000-400 ribu
Community center	<ul style="list-style-type: none"> • Junior Dept.store • Dept.store • Toko-toko 	± 9.290-27.870 m ²	40.000-150.000

Sumber ; Giden Galany, 1983, P-8

2.2.3.6. Menurut Sistem Pembelian

1. Eceran (retail), toko yang melayani penjualan dalam jumlah satuan, menawarkan banyak variasi dalam hal barang yang ditawarkan. ("Bendington Naddine, 1982, hal 6")
2. Grosir, pertokoan yang menjual barang dalam jumlah besar, dan hanya tersedia sampelnya saja.

2.2.4. Prediksi Perencanaan Kota DKI Jakarta

Prediksi perencanaan Pusat perbelanjaan	Pencapaian lokasi fasilitas	Radius pelayanan	Jangkauan pelayanan (Penduduk)
1. Sebagai pusat perbelanjaan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • 15 menit berjalan kaki 	<ul style="list-style-type: none"> • Satu lingkungan • Aktivitas pasar lebih besar daripada toko 	<ul style="list-style-type: none"> • ± 3.00-30.000
2. Sebagai pusat pelayanan kota	<ul style="list-style-type: none"> • Strategis, lokasi bisnis perkantoran dan rekreasi • 25 menit dengan kendaraan • Pasar toko, bank dan sebagainya 	<ul style="list-style-type: none"> • Seluruh kota 	<ul style="list-style-type: none"> • ± 2 000.000-1.000.000
3. Sebagai pusat perbelanjaan wilayah	<ul style="list-style-type: none"> • Mendekati pusat kota • Barang yang diperdagangkan berskala sekunder • Kendaraan cepat, 25' • Kendaraan lambat, 50' • Berjalan kaki, 100' 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecamatan, Kabupaten 	<ul style="list-style-type: none"> • ± 30.000-2.000.000

2.2.5. Karakter Dasar Shopping Mall (Pusat Perbelanjaan)

Karakter Shopping Mall menurut Maithland memiliki karakter sebagai berikut :

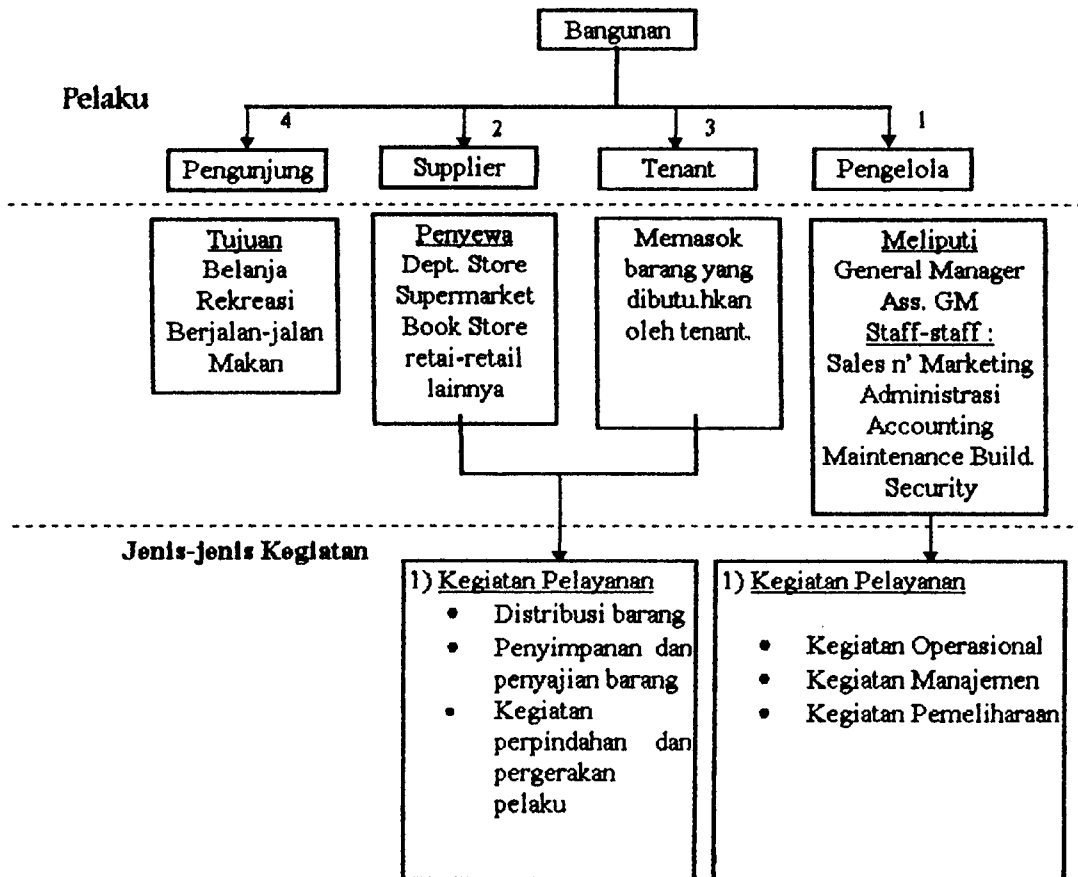
Tabel 2.7
Karakter Dasar Pusat Pembelanjaan

Karakter	Keterangan
• Jumlah Lantai	• Maksimal 3
• Koridor	• Tunggal
• Lebar Koridor	• 8 - 14 meter
• Pintu Masuk	• Dapat dicapai segala arah
• Atrium	• disepanjang koridor
• Parkir	• Mengelilingi bangunan
• Magnet / Anchor Tenant	• Di setiap koridor, hubungan Horizontal
• Jarak antara anchor Tenant	• 100 - 200 meter

Sumber : Minthland, Bary, Planning and Design, 1978, hal 44

2.2.6. Bagan Pelaku dan Kegiatan dalam Pusat Perbelanjaan

Gambar 2.2.
Bagan Pelaku dan Kegiatan dalam Pusat Perbelanjaan



2.3. TINJAUAN UMUM BISNIS DI JAKARTA

2.3.1. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan urusan usaha perdagangan perusahaan ("Kamus Tweby Million, Drs, Tarmudji, BSC, 1993, hal 81") yang didalamnya merupakan suatu *kegiatan pertemuan, pertukaran gagasan, penyampaian informasi dan pembahasan suatu topik* atau masalah dalam suatu topik tertentu yang diselenggarakan oleh Wisatawan pengusaha yang melakukan bisnis. ("R.G. Soekadjo, Anatomi Pariwisata, 1996, hal 41")

Pada pelaksanaan bisnis ini diperlukan beberapa aspek lain sebagai penunjang keberhasilan dan kelancaran kegiatannya, seperti hotel yang menyediakan *fasilitas bisnis*.

2.3.2. Klasifikasi Bisnis

2.3.2.1. Berdasarkan jenis pelaku dan asal negara

Tabel 2.8

Prosentasi Jenis Coorporate Tourist

Berdasarkan asal Kawasan, Negara

Coorporate Tourist (Jenis-jenis)	Asal	1992 (%)	1993 (%)	1994 (%)	1995 (%)	1996 (%)
Elektronik	Asean	26,10	27,75	29,40	31,05	32,70
Industri Kecil	Asia Timur	10,82	11,64	12,46	13,28	14,10
Industri Plastik	Newzeland Australia	10,04	10,88	11,72	12,56	13,40
Jasa Info Tek.	Amerika	2,56	3,37	4,18	4,99	5,80
Jasa Konstruksi	Lainnya	0,06	0,62	1,18	1,74	2,30
Jasa Lepas Pantai		1,34	1,43	1,52	1,61	1,70
Konst. Mek-Elek		50,92	5,69	60,46	65,23	70,00
Info Pasar Modal		28,71	30,14	34,16	37,18	42,30

Sumber : Deparpostel BPS Dr. Syam Suridjal, D. Drs. Kaelany HD, hal 35 Info Bisnis

Edisi 46, Th III, April 1997.

2.3.2.2. Klasifikasi Bisnis, Berdasarkan Macam, Golongan Peserta, Tingkat Kegiatan

Tabel 2.9

Macam Kegiatan Bisnis	Golongan Peserta Bisnis	Tingkat Kegiatan Bisnis
<ul style="list-style-type: none"> • Meeting, Exhibition, Pertemuan Direksi dan Manager 	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Internasional (dihadiri oleh beberapa Negara)
<ul style="list-style-type: none"> • Training Courses 	<ul style="list-style-type: none"> • Lembaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Nasional (dihadiri seluruh wilayah Indonesia)
<ul style="list-style-type: none"> • Sales Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesi (Person) 	<ul style="list-style-type: none"> • Regional (dihadiri dari Propinsi)
<ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan Peluncuran Produk 		

Sumber : Melvin A. Hopper, Kalaedoscope International, Indonesia Meeting The Century, EM - Co-Ltd, 1994

2.3.3. Manfaat Bisnis Kegiatan Bisnis

2.3.3.1. Segi Penerimaan Devisa, dengan Kegiatan tersebut dapat meningkatkan. Tingkat Penghunian kamar karena :

- 1) Lama tinggal (Length of stay) wisatawan pengusaha atau pelaku bisnis rata-rata tinggi dari pada wisatawan biasa.
- 2) Jumlah pengeluaran (expenditure) wisatawan pengusaha atau pelaku bisnis lebih tinggi daripada wisatawan biasa.
- 3) Wisatawan pengusaha (Coorporate Tourist) atau pelaku bisnis disertai oleh pengiring delegasi.
- 4) Wisatawan pengusaha (Coorporate Tourist) atau pelaku bisnis mempunyai variasi kegiatan yang cukup banyak.
 ("Dr.Syamsuridjal D, Drs. Kaelany H.D., R. G. Soekadljo, Wisata Bisnis, 1996, hal 42")

2.3.3.2. Segi Pemasaran Hotel untuk kegiatan bisnis cukup stabil karena :

- 1) Hampir sebagian besar pesertanya merupakan golongan masyarakat berpenghasilan menengah ke atas atau merupakan utusan yang memiliki pengaruh cukup tinggi dalam perusahaan, kelembagaan dan profesi.
- 2) Pesertanya hadir sebagai utusan dari suatu lembaga, Perusahaan, Person (profesi). ("R.G. Soekaditjo, *Klasifikasi Motif, dan Tipe Wisata*, 1996, hal 36 - 41 ")

2.3.4. Hotel Tempat Kegiatan Bisnis di Jakarta

Tabel 2.10

Hotel Tempat Kegiatan Bisnis Berdasarkan Urutan Kontribusi

No	Kegiatan Perusahaan	Tempat Kegiatan	Kontribusi
1	Meeting, exhibition Pertemuan Direksi Manager	Hotel Dai- Ichi	333 juta/bulan
2	Promosi Peluncuran Produk	Hotel Hilton	17,1 juta /bulan
3	Training Marketing Sales Marketing	Hotel Century	15,4 juta/bulan
4	F & B Penjualan relasi bisnis	Hotel Holiday Inn Crowne Plaza	14 juta/bulan

Sumber : ("Infor Bisnis, Pasar Jakarta tidak jenuh, edisi 46 Th III, April 1997, hal 23, 24")

2.3.5. Karakteristik Bisnis

1.	Keuntungan	Dalam bisnis, perdagangan penentuan utamanya adalah untung
2.	Bersaing	Selalu berusaha untuk mempunyai nilai yang lebih dari yang ditawarkan
3.	Dinamis	Mudah menerima perkembangan teknologi
4.	Praktis, berkualitas	Manfaat, mutu baik
5.	Tegas dan berani	Mampu memanfaatkan peluang agar tidak diambil orang lain

Sumber : "Ir. Saliya, Suwandi, M. arch., *Arsitektur dan Karya*, F. SILABAN, Nova, hal 166

2.4. Studi Fasilitas dan Bentuk Penampilan Hotel Bisnis Multi Fungsi

Studi ini dilakukan untuk mendapatkan jenis fasilitas untuk kegiatan bisnis pada suatu bangunan hotel yang memiliki ketentuan fasilitas bisnis, pusat perbelanjaan dan bentuk penampilan yang tidak kaku (monoton), komunikatif.

2.4.1. Hotel Dai-Ichi

Mulai beroperasi akhir tahun 1993, dari usaha patungan antara group Gemala dan group Ongko, berlokasi di Kompleks Segitiga Atrium, kawasan Senen Jakarta Pusat, berdekatan dengan kantor-kantor pemerintahan, pusat bisnis. Dengan TPK 80%, Hotel Dai-Ichi layak mendapat reputasi sebagai salah satu hotel yang paling diminati oleh para pelaku bisnis.

Dibawah ini ketentuan-ketentuan yang ada pada Hotel Dai-Ichi.

Tabel 2.11

Studi Fasilitas Hotel Dai-Ichi

1.	Klasifikasi Hotel	Bintang empat
2.	Kualitas Pelayanan	Setarap bintang lima
3.	Jumlah Kamar	386 kamar
4.	Tipe Kamar (Fasilitas Istimewa)	<ul style="list-style-type: none"> • Standar Room 172 • Superior Room 130 • Executive Room 43 unit • Executive Suite 22 unit
5.	Pangsa pasar khusus	<ul style="list-style-type: none"> • Business Jepang
6.	Fasilitas Khusus (Business Traveller Jepang)	<ul style="list-style-type: none"> • Business Centre • Mesin Fax Computer, Printer (Kontak bisnis)
7.	Fasilitas Spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin Fax pribadi • Penerjemah (translation) • Information (hal baru bisnis) • Menyediakan dari saluran stasiun TV Jepang NHK • Japan of Magazine; Nikkei Shimbun
8.	Fasilitas banquet dan catering (meeting and function room)	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting Package (merupakan tempat yang sempurna untuk pertemuan, penyelenggara seminar) • 7 buah function room kapasitas 20 - 100 orang • Ballroom, luas area 430 m² Kapasitas 600 orang fasilitas • Meeting package

		<ul style="list-style-type: none"> • Makan siang • White Board, flip chart, microphone, permen dan notes
9.	Fasilitas penunjang di Desain untuk memenuhi cita rasa berbeda-beda	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran cita rasa Jepang, Cina, Indonesia dan Cafe shop • 400 tempat belanja • Mesin Relaksasi • Fitness, Yamano club • Salon, Sauna, massage • Perawatan kecantikan • Kolam renang • Are Parkir (350) kendaraan
10	Pangsa Pasar umum	Coorporate Tourist, Business Traveller Domestik Mancanegara

Sumber : INFO BISNIS EDISI 36/TH II 17 SEPT 1996, hal 78,79 dan Survey Lokasi

2.4.2. Hotel Dusit Mangga Dua

Hotel Dusit Mangga Dua, yang berlokasi di pusat pertokoan dan perkulakan Cina, Jakarta, dengan sekitar 400 toko, menawarkan pelayanan jasa dan fasilitas bertaraf internasional. Lokasinya yang terletak di pusat kota itu memang sangat strategis untuk tujuan ke berbagai lokasi. Ke pusat bisnis, Jalan Thamrin dan Sudirman hanya membutuhkan waktu 15 menit. Adapun ketentuan-ketentuan lain yang dimiliki Hotel Dusit Mangga Dua, tersebut di bawah ini.

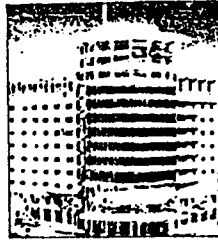
Tabel 2.12
Studi Fasilitas Hotel Dusit Mangga Dua

1.	Klasifikasi Hotel	bintang empat
2.	Kualitas Pelayanan	setarap bintang lima
3.	Jumlah kamar	351 kamar
4.	Tipe kamar	Standar Room 168 Superior Room 134 Club Room 24 unit Executive Suite 22 unit Empress Suite 2 unit Imperial suite 1 unit
5.	Pangsa Pasar khusus	• Business man, Malaysia, Jepang, Arab, Rusia, Eropa, Taiwan, Indonesia
6.	Fasilitas Khusus	• Business Centre
7.	Fasilitas Spesial	• Club Room, (R.makan dari r. tidur ada pada 1 lt.) • Service (makanan ringan setiap sore gratis)
8.	Fasilitas Penunjang	• Restoran, Cafe shop

Hotel Bisnis Mulai Fungsi Di SBB Jakarta

		<ul style="list-style-type: none"> • Sewa Kendaraan • Dry cleaning • Laundry • Save Deposit Box • Klinik 24 jam • Kolam renang, fitness, salon • Area parkir (300 kendaraan) • Service 24 jam
9.	Pelayanan Spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Semua tamu mendapat pelayanan gratis • Bagi tamu long stayer (hadiah, harga khusus, makan, nginep gratis dan laundry satu set / hari)

2.4.3. Hotel Century Park



Bangunan ini dirancang dengan sentuhan Arsitektur Modern, berlokasi di kawasan pusat bisnis, Jl. Sudirman. Terdiri dari Massa yang berbentuk empat persegi yang dieksperiskan sebagai pakku yang menancap di bumi. Dan terdapat Massa melingkar. *Bentuk mempunyai kesan mengundang, mudah dikenal, mengakomodasi.* Bahan pada Massa melingkar adalah Kaca (*Glass Curtain Wall, GCW*).

Gb.2.3. Hotel Century Park

Sementara untuk bagian Massa yang berbentuk empat persegi, di kombinasikan dengan material aluminium, yang memberikan *Kesan Solid Stabil*. Selain itu bahan atau material tersebut dapat memberi efek cahaya yang berbeda-beda dan mudah dibersihkan dibanding dengan material atau bahan lainnya. Dengan pemilihan tekstur yang halus, bahan atau material kaca (*Glass Curtain Wall*) dan warna pada kulit bangunan. *White Blue on Green*. Hotel tersebut memberikan kesan bentuk penampilan yang *tidak kaku (monoton)* dan *komunikatif (kesan mengundang, mudah dikenali dan mengakomodasikan)*.

Dasar idenya adalah dari kelompok masyarakat, pelaku bisnis yang menjadi pangsa pasar utamanya. Disamping itu Hotel ini memperkenalkan cara baru dalam konstruksi, yakni menggunakan *Konstruksi Komposit*, yakni Kolom menggunakan pipa baja yang diisi dengan beton, Balok dengan konstruksi baja dan lantai menggunakan Metal deck dan beton, sementara core dan Basement menggunakan konstruksi beton.

Sedangkan Jenis-jenis fasilitas yang diberikan pada Hotel Century Park adalah sebagai berikut :

Tabel 2.13
Studi Fasilitas Hotel Century Park

1.	Fasilitas Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Business Centre • Meeting, Function Room • Telekam Fax, Printer, Car Rental • Tennis Court
2.	Fasilitas Spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin fax pribadi • Penerjemah (translationer) • Media informasi bisnis
3.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran, Cafe shop • Salon, sauna, massage • Kolam renang, fitness, mesin relaksasi • Area Parkir • Perbelanjaan

Tabel 2.13
METTING & CONFERENCE FACILITIES
HOTEL CENTURY PARK

Dimensi Area	Capacity	
	BANQUET	CLASS ROOM
Meter		
18 x 17 x 4	140	150
18 x 17 x 6	140	150
18 x 34 x 4	300	300
15 x 14 x 4	100	90
8 x 8 x 4	40	40
8 x 7 x 3	30	30
7 x 5 x 3	20	20

Konstruksi, Januari 1996, hal 43, 44, 45, Info Bisnis, edisi 46, th III, 1997, hal 24, 25
Survey Lokasi

2.5. TINJAUAN SUPERBLOK

2.5.1. Pengertian Superblok adalah

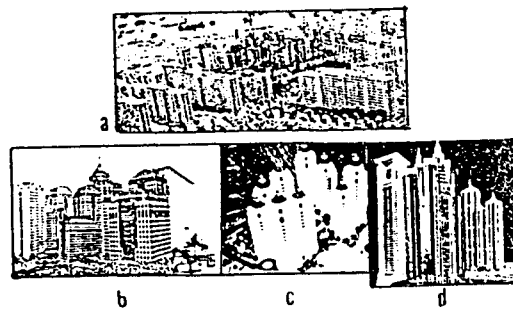
“Superblok merupakan self contained unit yang memiliki fasilitas sarana hunian, pertokoan, perhotelan, perkantoran, pedestrian mall dan fasilitas lainnya atau merupakan kota kecil didalam kota yang menyediakan fasilitas bisnis yang menyatu dengan *kiprah bisnis modern* untuk memenuhi kebutuhan penghuninya”. (KONSTRUKSI, “STS meremajakan bagian kota dengan superblok dan pedestrian mall”, Mei 1993, hal 49)

Trend superblok di Jakarta seperti SCBD, selain yang telah disebutkan juga merupakan salah satu strategi usaha untuk menyediakan sebuah area yang dapat mendukung kegiatan bisnis di Jakarta, sehingga pembangunan pada kawasan superblok tersebut cenderung kearah vertikal (gedung bertingkat tinggi) dan selalu diikuti bangunan multi fungsi. Selain itu munculnya superblok tersebut juga merupakan strategi pendayagunaan lahan seefisien mungkin (optimalisasi use of land). (KONSTRUKSI “STS meremajakan bagian kota dengan superblok dan pedestrian mall”, Mei 1990, hal 49)

2.5.2. Perkembangan Superblok di Jakarta

Pembangunan di kawasan sentra primer Jakarta dititikberatkan kepada pembangunan dengan menggunakan konsep superblok. Ini merupakan salah satu alternatif dari kesibukan tinggi di kota Jakarta, yang menuntut orang harus berpacu dengan waktu, guna memperoleh hasil yang maksimal. Hal ini tidak memungkinkan jika jarak tempuh antara tempat tinggal dan tempat beraktivitas demikian jauhnya, karena akan mempengaruhi tingkat produktivitas seseorang. Ciri-ciri dari superblok adalah memiliki kegiatan tersebut dapat memberikan kesempatan sangat dekat. Kepada manusia yang tinggal didalamnya untuk dapat beraktivitas semaksimal mungkin dan kawasan superblok biasanya telah memiliki rencana infrastruktur tersendiri, sehingga memudahkan

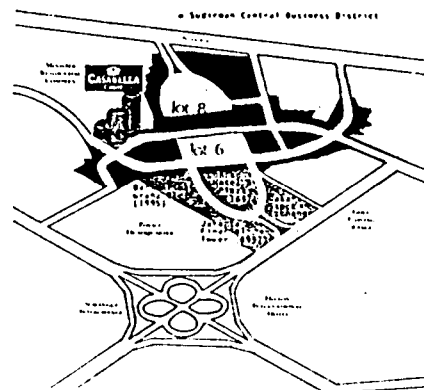
pencapaian orang-orang yang tinggal didalamnya dan tidak bergantung pada infrastruktur kota. Untuk merencanakan sistem infrastruktur terpadu ini dibutuhkan intensitas yang tinggi mengingat superblok menuntut suatu *load capacity* yang tinggi. Superblok selalu muncul di daerah pusat kawasan bisnis utama, yaitu seperti; *Sentra Primer Manggarai, Sentra Primer T. Abang, Sentra Primer STS, Sentra Primer Glodok, Sentra Primer Tanjung Perak dan Sentra Primer Jatinegara*. Ini sangat mendukung dimana pengguna kawasan superblok biasanya merupakan orang-orang bisnis yang berpacu dengan waktu dan selalu membutuhkan sesuatu serba cepat, dan efisien. Ciri lain dari superblok adalah tidak hanya pengakuan batas kepemilikan. Meski secara teknis arsitektur batas-batas tersebut dapat dideteksi, namun dalam penggunaannya ada ruangan tertentu yang dimiliki dan digunakan secara bersama dengan istilah *private room* dan *public use*. (*SWA, Superblok, Oktober 1993, hal 32, 33"). Sedang dibawah ini perkembangan bentuk penampilan superblok Pusat Kawasan Bisnis Jakarta (Gb;a,b,c) dan superblok Anhui Cina Hongkong, Helmut Obata Kasabuan (Gb;d). Dalam pembahasan selanjutnya akan dibahas superblok yang merupakan pusat bisnis baru, yaitu The Sudirman Central Business Distric (SCBD).



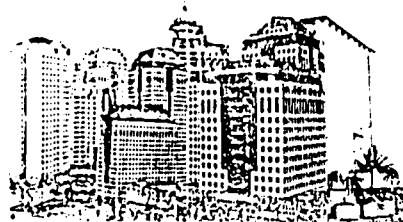
2.5.3. Prediksi Perkembangan Superblok SCBD di Jakarta, Terhadap Hotel Bisnis Multi Fungsi Karakteristik Centre Point

SCBD, sebagai kawasan terpadu dengan luas 45 ha, yang 100% sahamnya milik PT. Danayasa Arthatama (DA) hingga sampai saat ini,

yang sudah selesai maupun yang sedang diselesaikan, pembangunannya sudah mencapai 8 gedung. Delapan gedung tersebut kini telah mulai mengisi kawasan tersebut adalah; Gedung Bursa Efek 1 & 2, Perkantoran Artha Graha, Apartemen Marcopolo, Conrald International Centre (CIC), Dua Tower Gedung, Perkantoran, sebuah Pusat perbelanjaan dan menurut Nasrul Chas, Presdir PT. Danayasa Arthatama (DA), prediksi pembangunan kawasan SCBD akan selesai sepenuhnya dalam rentang waktu 12 tahun (antara th 2005-2010). Di bawah ini peta SCBD dan Bentuk Bangunan di SCBD. ("Info Bisnis, SCBD, Pola Pembangunan Kawasan Terpadu, edisi 46, th III, 1997, hal 70")



Gambar 2.4. Peta SCBD



Gambar 2.5. Bentuk Penampilan Bangunan Di SCBD

2.6. BANGUNAN MULTI FUNGSI

2.6.1. Pengertian dan Tujuan Bangunan Multi Fungsi

Istilah multi fungsi (multi use) berasal dari terminologi mix use (fungsi campuran) yang memiliki arti ;

- menggambarkan keanekaragaman fasilitas kebutuhan

- sebuah bangunan yang terdiri dari beberapa aktivitas kegiatan (lebih dari satu) yang saling berhubungan, misal perkantoran, hotel dan shopping mall.

Adapun tujuan dari perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi adalah:

- Optimalisasi jumlah pengunjung ke dalam bangunan
- Memberi fasilitas tambahan bagi pengunjung hotel
- Nilai fungsional bangunan dan untuk mengurangi beban transportasi kota
- Efisiensi pengguna bangunan, kerja dan waktu

2.6.2. Perkembangan Konsep Multi Fungsi

Gerakan modernisasi merupakan perkembangan bangunan multi fungsi di dunia. Sedangkan di Indonesia, khususnya di beberapa wilayah Jakarta pengembangan bangunan multi fungsi disebabkan karena kondisi masyarakat yang semakin maju, dengan aktivitas yang semakin beragam, sehingga efisiensi kerja, efisiensi waktu sangat dituntut, yang membutuhkan adanya pelayanan yang cepat.

Dalam upaya menyediakan segala fasilitas, dengan keterbatasan lahan pihak pemda DKI Jakarta timbul pemikiran dalam perencanaan kota struktur kota dibentuk dengan *separatory land use* atau lebih dikenal dengan *konsep zoning plan*; *mix land use* (penggunaan lahan dengan peruntukaan campuran), *mix use building* (penggunaan bangunan fungsi campuran), yaitu membagi beberapa peruntukan fungsi kegiatan dengan sistem penzoningan, seperti penzoningan kegiatan industri, perdagangan/bisnis (produksi), penzoningan daerah konsumsi (perumahan).

2.6.3. Faktor Pembentuk Bangunan Multi Fungsi

Faktor perencanaan kota dengan sistem multi fungsi karena :

- Tuntutan internal, eksternal dan fungsional

- Tuntutan Internal

Tuntutan ini untuk peninjauan kembali terhadap penerapan *konsep separatory land use / zoning plan*, yang mengakibatkan penurunan pada kualitas suatu kawasan atau menimbulkan banyak permasalahan bagi masyarakat yang semakin berkembang. Adapun peninjauan untuk mencari suatu formula baru meliputi :

-Hunian (inhibition), bisnis-bekerja (Business-Work) dan rekreasi (recreation). ("Eberhard, H. Zidler, 1985")

- Tuntutan Eksternal

Merupakan tuntutan yang mengarah pada pembangunan sebuah kota terhadap kebutuhan urban yang fungsional dalam arsitektural perkotaan (seperti mall, plaza, fasilitas sosialisasi, dan lain-lain) dan akan membentuk suatu bangunan yang sesuai dengan tautan kotanya.

Menurut Eberhard H. Zeidler, 1983, ada faktor yang saling berpengaruh dalam bentuk suatu bangunan yaitu :

-Ruang kota, pola pergerakan kota dan arah kebijakan kota.
("Eberhard, H. Zidler, 1985")

- Tuntutan Fungsional

Bangunan multi fungsi diharapkan dapat memberikan citra tertentu dan citra tersebut harus sesuai dengan lingkungan, budaya dan lokasi setempat. ("Sri Yogi Widhiastih TA/UII/199 ")

2.6.4. Keuntungan dan Kerugian Bangunan Multi Fungsi

- Keuntungan bangunan multi fungsi

- Optimalisasi fungsi ruang dalam luasan lahan yang minimal

- Peningkatan fungsi infrastruktur bangunan di perkotaan
- Mengurangi beban transportasi kota
- Kemudahan berkomunikasi, kelancaran dalam pencapaian antara fungsi bangunan yang satu dengan fungsi bangunan yang lain
- Bila fluktuasi harga terjadi pada bangunan fungsi utama, maka sektor yang lain dapat menutupinya
- Kerugian bangunan multi fungsi
 - Kesuksesan bangunan multi fungsi bergantung kepada klien masing-masing, sehingga perlu pendekatan kepada setiap jenis perilaku konsumen.
 - Bila fungsi yang berbeda tersebut tidak diperhatikan dengan baik, maka akan terjadi sirkulasi tumpang tindih antara karakter kegiatan yang berbeda dalam satu bangunan tersebut. (*Ir. Handoyotomo, MSA, Perancangan Arsitektur, Mix Land Use, Mixed Use Building*)

2.7. Fenomena Baru Bentuk Arsitektur Kota Jakarta

Suatu hal telah jelas; pada umumnya Arsitektur dipikirkan (dirancang) dan diwujudkan (dibangun) hanya bersifat fungsional semata. Sebagai seni, Arsitektur mempunyai arti yang mendalam dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata. Namun lebih mendasar lagi merupakan perwujudan ekspresi sebagai ungkapan perwujudan ekspresi sebagai ungkapan fisik arsitektur yang mewadahi kegiatan. Kotak, bentuk bangunan yang lahir dari idealis para rasional internasional style, membuat para arsitek menjadi semakin gelisah, karena :

- a. Ditinjau dari aspek struktural, sistem sederhana, tetapi terhadap Gaya Hz sebaliknya.
- b. Ditinjau dari aspek sisi pemanfaatan energi terhadap bangunan lain, bentuk kotak tidak efisien mengurangi use of land.
- c. Dan dipandang dari sisi karakteristik pelaku bisnis tidak memiliki pasar yang potensial dalam desain kurang bersaing, dinamis, praktis berkualitas.

Ditinjau dari beberapa aspek yang telah disebutkan di atas, seolah kondisi sekarang yang kurang memuaskan *mencanangkan* kehadiran munculnya zaman baru. Sehingga kehadiran fenomena baru merupakan *upaya strategi* yang akan mampu memberi harapan baru, yaitu strategi pada penerapan prinsip kaidah idealis dalam Arsitektur untuk mendukung kepentingan bisnis. (*Paul GolBerGer, Gedung Pencakar Langit, Di Luar Bentuk Kotak, Erlangga, Jakarta, hal 177, 179*)

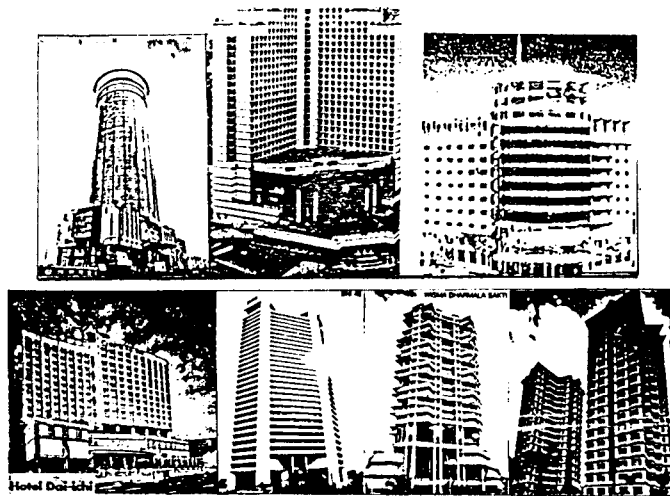
Sebagai seni dan ilmu, Arsitektur mempunyai arti yang lebih mendalam, selain fungsional, lebih mendasar lagi merupakan sebuah program bangunan dari perwujudan ekspresi (ungkapan fisik Arsitektural, yang sesuai dan mampu mengiringi karakteristik fungsinya sebagai wadah kegiatan manusia)

Dan gubahan unsur-unsur bentuk pada *penampilan bangunan* akan menentukan bagaimana arsitektur dapat meninggikan nilai suatu karya; memperoleh tanggapan dan mengungkapkan suatu makna. Oleh karenanya penyajian unsur-unsur bentuk ruang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi sebagai sarana untuk memecahkan suatu masalah dan tanggapan atas kondisi dari fungsional, sehingga untuk mencapai suatu tujuan fungsi yang dapat mengiringi karakteristiknya dalam perencanaan suatu bangunan selain harus mempertimbangkan aspek-aspek karakteristik pelaku juga nilai-nilai yang ada pada pola kehidupan masyarakat, yaitu meliputi :

- a. Nilai prestise
- b. Nilai individual
- c. Nilai novelty

Di bawah ini penjelasan tentang nilai-nilai prestise, individual dan nilai novelty :

1.	Nilai Pretise	- Kecenderungan mengidentifikasi diri sebagai kelompok elite - Kecenderungan memperlihatkan kelebihan kemampuan dana - Kecenderungan menonjolkan kemegahan - Kecenderungan membanggakan kepeloporan
2.	Nilai Individual	- Privacy Tinggi
3.	Nilai Novelty	- Kecenderungan menyuburnya selera terhadap hal-hal yang baru



Gambar 2.6. Penampilan Bangunan di Luar Bentuk Kotak, Menara Imperium Centre Point, Gerbang Superblok Kuningan Persada, Hotel Century - Jl. Sudirman, Wisma Dharmala - Jl. Sudirman, Hotel Dai-ichi - Kawasan Senen Jakarta Pusat dan Wisma BNI 46 - Jl. MH. Thamrin ("Paul GolBerGer, hal 206, 207")

2.8. TINJAUAN UMUM BENTUK, FUNGSI, SIMBOL/IDENTITAS, NILAI DAN TEKNOLOGI STRUKTUR-BAHAN DALAM ARSITEKTUR

BENTUK DALAM ARSITEKTUR

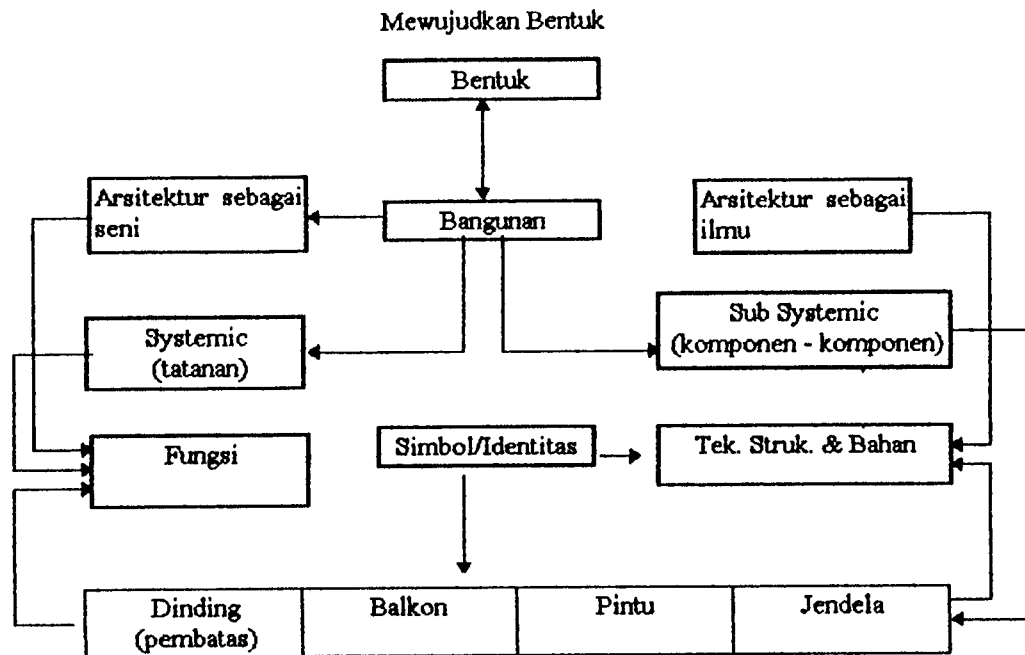
Istilah bentuk dalam arsitektur selalu dirangkaikan dengan kata bangunan, *building space* yaitu sebagai ruang yang dibangun di dalam, pada atau diatas tanah sebagai tempat kegiatan yang diusahakan untuk mendapatkan kesenangan fisik dan non fisik dari bangunan itu sendiri. ("Dipl. Ing Suwondo, B. Sutedjo, Bentuk Dalam Arsitektur, 1994, hal 9")

Sebagai Seni, Arsitektur mempunyai arti yang lebih mendalam dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata, namun lebih mendasar lagi merupakan *ekspresi (ungkapan fisik) arsitektural sebagai wadah kegiatan*. ("Francis D.K. Ching, Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Susunannya, hal 10")

Sedang sebagai ilmu, Arsitektur selalu mempelajari pemecahan masalah rancang bangun. Dalam kaitan Arsitektur, bangunan dapat dipandang sebagai suatu *systemic (tatanan)* yang terdiri dari beberapa *sub systemic (sub tatanan, komponen-komponen)*, yaitu; pembatas/dinding, balkon, pintu, jendela dan lain-

lain yang masing-masing pada hasil akhirnya akan memberi suatu bentuk kesatuan (*unity form*) yang akan memberikan gambaran, untuk menyampaikan makna yang terkandung kepada yang terlibat secara visualnya. ("Paul GolBerGer, *Bentuk, Gedung Pencakar Langit*, hal 197")

Gambar 2.7. Hubungan dan Faktor-faktor yang



Sumber : Dipl. Ing Suwondo B. Sutedjo, *Faktor, Kaitan Bentuk Dalam Arsitektur*, hal 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17")

2.8.1. Fungsi Bangunan Dalam Arsitektur

Fungsi bangunan dalam arsitektur dapat diartikan sebagai pemenuhan terhadap aktivitas manusia. Bangunan akan berfungsi (fungsional) bila dalam pemakaiannya memenuhi unsur-unsur secara tepat dan tidak mempunyai unsur-unsur yang tidak berguna. Fungsi sendiri akan berkembang dan mengalami perubahan. Disebut berkembang bila fungsi tunggal menjadi fungsi ganda (misal : lobby suatu hotel menjadi ruang pameran sekaligus). Disebut berubah bila fungsi berganti, misal; hotel menjadi apartement ("Dipl. Ing Suwondo B. Sutedjo, *Faktor Pewujud Bentuk*, 1994, hal 10").

Dan menjadi Multi Fungsi, bila dalam satu bangunan terdapat lebih dari satu macam fungsi kegiatan, Hotel - apartemen, Hotel dan Rental Office, Hotel dan Pusat Perbelanjaan. ("Jane Jacobs, 1977")

2.8.2. Simbol/Identitas Dalam Arsitektur

Manusia sangat memerlukan identitas baik dirinya, maupun bagi benda-benda yang ada di sekelilingnya. Pada kenyataan sehari-hari kebutuhan akan identitas tersebut ditampilkan secara gamblang, atau dengan simbol-simbol.

Dalam dunia arsitektur, pengenalan simbol tersebut merupakan suatu proses yang terjadi pada individu dan pada masyarakat. Melalui panca indera penglihat lebih berbicara, manusia dapat rangsangan yang kemudian menjadi pra-persepsi, terjadi pengenalan obyektif (*fisik*). Selanjutnya terwujud persepsi. Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman termasuk pengalaman pendidikan yang menentukan tingkat intelektual manusia. Setelah itu terjadilah proses penyesuaian diri. Tingkat penyesuaian ini berbeda-beda pada setiap individu, ini juga diakibatkan oleh pengalaman dan tingkat intelektual yang berbeda. Meskipun tiap individu mempunyai pengalaman dan tingkat intelektual yang berbeda. Arsitek sebagai pewujud bentuk dapat menampilkan simbol sesuai nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, sehingga mudah dikenal oleh masyarakat. Simbol dapat pula timbul dari gagasan murni arsitek, tergantung pada kemampuan dan citra arsitek untuk mengeluarkan hal-hal yang baru.


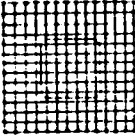

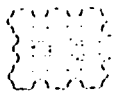


2.8.3. Teknologi Struktur dan Bahan Dalam Arsitektur



Teknologi struktur dan bahan merupakan faktor yang penting dalam arsitektur. Sehingga kebenaran struktur adalah hal yang utama dalam arsitektur. Karenanya bangunan yang bernilai seni adalah bangunan



yang strukturnya dapat mengungkapkan perasaan estetis melalui keseimbangan yang statis, memberi kepuasan dalam memenuhi kebutuhan fungsionalnya dan persyaratan ekonomisnya. Begitupun dengan teknologi struktur, semakin mengalami perkembangan, baik dari sistem konstruksinya, maupun metode membangunnya, sebab itu kemungkinan untuk menciptakan struktur yang kuat, estetis semakin berkembang pesat. ("Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo, Falsafah Teknologi Struktur dan Bahan, 1994, hal 11, 14")

2.8.3.1 Sistem Struktur Rangka

<ul style="list-style-type: none"> • Sistem rangka (frame system) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rangka melintang sejajar (Pararel crass frame) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Rangka pembungkus (Envlope frame) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Rangka melintang dua arah (Two way cross frame) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Rangka grid poligon (Frame on poligonal) 	
<ul style="list-style-type: none"> • Sistem struktur (structural system) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinding pemikul sejajar (Pararel bearing walls) • Elemen bidang vertikal menyerap gaya lateral 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Inti dinding pendukung fasade (Core and facade bearing walls) • Elemen vertikal membentuk dinding luar yang mengelilingi struktur inti 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Plat tercantilever (cantilever slab) • Core pendukung sistem lantai secara simetris, ruang bebas kolom • Interpasial (interpatial) cantilever yang dipakai setiap selang 1 meter 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Gantung (suspention) • Struktur kabel penggantung sebagai kolom penahan beban lantai 	




2.9. FAKTOR-FAKTOR YANG MEWUJUDKAN “CENTRE POINT”

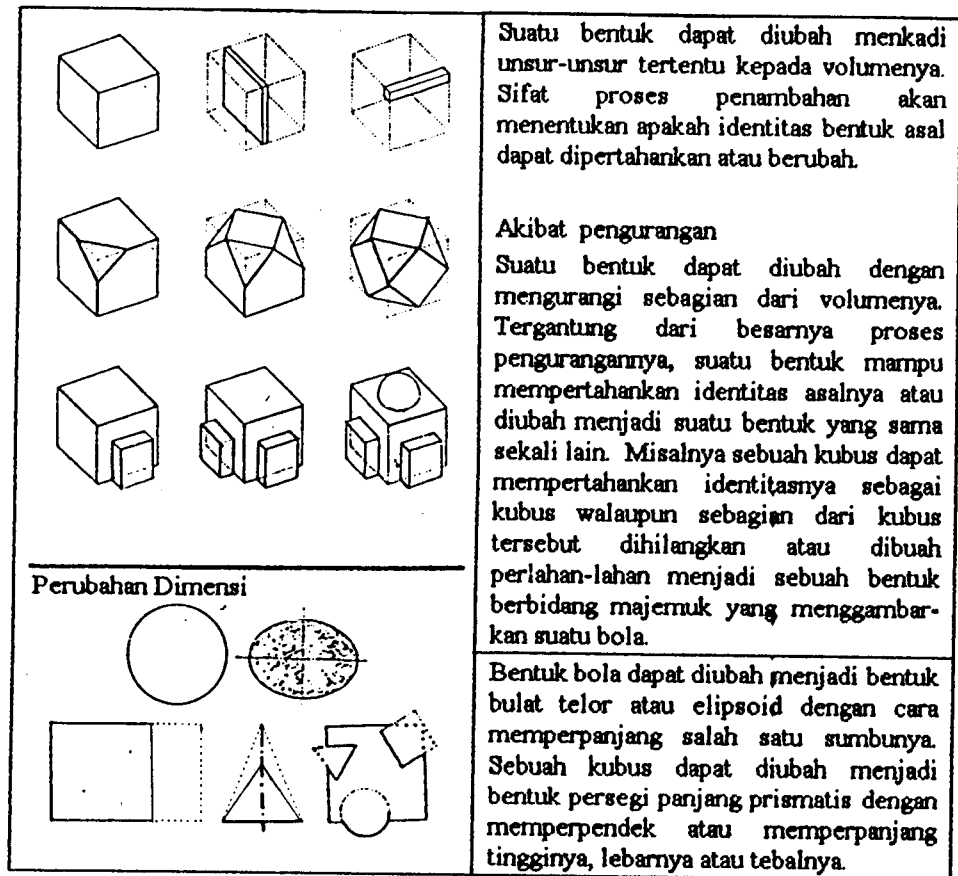
2.9.1. Pengertian “Centre Point”; Bentuk Penampilan bangunan yang memiliki karakteristik atau sebagai titik pusat, titik sentral dari bangunan, lingkungan sekitarnya. (“Yudi Kusuma, ISTN, Merealisasikan Prinsip Teknik Dunia, M. Dahlan Al Barry, Kamus Modern, Arkola Yk, 1994, hal 75, 518”)

2.9.2. Penentuan Ciri-ciri Visual dan Perubahan

Adapun faktor-faktor yang mewujudkan centre point, dapat digambarkan sebagai berikut :

2.9.2.1. Wujud Dasar Bentuk (Gambar 2.8)

Wujud Dasar Bentuk		Sederetan titik-titik yang disusun dengan jarak yang sama dan seimbang terhadap sebuah titik
	Lingkaran	
		Sebuah bidang datar yang mempunyai 4 buah sisi sama panjang dan 4 buah sudut 90°
	Bujur sangkar	
		Sebuah bidang datar yang mempunyai 3 buah sisi dan 3 buah sudut
	Segitiga	
Ciri-ciri Visual Bentuk	Posisi	Letak relatif suatu bentuk terhadap suatu lingkungan / medan visual
	Orientasi	Posisi Relatif, suatu bentuk terhadap bidang dasar
	Inersia Visual	Derajat konsentrasi dan stabilitas suatu bentuk
Perubahan bentuk		Akibat penambahan



2.9.2.2. Bentuk Gubahan Massa Bangunan

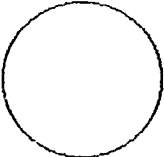
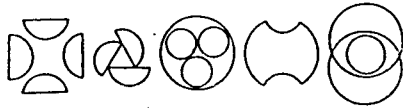
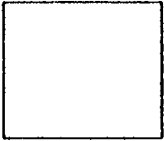
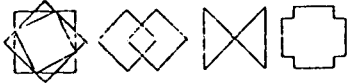
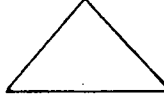

Bentuk gubahan Massa bangunan tidak selalu bujur sangkar, kotak tetapi bisa atau dikombinasikan dengan bentuk massa lain, karena Bentuk Gubahan Massa secara lahiriah mengungkapkan maksud dan tujuan disertai dengan pengertian ilusinya. Untuk menentukan karakteristik Bentuk Gubahan Massa, sebaiknya diadakan penilaian hubungan timbal balik antara bentuk Gubahan Massa yang satu dengan Bentuk Gubahan Massa yang lain. Karena *Karakteristik atau sifatnya* ditentukan oleh :

- a. Tingkat konsentrasinya (pemusatannya)
- b. Kemampuannya untuk bergabung dengan yang lain
- c. Inersia Visual, tingkat stabilitas dalam peletakan antara sisi-sisinya.

(“Christian Norberg, Schultz, *Intention In Architecture*, hal 9”).

Adapun karakteristik (sifat) Wujud Dasar Gubahan Massa, Menurut Francis D.K. Ching, dan William Jr. Curtis adalah sebagai berikut:

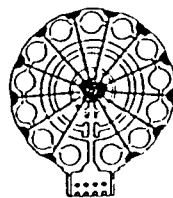
Gambar 2.9. Karakteristik Gubahan Massa

Wujud Dasar	Komposisi dan Segment	Bentuk Komposisi	Karakteristik / Sifat
 LINGKARAN		<ul style="list-style-type: none"> Sosok yang terpusat Mudah dikombinasikan, menyatukan bentuk-bentuk yang secara geometris sangat berbeda. Stabil 	
 BUJUR SANOKAR		<ul style="list-style-type: none"> Statis Murni Netral 	
 SEGITIGA		<ul style="list-style-type: none"> Seimbang dan stabil jika peletakan pada salah satu sudutnya. 	

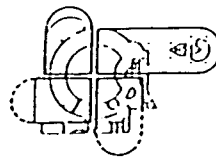
Sumber : Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Susunannya, hal 56, Modern Architecture, hal 311

Karakteristik (Sifat) Wujud Dasar Bentuk Gubahan Massa Menurut Chultz, Christian, Norberg

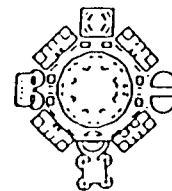
1. Lingkaran; adalah sosok yang terpusat berarah ke dalam dengan sendirinya menjadi pusat bagi bangunan itu sendiri Self Of Building Central, yang terlibat visual dan lingkungan mudah(Unity Setting) dikombinasikan, menyatukan bentuk-bentuk yang secara Geometris sangat berbeda dan stabil



Gb. 1 Terpusat



Gb 2 menyatu dan mudah

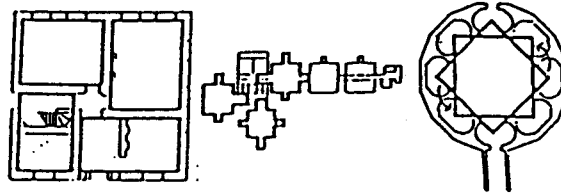


Gb 3 Stabil

mudah dikombinasikan

2. Bujur Sangkar

Suatu sosok dari sebuah bidang datar, yang mempunyai 4 buah sisi dan empat buah sudut 90° bersifat statis, murni dan netral.



Gb. 1 Statis

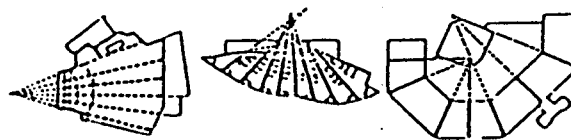
Gb. 2 Murni

Gb. 3 Stabil

Sumber : Gb.1 MAUSOLEUM, AGUSTUS Architec UNKNOWN P-194. Gb.2. LOUIS I KAHN, P-194, Gb. 3 ERIK GUNNAR ASPLIND P-194¹²

3. Segitiga

Adalah sebuah bidang datar yang dibatasi oleh tiga sudut. Jika diletakkan pada salah satu sudutnya maka juga tampak akan seimbang dan teratur.



Gb 1, 2 Seimbang dan teratur

Sumber Gb 1,2 ALVAR AALTO, Gb. 3. JAMES STRLING, P-194

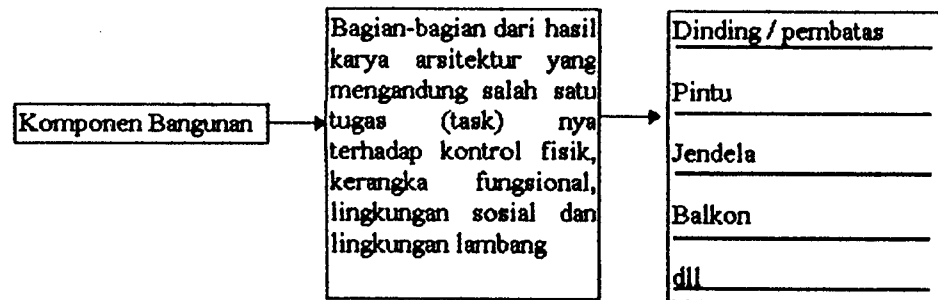
Sumber ("Schultz, Christian, Norberg, Intention In Architecture p-167. William Jr. Curtis, Modern In Architecture, p-123")

2.9.3. Bentuk Komponen Bangunan

"Bentuk lahir karena ada sesuatu kekuatan yaitu kegiatan. Jadi kegiatan manusia merupakan kekuatan yang mewujudkan bentuk", ("Christopher Alexander, *Man Made Objects, Form a set of forces to a forma*, 1994, hal 9"). Sebagai ilmu, arsitektur akan mempelajari pemecahan masalah rancang bangun. Sehingga bentuk bangunan disini dapat dipandang sebagai suatu sistem (Systemic, tatanan) yang terdiri dari

beberapa sub systemic (unsur-unsur tatanan) atau komponen-komponennya.

Secara garis besar bentuk suatu bangunan terdiri dari komponen-komponen pada suatu bangunan adalah seperti; pembatas (dinding), balkon, pintu, jendela ("Dipl. Ing Suwondo. B. Sutedjo, *Bagian Bentuk Sebagai Kata Arsitektur*, 1994, hal 45 - 51"). Dan tiap-tiap bagian bentuk dapat dirancang dalam cara, variasi yang tidak terhitung banyaknya, sehingga arti dan kesan dari hasil akhirnya merupakan sesuatu yang tak dapat dirasa maupun sesuatu yang tertentu, tergantung daya cipta dan kekuatan ekspresif perancang dan juga kemampuan menerima, menginterpretasikan dari orang-orang yang bereaksi terhadap bangunan tersebut.

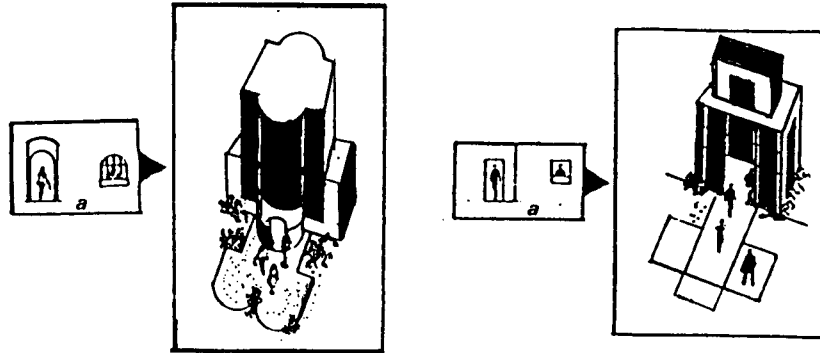


("Greetz, Hildred, *The Culture Of Community In Indonesian*, p-79")

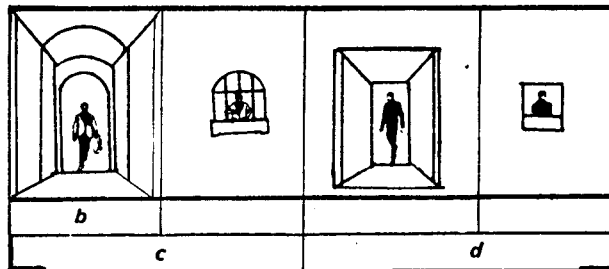
Berbicara tentang kesan kepentingan, kita harus meninjau kembali bahwa jendela besar dapat berbuat banyak seperti halnya pintu yang besar: yaitu mengungkapkan pentingnya si pemakai. Jendela besar berarti ruangan dalam yang besar dengan pemandangan yang luas, jadi pemakai ruang mungkin seorang yang baik fisik maupun wibawanya lebih besar dari orang yang hanya mempunyai lubang yang sederhana untuk mengintip ke luar.

Gambar 2.10

Bentuk dan kesan komponen bangunan



Gambar a: Rangkaian Komponen Bangunan Pintu; Balkon dan Jendela serta bentuk-bentuk pembatas, lingkaran (variatif) & non variatif



Gambar b: Pintu Melengkung memberi kemampuan bersaing dan tegas
 Jendela memberi kesan orang penting
 Gambar c: Jendela & pintu untuk orang biasa
 Gambar d: Jendela & pintu untuk orang biasa

2.9.4. Unsur-unsur Bentuk, Irama, Tekstur dan Warna

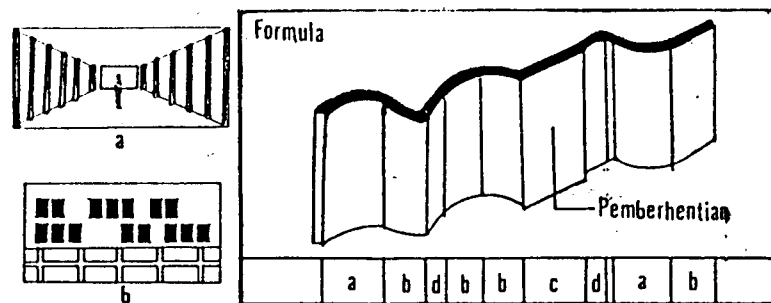
Dalam mencapai suatu tujuan ekspresi, selain mempertimbangkan unsur bentuk, skala-proporsi, juga hal terkait di dalam adalah irama tekstur dan warna pada setiap elemen bangunan yang secara keseluruhan akan terwujud pada finishing (kulit bangunan). Karena irama tekstur dan warna dari suatu bentuk akan menguatkan, mengurangi kesan yang secara dasar ditimbulkan oleh bentuk itu sendiri. ("Dipl. Ing Suwondo. B. Sutedjo, Unsur-unsur Bentuk, 1994, hal 58, 59")

2.9.4.1. Irama

Seperti halnya skala, irama juga merupakan sebagai dari pengalaman manusia dalam menghargai dan berkomunikasi

dengan bangunan. Dalam arsitektur irama visual dapat dimengerti langsung dalam pergerakan pengamat melalui ruang seperti berjalan melalui lorong yang panjang (Colonade), Gb. a. atau ketika mata pengamat meneliti muka luar bangunan dari merekam pola dari perubahan dari jendela ke dinding (Gb. b.).

Gambar 2.11. Inti Irama





Inti irama visual adalah “meruang”, seperti halnya inti irama audio adalah waktu. Perubahan irama yang paling sederhana adalah; seperti suara derap kaki berbaris - tidak lebih dari perubahan suara dan dram secara berulang-ulang atau perubahan kejadian dan jarak (interval). Sehingga dibalik baris irama terkandung suatu tujuan, yang jelas bahwa tujuan dibalik irama baris cepat (Quicke March beat) berbeda dengan tujuan dibalik irama baris lambat (Slow March beat).

Gambar 2.12

Sifat, Kesan Irama

Gambar	Sifat / Jenis Irama	Kesan
	Gb.1 <ul style="list-style-type: none"> mempunyai irama baris cepat (Quicke March Bat) 	<ul style="list-style-type: none"> tidak menampilkan irama sama sekali 1/2:1/2:1/2:1/2:1/2 dst
	Gb.2 <ul style="list-style-type: none"> Irama baris lambat (Slow March Beat) 	<ul style="list-style-type: none"> Mempunyai irama jelas 1:1:1:1/2 dst





	Gb.3 • Irama baris cepat (Quick March Beat)	<ul style="list-style-type: none"> • Irama lebih hidup daripada Gb. 1 dan 2 • 1/2:1/2:1/2:1/2:1/2:1/2 dan seterusnya
	Gb.4 • Irama plastis kurva linier	<ul style="list-style-type: none"> • Irama didominasi oleh garis horizontal • 1/2:1/2:1/2 dst

2.9.4.2. Tekstur

Berkisar antara halus, kasar juga meliputi dekorasi, ukiran pada komposisi rancangan, tekstur dari bentuk dapat menguatkan, mengurangi kesan yang secara dasar ditimbulkan oleh bentuk itu sendiri. Sehingga fungsi tekstur tidak saja mengatur kualitas kepadatan ruang, tetapi juga berfungsi untuk mengatur perasaan akan ruang. Adapun kesan yang ditimbulkan oleh tekstur tergantung dari bentuk, bahan permukaan dari suatu komposisi.

Gambar 2.13

Kesan Tekstur Pada Bentuk Permukaan Komposisi

Bentuk Permukaan (Komposisi)	Gambar	Kesan Yang ditimbulkan
<ul style="list-style-type: none"> • Kotak, masif Gb. a 		<ul style="list-style-type: none"> • Tegas & Amorf
<ul style="list-style-type: none"> • Kotak-Non Masif Gb.b 		<ul style="list-style-type: none"> • Tegas & Kasar
<ul style="list-style-type: none"> • Lengkung-Masif Vertikal Gb.c 		<ul style="list-style-type: none"> • Tegas & Lembut
<ul style="list-style-type: none"> • Lengkung Non Masif Vertikal-Horizontal Gb.d 		<ul style="list-style-type: none"> • Tegas & Lebih Lembut

Sumber, Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo, Tekstur, 1994, hal 58

2.9.4.3. Warna

Lain halnya dengan irama dan tekstur, warna akan mampu membangkitkan perasaan lewat indra penglihatan, dasar pertimbangan pemilihan warna ditentukan oleh dasar;

- Kesan (Asosiasi)
- Karakteristik
- Bentuk dinding / pembatas

Tabel 2.14
Kesan, Asosiasi dan Karakteristik, Warna (Nada Warna, Tone)

Warna	Kesan Asosiasi	Mencerminkan	Bentuk dinding/pembatas
• Terang	• Bahagia	• Kehangatan • Panas • Berani	Kotak dan Variatif
• Gelap	• Suram duka	• Kedinginan • Suram • Gelap	Kotak, Non Variatif
• Tajam	• Keras	• Berani	Variatif
• Muda	• Lembut • Lebih Lembut	• Ramah • Lebih Ramah	Lengkung Lengkung dan Variatif

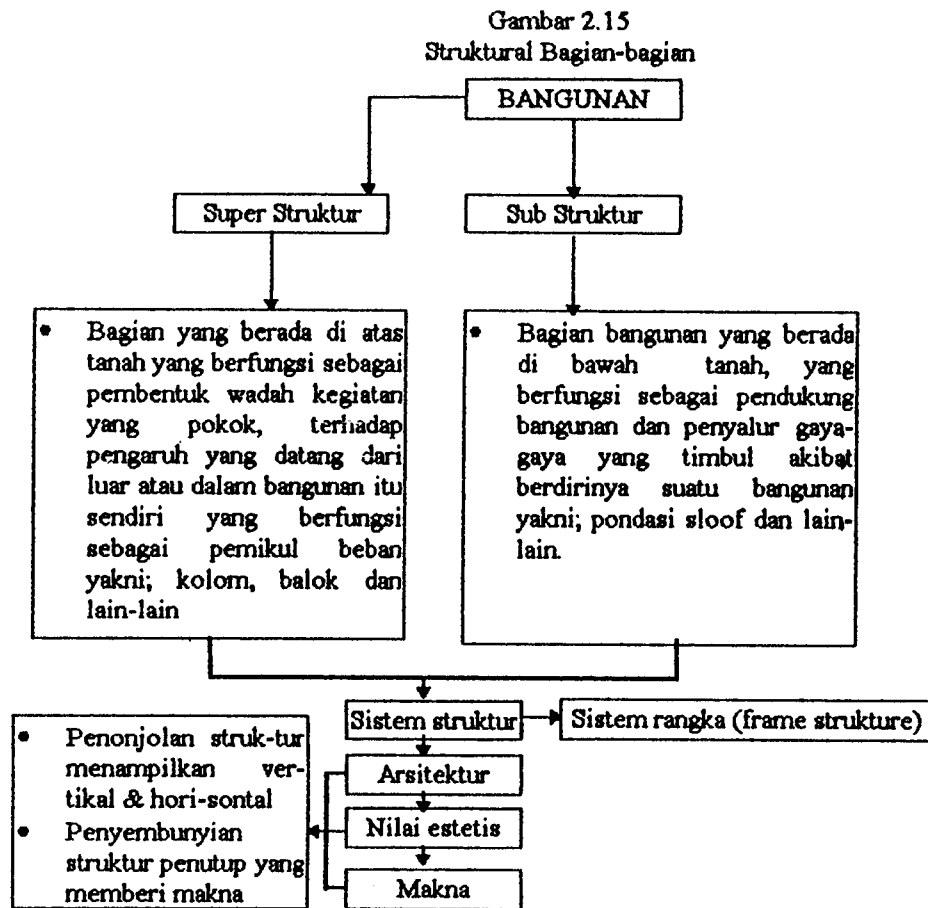
("Dipl. Ing Suwondo B. Sutodjo, Tekstur dan Warna, 1994, hal 59")

2.9.5. Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan

2.9.5.1. Penerapan Teknologi Struktur

Secara struktural bagian-bagian bangunan dapat dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu super struktur (Rangka bangunan) dan sub struktur, yang masing-masing mempunyai fungsi, sistem berbeda. Dalam arsitektur penerapannya suatu teknologi struktur merupakan hal yang penting, karena selain mampu mengungkapkan suatu makna juga nilai estetis, namun

demikian *kebenaran sistem struktur*, adalah merupakan faktor yang utama dalam arsitektur. ("Daniel. L. Schodeke, Struktur, 1990, hal 112")



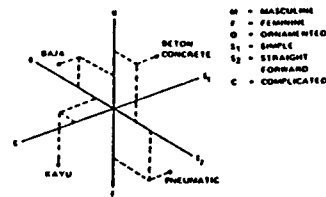
Sumber ; Woltgang, Schueller, High Rise Building Strutural, Rosda Ofset Bandung, 1992, hal 110.

Tabel 2.15
Jenis, Sifat dan Makna Material

No.	Jenis Material	Sifat	Makna
1	• Baja	• Masculine • Ornamented • Complicated	• Keras, kokoh • Mudah dibentuk • Cukup sulit
2	• Beton	• Masculine • Simple • Straightflor war	• Keras, kokoh • Sederhana • Dapat disajikan langsung, begitu saja
3	• Pneumatic	• Feminim • Straightflor war	• Lembut, hangat • Dapat disajikan langsung-sederhana

Sumber; Dipl, Ing Suwondo B.Sutedjo, Falsafah Perencanaan, sifat Struktur, 1994, hal 18, 21.

Gambar 2.16
Penterjemahan sifat, makna material berdasarkan sumbu.



2.9.5.2. Methode Pemilihan Bahan pada Bentuk Finishing Bangunan.

Pengertiannya; suatu cara untuk memilih dan mendapatkan bahan, bentuk pada finishing bangunan (kulit bangunan), dengan sentuhan arsitektural melalui;

1. Irama
2. Tekstur
3. Warna (nada warna tone).

(*Yudi Kusuma, ISTN, Methode pemilihan bahan, finishing pada kulit bangunan, 1996, hal 16").

Adapun aspek-aspek yang terkait dalam metode tersebut, adanya pemilihan material yang ditampilkan sesuai dengan fungsi pemakaian, seperti tercantum dibawah ini;

Tabel 2.16
 Jenis, sifat dan kesan penampilan material
 Material ditampilkan sesuai dengan fungsi pemakaian
 Seperti dibawah ini

MATERIAL	SIFAT	KESAN PENAMPILAN	CONTOH PEMAKAIAN
Marmer		- Mewah, kuat - formil - agung	bangunan-bangunan untuk menunjukkan kekuasaan, kemewahan dan kekuatan.
Beton	- hanya menahan gaya tekanan	- formil - keras - kaku - kokoh	- bangunan-bangunan monumental - bangunan pemerin - tahan
Baja	- hanya menahan gaya tarik, desak dan lentur.	- keras - kokoh - ringan	- bangunan-bangunan pemerintahan - bangunan-bangunan komersil
Metal	efisien	- ringan - dingin	- bangunan-bangunan komersil
Kaca (Glass Curtain Wall (GCW))	- biasanya di - gabung dengan bahan lain	- sejuk - dinamis	- hanya sebagai pengisi - bangunan komersial
Plastic	mudah dibentuk sesuai dengan kebutuhan (karena merupakan bahan pabrik). - dapat diberi bermacam-macam warna	- ringan - dinamis - informil	bangunan-bangunan yang sifatnya santai

(*Dipl.Ing Suwondo.B.Sutedjo.Karakteristik. kesan penampilan bahan, 1994, hal 20*)

BAB III
ANALISA KAWASAN, KARAKTERISTIK FASILITAS DAN UNGKAPAN
“CENTRE POINT” PADA HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

3.1. UMUM

‘Pola Pengembangan Kawasan Terpadu’ seperti *The Sudirman Central Business Distric (SCBD)* yang lahir dari konsep *Mix Land Use* dan *Mix Use Building*. Tampaknya akan menjadi suatu konsep yang akan diterapkan oleh para pengembang dimasa yang akan datang, pasalnya mampu menarik konsumen. Konsep ini menguntungkan, dapat mengatasi kelangkaan lahan (optimalisasi *Use Of Land*) juga dalam suatu kawasan / bangunan akan terdapat lebih dari satu fungsi (multi function). (“SCBD, Pola Pengembangan Kawasan Terpadu, Info Bisnis, April 1997, hal 70 - 71”)

3.2. Analisa Bentuk Penampilan Bangunan Di SCBD

SCBD, sebagai kawasan terpadu dengan luas 45 Ha, sampai saat ini pembangunannya sudah mencapai 8 gedung dan terletak pada lot masing-masing. Di bawah ini, jenis-jenis bangunan berdasarkan urutan tata letak gambar dari arah Jl. Senopati.



Gambar 3.1. Bentuk Penampilan Bangunan di SCBD

Tabel 3.1.
Keterangan Gambar Klasifikasi, Tata Letak
Bangunan Di SCBD

Urutan Gambar	Klasifikasi, Fungsi	Tata Letak / Lot Building
1	Minister Residential Complex Casabela Court - Kondominium	Lot 20
2	Shopping Mall	Lot 9
3	Conrad International (CIC)	
4	- Kondominium	Lot 3
5	Jakarta Stock Exchange (JSE)	Lot 2
6	Jakarta Financial Tower (JFT)	Lot 1
7	2. Perkantoran	
8	Artha Graha Building	Lot 23

Sumber : SCBD, Pola Pengembangan Kawasan Terpadu, Info Bisnis, Edisi 46, Th III, 1992, hal 70

3.3. Kawasan Pusat Bisnis Sudirman (SCBD)

3.3.1. Kondisi Fisik Kawasan SCBD

Batas-batas Kawasan

- Barat Laut adalah Jl. Jend. Sudirman
- Timur Laut adalah Jl. Gatot Subroto, Polda Metro Jaya , Exim Centre
- Selatan adalah Jl. Senopati

Topografi, datar

Iklim, panas dengan suhu rata-rata tahunan 27 derajat celcius, serta kelembaban 80% hingga 90%. Tanah keras pada kedalaman 18 hingga 30 meter dari permukaan tanah. ("Jakarta City Government Tourist Office, 1996, P-11")

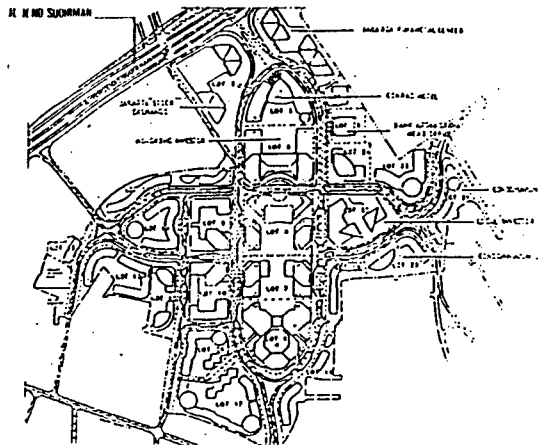


Gambar 3.2. Superblok Sudirman CBD dengan tautan Jakarta

3.3.2. Tata Kawasan

Kawasan superblok Sudirman CBD terdiri dari 9 (sembilan) blok bidang tanah. Kesembilan blok tersebut dibagi-bagi lagi menjadi 25 sub-blok atau 25 lot/kapling, yang masing-masing mempunyai nilai aksesibilitas tinggi dan antara bidang tanah satu atau lebih perpetakannya yang telah ditetapkan batas-batasnya sesuai dengan rencana kota yaitu; sebagai fasilitas komersial, residential, umum, pemerintahan dan rekreasi Adapun kesembilan blok tersebut adalah sebagai berikut (Gambar 3.3):

1. Blok bagian Selatan (South Civic Block)
2. Blok Komersial Timur (East Commercial Block)
3. Blok Komersial Barat (West Commercial Block)
4. Blok Hunian Senopati (Senopati Residential Block)
5. Blok Hunian Senayan (Senayan Residential Block)
6. Blok Hunian Subroto (Subroto Residential Block)
7. Blok Fasilitas Umum dan Pemerintahan Kota (Community and Municipal Government Block)
8. Blok Gerbang Sudirman (Sudirman Gateway Block)
9. Blok Kegiatan Umum bagian tengah (Central Civic Block)



Gambar 3.3. Tata Kawasan Superblok Sudirman CBD

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka harus dipertimbangkan pemilihan kawasan untuk perencanaan hotel bisnis multi fungsi ini agar dapat berhasil secara optimal.

Faktor pemilihan lokasi :

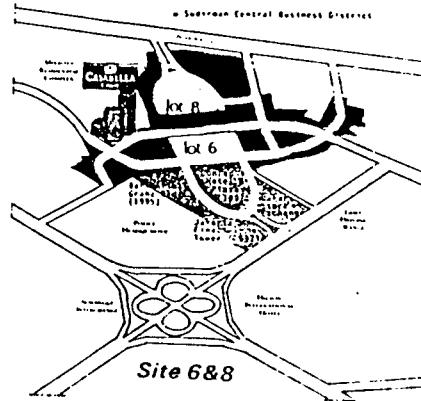
- a) Sesuai rencana tata guna lahan kawasan Superblok Sudirman
- b) Memiliki luasan tata guna lahan yang memadai untuk perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi.
- c) Komposisi massa bangunan variatif, pengolahan dan penentuan massa bangunan dapat menyatu dengan lingkungan (Unity setting)
- d) Strategis dan aksesibilitas baik
- e) Dekat dengan pusat kegiatan bisnis / komersial 8 jam
- f) Terdapat sarana infrastruktur

Alternatif site dipilih diantara lot yang ada pada superblok Sudirman CBD, dan peruntukannya sebagai bangunan komersial yaitu :

Lot	Perencanaan tata guna lahan	Tata letak	Pencapaian	Luas site (m ²)
3	<ul style="list-style-type: none"> Sebagai fasilitas komersial, Hotel dan fasilitas umum 	<ul style="list-style-type: none"> Sudirman gate way block (Gerbang utama) 	<ul style="list-style-type: none"> Strategis, me-lalui jalur ger-bang utama 	13.000 m ²
6	<ul style="list-style-type: none"> Sebagai fasilitas kegiatan komersial, perdagangan & fasilitas umum 	<ul style="list-style-type: none"> Centre civic block 	<ul style="list-style-type: none"> Strategis & aksesibili-tas baik, melahu 2 arah; Gerbang utama (Sudirman gateway block Residential Jl.Subroto 	18.880 m ²
8	<ul style="list-style-type: none"> Sebagai fasilitas Hotel perdagangan dan rekreasi 	<ul style="list-style-type: none"> South civic block (bagian selatan) 	<ul style="list-style-type: none"> Strategis & aksesibilitas tinggi, melahu 4 arah; Blok gerbang sudirman Blok residential senayan Blok komersial selatan Blok komersial timur 	18.255 m ²
9	<ul style="list-style-type: none"> Sebagai fasilitas kegiatan komersial 	<ul style="list-style-type: none"> West comercial block (Bagian barat) 	<ul style="list-style-type: none"> Strategis, melahu ; Blok residential senayan Kegiatan umum bagian tengah 	9.220 m ²

Tabel 3.3

Dari keterangan diatas *site yang dapat dipergunakan untuk perencanaan hotel bisnis dan pusat perbelanjaan, adalah ; terbatas pada lahan yang luasnya memadai, yaitu pada lahan lot 8 dan lot 6. Sehingga pemilihan site dapat dipilih diantara keduanya.*



Gambar 3.4. Pembagian Blok dan Lot di Sudirman CBD
sumber : CL. Fasilitas Komersial Multi fungsi

3.3.3. Kesimpulan

Lokasi Hotel bisnis dan pusat perbelanjaan ini direncanakan pada kawasan strategis yang merupakan salah satu pusat bisnis di Jakarta, yaitu kawasan superblok Sudirman (SCBD) yang masuk pada wilayah administrasi Jakarta Pusat. Daerah tersebut merupakan daerah komersial, sering disebut sebagai pusat kawasan the Sudirman Central Business Distric (SCBD).

Kawasan Sudirman CBD yang akan direncanakan sebagai kawasan superblok ini, dibangun sebagai upaya *mengoptimalkan lahan dalam area segitiga emas* di sepanjang jalur Sudirman. Beberapa faktor alasan dipilihnya kawasan superblok Sudirman, yaitu :

- a) Aksesibilitas yang tinggi. Kawasan Sudirman CBD mudah dicapai dari jalan Sudirman, jalan Gatot Subroto, Asia Afrika, maupun jalan Senopati.

- b) Lokasinya yang strategis di daerah komersial, perdagangan dan jasa.
- c) Lokasi Sudirman CBD terletak berdekatan dengan daerah kawasan jalan Prof. Dr. Satrio yang nantinya akan menjadi kawasan belanja di Jakarta, kawasan olah raga Senayan, kawasan perkantoran Sudirman dan dekat dengan daerah pemerintahan (Gedung DPR-MPR / Parliament Building) dan Polda Metro Jaya.
- d) Tersedianya sarana dan prasarana infrastruktur yang terpadu. Selain memadukan hotel, perkantoran dan apartemen dalam satu kawasan, Sudirman CBD mengintegrasikan bangunan satu dengan lainnya dengan jaringan bawah tanah. Untuk perumahan, jaringan bawah tanah ini akan menghubungkan daerah komersial dan perkantoran.
- e) Dengan penampilan bentuk bangunan yang diperlihatkan (Gb. 3.1.) kehadiran Hotel Bisnis Multi Fungsi, mampu harus mempertahankan kondisi lingkungan yang potensial dan bentuk ungkapan fisik bangunan, mampu memberikan daya tarik, vitalitas tersendiri ("Centre Point") bagi bangunan dan lingkungan SCBD.

3.4. Pelaku, Kegiatan dan Pola Kegiatan Pada Hotel

Tabel 3.3.
Analisa Pelaku, Kegiatan dan Pola Kegiatan Pada Hotel

a. Pelaku Pada Hotel	b. Kegiatan Pelaku Pada Hotel	c. Pola Kegiatan Pelaku
3.4.1. Tamu Penginap	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima segala macam fasilitas yang sudah disediakan oleh hotel dengan kegiatan utama adalah tidur. • Melakukan transaksi/bisnis, menggunakan sarana fasilitas bisnis. • Makan dan minum. • Penunjang • Melakukan olah raga in door atau rekreasi • Menerima tekanan/ pengunjung lain 	<ul style="list-style-type: none"> → Datang 2. Ke Front Office → Chek In → Menikmati fasilitas khusus; business centre, mesin fax, dan lain-lain. → Menikmati fasilitas spesial; mesin fax pribadi, information dan lain-lain. → Menikmati fasilitas penunjang; fitness, kolam renang dan lain-lain.
3.4.2. Tamu Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan fasilitas hotel • Mengunjungi penginap hotel 	<ul style="list-style-type: none"> → Chek Out

a	b	c
<p>3.4.3. Pengelola Pada Hotel terdiri :</p> <ul style="list-style-type: none"> • General Manager (OM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membawahi seluruh staff yang ada, dan sekali waktu turun/terjun langsung melihat keadaan hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Datang → presensi → Inspeksi, masing-masing → meeting → makan → istirahat →
<ul style="list-style-type: none"> • Asisten General Manager (ASM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu General Manager dalam hal pengawasan. 	<ul style="list-style-type: none"> Inspeksi kedua →
<ul style="list-style-type: none"> • Staff Technical Departement 	<ul style="list-style-type: none"> • Menginspeksi dengan rutin ke segala bagian-bagian lain yang menggunakan beberapa peralatan, seperti bagian ME, Laundry, F&B, dan lain-lain. Inspeksi ini tergantung dari laporan-laporan kerusakan. 	<ul style="list-style-type: none"> → Presensi → Pulang
<ul style="list-style-type: none"> • Staff Food and Beverage (F&B) Departement 	<ul style="list-style-type: none"> • Staff Security, dengan kegiatan mengurus seluruh keamanan pada lingkungan hotel tersebut. • Mengurusi soal makan dan minum pengunjung hotel • Staff F&B membawahi bagian-bagian lain; seperti Kitchen, Restoran, Bar, Cafe, Lounge, Coffee Shop, dan lain-lain. • Staff House Keeping, dengan kegiatan mengurus masalah kebersihan, penggantian alat-alat di kamar hotel, penyimpanan alat-alat untuk keperluan hotel, dan lain-lain yang berhubungan dengan kamar hotel. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Front Office (FO) Department • Staff Front Office Department 	<ul style="list-style-type: none"> • mengurus soal-soal kebutuhan tamu (termasuk keluhan-keluhan) • memberikan layanan dan atau informasi kepada tamu mengenai, waktu perjalanan, tempat-tempat wisata, barang-barang, surat-surat, pencatatan identitas pengunjung, pemesanan kamar, penghitungan biaya percakapan telepon, tempat penyimpanan kunci, penyambutan. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Staff Accounting Department 	<ul style="list-style-type: none"> • Khusus mengurus masalah keuangan hotel, yaitu; pendapatan hotel, pengeluaran biaya operasional, gaji karyawan, pengeluaran rutin hotel, dan lain-lain. • Memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki oleh hotel tersebut, dengan memberikan pelatihan-pelatihan, maupun merekrut sumberdaya manusia yang lebih potensial untuk meningkatkan kinerja hotel tersebut. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Staff Administrasi Department 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurusi segala sesuatu persuratan yang masuk maupun keluar hotel tersebut. • Mengurusi segala perlengkapan binatu, 	

a	b	c
<ul style="list-style-type: none"> • Staff Repaer and Maintenance Laundry • Staff Sales dan Marketing • Staff Public Relation (PR) 	<ul style="list-style-type: none"> • biasanya mengoperasikan "steam" atau dengan istilah dry cleaning • Memberikan promosi hotel kepada khalayak • Membuat jaringan penerimaan tamu hotel yang bekerja sama dengan agen-agen biro perjalanan • Mewakilkkan pengenalan perusahaan kepada masyarakat. Pengenalan tersebut dapat berupa promosi-promosi fasilitas yang dimiliki hotel. PR ini harus mengenal betul segala macam yang berhubungan dengan hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Datang → presensi → inspeksi, masing-masing → meeting → makan → istirahat → Inspeksi kedua → presensi → pulang

Sumber, R.G. soekadijo, Anatomi Pariwisata, Sebagai Systemic Linkage, 1996, hal 91, 92, 93

3.5. Analisa Macam Fasilitas Pada Hotel Bisnis

Tabel 3.4.
Analisa Macam Fasilitas Pada Hotel Bisnis

d. Nama Hotel	e. Uraian	f. Macam Fasilitas
3.5.1. Hotel Dai - Ichi	1. Jumlah Kamar	386 kamar
	2. Tiper Kamar (Fasilitas Istimewa)	<ul style="list-style-type: none"> • Standar Room 172 • Superior Room 130 • Executive Room 43 unit • Executive Suite 22 unit
	3. Pangsa Pasar Khusus	<ul style="list-style-type: none"> • Business Jepang
	4. Fasilitas Khusus (Business traveler Jepang)	<ul style="list-style-type: none"> • Business Centre • Mesin Fax Computer (Kontak Bisnis) • Printer
	5. Fasilitas Spesial (executive Floor, Lt 15 dan Lt 16)	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin fax pribadi • Information (hal bisnis baru) • Menyediakan dari sahur Stasiun TV Jepang NHK • Japan of Magazine, Nikkei Shimbun
	6. Fasilitas banquet dan Catering (metting and function Room)	<ul style="list-style-type: none"> • Metting Package (merupakan tempat yang sempurna untuk pertemuan, penyelenggara seminar • 7 buah functuin room kapasitas 20 - 100 orang • Ballroom, Luas area 430 m² Kapasitas 600 orang fasilitas metting package • Makan siang • White Board

d	e	f
		<ul style="list-style-type: none"> • Flip Chart • Microphone • Permen • Notes
	7. Fasilitas Penunjang di Desain untuk memenuhi cita rasa berbeda-beda	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran cita rasa Jepang, Cina dan Indonesia • 400 tempat belanja • Cafe • Mesin Relaksasi • Fitness, Yamano club • Salon • Sauna • Massage • Perawatan Kecantikan • Kolam Renang • Area Parkir (350) kendaraan
	8. Pangsa pasar umum	Coorporate Tourist, Business Traveler Domestik Mancanegara
Nama Hotel	Uraian	Macam Fasilitas
3.5.2. Hotel Dustt Mangga Dua		
	1. Jumlah Kamar	351 kamar
	2. Tipe kamar	Standar Room 168 Superior Room 134 Club Room 24 unit Executive Suite 22 unit Empress Suite 2 unit Imperial Suite 1 unit
	3. Pangsa pasar khusus	• Businessman, Malaysia, Jepang, Arab, Rusia, Eropa, Taiwan, Indonesia.
	4. Fasilitas Khusus	• Business Centre
	5. Fasilitas Spesial	• Club Room • R. Makan dari R. tidur ada pada 1 lt. Service (Makanan ringan setiap sore gratis)
	6. Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran • Sewa Kendaraan • Cafe • Dry Cleaning • Fitenss • Salon • Loundry • Save Deposit Box • Klinik 24 jam

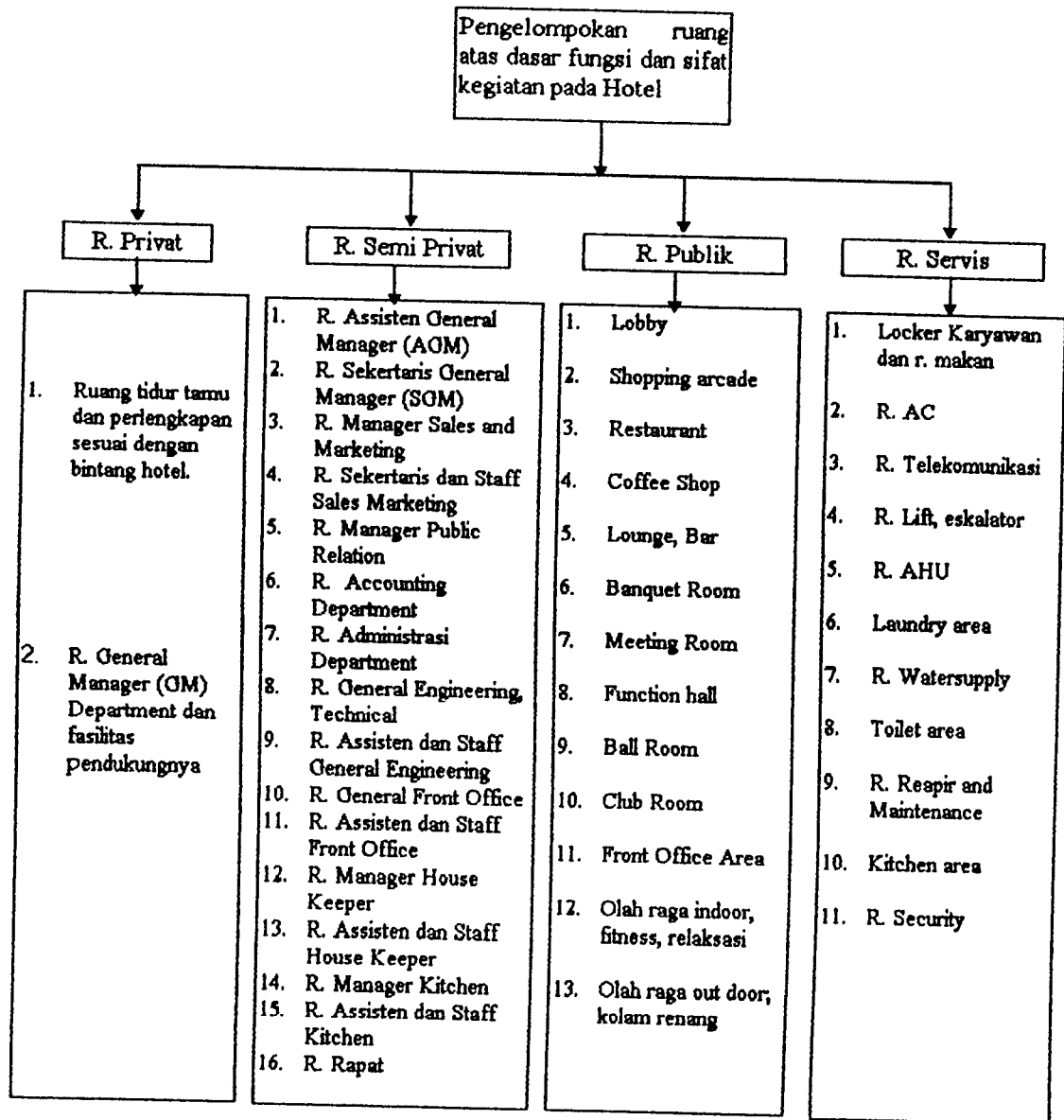
		<ul style="list-style-type: none"> • Kolam renang • Area Parkir (300 kendaraan) Service 24 jam
	7. Fasilitas Spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Semua tamu mendapat layanan gratis • Bagi tamu long stayer <ul style="list-style-type: none"> - Hadiah - Harga khusus (Makan dan nginep gratis) - Laundry satu set/hari
Nama Hotel	Uraian	Macam Fasilitas
3.5.3. Hotel Century Park	1. Jumlah Kamar	371 kamar
	2. Tipe kamar (fasilitas istimewa)	Standar Room 174 Superior Room 130 Executive Room 43 unit Executive Suite 24 unit
	3. Fasilitas Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Business Centre • Meeting, function room • Teleks • Fax, Printer • Car Rental • Tennis Court
	4. Fasilitas Spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin Fax pribadi • Penerjemah (translationer) • Media Informasi bisnis
	5. Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran • Cafe • Fitness • Salon • Mesin Relaksasi • Sauna • Massage • Kolam renang • Area parkir • Perbelanjaan
	6. Meeting & Conference Facilities	
	Dimensi Are	Kapasitas
	Meter	BANQUET CLASS ROOM
	18 x 17 x 4	140 150
	18 x 17 x 4	140 150
	18 x 34 x 4	300 300
	15 x 14 x 4	100 90
	8 x 8 x 4	40 40
	8 x 7 x 3	30 30
	7 x 5 x 3	20 20

Konstruksi, Januari 1996, hal 43, 44, 45, Info Bisnis, edisi 46, th III, 1997 hal 24, 25 dan Survey Lokasi

3.6. Analisa Kelompok Ruang Pada Hotel

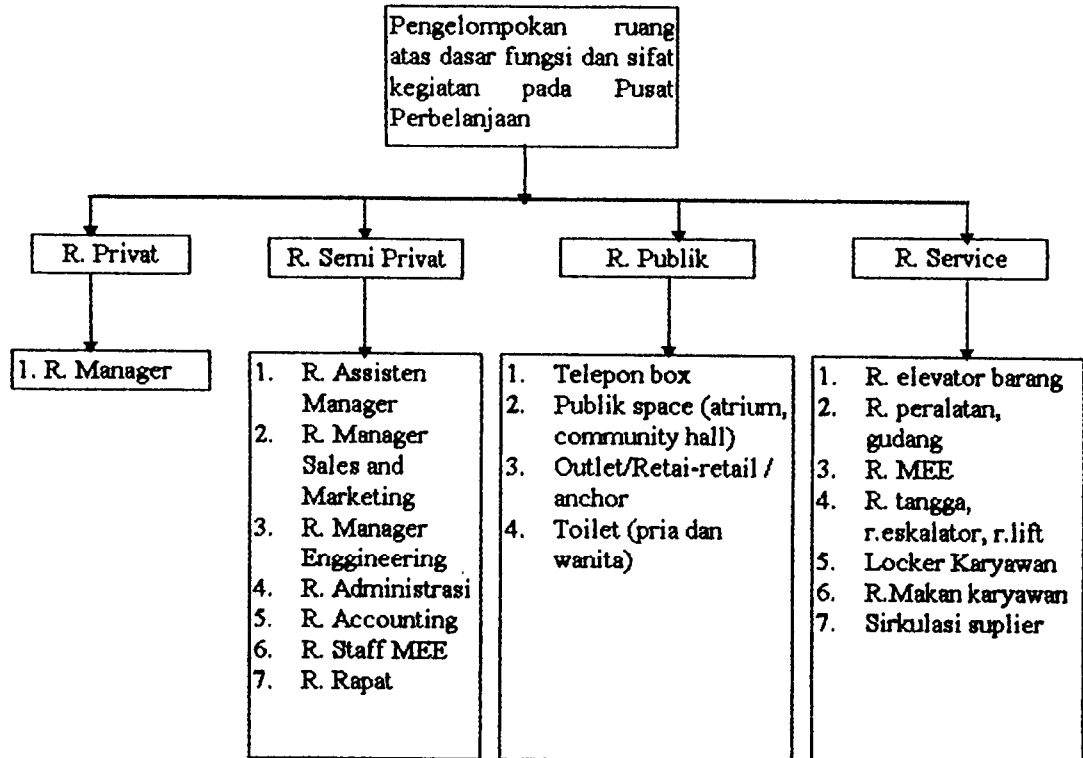
Tabel 3.5

Analisa Kelompok Ruang Pada Hotel



Sumber; Freud Lawson, Design and Planning, Hotels Motels, Condominium, P.122-127

Tabel 3.6
Analisa Kelompok Ruang Pada Pusat Perbelanjaan



Sumber, Freud Lawson, Design and Planning, p- 202

Tabel 3.7
Tabel Perbandingan Pengelola

Typical Ratios	Staff : Room
Large city centre business hotels	0.8 : 1
Resort hotels	0.6 : 1
Modern luxury resort hotels	2.0 : 1
Convention hotel (superior grade)	1.0 : 1

"Hotels, Motels and Condominium, Design, Planning and Maintenance" Freud Lawson, p-216

3.7. ANALISA KARAKTERISTIK FUNGSI, UNSUR-UNSUR BENTUK, TEKNOLOGI STRUKTUR BAHAN YANG CENTRE POINT PADA BANGUNAN KOMERSIAL

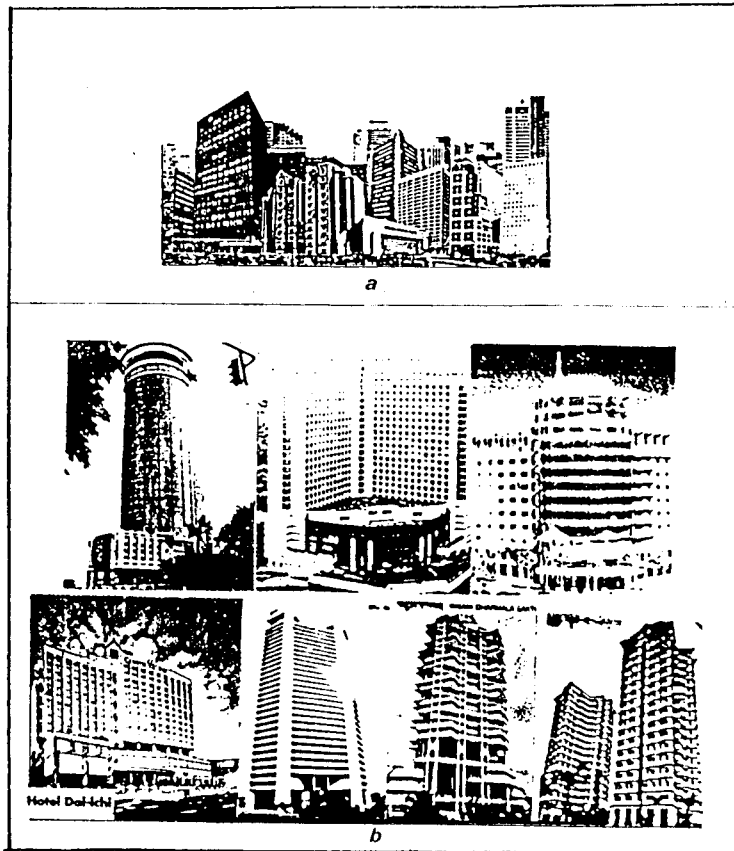
3.7.1. Umum

Suatu hal telah jelas, pada tahun 1980, di Kota Jakarta terjadi *booming pada bisnis properti*, berbagai gedung pencakar langit untuk bermacam fungsi terus bermunculan dimulai untuk *perkantoran, apartement, kondominium, hotel, pusat perbelanjaan* dan masih banyak fungsi ditawarkan, dengan tunjangan fasilitas yang dibuat memudahkan semua aktivitas dalam zona tersebut.

Kotak, salah satu bentuk bangunan yang lahir dari mimpi para rasionalis-international style, kehadirannya para Arsitek menjadi semakin gelisah, karena bentuk kotak tersebut tidak lagi mampu memenuhi harapan dan seolah *mencanangkan munculnya zaman baru*. Bila ditinjau dari *Aspek Struktural*, bangunan kotak tersebut tidak merupakan struktur yang sederhana lagi, tidak menyenangkan, dan tidak efisien bila ditinjau dari sisi fungsional (*pemanfaatan energi*). Bahkan tidak memiliki pasar yang potensial bila dipandang dari sisi pelaku bisnis. ("Paul GoldBerGer, High Rise Building, 1994, hal 177")

Sebagai seni, Arsitektur mempunyai arti dan makna yang lebih mendalam, dan bukan sekedar pemenuhan persyaratan fungsional semata. Namun lebih mendasar lagi, merupakan perwujudan bentuk ekspresi, ungkapan fisik arsitektural sebagai wadah kegiatan sehingga istilah bentuk dalam arsitektur dapat / selau dirangkaikan dengan kata *space, form or building*; sebagai wadah aktivitas yang diusahakan untuk mendapat kesenangan *fisik maupun non fisik*. Sedangkan Arsitektur sebagai ilmu, memandang bangunan sebagai *suatu systemic structural (tatanan struktur)* dengan beberapa *sub systemic* (sub tatanan, komponen-

komponen). Yang masing-masing mempunyai *ekspresi, kesan, pesan dan peran berbeda*, sesuai dengan karakteristik (sifat) dan penerapannya pada suatu bangunan. ("Francis D.K. Ching, *Architecture; Form, Space and Order*, 1994, p-10")



Gambar 3.5. a (Bentuk penampilan bangunan serupa, fungsi berbeda)
b (Fenomena baru, bentuk Arsitektur Kota Jakarta)

3.7.2. Analisa Fungsi Bangunan

Fungsi bangunan dalam arsitektur dapat diartikan sebagai pemenuhan terhadap aktivitas manusia. Bangunan akan berfungsi (fungsional) bila dalam

pemakaiannya memenuhi unsur-unsur secara tepat dan tidak mempunyai unsur-unsur yang tidak berguna. Fungsi sendiri akan berkembang dan mengalami perubahan. Disebut berkembang bila fungsi tunggal menjadi fungsi ganda (misal : lobby suatu hotel menjadi ruang pameran sekaligus. Disebut berubah bila fungsi berganti, misal; hotel menjadi apartemen ("Dipl. Ing Suwondo B. Sutodjo, Faktor Pewujud Bentuk, 1994, hal 10").

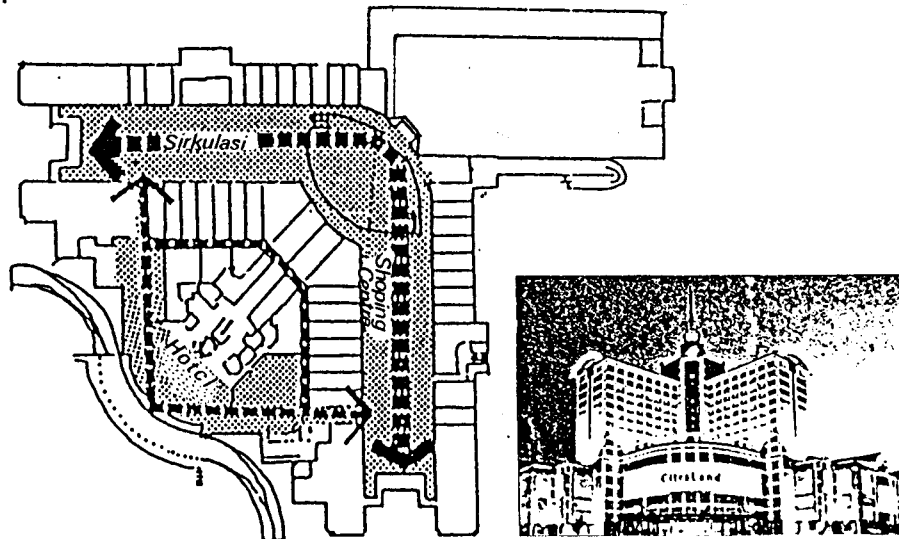
Dan menjadi Multi Fungsi, bila dalam satu bangunan terdapat lebih dari satu macam fungsi kegiatan, Hotel - apartemen, Hotel dan Rental Office, Hotel dan Pusat Perbelanjaan. ("Jane Jacobs, 1977")

Pertimbangan, untuk menentukan fungsi bangunan Hotel Bisnis Multi Fungsi didasari oleh;

1. Variasi, keragaman kegiatan manusia yang secara psikis melibatkan manusia baik secara eksternal maupun internal, sebagai penyelenggara bisnis maupun pemakai, fasilitas bisnis.
2. Tergantung pada waktu, akibat adanya kebutuhan manusia dalam usaha mempertahankan eksistensinya.
3. Tuntutan internal mencari formula yang meliputi;
 - Bisnis - bekerja (Business and work)
 - Hunian (inhibition)
 - Rekreasi (recreation)
4. Tuntutan eksternal merupakan tuntutan yang mengarah pada pembangunan sebuah kota, terhadap kebutuhan urban fungsional dalam arsitektur perkotaan, yang meliputi : ruang, arah kebijakan pola pergerakan kota.
5. Tuntutan fungsional memberikan citra yang sesuai dengan budaya dan karakter lingkungan.

Gambar 3.6.
Analisa Fungsi Bangunan Hotel Bisnis Multi Fungsi

Perubahan Fungsi Bangunan	Aspek yang terlibat pada fungsi bangunan	Menjadi Multi Fungsi
<p>Apartment menjadi Hotel</p> <p>↓</p> <p>Berganti</p> <p>↓</p> <p>Fungsi Bangunan</p> <p>↓</p> <p>Berkembang</p> <p>↓</p> <p>Lobby suatu hotel menjadi tempat pemeran juga</p>	<p>Pemakai (Konsumen)</p> <p>↑</p> <p>Eksternal</p> <p>↓</p> <p>Fisik & PSikis</p> <p>↓</p> <p>Internal</p> <p>↓</p> <p>Penyelenggara BISNIS</p> <p>Hotel</p>	<p>Menjadi Multi Fungsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tuntutan internal <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis - bekerja (Business - work) 2. Hunian (inhibition) 3. Rekreasi (Rekreation) • Tuntutan eksternal <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang kota 2. Arah kebijakan kota 3. Pola Pergerakan kota • Tuntutan fungsional <p>Memberikan citra budaya lokasi setempat</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Menurut Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo. 1994, Wujud Bentuk, hal 10 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut R.G. Soekadjo, Anatomi Pariwisata Sebagai Systemic (Motif dan Profil Wisatawan) Linkage 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut Eberhard. H. Zidler, 1983



Gambar 3.6. Bangunan Multi Fungsi Hotel dan Mall Citraland di Kawasan Jakarta Barat

3.7.2.1. Analisa Bangunan Multi Fungsi, Hotel dan Citraland

Bangunan multi fungsi yang terletak pada kawasan perkantoran di Jl. M.H. Thamrin yang tersambung dengan kawasan Jl. Jend. Sudirman.

- **Fungsi bangunan**

Pada awalnya hanya mengoperasikan hotel yang bekerja sama dengan manajemen asing Hyatt International, dan dilakukan penambahan fasilitas yaitu sebuah pusat perbelanjaan yang bertaraf international. Dengan dasar pertimbangan akibat adanya variasi, keragaman kebutuhan, tuntutan internal, eksternal maupun fungsional.

Tabell 3.7

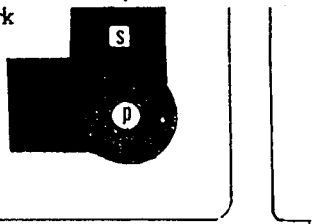
Analisa Fungsi dan Tata Letak Fungsi Hotel - Citraland

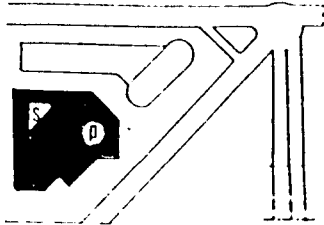

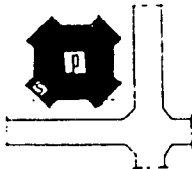
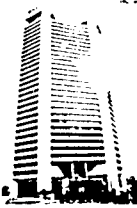
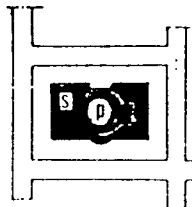

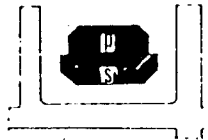
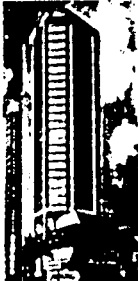
Fungsi	Tata Letak Fungsi
• Pusat Perbelanjaan	• Menempati 4 lantai - Basement Ground Floor - Lantai 1,2, dan 3
• Hotel (Bintang 4)	• Lantai 2 podium sampai 26 Tower
• ME	• Lantai 27 & 28
• Helipad	• Lantai 29

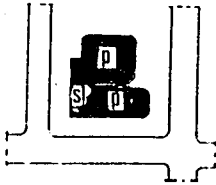

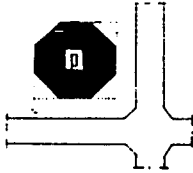
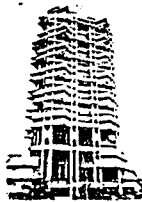
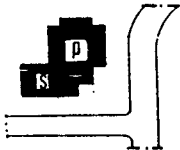

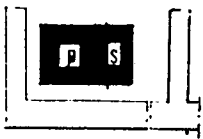

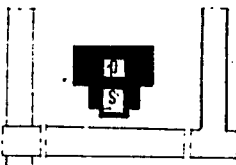
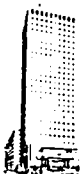
Sumber; Bintang Baru di Hotel Berbintang, Info Bisnis, Edisi 46, th III, April 1997, hal 12

Tabel 3.8

Analisa Bentuk Dasar Primer, Sekunder dan Tata Letak Pada Gedung Komersial (Hotel, Perkantoran, Kondominium, Apartement & Pusat Perbelanjaan)

No a	Nama Gedung	Lokasi	Gambar Penampilan b Bangunan	Bentuk Wujud Dasar Primer Bangunan	Uraian Analisa c
1.	Hotel Century Park	Jl. Jend. Sudirman			Terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> • Pengurangan bentuk lingkaran (P) • Penambahan bentuk kubus, menjadi persegi panjang prismatis(S) Kesan: variatif, mudah dikenaldankomunikatif

a		b	c
2.	<p>Hotel Dai-ichi Jakarta Selatan</p> 		<p>Terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Didominasi oleh bentuk persegi panjang prismatis(S) • Bentuk yang diubah menjadi bentuk elipsoid dengan cara memperpanjang salah satu sumbunya (P). <p>Kesan; variatif, mudah dikenal dan komersial</p>
3.	<p>BNI 46</p> 		<p>Terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bentuk dasar, yaitu bujur sangkar (P), perubahan terjadi, melalui rotasi bentuk tersebut dan dimodifikasi dengan penambahan (S), • pengurangan sudut-sudutnya • Kesan; kreatif dan mudah dikenal
4.	<p>Imperium Court Jl. HR. Rasuna Said</p> 		<p>Lain halnya dengan bentuk, wujud dasar pada Gedung BNI. 46. Imperium Court, didominasi oleh suatu sosok terpusat, yaitu lingkaran (P), kubus dan persegi panjang prismatis (S).</p> <p>Kesan; sebagai central, mudah dikenal, variatif dan komersial</p>
5.	<p>Bumi Daya Plaza</p> 		<p>Sedang pada Gedung Bumi Daya Plaza, terjadi pengurangan pada sudut bagian belakang (S) dan terjadi penambahan dengan bentuk yang sama dibagian muka bangunan yaitu, persegi panjang prismatis (S)</p>

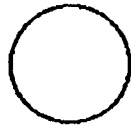
			Kesan; variatif dan mudah dikenal
6.	BDN Tower Jl. M.H. Thamrin		
7.	Wisma Dharmala Jl. Jend. Sudirman		
8.	Chase Plaza Jl. Jend. Sudirman		
9.	Wisma Indocement Jl. Jend. Sudirman		
10.	Wisma Kyoe Prince Jl. Jend. Sudirman		

Ket : P (Bentuk dasar primer) — S (Bentuk dasar sekunder) (Tata letak)

3.7.3. Analisa Bentuk Wujud Dasar Primer, Sekunder pada Bangunan Komersial (Hotel, Perkantoran, Kondominium, Apartement dan Pusat Perbelanjaan) Di Jakarta

Istilah bentuk wujud dasar primer dalam arsitektur; proses penentuan, penerapan dari ruang yang akan dibangun di dalam, pada atau diatas tanah sebagai tempat kegiatan yang diusahakan untuk mendapatkan kesenangan fisik dan non fisik dari bangunan itu sendiri, dan masing-masing mempunyai sifat / karakteristik dan kesan yang berbeda.

Bentuk dasar (primer) pada bangunan terdiri atas ;



Lingkaran



Bujur Sangkar



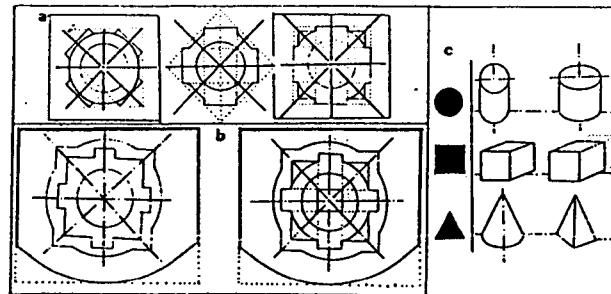
Segitiga

3.7.3.1. Pola Penentuan Bentuk

Untuk menciptakan karakteristik dan kesan variatif (di luar bentuk kotak) mudah dikenal, sebagai central dan komersial, maka pertimbangan dan penentuannya melalui :

- Pola Penerapan Bentuk dasar primer pada hotel bisnis multi fungsi dengan mendapatkan bentuk yang memiliki hubungan timbal balik antara bagian-bagian bentuk dengan bentuk keseluruhan yang meliputi :
 1. Konsentrasi (tingkat pemusatannya) Gb; a dan b
 2. Kemampuan bergabung dengan bagian bentuk lain Gb a dan b.
 3. Tingkat stabilitas (inersa visual) pada peletakkannya Gb : c.

("Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo, Pesan, Kesan dan Pesan Bentuk-bentuk Arsitektur, 1994, hal 9")



3.7.4. ANALISA HUBUNGAN ANTARA SIMBOL BENTUK KOMPONEN BANGUNAN DENGAN MACAM KARATERISTIK BISNIS

"Bentuk lahir karena ada sesuatu kekuatan yaitu kegiatan. Jadi kegiatan manusia merupakan kekuatan yang mewujudkan bentuk", dan antara setiap kegiatan satu individu akan berbeda karakteristiknya dengan kegiatan individu lainnya. (*Christhoper Alexander, Man Made Objects, Form a set of forces to a forma, 1994, hal 9*).

Istilah

- Simbol / identitas dalam arsitektur, arti yang dapat ditangkap ketika bangunan tersebut diamati.
- Komponen bangunan di sini dapat diartikan sebagai suatu kesatuan dari bagian bangunan (sub systemic)

Sebuah bangunan menyajikan diri secara simbolis dan perwujudannya cenderung dikaitkan antara fungsi bangunan dan karakteristik kegiatan melalui bagian-bagian bangunan dengan tujuan untuk mewujudkan prinsip pengakuan umum; universal validity. (*Dipl. Ing. Suwondo b. Sutedjo, hal 36*)

Secara garis besar bentuk suatu bangunan terdiri dari komponen-komponen bangunan terdiri dari pembatas (dinding), balkon, pintu, jendela (*Dipl. Ing Suwondo. B. Sutedjo, Bagian Bentuk Sebagai Kata Arsitektur, 1994, hal 45 - 51*).

Karakter dari bisnis / perdagangan disini dapat diartikan sebagai simbol yang akan mewujudkan kepribadian dari fungsi bangunan. Dasar pertimbangan yang paling mendasar adalah menerapkan kaidah idealis dalam Arsitektur (*Norma dan Gagasan dalam Arsitektur*) untuk mendukung kepentingan bisnis (*kepentingan urusan usaha perdagangan*). Bila kita amati karakteristik bisnis meliputi, seperti terlihat pada tabel di bawah ini;

Tabel
Karakteristik Bisnis

Karakteristik Bisnis	Analisa Uraian	Penerapan pada
• Keuntungan	• Dalam bisnis penentuan utamanya ada keuntungan	
• Bersaing	• Kemampuan, selalu berusaha untuk mempunyai nilai lebih dari yang ditawarkan	
• Dinamis	• Mudah menerima perkembangan teknologi	
• Praktis dan berkualitas	• Menghindari yang tidak bermanfaat dengan mutu yang baik (Excelenty Quality)	
• Tegas dan berani	• Mampu memanfaatkan peluang agar tidak diambil oleh orang lain	

Sumber :

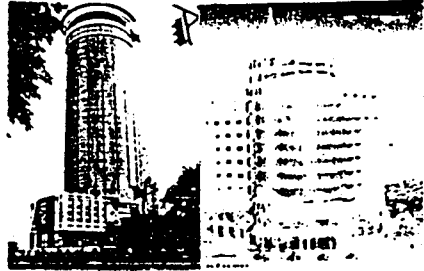



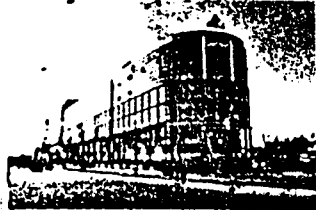
- Malvin A Hopper, *Metting the century*, 1994.
- Dr. Syamsuridjal D. Kaelany H.D. Drs., *Wisata Bisnis*, 1996, hal 42
- *Info Bisnis*, Pasar Jakarta tidak jenuh, edisi 46, th III, 1997, hal 23, 24

3.7.5. Analisa Unsur-unsur Bentuk; Tekstur, Irama dan Warna

3.7.5.1. Tekstur

Tekstur dapat diartikan sebagai *kreasi, cipta kualitas antara halus ke kasar, halus dan kasar* pada permukaan komposisi, bentuk bangunan, yang berhubungan erat dengan *indra peraba*. Dan tekstur dari suatu bentuk akan

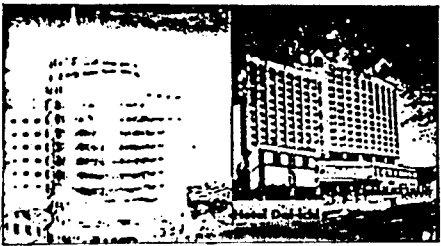

menimbulkan kesan dan asosiasi yang secara dasar ditimbulkan oleh bentuk itu sendiri.

Nama Gedung	Uraian Analisa Tekstur
 <p data-bbox="427 824 753 882">Gambar 3.7. Imperium Court Century Park</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kreasi cipta dalam mengatur kepadatan dan perasaan akan ruang pada Gedung Imperium Court dengan bentuk pembatas berlapis Glass Curtain Wall memberi kesan, asosiasi sangat lembut / ramah dan menyenangkan. Sedangkan kesan dan asosiasi ke-tegas-an pada gedung tersebut diciptakan pada permukaan bidang rata (bentuk kubus dan persegi panjang prismatis)
 <p data-bbox="427 1079 740 1111">Gambar 3.8. Hotel Dai- Ichi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lain halnya dengan kreasi cipta tekstur yang ada pada permukaan Bidang Gedung Hotel Dai- Ichi, kepadatan dan perasaan kualitas ruang pada permukaan yang melengkung dan rata dikondisikan dengan tekstur garis-garis vertikal dan horizontal yang tegas, memberi kesan asosiasi, ramah, menyenangkan dan sangat tegas.
 <p data-bbox="427 1294 596 1326">Kesan : Ramah</p>	<p data-bbox="906 1120 1439 1491">Kreasi cipta tekstur Hotel Bisnis untuk mengatur kualitas kepadatan dan perasaan akan ruang yang memberi <i>kesan lembut</i> maka kreasi- ciptanya pada Hotel Bisnis dikondisikan dengan didominasi bentuk <i>dinding melengkung berlapis Glass Curtain Wall</i> atau dengan kreasi cipta memberi <i>garis berarah vertikal dan horisontal</i>, sehingga kesan tekstur yang ditimbulkan menjadi <i>lebih lembut</i>, sedang tekstur yang memberi kesan tegas, dikondisikan pada bidang permukaan rata, persegi panjang prismatis.</p>
 <p data-bbox="427 1478 667 1509">Kesan : Lebih Ramah</p> <p data-bbox="427 1518 746 1550">Gb. 3.9. Pola Kreasi Tekstur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kreasi cipta tekstur pada pusat perbelanjaan <p data-bbox="906 1626 1439 1877">Sedangkan untuk mengatur kualitas kepadatan dan perasaan akan ruang yang memberi kesan tegas dan lembut maka kreasi cipta tekstur pada pusat perbelanjaan dikondisikan dengan bentuk komposisi didominasi oleh pembatas rata dan digabung dengan pembatas berbentuk melengkung berlapis metal atau Glass Curtain Wall.</p>
 <p data-bbox="434 1832 657 1854">ATRIUM SEGITIGA SENEN</p>	

3.7.5.2. Irama

Dalam mencapai suatu tujuan ekspresi, selain mempertimbangkan *unsur bentuk, taktur, juga terkait didalamnya adalah elemen bangunan yang secara keseluruhan akan terwujud pada finishing (kulit bangunan)*. Karena selain tekstur juga irama dari suatu bentuk akan menguatkan, mengurangi kesan yang secara dasar ditimbulkan oleh bentuk itu sendiri. ("Dipl. Ing Suwondo. B. Sutedjo, *Unsur-unsur Bentuk*, 1994, hal 58, 59")

Efek perasaan yang ditimbulkan oleh irama adalah suatu bahan pertimbangan dari kepribadian gedung. Efek yang paling mendalam akan didapat bila ada suatu garis batas yang tajam antara kejadian dengan interval; bila suatu dinding / pemisah dibagi dalam deretan-deretan, irama tersebut akan dapat dengan mudah diinterpretasikan dan asosiasinyapun jelas.

Nama Gedung	Uraian Analisa Irama
 <p data-bbox="403 1373 836 1406">Gb. 3.10. Hotel Century Park, Dai-Ichi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="938 1048 1425 1171">• Pada permukaan dinding / pembatas yang melengkung dikondisikan dengan irama baris cepat (Quick March Beat) 1 : 1, 1 : 2, 1 : 1, 1 : 2, 1 : 1 <p data-bbox="938 1178 1331 1211">Kesan; dinamis, praktis, berkualitas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="938 1218 1425 1368">• Sedang irama pada permukaan persegi panjang prismatis, rata; gabungan irama baris cepat dengan pola irama bentuk plastik kurva linier. Dengan perbandingan irama; 1:2, 1:2 <p data-bbox="938 1375 1299 1408">Kesan; tegas berani dan bersaing</p>
 <p data-bbox="403 1675 890 1709">Gb. 3.11. BNI, 46 Gb.3.12.Chase Plaza</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="938 1417 1425 1507">• Didominasi oleh pola irama bentuk plastis kurva linier (garis-garis irama horizontal, lebih dominan)

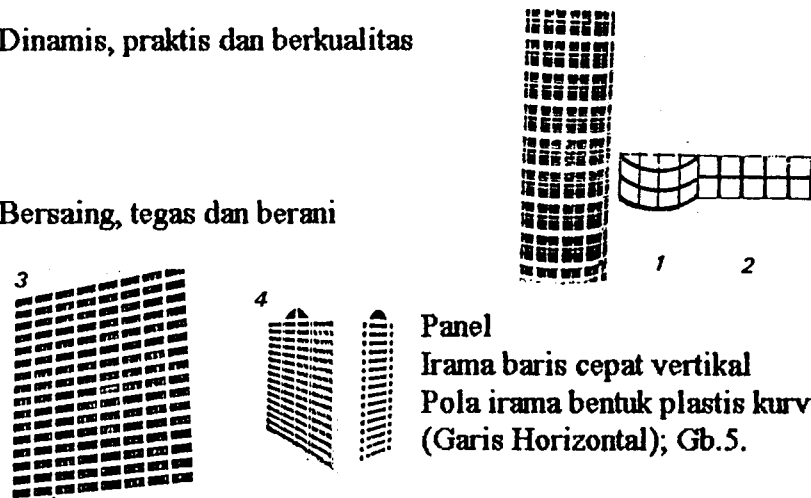
Penentuan Dasar Pertimbangan

a. Pola Irama Pada Hotel Bisnis

Untuk menciptakan kesan yang dapat mengiringi karakteristik kegiatan bisnis;

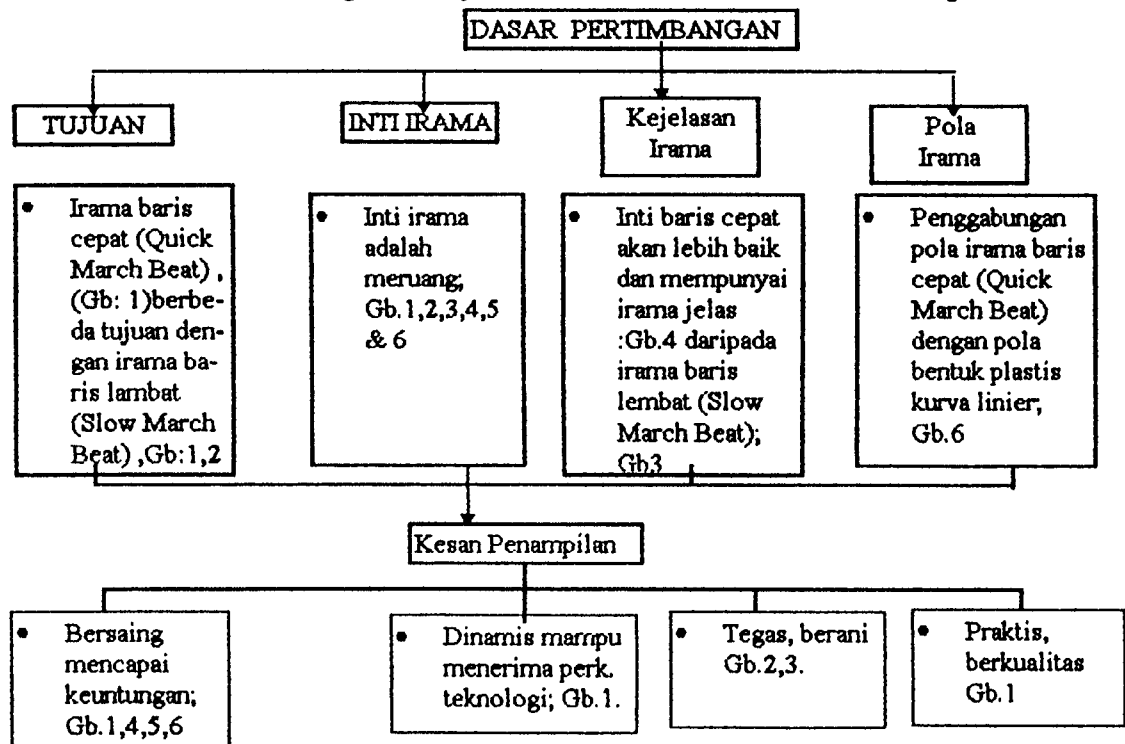
- Dinamis, praktis dan berkualitas

- Bersaing, tegas dan berani



Panel
Irama baris cepat vertikal
Pola irama bentuk plastis kurva linier
(Garis Horizontal); Gb.5.

Gambar 3.14.
Dasar Perimbangan Penerapan Pola Irama Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

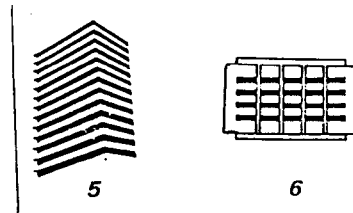


b. Pola Irama Pusat Perbelanjaan

Sedang pola irama pada pusat perbelanjaan dikondisikan karena sebagai fungsi pendukung, maka pola iramanya akan berbeda dengan pola irama pada hotel bisnis, sebagai fungsi utama.

Pola irama pada pusat perbelanjaan meliputi;

- a. Inti irama yang meruang
- b. Penggabungan antara irama baris cepat (Quick March Beat) dengan pola bentuk irama plastis kurva linier



antara

- a. garis vertikal dan horizontal tampak meruang
- b. Didominasi oleh pola irama horizontal
- c. Kesan; ekspresi; rekreatif

Gb. 3.13. Pola Irama

- c. Kesan dan Ekspresi; Rekreatif

3.7.5.3. Warna

Lain halnya dengan tekstur dan irama, warna dapat diartikan sebagai rona yang menghubungkan antara kesan yang ditimbulkan, asosiasi (pertautan tanggapan dua inderawi) terhadap bentuk fisik bangunan, hasil dari analisa otak dengan indra penglihatan yang terlibat langsung secara visualnya. ("Munsell, Warna, hal 6")

Warna pada bentuk fisik bangunan terbagi menjadi 4 warna dasar, yaitu;

1. Warna terang
2. Warna gelap
3. Warna Tajam
4. Warna muda dan lebih muda

Sedangkan kesan dan asosiasi yang ditimbulkan oleh warna dasar, yaitu :

1. Kesan dan Asiasi warna terang
 - Kesan; bahagia
 - Asosiasi; kehangatan, panas dan berani

2. Kesan dan Asosiasi warna gelap;

- Kesan; suram dan duka
- Asosiasi; kedinginan, suram dan duka

3. Kesan dan Asosiasi warna tajam;

- Kesan; keras
- Asosiasi; berani

4. Kesan dan Asosiasi warna muda (lebih muda)

- Kesan; lembut (lebih lembut)
- Asosiasi; ramah (lebih ramah)

Analisa Warna Nada Warna, tone (Tabel 3.9)

Warna	Kesan Asosiasi	Mencerminkan	Bentuk dinding/pembatas
<ul style="list-style-type: none"> • Terang <p>Shappire (ke-emas-an)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bahagia • Rupawan • Mengundang 	<ul style="list-style-type: none"> • Kehangatan • Berani • Mengundang • Mengakomodasi <p>Privacy tinggi</p>	<p>a. Gedung imperium court - Didominasi lingkaran</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tajam • Terang 	<ul style="list-style-type: none"> • Keras, kokoh • Bahagia 	<ul style="list-style-type: none"> • Berani • Kehangatan • Berani • Elok • damai 	<p>b. Hotel century park - Lingkaran dan persegi panjang prismatis</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Muda • Terang <p>White blue on green</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lembut • Bahagia • Mengakomodasi • Lebih lembut 	<ul style="list-style-type: none"> • Ramah • Kehangatan : c.d. • Berani: c.d • Kesucian : c.d. • Kedamaian • Lebih ramah 	<p>Didominasi kubus, persegi panjang prismatis c,d; kubus</p>

"Asosiasi; Pertautan antara tanggapan 2 inderawi" ("Dipl. Ing Suwondo B. Sutedjo, *Tekstur dan warna*, 1994, hal 59")

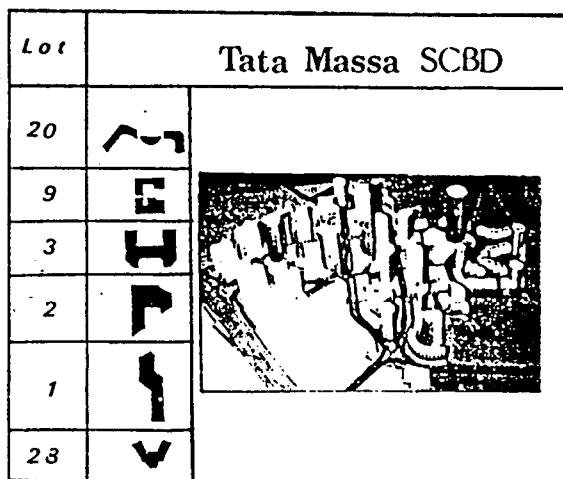
Tabel 3.10

Dasar Pertimbangan Warna Dasar Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

Fungsi Bangunan	Warna	Kesan	Asosiasi	Ratio Pemakaian (%)
Hotel Bisnis	Terang & muda Shappire Blue On Green	Lembut & Rupawan	Ramah, mengundang dan mengakomodasi	1:1:2 25:25:50
Pusat Perbelanjaan	Terang dan tajam White Blue On Green	Bahagia dan tegas, mengakomodasi	Damai dan tegas	1:1:2 25:25:50

3.7. 6. KARAKTERISTIK LINGKUNGAN

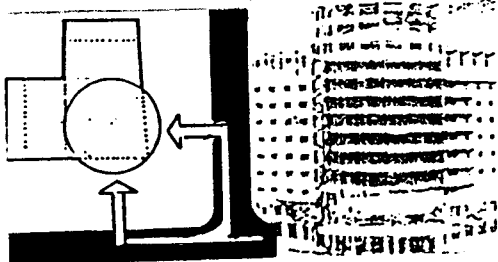
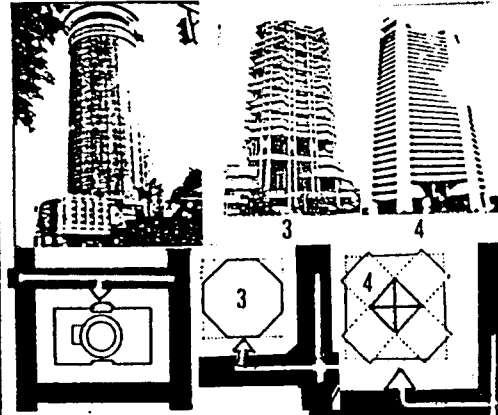

Dalam lingkungan kota, penampilan bentuk fisik elemen pembentuk mempunyai karakter tersendiri *dalam visual seseorang*. Kesan menyenangkan lebih banyak disebabkan adanya *kесerasian antara bentukan-bentukan fisik* yang terjadi. Sedang *kesan tidak menyenangkan chaotic (kesan kacau)* terjadi bila tidak ada keharmonisan antara bentuk yang ada, baik pada bentuk bangunan secara menyeluruh pada lingkungan sekitarnya (*Ir. Bony Suherman D., Djefry W. Dhana, Komunikasi Melalui Bentuk, PT Gramedia, Jakarta, 1994, hal 6")



- Perhubungan antara suatu ran-cangan dengan lingkungannya (setting) adalah untuk mempertimbangkan komposisi suatu bangunan sebagai suatu kesatuan (unity setting), keserasian, keharmonisan yang potensial. ("Flyindales, Yorkshire, Inggris, Architecture of Setting Effect, hal 29")
- Mempertahankan kondisi lingkungan yang potensial.
- Bentuk fisik bangunan yang memberi daya tarik dan vitalitas

3.7.7. ANALISA BENTUK GUBAHAN MASSA

Massa bangunan tercipta dari pengolahan bentuk-bentuk dasarnya, yaitu lingkaran, bujur sangkar dan segitiga. Yang masing-masing mempunyai perbedaan pada tingkat konsentrasi (Tingkat Pemusatannya), Inersa Visual (Tingkat Stabilitas Peletakannya), kemampuan bergabung dengan bentuk yang lain. Dan bentuk dasar lingkaran merupakan sosok yang memiliki ketiga karakter. (Francis D.K. Ching, Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Susunannya, 1994, hal 51, 55). Dan masing-masing dapat memberi ekspresi, peran, kesan dan pesan yang berbeda.

<p>Hotel Century Park Jl.Jend.Sudirman Park</p> 	<p>Analisa Gubahan Massa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel Century Park terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> - Bentuk gubahan massa lingkaran yang mengalami pengurangan dimensinya. - Penambahan pada bentuk gubahan massa kubus menjadi persegi panjang prismatis
<p>Imperium Court Jl.HR.Rusna Said</p>  <p>Gb. 3.15&3.16 Pencapaian</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imperium Court <ul style="list-style-type: none"> - Bentuk Gubahan massa lingkaran tanpa pengurangan dimensinya, bahkan mengalami penambahan melalui titik pusatnya. - Persegi panjang prismatis 

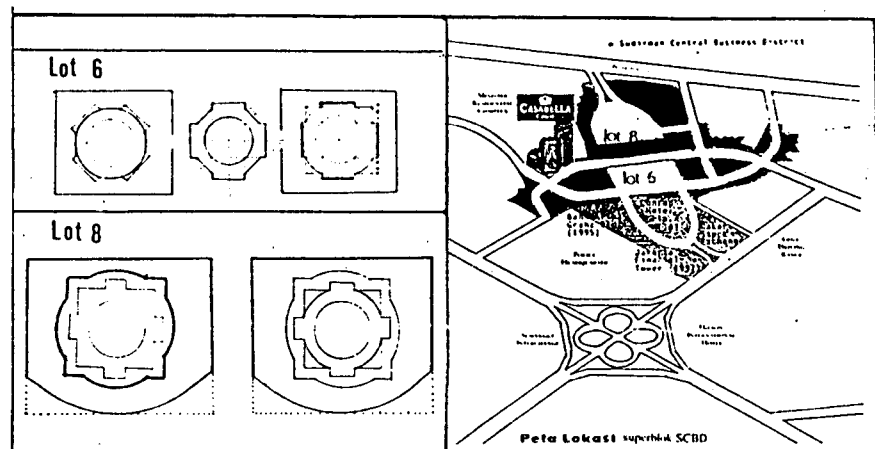
Dasar pertimbangan dalam penggabungan 3 bentuk komposisi adalah;

- Menghindari bentuk monoton, bangunan kotak karena bila ditinjau dari sisi karakteristik bisnis, bentuk kotak tidak memiliki pasar yang potensial.
- Bangunan berbentuk kotak, pada umumnya tidak efisien bila ditinjau dari fungsional energinya. ("Paul GoldBerGer, Gedung Pencakar Langit, 1994, hal 177")

Untuk mendapatkan pola gubahan massa yang optimal pada perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi, maka harus ditentukan dengan hubungan timbal balik antara bentuk yang satu dengan bentuk keseluruhannya, yang mempunyai karakteristik, tingkat konsentrasi inersia visual / stabilitasnya tinggi dan mampu bergabung dengan bentuk yang secara geometrisnya berbeda. Sehingga bila digabung antara keduanya, bujur sangkar segitiga dan lingkaran, wujud dari bangunan yang tercipta akan mengiringi karakteristik fungsinya, yaitu komersial yang kokoh mudah dikenal, Agung mengundang dan mengakomodasikan. ("Stephen Mc. Kelvey, IAI, Clayton Lindley, Design and Planning Building Comercial In Tower Imperium, 1996, hal 43, 44")

Selain yang telah disebutkan diatas, penentuan massa bangunan ditentukan oleh :

- Tata Letak : Di SCBD



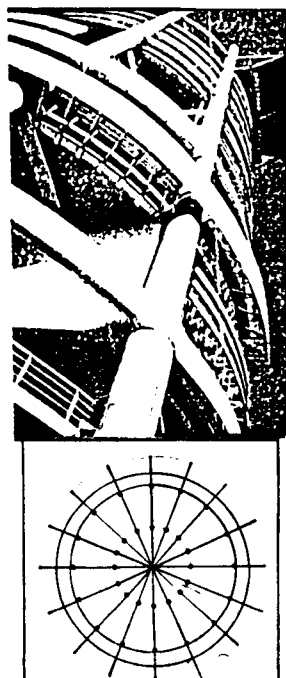
3.7.8. ANALISA TEKNOLOGI STRUKTUR DAN BAHAN

Secara struktural, bagian bangunan dapat dibedakan menjadi; super struktur dan sub struktur sehingga kebenaran struktur adalah hal yang utama dalam arsitektur, karenanya bangunan yang bernilai seni adalah bangunan yang strukturnya mampu mengungkapkan perasaan nilai estesis, melalui keseimbangan yang statis; memberi kepuasan dalam memenuhi kebutuhan fungsional dan persyaratan ekonomis. ("Dipl. Ing. Suwondo. B. Sutodjo, Falsafah Struktur, 1994, hal 18").

Disamping itu pada gedung tinggi perkembangan struktur menjadi semakin menonjol, sehingga diperlukan pemilihan *sistem struktur*, sederhana dan mampu mewakili ekspresi, karakteristik fungsinya. ("Reavely, L.D., Improvement Of Structural Design and Construction Practices, Victoria - Brithis - Colombia - Canada Co. Ltd, 1994, P-20").

Essensial pola penerapan teknologi struktur dan bahan didasari atas pertimbangan:

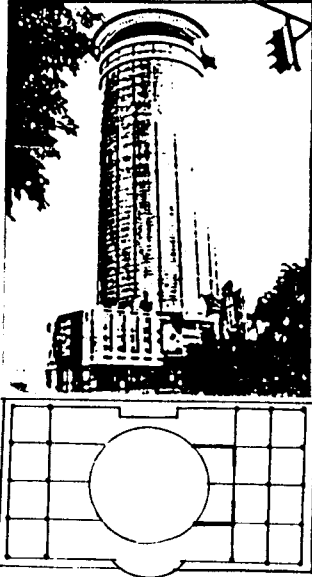
- Nilai estetika
- Media komunikasi



-Kesan kokoh, solid, estetis melalui penonjolan struktur yang menampilkan garis-garis struktur vertikal dan horisontal (Gambar : a,c,d)

Gambar : 3.17. Concrud Building, Kuala Lumpur, Architec : Ken Yeang

("Ken Yeang, Globalisasi Arsitektur Mega Kota Asia, Konstruksi, 1996, hal 20. Dipl. Ing. Suwondo B. Sutodjo, Sistem Konstruksi, hal 23")

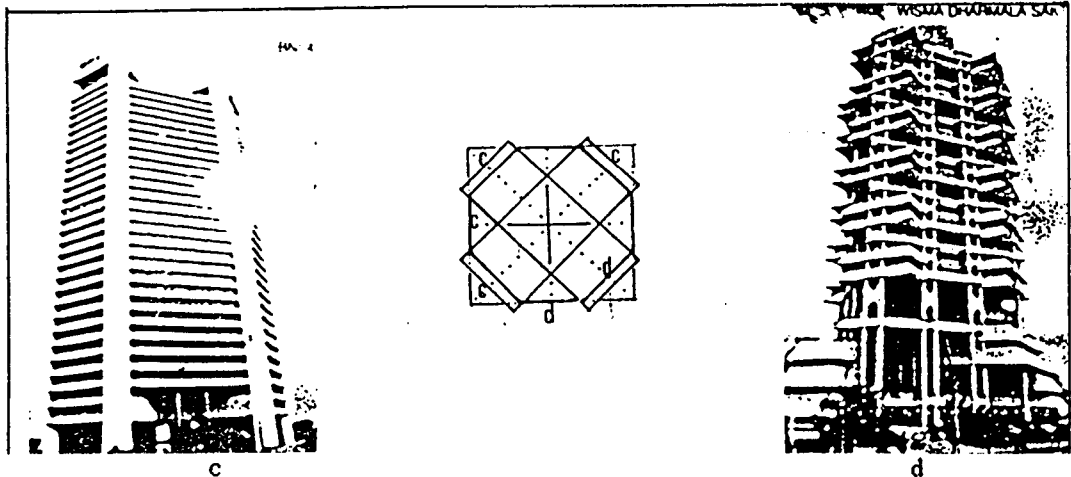


b

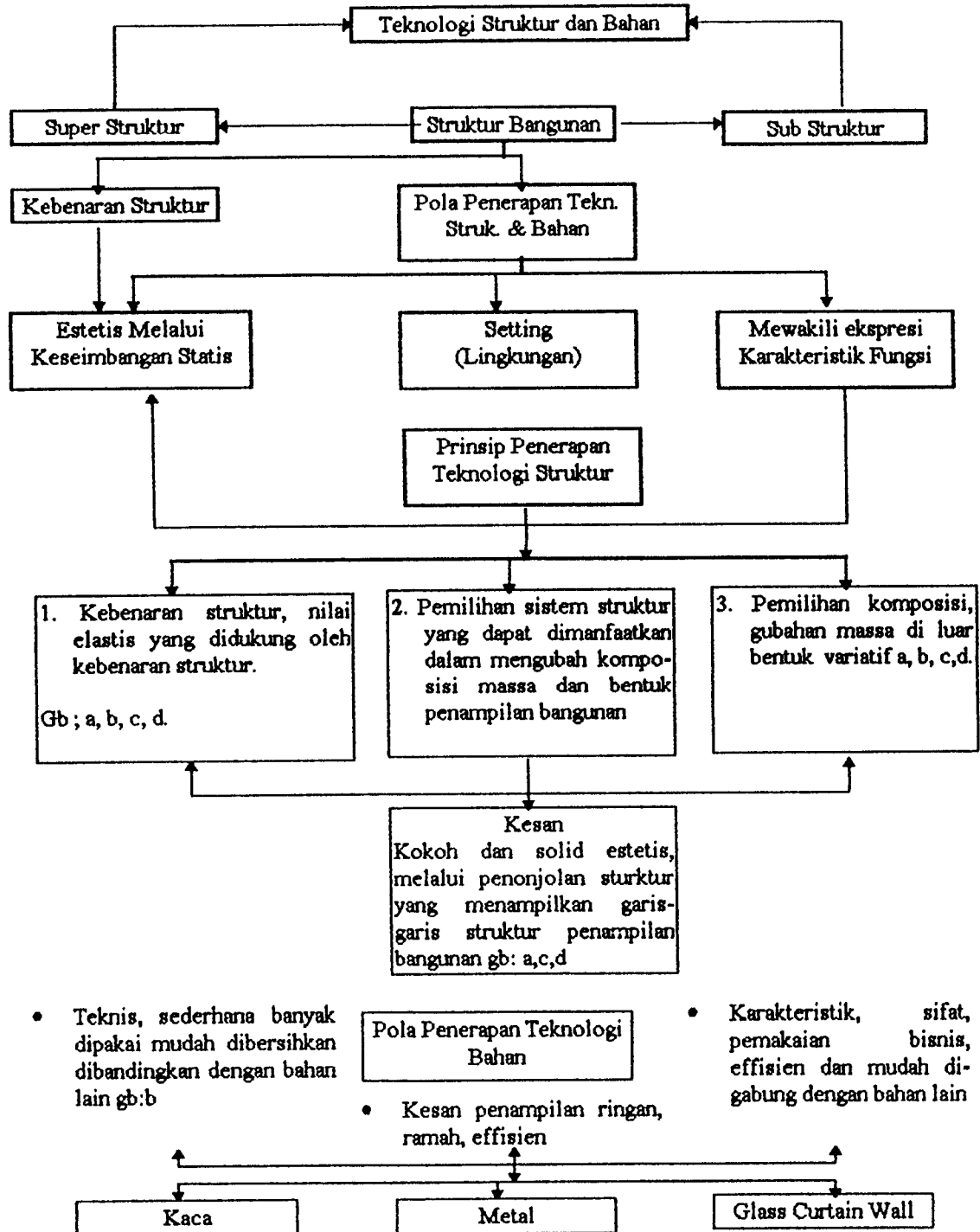
- Struktur tersembunyi
kesan : Solid, ringan
Gb.3.18. Imperium Court,
Architec, Stephen Mc.
Kelvey

- Pola Penerapan Teknologi Bahan, didasari atas pertimbangan; (Gambar ; b)
 - Teknis; sederhana, banyak dipakai, mudah dibandingkan dengan bahan yang lain.
 - Karakteristik (sifat); efisien, dapat digabung dengan bahan lain.
 - Kesan penampilan; ringan, sejuk
 - Karakteristik pemakaian bangunan komersial

Untuk terciptanya bangunan komersial dengan karakteristik (sifat) tersebut di atas, penerapannya yang paling tepat melalui bahan (material); kaca, metal atau Glass Curtain Wall (GCW). ("Stephen Mc. Kelvey, IAI, Clayton Lindley, Architec Pacific Limited, Coord.Project, Superblok, Kuningan Persada. Imperium Court, Konstruksi, 1996, hal 44. Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo, Falsafah Struktur dan Sifat Bahan, 1994, hal 18, 19, 20")



Gambar 3.19
Analisa Hubungan Struktur, Pola dan Prinsip Penerapan Terhadap Kesan, Ekspresi pada Bentuk Penampilan Bangunan



BAB IV

PENDEKATAN KONSEP KARAKTERISTIK, FASILITAS UNGKAPAN CENTRE POINT PADA HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

4.1. PENDEKATAN KONSEP DASAR

Pendekatan ini dilakukan untuk memberikan masukan pada masalah yang telah disebutkan pada pendahuluan, yaitu upaya merencanakan Hotel Bisnis Multi Fungsi, sebagai Centre Point melalui fenomena baru Arsitektur kota Jakarta dan upaya, strategi penerapan kaidah idealis dalam arsitektur untuk mendukung kepentingan bisnis di SCBD.

4.1.1. Pendekatan Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi perencanaan hotel bisnis multi fungsi ini diprioritaskan pada kawasan strategis di pusat bisnis di kota Jakarta, yaitu daerah Pusat Bisnis Sudirman CBD dengan dasar pertimbangan :

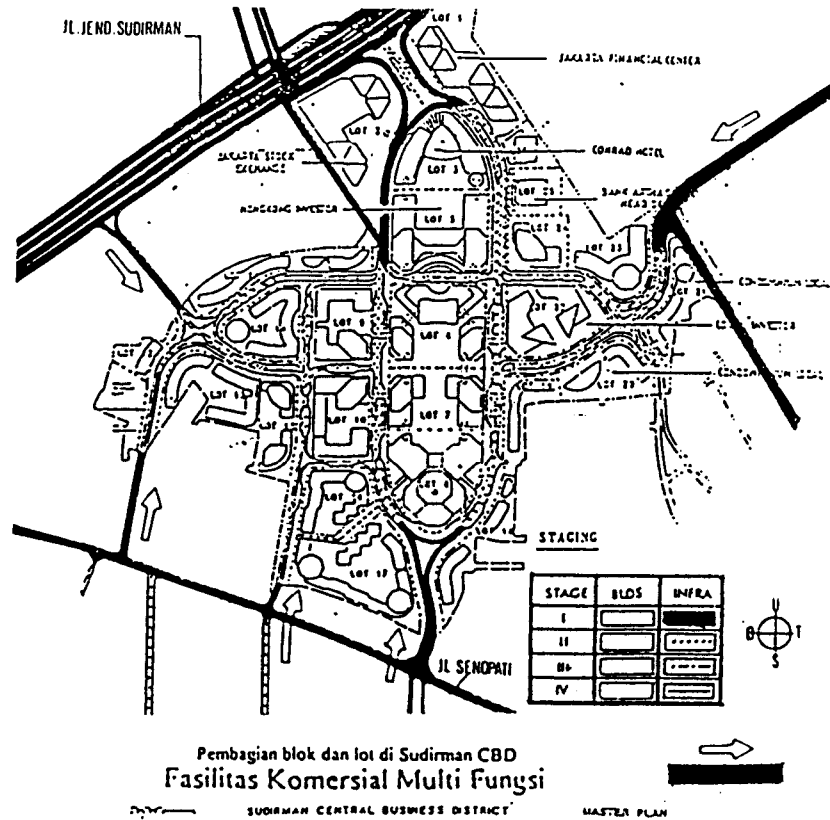
1. Segi Pencapaian

Merupakan wilayah bisnis (daerah perdagangan, jasa dan perkantoran) sehingga menunjang wisatawan bisnis yang merupakan target pasar pengunjung hotel, juga adanya aksesibilitas yang tinggi sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk kegiatan karena mudah dalam pencapaiannya baik dengan jalur angkutan umum maupun pribadi.

2. Segi Teknis

Terhadap perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi meliputi site yang mencukupi untuk kedua kegiatan yang disatukan dan dipikirkan untuk pengembangan di masa yang akan datang. Selain itu, dipikirkan kehadiran hotel bisnis mampu memberikan centre point.

- Merupakan kawasan superblok yang didalamnya merupakan gabungan dari bangunan-bangunan multi fungsi yang berada di pusat kawasan Jakarta dengan sistem infrastruktur yang terpadu.



4.1.2. Pendekatan Penentuan Site

Dasar pertimbangannya adalah :

- Dekat dengan pusat kegiatan bisnis.
- Rencana tata guna lahan pada superblok, SCBD, memiliki luasan yang memadai; untuk perencanaan Hotel Bisnis Multi Fungsi.
- Strategis dengan aksesibilitas yang tinggi.

Pada kawasan Sudirman telah direncanakan tata guna lahan pad alot-lot tertentu dengan peruntukan yang sesuai dengan topik bahasan, yaitu lot perhotelan, perdagangan, fasilitas umum, dan komersial. Untuk lot-lot yang sesuai dengan pertimbangan adalah lot 6 dan lot 8.

4.2. PENDEKATAN KONSEP TATA RUANG, SIRKULASI DAN KLASIFIKASI RUANG PADA HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI.

Pendekatan konsep	Dasar-dasar pertimbangan	
<ul style="list-style-type: none"> Tata Ruang 	<ul style="list-style-type: none"> Sifat kegiatan Macam ruang & pengelompokan ruang 	<ul style="list-style-type: none"> R. privat R. semi privat R. semi publik R. publik
<ul style="list-style-type: none"> Tata ruang gabungan 	<ul style="list-style-type: none"> Prinsip penyusunan hubungan ruang bentuk ruang yang memusat 	<ul style="list-style-type: none"> Ruang dalam ruang Ruang bersebelahan Ruang saling berkaitan R. yang dihubungkan ruang bersama
<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi Sirkulasi vertikal 	<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi pada hotel, dibedakan atas pelaku kegiatan Sifat kegiatan; privat Pola sirkulasi dapat di sebar atau dipusatkan melalui core (utilitas bangunan) 	<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi tamu, pengunjung Sirkulasi pengelola, staff Sirkulasi karyawan
<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi gabungan Sirkulasi horizontal 	<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi pada pusat perbelanjaan di lihat dari aspek sifatnya yaitu publik. Dilihat dari aspek pola tata ruang gabungan, sirkulasi yang terbentuk Pola sirkulasi melalui main hal ke masing-masing fasilitas dengan menggunakan pola sirkulasi yang berbeda 	<ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi terbuka Sirkulasi tertutup Sirkulasi terbuka kedua sisinya Tembus pandang Bentuk lorong Akhiran pencapaian

4.2.3. Pendekatan Besaran Ruang

- Total tamu yang menginap (Total Guest) = 4.900.896,5 (tabel 1.2)
- Rata-rata lama tinggal (Length Of Stay) = 2,41 hari
- Tingkat penghunian kamar, TPK (Occupancy rate) = 64,27%
- Rata-rata jumlah tamu / kamar, GPR (Guests Per Room) = 1,87

- Jumlah kamar yang tersedia tahun 1997 (Room Available 1997) = 20.917,0
(tabel 1.1 hal 2)

$$K_{1998} = \frac{T \times L}{TPK \times GPR \times 365}$$

$$K_{1998} = \frac{4.026.310,50 \times 2,41}{64,27\% \times 1,87 \times 365}$$

$$= \frac{9.700.998,31}{438,67}$$

$$= 22.114,57 - 20.219,00 \text{ (Room available 1997)}$$

$$= 1.197,57$$

Jadi kebutuhan jumlah kamar hotel bintang
 = 1.197,57 x 70% = 538,778 kamar
 Atau = RA x 35% = 419,150 kamar

4.2.4. Secara garis besar pendekatan besaran ruang berdasarkan klasifikasi ruang pada hotel bisnis dan pusat perbelanjaan (Shopping Centre) yang telah tersebut di atas, tercantum pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.4.
 Besaran Ruang Berdasarkan Klasifikasi pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

Klasifikasi Pengelompokan Ruang	Macam Pelaku & Fasilitas Ruang		Besaran Ruang	Jumlah (m ²)
R. Privat	Tipe Kamar Tamu	Standar Room	168 x 30 m ²	5.040 m ²
		Superior Room	134 x 30 m ²	4.020 m ²
		Club Room	24 unit x 120 m ²	2.880 m ²
		Executive Room	43 unit x 120 m ²	5.160 m ²
		Executive Suite	23 unit x 120 m ²	2.760 m ²
		Empress Suite	2 unit x 120 m ²	240 m ²
		Imperial Suite	1 unit x 180 m ²	180 m ²
			Jumlah	
R. Semi Privat	R. Pengelola	R.General Manager (GM) R.Asisten GM		
• Jumlah Pengelola				

<p>± 325 orang • 3 m²/1 orang</p>		<p>R.Sekretaris OM R.Manager Sales Marketing R.Seksi Staff Sales Mark. R.Manager Public Relations R.Accounting R.Administrasi R.General Eng. Technical (OET) R.Asist. G.E.T R.General Front Office (FO) R.Ass. & Staff FO R.Manager House Keeper (MHK) R.Asist. M.H.K R.Manager Kitchen R.Ass. & Staff Manag. Kitchen</p>	<p>325 x 3 m²</p>	<p>975 m²</p>
<p>R. Publik</p>	<p>Nama Ruang</p>	<p>1.Lobby (1m²/kamar) 2.Shopping Arcade (2,5m² / kamar) 3.Restaurant(1,5m²/kamar) 4.Coffee shop(0,5m²/kamar) 5.Lounge(0,7m²/kamar) 6.Bar (1,4m²/kamar) 7.Banquet Room (1,3m² / kamar) 8.Meeting Room (1,5m² / kamar) 9.Function Hall (0,8m² / kamar) 10.Ball Room (2m²/kamar) 11.Club Room (2m²/kamar) 12.Front Office Area (0,65 / kamar) 13.Sport Indoor (1m²/kamar) 14.Sport Outdoor (0,5m²/ kamar) renang dll.</p>	<p>(395m² sd 539m²) (987,5m² sd 1.347,5m²) (594,5m²sd 808,5m²) (197,5m²sd269,5m²) (276,5m²sd377,3m²) (553m² sd 754,6m²) (513,5m² sd 700,7m²) (392,5m² sd 808,5m²) (316m² sd 431,2 m²) (790m² sd 1078 m²) (790 m² sd 1078 m²) (256,75m² sd 350,35m²) (395 m² sd 539 m²) (197,5m² sd 269,5 m²)</p>	<p>6.855,25 s/d 9.351,65</p>
<p>Ruang Servis</p>		<p>1. R.locker (0,36/karyawan) 2. R. Makan (0,2/karyawan) 3. AC (0,15/kamar) 4. AHU (0,15/kamar) 5. R. Telekomunikasi (0,1/kamar) 6. MEE area (0,25 m²/kamar) 7. Laundry area (0,7m²/kamar)</p>	<p>(142,2m² sd 194,04m²) (79m² sd 107,8 m²) (59,25 m² sd 80,85m²) (59,25m² sd 80,85m²) (39,5 m² sd 53,9m²) (98,75m² sd 134,75 m²) (276,5m² sd 377,3 m²)</p>	

		8. Toilet area (0,1/kamar) 9. R.Repair and Maintenance (0,1/kamar) 10. Kitchen area (1,5m2/kamar) 11. R.Security (0,16/kamar) 12. Gudang @60m2 13. R. Tangga darurat (0,2/orang)	(39,5 m2 sd 53,9 m2) (39,5 m2 sd 53,9 m2) (592,5m2 sd 808,5 m2) (63,2m2 sd 86,24m2) (240m2) (79m2 sd 107,8m2)	1.773,15 s/d 2.393,73
		Loading Dock Untuk area sirkulasi 30% Untuk Parkir 12m2 x 500 mobil	30m2 7.530m2 6.000m2	total hotel 43.443,4 s/d 46.560,38
Untuk pusat perbelanjaan	Ruang privat dan semi Privat	6 ruang kantor manager @25m2 9 ruang staff @ 9m2 Ruang rapat (0,5x150)	150m2 81m2 75m2	306m2
Ruang publik		1. Macam retail : 150 retail kecil @12m2 100 reatil sedang @15m2 50 reatil besar @20m2 Anchor Asumsi Publik space 10% dari retail dan anchor 2. Asumsi retail dan anchor 50,50 3. Fasilitas relreaso, 150 anak (2,5m2/pasang) 4. Telepon box area @2m2	1800m2 1500m2 1000m2 4300m2 820m2 800m2 1800m2 375m2 16m2	
Ruang Service		1. R. Engginerring (MEE) 2. R. Locker 3. R. Makan Karyawan 4. R. Service 5. 4 toilet area @ 25m2 6. Parkir 400 mobil @12m2 7. Area sirkulasi 20%	50m2 25m2 25m2 50m2 100m2 4800m2 1835m2	17.858m2

4.3. Pendekatan Perencanaan Fungsi Bangunan

Pendekatan Perencanaan Fungsi Bangunan meliputi persoalan dari fasilitas-fasilitas dalam superblok SCBD, (*"the Sudirman Central Business Districk"*) dikembangkan dengan konsep prinsip multi fungsi ; guna

- Optimalisasi *Use Of Land*, dalam luasan minimal.
- Meningkatkan *efektifitas dan efisien* transportasi kota.
- Memberlakukan sinergi antara macam kegiatan.

Fungsi bangunan disini, adalah multifungsi, yaitu ;

- Fungsi utama adalah *Hotel Bisnis*
- Fungsi pendukung (penunjang) adalah *pusat perbelanjaan*.

Tabel 4.2.

Pendekatan konsep pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

Pendekatan Konsep	Karakteristik Fungsi	Jenis	Karakteristik Kegiatan	Ratio Luas Bangunan
Multi Fungsi	• Fungsi utama	• Hotel Bisnis	• Accomodations • Business	75 %
	• Fungsi pendukung	• Pusat perbelanjaan	• Berbelanja • Rekreasi	25 %

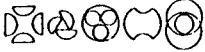

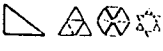
4.4. Pendekatan Konsep Bentuk Wujud Dasar Primer dan Sekunder pada Hotel Bisnis Multi Fungsi Dasar Pertimbangan yang mendasar, yaitu ; karena :

a. Pada setiap bentuk dasar primer suatu komposisi bangunan, hakekatnya mempunyai arti dan makna, ekspresi yang diciptakan antara segmen-segmen dari lingkaran dengan segmen-segmen komposisi dari bujur sangkar akan berbeda. Untuk menciptakan ekspresi pada hotel bisnis multifungsi yang mengiringi karakteristik fungsi bentuk, maka untuk pemilihannya di kondisikan melalui ;

1. Lingkaran (dan segmen-segmennya) merupakan bentuk wujud dasar primer.
2. Kubus (dan segmen-segmennya), merupakan bentuk wujud dasar sekunder 1
3. Segitiga (dan segmen-segmennya), merupakan bentuk wujud dasar sekunder 2

- **Lingkaran**

Karena lingkaran merupakan suatu sosok yang terpusat, berarah ke dalam, dengan sendirinya menjadi pusat “central” dari lingkungan.

Wujud Dasar	Hotel Bisnis	Pusat Perbelanjaan	Segmen-segmen
• Lingkaran	Primer	Sekunder 1	
• Kubus	Sekunder 1	Primer	
• Segitiga	Sekunder 2	Sekunder 2	
Gb 4.1. a. Segmen-segmen komposisi lingkaran		Gb; b. Segmen-segmen komposisi bujur sangkar, abc segment-segment segitiga	

- **Bujur Sangkar**

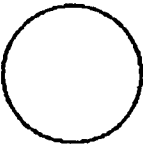


Karena bentuk tersebut sangat mudah dikenal, bentuk yang sederhana dan memiliki keteraturan geometris, seperti halnya bentuk-bentuk “platonik solid” dapat menerima secara langsung adanya perlakuan pengurangan. Bentuk ini akan tetap mempertahankan identitas aslinya jika bagian-bagian volumenya dihilangkan tanpa merusak sisi sudut, dan profil keseluruhan (Ir. Francis D.K. Ching, *Architecture ; Form, Space, and Order*, P-68”).

- **Segitiga**

Karena merupakan bentuk dengan stabilitas yang tinggi dan secara artifisial dapat meningkatkan, meninggikan diatas lingkungan.

b. Karakteristik sifat dan ekspresi yang ditimbulkan oleh bentuk wujud dasar lingkaran dan kubus meliputi, yaitu terangkum pada Gambar dibawah ini.

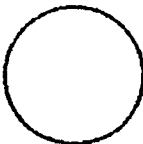
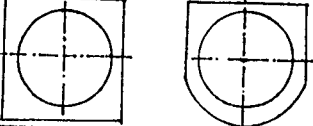
Gambar 4.2
Karakteristik, Ekspresi Bentuk Wujud Dasar


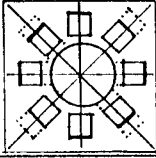
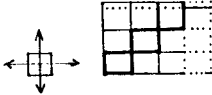

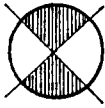
Bentuk Wujud Dasar Primer	Karakteristik	Ekspresi
 Lingkaran	<ul style="list-style-type: none"> • Konsentrasi, tingkat pemusatannya tinggi. • Inersia visual, tingkat stabilitasnya tinggi pada tata letak sisi-sisinya. • Kemampuan bergabung dengan bagian dari bentuk lain. 	<ul style="list-style-type: none"> • Central dari lingkungan • Mengakomodasi • Mengundang
	<ul style="list-style-type: none"> • Netral dapat dirubah menjadi persegi panjang prismatis hanya dengan memperpendek, memperpanjang tinggi, lebar dan tebalnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dikenal
 Segitiga	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertinggi, menguatkan nilai diatas lingkungan

c. Pertimbangan Pola Penentuan, Penerapan Bentuk/ Wujud Dasar

Gambar 4.3

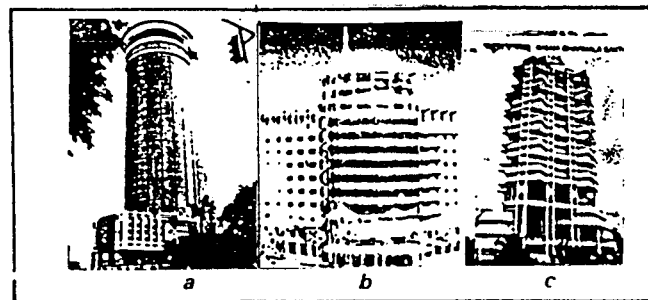
Pertimbangan Pola Penentuan, Penerapan Bentuk/ Wujud Dasar

Bentuk Dasar Primer 	Pola penerapan bentuk dasar primer pada Hotel Bisnis Multi Fungsi	Pertimbangan pola penerapan bentuk dasar primer pada Hotel Bisnis Multi Fungsi
Perubahan-perubahan pada <ul style="list-style-type: none"> • Lingkaran • dengan cara memper-panjang salah satu sudutnya; elipsoid 	Penempatan lingkaran pada pusat suatu bidang/ Site. 	<ul style="list-style-type: none"> • Akan memperkuat sifat alamnya sebagai "Centre" dari lingkungan.

<p>Bujur Sangkar</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Penempatan bentuk pada sisi-sisi lingkaran. 	<ul style="list-style-type: none"> • Akan memperkuat, dan mempertahankan identitasnya, dan dapat secara langsung menerima perlakuan pengurangan, tanpa kehilangan identitas aslinya.
<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan memperpendek atau memperpanjang tinggi, lebar atau tebalnya 	<ul style="list-style-type: none"> •  	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • Segitiga 	<ul style="list-style-type: none"> • Penempatan bentuk segitiga pada bidang dasar primer 	<ul style="list-style-type: none"> • Akan menambah, meninggikan nilai bangunan pada lingkungan

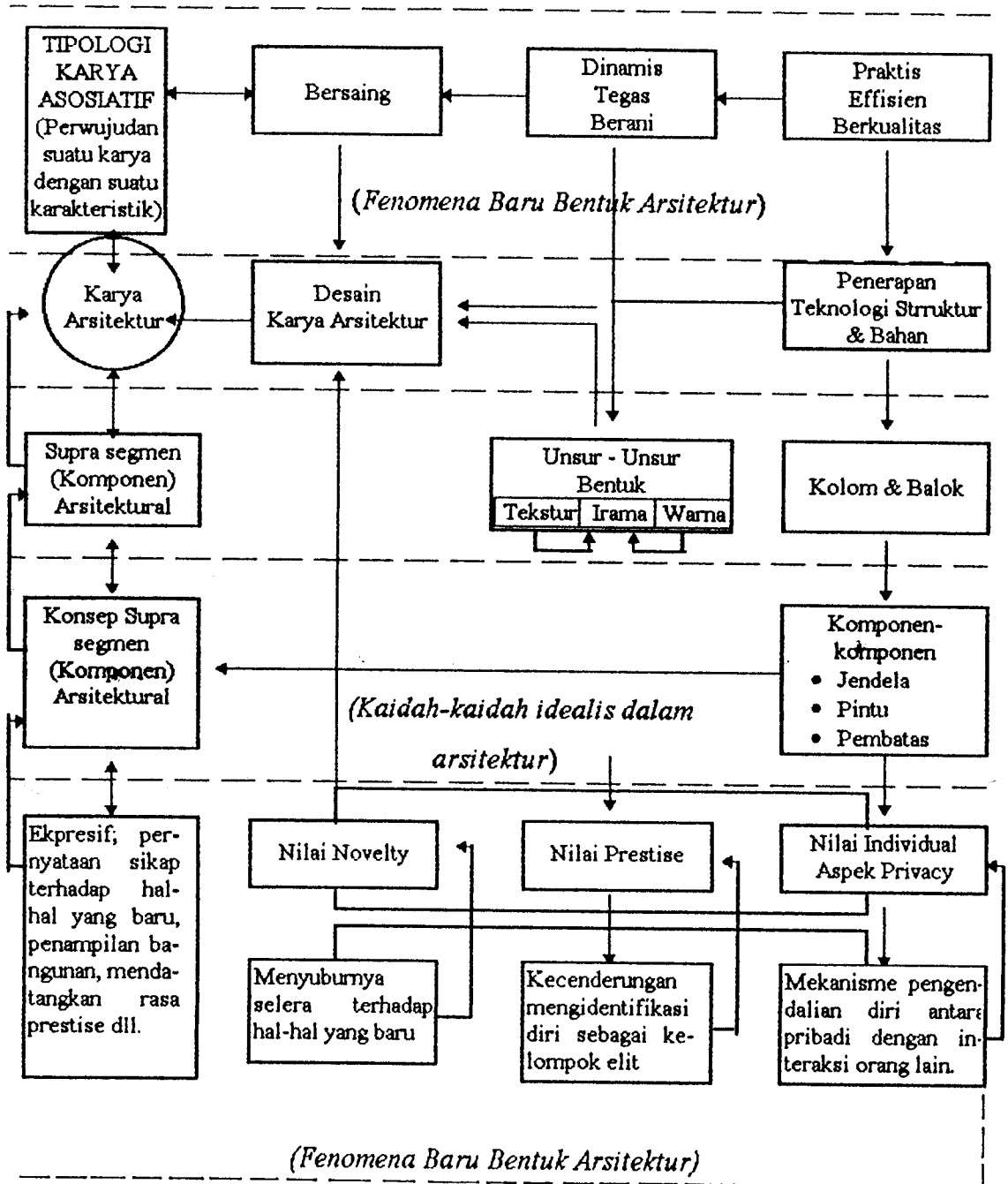
4.5. Pendekatan Konsep Hubungan antara Bentuk Simbol dan Karakteristik Bisnis.

Pendekatan ini dilakukan sebagai upaya, strategi mencari hubungan antara bentuk, simbol, nilai dengan karakteristik bisnis, karena selain fungsional, keberhasilan suatu bentuk bangunan juga terletak pada arti, makna yang terkandung pada ekspresi yang secara keseluruhan disajikan secara simbolis untuk mewujudkan sebuah prinsip pengakuan umum (Universal Validity).



<ul style="list-style-type: none"> • Simbol, Nilai 	Novelty Gb;a	Individual Gb;b	Prestise ; Desain bersaing
<ul style="list-style-type: none"> • Unsur-unsur bentuk 	Dinamis, tegas, berani (Gb;a,b dan c)		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi struktur bahan 	Praktis, efisien, berkualitas (Gb; a,b dan c)		

Gb. 4.4 Pendekatan Konsep Hubungan antara Bentuk, Simbol dan Karakteristik Bisnis



4.6. Pendekatan Konsep Dasar Unsur-Unsur Bentuk ; Tekstur, Irama, Warna

Pendekatan konsep unsur-unsur bentuk meliputi persoalan *kesan ekspresi* yang akan ditimbulkan oleh tekstur, irama dan warna pada setiap elemen bangunan yang secara keseluruhan akan terwujud pada permukaan komposisi finishing bangunan (kulit bangunan) bentuknya itu sendiri.

Kualitas bentuk yang akan ditimbulkan oleh *tekstur* pada permukaan komposisi fungsi utama; *Hotel Bisnis* di sini dikondisikan dengan *tekstur keseimbangan antara garis-garis vertikal dan lembut* dengan bentuk dinding pembatas *melengkung* sehingga prioritas ekspresi hotel akan memberi *kesan ramah*. Dan sebaliknya pada fungsi pendukung, pusat perbelanjaan didominasi *tekstur garis horisontal dan agak lembut*.

Sedang untuk menciptakan efek perasaan yang ditimbulkan oleh *irama disini adalah irama baris lambat (Slow March Beat)*, sebagai prioritas (*hal yang utama*) dari tujuan ekspresi *Hotel Bisnis* yaitu ; *bersaing, dinamis, tegas berani, praktis efisien dan berkualitas*. Sedang pada pusat perbelanjaan yang cenderung sebagai fasilitas penunjang; belanja dan rekreasi, diutamakan dengan pola irama gabungan, yang didominasi oleh pola irama bentuk plastis kurva linier (pola irama horizontal lebih mendominasi).

Lain halnya dengan tekstur dan irama, dasar dan prinsipnya, membangkitkan perasaan lewat indra penglihatan, memberikan kesan dan asosiasi mengundang dan mengakomodasi (*Invite finvait to accomodations*) yang akan didominasi oleh warna dasar terang, tajam dan muda atau *white blue on green* (putih; terang-biru, hijau; muda, hijau) dan *shappire blue on green* (keemasan, biru, hijau, muda, hijau).

Dari kualitas bentuk tekstur, efek yang diciptakan irama *quick march beat* dan pola gabungan irama bentuk plastis kurva linier, secara keseluruhan meliputi bentuk dan pengelompokannya, meliputi seperti di bawah ini ;

Pengelompokkan unsur-unsur bentuk pada fungsi utama Hotel Bisnis

1. Tekstur : garis-garis vertikal, horizontal dan lembut bentuk pembatas; melengkung.

Ekspresi ; lebih ramah

2. Irama; slow march beat (baris irama lambat), jelas meruang lembut, Gb;a

Ekspresi; bersaing, dinamis, tegas-berani, praktis-efisien dan berkualitas

3. Warna ; white-blue on green (terang, putih-biru, hijau, muda, hijau)

Shapphire-blue on green (keemasan, keperakan, biru, hijau,muda, hijau).

Ekspresi ; kesan dan asosiasi, mengundang dan mengakomodasi dan rupawan

Pengelompokkan unsur-unsur bentuk pada pusat perbelanjaan; Gb;b.

1. Tekstur ; di dominasi oleh garis horizontal dan agak lembut.

Bentuk pembatas ; melengkung dan persegi panjang

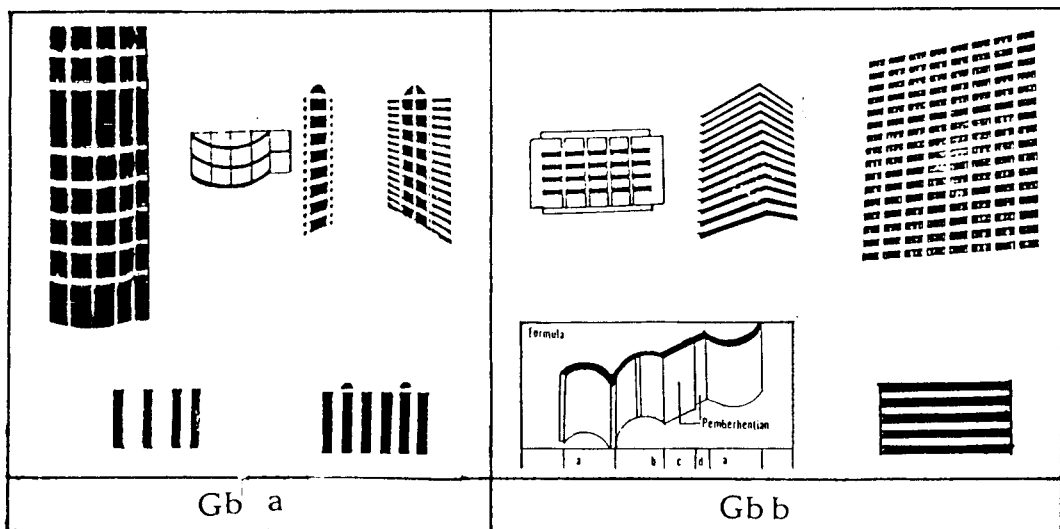
Ekspresi ; ramah

2. Irama ; Quick march beat (baris irama cepat) yang didominasi oleh pola irama horizontal (pola irama bentuk plastik kurva (linier)

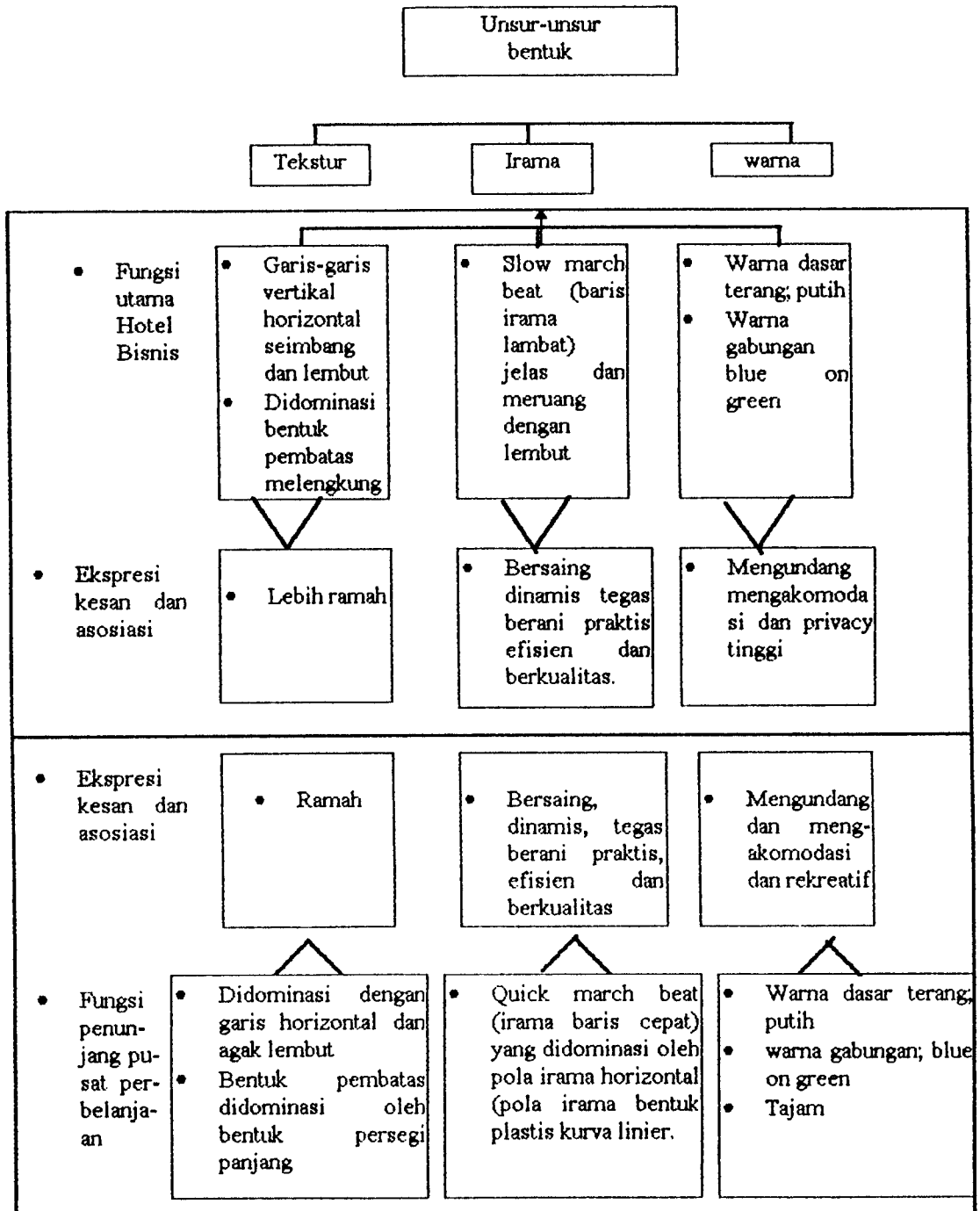
Ekspresi ; ramah dan rekreatif.

3. Warna ; white-blue on green (Terang, putih-biru hijau; muda,hijau)

Ekspresi ; Berani, tegas, bahagia



Gb.4.5.
Pola penentuan dan penerapan unsur-unsur
Bentuk ; tekstur, irama dan warna



4.7. Pendekatan Konsep Gubahan Massa

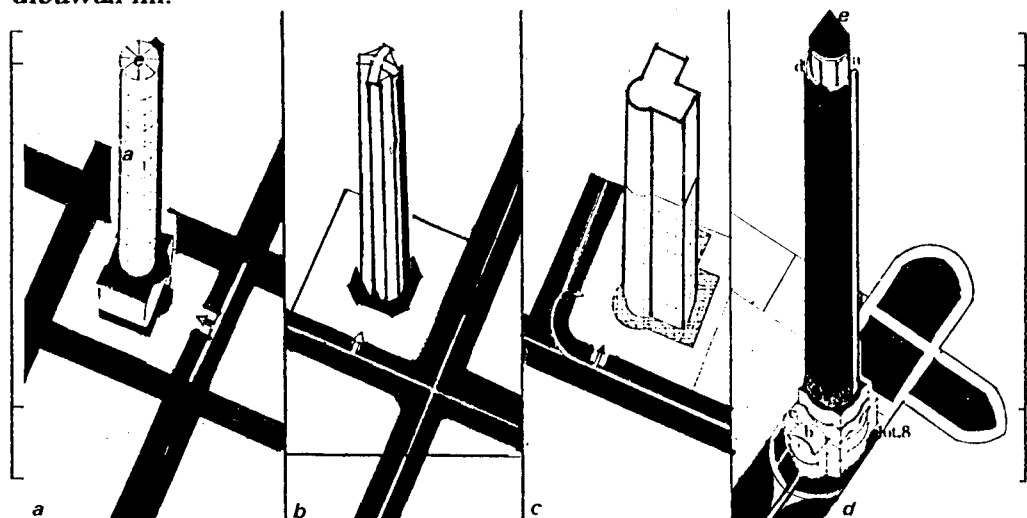
Pendekatan konsep gubahan massa meliputi dari fungsi utama hotel yang bersifat bisnis dan sebaliknya fungsi pusat perbelanjaan yang cenderung sebagai fasilitas berbelanja atau rekreasi di jadikan sebagai fasilitas penunjang / pendukung.

Selain dari fungsi , juga perhubungan antara suatu rancangan dengan lingkungan (setting) dan tata letak/ site di SCDB.

Komposisi gubahan massa hotel bisnis disini adalah hal yang utama sehingga prioritas bentuknyapun lebih diutamakan dan tanpa mengindahkan bentuk gubahan massa pada pusat perbelanjaan. Dan hakekat dari pendekatan bentuk gubahan massa ada relevansinya dengan fenomena baru bentuk arsitektur, yaitu menghindari dari bentuk bangunan kotak, dan upaya menerapkan kaidah idealis dalam arsitektur (norma, gagasan dalam arsitektur) untuk mendukung kepentingan bisnis.

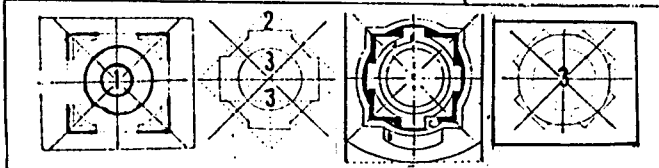
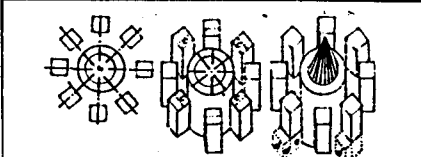
Untuk 3 (tiga) pola bentuk gubahan massa antara hotel bisnis dan pusat perbelanjaan dari hasil analisa penggabungan tiga bentuk komposisi, maka ada beberapa alternatif pendekatan pemilihan bentuk komposisinya antara lain; (Gb;a,b,c &d)

Sedang konsep pendekatan tersebut, bila ditinjau dari segi kesan pesan dan peran yang ditimbulkan oleh masing-masing bentuk massa, terangkum dalam tabel dibawah ini.



Hotel Bisnis Multi Fungsi Di SCBD Jakarta

Tabel 4.6.
Pendekatan Konsep
Kesan, Pesan dan peran
Karakteristik massa bangunan

Bentuk Massa bangunan	Kesan	Pesan	Peran
Lingkar dan segmen-segmen-nya	Sosok terpusat	Mengundang	Menjadi Pusat
			
Kubus persegi panjang prismatis	Kokoh solid Sosok, netral, murni	Mudah dikenal	Kekokohan sebagai paku yang menancap ke bumi
Segitiga & segmen-segmennya	Sosok stabil	Agung	meningkatkan, mempertinggi nilai dari lingkungan
			

4.8. Pendekatan penerapan teknologi struktur dan bahan

Pendekatan teknologi struktur, meliputi persoalan dari bagian-bagian yang terdiri dari :

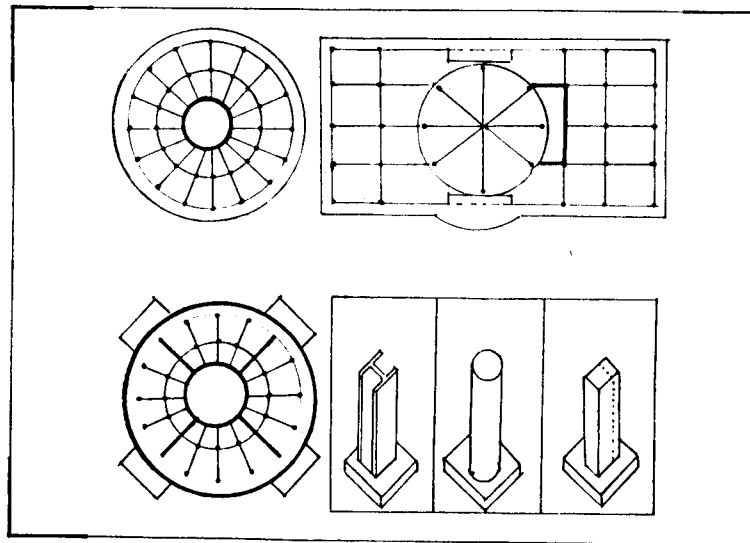
1. Sub struktur, bagian bangunan yang berada di dalam tanah yang berfungsi sebagai pendukung bangunan dan penyalur gaya-gaya yang timbul akibat berdirinya suatu bangunan kedalam tanah.
2. Super struktur bagian bangunan yang berada di atas tanah yang berfungsi sebagai pembentuk wadah kegiatan.

Pendekatan konsep prinsip dasar pola penerapan teknologi struktur meliputi :

1. Nilai estetis yang didukung oleh kebenaran sistem struktur.
2. Pemilihan sistem struktur mampu dimanfaatkan untuk mengubah bentuk gubahan massa.
3. Pemilihan sistem struktur yang dapat diterapkan dengan gubahan massa di luar bentuk kotak (variatif).

Untuk pendekatan ekspresi yang ditimbulkan oleh pola penerapan teknologi struktur pada hotel bisnis multi fungsi dibedakan atas dasar :

1. Ekspresi kokoh, solid melalui struktur yang disembunyikan garis-garis vertikal dan horizontal.
 1. Teknis
 2. Karakteristik pemakaian sifat
 3. Ekspresi
2. Ekspresi kokoh, solid; melalui penonjolan struktur yang menampilkan garis-garis vertikal dan horizontal.



Tabel 4.3.
Pendekatan Konsep
Prinsip dasar pola penerapan
Teknologi struktur dan bahan
Pada hotel bisnis multi fungsi

	Fungsi Bangunan	Prinsip Dasar Pertimbangan Pola Penerapan	Essensial Pola Penerapan	Pola Penerapan	Ekspresi Kesan Penampilan	Perbandingan Pola Pemakaian (%)
S T R U K T U R	Hotel Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> Estetis yang didukung oleh kebenaran sistem struktur, Sistem struktur dapat dimanfaatkan untuk mengubah bentuk massa bangunan dan penampilan bangunan. 	<ul style="list-style-type: none"> Nilai Estetis Media komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Menonjol tetapi tidak menampilkan garis-garis struktur vertikal dan horizontal 	<ul style="list-style-type: none"> Kokoh Solid Penonjolan struktur 	100% 100% 25%
	Pusat Perbelanjaan	<ul style="list-style-type: none"> Sistem struktur, dapat diterapkan dengan komposisi gubahan massa di luar bentuk kotak 		<ul style="list-style-type: none"> Menonjol dan menampilkan garis-garis vertikal dan horizontal 	<ul style="list-style-type: none"> Kokoh Solid Penonjolan struktur 	100% 100% 75%
B A H A N	Hotel Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> Teknis; sederhana banyak dipakai dan mudah, dibandingkan dengan bahan lain Sifat/karakteristik; efisien, dapat digabung dengan bahan lain. 	<ul style="list-style-type: none"> Nilai estetis Media Komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Glass Curtain Wall (GCW) atau metal 	<ul style="list-style-type: none"> Ringan Tenang 	75%
	Pusat Perbelanjaan	<ul style="list-style-type: none"> Karakteristik pemakaian; (Comercial Building) 		<ul style="list-style-type: none"> Kaca atau metal 	<ul style="list-style-type: none"> Ringan Rekreatif 	25%

BAB V
KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
HOTEL BISNIS MULTI FUNGSI

5.1. Umum

Dalam penerapannya, sebuah *Konsep* merupakan perwujudan antara *kaidah idealis dalam arsitektur dengan kepentingan bisnis para bouwhers*. Untuk menuju tahap transformasi desain dan keterbukaan desain adalah untuk mencari alternatif konsep dan penerapan bentuk hingga dicapai suatu konsep yang memiliki nilai tambah. Dan penyusunan konsep ini diharapkan memecahkan permasalahan pada kesimpulan pendekatan yang sudah dilakukan pada bab-bab sebelumnya.

Perhitungan utama dalam konsep perencanaan dan perancangan terdiri dari :

1. *Konsep bangunan; Multi fungsi yaitu hotel bisnis dan pusat perbelanjaan.*
2. *Upaya menampilkan bangunan, melalui pendekatan fenomena baru Arsitektur Kota Jakarta; Massa bangunan variatif, komunikatif dan strategi penerapan kaidah idealis dalam arsitektur yang mendukung kepentingan bisnis; Ungkapan fisik karakteristik "Centre Point".*

5.2. Kriteria Jenis Hotel dan Pusat Perbelanjaan

	Uraian berdasarkan Klasifikasi Hotel	Jenis Keterangan Hotel
Hotel	• Jumlah kamar	Hotel besar dengan (kamar lebih besar dari 300)
	• Jumlah Bintang	Bintang IV
	• Kategori Hotel	Hotel Bisnis
	• Golongan Peserta	• Pengusaha, perusahaan, lembaga, profesi • Wisatawan • Keluarga
	• Tingkat Kegiatan	• Internasional • Nasional • Regional
	• Lokasi	• Business Hotel
	• Sistem Pembayaran	• American Plan
		• Tarif Kamar

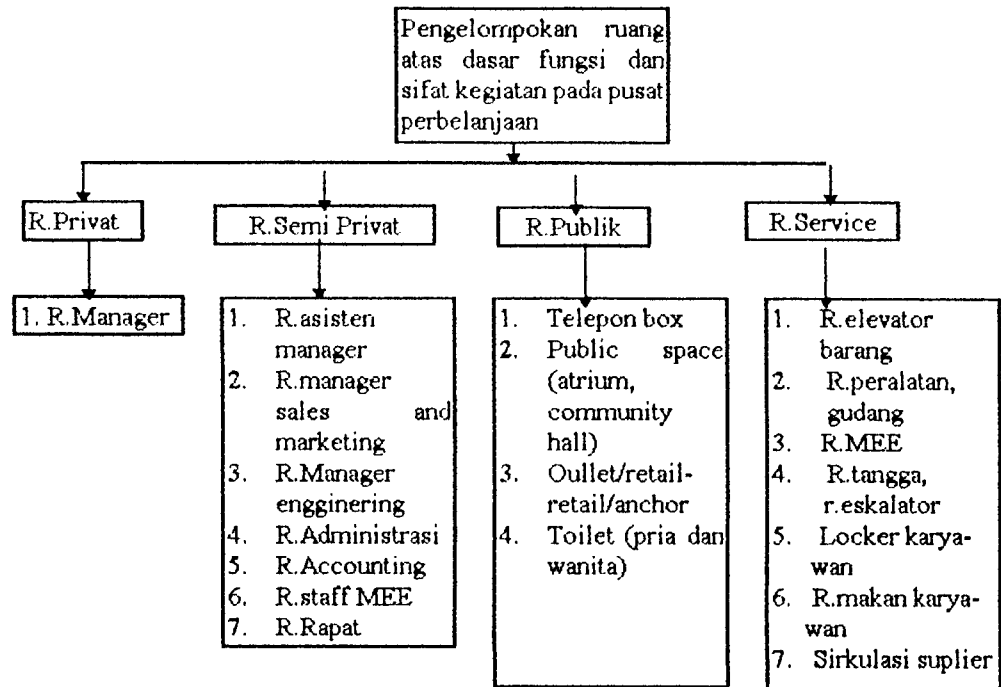
	Uraian	
Pusat Perbelanjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut Mithland • Menurut Rubenstein 	Mall Campuran (Integrated Mall) (Full Mall)
	<ul style="list-style-type: none"> • Standar DKI Jakarta • Bentuk Fisik 	Pusat Perbelanjaan Kota (Service City Centre) Shopping Centre

5.2.1. Konsep Kebutuhan Macam Ruang

Klasifikasi Pengelompokan Ruang	Macam Pelaku dan Fasilitas Ruang	
R.Privat	Tipe Kamar Tamu	Standar room Superior room Club room Executive room Executive suite Empress suite Imperial suite
	Jumlah	
R.semi privat <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pengelola ± 325 orang • 3 m² / 1 orang 	R.Pengelola	R.General manager (GM) R.Asisten GM R.Sekretaris GM R.Manager sales marketing R.Seksi staff sales mark R.Manager public relations R.Accounting R.Administrasi R.General eng technical (GET) R.Asist.GET R.General front office (FO) R.Manager house keepr (MHK) R.Asist.M.H.K R.Manager kitchen R.ass & staff manag kitchen
R.Publik	Nama ruang	1. Lobby (lm ² / kamar) 2. Shopping areade 3. Restaurant 4. Coffe shop 5. Leurge 6. Bar 7. Banguet room / kamar 8. Meeting room 9. Function hall 10. Ball room 11. Club room 12. Front office area

		13. Sport indoor 14. Sport outdoor
Ruang servis	<ol style="list-style-type: none"> 1. R.locker 2. R.makan 3. AC 4. AHU 5. R.telekomunikasi 6. MEE area m2/kamar 7. Laundry area 8. Toilet area 9. R.repair and maintenance 10. Kitchen area 11. R.security 12. Gudang 13. R.Tangga darurat 	
	Loading dock untuk area sirkulasi untuk parkir mobil	
Untuk pusat perbelanjaan ruang privat dan semi privat	6 ruang kantor manager 9 ruang staff ruang rapat	
Ruang publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Macam retail : 150 retail kecil 100 retail sedang 50 retail besar anchor asumsi publik space 10% dari retail dan anchor 2. Asumsi retail dan anchor 3. Fasilitas relreaso, anak (2,5 m2/pasang) 4. Telepon box area 	
Ruang service	<ol style="list-style-type: none"> 1. R. engginerring (MEE) 2. R.locker 3. R.makan karyawan 4. R.service 5. 4 toilet area 6. Parkir mobil 7. Area sirkulasi 20% 	

5.2.2. Konsep Kelompok Ruang Pada Pusat Perbelanjaan

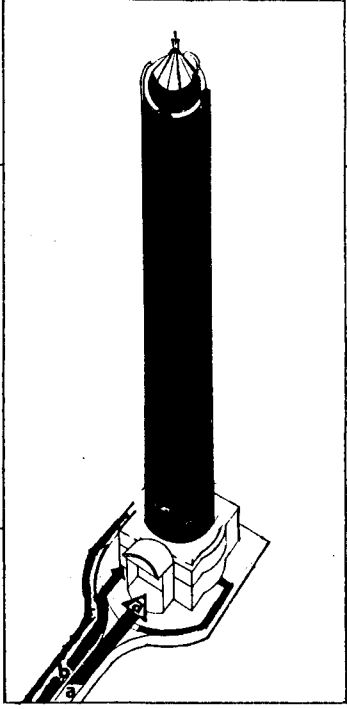


5.3. Konsep Lokasi dan Site

Lokasi/ Lot 8		
Kawasan Superblok Pusat Bisnis (SCBD)	<ul style="list-style-type: none"> Aksesibilitas tinggi, pencapaian melalui 4 arah Sudah tersedianya infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Fungsi kegiatan komersial / hotel Hunian (inhibition) Bisnis dan kerja (Business and Work)
		<ul style="list-style-type: none"> Rekreasi

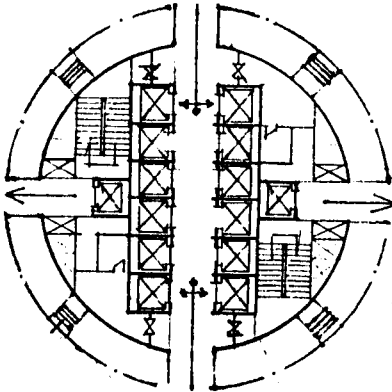
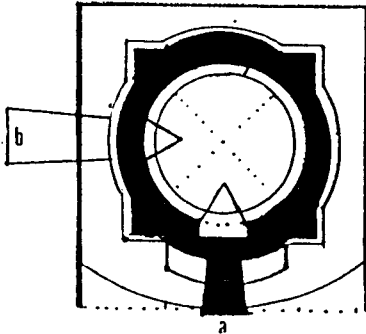
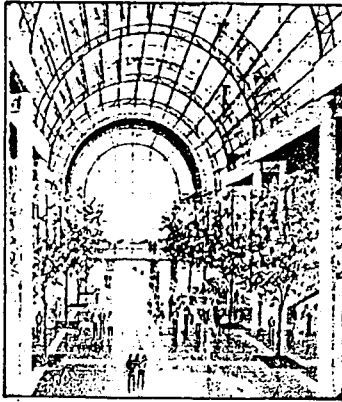
5.3.1. Konsep Pencapaian & Sirkulasi

- Faktor keamanan, kelancaran antara pengunjung / tamu pada Hotel Bisnis dengan shopping centre
- Membedakan sirkulasi antara kendaraan dengan pejalan kaki

<ul style="list-style-type: none"> • Pola pencapaian dan sirkulasi • Hotel Bisnis 	Gb,a	
<ul style="list-style-type: none"> • Pola pencapaian dan sirkulasi • Shopping centre • Pejalan kaki 	Gb,b	
<ul style="list-style-type: none"> • Pencapaian dan sirkulasi kendaraan 	Gb,c	

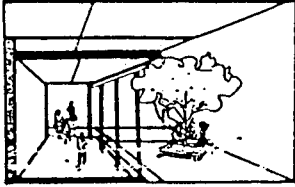

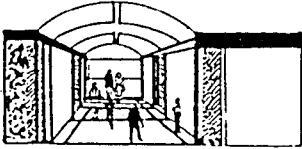
Gb.5.1

5.3.2. Konsep Pola Sirkulasi pada Hotel Bisnis

<ul style="list-style-type: none"> • Pola sirkulasi vertika -Pemisahan sirkulasi antara jalur pelayanan (service) dengan jalur pengguna dengan jalur penanggung jasa fasilitas (tamu) - Dijadikan satu dalam atau menyebar diluar core utilitas bangunan 	
<ul style="list-style-type: none"> • Pola sirkulasi horizontal -Pemisahan jalur sirkulasi antara pelaku internal a (tamu) dengan pelaku eksternal (penyelenggaraan bisnis), b. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi horizontal pada Hotel bisnis berupa koridor. 	

Gb.5.2

5.3.3. Konsep Pola Sirkulasi Pada Shopping Centre

<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi terbuka satu sisi - Berupa open space pada food court di arcade bangunan. 	 <ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi terbuka salah satu sisi
<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi terbuka pada kedua sisi - Menembus pandang - Sebagai open space pada bagian tengah bangunan 	 <ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi terbuka kedua sisi
<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi dalam bangunan - Berupa koridor (lorong) - Berupa akhiran pencapaian 	 <ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi tertutup
<ul style="list-style-type: none"> • Pola sirkulasi; • Mengikuti konfigurasi ruang yang ada • Memusat dan menyebar <p style="text-align: center;">Gb.5.3</p>	

5.4. Konsep Hubungan Bentuk Dan Tata Ruang

<ul style="list-style-type: none"> Prinsip pengolahan tata ruang 	<ul style="list-style-type: none"> Ruang dalam ruang Kejelasan. Batas dari fungsi utama; Hotel Bisnis & Fungsi penunjang pusat perbelanjaan (shopping centre) Orientasi Fungsi utama memusat sedangkan fungsi penunjang menyebar keluar
<ul style="list-style-type: none"> - Satu tipe beda dimensi b,c,d,f. - Dua tipe beda dimensi;a,e. 	<ul style="list-style-type: none"> Ruang persebelahan Tingkat kontinuitas visual; tingkat kejelasan bidang pembatas antara fungsi utama (Hotel Bisnis) dengan fungsi penunjang (shopping centre)
	<p>Gb ; Ruang ruang bersebalahan</p> <ul style="list-style-type: none"> Ruang bersama Karakter ruang bersama ditentukan oleh bentuk, orientasi dari ruang dan jaraknya sesuai dengan fungsionalnya.

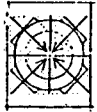
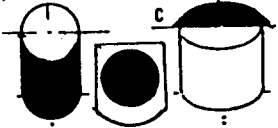
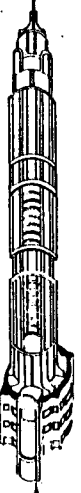
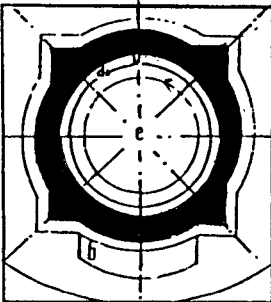

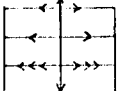
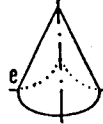
Gb.5.4

Sumber ; Francis D.K Ching, Bentuk; Ruang & Susunannya

5.5. Konsep Multi Fungsi

Konsep	Jenis Fungsi		Ratio Luas Bangunan / Lot	%
Multi fungsi	• Fungsi Utama	• Hotel Bisnis	$L_g=18.225 \text{ m}^2$	75
	• Fungsi Pendukung	• Pusat Perbelanjaan	Lot_g	25

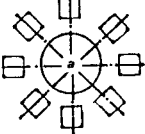
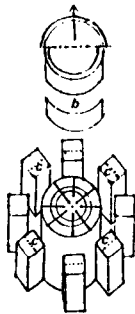

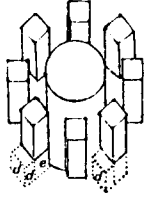


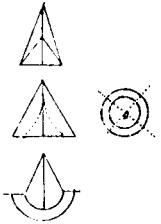

5.6. Konsep “Centre Point” Dasar Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

Kesan/ Ekspresi	Dasar Pertimbangan Pola Penempatan (Penerapan)	Pola Penerapan	Bentuk Wujud Dasar		Karakteristik	Desain Centre Point
<p>Lingkaran :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Central dari lingkungan • Mengundang • Mengakomodasi 	<p>Untuk memperkuat sifat alamiahnya ; c entral</p> 	<p>a. Penempatan lingkaran pada pusat suatu bidang</p> 	Primer	Lingkaran	<ul style="list-style-type: none"> • Konsentrasi tinggi • Inersia visual tinggi b. Kemampuan bergabung dengan bentuk lain 	
<p>Kubus :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mudah dikenal 	<p>Untuk tetap mempertahankan identitas</p>	<p>d. Penempatan kubus atau persegi anjang prismatis ada sisi-sisi lingkaran</p> 	Sekunder 1	berubah Kubus menjadi panjang prismatis	<ul style="list-style-type: none"> • Netral • Dapat diubah menjadi persegi panjang prismatis 	
<ul style="list-style-type: none"> • Agung 	<p>Meningkatkan nilai bangunan lingkungan</p>	<p>e. Penempatan segi tiga bentuk wujud dasar primer</p> 	Sekunder 2	Segi tiga & segmen-segmentnya	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilitas tinggi 	

Gb. 5.5

5.7. Konsep “Centre Point” Bentuk Gubahan Massa Pada Hotel Bisnis Multi

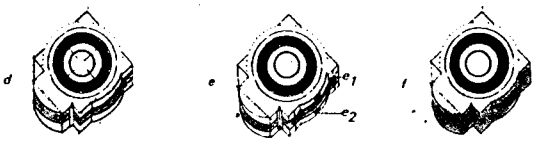
Fungsi


Ekspresi, Kesan	Gubahan Massa	Perubahan Dimensi	Pola Penerapan	Ratio Pemakaian dan Penerapan (%)
<ul style="list-style-type: none"> • Central • Mengundang 	<p>1. Lingkaran merupakan sosok yang terpusat berarah ke dalam dengan sendirinya mempunyai karakteristik atau sebagai central bagi bangunan itu sendiri</p> 	 <ul style="list-style-type: none"> • Arah vertikal 	<p>1. Hotel bisnis didominasi oleh bentuk gubahan massa.</p> <p>a. lingkaran b. lengkung</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkaran atau (75%) • Kubus atau persegi panjang prismatis (25%) • Kubus/ persegi panjang prismatis (75%) • Lingkaran atau lengkung (25%) • Segi tiga/ piramida kerucut (12,5%).
	<p>2. Bujur sangkar (kubus) sosok yang bersifat statis netral dan murni</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Diubah menjadi persegi panjang prismatis • dengan memperpanjang tinggi lebar dan tebalnya • Perubahan bentuk akibat penambahan 	<p>Pada pusat perbelanjaan didominasi oleh bentuk gubahan massa persegi panjang prismatis dan lengkung</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Agung 	<p>3. Segitiga, sosok yang stabil</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Diubah menjadi piramida atau kerucut dengan mengubah da sarnya memindahkan kedudukan titik puncak keluar dari sumbu vertikal yang normal 	<p>Pada atas bentuk massa primer lingkaran</p> 	<p>Ob. 56</p>

Hotel Bisnis Multi Fungsi Di SCBD Jakarta

5.8. Konsep “Centre Point” Unsur-unsur Bentuk Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi.

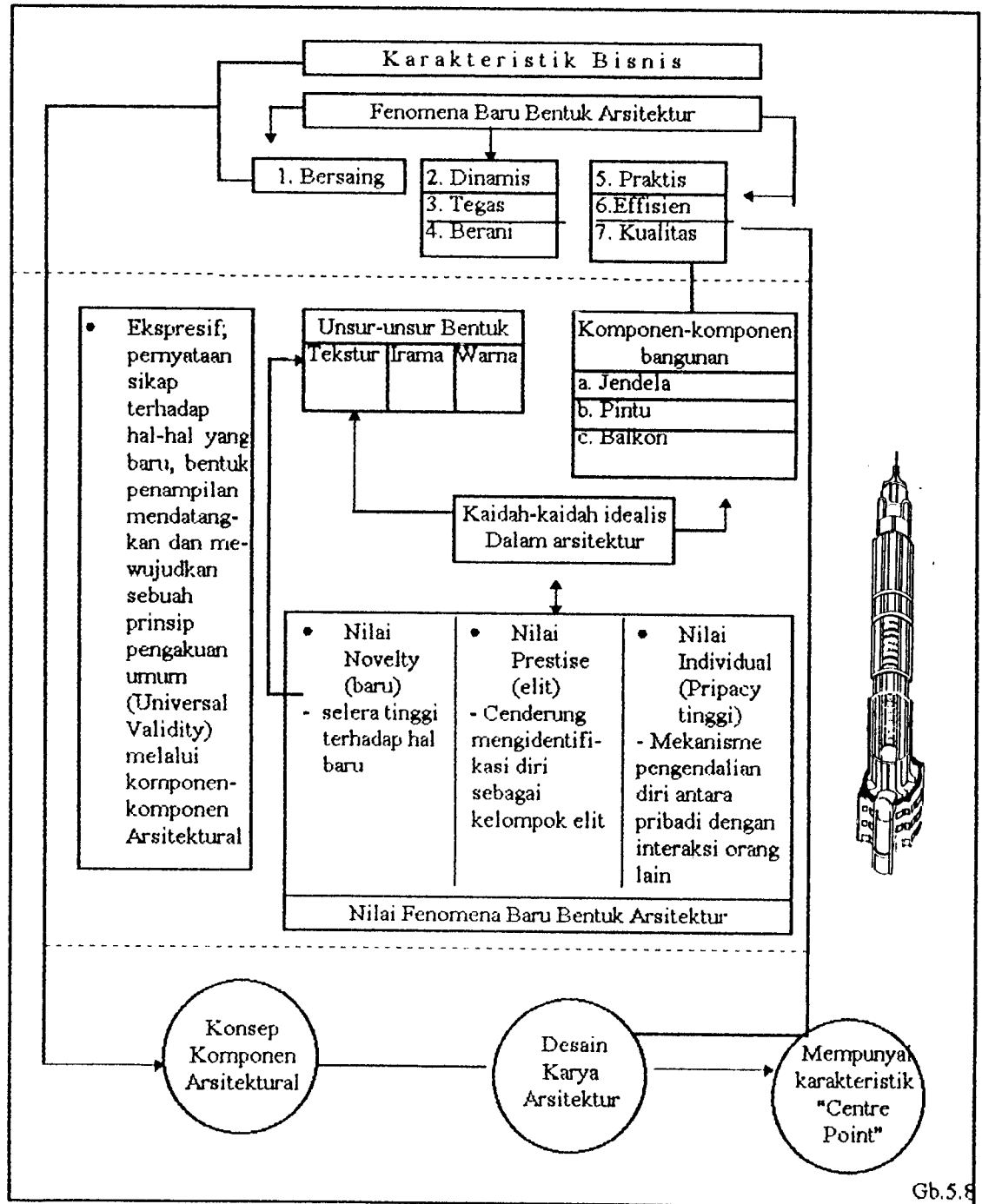
Ekspresi Kesan Asosiasi	Ekspresi Bentuk pembatas	Fungsi	Unsur-unsur Bentuk	Pola Penerapan Desain Central Point
<ul style="list-style-type: none"> • Lebih ramah 	Primer, lingkaran, melengkung	Hotel Bisnis	a. Tekstur	Garis-garis vertikal, horizontal, seimbang dan lembut
<ul style="list-style-type: none"> • Bersaing • Dinamis • Tegas • Berani • Praktis • Efisien • Berkualitas 	Sekunder 1. kubus atau persegi panjang prismatis		b. Irama	Slow march beat jelas, meruang dan lembut
<ul style="list-style-type: none"> • Kesan - kehangatan Asosiasi - Berani 	Sekunder 2. segitiga		c. Warna	Terang, white blue on green (putih, biru dan hijau muda atau terang shappire -Blue on green (ke emasan), biru dan hijau muda
<ul style="list-style-type: none"> • Ramah 	Primer, kubus persegi panjang prismatis	Pusat perbelanjaan (Shopping centre)	d. Tekstur	Didominasi oleh garis-garis horizontal, agak lembut
<ul style="list-style-type: none"> • Ramah dan • Rekreatif 	Sekunder melengkung		e. Irama	Quick march beat dan pola irama e1 bentuk plastis kurva linier e2.
			f. Warna	White blue on green (terang, putih, biru dan hijau muda)





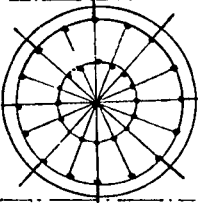
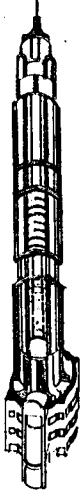
Gb. 5.7

5.9. Konsep Hubungan Antara Bentuk, Simbol/ Nilai dengan Karakteristik Bisnis



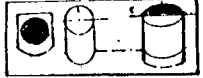


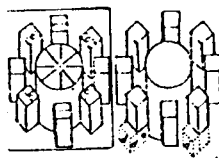

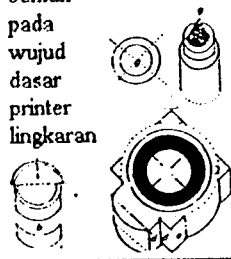



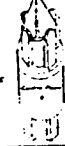
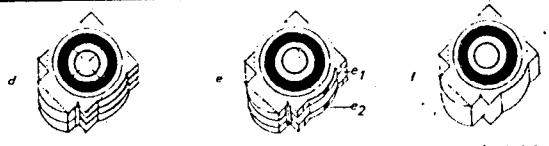
Gb.5.8

5.10. Konsep Dasar "Centre Point" Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

Ekspresi Kesan	Dasar Pertimbangan	Essensial Pola	Pola Penerapan Ratio Pemakaian (%)		Desain "Centre Point"	
Kokoh, solid	<ul style="list-style-type: none"> Kebenaran struktur 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu mengungkapkan perasaan nilai estetis Media komunikasi Dapat dimanfaatkan untuk mengubah massa bangunan diluar bentuk kotak 	<ul style="list-style-type: none"> Pada Hotel Bisnis Menonjolkan dan menampilkan garis-garis struktur vertikal dan horizontal 	<ul style="list-style-type: none"> Kokoh, solid 	100	
	<ul style="list-style-type: none"> Sistem struktur, frame system rangka terdiri atas komposisi dari kolom dan balok 			<ul style="list-style-type: none"> Penonjolan struktur Menyembunyikan struktur 	25	75
Ringan Tenang	<ul style="list-style-type: none"> Teknis, sederhana dan banyak di pakai serta mudah dalam pemeliharannya dibanding dengan bahan lain Karakteristik / sifat, efisien, mudah digabung dengan bahan lain 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu mengungkapkan nilai estetis Mampu memberi komunikasi makna yang terkandung dalam pemakaian untuk bahan finishing bangunan 	<ul style="list-style-type: none"> Pada pusat perbelanjaan (shopping centre) Menonjolkan struktur dan menampilkan garis-garis vertikal, horizontal. 	<ul style="list-style-type: none"> Kokoh solid Penonjolan struktur Menyembunyikan struktur 	100	
			<ul style="list-style-type: none"> Pada Hotel Bisnis memakai bahan Glass Curtain Wall atau metal 	<ul style="list-style-type: none"> Bahan Glass Curtain Wall/ metal 	50	
Rekreatif Tenang			<ul style="list-style-type: none"> Pada pusat perbelanjaan, memakai bahan metal atau kaca 		50	

Gb:5.9

5.10.1. Kesimpulan Konsep “Centre Point” Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi

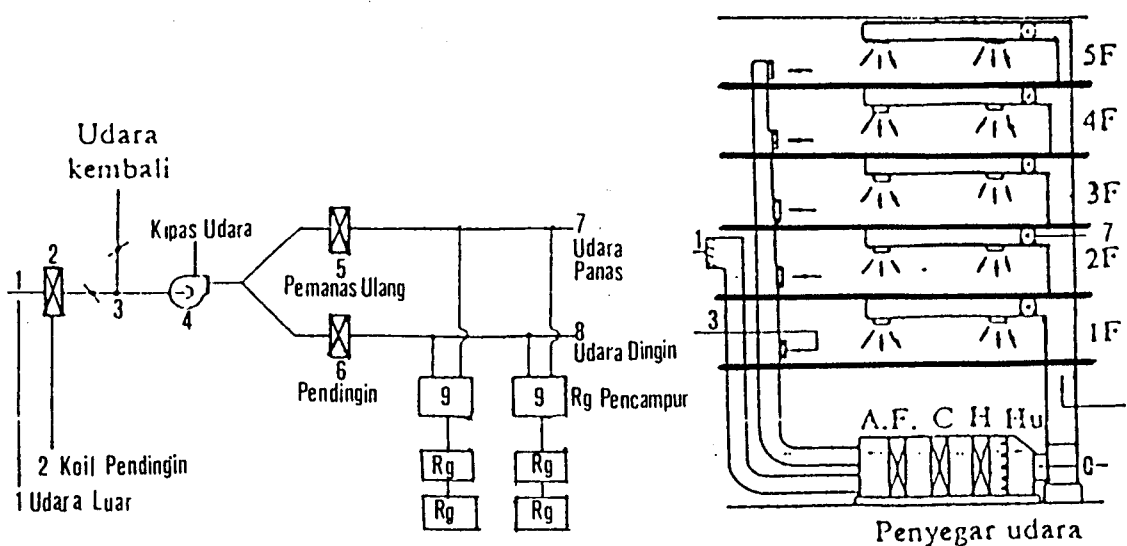
Konsep “Centre Point” Bentuk Dasar Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi		Karakteristik Desain Centre Point	
 <ul style="list-style-type: none"> • Penempatan lingkaran pada pusat suatu bidang 	<p>2. Kubus menjadi persegi panjang prismatis.</p> 	 <p>3. Segi tiga diubah menjadi piramida atau kerucut</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsentrasi tinggi • Kemampuan bergabung dengan bentuk lain • Inersia visual tinggi
Konsep “Centre Point” Bentuk Massa Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi			
<p>Lingkaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Central dari lingkungan • Perubahan arah vertikal 	<p>2. Bujur sangkar (kubus) persegi panjang prismatis pada sisi lingkaran</p> <p>* Perubahan bentuk akibat penambahan</p> 	<p>Penempatan segi tiga bentuk pada wujud dasar printer lingkaran</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Central • Mengundang • Kokoh / solid • Agung Meningkatkan dan meningkatkan nilai bangunan di atas lingkungan 
Konsep Centre Point Unsur-unsur Bentuk Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi			
<p>1. Tekstur</p>  <p>2. Irama</p>  <p>3. Warna</p> 	<p>Garis-garis vertikal, horizontal, seimbang lembut</p> <p>slow march beat jelas meruang dan lembut</p> <p>Terang, white blue on green (putih, biru dan hijau muda atau terang, shapphire)</p> <p>Blue on green (keemasan) biru dan hijau muda.</p>	<p>Tekstur</p> <p>Irama</p> <p>Warna</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terang - Muda - Tajam 	<ul style="list-style-type: none"> • Didominasi oleh garis-garis horizontal, agak lembut • Quick march reat dan pola irama bentuk plastis kurva linier • White blue on green (terang, putih, biru dan hijau muda) <p style="text-align: right;">Ob. 5.10</p>
Konsep “Centre Point” Penerapan Teknologi Struktur dan Bahan Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi			
<ul style="list-style-type: none"> • Tokoh, solid • Penonjolan, Struktur • Menyembunyi-kan struktur 	<p>100</p> <p>25</p> <p>75</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kokoh, solid • Penonjolan, struktur • Menyembunyi-kan struktur 	<p>100</p> <p>50</p> <p>50</p> <p>Bahan Glass Certain Wall/ Metal</p> <p>75</p>

5.11. Konsep Dasar Sistem Utilitas

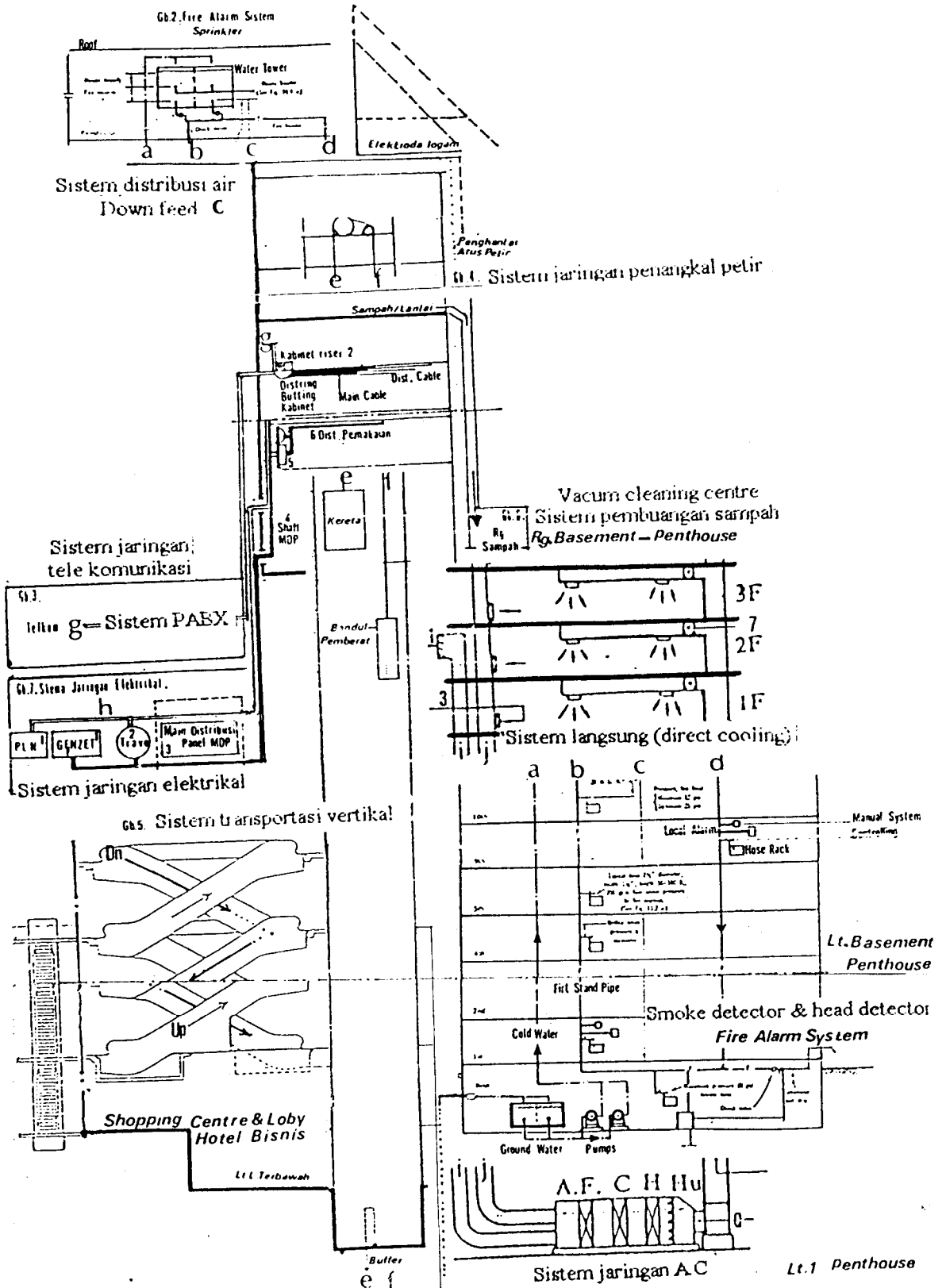
- Merupakan konsep yang melekat dan akan dihadapi oleh semua perancang dalam merencanakan semua jenis bangunan. Adapun sistem utilitas meliputi seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Macam sistem utilitas		• Sistem yang dipakai
1	Sistem jaringan AC	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem langsung (direct cooling) • Sistem tak langsung (indirect cooling)
2	Sistem jaringan kebakaran dan sistem indikatornya	<ul style="list-style-type: none"> • Smoke detector & head detector • Fire alarm system
3	Sistem jaringan telekomunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem PABX
4	Sistem jaringan penangkal petir	<ul style="list-style-type: none"> • Modern
5	Sistem transportasi vertikal	<ul style="list-style-type: none"> • Elevator • Escalator • Tangga darurat
6	Sistem pembuangan sampah	<ul style="list-style-type: none"> • Vacuum cleaning centre
7	Sistem distribusi air	<ul style="list-style-type: none"> • Down feed
8	Sistem jaringan elektrikal	<ul style="list-style-type: none"> • Convengen, kontras, kuat • Divergen (menyebar) • PLN & GENZET

Gb.1. Skema Dan Sistem Jaringan AC



5.11.1. Gb. Konsep Dasar Sistem Utilitas Pada Hotel Bisnis Multi Fungsi



Hotel Bisnis Multi Fungsi Di SCBD Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- A.F. Aalbers. Djefry W.D., *Design Of City*.MPU.
- Agustinus Darsono, *Front Office hotel*, Grasindo PT, Jakarta, 1996.
- Dipl.Ing. Surwondo. B.Sutedjo; *Pesan, Kesan dan Peran Bentuk-bentuk Arsitektur*, Djambatan, 1994.
- Deparpostel DKI, Januari 1996.
- Daniel L.Schodeck, *Structure*, Eresco PT.
- Edward.t. White ; *Ondering Systems, an Introduction to architectural Design*. ITB/ Penerbit.
- Francis D.K. Ching, *Architecture; from, Space and Order*, Erlangga, 1995.
- Greertz, Hildred; *The Culture System of Community In Indonesian*.
- Heinrich Engel, *Structure System Conclution*.
- Hesselgren, Sven, *The Language Of Architecture*.
- Handoyotomo Ir. MSA, *Methode Perancangan (Bahan MK)* Mei 1996.
- Hanif.B.Ir., *Bahan MK.PA III*.
- Ilya F.M.Ir., *Kumpulan Bahan MK PA IV*.
- Lawson, Fred, *Hotels, motel and concominium. Design, Planning and Maintenance, The Architectural*, Press. LTD, Chaners Books International INC.
- M.Dahlan Al Barry, *Modern Dictionary*, 1994.
- Melvin A.Hopper, *Kalaedoscope International, Indonesia Metting The Century 21*, EM-Co-Ltd,1994.
- Neufert Erust, *Data Arsitek*, Jilid I, II, Gelora Aksara Pratama PT., 1991.
- Najdib Jh, *Twety Million*, Fajar Mulya PT., Surabaya, 1993. Tarmudji, Drs.Bsc.
- RIPPNAS 1997.

R. G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata; Sebagai Systemic Linkage*, Gramedia Pustaka Utama PT., Jakarta, 1996.

Rubenstein, Harvey, M., *Pedestrian Mall, Streetscapes, and Urban Space*.

Schulz, Christian, Norberg, *Intention In Architecture*, MIT Press.

Syamsuridjal D.Dr, Kaelany HD. Drs, *Peluang Industri Perhotelan Mutlara*, Sumber Widya PT., Jakarta, 1996.

Syaifullah, Ir., *Catatan Berbagai Sumber*, Superblok.

William Ir.Curtz, *Modern In Architecture*, Pretoce-Hall, Englewood Cliffs New Jergey INC.

Wojciech Lesizzkowski, *The New French Architecture*, Rizzoli, New York.

Majalah Info Bisnis, no.225 Th XX/ April 1996.

Majalah Info Bisnis, Edisi 46/ Tahun III/ April 1997.

Majalah Konstruksi, No.205,th XIX, Mei 1995.

Majalah Konstruksi, April 1996.

Majalah Info Bisnis, Edisi 36/ Th II/ Sept 1996.

Majalah Nova, 1996.

Erna R.Masulilli, *Hotel dan Restoran*, No.II, Februari 1997.

Syahrul Gani, *Hotel dan Restoran*, No.II, Februari 1997.

Guide Book On Tourism Information, Jakarta, 1995.

LAMPIRAN

Pendapatan Proyek

- Sewa kamar = US\$ r/ hari
- Faktor kekosongan gedung 80%
- Pendapatan di luar kamar = 150%
- Pendapatan kotor (R) = a,e,n,hr

$R = a, e, n, hr$ $= 2,5 \times 0,8 \times 530 \times 365 \times \text{US\$ } r$ $= \text{US\$ } 386.900 \text{ } r$	ket : a(KLB) c (0,8) n (jln kamar) hr (US\$.365/ hari dalam setahun)
--	--

Pengeluaran

- Biaya operasional dan pemeliharaan gedung (50%R)
- $0,5 \% \times \text{US } 386.900 \text{ } r = \text{US\$ } 193.450 \text{ } r$
- Penyusutan bangunan $2,5\% \times \text{US\$ } 29.289.750 = \text{US\$ } 732.243,75/\text{th}$
- Total US\$ 925.693,75
- Biaya bunga
- Perkembangan kredit selama masa konstruksi (3 th)
- $L = \text{US\$ } 29.289.750 (1+0,06) = \text{US\$ } 31.047.135$
- Bunga :
- $0,12 \times \text{US\$ } 31.047.135 - 0,01 \times \text{US\$ } 31.047.135$
- $(\text{US\$ } 3.725.656,20) - (\text{US\$ } 2.173.299,450$
- $(193.450 \text{ } r + 2.607.959,3) \text{ dari } 2.173.299,45 \times 0,12$

- Cadangan pajak 15%
- = 0.15 (386.900 r r (193.450 r + 2.607.959,3)
- = US\$ 55.335 r-2.432.509,30
- pengembalian modal sendiri : $0,12 \times 9.763.250 = \text{US\$ } 1.171.590,00$
- pembayaran kembali pokok kredit $(1/15 \times 29.289.750) = \text{US\$ } 2.050.282,50$

Perhitungan minimum

Sewa minimum didapat bila pendapatan sama dengan pengeluaran.

Persamaan :

$$386.900 r = 468.891.04 r + 4.223.581,95$$

$$75.991.04 r = 4.223.581,95$$

$$r = \text{US\$ } 55,58 \text{ (sewa minimum)}$$

Analisa Titik Impas

Berapa jumlah kamar harus di sewa agar semua pengeluaran pokok tertutup ?

$$\text{Pendapatan kotor } 100\% = 2,5 \times 395 \times 365 \times r = 360.437,50r =$$

$$\frac{360.437,50r}{2} = 180.218,75$$

2

Biaya tetap (fixed cost)

Pembayaran kembali pokok kredit = US\$ 2.050.282,50

Pembayaran bunga : US\$ 2.173.299,45

————— +

US\$ 4.223.581,95

Biaya variabel (20% x ervice charge)

Biaya operasional & pemeliharaan US\$ 180.218,75

180.218,75

$$\text{US\$ } 180.218,75 + 4.223.581,95 = \text{US\$ } 4.300.961,95$$

Pada titik impas, pendapatan = pengeluaran pokok,

Persamaan :

$$360.437,50 r = 180.218,75 r + 180.218,75 + 4.223.581,95$$

$$180.218,75 r = 4.223.581,95$$

$$r = \text{US\$ } 23,44 \text{ (sewa minimum } 4.223.581,95 : 180.218,75 = 23,44$$

Jika tingkat penghunian hotel pada titik impas = $v\%$, maka :

Pengeluaran-pengeluaran pokok :

- Biaya tetap US\$ 4.300.961,95

- Biaya variabel US\$ 180.218,75

$$\text{US\$ } 180.218,75 rV + 4.300.961,95$$

Pendapatan hotel = US\$ 273.750 rV

Pendapatan : Pengeluaran pokok

Persamaan :

$$360.437,50 rV = 180.218,75 rV + 4.223.581,95$$

$$180.218,75 rV = 4.223.581,95$$

$$rV = \frac{4.223.581,95}{180.218,75}$$

untuk $r = \text{US\$ } 55,58$

$$v = 8.226.945,15$$

$$180.218,75 r$$

$$v = 45,87\%$$

$$v = 45,87 < 80\% \text{ (OK)}$$

Tingkat pengembalian sebelum pajak

Sebelum kredit lunas :

$$\text{Laba setelah pajak ditambah penyusutan} = 360.437,50 r - 4.223.581,95 - 180.218,75 r$$

$$180.218,75 r - 4.223.581,95$$

Hasil ini memiliki nilai sekarang selama 15 tahun =

$$\begin{array}{r}
 (1 + 0,08) - 1 \times 180.218,75 \text{ r} - 4.223.581,95 \\
 0,08 (1+0,08) \\
 0,55 \times (180.218,75 - 2.234.752,99) \\
 = 148.956,50 \text{ r} - 2.085.796,49
 \end{array}
 \qquad
 \begin{array}{r}
 \frac{1 + 0,08}{\text{x.c-a}} \\
 0,08 + (1+0,08) \\
 0,55 \times (c) - \\
 4.223.581,95 - 160.398.69 \times 0,55
 \end{array}$$

Setelah kredit lunas :

$$\begin{array}{r}
 \text{Laba sebelum pajak ditambah penyusutan} \qquad 2.234.752,99 \\
 360.437,50 \text{ r} - 180.218,75 \text{ r} = 180.218,75 \text{ r} \\
 \text{Jumlah nilai sekarang hasil ini :}
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 \frac{(1+0,08) - 1}{0,08(1+0,08)} \times 180.218,75 \text{ r} \\
 = 1,20 \qquad 2.085.796,49 - \\
 \qquad \qquad \qquad 180.218,75 \\
 \qquad \qquad \qquad = 1.905.577,745 \\
 = 1.905.577,74 \text{ r} \qquad 1.905.577,74 \times \\
 \qquad \qquad \qquad - 180.218,75
 \end{array}$$

Jadi jumlah nilai sekarang seluruhnya (2.106.474,54 r - 2.085.796,49)

Sedangkan nilai sekarang investasi total

$$\begin{array}{r}
 \text{PVI total} \qquad = (1+0,08/2) \times 39.053.000 \qquad 1.905.577,74 \times \frac{(1+0,08) - 1}{0,08(1+0,08)} \frac{(1+0,08)}{(0,08(1+0,08))} \\
 = (1,04 \times 39.053.000) \qquad - 180.218,75 \text{ r} = 2.106.474,54 \text{ r} \\
 = 40.615.120
 \end{array}$$

Tingkat pengembalian investasi sebelum pajak

$$\text{Rib} = \frac{2.106.474,54 \text{ r} - 2.085.796,49}{39.053.000}$$

untuk $r = 55,58$

$$\text{Rib} = \frac{2.106.474,54 (55,58) - 2.080.796,48}{39.053.000}$$

$$\text{Rib} = \frac{2.106.474,54 - 2.080.796,49}{39.053.000}$$

$\text{Rib} = 2,94 > 1$ (OK)

Pengembalian investasi sesudah pajak (Rate of return)

On investment after tax)

* Laba setelah pajak sebelum kredit lunas antara th 1 sampai th 15.

$$\begin{aligned} & \qquad \qquad \qquad \text{a} \qquad \qquad \qquad \text{b} \qquad \qquad \qquad \text{c} \qquad \qquad \qquad \text{a} \\ & = 360.437,50 \text{ r} - 180.218,75 \text{ r} - 4.223.581,95 - (21,064 \text{ r} - 360.438,16) \\ & = 180.219,41 \text{ r} - 4.583.977,51 \\ & \qquad \qquad \qquad \text{d} \qquad \qquad \qquad \text{e} \end{aligned}$$

a. dari 360.438,16 - 180.218,75

b. dari 4.223.581,95 + 180.218,75

(c + b)

* Jumlah nilai sekarang antara th 1 sampai th ke 15

$$\begin{aligned} & \qquad \qquad \qquad \text{g} \qquad \qquad \qquad \text{h} \\ & = 10,53 \times (180.219,41 - 4.583.977,51) \\ & \qquad \qquad \qquad \text{h} \qquad \qquad \qquad \text{i} \\ & = 1.897.710,39 - 24.705.773 \end{aligned}$$

e. dari $\frac{21,064}{2} = 10,53$

2

$$\begin{aligned} & \text{f. dari (f x g) + 29.289.750} \\ & = 1.897.710,39 + 4.583.977 \\ & = 29.289.750 - 4.583.977 \\ & = 24.705.773 \end{aligned}$$

* Setelah kredit lunas (th 16 sd th 40)

$$\begin{aligned} & = 0,15 (360.437,50 r - 180.218,75 r - (a+b)) \\ & = 0,15 (360.437,50 r - 180.218,75 r (540.656,25)) \\ & = 54.065,65 - 27.032,81 - 81.098,44 \\ & = 27,032m84 - 81m098, \text{ atau } (27.032 - 81.098) \end{aligned}$$

* Laba setelah pajak + penyusutan

$$\begin{aligned} & = 360.437,50 r - 180.218,75 r (j + k) & j + k = 108,13 \\ & = 182.218,75 - (j+k) & 182.218,75 - 108,13 \\ & = 182.110,62 + 81.098 & = 182.110,62 \end{aligned}$$

* Jumlah nilai sekarang (antara th 16 - th 40)

$$\begin{aligned} & = 10,53 \quad (182.110,62 + 81.098) \\ & = 1.917.624,83 + 853.966,152 \\ & = 54.065,65 - 27.032,81 - 87.096,44 \\ & = 27,032.84 - 81,098 \text{ atau } (27.032 - 81.098) \\ & \quad (j) \quad (k) \end{aligned}$$

* Laba setelah pajak + penyusutan

$$\begin{aligned} & = 360.437,50 r - 180.218,75 r (j+k) & j+k = 108,13 \\ & = 182.218,75 - (j+k) & 182.218,75 - 108,13 \\ & = 182.110,62 + 81.098 & 182.110,62 \\ & \quad (l) \quad (m) \end{aligned}$$

* Jumlah nilai sekarang (antara th 16 - th 40)

$$\begin{aligned} & \quad \quad \quad (l) \quad \quad \quad (m) \\ & = 10,53 \quad (182.110,62 + 81.098) \\ & = 1.917.624,83 + 853.966,132 \end{aligned}$$

* Jumlah nilai sekarang dari laba setelah pajak + penyusutan keseluruhan

$$\begin{aligned} & \quad \quad \quad (h) \quad \quad \quad (l) \quad \quad \quad (n) \quad \quad \quad (o) \\ & = 1.897.710,39 - 24.705.773 + (1.917.624,83 r - 853.966,152) \\ & = 3.815.335,22 - 22.80.062,61 \end{aligned}$$

Nilai investasi = 39.053.000

Tingkat pengembalian investasi setelah pajak = Ria

$$\text{Ria} = 3.815.335,22 (55,58) - 22.808.062,61$$

$$= \frac{212.056.331,51 - 24.705.773}{39.053.000}$$

$$= \frac{187.350.558,51}{39.053.000}$$

$$= 4,80 > 3$$

Return On Equity (ROE, tingkat pengembalian modal sendiri)

* Sebelum kredit lunas

(laba setelah pajak - pembayaran kembali pokok kredit + penyusutan)

$$\begin{aligned} & = 360.437,50 r - 180.218,75 r - 4.223.581,95 - (21,064 r - 360.438,16) - \\ & \quad 4.223.581,95 \end{aligned}$$

$$= 180.219,41 r - (4.223.581,95 + 4.223.581,95 + 360.438,16)$$

$$= 179.978,69 - 8.807.602,06$$

Tugas Akhir

$$\begin{aligned}360.438 + 180.218,75 &= 540.438,36 \\540.438,36 - 360.438,16 &= 179.995,75 \\179.995,75 - 21.064 &= 179.978,69\end{aligned}$$

* Jumlah nilai sekarang selama 15 tahun

$$\begin{aligned}&= (1+0,080 - 1 \\&\quad \frac{\quad}{0,08 (1+0,08)} \times 179.978,69 \text{ r} - 8.807.602,06 \\&= 10,53 (179.978,65 \text{ r} - 8.807.602,06 \\&= (1.895.175,18 - 92.744.049.69)\end{aligned}$$

* Setelah kredit lunas (bunga tidak ada, pokok kredit pajak)

$$\begin{aligned}&= 0,15 (360.437,50 \text{ r} - 180.218,75 \text{ r} - 540.656,25 \\&= 54.065 \text{ r} = (27.032-81.098) \\&= 27.032 - 81.098\end{aligned}$$

* Laba setelah pajak + penyusutan

$$\begin{aligned}&= 360.437,50 \text{ r} - 180.218,75 \text{ r} - (27.032 - 81.098) \\&= 182.110.62 + 81.098 \\&\quad (l) \quad (k)\end{aligned}$$

* Nilai sekarang modal sendiri

$$(1+0,08/2) \times \text{US\$ } 9.763.250 / = (1,04) \times \text{US\$ } 9.763.250 = \text{US\$ } 10.153.780$$

Jadi tingkat pengembalian modal sendiri

$$\text{RE} = \frac{2.075.153,83 (55,58) - 92.564.116,04}{10.153.780}$$

$$\begin{aligned} & 1.895.175,18 - 92.744.049,69 + (10,53 = 4,15 (179.978,65 r + 2,54) \\ & = \frac{115.337.049,87 : 2,54}{10.153.78} \qquad 870.656,25 \\ & = 11,36 : 2,54 \qquad 1.895.175,18 + 179.978,65 \\ & = 4,47 > 1 \qquad 92.744.094,69 - 179.978,65 \\ & \qquad \qquad \qquad = 92.564.116,04 \end{aligned}$$

Ternyata pemupukan modal (Equity built Up) = 400% Lebih