

PERPUSTAKAAN PERPUSDA
NO. DAFTAR
TGL. TERIMA : 2 Agustus 2005
NO. JUDUL : 001502
NO. BIV. : 5100001502 001
NO. INDIK. :

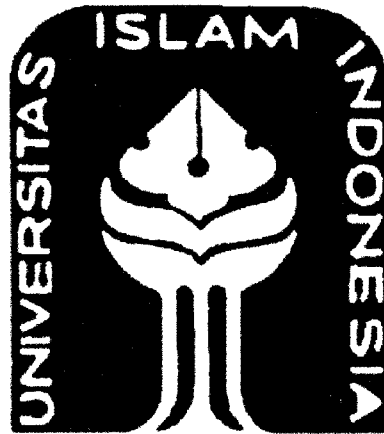
## LAPORAN PERANCANGAN

### SHOPPING MALL DI CILACAP

Suasana dan Sarana Rekreasi Sebagai Salah Satu Daya Tarik Pengunjung

### SHOPPING MALL IN CILACAP

Atmosphere and Recreation Medium as One of The Visitor Fascination



Disusun Oleh :

**BAGUS PRATOMO WIDODO**  
99512075

**JURUSAN ARSITEKTUR**  
**FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**2004**

# LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan

Judul :

## SHOPPING MALL DI CILACAP

Suasana dan Sarana Rekreasi Sebagai Salah Satu Daya Tarik Pengunjung

## SHOPPING MALL IN CILACAP

Atmosphere and Recreation Medium as One of The Visitor Fascination

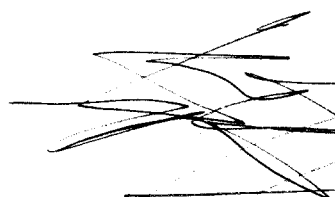
Oleh :

BAGUS PRATOMO WIDODO

99512075

Mengetahui,

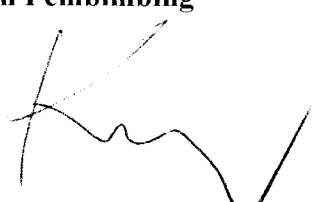
Ketua Jurusan Arsitektur

  
( IR. Revianto B. Santoso, M. Ar. )



Mengetahui,

Dosen Pembimbing

  
( IR. H. Toni Kunto Wibisono )

# KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilamin, ucap syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayahnya akhirnya Laporan Tugas Akhir ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Selaku penyusun kami sudah berusaha semaksimal mungkin, akan tetapi sebagai manusia biasa kami menyadari masih banyak kekurangan yang ada pada Laporan Tugas Akhir ini karena minimnya ilmu dan pengalaman yang kami punya. Oleh karena itu kami minta ma'af dan juga mohon petunjuk dan saran serta kritiknya guna menempurnakan laporan ini.

Terselesainya laporan ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, baik fisik maupun moril. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Diantaranya :

1. IR. Revianto B Santoso, M.Arch selaku kepala jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
2. IR. H. Toni Kunto Wibisono selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, saran dan juga petunjuk selama penyusunan tugas akhir.
3. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan do'a, semangat dan segala kebutuhan materi yang diperlukan selama tugas akhir dengan tulus ikhlas.
4. Adikku Putri yang telah memberikan semangat dan do'a-nya. ( mas Bagus mo minta ma'af selama nyusun tugas akhir ini jadi kurang memperhatikan kamu )
5. Temen-temen seperjuangan dan sependaftaran : Agus, Johan, Rudi, Andi, Budi Randi, Cundo, Totok, Karyo, Makmun, Dian, Afi, Dani, Bandri dll lupa ditulis disini ma'kasih banget bantuannya.
6. Temen-temen sependaftaran selama di studio : Rudi, Agus, Iwan, Budi, Andi, Makmun, Dhani, Rahmat, Johan Kacuk, Arif kupang, Sadir, Agung, Anang, Yudha, Purnomo, dan seseorang yang telah memberikan ku semangat untuk berangkat ke studio terus. Thank's for you all.

7. Untuk semua angkatan 99 arsitek uii yang telah memberikan dukungan, semoga persahabatan kita akan tetap abadi sampai kapanpun juga.
8. Johan yang telah mambantu mengerjakan animasinya serta Yosep dan temen-teman yang telah membantu mengerjakan maaketnya yang keren. Thanks.
9. Para penghuni kost Bugenfil : Hery (Wicak), Eco, Wawan (Wengki mon), Yuan, Erik, Ryan, Topik, Yogi, Sigit, atsa segala kebersamaan kita selama bertahun-tahun dalam suka maupun duka dan para junior-junior : Arif, Aris, Erik muntilan, Dasep, Dimas, Nanda, Alek brekelek, Ririn, Rio, Galang, dll
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusuna tugas akhir ini, semoga Allah meembalas kebaikan saudara-saudara sekalian.Amin.

Jogjakarta, September 2004

Penulis

# **ABSTRAKSI**

## **SHOPPING MALL DI CILACAP**

### **Suasana dan Sarana Rekreasi Sebagai Salah Satu Daya Tarik Pengunjung**

Kota Cilacap adalah kota yang dikenal sebagai kota industri. Di kota ini banyak terdapat berbagai macam industri, dari industri rumah tangga sampai dengan industri yang berkelas nasional maupun internasional. Maka dengan sendirinya pendapatan perkapita masyarakat Cilacap mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Masyarakat kita di jaman modern ini cenderung bersifat konsumtif. Begitu juga yang terjadi di kota Cilacap, akan tetapi di kota itu sendiri belum ada suatu wadah perdagangan/perbelanjaan yang cukup besar dan lengkap untuk dapat menampung kebutuhan masyarakat. Saat ini sector perdagangan didominasi oleh pasar tradisional dan toko-toko sederhana. Untuk itu diperlukan suatu bangunan pusat perbelanjaan terpadu untuk melengkapinya.

Bangunan pusat perbelanjaan ini di berikan konsep suasana rekreasi agar pengunjung tidak bosan dan merasa rileks, yaitu dengan cara menciptakan sirkulasi yang tidak monoton, layout ruang yang rekreatif serta pemilihan material, warna dan teksture yang tepat. Juga di tambah dengan sarana rekreasi seperti halnya bioskop, café, restoran, fitness centre, billiard, dll. Bangunan ini biasanya di sebut Shopping Mall.

Untuk mendirikan bangunan komersil salah satu syaratnya adalah memilih lokasi yang tepat. Untuk itulah dipilihnya persimpangan antara jl. A. Yani dengan jl. Ki Hajar Dewantoro karena lokasi tersebut terletak di pusat kota Cilacap yang di sekitarnya banyak bangunan komersial.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAKSI.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR PUSTAKA.....	ix

### BAB. I PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

1.1.1 Tinjauan Kabupaten Dati II Cilacap.....	1
1.1.2 Tingkat Pertumbuhan penduduk di Cilacap.....	4
1.1.3 Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Cilacap.....	5
1.1.4 Tingkat Pendapatan Perkapita Masy. Cilacap.....	6
1.1.5 Fasilitas Perdagangan di Cilacap.....	7

#### 1.2 Tinjauan Pusat Perbelanjaan

1.2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	8
1.2.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	10
1.2.3 Unsur-Unsur pada Pusat Perbelanjaan.....	11
1.2.4 Materi Pokok yg Diperdagangkan Pusat Perbelanjaan.....	12
1.2.5 Identitas Kegiatan pada Pusat Perbelanjaan .....	14

#### 1.3 Tinjauan Shopping Mall

1.3.1 Pengertian Shopping Mall.....	16
1.3.2 Perkembangan Shopping Mall.....	17
1.3.3 Unsur-Unsur Dalam Shopping Mall.....	18
1.3.4 Karakter Dasar Shopping Mall.....	19
1.3.5 Tipe-Tipe Mall.....	22
1.3.6 Kegiatan yang Diwadahi.....	24
1.3.7 Pengelola Dalam Shopping Mall.....	25
1.3.8 Fungsi Shopping Mall.....	25

<b>1.4</b>	<b>SYUDI KASUS</b>	
1.4.1	Malioboro Mall.....	26
1.4.2	Galeria Mall.....	29
1.4.3	Rita Dedt, Store & Supermarket.....	32
1.4.4	Barata.....	33
<b>1.5</b>	<b>KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN</b>	
1.5.1	Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan & Rekreasi.....	36
1.5.2	Konsep Dasar Program Ruang.....	38
1.5.2.1	Organisasi Ruang.....	39
1.5.2.2	Pembagian Ruang Tiap Lantai.....	40
1.5.2.3	Prakiraan Luas Ruang.....	41
1.5.2.4	Besaran Ruang.....	42
1.5.3	Konsep Sirkulasi .....	47
1.5.4	Konsep Dasar Sistem Struktur dan Utilitas.....	48
1.5.4.1	Sistem Struktur.....	48
1.5.4.2	Sistem Utilitas.....	48
<b>1.6</b>	<b>Rumusan Permasalahan</b>	
1.6.1	Permasalahan Umum.....	50
1.6.2	Permasalahan Khusus.....	50
<b>1.7</b>	<b>Tujuan</b> .....	50
<b>1.8</b>	<b>Sasaran</b> .....	50
<b>1.9</b>	<b>Lingkup Pembahasan</b> .....	51
<b>1.10</b>	<b>Metoda Pembahasan</b> .....	51
<b>1.11</b>	<b>Keaslian Penulisan</b> .....	52
<b>1.12</b>	<b>Diagram Pola Pikir</b> .....	53

## **BAB II SCHEMATIC DESIGN**

<b>2.1</b>	<b>Pola Jalur Sirkulasi</b>	
2.1.1	Hubungan Jalur dan Ruang.....	56
2.1.2	Bentuk Ruang Sirkulasi.....	57

2.1.3	Perbandingan Pola Sirkulasi.....	58
<b>2.2</b>	<b>Sirkulasi Yang Tidak Monoton</b>	
2.2.1	Sirkulasi Horizontal.....	60
2.2.2	Sirkulasi Vertikal.....	61
2.2.3	Pola Sirkulssi.....	62
<b>2.3</b>	<b>Layout Ruang Yang Kreatif</b>	
2.3.1	Skala.....	68
2.3.2	Pencahayaan.....	69
2.3.3	Material, Warna & Teksture.....	71
<b>2.4</b>	<b>Program Ruang</b>	
2.4.1	Pengelompokan Ruang.....	72
2.4.2	Organisasi Ruang.....	72
2.4.3	Pembagian Ruang Tiap Lantai.....	73
2.4.4	Hubungan Ruang.....	74
2.4.5	Hubungan Ruang Tiap Lantai.....	75
<b>2.5</b>	<b>Hubungan Ruang</b> .....	76
<b>2.6</b>	<b>Besaran Ruang</b>	
2.6.1	Kebutuhan Ruang Perbelanjaan.....	79
2.6.2	Kebutuhan Ruang Rekreasi dan Hiburan.....	80
2.6.3	Kebutuhan Ruang Pelengkap.....	82
2.6.4	Kebutuhan Ruang Pendukung.....	83
2.6.5	Kebutuhan Luas Keseluruhan.....	84
<b>2.7</b>	<b>Sistem Utilitas</b>	
2.7.1	Sistem Penyediaan & Distribusi Air Bersih.....	87
2.7.2	Sistem Pembuangan Air Hujan.....	88
2.7.3	Sistem Jaringan Listrik.....	88
2.7.4	Sistem Jaringan Komunikasi.....	89
2.7.5	Sistem Pembuangan Sampah.....	90
2.7.6	Sistem Fire Protection.....	90
<b>2.8</b>	<b>Analisis Site</b> .....	91



<b>2.9</b>	<b>Konsep Bentuk</b> .....	96
2.9.1	Komposisi Bentuk.....	98
2.9.2	Ploting.....	99

### **BAB III      DESIGN DEVELOPMENT**

<b>3.1</b>	<b>Penjelasan Gambar Kerja Beserta Perubahannya</b>	
3.1.1	Siteplan.....	110
3.1.2	Situasi.....	112
3.1.3	Denah.....	113
3.1.4	Penampilan Bangunan	
3.1.4.1	Tampak Utara / Depan.....	125
3.1.4.2	Tampak Timur / Kiri.....	126
3.1.4.3	Tampak Barat / Kanan.....	127
3.1.4.4	Tampak Selatan / Belakang.....	128

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR PUSTAKA

- Rubenstein , Harvey , M , Central City Mall , 1987 , P : 2,3,4  
Ibid , P : 25-28.
- Frics , Northen and Haskoll , M , 1997.
- Properti No. 38 , Boom Pusat Belanja , P : 20-23 , 1997.
- Maithland , Bary , 1987 , Shopping Malls, Planning and Design , Nicholas Publishing Co  
, New York, P : 9.
- Konstruksi , Juni 1992.
- Asri No 85 , 1990.
- Bendington , Naddine , 1982 , P : 26,28.
- Urban Land Institute , 1997 , P : 43.
- Gruen , Victor , 1973 , P : 23.
- Gruen , Victor , 1960 , P : 23.
- Naddine , 1982 , P : 14.
- Echle , 1976 , P : 471.
- Mangunwijaya, YB, Wastu Citra , 1995.
- Rubenstein , Harvey , M , Central City Mall , 1987 , P : 25,26.
- Sutedjo , Peran, Kesan dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur , 1985 , P : 1-11,8-11,36-42
- Ching, DK , Arsitektur Bentuk , Ruang & Susunannya , 1991 , P : 332-385.
- Dept. RI , Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Wiryomartono , Perkembangan Arsitektur Modern di Jerman dan Post-Moderinsme ,  
1993 , P : 39-65.
- Naisbitt ,John , Global Paradox , Megatrends 2000 , 1994.
- Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA:  
Mc Graw – Hill, 1990). p.779)
- Urban Land Istitute, *Shopping Centers Development Handbook*. (Washington:  
Community Builder Handboos Series, 1977). p. 43
- Victor Gruen, *Center for The Urban Environment: Survival of The Cities* (New York:  
Van Nostrand Reinhold Co, 1973), p. 23.
- Nadine Bedington, *Design of Shopping Center*, (New York: Butterworth Design Series,  
1982), p. 14.
- Victor Gruen, *Shopping Town USA: The Planning of Shopping Centeres*, (New York:  
Van Nostrad Reinhold Co, 1960). p. 23.
- Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA:  
Mc Graw – Hill, 1983). p.731.
- Ernst Neufert, *Data Arsitek*, Jilid I, Edisi kedua, (Jakarta: Erlangga 1995), p. 190-196
- Aria Nugrahadi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah* (Yogyakarta: TA UII,  
1997). P.18.
- Robert Davis Rathbun *Shopping Centers & MALLS*
- Roger H. Clark & Michael Pause *Preseden Dalam Arsitektur*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

#### 1.1.1 Tinjauan Kabupaten Daerah Tingkat II Cilacap

Kabupaten Daerah Tingkat II Cilacap mempunyai luas wilayah keseluruhan sebesar 2.142,57398 km<sup>2</sup>, atau 214.257,398 Ha, merupakan 6,69 % dari luas wilayah Jawa Tengah, yang secara geografis berada pada :

- 4' 30" sampai 109° 30' 30" Garis Bujur Timur
- 45' 20" sampai 7° 30' 0" Garis Lintang Selatan

Dengan batas administrasi sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Dati II Banyumas dan Kabupaten Brebes
- Sebelah Timur : Kabupaten Dati II Kebumen
- Sebelah Selatan : Laut Indonesia
- Sebelah Barat : Propinsi Jawa Barat, Kabupaten Kuningan, dan Ciamis

Kabupaten Dati II Cilacap terdiri dari kotip, 4 wilayah pembantu bupati, 22 kecamatan yang dirinci pada pemerintahan desa / kelurahan sebanyak 258 desa / kelurahan.

Sedangkan kota Administratip Cilacap berdasarkan PP. Nomor : 34 Tahun 1982 mempunyai luas keseluruhan sebesar 5.018,704 Ha terdiri dari 3 kecamatan dan 11 kelurahan. Kota Administratip Cilacap berada di ujung paling selatan Pulau Jawa dan berbatasan langsung dengan Pulau Nusa Kambangan serta Samudra Indonesia.

Secara *topografi*, Kota Administratip Cilacap terdiri dari dataran rendah dan daerah relatif rata dengan kemiringan 0 sampai 2%.

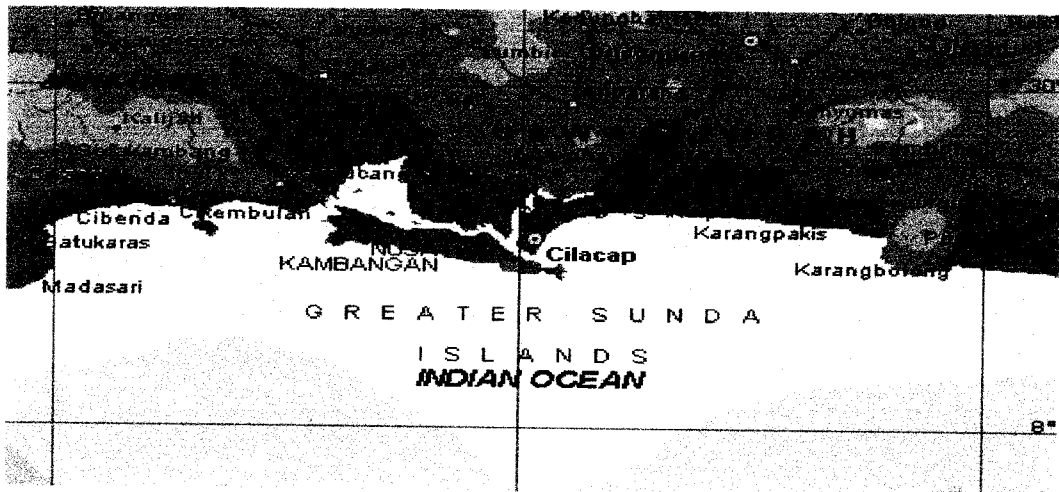
Secara *klimatologis*, Kota Administratip Cilacap bertemperatur rata-rata suhu maksimum 30,03° C dan suhu udara minimum 23,40° C, dengan kelembaban 84%, kecepatan angin mencapai 4 knots dan arah angin 133°.

Secara *geografis*, Kota Administratif Cilacap berada pada posisi 108° 4' 30" sampai 109° 30' 30" BT dan 7° 45' 20" sampai 7° 30' 0" LS. Kota Administratif Cilacap memiliki batas administratif sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kecamatan Jeruk Legi
- Sebelah Barat : Kecamatan Kawunganten
- Sebelah Timur : Kecamatan Kesugihan
- Sebelah Selatan : Samudra Indonesia

Dalam sistem Perwilayahan Regional Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap diarahkan menjadi Pusat Pertumbuhan Wilayah Pembangunan IV dengan wilayah cakupan pada kabupaten-kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas, dan Cilacap. Keadaan yang demikian memicu pesatnya pertumbuhan di kota Cilacap. Pertumbuhan-pertumbuhan tersebut meliputi hampir pada keseluruhan sektor dan khususnya pada sektor-sektor strategis prioritas, yang terdiri dari sektor pertanian, perdagangan, pariwisata, dan sektor perindustrian.

**Peta Letak Kota Cilacap**



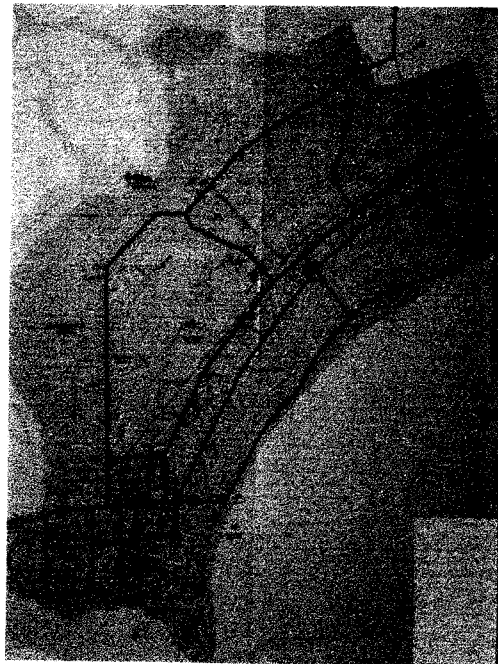
Menurut kebijaksanaan Perwilayahan Pembangunan Kabupaten Daerah Tingkat II Cilacap sendiri diarahkan dengan meningkatkan 7 pusat pembangunan,

dimana salah satunya adalah Sub Wilayah Pembangunan I yang mencakup kecamatan-kecamatan di wilayah Kotip Cilacap dan kecamatan Jeruklegi, dengan pusat pengembangan di kota Cilacap, dimana diantaranya memiliki potensi dalam pengembangan industri dan perdagangan.

Selain itu menurut analisa potensi kegiatan kota berdasarkan evaluasi/ Revisi RTRK Cilacap, menerangkan adanya potensi kegiatan perdagangan dipusat kota.

Seiring dengan perkembangan kota yang pesat dan modern menuntut semakin bertambahnya fasilitas kota pada keseluruhan sektor. Sektor perdagangan yang menjadi salah satu sektor yang berpotensi di kota Cilacap, sudah barang tentu akan sangat membutuhkan bertambahnya fasilitas perdagangan. Pusat perbelanjaan adalah salah satunya.

#### Peta Kota Cilacap



Kota cilacap mempunyai banyak potensi baik dari segi perdagangan maupun dari segi pariwisata. Dari segi pariwisata di kota Cilacap banyak terdapat beberapa

obyek wisata antara lain Pantai Teluk Penyu, Benteng Pendem, Hutan Payau, Wisata Pantai Nusakambangan, dll. Dari segi perdagangan banyak pabrik-pabrik dan industri kecil sampai dengan industri besar

Cilacap di kenal sebagai kota industri, dikarenakan memang banyak industri-industri yang dibangun di sana, antara lain :

- Pertamina UP IV Cilacap
- PT. Semen Nusantara
- Pabrik Gula Tempat Pelelangan Ikan
- Dll.

### 1.1.2 Tingkat Pertumbuhan Penduduk di Cilacap

Berdasarkan perhitungan Badan Statistik pertumbuhan penduduk di kota Cilacap mencapai 3,48 % per tahun. Apabila dilihat dari pertumbuhan rata-rata penduduk Indonesia yang mempunyai rata-rata 2,34 % per tahun, maka kota Cilacap dikategorikan sebagai kota yang memiliki pertumbuhan penduduk yang cukup besar.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk Kota Cilacap 1999-2003**

Tahun	Jumlah Penduduk Kabupaten Cilacap	Jumlah Penduduk Kotatip Cilacap
1999	1.444.529	212.119
2000	1.494.513	212.606
2001	1.503.829	212.765
2002	1.512.713	213.826

Sumber :Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

### 1.1.3 Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Cilacap

Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang mempunyai potensi kegiatan kusus di bidang perindustrian, baik dalam skala kecil (industri rumah tangga) maupun dalam skala besar (pabrik) yang selalu tumbuh dan berkembang hingga saat ini. Sektor industri yang mendominasi dan terbukti memberikan sumbangan pendapatan regional kota Cilacap paling besar dan memacu tumbuhnya sektor perekonomian kota. Selain itu pesatnya pertumbuhan ini sudah barang tentu akan meningkatkan pendapatan atau tingkat ekonomi masyarakat. Cilacap yang diarahkan menjadi pusat pertumbuhan wilayah Pembangunan IV, sehingga keseluruhan sektor kehidupan perkotaan diharapkan dapat dikembangkan secara maksimal pada kota ini, dimana termasuk didalamnya sektor perdagangan.

**Tabel 1.2**  
**PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Berlaku Di Kotip Cilacap**  
**Tahun 1998 – 2003 (Dalam Jutaan Rupiah)**

No.	Sektor Lapangan Usaha	1998	1999	2000	2002
1	Pertanian	1.990.680	2.228.292	2.586.032	2.858.521
2	Pertambangan	84.336	102.421	123.332	151.100
<b>3</b>	<b>Industri</b>	<b>4.906.218</b>	<b>5.837.136</b>	<b>6.774.416</b>	<b>7.653.332</b>
4	Listrik	35.697	42.200	50.023	57.585
5	Bangunan	107.853	131.827	155.546	182.252
<b>6</b>	<b>Perdagangan</b>	<b>3.551.490</b>	<b>4.059.187</b>	<b>4.662.857</b>	<b>5.203.665</b>
7	Transportasi	171.723	233.551	298.356	354.325
8	Keuangan	199.592	218.268	235.236	262.851
9	Pemerintahan	317.634	396.336	472.125	553.421

Sumber :Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap.

#### 1.1.4 Tingkat Pendapatan Perkapita Masyarakat Cilacap

kota Cilacap sebagai kota Industri memberikan dampak terhadap peluang pekerjaan bagi masyarakat Cilacap, dimana pada akhirnya hal tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan bagi masyarakatnya. Selain itu Cilacap juga mempunyai potensi dari kegiatan perdagangan, pertanian dan perikanan yang juga dapat semakin mendukung peningkatan pendapatan perkapita bagi masyarakatnya.

**Tabel 1.3**  
**Pendapatan Perkapita Masyarakat Kotatip Cilacap**

No	Tahun	Rata-rata Pendapatan/tahun (Rupiah)	Pendapatan <300 rb/bln (%)	Pendapatan 300 – 750 rb/bln (%)	Pendapatan >750 rb/bln (%)
1.	1999	3.835.437,66	63,32	26,45	10,23
2.	2000	4.150.960,57	52,24	33,12	14,64
3.	2001	5.716.434,72	44,06	41,19	14,75
4.	2002	6.938.364,63	33,31	47,57	19,11

Sumber :Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

Dari data tersebut diatas dapat dikategorikan tingkat pendapatan penduduk Cilacap sebagai berikut :

- Pendapatan <300 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat bawah
- Pendapatan 300 - 750 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat menengah
- Pendapatan > 750 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat atas

Dengan pengkategorian tersebut, maka dapat dilihat dari data itu mengenai tingkat pendapatan masyarakat, dimana dari tahun ketahun prosentase tingkat pendapatan untuk kategori menengah keatas semakin mengalami kenaikan diiringi semakin berkurangnya tingkat pendapatan masyarakat bawah.



### 1.1.5 Fasilitas Perdagangan di Cilacap

Sampai saat ini jumlah fasilitas perdagangan yang ada di kota Cilacap didominasi oleh pasar dan toko, warung atau kios, yang secara kualitatif sarana perdagangan tersebut masih bersifat tradisional.

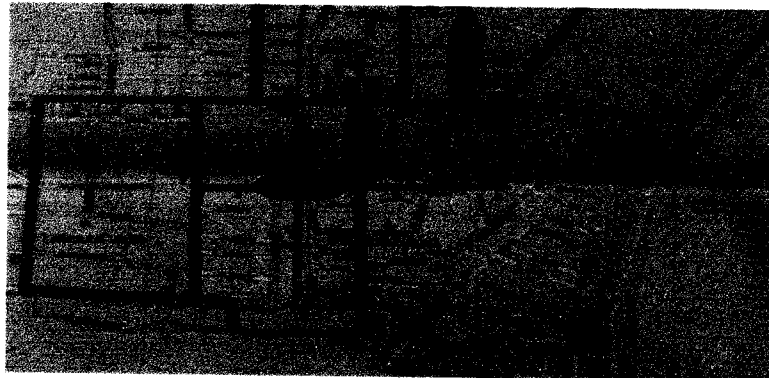
**Tabel 1.4**  
**Fasilitas Perdagangan Di Kotip Cilacap**

No	Kelurahan	Pasar Umum	Toko/Kios Warung	Dept. Store & Supermarket
<i>Kecamatan Cilacap Utara</i>				
1	Gumilir	1	122	0
2	Mertasinga	1	63	0
3	Tritih Kulon	1	35	0
4	Karang Talun	0	59	0
	<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>279</b>	<b>0</b>
<i>Kecamatan Cilacap Tengah</i>				
1	Donan	0	268	0
2	Gunung Simpang	1	72	0
3	Lomanis	0	32	0
4	Sidanegara	1	170	0
	<b>Jumlah</b>	<b>2</b>	<b>542</b>	<b>0</b>
<i>Kecamatan Cilacap Selatan</i>				
1	Tambakreja	1	724	0
2	Sidakaya	0	133	0
3	Cilacap	0	143	3
	<b>Jumlah</b>	<b>1</b>	<b>1000</b>	<b>3</b>
	<b>Kotatip Cilacap</b>	<b>6</b>	<b>1821</b>	<b>3</b>

Fasilitas perdagangan berupa sarana perbelanjaan yang modern sangatlah dibutuhkan karena memang keberadaannya belum ada, selain itu fasilitas perdagangan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana perbelanjaan yang lengkap dan sekaligus memberikan suasana rekreasi yang mempunyai daya tarik tersendiri karena tidak semua orang yang pergi ke Mall untuk berbelanja, tapi mungkin hanya untuk jalan-jalan atau menghilangkan kejenuhan.

Kawasan / zone perdagangan pada kota Cilacap terletak di sepanjang Jl. A. Yani sebagai zone perdagangan yang utama, di jalan tersebut terdapat banyak ruko-ruko kecil dan sedang, dan terdapat 1 buah department store dan supermarket. Di Jl. Mayjen Soetoyo terdapat suatu pusat perbelanjaan yang menyatu dengan pasar serta beberapa toko-toko elektronik. dan Jl. S. Parman teedapat beberapa toko saja.

#### **Peta Kawasan Perdagangan**



## **1.2 TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN**

### **1.2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan**

Menurut peraturan atau ketentuan di lingkungan Depateman Perdagangan yang disampaikan oleh Direktur Bina Sarana Perdagangan kepada Kepala Kantor Wilayah Depatemen Perdagagan Propinsi Jawa Tengah melalui surat No. 09/Bsp-2/11/94 tanggal 24 Februari 1994 perihal penjelasan bahwa pusat perbelanjaan/pusat perdagangan adalah suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak

dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan ini terdapat *Department Store, Supermarket dan toko* yang menjual berbagai produk. Dalam pusat biasanya dilengkapi dengan sarana hiburan, perkantoran, dan restoran. Pusat perbelanjaan kadang-kadang disebut juga dengan istilah asing mall. Plaza atau shopping center. Gedungnya biasanya megah atau mewah dan dilengkapi dengan AC, lif, eskalator temat parkir yang luas dan sebagainya. Pusat perbelanjaan ini termasuk pasar modern.

Pusat perbelanjaan merupakan pertokoan eceran yang bermacam-macam dan menceritakan rencana fasilitas-fasilitas sebagai pemersatu kelompok untuk memberikan tempat perbelanjaan yang baik secara maksimal kepada pemakai atau konsumen dan pembukaan maksimal untuk barang-barang yang diperdagangkan.<sup>1</sup> Dari hal ini dapat diketahui bahwa, sebuah pusat perbelanjaan haruslah direncanakan dan dirancang dengan selalu memperhatikan fasilitas-fasilitas pendukung, baik dalam konteks pemaksimalan, barang-barang atau hal-hal yang diperdagangkan maupun konteks pemaksimalan ruang-ruang yang mewadahi pergerakan manusia sebagai pengunjung dalam sistem perbelanjaan modern.

Pengertian yang lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah sebagai sekelompok satuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operating unit*), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit itu juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.<sup>2</sup>

Pusat perbelanjaan dapat pula diartikan sebagai suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuannya adalah memetik keuntungan.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Joseph De Chiara and John Callender, *Time Server Standard for Building Types*

<sup>2</sup> Urban Land Institute, *Shopping Centers Development Hand Book, WCBHS, 1977*

<sup>3</sup> Victor Gruen, *Centers for The Urban Environment: Survival of The Cities*

Pusat perbelanjaan menggunakan kata pusat karena pusat perbelanjaan merupakan suatu kompleks pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual (klasifikasi pusat perbelanjaan berdasarkan bentuk fisik).<sup>4</sup>

### 1.2.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

#### A. Berdasarkan Skala Pelayanan :<sup>5</sup>

##### 1. Pusat perbelanjaan lokal

Pusat perbelanjaan lokal ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 500 s/d 40.000 Penduduk. Luas arealnya berkisar antara 30.000 s/d 100.000 sq ft (2.787 s/d 9.290 m<sup>2</sup>) dengan unit terbesar berupa *supermarket*.

##### 2. Pusat perbelanjaan distrik

Pusat perbelanjaan distrik ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 40.000 s/d 150.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas arealnya berkisar 100.000 s/d 300.000 sq ft (9.290 s/d 27.870 m<sup>2</sup>) yang terdiri dari *junior department store*, *supermarket* dan toko-toko.

##### 3. Pusat perbelanjaan regional

Pusat perbelanjaan regional mempunyai jangkauan pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas arealnya antara 300.000 s/d 1.000.000 sq ft (27.870 s/d 92.990 M<sup>2</sup>) yang terdiri dari *junior departement store*, *departement store* dan jenis toko-toko.

#### B. Berdasarkan bentuk fisik :<sup>6</sup>

##### 1. *Shopping Street*

Toko yang berderet di sepanjang jalan dan membentuk pola pita.

##### 2. *Shoping Center*

Kelompok yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual.

<sup>4</sup> Nadine Bedington, *Design of Shopping Center*, NY: Butterworth Design Series, 1982

<sup>5</sup> Victor Gruen, *Centers for The Urban Environment: Survival of The Cities*

<sup>6</sup> Nadine Bedington, *Design of Shopping Center*, (New York: Butterworth Design Series, 1982, p. 14.

### 3. *Departemen Store*

Suatu toko besar biasanya terdiri dari beberapa lantai yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus untuk memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantai berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m<sup>2</sup>.

### 4. *Supermarket*

Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*. Dari area penjualan dengan luas area berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

### 5. *Department store dan supermarket*

Merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan di atas.

### 6. *Super Store*

Merupakan toko satu lantai menjual bermacam--macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

## 1.2.3 Unsur-unsur pada pusat perbelanjaan

### A. Berdasarkan kualitas barang yang diperdagangkan.

#### 1. Toko grosir

Yaitu toko yang menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, di mana barang, dalam jumlah besar tersebut biasanya disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko-toko hanya sebagai contoh.

#### 2. Toko eceran

Merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah relatif sedikit atau persatuan barang lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel dari

pada grosir. Selain itu toko retail akan banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.

B. Berdasarkan variasi barang yang diperdagangkan

1. *Specialty shop*

Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya: toko pakaian, toko sepatu toko kacamata, toko perhiasan dan sebagainya.

2. *Karjety shop*

Merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontong.

C. Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan<sup>7</sup>

1. *Personal Service*

Pembeli atau konsumen dilayani oleh pramuniaga dari belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif.

2. *Personal service.*

Pembeli atau konsumen memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran pada kasir.

3. *Self service*

Pembeli atau konsumen dengan membawa keranjang atau trolley yang tersedia, memilih barang yang dibutuhkan dan dibawa menuju kasir untuk membayar barang yang telah diambilnya.

#### 1.2.4 Materi pokok yang diperdagangkan pada pusat perbelanjaan

A. Berdasarkan jenis materi yang diperdagangkan<sup>8</sup>

1. *Demands goods*

Barang –barang pokok yang diperlukan sehari-hari

<sup>8</sup> Victor Gruen, *Shopping Town USA: The Planning of Shopping Centeres*, (New York: Van Nostrad Reinhold Co, 1960). p. 23.

2. *Convemence goods*

Barang-barang yang sangat dibutuhkan tetapi bukan merupakan kebutuhan pokok dan bukan tidak dibutuhkan sehari-hari.

3. *Impuls goods*

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan. Misalnya, perhiasan, assesoris dan sebagainya.

B. Cara penyajian materi yang diperdagangkan<sup>9</sup>

1. Bentuk tempat penyapan barang

- *Table fixture* : bentuk meja menerus.
- *Counter fixture* : bentuk almari rendah
- *Cases fixture* : bentuk almari transparan.
- *Box fixture* : kotak-kotak terbuka.
- *Back fixture* : rak-rak almari yang terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai penyimpan.
- *Hangging case* : lemari penggantung
- *Etalase* : jendela peraga merupakan salah satu komponen penyajian barang yang leataknya diluar toko, mempunyai fungsi sebagai alat promosi untuk memperkenalkan barang-barang yang dijual kepada konsumen sebelum masuk toko.

2. Tempat untuk menampung kegiatan dan standar

- Lay out toko (*retail*)
- Lay out toko besar (*departemen store dan supermarket*)

<sup>8</sup> Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA: Mc Graw – Hill, 1983). p.731.

<sup>9</sup> Ernst Neufert, *Data Arsitek, Jilid I, Edisi kedua*, (Jakarta: Erlangga 1995), p. 190-196

Bentuk wadah penyajian barang atau tempat untuk menampung kegiatan, tidak semua digunakan pada pertokoan tetapi hanya digunakan sebagai standar dengan barang-barang yang akan dijual dan disusun berdasarkan suasana yang diinginkan.

#### C. Sifat materi yang diperdagangkan

1. Bersih meliputi barang yang diperdagangkan dan tempatnya
2. Tidak berbau atau yang berbau ditempatkan atau dan dilakukan dengan pengemasan khusus.
3. Tidak mudah busuk.

### 1.2.5 Identitas kegiatan pada pusat perbelanjaan

#### A. Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan pada pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi <sup>10</sup>

1. Konsumen atau pembeli  
Konsumen atau pembeli adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa dengan melakukan transaksi serta melakukan kegiatan rekreasi di dalam pusat perbelanjaan. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat sosial ekonominya, semakin tinggi pula tuntutan kualitas pelayanan kebutuhannya. Di dalam pusat perbelanjaan ini konsumen atau pengunjung memperoleh banyak pilihan barang dan pelayanan maksimal dalam melakukan transaksi serta menikmati suasana yang menyenangkan dan rekreatif.
2. Pedagang  
Pedagang pada pusat perbelanjaan sebagai penyewa atau pembeli ruangan yang disediakan oleh investor sebagai tempat untuk menjual barang dagangannya. Pelaku kegiatan ini berkemauan untuk memperoleh sewa ruang yang menguntungkan usahanya dan dapat memasarkan barang dagangannya secara efektif..

<sup>10</sup> Aria Nugrahadi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah (Yogyakarta: TA UII, 1997)*. P.18.



3. Pengelola-pengelola disini menginginkan dapat menyediakan fasilitas yang menguntungkan pedagang yang terlibat melakukan kegiatan didalam pusat perbelanjaan.

4. Suplier

Pengisian barang dagangan didalam pusat perbelanjaan yang diperlukan oleh pedagang atau penjual.

#### B. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi pada pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan perdagangan (jual-beli) yang meliputi :
  - Kegiatan penyajian barang
  - Kegiatan pergerakan
  - Kegiatan pelayanan
2. Kegiatan pengelolaan yang meliputi
  - Kegiatan operasional
  - Kegiatan manajemen
  - Kegiatan maintenance
3. Kegiatan pengadaan barang yang meliputi
  - Dropping (bongkar muat barang) dan distribusi barang
  - Kegiatan penyimpanan
4. Keigiatan rekreatif
  - Kegiatan jalan-jalan
  - Kegiatan menikmati fasilitas yang ada

## 1.3 Tinjauan Shopping Mall

### 1.3.1 Pengertian Shopping Mall

Mal dapat diartikan sebagai sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki (*Pedestriannised shopping street*), yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah dari pada *arcade-arcade* = 1 gang beratap, 2 gedung yang mempunyai gang yang beratap biasanya ditempati toko-toko biasa.<sup>11</sup>

Pengertian lain Shopping Mall diartikan sebagai suatu area pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.<sup>12</sup>

Menurut pengertian kamus, mal berarti sebuah plaza umum atau sekumpulan sistem jalan dengan tress / belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki<sup>13</sup>. Dalam kamus *The Brandom House Dictionary* artinya suatu tempat orang berjalan dengan santai yang disebelah kanan kirinya terdapat toko-toko serta mudah dicapai dari tempat parkir kendaraan pengunjung. Konsep ini juga mengandung pengertian bahwa mal selain digunakan sebagai tempat berbelanja juga sebagai tempat rekreasi. Untuk menarik pengunjung sebanyak-banyaknya biasanya terdapat banyak *anchor* sebagai pemikat konsumen.

Jadi shopping mall dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berorientasi kedalam karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada dalam bangunan. Konsep mal selalu menerapkan konsep berbelanja dan berekreasi dengan koridor tunggal sehingga semua *outlet* mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi konsumen.

<sup>11</sup> Rinorthen, *Sopping Centres a Developer Guide to Planning and Design*, Colledge of Estate

<sup>12</sup> Rubenstein, Harvey, M, *Central City Mall*, 1978

<sup>13</sup> Harris M Cyril, *A Dictionary of Architecture and Construction*

Dalam perkembangannya, mal di Indonesia berawal dari koreksi atas konsep department store dan plaza yang dimulai oleh Sarinah pada akhir tahun 1960-an. Perbedaan Plaza dan Mal antara lain terletak pada koridornya. Plaza memiliki lebih dari satu koridor, sedangkan mal hanya memiliki satu koridor tunggal sehingga semua toko punya peluang yang sama untuk dikunjungi konsumen. Dalam konsep aslinya di Amerika, mal paling tinggi berlantai 3, tetapi di Indonesia kebanyakan pusat perbelanjaan berlantai 5 dan bahkan sampai berlantai 8, salah satu penyebabnya mungkin pemasaran dan lahan yang makin sempit.

Atas pertimbangan pasar maka untuk mengetahui berhasil tidaknya suatu mal perlu tolak ukur yang jelas. Menurut Antonius Tanan, tolak ukur tersebut secara ditentukan oleh 3 hal. Pertama, tingkat hunian yang tinggi. Kedua, harga sewanya tinggi. Ketiga, pengelolanya mudah melakukan pengumpulan uang sewa dari para penyewa. Menurutnya ketiga perangkat ini saling terkait, artinya penyewa akan mengisi ruang kalau tahu pengunjung banyak, atau sudah diperkirakan pengunjungnya akan banyak untuk mall yang baru akan dibangun. Oleh karena itu dalam proses pembangunannya harus mempertimbangkan kestrategisan lokasi dan citra bangunannya mengena sesuai segmen pasar yang dituju, kedua aspek ini sifatnya tidak bias disiasati lagi setelah mal dibangun.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan informasi telah berimplikasi pada gaya dan pola hidup konsumtif sehingga mudah dipahami apabila semakin maraknya mal-mal baru yang menawarkan berbagai fasilitas yang semula hanya sebagai pusat perbelanjaan berkembang menjadi tempat rekreasi. Dan hal ini menjadi trend masyarakat sekarang.

### **1.3.2 Perkembangan Shopping Mall**

Ada beberapa alasan dibangunnya sebuah mall, yang paling pokok adalah revialisasi sebuah pusat area bisnis sebuah kota berkembang dengan tujuan antara lain

- Meningkatkan bisnis ritel (eceran)

- Untuk memperkuat nilai properti
- Meningkatkan daya saing mendorong investasi perorangan dengan menciptakan kondisi bisnis retail yang stabil.

Mall juga dapat menimbulkan citra baru terhadap sebuah kota, menimbulkan rasa bangga bagi penduduknya, yang mendemonstrasikan pada khalayak bahwa pemerintah kota dengan pedagang dapat bekerjasama dalam rangka perbaikan lingkungan kota yang lebih baik. Disamping hal-hal itu diatas, mall juga menciptakan kesempatan baru bagi promosi bisnis retail.<sup>14</sup>

Mall menjadi sebuah tempat untuk memperbaiki kualitas dan kuantitas aktivitas kota (khususnya areal perdagangan). Mall biasanya menyediakan sejumlah pusat-pusat pameran antara lain :<sup>15</sup>

- Concert (konser)
- Fashion shows (pameran pakaian)
- Flower show (pameran bunga)
- Boat show (pameran kapal air)
- *Antique car shows* (pameran mobil antik)
- *Parades (parade)*
- *Band concerts* (konser musik)
- *Arts and crafts festivals* (festifal seni dan kerajinan)

Mal juga menyediakan area-area untuk berteduh dan bersantai, yaitu antara lain:

- *Sculpture* (patung)
- *Fountains* (air mancur)
- *Children's play areas* (area bermain anak-anak)
- *Outdoor dinning areas* (area makan luar ruangan)
- *And interesting paving and night lighting effects* (paving dan efek pencahayaan yang menarik).

<sup>14</sup> Rubenstein , Harvey , M , *Central City Mall* , 1987 , P : 2,3.

<sup>15</sup> *Ibid* , P : 25-28.

Oleh Karena itu pembangunan mal yang baik biasanya menciptakan sebuah kondisi lingkungan fisik dan sosial yang bermanfaat untuk suatu blok atau blok yang sama bagusnya dengan area-area yang berbatasan.<sup>16</sup>

### 1.3.3 Unsur-Unsur Dalam Shopping Mall

*Shopping Mall* merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen :<sup>17</sup>

1. *Anchor* (Magnet)  
Merupakan transformasi dari "nodes" dapat pula berfungsi sebagai *land mark* perwujudannya berupa plaza dalam *shopping mall*
2. *Secondari Anchor* (magnet sekunder)  
Merupakan transformasi dari "districts) perwujudan berupa toko-toko pengecer, *retail store*, *super market*, *super store*, dan bioskop.
3. *Street Mall*  
Merupakan transformasi "paths" perwujudannya berupa pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.
4. *Lanscaping* (Pertamanan)  
Merupakan transformasi dari "edges" sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

### 1.3.4 Karakter Dasar Shopping Mall

#### a) *Standart Shopping Mall*

*Shopping Mall* mempunyai karakteristik antara lain:

- Pintu masuk : tunggal
- Atrium : di sepanjang koridor
- Koridor : tunggal

<sup>16</sup> Rubenstein, Harvey, M, *Central City Mall*, 1987, P : 2,3.

<sup>17</sup> *Ibid*, P : 25-28.

- Lebar koridor. : 8-16 meter
- Laritai : 3 lantai.
- Parkir : mengelilingi bangunan mal (tidak ada gedung parkir)
- Magnet (*Anchor*) : di setiap pengakhiran koridor (hubungan horizontal)
- Jarak antar magnet : 100-200 meter.

#### b) Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu mal diantaranya adalah tata letak dan dimensi mal. Di negara asalnya Amerika Serikat umumnya menggunakan tata letak yang sederhana seperti bentuk huruf I, T dan L.<sup>18</sup> Hal ini sesuatu dengan konsepnya bahwa mal berbeda dengan konsep perbelanjaan lainnya yaitu mempunyai akses ke dalam dengan koridor tunggal sehingga menjadikan semua outlet mempunyai peluang sama untuk dikunjungi konsumen.<sup>19</sup> Contoh shopping mall yang sukses dengan tata letak sederhana :

- 1) *explanade* (mall bentuk huruf I di California)
- 2) *Yorkdale* (mall dengan bentuk L di Toronto),
- 3) *Franklin park mall* (mal dengan bantu T di Toledo Ohio)

Untuk dimensi, berdasarkan penelitian di AS panjang, mal minimal 180 meter dan maksimal 240 meter,<sup>20</sup> ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, pada prinsipnya mal tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan di ujung mal. Untuk megantisipasi hal tersebut dan untuk mencapai tujuan setiap outlet mempunyai akses sama terhadap pengunjung maka diperlukan adanya *anchor* pada tempat-tempat tertentu, jarak antar *anchor*  $\pm 100-200$  meter. *Anchor* itu dapat berupa *square*, *courts*, *food court*, atau tempat-tempat santai lainnya yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan. *Anchor-anchor* seperti tersebut diatas harus mempertimbangkan total area mewadahi keluberan (termasuk- *court* dan *square*) minimal 10 % dari setiap lantai.

<sup>18</sup> Fries, Northen and Haskoll, M, 1997.

<sup>19</sup> Properti No. 38, Boom Pusat Belanja, P : 20-23, 1997.

<sup>20</sup> Fries, Northen and Haskoll, M, 1997.

*Shopping mall* cenderung horizontal sudah menjadi kepastian takaran arsitektur seperti proporsi, skala, simetri, balance, dan dimensi diterapkan pada fisik bangunan karena selain mempunyai pengaruh fisik yang berefek psikologi yang akan menentukan berhasil tidaknya *decision of desain*. Merujuk pada terori "*visual stop*" yaitu "*if the shopper is not trapped she will pass through*: jika pembeli tidak tejerat maka dia lewat begitu saja, maksudnya bagaimana aliran pengunjung dapat diarahkan sehingga mereka tidak hanya untuk melihat ke dalam *outlet* yang mereka lewati. Hal ini sangat dipengaruhi oleh hal-hal seperti tersebut di atas.<sup>21</sup>

#### c. Pentaan letak outlet

Komposisi yang paling baik antara *outlet* dengan *anchor* adalah 50% berbanding 50%.<sup>22</sup> Perletakan *anchor* biasanva diujung atau pengakhiran koridor. Untuk mendapatkan suasana mal yang variatif maka para *tenant* diberi kebebasan untuk me-lay out *otillet-nya* sesuai cita rasa dan citra produknya dengan ketentuan tidak merusak bangunan dan melanggar kontrak yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini akan membantu pengunjung dalam memilih produk yang, disukai.

#### d) Skylight

Pada setiap mal baik yang ada di Indonesia maupun di luar negeri *skylight* sudah menjadi ciri yang khas. Hal ini dikarenakan koridornya yang tunggal, sehingga salah satu cara untuk mendapatkan penerangan alami adalah dengan penggunaan *skylight*, selain itu juga dengan *skylight* akan menimbulkan kesan tidak terbatas pada ruangan dengan membuat seolah-olah di luar ruangan yang dapat melihat langit secara langsung.

<sup>21</sup>Maithland, Bary, 1987, *Shopping Malls, Planning and Design*, Nicholas Publishing Co, New York.

<sup>22</sup>Konstruksi, Juni 1992.

#### e) Bentuk Mal

Terdapat tiga (3) bentuk umum mal dengan keuntungan dan kerugian tersendiri yaitu :<sup>23</sup>

1. *Open Mall* (Mal Terbuka), adalah mal tanpa pelingkup. Keuntungan adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugian berupa kendala *climatic control* (berpengaruh terhadap kenyamanan) dan kesan pewajahan kurang.
2. *Inclosed Mall* (Mal Tertutup), adalah mal dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan *climatic control*. Kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan luas.
3. *Integrated Mall* (Mal Terpadu), adalah penggabungan mal terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mal tertutup dengan akhiran mal terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap keborosan energi untuk *climatic control* serta mahalnya pembuatan dan perawatan mal tertutup. Mal ini juga bertujuan mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mal tertutup

#### f) Pola Mal

Berawal dari maksud untuk menghindari monoton view tanpa mengurangi kesederhanaan dan kejelasan. Pola awalnya *dumb-bell* yaitu mal linear untuk menghubungkan dua magnet diujung-ujungnya.<sup>24</sup>

### 1.3.5 Tipe-Tipe Mall

Secara global mal apabila ditinjau dari luas dan macam-macam desainnya dapat digolongkan ke dalam 3 tipe yaitu :<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Maithland, Bary, 1987, *Shopping Malls, Planning and Design*, Nicholas Publishing Co., New York, P : 9.

<sup>24</sup> Asri No 85, 1990.

<sup>25</sup> Rubenstein, Harvey, M, *Central City Mall*, 1987, P : 3,4.



### 1. Full Mall

*Full mall* terbentuk oleh sebuah jalan, yang jalan tersebut sebelumnya digunakan untuk lalu-lintas kendaraan kemudian diperbarui menjadi jalur pejalan kaki atau jalur plaza (alun-alun) yang dilengkapi dengan paving, pohon-pohon, bangku-bangku, pencahayaan dan fasilitas-fasilitas baru lainnya seperti patung dan air mancur.

Sejumlah *full mall* dibangun di area-area dengan jumlah penduduk dan dasar ekonomi bermacam-macam. Biasanya dengan jumlah penduduk antara 9.725-360.000 jiwa. Ada beberapa contoh di luar negeri seperti; *Lebanon, New Hampshire*. Jumlah penduduk  $\pm$  9.725 jiwa) dan *Louisville, Kentucky* (jumlah penduduk  $\pm$  360.000 jiwa).

### 2. Transit Mall

*Transit Mall* atau *Transitway* dikembangkan dengan memindahkan lalu-lintas mobil pribadi dan truk ke jalur lain dan hanya mengizinkan angkutan umum seperti bis dan taksi. Area parkir direncanakan tersendiri dan menghindari sistem parkir pada jalan (*on-street parking*). Jalur pejalan kaki diperlebar dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas seperti : paving, bangku, pohon-pohon, pencahayaan, patung, air mancur, dll. *Transit mall* telah dibangun di kota-kota dengan rata-rata ukurannya lebih besar dari *full mall* maupun *semi mall*, untuk contoh, *Mineapolis, Minesota, Portland, oregon, Philladelphia, Pennsylvania, dan Vancour, British Columbia*.

### 3. Semi Mall

*Semi mall* lebih menekankan pada pejalan kaki, oleh karena itu arealnya diperluas dan melengkapinya dengan pohon-pohon dan tanaman, bangku-bangku, pencahayaan, dan fasilitas-fasilitas buatan lainnya, sedangkan jalur kendaraan dan parkir dikurangi.

### 1.3.6 Kegiatan yang Diwadahi

Kegiatan yang diwadahi maksudnya segala aktivitas yang ada di *shopping mall* memerlukan wadah ruang yang jelas untuk mewadahnya sehingga tidak menimbulkan kekacauan. Kegiatan tersebut meliputi.

1. *Pengunjung Konsumen Publik*

Pengunjung terdiri dari berbagai macam golongan dan maksud, ada yang bermaksud belanja, ada yang berekreasi, dll.

2. *Pengelola*

Pengelola yang dimaksud adalah pengelola dari gedung itu sendiri yaitu : menejer, administrasi, tim marketing, *cleaning service*, perawatan gedung dan keamanan.

3. *Penyewa Toko*

*Penyewa/Tenant Outlet*, selain memerlukan wadah untuk barang yang akan dijual juga memerlukan wadah untuk segala hal yang menghubungkan dengan kepengurusan *Outlet*-nya masing-masing *Tenant*.

4. *Pemasok*

Pemasok meliputi : pemasok barang-barang yang akan dijual untuk masing-masing *Outlet* dan pemasok barang-barang untuk keperluan gedung itu sendiri.

Fasilitas-fasilitas yang ada :<sup>26</sup>

- *Sport Center*
- *Cinema Theatre*
- *Community Hall*
- *Swimming Poll*
- *Disco Skate*
- *Medical Center*
- *Children's Play area*

<sup>26</sup> *Bendington, Naddine, 1982, P : 26.*

### **1.3.7 Pengelola Dalam Shopping Mall**

Pengelolaan *shopping mall* hanya meliputi dan berhubungan dengan bangunan yang dikelola tidak termasuk pengelolaan yang ada pada outlet masing-masing yaitu terdiri dari :

1. *Manajer*
2. *Administration* (Administrasi)
3. *Marketing Team* (Tim Marketing)
4. *Cleaning Service*

### **1.3.8 Fungsi Shopping Mall**

Fungsi utamanya adalah untuk memwadahi segala aktifitas perbelanjaan yang ditunjang fasilitas rekreasi dan hiburan dengan pendayagunaan yang maksimal dan efisien dengan memberikan kepada pengunjung rasa aman dan nyaman didalam bangunan tersebut.

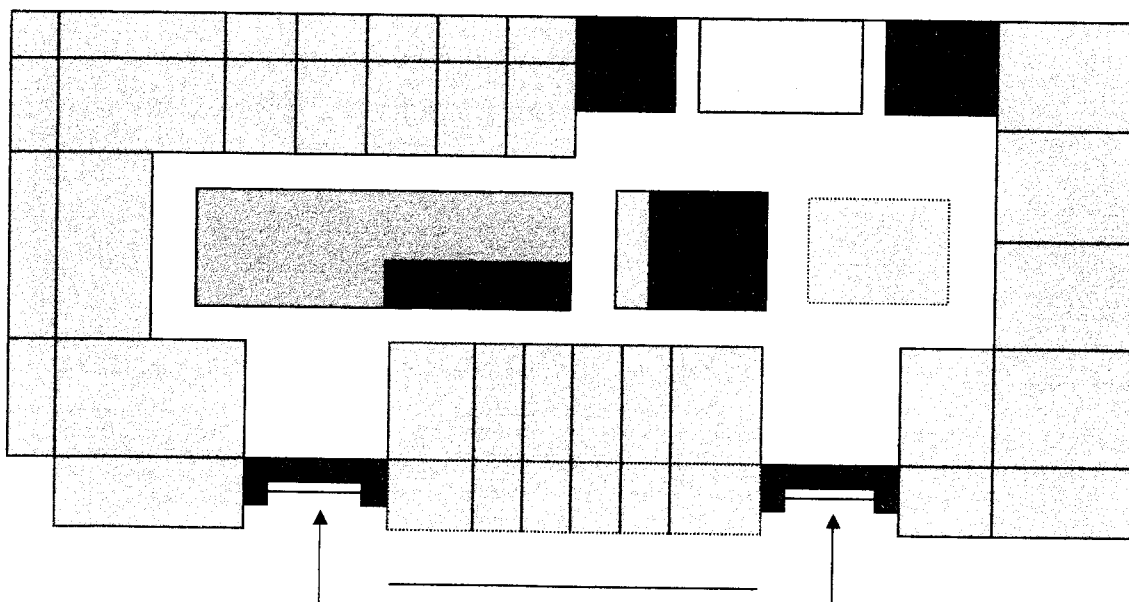
## 1.4 Studi Kasus

### 1.4.1 Malioboro Mall

Malioboro mall adalah pusat perbelanjaan di Yogyakarta yang terletak di jalan Malioboro yang merupakan kawasan perdagangan. Bangunan ini terdiri dari 3 lantai + basement + lantai lower ground + lantai upper ground.






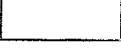


Gb. 1 Malioboro Mall



Denah Lt. Dasar

*Keterangan Denah :*

	: Retail
	: R.Pameran
	: Transportasi Vertikal
	: Utilitas
	: ATM
	: Sirkulasi

**Kondisi bangunan:**

A. Penggunaan ruang dan besaran ruang dari tiap-tiap lantai bangunan Malioboro Mall adalah sebagai berikut :

- Lantai basement dengan ketinggian – 7.50 m digunakan untuk area lahan parkir mobil dengan luasan 3050 m<sup>2</sup> dan ruang mekanikal elektrikal sebesar 750 m<sup>2</sup>.
- Lantai upper ground dengan ketinggian ± 0.00 m digunakan untuk restoran 392 m<sup>2</sup>, lobby 60 m<sup>2</sup>, department store 408 m<sup>2</sup>, retail pertokoan 28 m<sup>2</sup> (2 buah), 20 m<sup>2</sup> (3 buah), 30 m<sup>2</sup>, 44 m<sup>2</sup> (16 buah), 52 m<sup>2</sup> (2 buah), dan 66 m<sup>2</sup>.
- Lantai lower ground dengan ketinggian – 4.00 m digunakan untuk ruang loading dock supermarket 15 m<sup>2</sup>, super market 1616 m<sup>2</sup>, toy center 176 m<sup>2</sup>, book store 368 m<sup>2</sup>, hall 64 m<sup>2</sup>, retail pertokoan 24 m<sup>2</sup> (3 buah), 36 m<sup>2</sup>, 32 m<sup>2</sup> (2 buah), 44 m<sup>2</sup> 4 buah).
- Lantai I dengan ketinggian lantai + 4.00 m diperuntukkan untuk department store 1698 m<sup>2</sup>, retail pertokoan 44 m<sup>2</sup> (6 buah), 48 m<sup>2</sup> (4 buah), 56 m<sup>2</sup> (4 buah), 140 m<sup>2</sup>, 132 m<sup>2</sup> 2 buah), 168 m<sup>2</sup>, 84 m<sup>2</sup>.
- Lantai II dengan ketinggian + 8.00 m digunakan untuk department store 1754 m<sup>2</sup>, retail pertokoan 56 m<sup>2</sup> (7 buah), 48 m<sup>2</sup> 4 buah), 44 m<sup>2</sup> (9 buah), 84 m<sup>2</sup>, 176 m<sup>2</sup>, 196 m<sup>2</sup>.

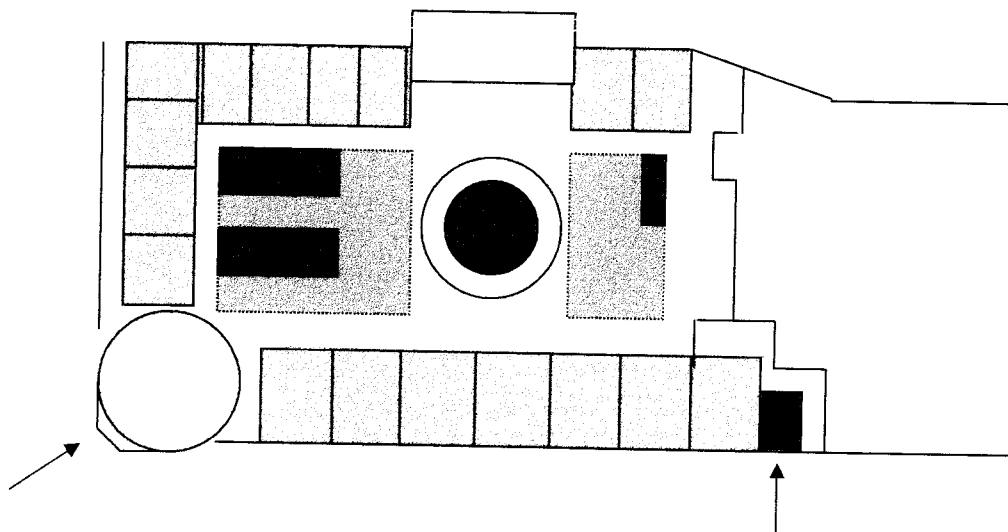
- Lantai III dengan ketinggian lantai + 12.00 m digunakan untuk department store 1754 m<sup>2</sup>, food retail dan play ground 1316 m<sup>2</sup>.
- B. Penggunaan bentuk dasar segi 4 untuk ruang-ruang yang ada pengaturannya lebih mudah dan efisien tetapi kurang variasi bentuk sehingga kurang kreatifitasnya.
- C. Transportasi vertical pada bangunan ini menggunakan escalator dan tangga. Perletakkan escalator di bagian tengah bangunan sehingga mudah dicapai dan dilihat. Dan tangga darurat pada sisi bangunan. Sayangnya tidak terdapat lift pada bangunan ini.
- D. Sebagian besar ruangnya diperuntukan sebagai pertokoan dan department store / supermarket.
- E. Perletakkan ruang utilitas ditempatkan pada bagian sisi / pinggir bangunan sehingga tidak mengganggu penggunaan ruang yang lainnya.
- F. Pola tata ruang dan sirkulasinya bersifat linier, sehingga menjadi lebih fleksibel dan penggunaan sirkulasinya menjadi lebih efisien.
- G. Area parkir untuk mobil dan motor dipisahkan, parkir motor terletak diluar bangunan sedangkan parkir mobil terletak di basement.

**1.4.2 Galeria Mall**

Galleria Mall adalah salah satu pusat perbelanjaan yang terletak di Yogyakarta, tepatnya diperempatan jalan Jend. Sudirman, Jl. Rahayu, Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo. Luasan site bangunan tersebut adalah  $100.80 \text{ m} \times 49.60 \text{ m} = 4606.56 \text{ m}^2$  dengan ketinggian atap bangunan 16 m. bangunan ini terdiri dari 3 lantai dan 2 basement.








**Gb. 2 Galeria Mall**



**Denah Lt. Dasar**

**Keterangan Denah :**

	: Lobby
	: Unit Toko
	: Transportasi Vertikal
	: R. Pameran
	: Kolam

**Kondisi bangunan :**

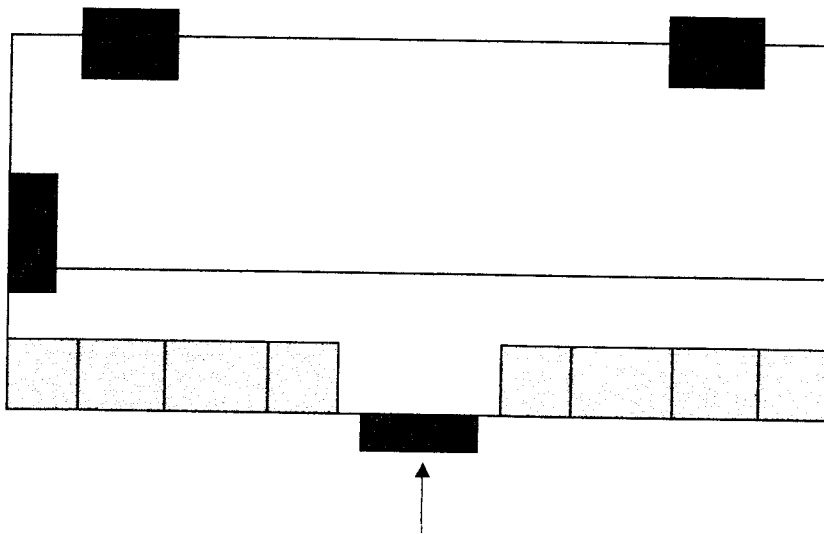
- A. Macam ruang dan besaran ruang yang ada pada tiap tiap lantai sebagai berikut :
- Luasan basement dengan ketinggian lantai -7.40 m digunakan untuk lahan parkir mobil dan motor dengan kapasitas 173 mobil dengan luasan 3269 m<sup>2</sup>, mushola 10 m<sup>2</sup> dan ruang mekanikal elektikal sebesar 662 m<sup>2</sup>.
  - Lantai semi basement dengan ketinggian lantai -4.20 m diperuntukkan sebagai supermarket 1056 m<sup>2</sup>, gudang 2 buah (32 m<sup>2</sup>), ruang ME 630 m<sup>2</sup>, parkir mobil dengan luasan 1010 m<sup>2</sup> untuk kapasitas 40 mobil, fast food 3 buah masing-masing 84 m<sup>2</sup>, 66 m<sup>2</sup>, 192 m<sup>2</sup>, food court 600 m<sup>2</sup>, serta counter lainnya dengan luas ruang @ 12 m<sup>2</sup>.
  - Lantai dasar dengan ketinggian lantai ±0.00 digunakan untuk department store 1532 m<sup>2</sup>, ruang pamer (hall) 288 m<sup>2</sup>, serta beberapa macam counter seperti café, fashion, toko sepatu, toko optical, toko jam, dan lain-lain.
  - Lantai I dengan ketinggian lantai +4.00 diperuntukkan sebagai department store dengan luas 1344 m<sup>2</sup>, toko sepatu & tas 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, toko perlengkapan interior 32 m<sup>2</sup>, toko pakaian 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, toko kaset 32 m<sup>2</sup>, toko kamera & foto 64 m<sup>2</sup>, restoran fast food 128 m<sup>2</sup>, rumah mode 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, toko fashion 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, toko casual 9 buah @ 16 m<sup>2</sup>, 32 m<sup>2</sup>, 64 m<sup>2</sup>, toko perhiasan 32 m<sup>2</sup>, asesoris 32 m<sup>2</sup>, toko busana 64 m<sup>2</sup>, dan toko optik 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, 64 m<sup>2</sup>



- Lantai II dengan ketinggian lantai +8.00 digunakan untuk department store 1344 m<sup>2</sup>, toko alat tulis 375 m<sup>2</sup>, toko kerajinan 2 buah @ 32 m<sup>2</sup>, salon 32 m<sup>2</sup>, toko elektronik 3 buah @ 32 m<sup>2</sup>, toko musik 64 m<sup>2</sup>, dll.
  - Lantai III dengan ketinggian lantai + 12.00 digunakan untuk department store sebesar 1344 m<sup>2</sup>, arena rekreasi & hiburan 128 m<sup>2</sup>, serta counter makan 368 m<sup>2</sup>.
- B. Secara garis besar pembagian ruang dari tiap lantai adalah lantai basement digunakan untuk fasilitas penunjang yaitu lahan parkir, lantai dasar, lantai I dan lantai II digunakan sebagai fasilitas perbelanjaan, sedangkan untuk lantai selaiin digunakan sebagai supermarket sebagian besar ruangnya digunakan sebagai fasilitas rekreasi dan hiburan.
- C. Entrance bangunan mempunyai 2 buak pintu masuk utama.
- D. Lahan parkir mobil dan motor dipisahkan, area parkir untuk mobil ditempatkan pada basement bangunan, sedangkan untuk area parkir motor ditempatkan dimuka bangunan.
- E. Akses vertikal antar lantai pada bangunan ini menggunakan escalator dan lift yang ditempatkan pada tengah bangunan, sedangkan untuk tangga darurat ditempatkan pada sisi pinggir bangunan.
- F. Ruang servis (toilet, lift barang, telpon) di tempatkan pada satu sisi bangunan.






### 1.4.3 RITA Departement Store dan Supermarket

Bangunan ini terletak di Jl. A. Yani yang terdiri dari 3 lantai. Bangunan ini bias dibilang sangat kurang dari segi fasilitas, baik infra struktur maupun segi hiburan/ rekreasi. Bangunan ini belum terdapat escalator, padahal biasanya bangunan minimal 3 lantai yang fungsinya sebagai sarana perbelanjaan yang cukup besar paling tidak terdapat escalator, atau bahkan mempunyai lift. Dan dari segi rekreasi/ hiburan sangatlah kurang karena hanya terdapat sarana untuk bermain dingdong saja.



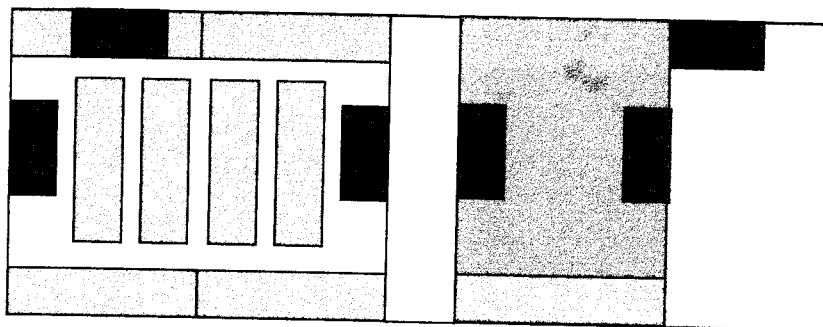
Denah Lt Dasar

*Keterangan Denah :*

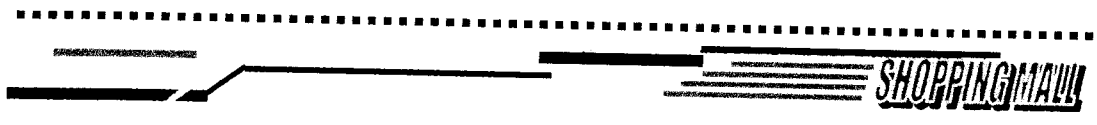
-  : Departement Store
-  : Unit Toko
-  : Transportasi Vertikal
-  : Sirkulasi
-  : Lavatory

**1.4.4 BARATA**


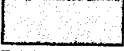



Bangunan ini menyatu dengan pasar tradisional yang terdiri dari 2 lantai. Lantai pertama dipergunakan sebagai sarana bermain untuk anak seperti Time Zone. Sedangkan pada lantai 2 diperuntukan sebagai pusat perbelanjaan. Walaupun bangunan tersebut hanya mempunyai 2 lantai, tetapi sudah menggunakan escalator sebagai sarana transportasi vertical.



↑ Denah Lt. Dasar



*Keterangan Denah :*

-  : Amusement
-  : Unit Toko
-  : Transportasi Vertikal
-  : R. Pameran
-  : Lavatory

Kesimpulan :

1. Lokasi site harus tepat pemilihannya, karena bangunan yang akan didirikan ini adalah bangunan komersil yang mengharapkan bangunannya itu akan dikunjungi oleh banyak orang.
2. Akses masuk ke bangunan harus lebih dari satu sehingga memudahkan pengunjung.
3. Area parkir untuk mobil dan motor dipisahkan sehingga mudah pengaturan dan sirkulasinya.
4. Pembagian / besaran ruang berbeda-beda di bagi berdasarkan fungsi ruang tersebut.
5. Ketinggian antar lantai berkisar antara 3.75 m – 4 m sehingga terkesan lebih nyaman.
6. Untuk sirkulasi vertical sebuah Shopping Mall mutlak menggunakan escalator, lift dan tangga (baik tangga utama maupun tangga darurat).
7. Dalam penggunaan kolom hendaknya mempunyai bentang yang cukup lebar sehingga memudahkan pengaturan ruang dan sirkulasi pengunjung.
8. Ruang mekanikal elektrikl ditempatkan pada ruang yang jauh dari akses pengunjung karena cenderung mengganggu (suara bising).
9. Ruang servis seperti toilet, tangga darurat, lift barang, telpon umum hendaknya ditempatkan pada sisi bangunan sehingga tidak mengganggu aktivitas orang di dalam bangunan.
10. Perletakkan tangga darurat ditempatkan pada sisi bangunan tetapi harus mudah dilihat oleh pengunjung sehingga bila terjadi kebakaran atau keadaan bahaya yang lain dapat dengan mudah menyelamatkan diri.
11. Pola sirkulasi dan penempatan ruang harus bersifat linier, sehingga semua ruang / counter dapat terkunjungi oleh pengunjung.
12. Banyak menampilkan fasilitas hiburan dan rekreasi.

## 1.5 KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

### 1.5.1 Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi

Bangunan yang fungsinya sebagai fasilitas umum komersial yaitu pusat perbelanjaan dan rekreasi harus dapat menarik minat pengunjung baik masyarakat strata bawah sampai masyarakat strata atas. Maka di butuhkan sesuatu yang dapat menarik minat orang untuk melihat selanjutnya ingin mengunjunginya.

Rekreasi berasal dari bahasa Inggris "*re-creat*" yang berarti bersenang-senang, menciptakan kembali maksudnya adalah menciptakan suasana baru dan cocok untuk melakukan tugas seperti sedia kala, setelah bekerja keras, baik secara fisik maupun mental.

Memasukkan unsur rekreasi pada bangunan pusat perbelanjaan sangat perlu dan bias di bilang kewajiban agar orang-orang tertarik bukan saja untuk berbelanja saja melaunkan untuk bersenang-senang. Perpaduan pusat perbelanjaan dan fasilitas rekreasi merupakan pertimbangan utama perencanaan dan perancangan bangunan Shopping Mall ini.

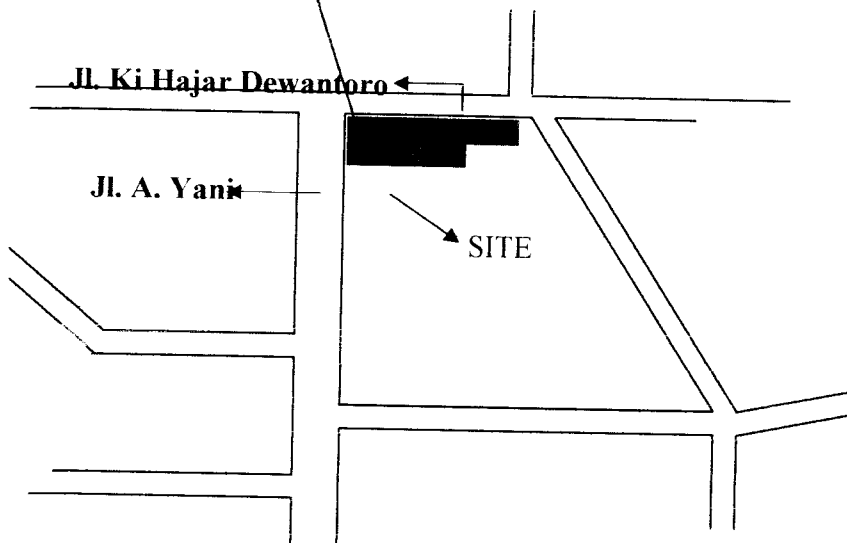
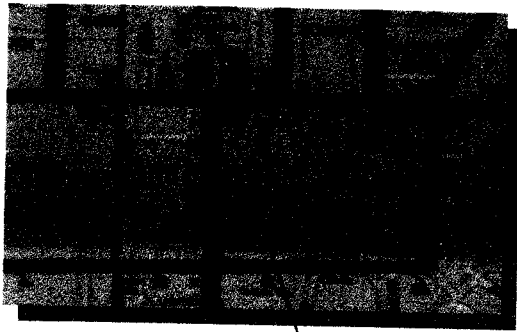
#### Pemilihan Lokasi Site

Dalam pemilihan site, yang perlu diperhatikan adalah fungsi bangunan yang akan didirikan. Dalam hal ini adalah sebuah bangunan yang bergerak di bidang komersial maka dipilih site yang terletak pada *urban* (daerah perkotaan).

Di Cilacap, pusat kota bisa dikatakan terletak antara Jl. Ahmad Yani dan Jl. Ki Hajar Dewantoro. Di jalan tersebut banyak berdiri toko-toko dari yang besar sampai yang kecil, khususnya di Jl. A. Yani yang merupakan jalur satu arah dikarenakan arus lalu-lintas yang cukup padat.

Memasukan fasilitas rekreasi kedalam bangunan pusat perbelanjaan adalah sesuatu yang menguntungkan, karena pengunjung pergi ke banguna ini bukan hanya untuk berbelanja, melainkan juga untuk melepaskan kepenatan yang disebabkan karena rutinitas kegiatan sehari-hari.

LOKASI SITE



Dipilihnya site tersebut karena letaknya yang berada pada Jl. Ki Hajar Dewantoro sebagai pusat kota Cilacap. Di sepanjang Jl. A. Yani berdiri bermacam-macam bangunan komersil mulai dari toko pakaian, toko buku, sampai dengan rumah makan.

### 1.5.2 Konsep Dasar Program Ruang

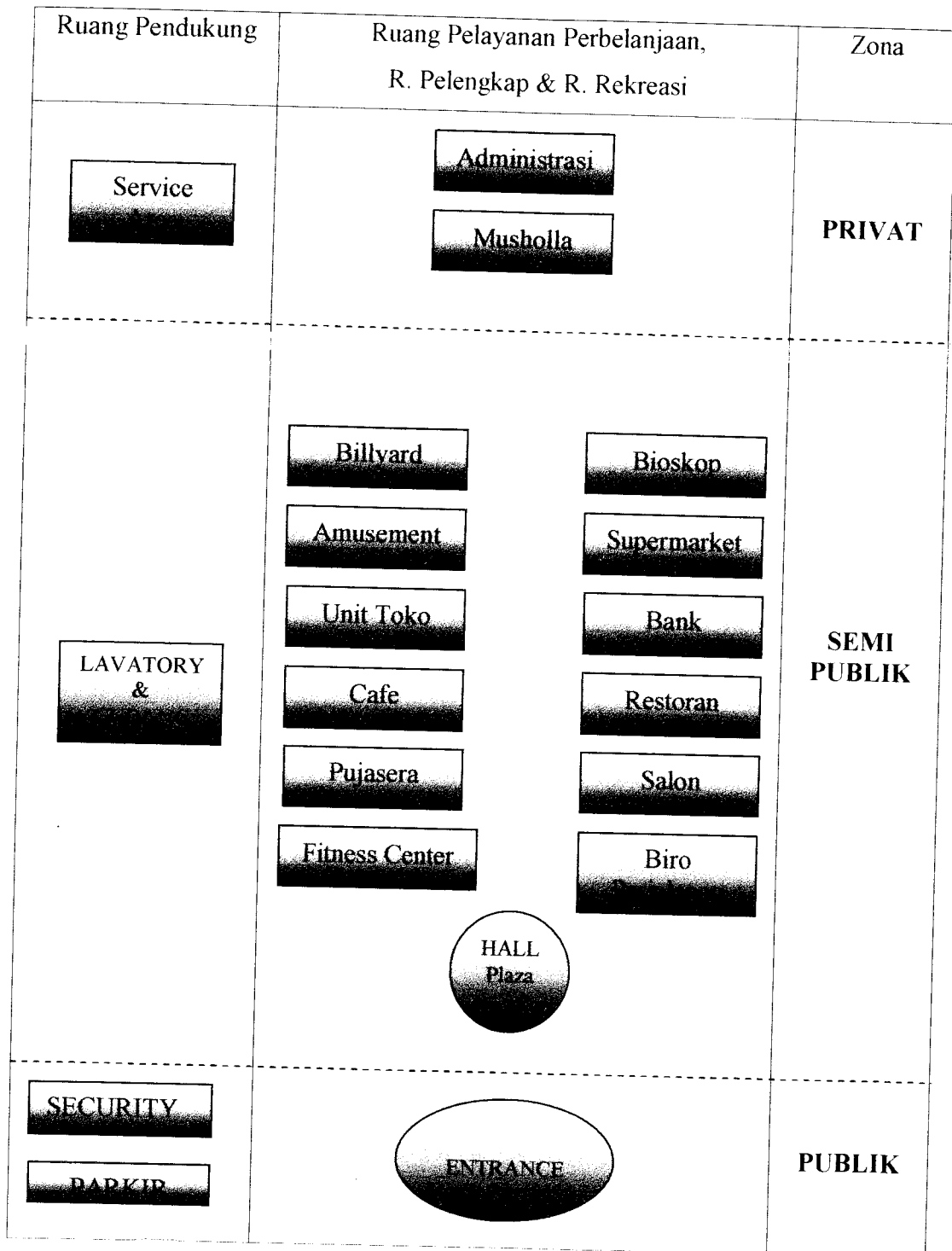
Pengelompokkan Fasilitas dan Kebutuhan

Ruang-ruang pada Shopping Mall dibagi kedalam 4 kelompok, yaitu :

- A. Kelompok ruang pelayanan dan perbelanjaan
  - Pertokoan
  - Supermarket/ pasar swalayan
  - Department store
- B. Kelompok ruang pelayanan hiburan/ rekreasi
  - Restoran, café, pujasera
  - Fitness center
  - Bioskop
  - Billyard
  - Amusement center (arena hiburan & bermain/ ketangkasan)
- C. Kelompok ruang pelengkap
  - Salon
  - Bank
  - Agen perjalanan
  - Kantor pengelola
  - Administrasi & R. Rapat
- D. Kelompok ruang pendukung
  - Parkir area
  - Satpam
  - Lavatory
  - Gudang
  - Servis area (sanitasi, komunikasi, MEE, dll.)



**1.5.2.1 Organisasi Ruang**



### 1.5.2.2 Pembagian Ruang tiap lantai

#### ➤ Lantai Basement

Pada lantai ini difungsikan untuk :

- Area parkir mobil dengan kapasitas  $\pm 350$  mobil dengan 2 pintu, masuk dan keluar.
- Area parkir sepeda motor dengan kapasitas  $\pm 500$  motor, sedangkan  $\pm 500$  lagi di luar bangunan.
- R. Keamanan
- R. MEE seperti genset, AC central, cleaning servis, dll.
- Lavatory
- Fasilitas transportasi vertikal menggunakan lift dan tangga.

#### ➤ Lantai Dasar

Lantai I ini digunakan sebagai :

- Lobby / hall / plaza.
- Dept. Store
- R. Pameran
- Unit toko
- Servis area (lavatory, telpon, dll)
- Transportasi vertical menggunakan lift, escalator, dan tangga.

#### ➤ Lantai II

Pada lantai II di fungsikan sebagai :

- Dept. Store
- Supermarket
- Unit toko
- Restoran
- Servis area
- Transportasi veryikal dengan lift, escalator, dan tangga.

### ➤ Lantai III

Lantai ini diperuntukan sebagai :

- Lobby
- Restoran
- Pujasera
- Café
- Bioskop
- Billiard
- Amusement
- Servis area
- Transportasi vertical menggunakan lift, escalator, dan tangga.

### 1.5.2.3 Prakiran Luas Ruang

Luas bangunan dengan asumsi standar kegiatan dan prakiraan luas adalah sebagai berikut:

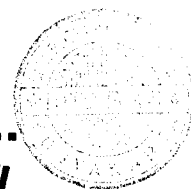
Luas site keseluruhan	= 13.030 m <sup>2</sup>
Luas dasar bangunan	= 70% x 13.030 = 9121 m <sup>2</sup>
Luas total lantai lantai	= 3 x 9121 = 27363 m <sup>2</sup>
Area servis maks.	= 7% x 27363 = 1915 m <sup>2</sup>
Rentable areas maks.	= 80% x 27363 = 21890 m <sup>2</sup> terbagi atas :
• Sarana Perbelanjaan	= 60 % x 21890 = 13134.5 m <sup>2</sup>
• Sarana Rekreasi dalam	= 35% x 21890 = 7661.5 m <sup>2</sup>

**Besaran Ruang**

Kelompok Ruang	Standar Ruang (m <sup>2</sup> )	Jumlah	Besaran (m <sup>2</sup> )
<b>A. Ruang Pelayanan / R. Utama</b>			
Pertokoan			
• Unit Toko	16	20	320
• Unit Toko	32	12	384
• Unit Toko	64	10	640
• Unit Toko	176	2	352
• Unit Toko	196	1	196
<b>Total</b>			<b>1892</b>
Supermarket			
• Supermarket	@ 2.8	100 org	280
• R. Pegawai	12	2	24
• R. Kasir	4	5	20
• R. Pengelola	16	1	16
• Lavatory	24	2	48
• Gudang	21	1	21
<b>Total</b>			<b>409</b>
Department Store			
• Dept. Store	4.063	2	8126
• R. Pegawai	12	1	12
• R. Pengelola	16	2	32
• Lavatory	24	4	96
• Gudang	18	1	18
• R. Ganti Pengunjung	3	4	12
<b>Total</b>			<b>8296</b>

<b>Restoran</b>			
• R. Makan & Minum	@ 0.8	400 org	320
• R. Penyajian	32	1	32
• Dapur	48	1	48
• R. Pengelola	16	1	16
• R. Karyawan	12	2	24
• Toilet	4	4	16
• Gudang	9	1	9
<b>Total</b>			<b>465</b>
<b>Pujasera</b>			
• R. Makan & Minum	@1.5	400 org	600
• R. Penyajian	32	1	32
• Dapur	48	1	48
• R. Pengelola	16	1	16
• R. Karyawan	12	4	48
• Gudang	16	1	16
<b>Total</b>			<b>760</b>
<b>Café</b>			
• R. Makan & Minum	@1,5	100 org	150
• R. Penyajian	40	1	40
• Dapur	12	1	12
• R. Pengelola	12	1	12
• R. Karyawan	12	2	24
• Gudang	9	1	9
<b>Total</b>			<b>247</b>
<b>Fitness Center</b>			
• R. Fitness	@1,5	80 org	120

• R. Karyawan	9	2	18
• R. Ganti Pengunjung	12	2	24
• R. Kesehatan	12	1	12
• Cafeteria	12	1	12
• R. Pengelola	12	1	12
• Toilet	4	4	16
• Gudang	16	1	16
<b>Total</b>			<b>230</b>
<b>Bioskop</b>			
• Tempat Duduk	@0,8	120 org	96
• R. Proyektor	96	1	96
• Kantin	12	1	12
• R. Tiket	12	1	12
• Lavatory	30	1	30
• Gudang	36	1	36
<b>Total</b>			<b>282</b>
<b>Billiard</b>			
• Area Billyard	84	1	84
• R. Duduk	@0,8	120	96
• R. Pengelola	12	1	12
• R. Karyawan	16	2	32
• Gudang	16	1	16
<b>Total</b>			<b>240</b>
<b>Amusement Center</b>			
• Area	100	2	200
• Area	200	2	400
• Area	250	1	250



• R. Pengelola	16	1	16
• R. Karyawan	16	2	32
• Gudang	16	1	16
<b>Total</b>			<b>914</b>
<b>Diskotik</b>			
• Dance Area	@1,5	100 org	150
• R. Duduk	@0,8	150	120
• R. Pengelola	16	1	16
• R. Karyawan	24	2	48
• Toilet	4	4	16
• Gudang	16	1	16
<b>Total</b>			<b>366</b>
<b>Kolam Renang</b>			
• Kolam Renang	100	2	100
• R. Ganti	18	2	36
• R. Pengelola	12	1	12
• R. Karyawan	16	2	32
• Toilet	4	4	16
• Gudang	12	1	12
<b>Total</b>			<b>208</b>
<b>B. Ruang Pelengkap</b>			
<b>Salon</b>			
• R. Kerja	@2,5	10	25
• R. Pengelola	12	1	12
• R. Karyawan	12	1	12
<b>Total</b>			<b>49</b>

Bank			
• R. Kerja Fungsional	@2.5	10	25
• R. Manager	12	1	12
• R. Karyawan	16	1	16
• Gudang	12	1	12
<b>Total</b>			<b>65</b>
Biro Perjalanan			
• R. Kerja Fungsional	@2.5	6	15
• R. Pengelola	12	1	12
• R. Karyawan	12	1	12
• Gudang	12	1	12
<b>Total</b>			<b>51</b>
Kantor Manager Shopping Mall	16	1	16
Staff	@2.5	10	15
Administrasi	@2.5	10	15
R. Rapat			
• R. Rapat	@0,8	50	40
• R. Arsip	12	1	12
• Gudang	12	1	12
<b>Total</b>			<b>64</b>
<b>C. Ruang Pendukung</b>			
Parkir Area			
• Parkir Mobil	@20	350 mobil	7000
• Parkir Motor	@1.5	1000 motor	1500
<b>Total</b>			<b>8500</b>
Keamanan	12	1	12



Cleaning Servis	20	1	20
R. Genset	30	1	30
AC Central	40	1	40
R. Pembuangan Sampah	9	1	9
<b>Sirkulasi 20 %</b>			<b>4639</b>
<b>Total Luasan Keseluruhan</b>			<b>27834</b>

### 1.5.3 Konsep Sirkulasi

Konsep pergerakan / sirkulasi di bedakan menjadi 2 :

#### A. Sirkulasi Pejalan Kaki

1. Sirkulasi untuk pejalan kaki harus dipisahkan dengan sirkulasi kendaraan karena dapat saling mengganggu .
2. Sirkulasi untuk pejalan kaki harus sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga pengunjung dapat merasa aman dan nyaman.
3. Menggunakan sistem sirkulasi yang sederhana sehingga tidak membingungkan pengunjung dan dapat dengan mudah mencapai fasilitas atau ruang yang ingin di kunjungi.
4. Menggunakan 2 macam pedestrian, yaitu terbuka (tanpa penutup atap dan berupa mal terbuka), dan pedestrian tertutup (letaknya didalam bangunan dan berupa mal tertutup) dan keduanya saling terkait antar satu dengan lainnya.
5. Perkerasan menggunakan jenis bahan, pola, ataupun warna yang berbeda sebagai penunjuk arah.

#### B. Sirkulasi Kendaraan

1. Dipisahkan dari jalur sirkulasi pejalan kaki agar tidak saling mengganggu.
2. Sirkulasi masuk dan keluar bangunan dibuat terpisah sehingga tidak terjadi saling berpapasan.
3. Peletakan parkir dibedakan menjadi 2 tipe, diluar dan di dalam bangunan (Basement)

## 1.5.4 Konsep Dasar Sistem Struktur dan Utilitas

### 1.5.4.1 Sistem struktur

Pemilihan sistem struktur pada bangunan di pertimbangkan terhadap :

- Menggunakan basement dengan pondasi basement.
- Menggunakan core pada lift, shaft dan lavatory yang menerus tiap lantai sebagai tambahan penguat struktur..
- Bentang kolom diperkirakan berkisar antara 8-12 m (standar Retail Shop yang sepanjang 4 m) sehingga menggunakan kolom sebesar 0,8-1 m.
- Pada hall beratapkan skylight dengan rangka baja.

### 1.5.4.2 Sistem Utilitas

#### A. Pencahayaan

- Pencahayaan Alamiah

Diusahakan pemanfaatan cahaya alami yang berasal dari sinar matahari di optimalkan, dengan menggunakan skylight dan void. Namun jangan asal mengambil sinar matahari yang ada, kita juga harus dapat memperkirakan dan mempertimbangkan dampak negatif baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap bangunan itu sendiri maupun barang-barang yang terdapat didalamnya.

- Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan yang dimaksud disini adalah lampu. Tetapi perlu dipertimbangkan daya efisiensi, warna dan efek cahaya yang diinginkan. Bentuk dan penampilan yang diinginkan seperti armature dan pendistribusian cahaya.

#### B. Elektrikal

Sistem pendistribusian elektrikal perlu diperhatikan agar tidak mengganggu kegiatan yang ada. Peletakkannya juga harus diperhatikan supaya tidak menimbulkan kebisingan pada area perdagangan dan hiburan didalam bangunan.

#### C. Sistem Transportasi Vertikal

Bangunan ini menggunakan transportasi vertical escalator, lift, dan tangga, dengan pertimbangan kebutuhan, kenyamanan dan perawatan serta dapat menikmati suasana/pemandangan eksterior maupun interior bangunan.

#### D. Sistem Jaringan Drainase dan Sanitasi

1. Kebutuhan air bersih dilayani oleh sumber PDAM Kabupaten Cilacap dan menggunakan pompa dengan system *Down Feed*. Pendistribusian air bersih ke dalam bangunan dengan menggunakan system *Loop*. Sistem ini mempunyai kelebihan berupa tekanan yang merata dan bila terjadi kebocoran, daerah pelayanan tetap terlayani.
2. Jaringan air kotor dialirkan menuju saluran drainase dan di teruskan ke saluran air yang menuju riol kota.
3. Jaringan air kotoran ditampung menggunakan *septic tank* dengan bidang resapan. Air kotoran dialirkan dan ditampung pada bak khusus yang disebut bangunan pengolahan air buangan kemudian secara berkala disedot oleh unit mobil penyedot kotoran.

#### E. Penghawaan

System penghawaan pada bangunan ini menggunakan kedua macam penghawaan, yaitu penghawaan alami yang digunakan pada jalur0jalur sirkulasi sehingga dapat menekan biaya produksi. Sedangkan penghawaan buatan dengan menggunakan AC Central, diperuntukan bagi unit-unit toko didalamnya.

#### F. Sistem Keamanan

Keamanan pada bangunan meliputi keamanan terhadap kriminalitas, kebakaran, dan bahaya petir. Jenis serta kuantitas perlengkapan keamanan digunakan sesuai standar yang berlaku untuk bangunan publik komersial.

## 1.6 RUMUSAN PERMASALAHAN

- **Permasalahan Umum**

Bagaimana menciptakan konsep perancangan suatu Shopping Mall yang menyediakan segala kebutuhan masyarakat sekitar sebagai pusat perbelanjaan, hiburan, dan rekreasi.

- **Permasalahan Khusus**

Permasalahan khusus berkenaan dengan arsitektural, antara lain :

- Bagaimana merancang sirkulasi pengunjung agar tidak monoton.
- Bagaimana merancang layout ruang yang rekreatif pada bangunan shopping mall.
- Bagaimana citra bangunan sebuah mall.

## 1.7 TUJUAN

Untuk mendapatkan rumusan konsep perencanaan dari sebuah "Shopping Mall" sebagai sebuah fasilitas komersial baru yang dapat memadukan unsur rekreasi dan pusat perbelanjaan sehingga menjadi satu kesatuan yang saling menopang antara satu dengan yang lainnya.

## 1.8 SASARAN

1. Mengetahui konsep sirkulasi dan layout ruang.
2. Mengetahui program ruang untuk bangunan mal.
3. Mengetahui konsep citra sebuah mall.

## 1.9 LINGKUP PEMBAHASAN

Pembahasan di batasi pada masalah-masalah dalam lingkup disiplin ilmu arsitektur dengan penekanan aspek fisik dan filosofi bangunan yang dapat menghasilkan arahan baru dalam konsep perencanaan dan perancangan.

## 1.10 METODE PEMBAHASAN

Secara keseluruhan merupakan cara untuk memperoleh data untuk mempermudah dalam melakukan analisis dan sintesis yang akan dapat mengidentifikasi permasalahan agar dapat menyimpulkan ke dalam bentuk pembahasan secara kualitatif yang di gunakan sebagai acuan dalam penyusunan konsep dasar perencanaan dan perancangan.

Adapun macam data yang diperoleh sebagai berikut :

### 1. Analisis

#### • Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan cara pengamatan langsung (observasi).

#### • Data Sekunder

Data yang diperoleh dari mempelajari literatur atau referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan.

### 2. Sintesis

Hasil akhir dari permasalahan / solusi permasalahan.

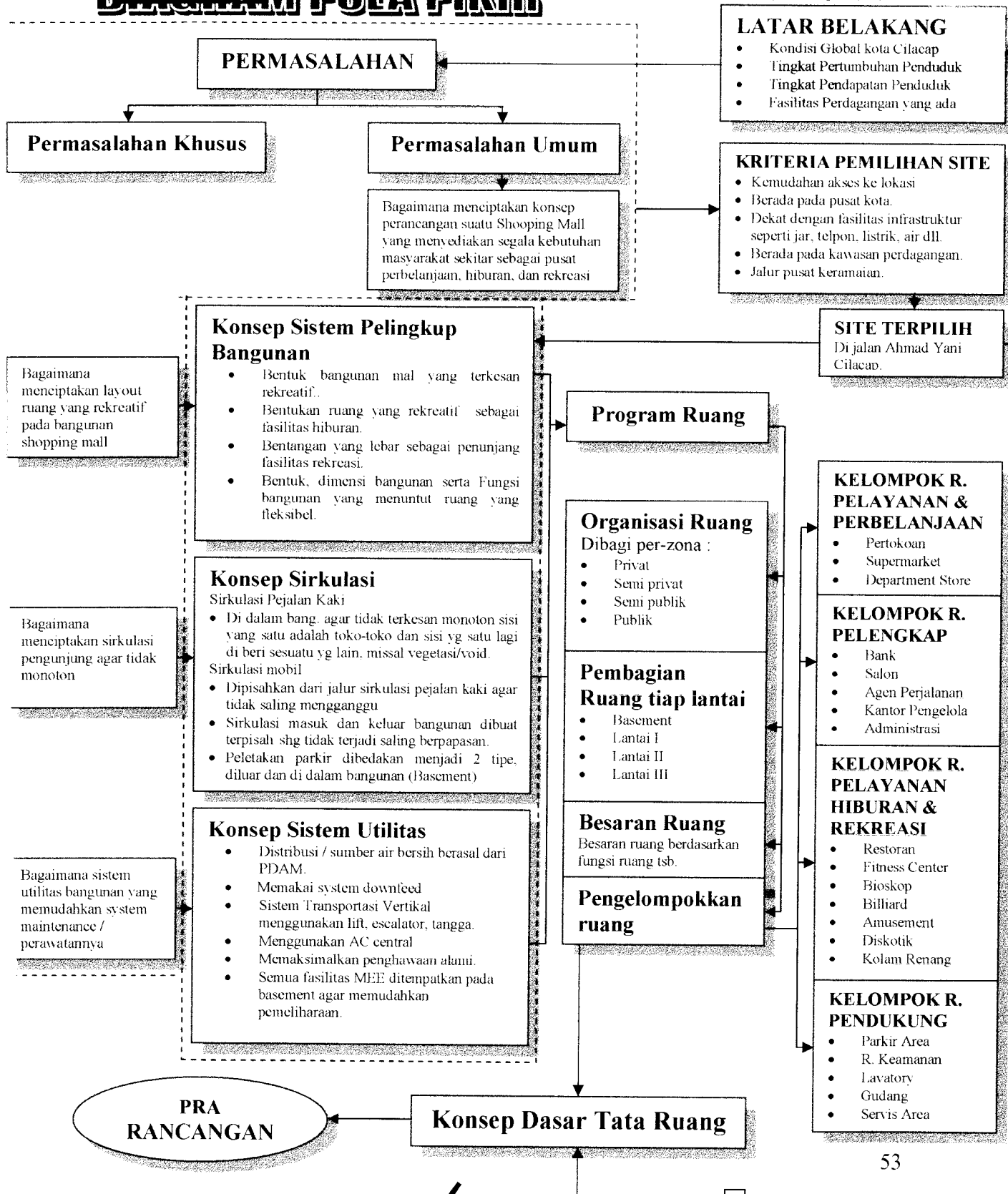
## 1.11 KEASLIAN PENULISAN

Biar bagaimanapun penulis adalah manusia biasa yang mempunyai keterbatasan pola pikir, maka dalam menyusun proposal ini memerlukan banyak masukan-masukan dari berbagai referensi, yang antara lain :

1. Penulis : Endin Herdiana  
No. Mhs : 92034035/TA/UUI/1997  
Judul : Shopping Mall di Bandung  
Penekanan : (Ungkapan citra modernitas sebagai salah satu factor penentu pasar)
2. Penulis : Antin Juliati  
No. Mhs : 91340096/TA/UUI/1997  
Judul : Pusat Perbelanjaan di Purwokerto  
Penekanan : Konsep Perencanaan dan Perancangan
3. Penulis : Dedy Rudyanto  
No. Mhs : 88340028/TA/UUI/1994  
Judul : Shopping Mall di Semarang  
Penekanan : Landasan Komersial Perancangan
4. Penulis : Bahtiar Efendy  
No. Mhs : 96340014/TA/UUI/2001  
Judul : Pusat Perbelanjaan di Cilacap  
Penekanan : Unsur Alam sebagai Penambah Suasana Rekreatif Pada Ruang Dalam

# DIAGRAM POLA PIKIR

## SHOPPING MALL



## REFERENSI

- ❖ Endin Herdiana,TA. Shopping Mall di Bandung
- ❖ Antin Juliati, TA. Pusat Perbelanjaan di Purwokerto
- ❖ Antin Juliati, TA. Pusat Perbelanjaan di Cilacap
- ❖ Fitriana, TA. Redesain Terminal Bus di Cilacap
- ❖ Robert Davis Rathbun Shopping Centers & MALLS
- ❖ Roger H. Clark & Michael Pause Preseden Dalam Arsitektur
- ❖ Majalah ASRI dan LARAS
- ❖ Ernst Neufert, Data Arsitek, jilid 1 edisi kedua
- ❖ Ernst Neufert, Data Arsitek, jilid 2 edisi kedua
- ❖ Joseph De Chiara and John Hancock Callender Time-Saver Standards for Building Types.
- ❖ Internet



## BAB II SCHEMATIC DESIGN

### PERMASALAHAN



#### PERMASALAHAN UMUM

Bagaimana menciptakan konsep perancangan suatu Shopping Mall yang menyediakan segala kebutuhan masyarakat sekitar sebagai pusat perbelanjaan, hiburan, dan rekreasi.

#### PERMASALAHAN KHUSUS

Bagaimana menciptakan sirkulasi pengunjung agar tidak monoton.

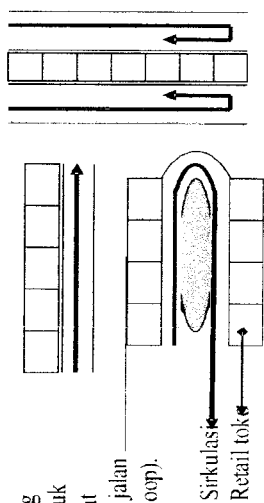
Bagaimana menciptakan pola layout ruang yang kreatif pada bangunan Shopping Mall.

Bagaimana menciptakan konsep citra bangunan Shopping Mall.

## 2.1 POLA JALUR SIRKULASI

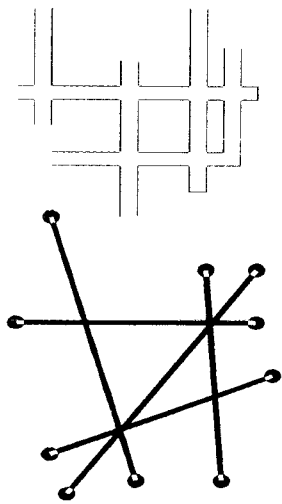
### 1. Linier

Semua jalan pada dasarnya adalah linier. Jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama untuk satu sederet ruang-ruang. Disamping itu, jalan dapat berbentuk lengkung atau berbelok arah, memotong jalan lain, bercabang-cabang, atau membentuk putaran (loop).



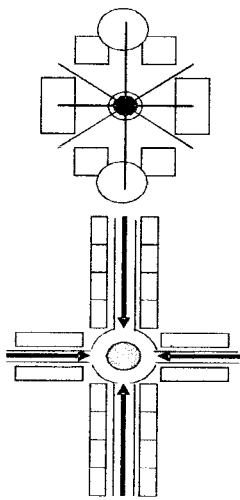
### 4. Jaringan

Suatu konfigurasi jaringan yang terdiri dari jalan-jalan yang menghubungkan titik-titik tertentu di dalam ruang.



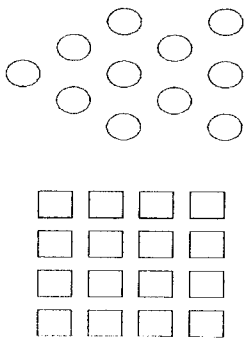
### 2. Terpusat

Terdiri dari sejumlah bentuk sirkulasi linier yang mengelilingi / menuju satu bentuk dominan yang berada tepat di pusatnya.



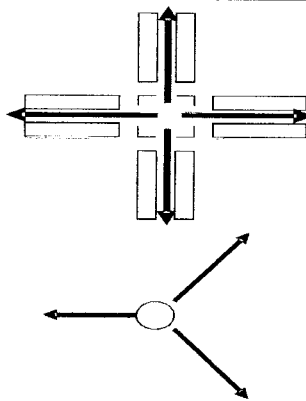
### 5. Grid

konfigurasi grid terdiri dari 2 pasang jalan sejajar yang saling berpotongan pada jarak yang sama dan menciptakan kawasan-kawasan ruang segi empat.



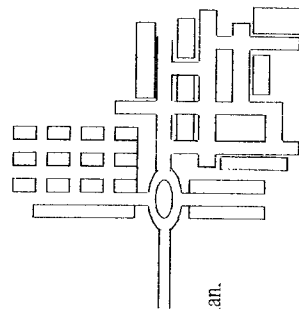
### 3. Radial

Sistem sirkulasi ini hampir sama dengan sistem sirkulasi Terpusat / sumbu, perbedaannya pada sistem ini jalur sirkulasi dari pusat menuju keluar.



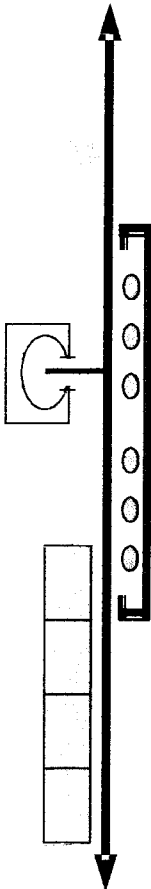


### 6. Komposit (Gabungan)

Pada kenyataannya, sebuah bangunan umumnya membuat kombinasi dari pola-pola diatas. Hal terpenting dari setiap pola adalah pusat kegiatan, jalan masuk keruangan, serta tempat untuk sirkulasi vertical berupa tangga-tangga, escalator dan elevator. Semua bentuk titik pusat ini memberikan kejelasan jalur pergerakan melalui bangunan dan menyediakan untuk kesempatan untuk berhenti sejenak, beristirahat, dan menentukan orientasi. Untuk menghindari orientasi yang membingungkan, suatu susunan hirarkis diantara jalur2 dan titik bangunan dapat dibangun dengan membedakan skala bentuk, panjang, serta penempatannya.


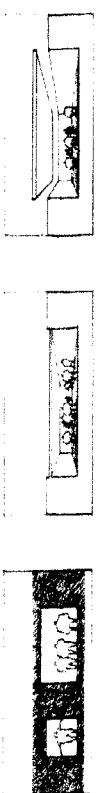



## 2.1.1 HUBUNGAN JALUR DAN RUANG

Jalur di hubungkan dengan ruang-ruang dalam cara-cara berikut ini

- Melalui ruang-ruang**
  - Kesatuan dari tiap-tiap ruang dipertahankan
  - Konfigurasi jalan yang fleksibel
  - Ruang-ruang perantara dapat dipergunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang-ruangnya.
- Menembus Ruang-ruang**
  - Jalan dapat menembus sebuah ruang menurut sumbuinya, miring atau sepanjang sisinya.
  - Dalam memotong sebuah ruang, suatu jalan menimbulkan pola-pola istirahat dan gerak didalamnya
- Berakhir Dalam Ruang**
  - Lokasi ruang menentukan jalan.
  - Hubungan jalan ruang ini digunakan untuk pendekatan dan jalan masuk ruang-ruang penting yang fungsional dan simbolis.

## 2.1.2 BENTUK RUANG SIRKULASI

- Terutup**  
 Membentuk galeri umum atau koridor pribadi yang berkaitan dengan ruang-ruang yang di hubungkan, melalui pintu.
 
- Terbuka pada salah satu sisinya**  
 Membentuk balkon atau galeri yang membertakan kontinuitas visual dan kontinuitas ruang dengan ruang-ruang yang di
 
- Terbuka pada kedua sisinya**  
 Membentuk deretan kolom untuk jalan lintas yang menjadi sebuah perluasan fisik dan ruang yang ditembusnya. lebar dan tinggi dari suatu ruang sirkulasi harus sebanding dengan jenis dan jumlah pergerakan tamponnya. Sebuah perbedaan dalam skala harus dibuat antara ruangan untuk umum, ruangan yang lebih pribadi, serta koridor pelayanan.
 

## 2.1.3 PERBANDINGAN POLA SIRKULASI

MACAM POLA SIRKULASI	CIRI-CIRI	PENGGUNAAN PADA RUANG
LINIER	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Sangat efektif untuk ruang-ruang berderet.</li> <li>• Dapat berupa jalan lurus, lengkung memotong jalan, atau membentuk putaran.</li> <li>• Cenderung monoton karena sifatnya yang menerus.</li> </ul>	Sirkulasi menuju retail-retail toko
TERPUSAT	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Kumpulan beberapa sirkulasi linier menuju satu pusat.</li> </ul>	Sirkulasi dari retail -retail toko menuju anchor / magnet, misal: plaza, hall dll.
RADIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Sirkulasi dari anchor menuju keluar anchor itu sendiri</li> </ul>	Serupa dengan sirkulasi terpusat.
JARINGAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Jalan-jalan yang di hubungkan titik-titik tertentu di dalam ruang.</li> <li>• Sirkulasi jadi bersifat saling silang sehingga cenderung membingungkan pengunjung.</li> </ul>	Kurang tepat di adopsi pada shopping mall.
GRID	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Sirkulasi yang terdiri dari 2 pasang jalan sejajar yang saling berpotongan menciptakan kawasan ruang segi empat.</li> <li>• Mempunyai keteraturan bentuk.</li> </ul>	Dipakai salah satunya pada Departement Store..

## 2.2 SIRKULASI YANG TIDAK MONOTON

### TIDAK MENERUS

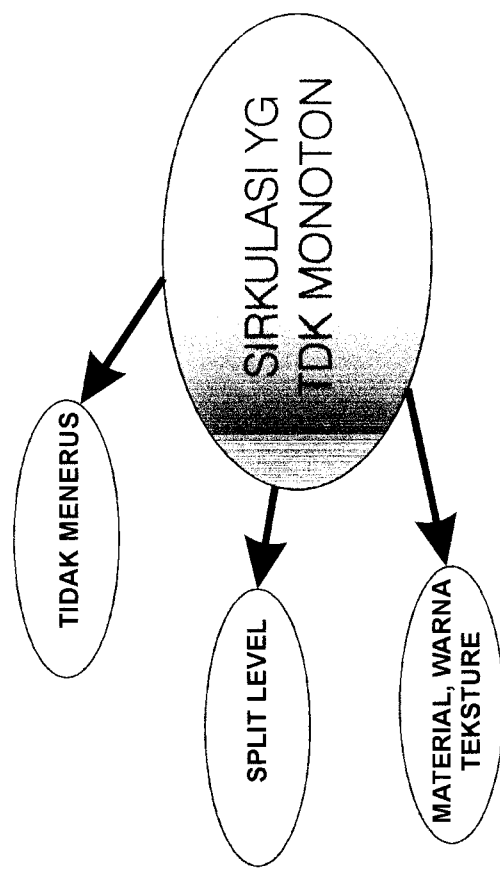
Jalan tersebut tidak lurus sampai puluhan meter, akan tetapi jalan tersebut divariasikan antara yang lurus dan yang bersifat dinamis misalnya elips sehingga kesan monoton tidak terlihat.

### SPLIT LEVEL

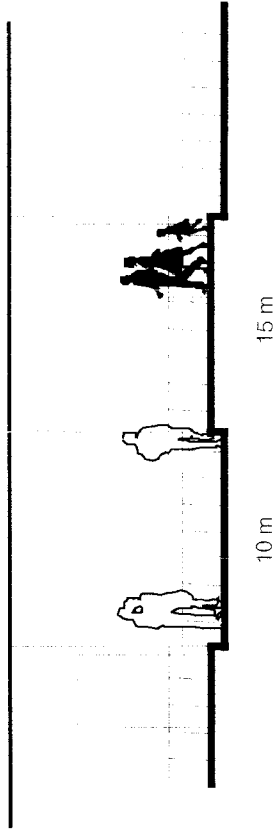
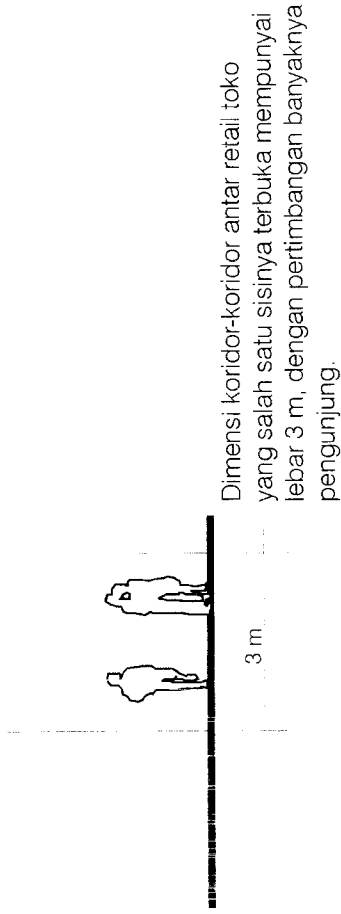
Split level adalah perbedaan ketinggian lantai. Pola tersebut memberi para pejalan kaki masa tenggang untuk naik dan turun tiap level lantai.

### PERBEDAAN MATERIAL, WARNA DAN TEKSTURE

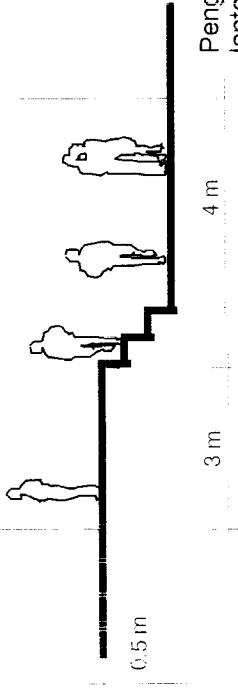
Pada jalur sirkulasi atau koridor di berikan perbedaan warna, material dan teksture. Misal : pola lantai dibuat perbedaan teksture, dinding ruang di sisinya di beri perbedaan warna serta materialnya.



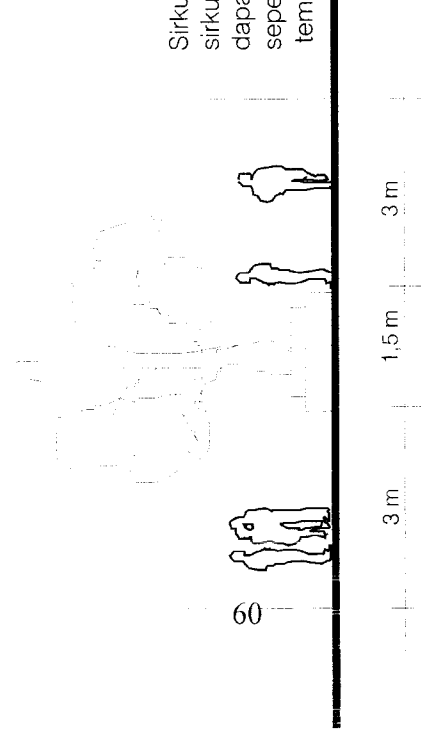
## 2.2.1 SIRKULASI HORIZONTAL



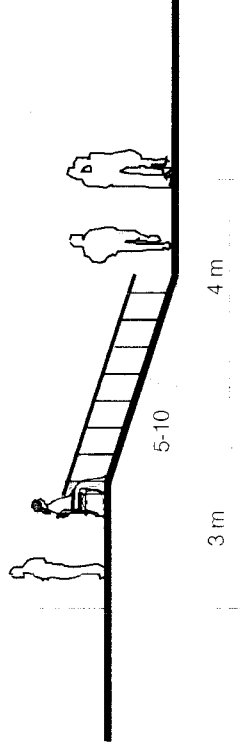
Sirkulasi pada jarak tertentu di bedakan ketinggian lantai (split level selain menghilangkan kesan monoton pada sirkulasi juga memberikan kesan yang atraktif dan rekreatif



Pengadaan pola split level pada lantai bertujuan sebagai salah satu akses sirkulasi yang tidak monoton sehingga memberi kesan yang atraktif dan dinamis



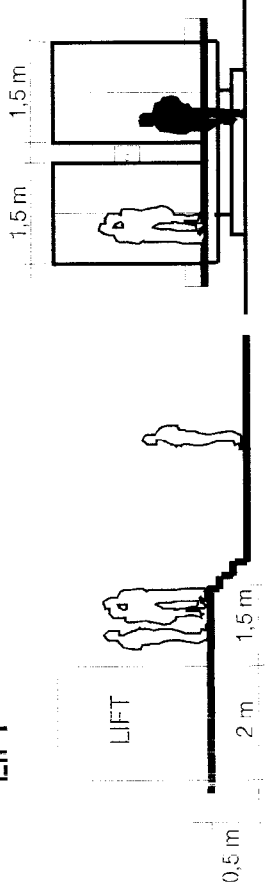
Sirkulasi di pelebar sehingga di antara sirkulasi tersebut di berikan sesuatu yang dapat menghilangkan kejenuhan seperti halnya vegetasi dengan penambahan tempat duduk untuk bersantai/ beristirahat.



Sirkulasi untuk orang berkursi roda (cacat) janganlah di lupakan, untuk itu dibuatlah jalur khusus untuk mereka, yaitu dengan menggunakan RAMP dengan kemiringan sudut 5- 10. Selain itu RAMP juga berfungsi untuk sirkulasi barang yaitu troli dan kereta bayi.

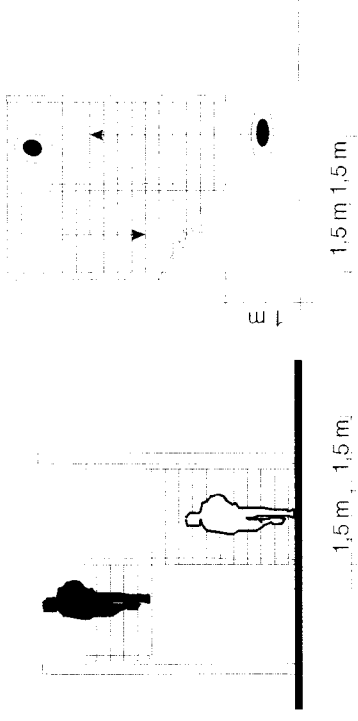
## 2.2.2 SIRKULASI VERTIKAL

### LIFT



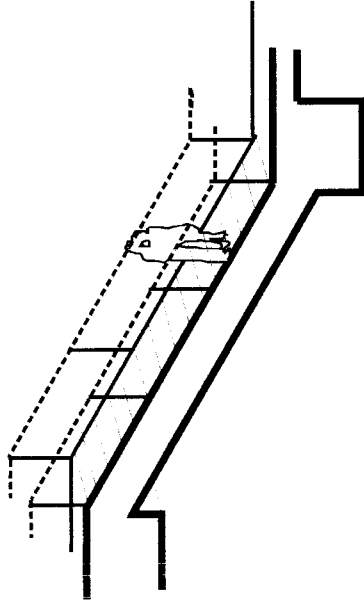
Lift memiliki dimensi 1,5 x 2 m dan untuk ruang tunggu di depan lift 1,5 x 3,5 m. Agar terkesan atraktif dan tidak monoton, koridor menuju lift menggunakan split level pada lantaiannya.

### TANGGA DARURAT



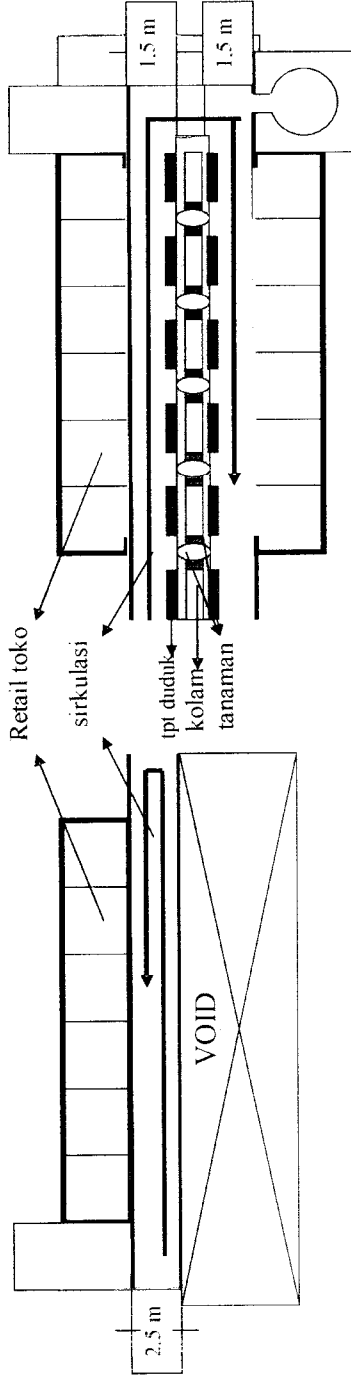
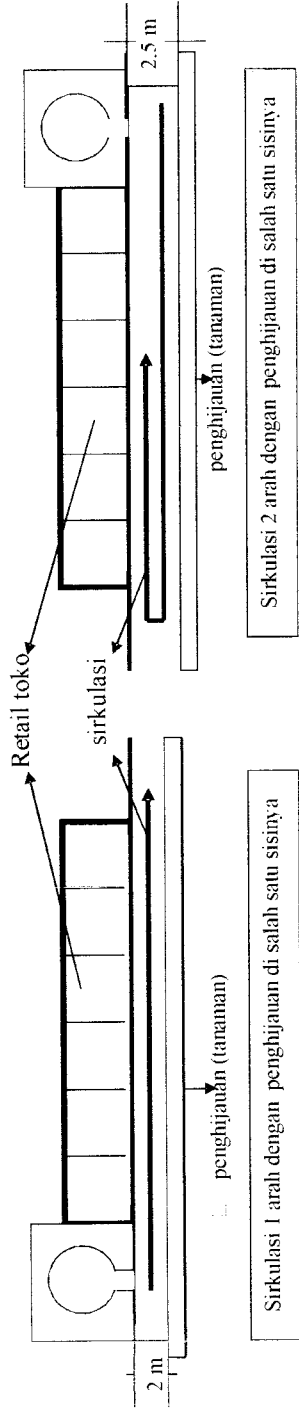
Koridor menuju / keluar tangga mempunyai lebar 2 m, sedangkan lebar anak tangga 1 m.

### ESKALATOR



Eskalator yang dipakai di sini adalah eskalator dengan jenis 1 arah yaitu eskalator yang di sampingnya tidak ada eskalator yang berlawanan arah, sehingga pengunjung di arahkan untuk menggellungi lantai itu terlebih dahulu.

### 2.2.3 POLA SIRKULASI





## 2.3 LAYOUT RUANG YANG REKREATIF

### SYARAT SYARAT RUANG YANG REKREATIF

#### SANTAI + INTIM

Ruangan tersebut haruslah memberikan kesan santai bagi orang yang menikmatinya

Contoh : Vegetasi memberikan suasana alam sehingga kita tidak merasa dalam ruangan.

Suara air mengalir kita akan merasa tenang

#### ATRAKTIF

Dapat memberikan suasana ataupun layout ruang yang beda atau tidak monoton, sehingga kita tidak bosan untuk melihatnya.

Contoh : Adanya pola split level paada lantai.

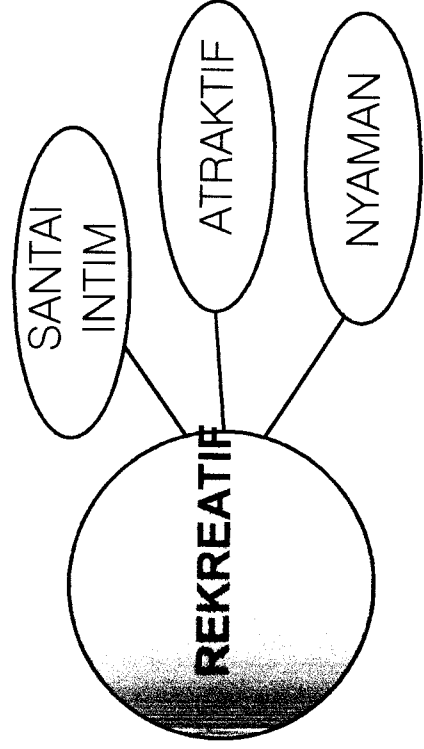
Bentuk, warna, tekstur material yang berbeda-beda menghindarkan kita dari kejenuhan.

#### NYAMAN

Ruangan dapat memberikan nuansa yang nyaman bagi orang yang berada di sana.

Contoh : Udara yang sejuk serta suasana yang tenang.

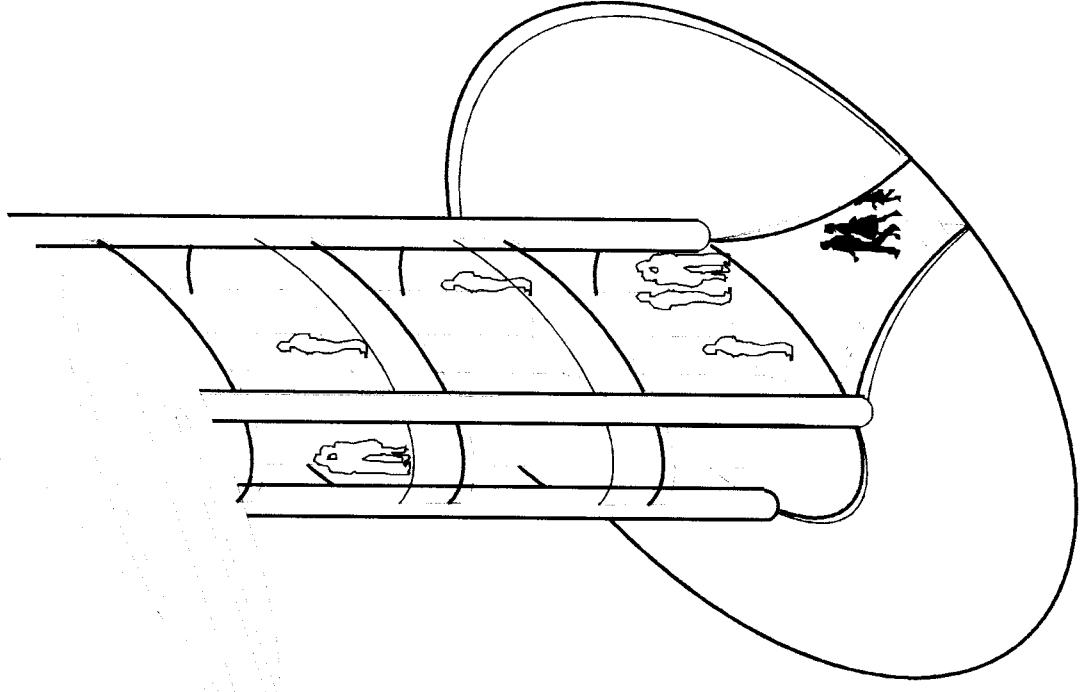
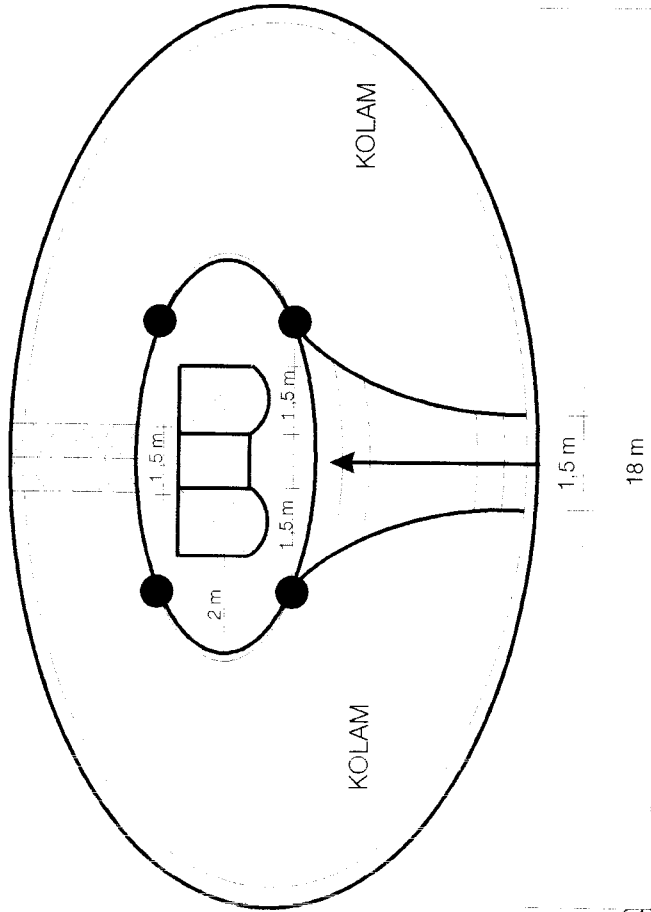
Kita tidak terganggu oleh sesuatu hal yang tidak kita inginkan.



## LAYOUT RUANG YANG REKREATIF

### RUANG LIFT

Gambar dibawah adalah salah satu contoh layout ruang yang rekreatif yaitu ruang lift yang terletak di atrium. Lift tersebut terletak pada suatu area air, bisa di bilang kolam yang memiliki area visual yang luas karena letaknya pada ruang yang terbuka sehingga pengunjung dapat melihat view sekitar.

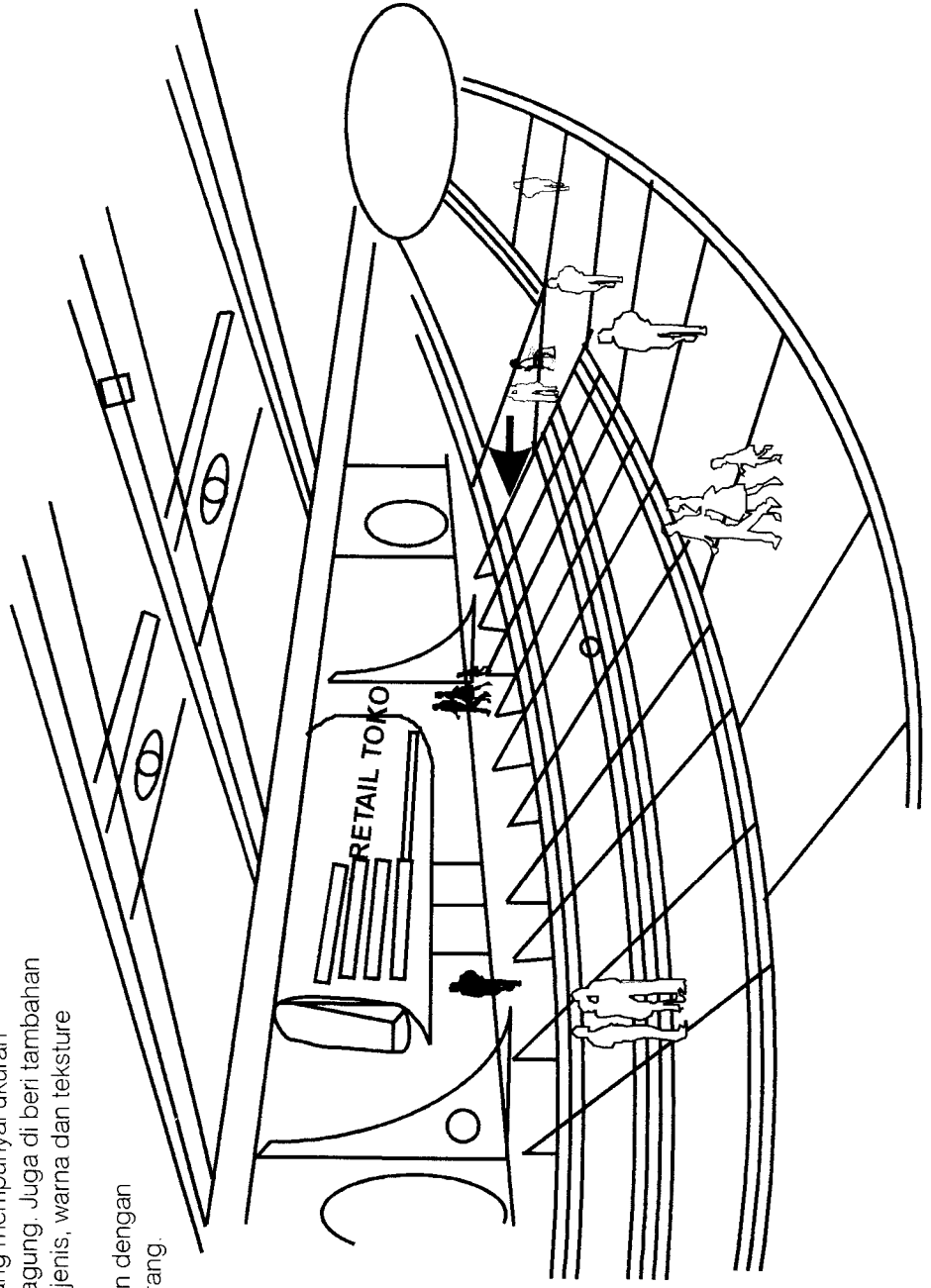


## LAYOUT RUANG YANG REKREATIF

### RUANG RETAIL-RETAIL TOKO

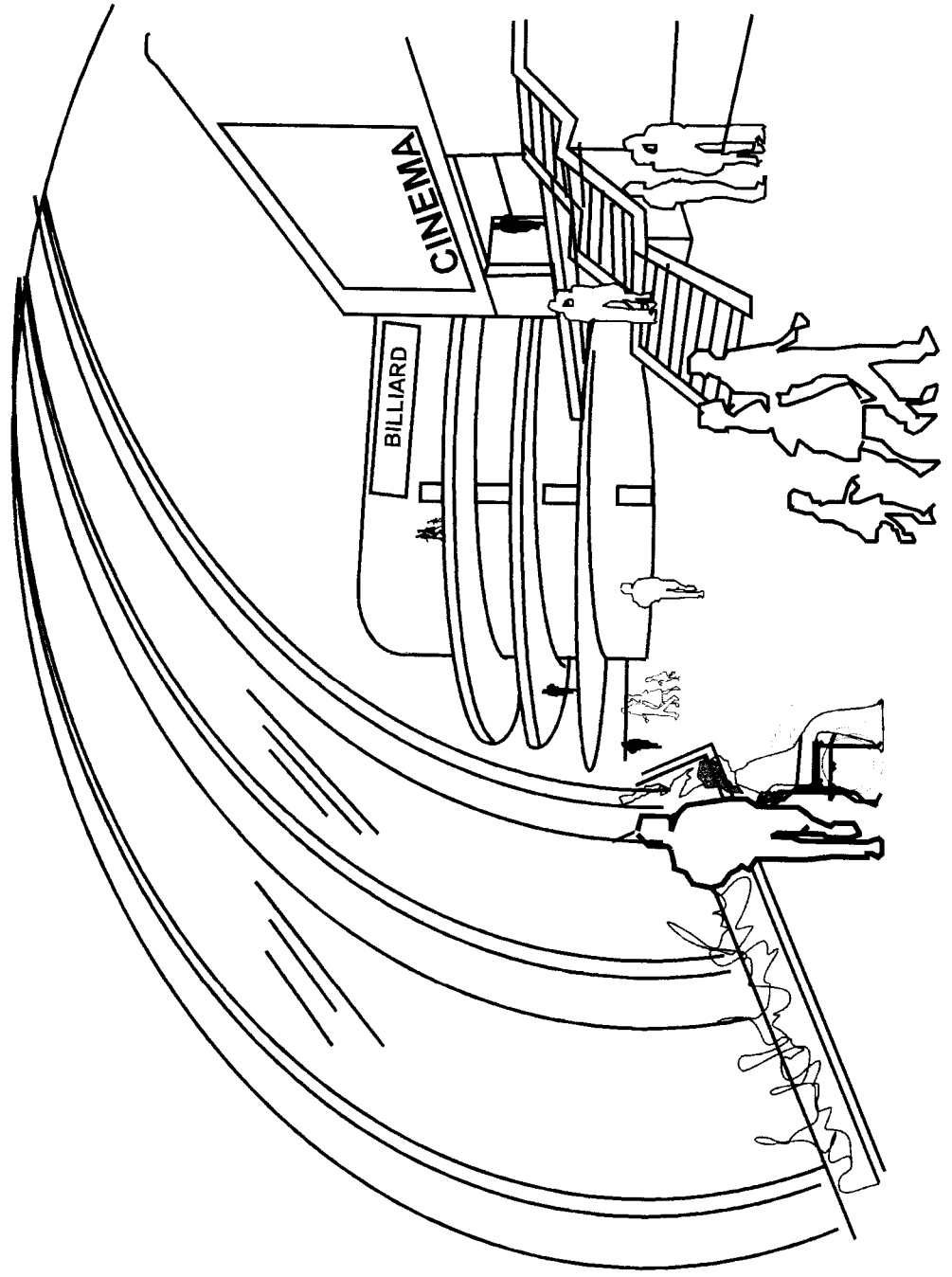
Sarana perbelanjaan adalah inti dari dirikannya shopping mall, untuk itu perlu di rencanakan layout penataan retail-retail toko dengan sebaik-baiknya. Fasad depan ruang retail toko tersebut harus di rancang sedemikian rupa sehingga menarik minat pengunjung untuk mengunjungi retail tersebut. Juga yang tidak kalah penting sirkulasi/ koridor yang menghubungkan retail yang satu dengan yang lainnya harus berfariatif, seperti berkesan rekreatif, atraktif sehingga pengunjung tidak bosan dengan rutinitas jalur sirkulasi yang ada. Pada Gambar di bawah menggambarkan jalur sirkulasi yang mempunyai ukuran yang cukup lebar sehingga mempunyai kesan luas atau agung. Juga di beri tambahan split level pada lantainya serta material yang mempunyai jenis, warna dan teksture yang beragam.

Juga sirkulasi untuk orang cacat juga haarus di perhatikan dengan penggunaan RAMP yang juga berfungsi sebagai jalur barang.



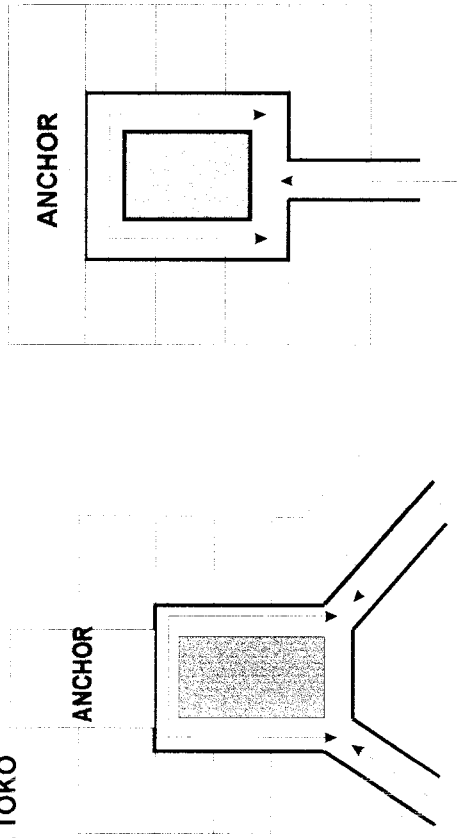
## LAYOUT RUANG YANG REKREATIF RUANG REKREASI DAN HIBURAN

Pada ruang rekreasi dan hiburan banyak bermain dengan ketinggian lantai juga bentuk ruang. Karena area untuk rekreasi dan hiburan berada pada top floor, maka pada lantai yang satu ini dapat di buat ruang bersusun 2-3 buah. Karena penutup atap pada bangunan ini sebagian besar menggunakan skylight, maka cocok sebagai sarana rekreasi. Salah satunya dapat melihat pemandangan di luar bangunan.



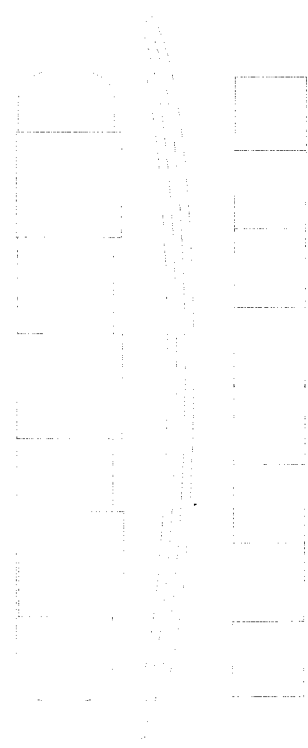
## POLA LAYOUT RUANG REKREATIF

RETAIL TOKO



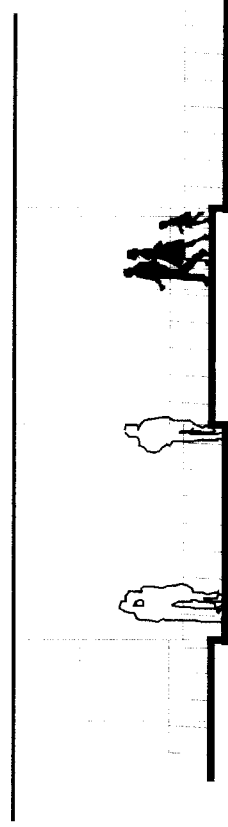
Layout tersebut di peruntukan untuk retail-retail. View pengunjung terpusat pada void yang berada di tengah koridor penghubung retail toko itu.

Pada pola layout ini ada perbedaan kemajuan antar ruang-ruang.



67

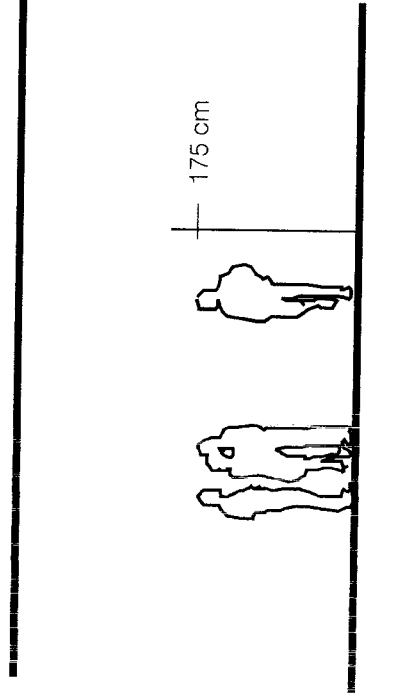
Pola layout ini menggunakan perbedaan level lantai (split level) antar sisi yang satu dengan yang lain.



Perbedaan split level yang satu dengan yang lain.

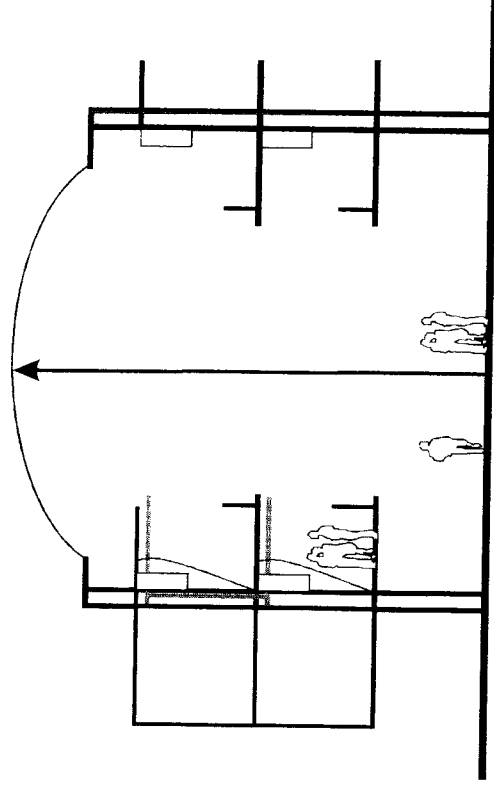
## 2.3.1 SKALA

### 1. SKALA ANTAR LANTAI



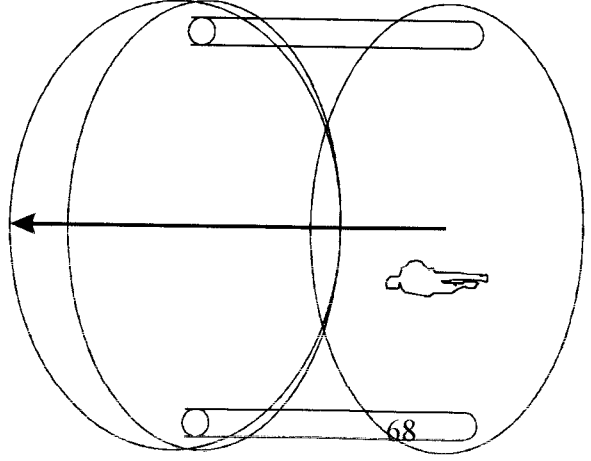
Ketinggian antar lantai mempunyai jarak 4 m. Ukuran 4 m umum pada bangunan komersial, khususnya pada sarana perbelanjaan seperti shopping mall ini. Ketinggian ruang sangat mempengaruhi dari segi ekonomis. Ketinggian lantai memberikan kesan luas ruang

### 2. SKALA DARI LANTAI DASAR KE VOID



Dengan adanya void yang beratapkan skylight semakin menambah kesan ruang yang luas

### 3. SKALA RUANG LOBBY (BALL ROOM)



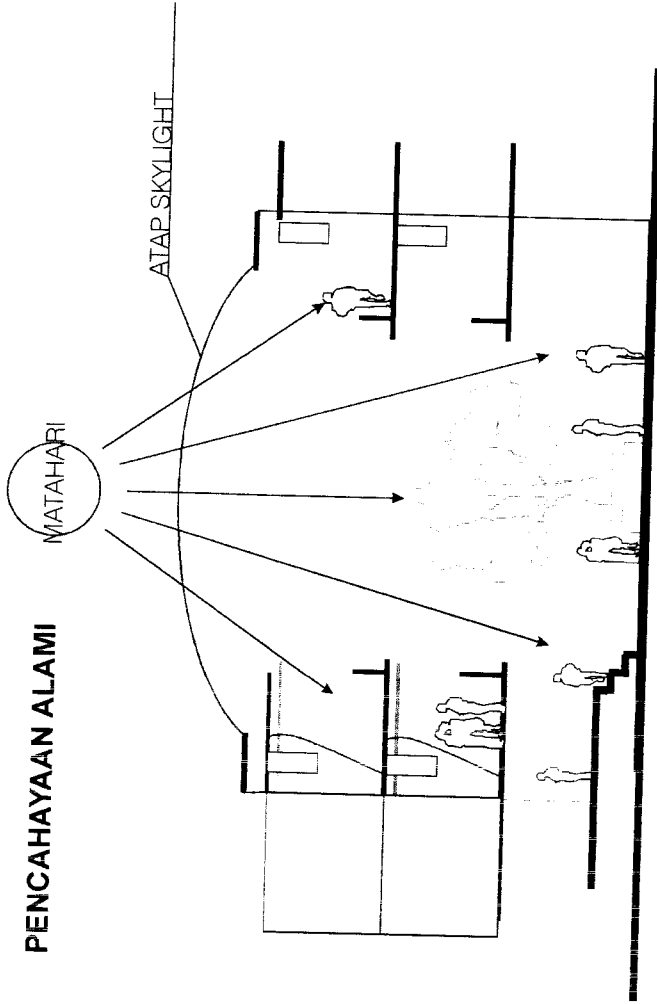
Pada R. LOBBY ketinggian dari lantai sampai ke skylight tidak seekstrim pada void di atas, tetapi sudah menimbulkan kesan monumental karena perbandingan manusia : 4.

## 2.3.2 PENCAHAYAAN

Pencahayaannya pada bangunan shopping mall ini menggunakan 2 tipe pencahayaan, yaitu:

1. Pencahayaan alami
  2. Pencahayaan buatan
- Pencahayaannya yang di peroleh dari sinar matahari. Pendistribusiannya melalui atap skylight.
- Pencahayaannya yang berasal dari lampu-lampu.

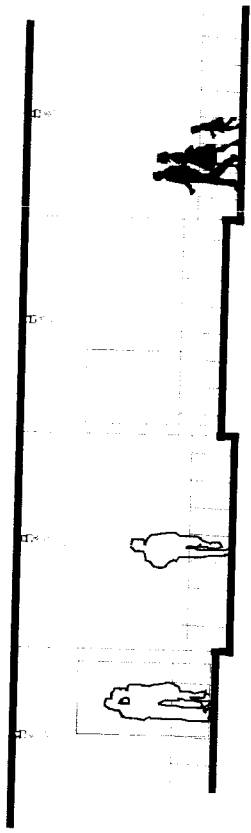
### PENCAHAYAAN ALAMI



### ATRIUM

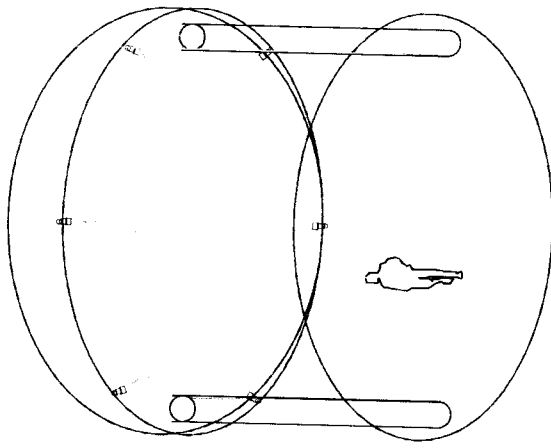
Pencahayaannya pada siang hari menggunakan cahaya dari matahari yang pendistribusiannya melalui skylight yang menerangi ruang-ruang terbuka dan jalur sirkulasi.

### PENCAHAYAAN BUATAN



### KORIDOR

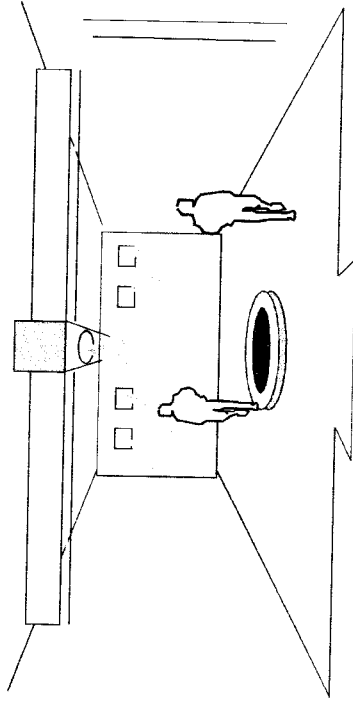
Pencahayaannya pada sirkulasi yang tertutup, karena sinar matahari tidak terlalu banyak meneranginya maka digunakanlah cahaya lampu sebagai penambah cahaya. Lampu juga dipergunakan pada malam hari.



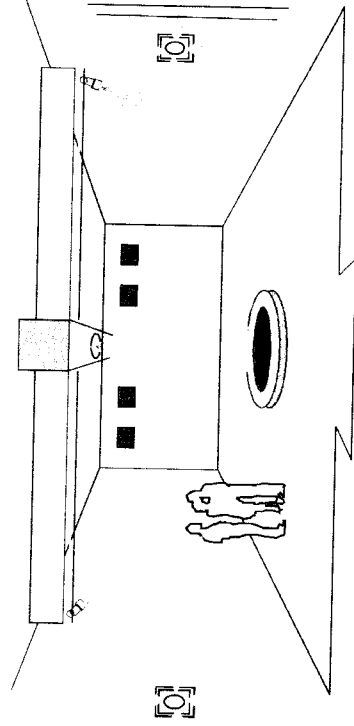
### HALL

Pada hall selain menggunakan penerangan alami pada siang harinya, sedangkan pada malam hari menggunakan lampu sorot yang di arahkan ke bawah.

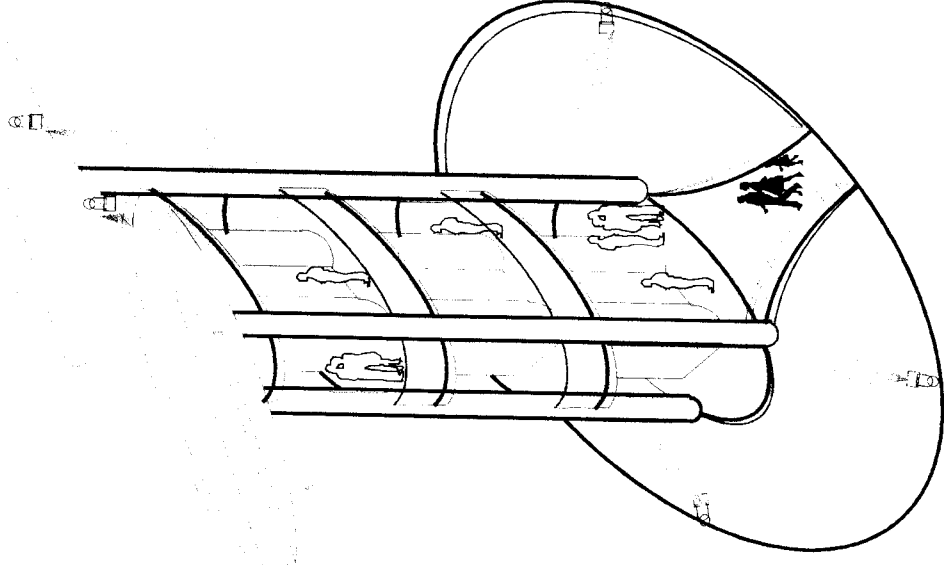
## RETAIL-RETAIL TOKO



Pada siang hari, retail-retail toko penerangan menggunakan pencahayaan alami melalui bukaan-bukaan di bantu cahaya lampu seperlunya.



Pada malam harinya, menggunakan cahaya lampu baik berupa lampu sorot maupun lampu tembok.

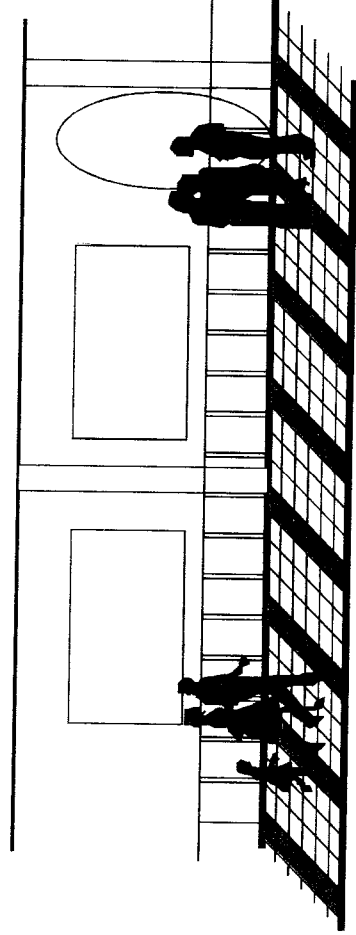


## RUANG LIFT

Pencahayaan pada lift yang letaknya di arium yang beratapkan skylight selain dari sinar matahari pada siang harinya, sedangkan malam hari menggunakan lampu sorot yang berasal dari atas dan bawah.

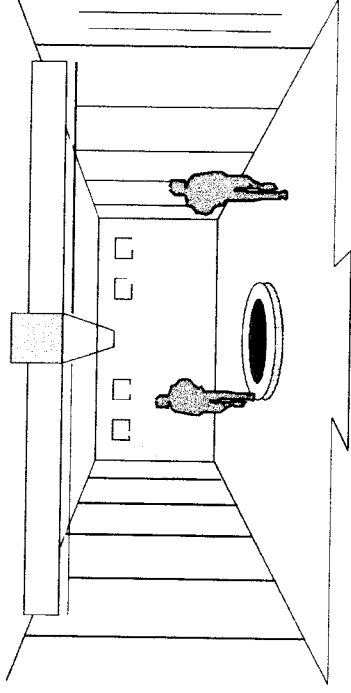


### 2.3.3 MATERIAL, WARNA DAN TEKSTURE



#### KORIDOR

Pada fasad depan retail menggunakan tekstur vertikal dan penggunaan motif lantai dengan permainan material tekstur sehingga terkesan sirkulasi lebih lebar dan tidak terasa panjang.



#### RETAIL TOKO

Tekstur vertikal memberikan kesan ruang menjadi lebih tinggi sehingga serasa lebih luas. Sedangkan pewarnaan diberikan warna yang cerah mengesankan mewah dan glamour.

# 2.4 PROGRAM RUANG

## 2.4.1 PENGELOMPOKKAN RUANG

<p>A. Kelompok ruang pendukung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkir area</li> <li>• Satpam</li> <li>• Lavatory</li> <li>• Gudang</li> <li>• Servis area (sanitasi, komunikasi, MEE, dll.)</li> </ul>	<p>A. Kelompok ruang pelayanan hiburan/ rekreasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restoran, café, pijasera</li> <li>• Fitness center</li> <li>• Bioskop</li> <li>• Bilyard</li> <li>• Amusement center (arena hiburan &amp; bermain/ ketangkasan)</li> </ul>
<p>A. Kelompok ruang pelengkap</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salon</li> <li>• Bank</li> <li>• Agen perjalanan</li> <li>• Kantor pengelola</li> <li>• Administrasi &amp; R. Rapat</li> </ul>	<p>A. Kelompok ruang pelayanan dan perbelanjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertokoan</li> <li>• Supermarket/ pasar swalayan</li> <li>• Department store</li> </ul>

## 2.4.2 ORGANISASI RUANG

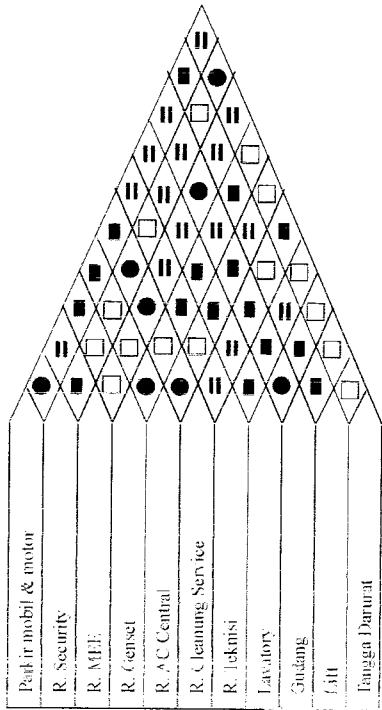
RUANG PENDUKUNG	R. PELAYANAN PERBELANJAAN, R. PELENGKAP & R. REKREASI	ZONA
<p>Service area</p>	<p>Administrasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Musholla</li> </ul>	<p>PRIVAT</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavatory</li> <li>• Gudang</li> </ul>	<p>Plaza</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hall</li> <li>• Supermarket</li> <li>• Department Store</li> <li>• Retail toko</li> <li>• Bioskop</li> <li>• Billiard</li> </ul> <p>Restoran</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pijasera</li> <li>• Salon</li> <li>• Biro perjalanan</li> <li>• Café</li> <li>• Amusement</li> <li>• Fitness center</li> </ul>	<p>SEMI PUBLIK</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Security</li> <li>• Parkir area</li> </ul>	<p>Entrance</p>	<p>PUBLIK</p>

### 2.4.3 PEMBAGIAN RUANG TIAP LANTAI

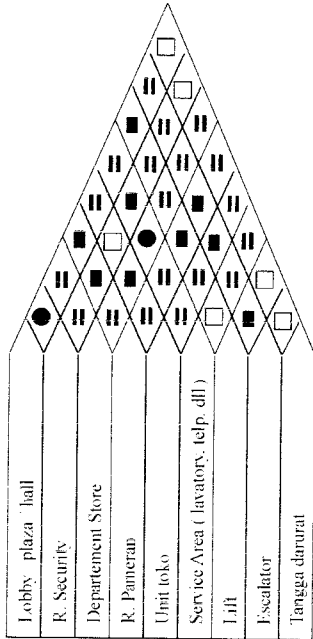
LANTAI KE-	RUANG-RUANG YANG DIWADAH
LANTAI BASEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Area parkir mobil dengan kapasitas ±350 mobil dengan 2 pintu, masuk dan keluar.</li> <li>• Area parkir sepeda motor dengan kapasitas ±500 motor, sedangkan ±500 lagi di luar bangunan.</li> <li>• R. Keamanan</li> <li>• R. MFE seperti genset, AC central, cleaning servis, r. teknisi</li> <li>• Lavatory &amp; gudang.</li> <li>• Fasilitas transportasi vertikal menggunakan lift dan tangga</li> </ul>
LANTAI KE- I	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobby / hall / plaza.</li> <li>• Dept. Store</li> <li>• R. Pameran</li> <li>• Unit toko</li> <li>• Servis area (lavatory, telpon, dll)</li> <li>• Transportasi vertical menggunakan lift, escalator, dan tangga</li> <li>• Gudang</li> </ul>
LANTAI KE- II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R. Pengelola</li> <li>• Supermarket</li> <li>• Unit toko</li> <li>• Gudang</li> <li>• R Rapat</li> <li>• Servis area</li> <li>• Transportasi vertikal dengan lift, escalator, dan tangga.</li> </ul>
LANTAI KE- III	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobby</li> <li>• Restoran</li> <li>• Pujasera</li> <li>• Café</li> <li>• Bioskop</li> <li>• Billiard</li> <li>• Amusement</li> <li>• Servis area &amp; gudang.</li> <li>• Transportasi vertical menggunakan lift, escalator, dan tangga.</li> </ul>

## 2.4.4 HUBUNGAN RUANG

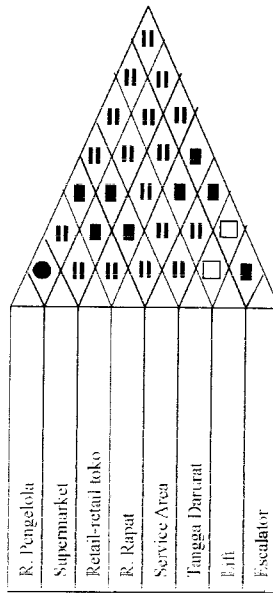
### LANTAI BASEMENT



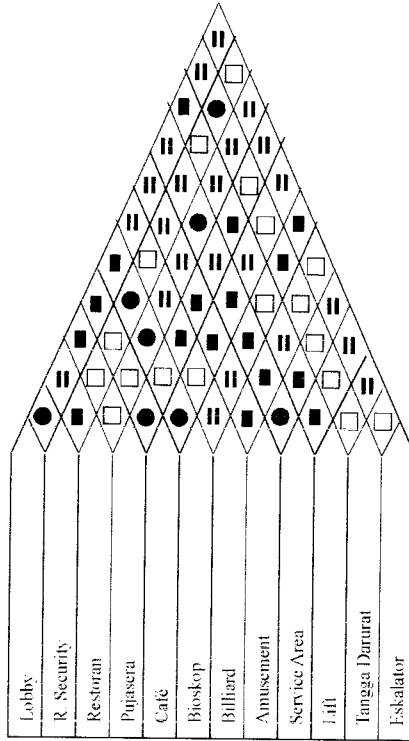
### LANTAI 1



### LANTAI 2



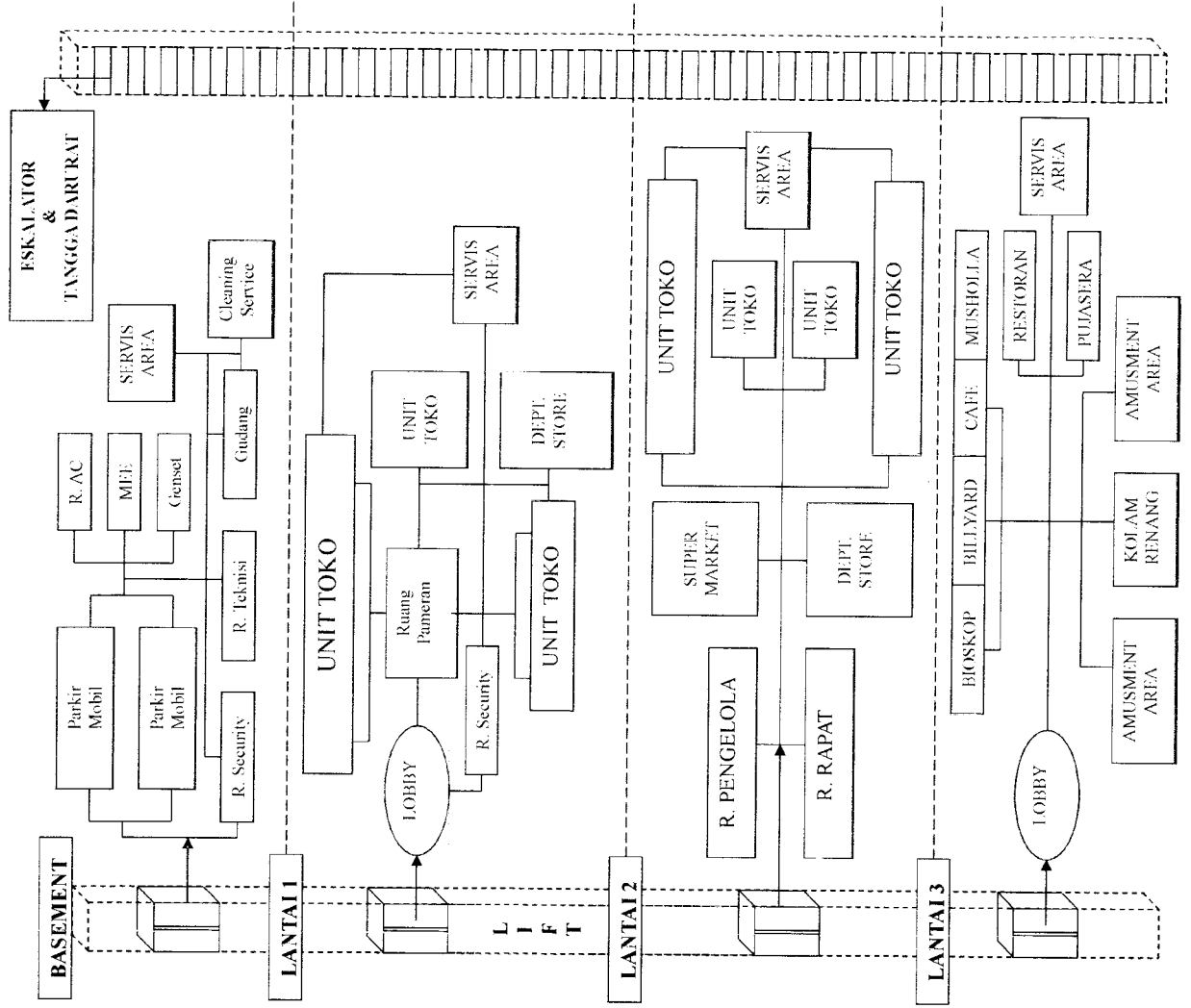
### Lantai 3



### Legenda :

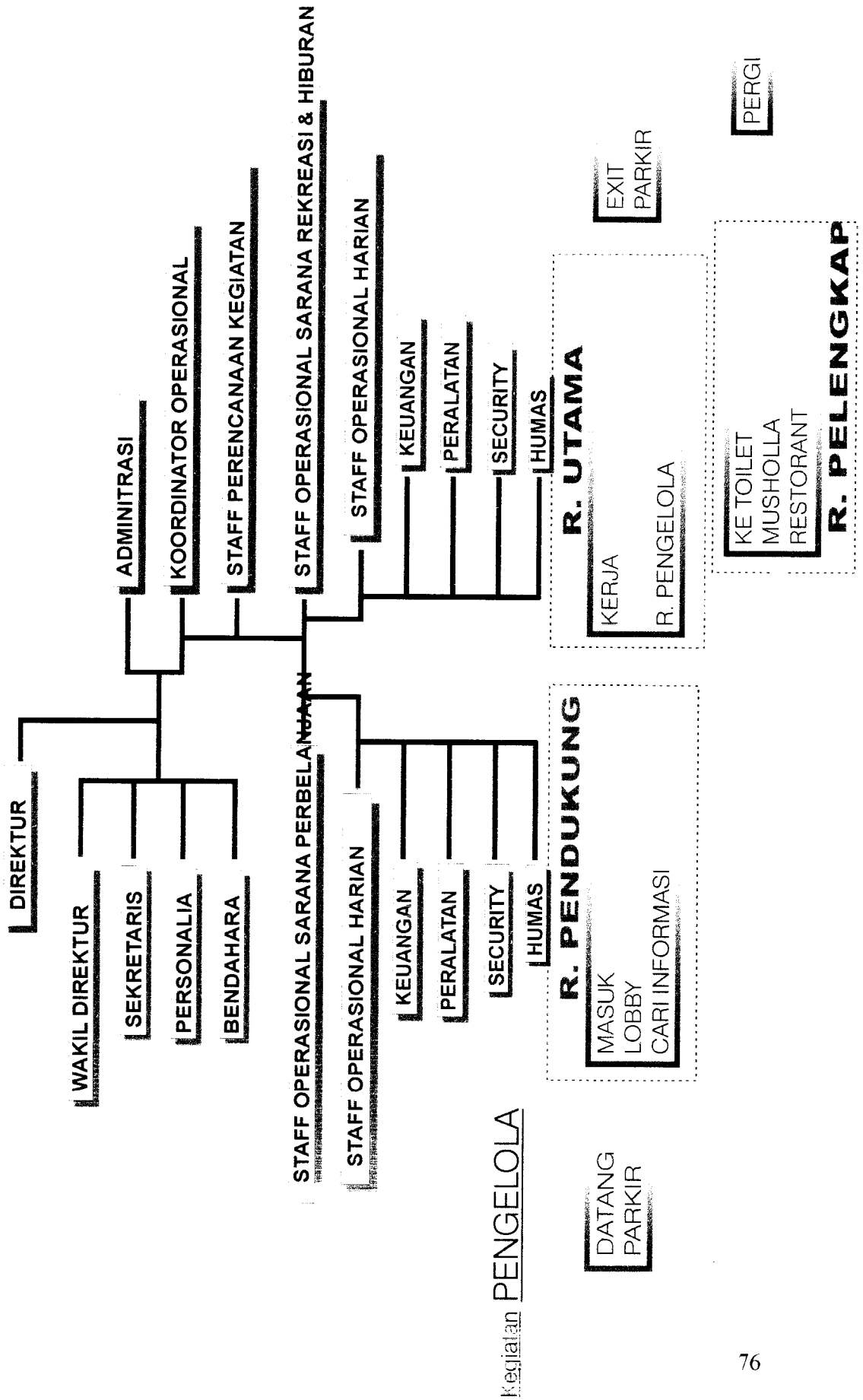
- Sangat dekat
- Dekat
- ▬ Sedang
- Jauh

2.4.5 HUBUNGAN RUANG TIAP LANTAI

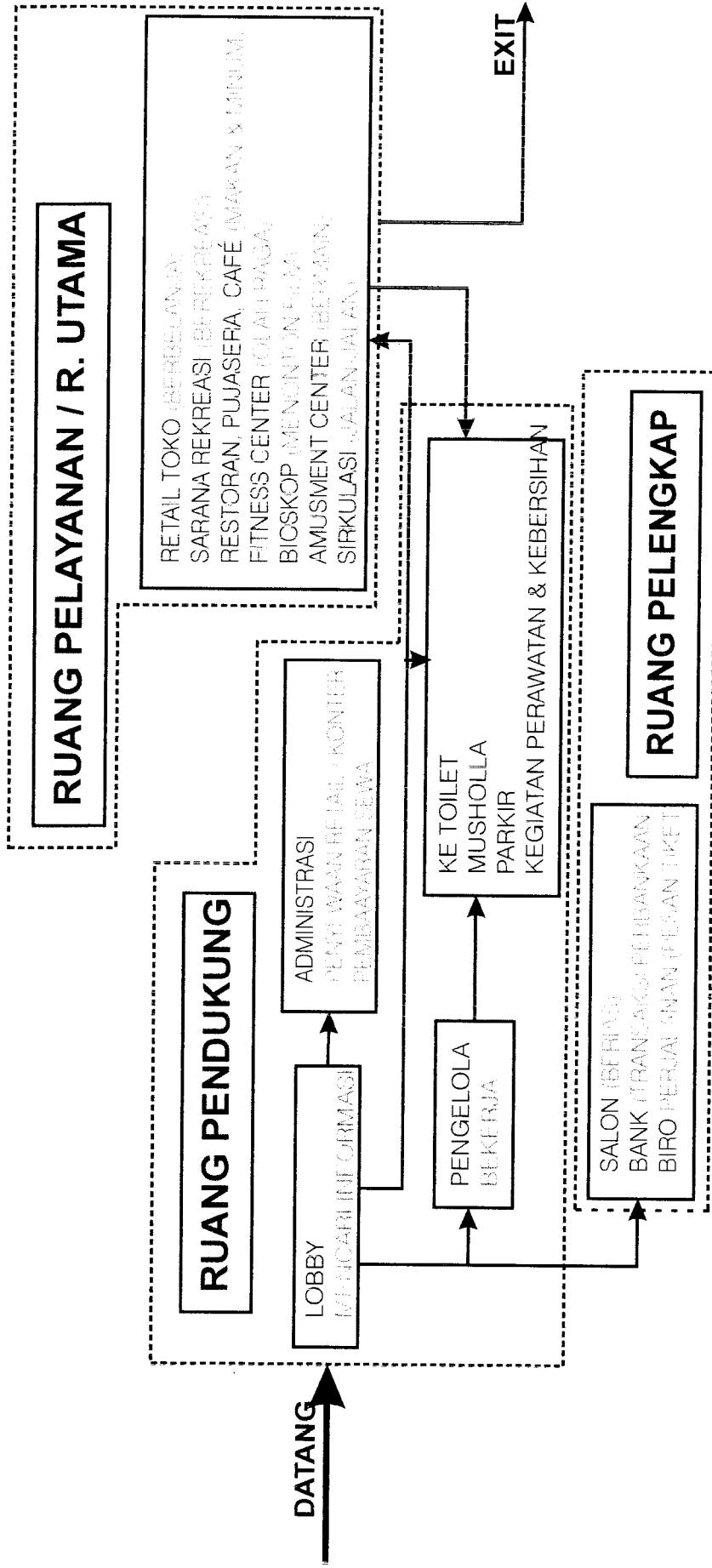


## 2.5 HUBUNGAN RUANG

### STRUKTUR ORGANISASI PENGELOLA



KEGIATAN SHOPPING MALL



POLA SIRKULASI BARANG



## KOMPONEN FUNGSI R. PENGELOLA

	<u>FUNGSI</u>	<u>Kapasitas (Org.)</u>	<u>KEBUTUHAN</u>
<b>I. UTAMA</b>	<u>DIREKTUR</u>	1	R. DIREKTUR
	<u>WKL. DIREKTUR</u>	1	R. WKL. DIREKTUR
	<u>SEKERTARIS</u>	2	R. SEKERTARIS
	<u>BENDAHARA</u>	2	R. BENDAHARA
	<u>PERSONALIA</u>	2	R. PERSONALIA
	<u>ADMINISTRASI</u>	2	R. ADMINISTRASI
	<u>KOORD. OPERASIONAL PUSAT PERBELANJAANI</u>	1	R. KOORD. OPERASIONAL
	<u>KOORD. OPERASIONAL SAARANAA REKREASI</u>	1	
	<u>STAFF OPERASIONAL HARIAN</u>	6	R. STAFF OPERASIONAL
	<u>KEUANGAN HUMAS</u>	1 1	R. ADMINISTRASI II
<b>II. PENDUKUNG</b>	<u>MAINTENANCE</u>	6	R. MAINTENANCE
	<u>RAPAT</u>	50	R. RAPAT
	<u>INFORMASI</u>	2	LOBBY & INFORMASI
	<u>SECURITY</u>	6	R. SECURITY
	<u>KE TOILET</u>	-	TOILET
<b>III. PELENGKAP</b>	<u>SHOLAT</u>	-	MUSHOLLA
	<u>MAKAN</u>	-	RESTAURANT



## 2.6 BESARAN RUANG

### 2.6.1. KEBUTUHAN RUANG PERBELANJAAN :

JUMLAH & UKURAN R. PERBELANJAAN :

		Jumlah	Luasan (m2)	Ukuran (m2)	Total (m2)
<b>RETAIL TOKO</b>	RETAIL TIPE A	16 UNIT	16		320
	RETAIL TIPE B	12 UNIT	32		384
	RETAIL TIPE C	6 UNIT	40		240
	RETAIL TIPE D	8 UNIT	72		576
<b>SUPERMARKET</b>	AREA SUPERMARKET	2 UNIT	350		700
	R. DIREKTUR	1 UNIT	16		16
	R. PEGAWAI	2 UNIT	15		30
	GUDANG	1 UNIT	30		30
<b>DEPARTEMENT STORE</b>	AREA DEPARTEMENT STORE	2 UNIT	2800		5600
	R. DIREKTUR	1 UNIT	16		16
	R. PEGAWAI	2 UNIT	36		72
	GUDANG	1 UNIT	90		90

Jumlah : 8074  
20% Sirkulasi : 1615

**Total Luas** 9629 M2

BESARAN RUANG

2.6.2. KEBUTUHAN RUANG REKREASI DAN HIBURAN :

JUMLAH & UKURAN R. REKREASI DAN HIBURAN :

RESTORAN (2)	Service Area R. PENYAJIAN R. PENGELOLA R. KARYAWAN DAPUR GUDANG	Jumlah 400 orang 1 UNIT 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT 1 UNIT	Luasan (m2) 320 32 16 12 48 9	Ukuran (m2)	Total (m2) 320 32 16 24 48 9
PUJASERA	Service Area R. PENYAJIAN R. PENGELOLA R. KARYAWAN GUDANG	400 orang 1 UNIT 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT 1 UNIT	600 32 16 12 16		600 32 16 24 16
CAFÉ	Service Area R. PENYAJIAN R. PENGELOLA R. KARYAWAN DAPUR GUDANG	100 orang 1 UNIT 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT 1 UNIT	150 12 16 12 12 9		150 12 16 24 12 9
DISKOTIK	DISKOTIK	100 orang	630		630

Jumlah : 2439  
20% Sirkulasi : 488

**Total Luas** 2927 M2

BESARAN RUANG

2.6.2. KEBUTUHAN RUANG REKREASI DAN HIBURAN :

JUMLAH & UKURAN R.REKREASI DAN HIBURAN :

	Luasan (m2)	Jumlah	Ukuran (m2)	Total (m2)
<b>FITNESS CENTER</b>	120	80 orang		120
AREA FITNESS	20	2 UNIT		40
R. GANTI	16	1 UNIT		16
R. PENGELOLA	12	2 UNIT		24
R. KARYAWAN	12	1 UNIT		12
CAFETARIA	20	1 UNIT		20
GUDANG				
<b>BIOSKOP (2)</b>	96	120 orang		96
AREA DUDUK	20	1 UNIT		20
R. PROYEKTOR	16	1 UNIT		16
R. PENGELOLA	12	2 UNIT		24
R. KARYAWAN	12	1 UNIT		12
R. TIKET	18	1 UNIT		18
KANTIN	16	1 UNIT		16
GUDANG				
<b>BILLIARD</b>	84	1 UNIT		84
AREA BILLIARD	96	120 orang		96
R. TUNGGU	16	1 UNIT		16
R. PENGELOLA	12	2 UNIT		24
R. KARYAWAN	12	1 UNIT		12
KANTIN	20	1 UNIT		20
GUDANG				
<b>AMUSMENT CENTER</b>	200	2 UNIT		400
AREA A	300	1 UNIT		300
AREA B	400	1 UNIT		400
AREA C	16	1 UNIT		16
R. PENGELOLA	12	2 UNIT		24
R. KARYAWAN	20	3 UNIT		60
GUDANG				

Jumlah : 2088  
20% Sirkulasi : 417

Total Luas 2505 M2

BESARAN RUANG

2.6.3. KEBUTUHAN RUANG PELENGKAP :

JUMLAH & UKURAN R. PELENGKAP :

	Jumlah	Luasan (m2)	Ukuran (m2)	Total (m2)
<b>BANK</b>	10 orang 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT	25 16 12 9		25 16 24 9
<b>SALON</b>	10 orang 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT	25 16 12 9		25 16 24 9
<b>BIRO PERJALANAN</b>	10 orang 1 UNIT 2 UNIT 1 UNIT	25 16 12 9		25 16 24 9

Jumlah : 222  
20% Sirkulasi : 44.4

**Total Luas** 266.4 M2

## BESARAN RUANG

### 2.6.4. KEBUTUHAN RUANG PENDUKUNG :

JUMLAH & UKURAN R. PENDUKUNG :

		Jumlah	Luasan (m2)	Ukuran (m2)	Total (m2)
<b>PENGELOLA</b>	R. DIREKTUR	1 UNIT	16		16
	R. STAFF	10 orang	25		25
	R. RAPAT	2 UNIT	24		48
	GUDANG	1 UNIT	9		9
	R. ARSIP	1 UNIT	9		9
<b>ADMINISTRASI</b>	R. KERJA FUNGSIONAL	10 orang	25		25
	R. MANAGER	1 UNIT	9		9
	R. KARYAWAN	2 UNIT	9		18
	GUDANG	1 UNIT	9		9
<b>SECURITY</b>	R. KERJA FUNGSIONAL	4 UNIT	9		36
<b>R. KESEHATAN</b>	R. KESEHATAN	20 orang	60		60
	PARKIR MOBIL PARKIR MOTOR	350 mobil 1000 motor	7000 1500		7000 1500
<b>AREA UTILITAS</b>	R. CLEANING SERVICE	1 UNIT	24		24
	R. AC CENTRAL	1 UNIT	40		40
	R. PENAMPUNGAN SAMPAH	2 UNIT	9		9
	R. GENSET	1 UNIT	30		30
	R. MEE	1 UNIT	30		30
	R. LAVATORY (TOILET)	8 UNIT	24		192
	R. TEKNISI	1 UNIT	12		12
	R. LIFT MANUSIA	8 UNIT	8		64
	R. LIFT BARANG	8 UNIT	8		64
	GUDANG	1 UNIT	16		16

Jumlah : 9245  
20% Sirkulasi : 1849

Total Luas 11094 M2

BESARAN RUANG

**2.6.5 KEBUTUHAN LUAS KESELURUHAN SHOPPING MALL :**

- 1. KEBUTUHAN RUANG PERBELANJAAN : 9629
- 2. KEBUTUHAN RUANG REKREASI DAN HIBURAN : 5432
- 3. KEBUTUHAN RUANG PELENGKAP : 266
- 4. KEBUTUHAN RUANG PENDUKUNG : 11094

TOTAL LUAS LANTAI 26421 M2

Luas site keseluruhan = 13.030 m2  
 Luas lantai dasar bangunan =  $75\% \times 13.030 = 9773 \text{ m}^2$   
 Jumlah total kebutuhan lantai =  $26.421 / 9773 = 3 \text{ lantai}$   
 Perbandingan area belanja : rekreasi =  $3.385 : 27.349$   
 - Sarana perbelanjaan = 65%  
 - Sarana rekreasi & hiburan = 35%

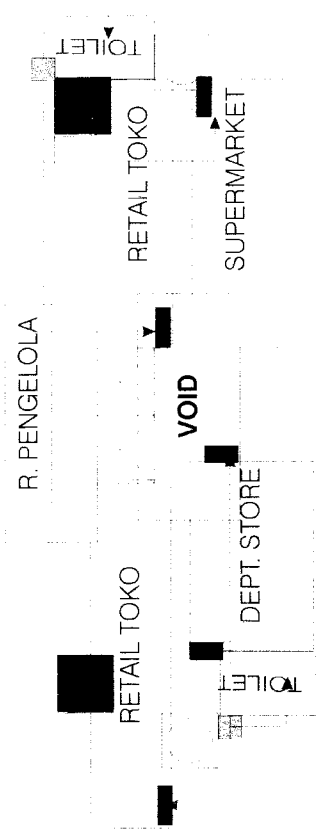
## 2.7 SYARAT-SYARAT SISTEM UTILITAS YANG MEMUDAHKAN MAINTENANCE / PERAWATAN

Mencakup ruang yang di wadahnya.

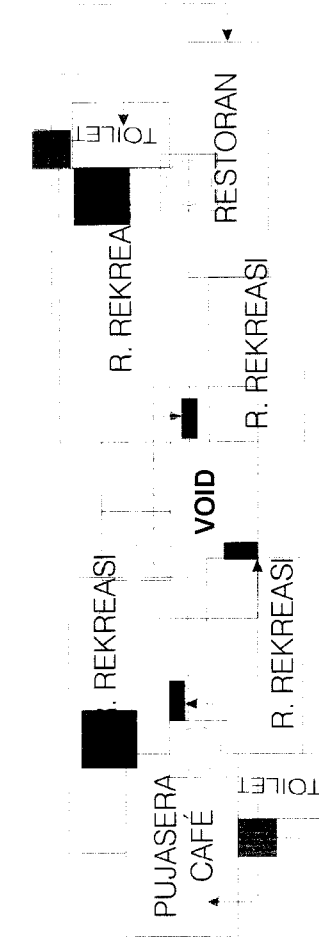
Fasilitas utilitas tersebut dekat dengan jalur utilitas.

Tidak boros sarana penyalurannya.

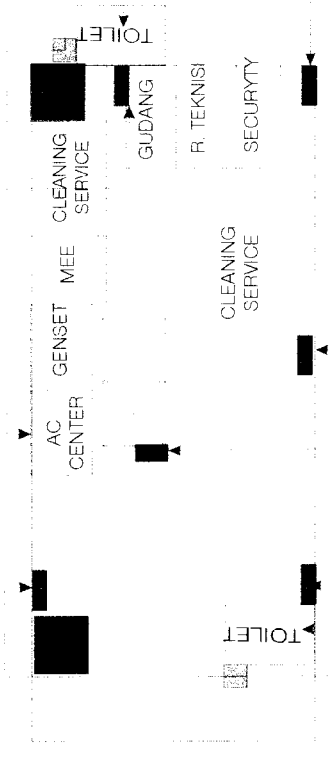
Kedekatan antar fasilitas utilitas.



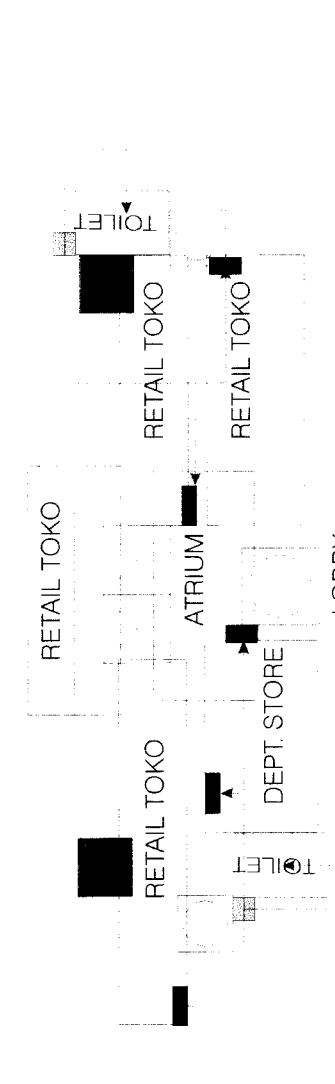
LAYOUT RUANG LT. 1



LAYOUT RUANG LT. 2



LAYOUT RUANG BASEMENT



LAYOUT RUANG LT. DASAR

**PELETAKAN FASILITAS UTILITAS DI DASARKAN PADA PERTIMBANGAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Penempatan tangki air di tempatkan pada area yang mencakup mayoritas air di butuhkan. Di butuhkan 2 tangki air di karenakan bangunan yang cukup luas.
2. Penempatan SHAFT berdasarakan kedekatan ruang yang sangat membutuhkannya, misal : dekat pada ruang lavatory (toilet).
3. Hydrant berjarak sekitar 20 m dan ditempatkan pada sudut yang mudah dilihat.
4. Lift barang di tempatkan pada 2 sudut bangunan yang berlawanan agar dapat mewadahi ruang-ruang yang ada.

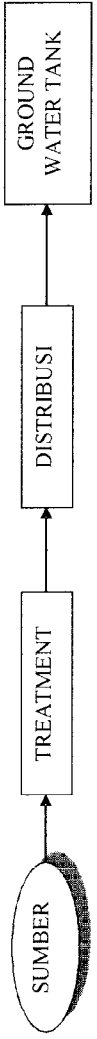
**KETERANGAN GAMBAR :**

- TANK WATER
- SHAF
- LIFT BARANG
- HYDRAN

SALURAN AIR BERSIH

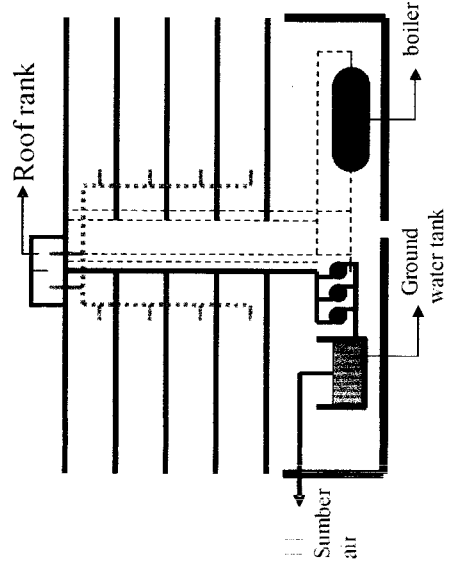


2.7.1 Sistem Penyediaan & Distribusi Air Bersih

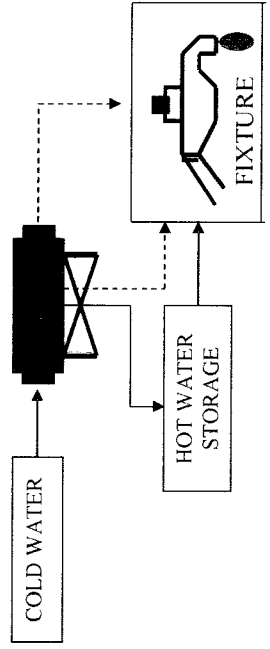


System distribusi air bersih dingin yang dipakai :

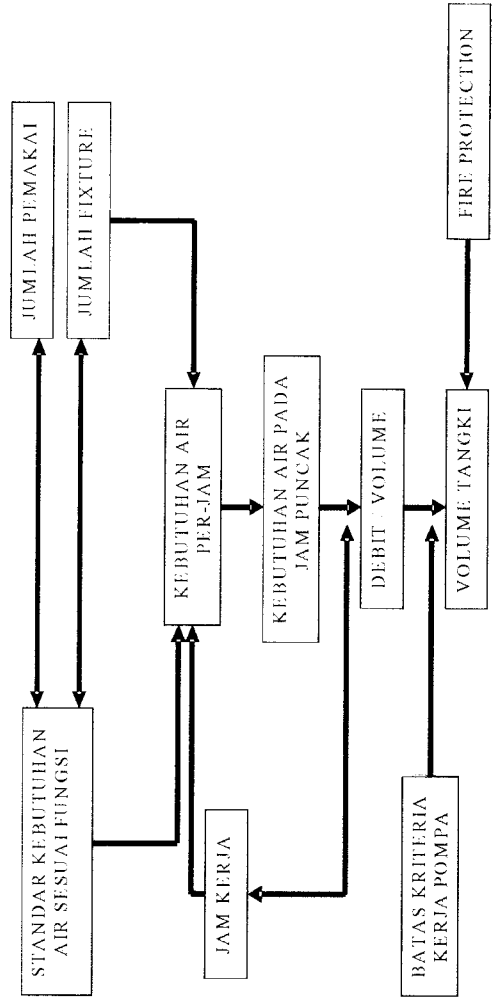
System Down-Feed Distribution : System dimana air dari sumbernya diangkat keatas, kemudian didistribusikan.



Sistem Distribusi Air Panas

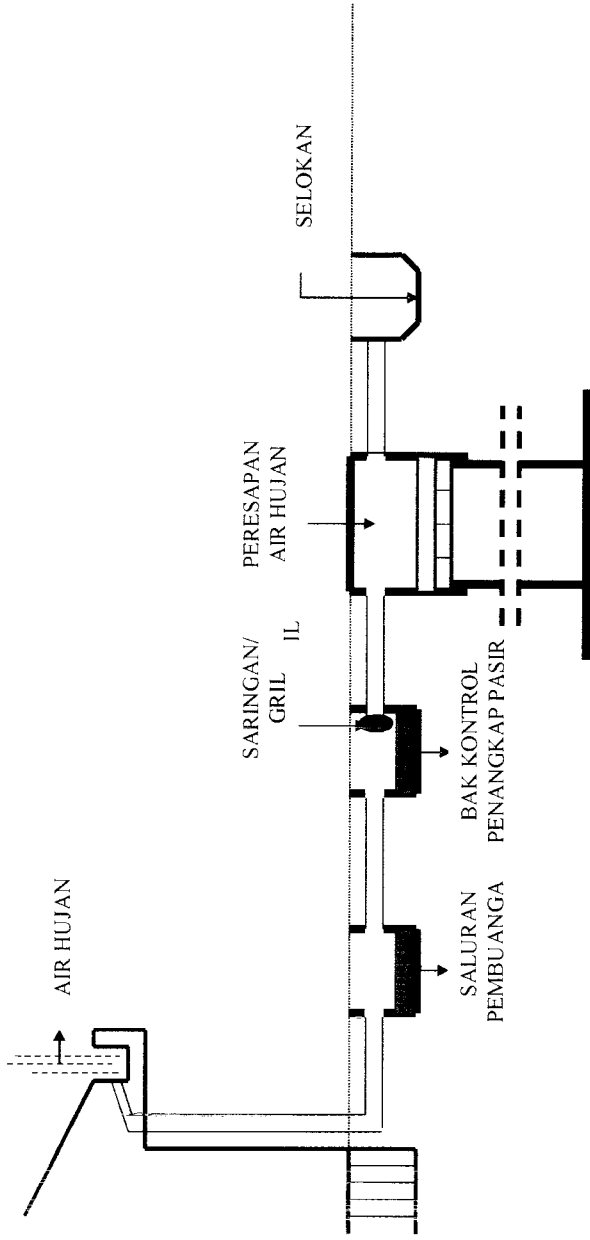


SKEMA PERHITUNGAN TANGKI BERDASARKAN ? FIXTURE ? PEMAKAI



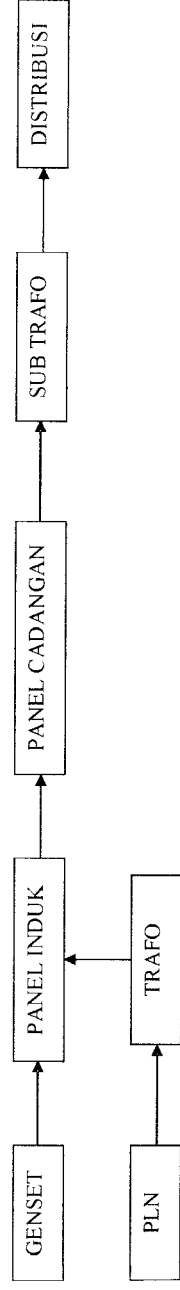
### 2.7.2 SISTEM PEMBUANGAN AIR HUJAN

Air hujan yang jatuh diatap bangunan dialirkan melalui pipa-pipa vertical kesaluran pembuangan kemudian masuk ke bak control dan peresapan air hujan kemudian disalurkan ke selokan yang menuju riol kota.

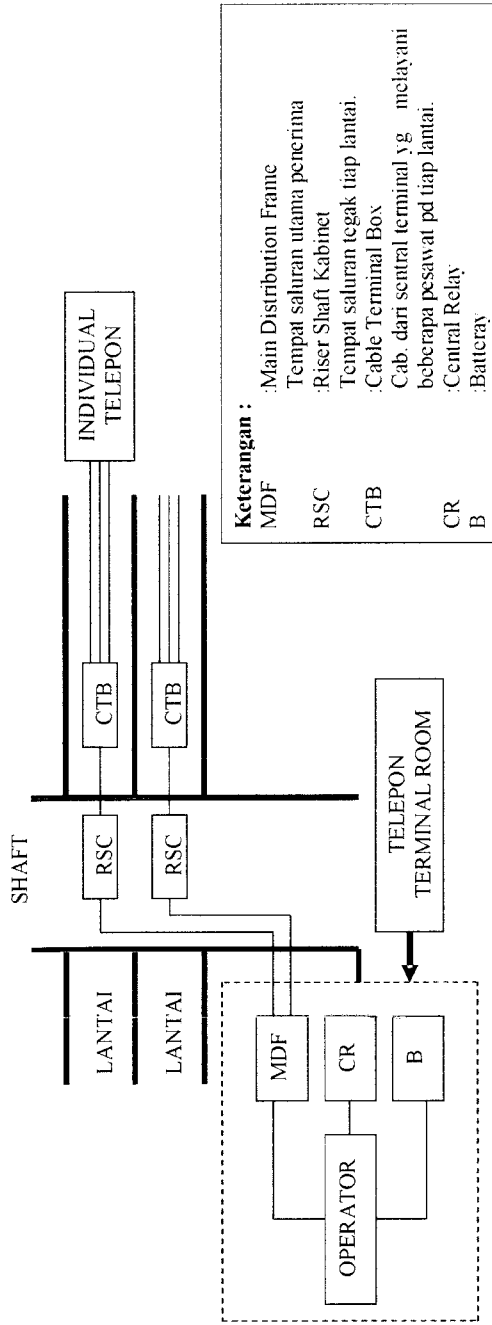


### 2.7.3 SISTEM JARINGAN LISTRIK

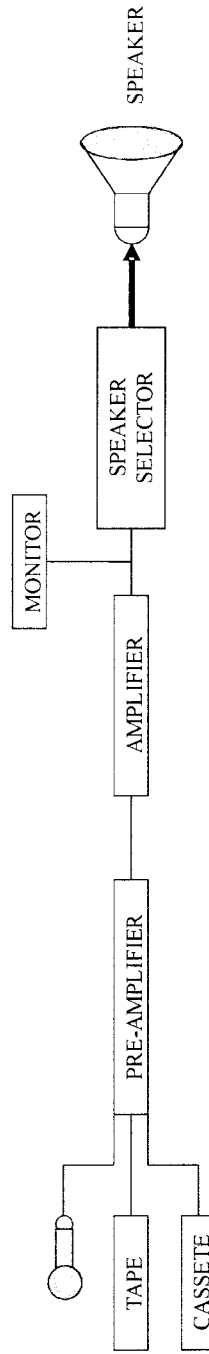
Listrik yang diperoleh berasal dari PLN dan juga menggunakan generator sebagai tenaga cadangan bila listrik padam.



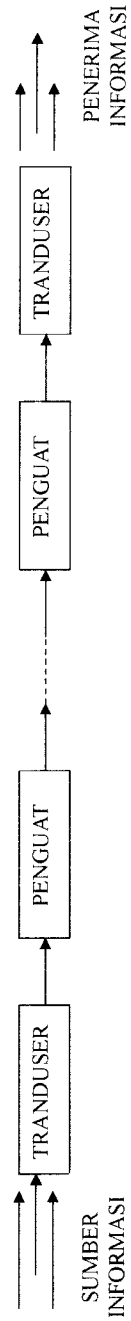
2.7.4 SISTEM JARINGAN KOMUNIKASI



SISTEM AUDIO

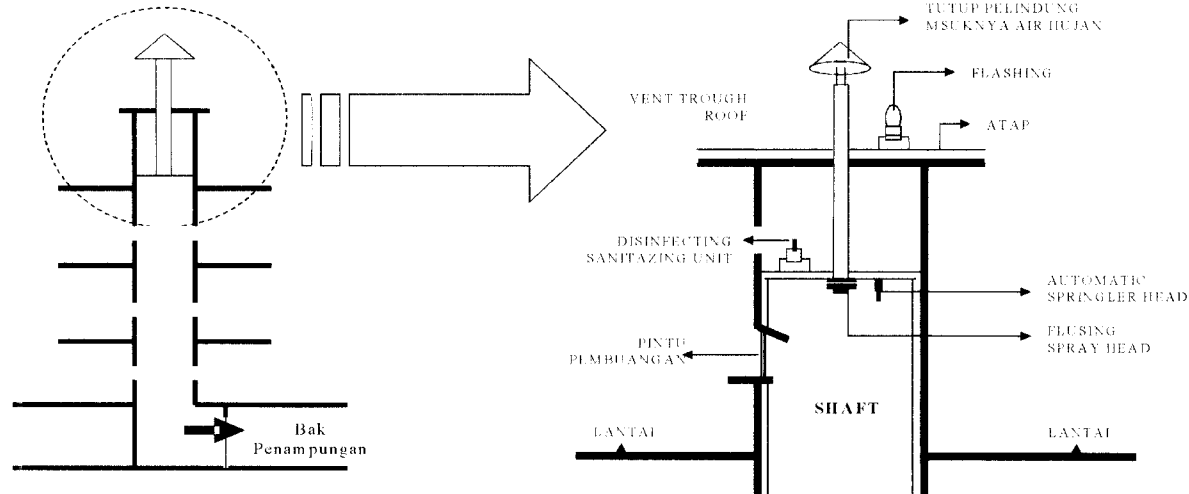


SKEMA PRINSIP TELEKOMUNIKASI SATU ARAH MEDIA KABEL



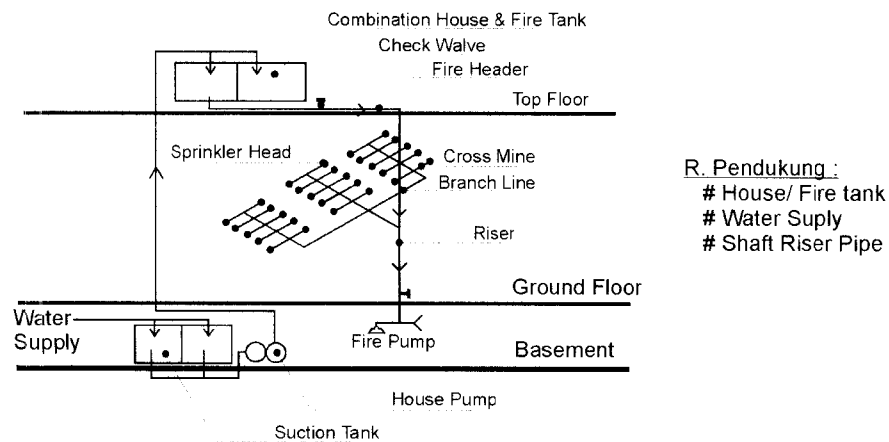
## 2.7.5 PANAMPANG SHAFT SAMPAH

Shaft untuk sampah sangatlah penting, apalagi untuk bangunan komersial seperti shopping mall. Shaft sampah adalah suatu ruang penampung yang menerus (shaft) yang di peruntukkan untuk membuang sampah dari tiap lantai menuju tempat pembuangan sampah akhir pada bangunan tersebut.



## 2.7.6 FIRE PROTECTION

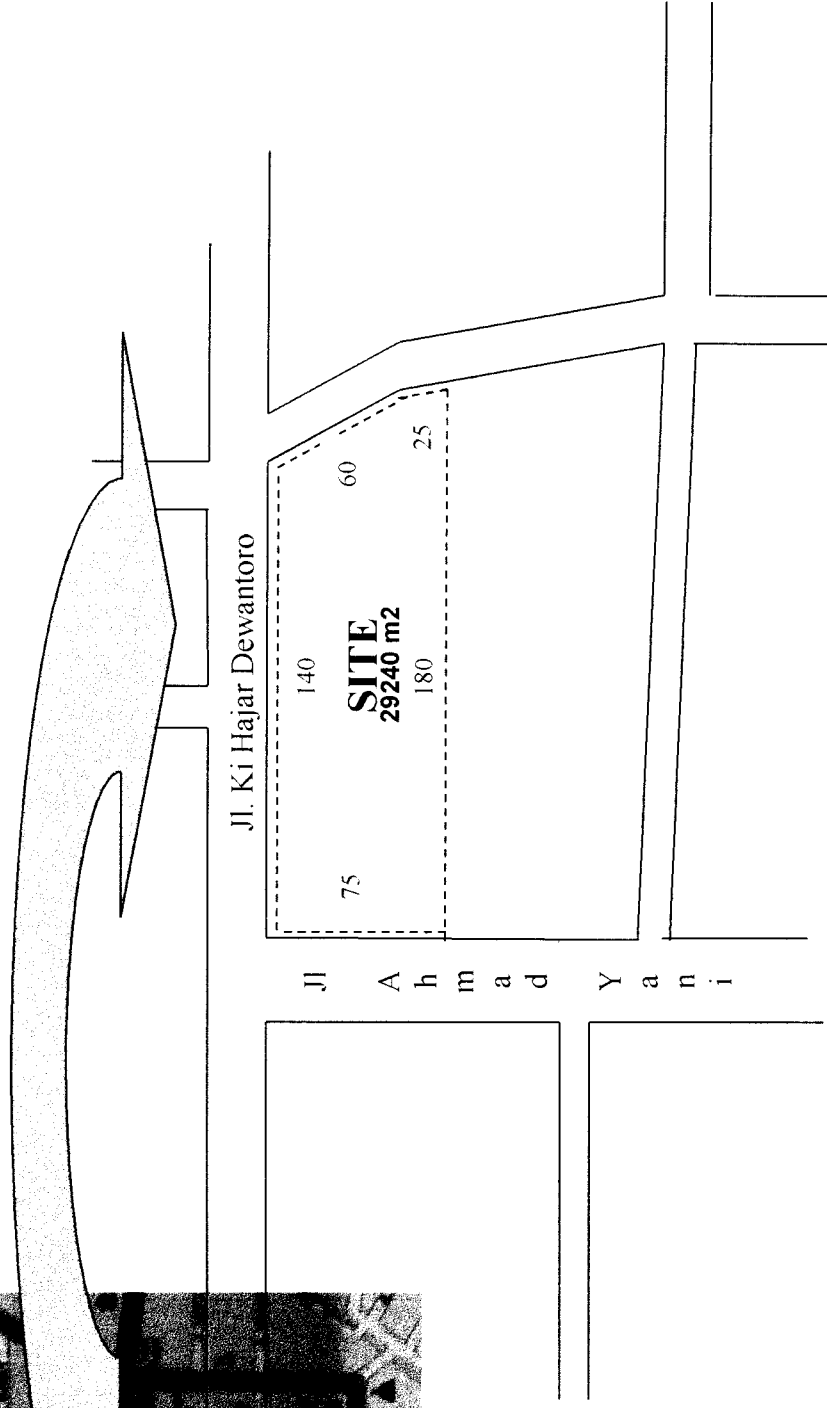
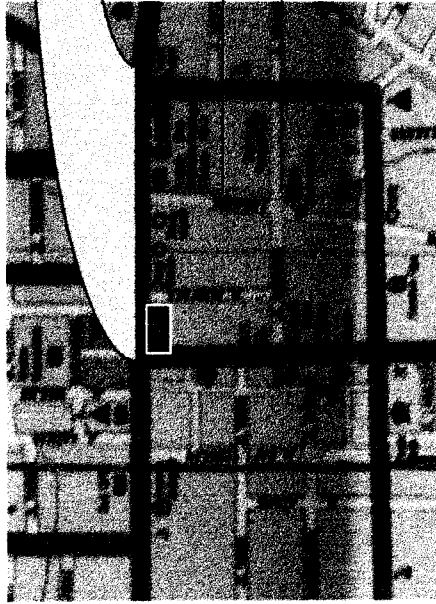
SISTEM ABATEMENT ( Penanggulangan ) UTAMA : SPRINKLER



PREVENTIVE : Perencanaan Tangga Kebakaran Pada zona jangkauan maximal 30 meter. \*) penerapan pd rencana denah.

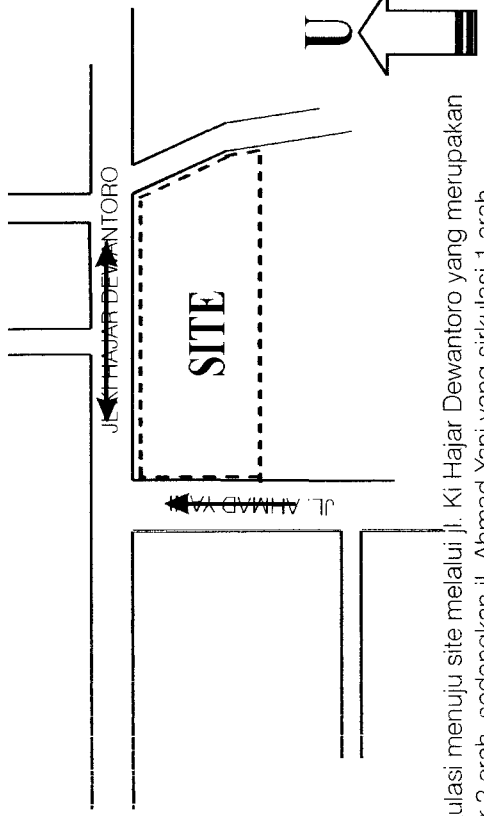
## 2.3 ANALISIS SITE

Site yang akan di bangun shopping mall ini berada di kota Cilacap, Jaawa Tengah, tepatnya di antara jl. Ki Hajar Dewantoro dan jl. Ahmad Yani. Di pilihnya lokasi tersebut karena kawasan tersebut berada di pusat kota/ urban yang juga sebagai pusat perdagangan di kabupaten Cilacap.



**Analisis site**

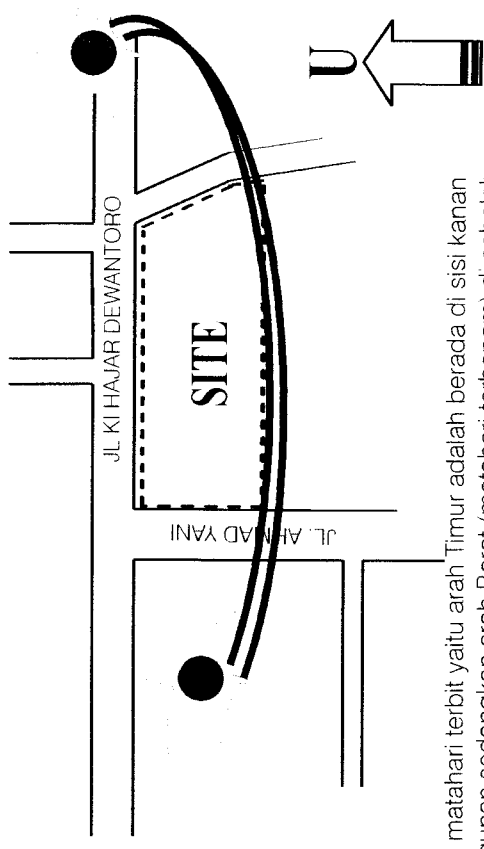
**SIRKULASI**



Sirkulasi menuju site melalui j. Ki Hajar Dewantoro yang merupakan jalur 2 arah, sedangkan j. Ahmad Yani yang sirkulasi 1 arah.

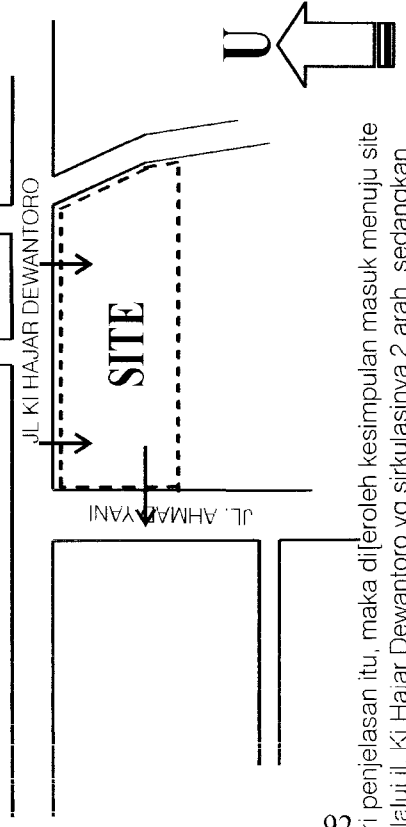
Kondisi tapak

**ARAH MATAHARI**

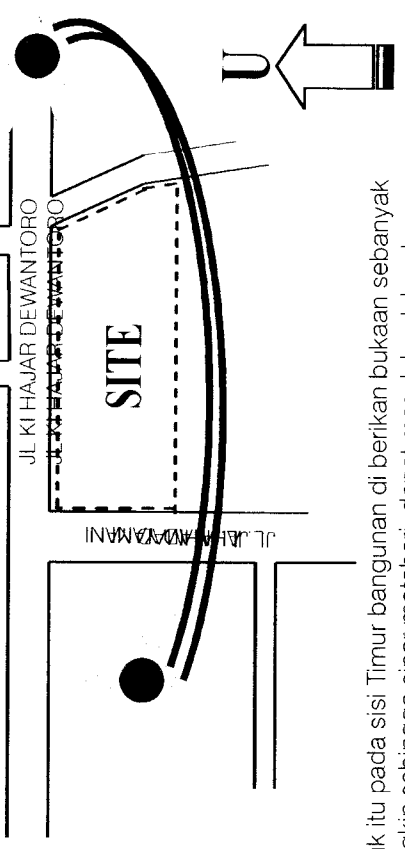


Arah matahari terbit yaitu arah Timur adalah berada di sisi kanan bangunan sedangkan arah Barat (matahari terbenam) di sebelah kiri bangunan.

Rancangan



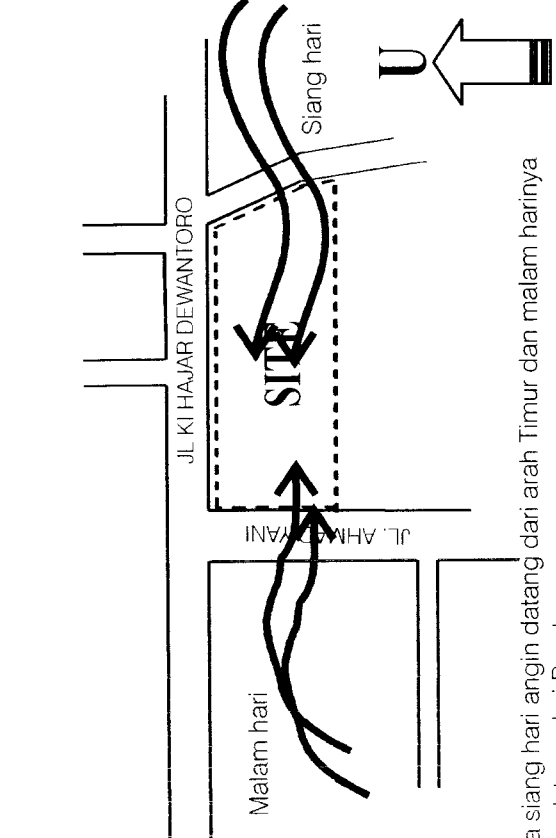
92  
Dari penjelasan itu, maka diperoleh kesimpulan masuk menuju site melalui j. Ki Hajar Dewantoro yg sirkulasinya 2 arah, sedangkan keluarnya melaalui j. Ahmad Yani.



Untuk itu pada sisi Timur bangunan di berikan bukaan sebanyak mungkin sehingga sinar matahari dapat masuk ke dalam bangunan.

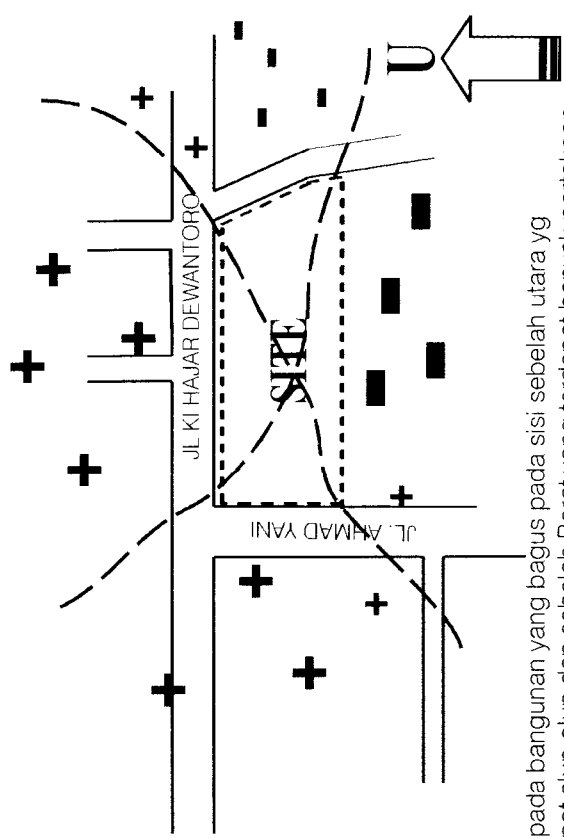
**Analisis site**

**ANGIN**



Pada siang hari angin datang dari arah Timur dan malam harinya angin datang dari Barat.

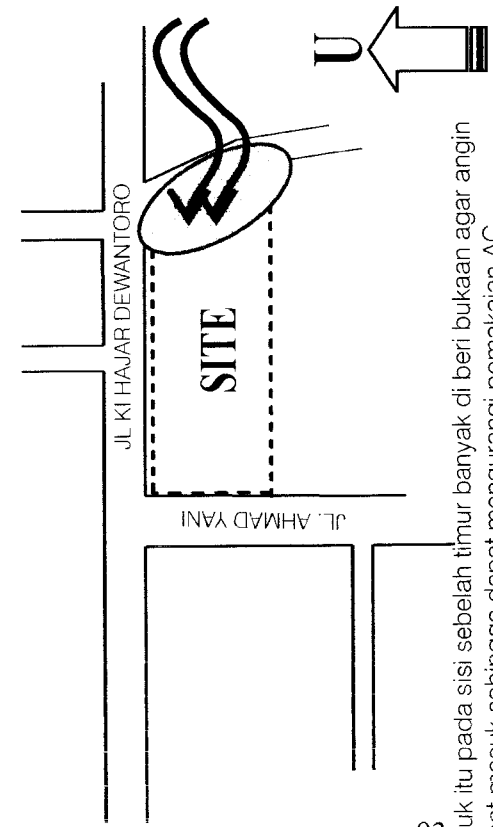
**VIEW**



View pada bangunan yang bagus pada sisi sebelah utara yg terdapat alun-alun dan sebelah Barat yang terdapat banyak pertokoan serta sebagai pusat kota.

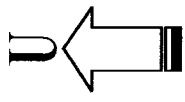
Kondisi tapak

Rancangan



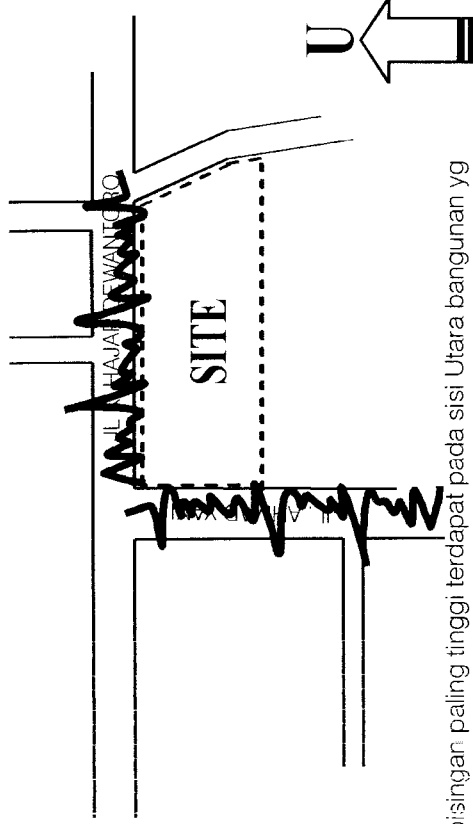
Untuk itu pada sisi sebelah timur banyak di beri bukaan agar angin dapat masuk sehingga dapat mengurangi pemakaian AC.

Dari data di atas, maka fasad bangunan menghadap ke arah Utara atau ke arah Barat.



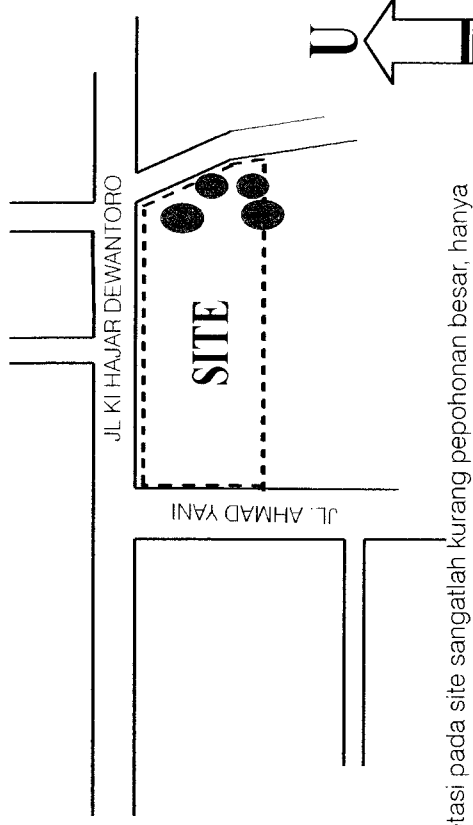
**Analisis site**

**KEBISINGAN**



Kebisingan paling tinggi terdapat pada sisi Utara bangunan yg berdekatan Jl. Ki Hajar Dewantoro dan sisi Barat yg berbatasan dengan Jl. Ahmad Yani.

**VEGETASI**

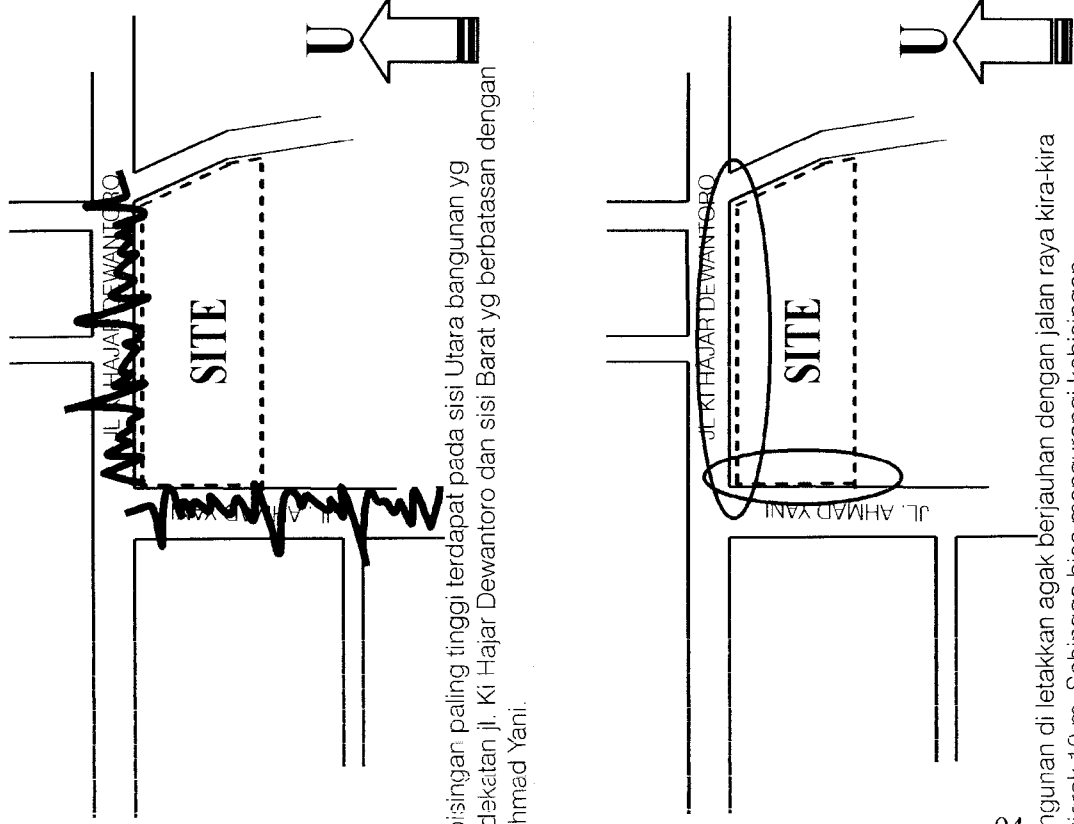


Vegetasi pada site sangatlah kurang pepohonan besar, hanya terdapat pada sisi sebelah Timur.

Kondisi tapak

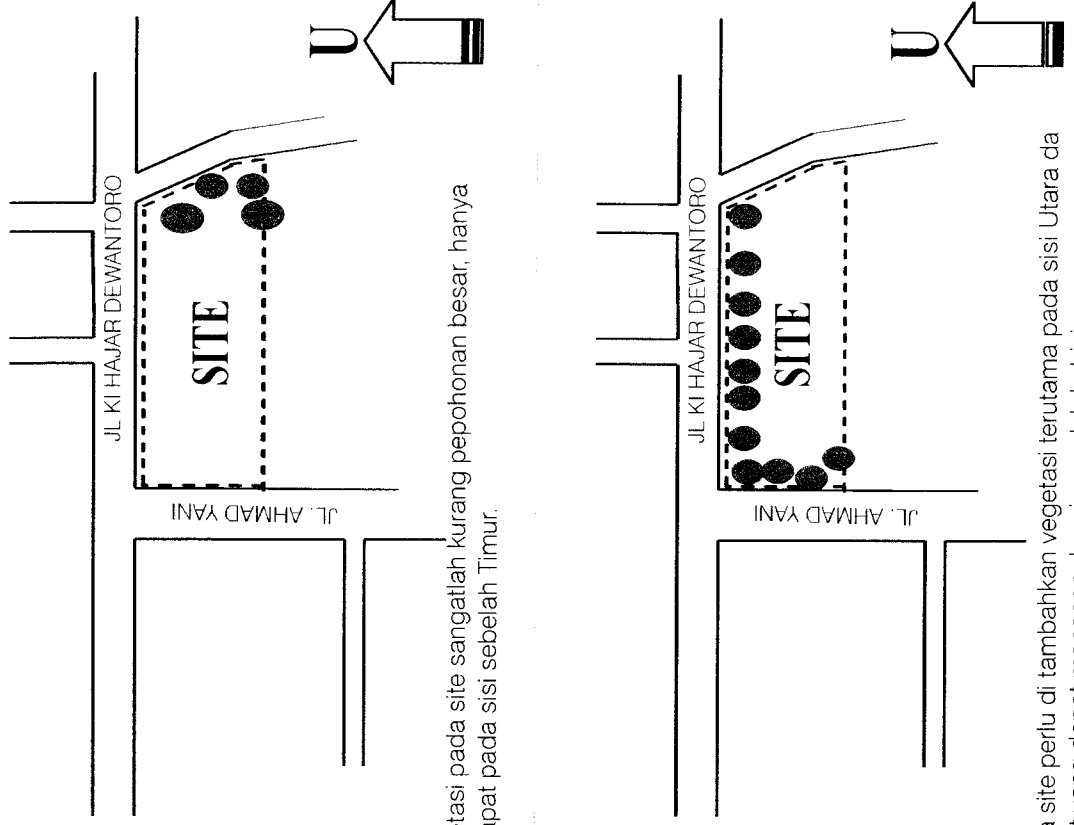
Rancangan

**KEBISINGAN**



Bangunan di letakkan agak berjauhan dengan jalan raya kira-kira berjarak 10 m. Sehingga bisa mengurangi kebisingan.

**VEGETASI**

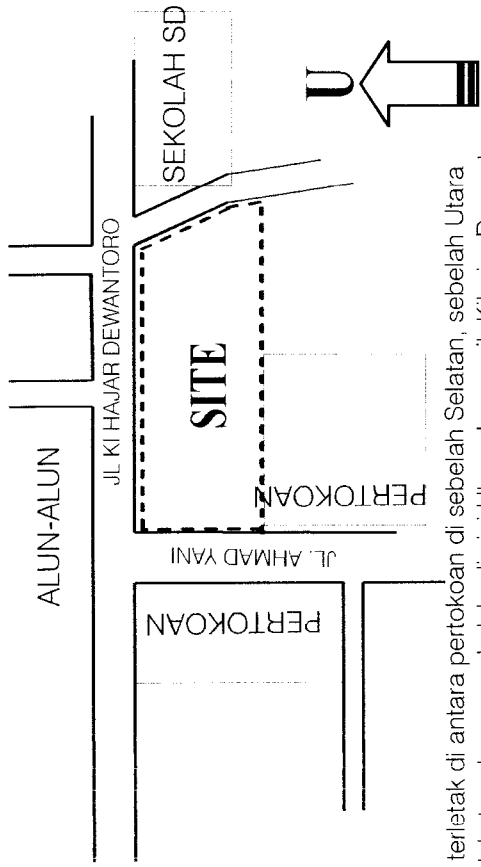


Pada site perlu di tambahkan vegetasi terutama pada sisi Utara da Barat yang dapat menanggulangi masalah kebisingan.



**Analisis site**

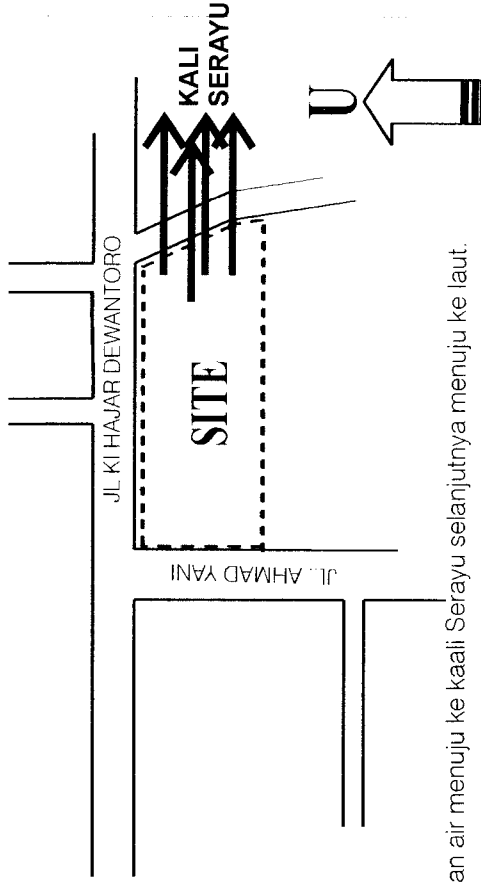
**LINGKUNGAN**



Site terletak di antara pertokoan di sebelah Selatan, sebelah Utara berdekatan dengan sekolah, di sisi Utara dengan jl. Kihajar Dewantoro dan alun-alun, serta di sisi Barat dgn jl. A. Yani & pertokoan.

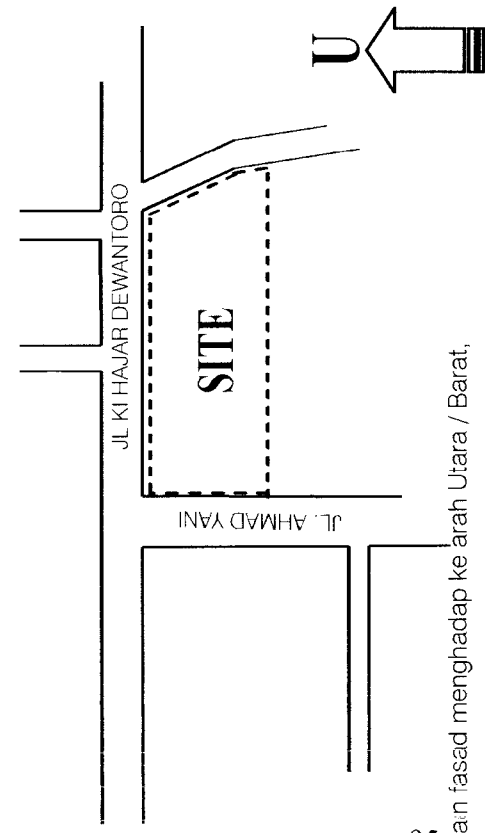
Kondisi tapak

**UTILITAS & DRAINASE**



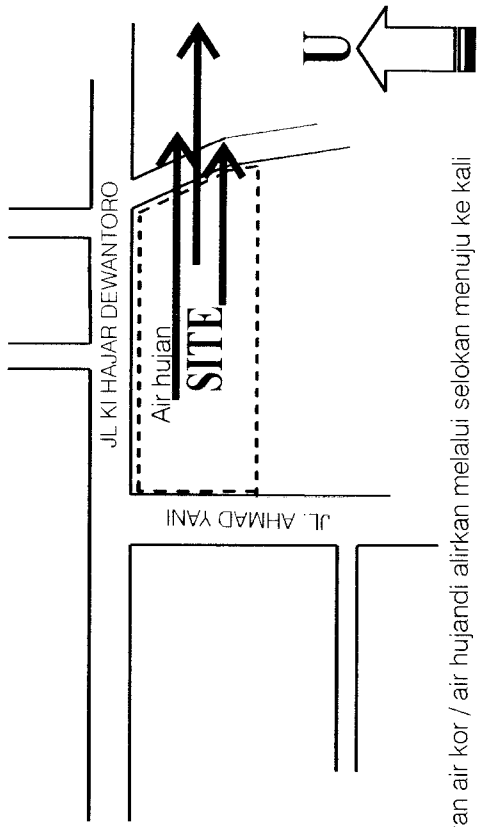
Saluran air menuju ke kaali Serayu selanjutnya menuju ke laut.

Rancangan



Selain fasad menghadap ke arah Utara / Barat,

56



Saluran air kor / air hujan di alirkan melalui selokan menuju ke kali serayu.

# 2.9 KONSEP BENTUK

BENTUK DASAR DIPEROLEH DARI TRANSFORMASI KARAKTER KEGIATAN PADA PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI.

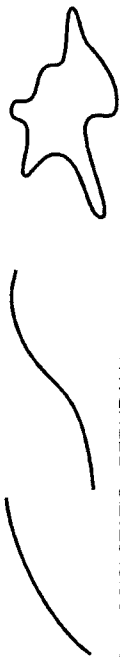
KARAKTER KEGIATAN PUSAT PERBELANJAAN (SUASANA RAMAI/KONSENTRASI MENYEBAR, PERUBAHAN STATIS, PERGERAKAN CEPAT)

RAMAI ( KONSENTRASI MENYEBAR )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI REPETISI BENTUK ( RAMAI : BERULANG )

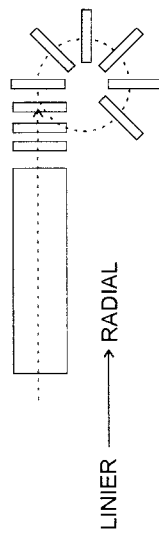


STATIS ( TIDAK TETAP BERUBAH UBAH )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI BENTUK YANG BERUBAH/TIDAK TETAP

@ BENTUK STATIS ( BUKAN BNETUK BAKU DAN TIDAK GEOMETRIS )



@ KOMPOSISI STATIS ( BERUBAH )



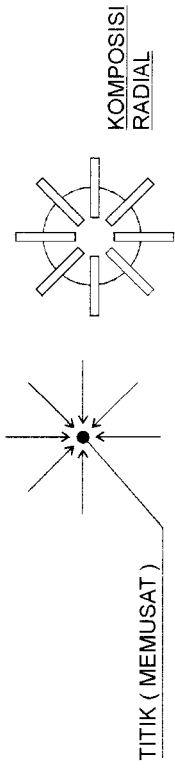
LINIER → RADIAL

CEPAT ( COMMERCIAL, PERGERAKAN CEPAT )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI LINIER LURUS



KARAKTER KEGIATAN REKREASI (SUASANA RAMAI DAN SANTAI / KONSENTRASI MEMUSAT, PERUBAHAN DINAMIS, PERGERAKAN LAMBAT)

TENANG ( KONSENTRASI MEMUSAT )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI MEMUSAT

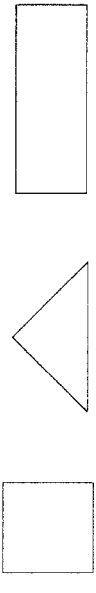


TITIK ( MEMUSAT )

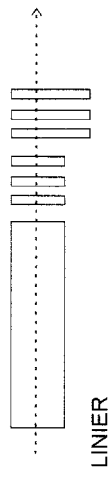
KOMPOSISI RADIAL

DINAMIS ( TETAP )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI BENTUK BAKU GEOMETRIS ( TEGAS, TETAP )

@ BENTUK ATRAKTIF ( BUKAN BENTUK BAKU DAN TIDAK GEOMETRIS )

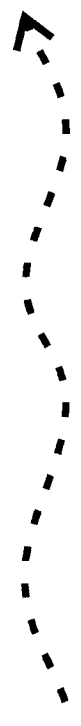


@ KOMPOSISI DINAMIS ( STABIL, TETAP )

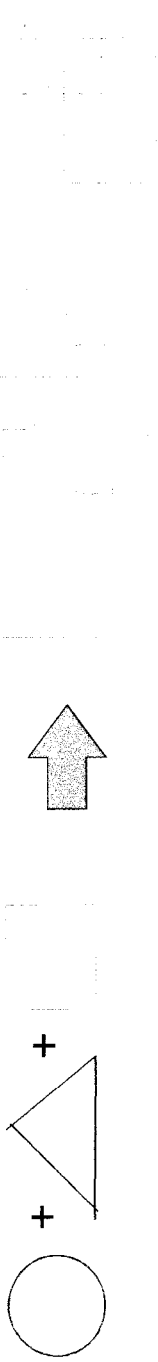


LINIER

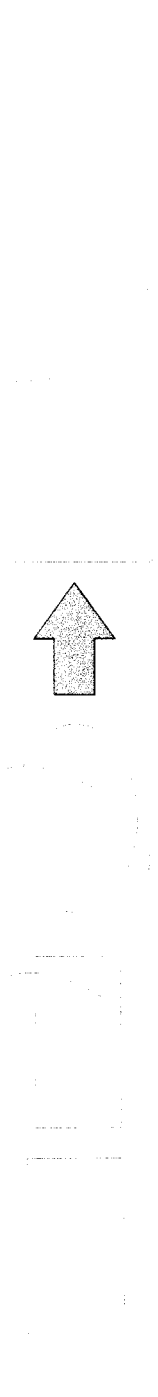
LAMBAT ( REKREATIF, SANTAI )  
# TRANSFORASI PADA KOMPOSISI LINIER BERGELOMBANG, KESAN SANTAI



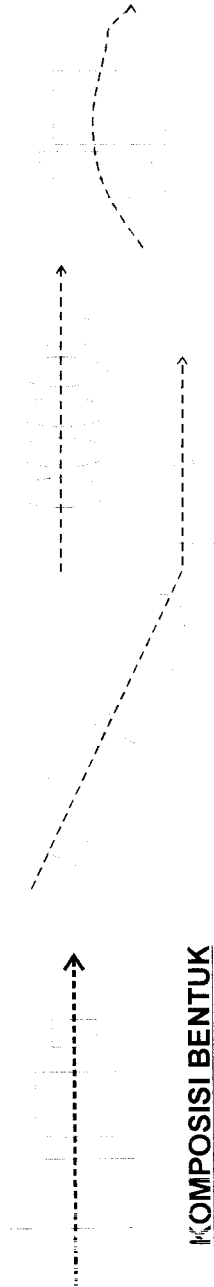
**KREATIF  
PENGGABUNGAN BENTUK DASAR**



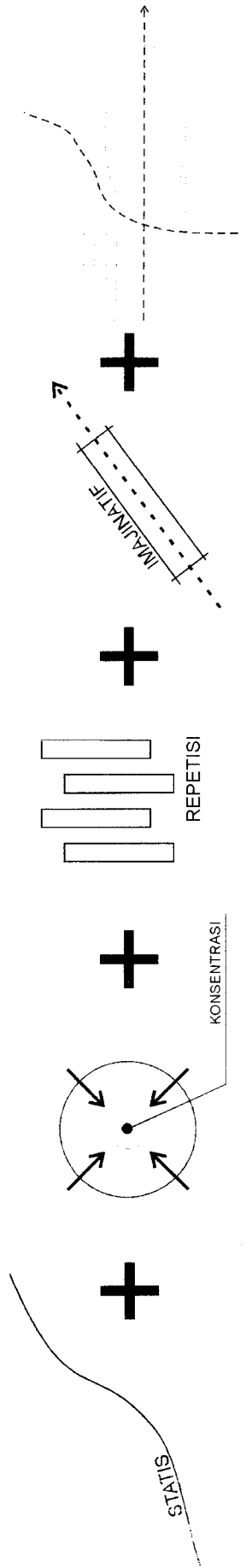
**KREATIF  
PENGGABUNGAN BENTUK ( MENGGABUNGAN / MENGURANGI BENTUK STATIS DAN DINAMIS )**



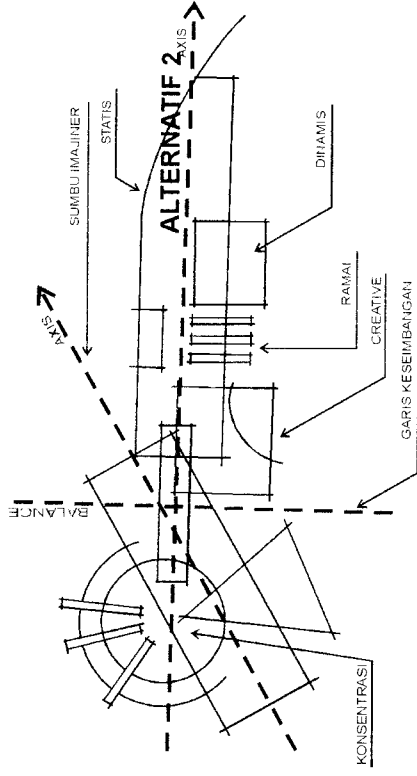
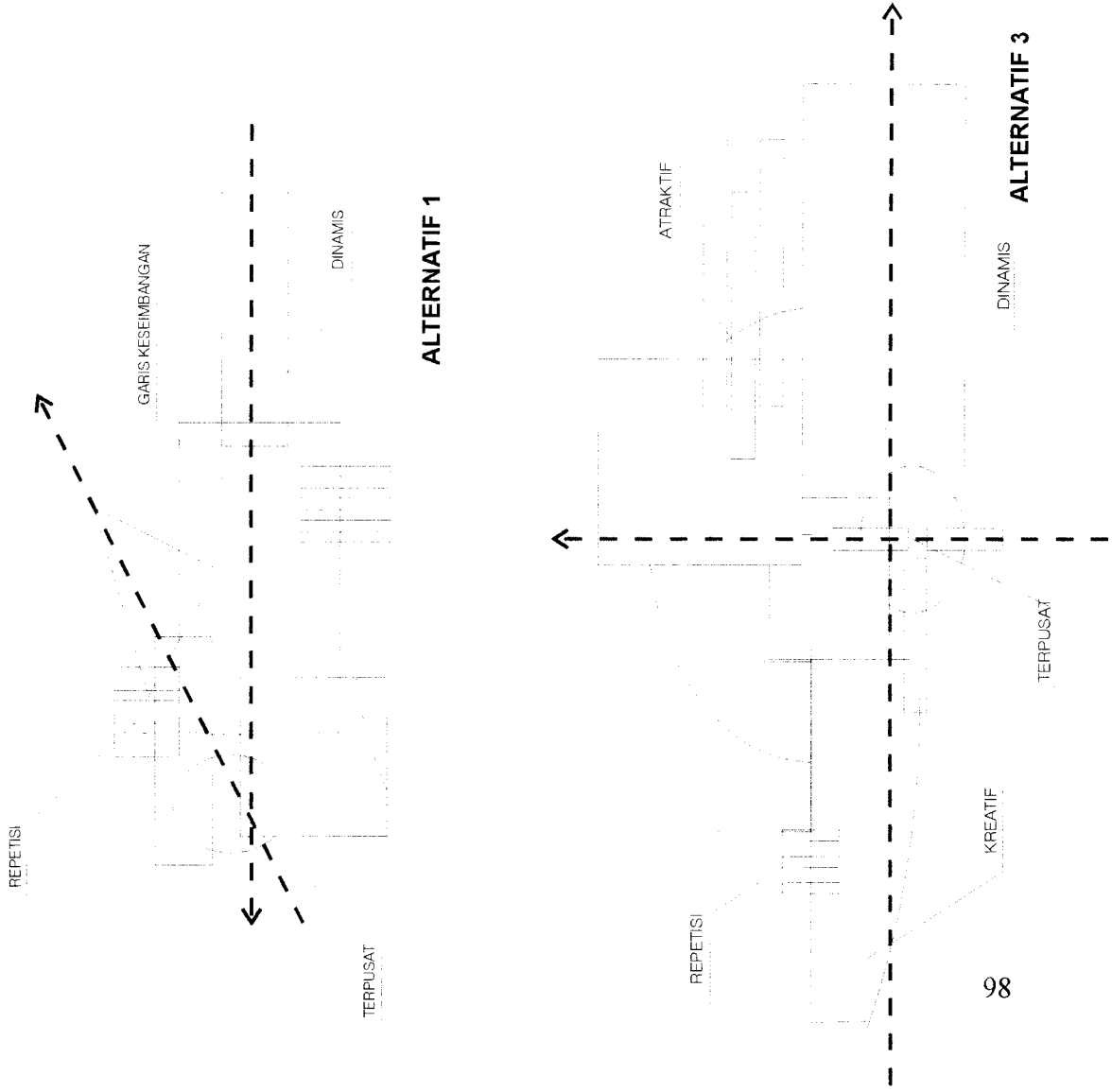
**ATRAKTIF  
ADANYA PERBEDAAN BENTUK SERTA PENGEMBANGAN BENTUK ITU SENDIRI DAN ADANYA REPETISI.**



**KOMPOSISI BENTUK**

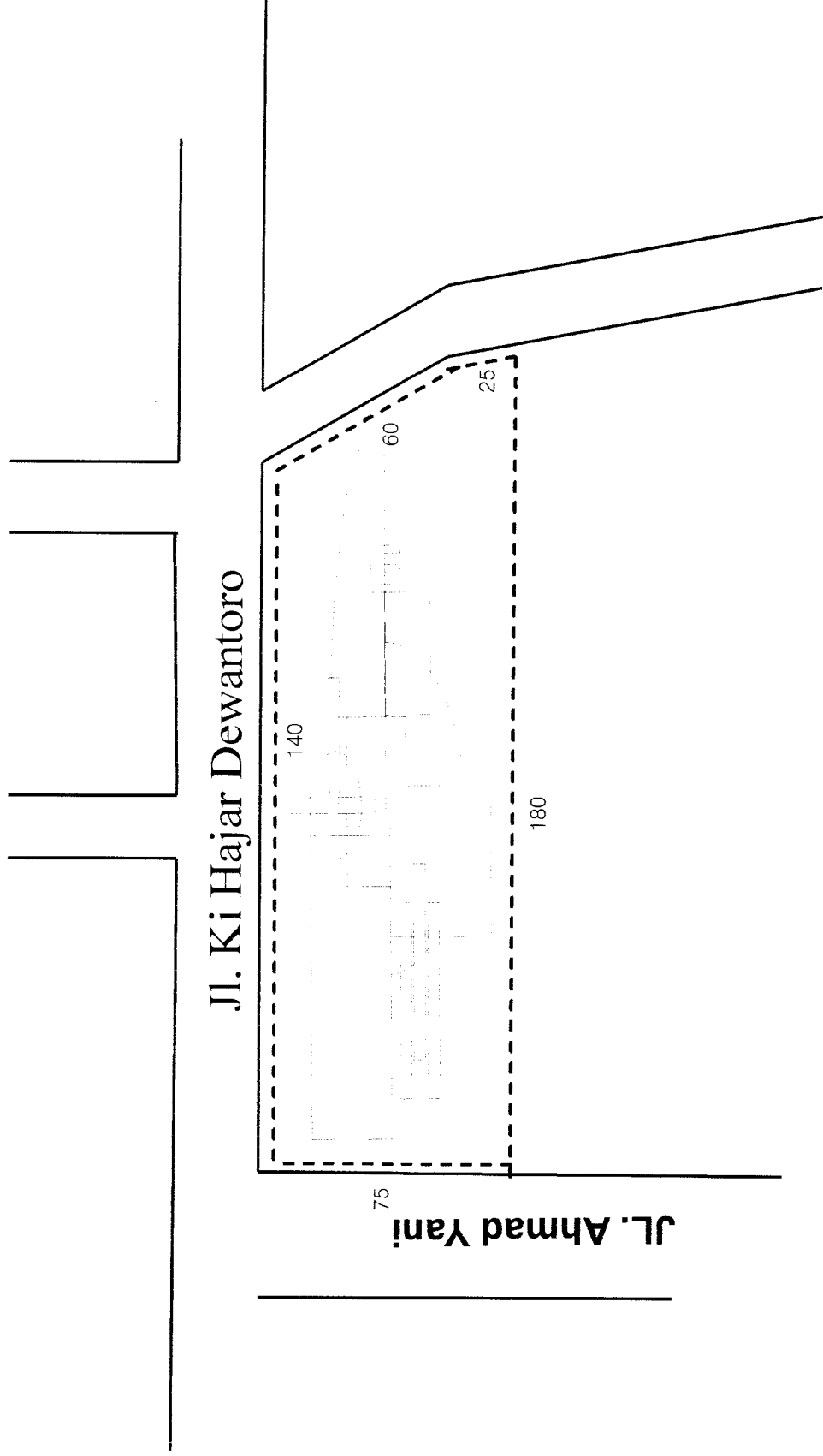


**2.9.1 KOMPOSISI BENTUK**

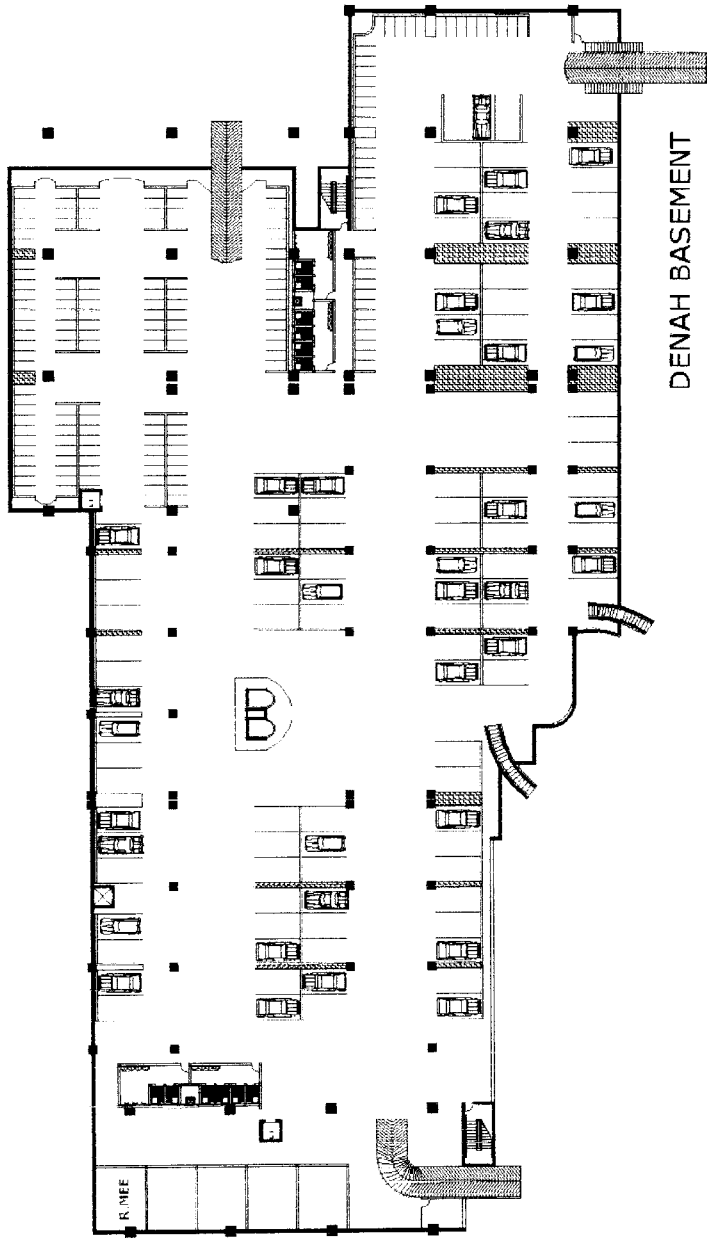


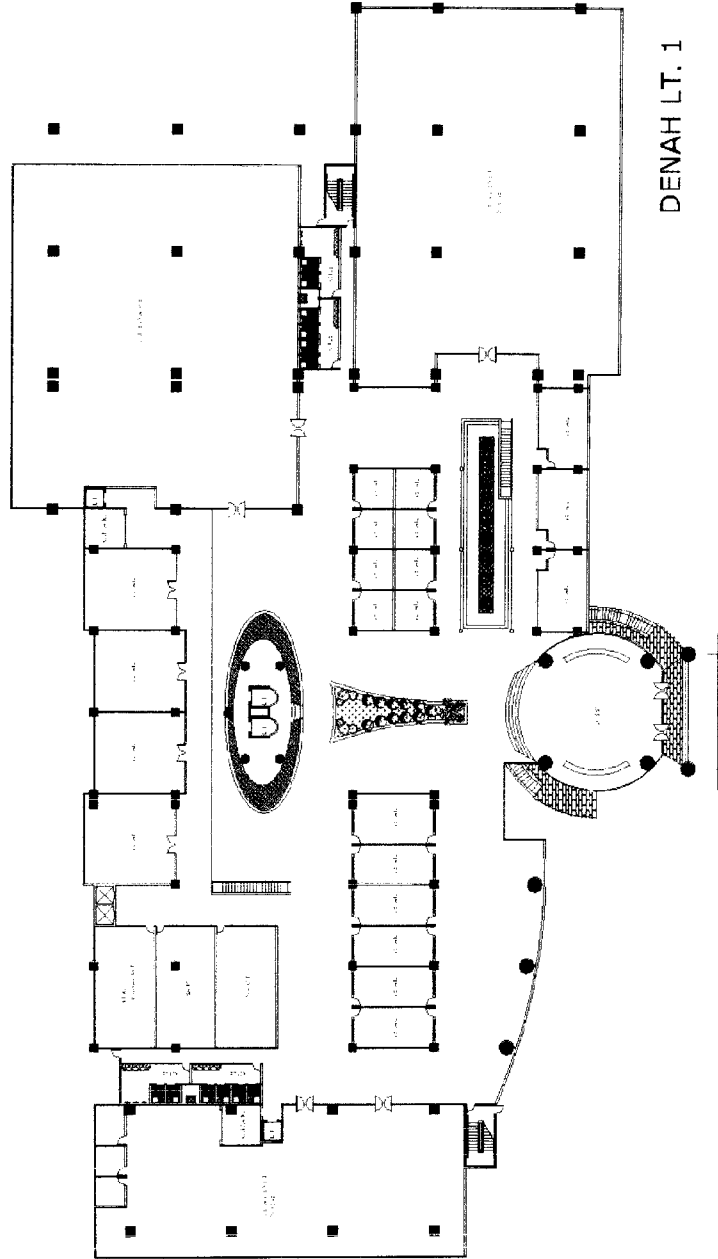
**KOMPOSISI BENTUK YANG TERPILIH ALTERNATIF 3**  
**PERTIMBANGAN : MENYESUAIKAN DENGAN BENTUK SITE**  
**YANG MEMANJANG**

## 2.9.2 PLOTTING

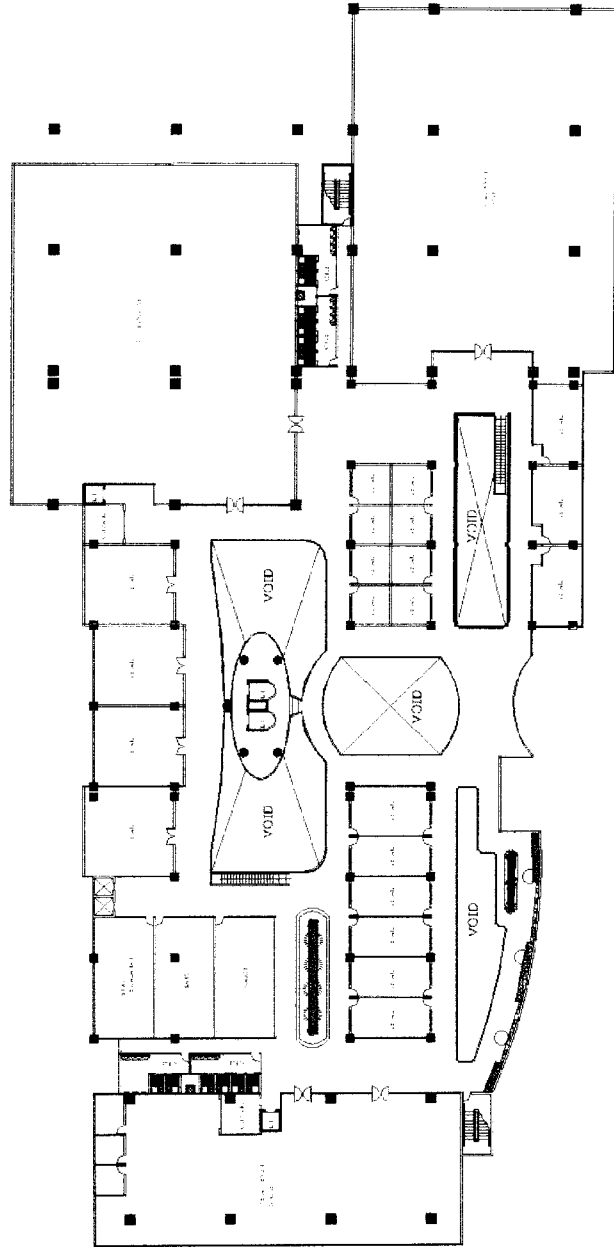


# DENAH SKEMATIK



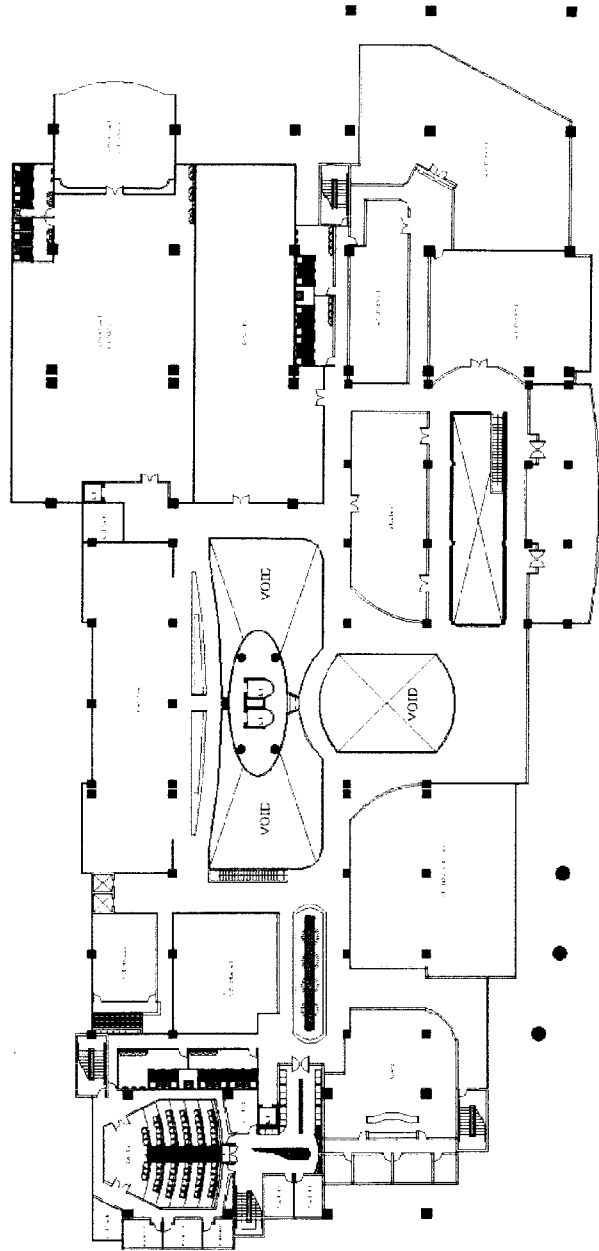


DENAH LT. 1



DENAH LT. 2





DENAH LT. 3

### BAB III

## DESIGN DEVELOPMENT

Pengembangan desain yang dilaksanakan di studio FTSP UII selama kurang lebih 8 minggu yang berlangsung dari jam 08.00 – 16.00 WIB. Di studio tersebut para peserta diwajibkan mengembangkan desain yang sudah di dapat pada tahap skematik desain ke dalam bentuk gambar kerja yang bersifat teknis.

Dalam pengembangan desain tersebut di kerjakan dalam 2 macam cara penggambaran, yaitu manual dengan menggunakan meja gambar dan computer di lengkapi software yang mendukung kelancaran pengembangan desain tersebut. Disini penulis memilih menggunakan computer dengan pertimbangan kelebihan2 dari computer.

Di studio, target gambar yang harus diselesaikan merupakan gambar2 yang berupa gambar kerja yang dapat mendukung permasalahan yang di angkat oleh penulis. Selama proses ini berlangsung terdapat beberapa kendala yang berakibat kurang maksimalnya gambar yang telah di targetkan. Kendala-kendala itu antara lain suasana di dalam ruang studio yang bisa dibilang ramai sehingga bagi yang tidak terbiasa dengan suasana tersebut akan kesulitan untuk mengantisipasinya, juga terbatasnya waktu sehingga target gambar dan waktu yang telah ditetapkan kurang ideal.

Pada tahap pengembangan desain ini terdapat beberapa perubahan baik yang berupa teknis maupun non teknis, tetapi secara garis besar masih berada pada lingkup konsep perancangan. Beberapa perubahan yang terjadi akan di jelaskan pada laporan perancangan.

Perubahan-perubahan yang terjadi selama proses pengembangan desain antara lain :

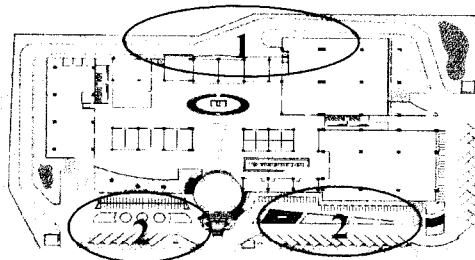
1. Siteplan
2. Denah
3. Tampak
4. dsb.

### 3.1 PENJELASAN GAMBAR KERJA BESERTA PERUBAHANNYA

#### 3.1.1 SITEPLAN

Site berada di kota Cilacap, Jateng tepatnya terletak diantara jl. Ki Hajar Dewantoro dan jl. A. Yani. Site ini mempunyai luasan ±13.030 m<sup>2</sup>.

#### SITEPLAN SKEMATIK



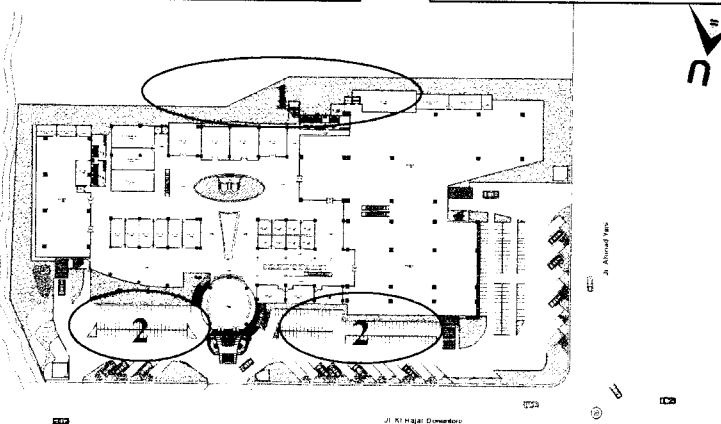
##### 1. SIRKULASI

Pada tahap skematik desain dibuat jalur sirkulasi melewati sisi belakang bangunan yang diperuntukan bagi truk pengangkut sampah. Setelah dipikir2 jalur tersebut kurang efisien jadi penampungan sampah di tempatkan pada basement.

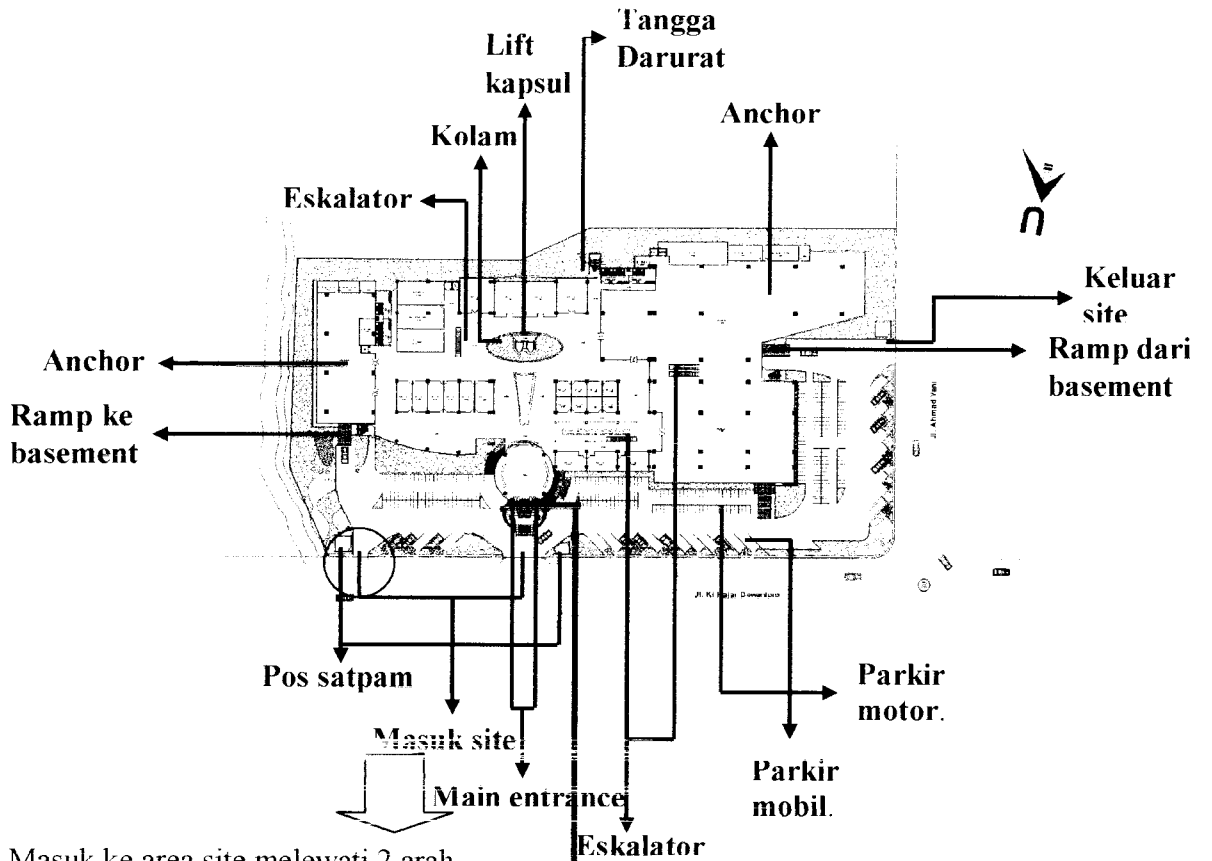
##### 2. AREA PARKIR

Pada tahap skematik lahan untuk parker kurang mencukupi dikarenakan adanya taman dan pepohonan yang berada di tengah lahan parker. Untuk lebih banyak menampung kendaraan maka taman tersebut dihilangkan.

#### SITEPLAN FIX



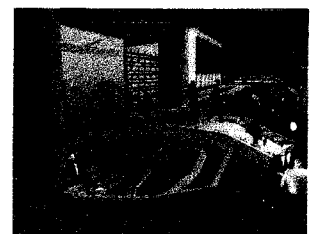
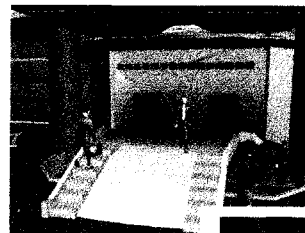
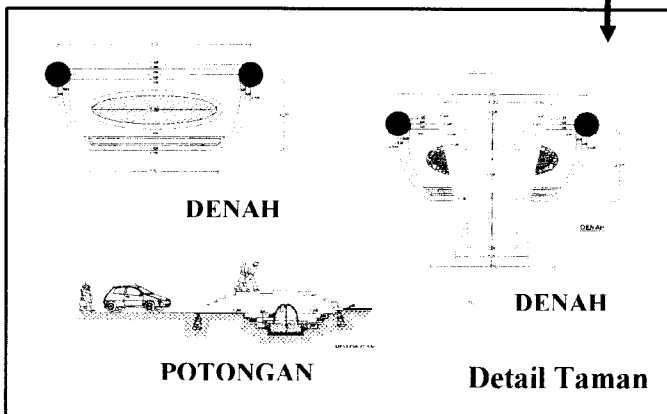
**SITEPLAN**



Masuk ke area site melewati 2 arah untuk menanggulangi bila arus pengunjung padat.

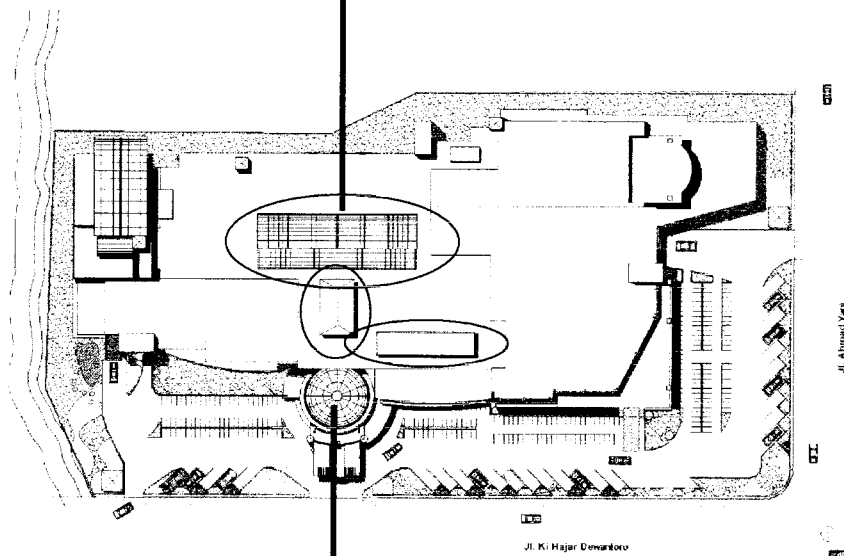
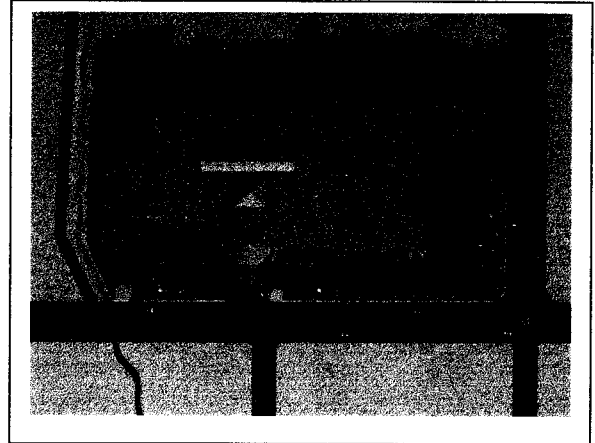
Area parkir luar yang tersedia :

1. Area parkir kendaraan roda 4 = 30 buah
2. Area parkir kendaraan roda 2 : 281 buah.



### 3.1.2 SITUASI

Atap di atas void menggunakan skylight selain sebagai penerangan alami juga supaya ruang terlihat megah dan agung.



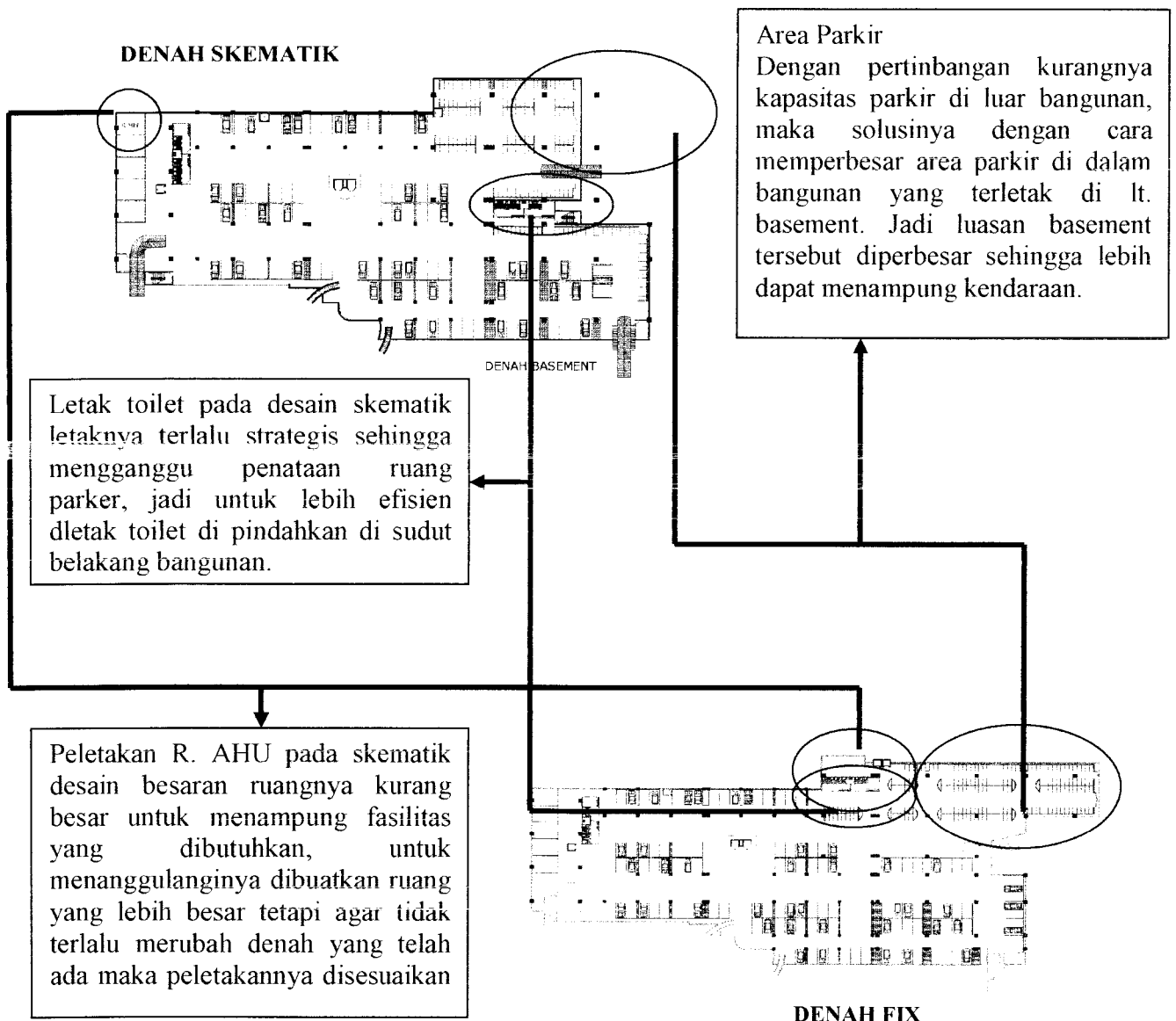
Pada hall menggunakan atap dome/ kubah menggunakan bahan poly karbonat sehingga pencahayaan alami dari matahari dapat tersaring sebagian besar.

### 3.1.3 DENAH

#### A. Lt. Basement

Konsep dibangunnya basement ini selain sebagai area parkir kendaraan juga sebagai unit ruang mekanikal elektrik juga sebagai ruang maintenance.

Basement ini terletak di kedalaman 5 m dari groundfloor

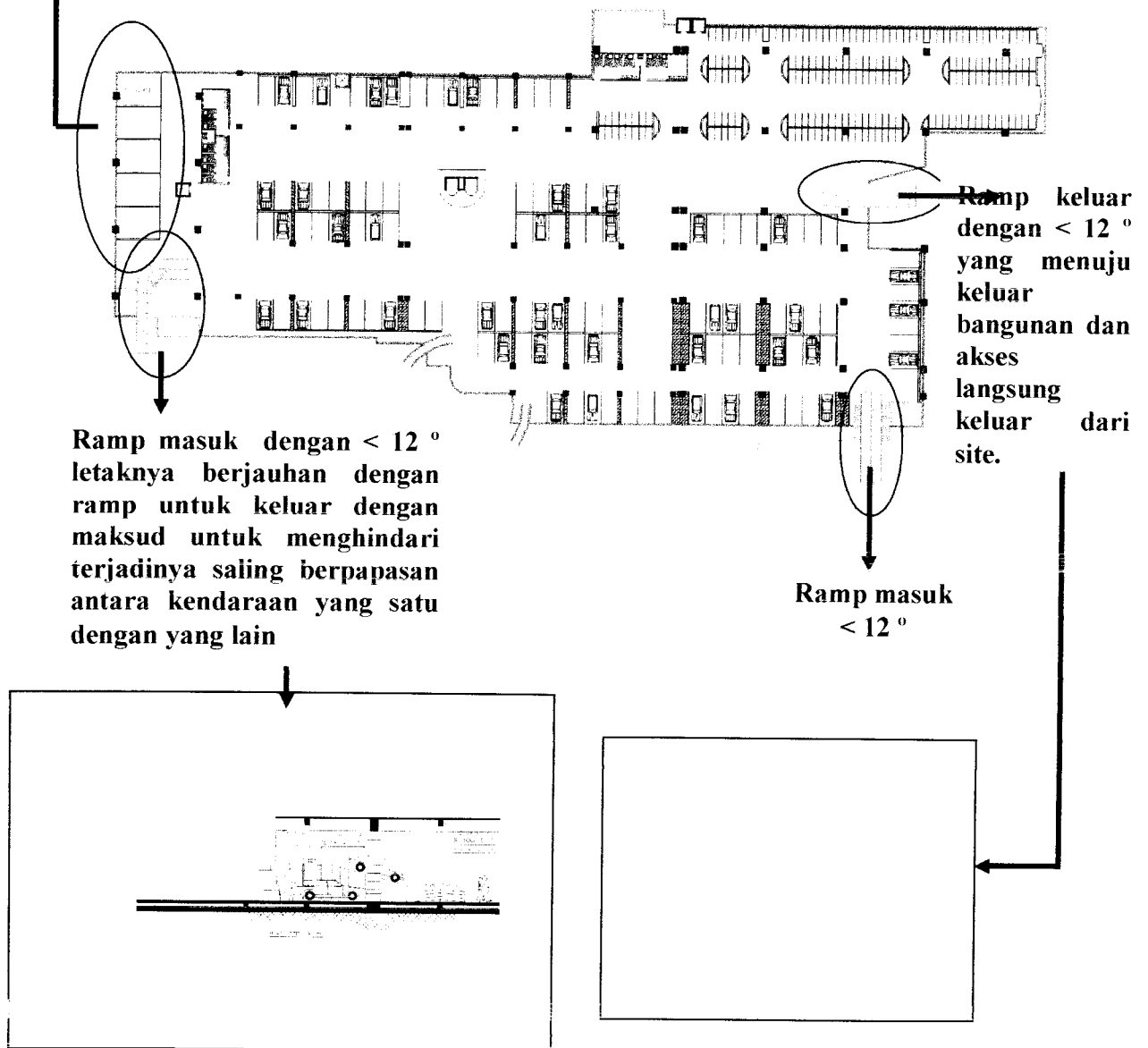


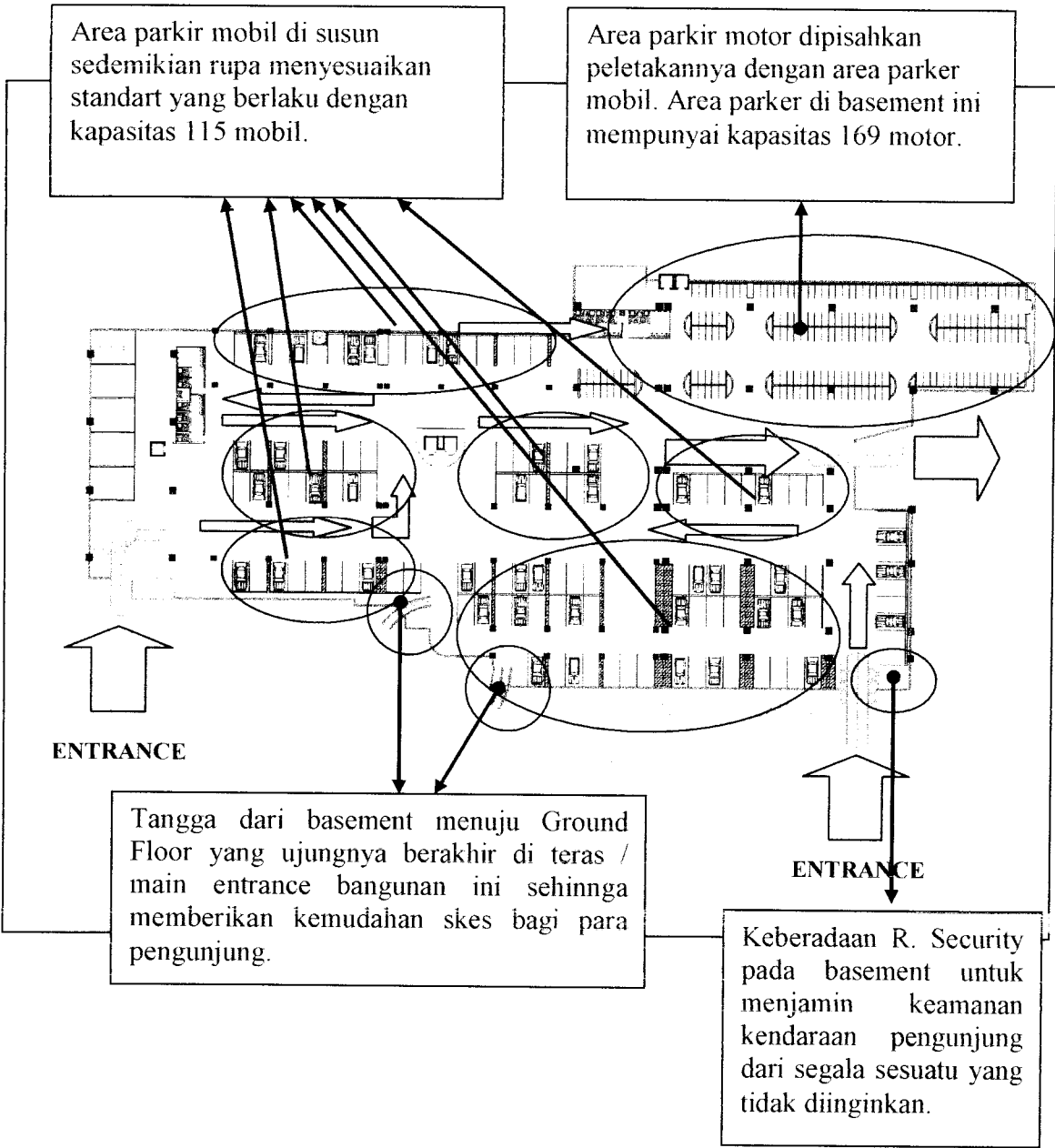
Pada basement mempunyai area parkir baik untuk kendaraan roda 2 maupun roda 4.

Area parkir untuk kendaraan roda 2 = 169 buah.

Area parkir untuk kendaraan roda 4 = 115 buah.

- Terdiri dari :
- Gudang
  - R. Teknisi
  - R. Laundry
  - R. Panel Listrik
  - R. MEE

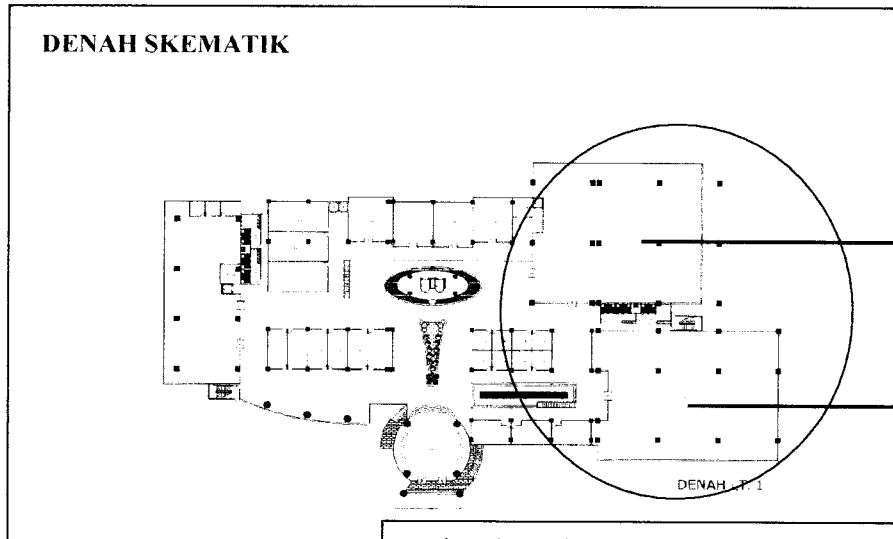




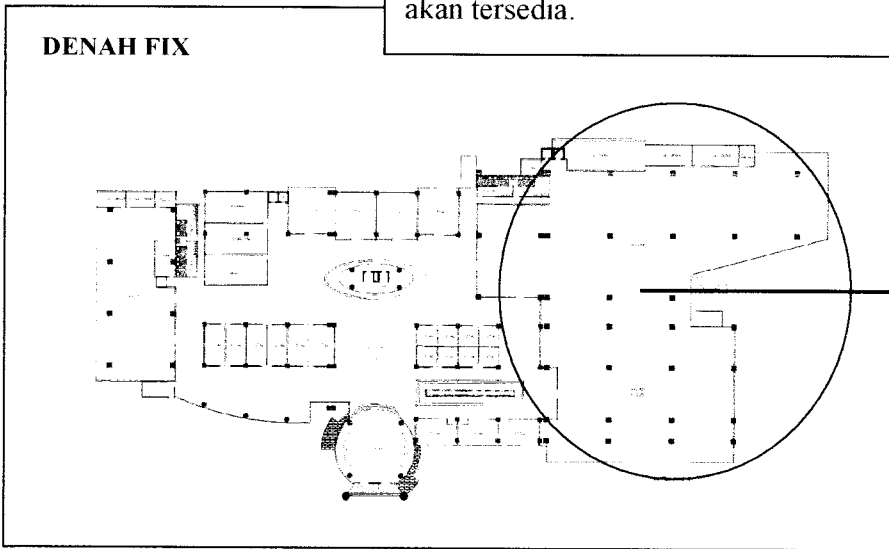


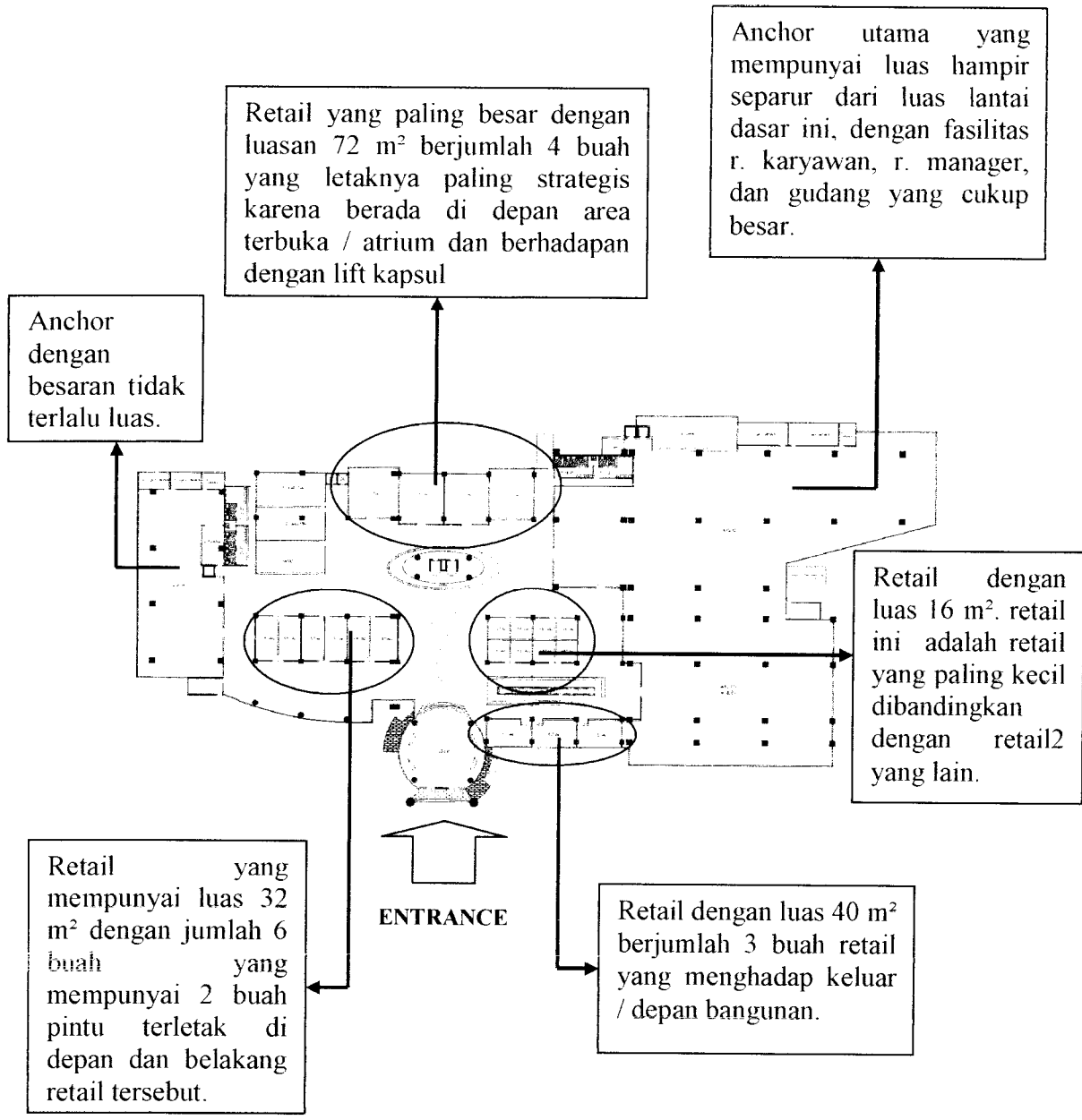
**B. Lt. Dasar**

Pada lantai ini mempunyai ketinggian antar lantai setinggi 5 m dan ketinggian lantai ±0.00. lantai ini berfungsi sebagai area perdagangan yaitu ruang untuk retail yang dihubungkan dengan anchor sebagai penarik perhatian.

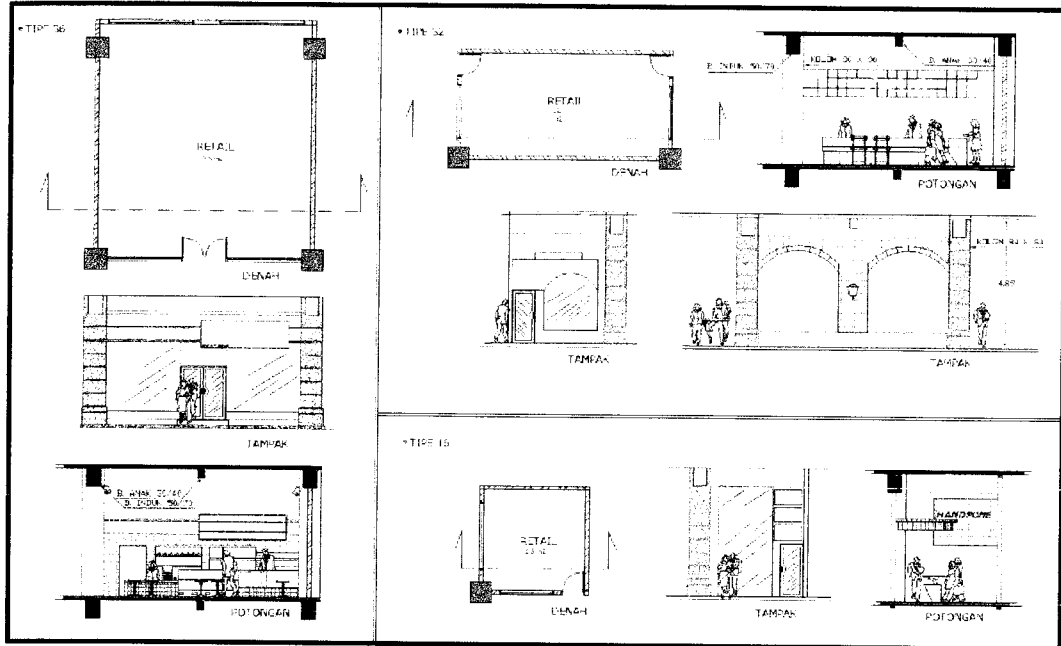


Pada tahap skematik desain, di sebelah kanan bangunan mempunyai 2 buah anchor yang dipisahkan oleh lavatory. Setelah dipertimbangkan masak2 maka denah tersebut mengalami sedikit perubahan pada pengembangan desainnya yaitu penggabungan 2 buah anchor sehingga jika ada perusahaan / merek terkenal yang menginginkan suatu ruang yang cukup luas maka akan tersedia.



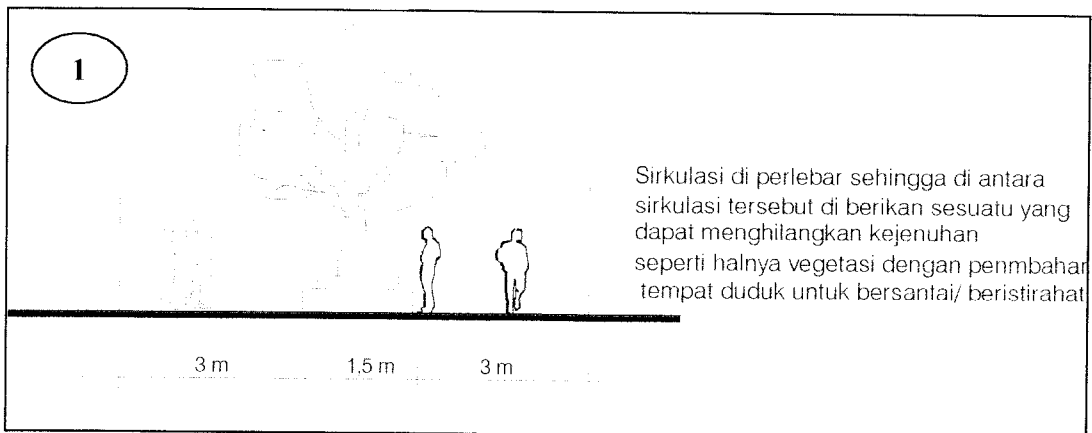


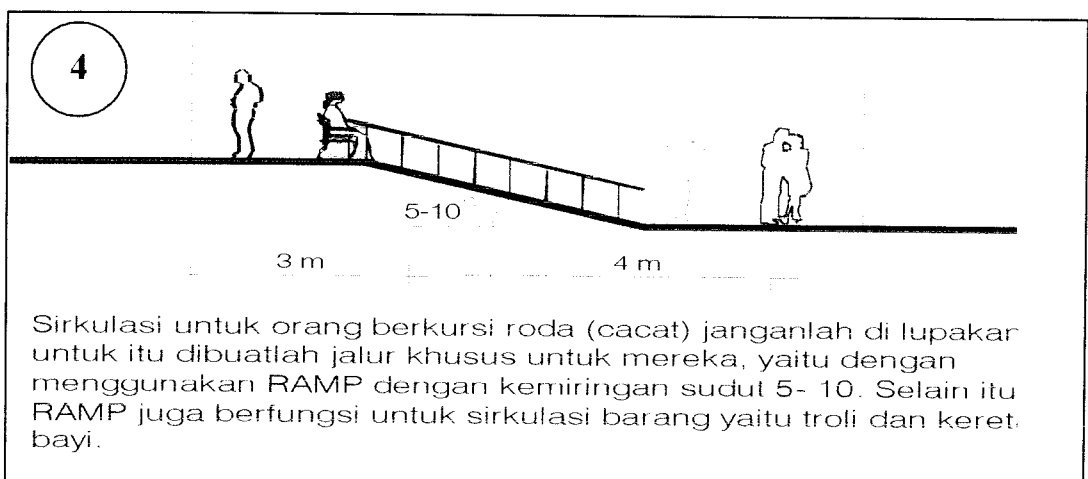
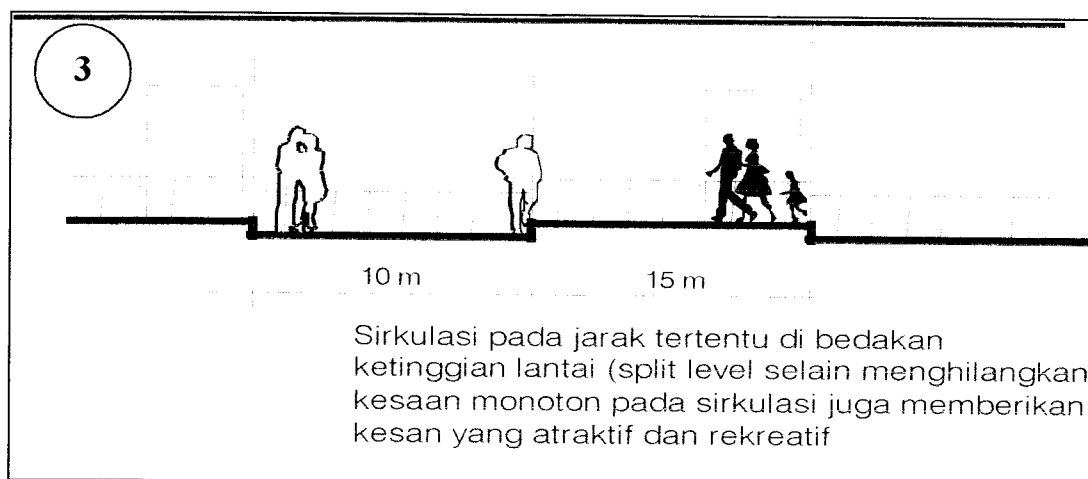
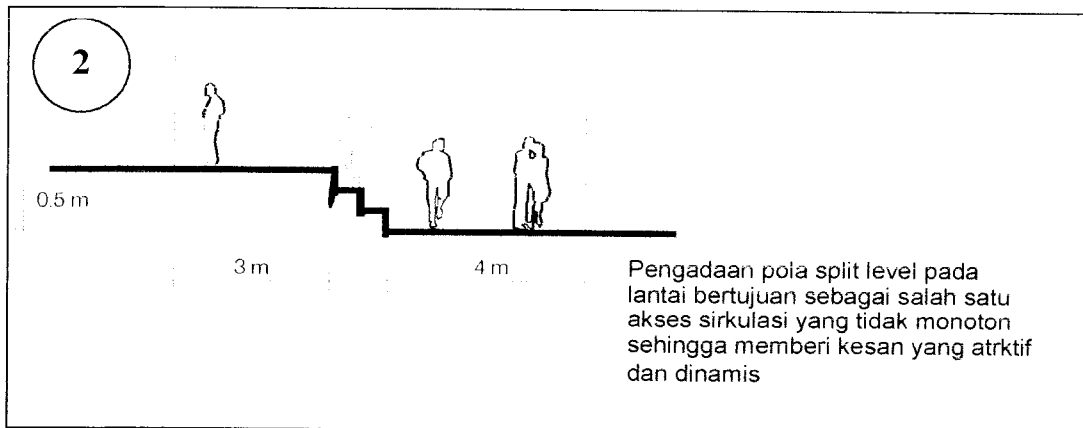
## Detail retail-retail

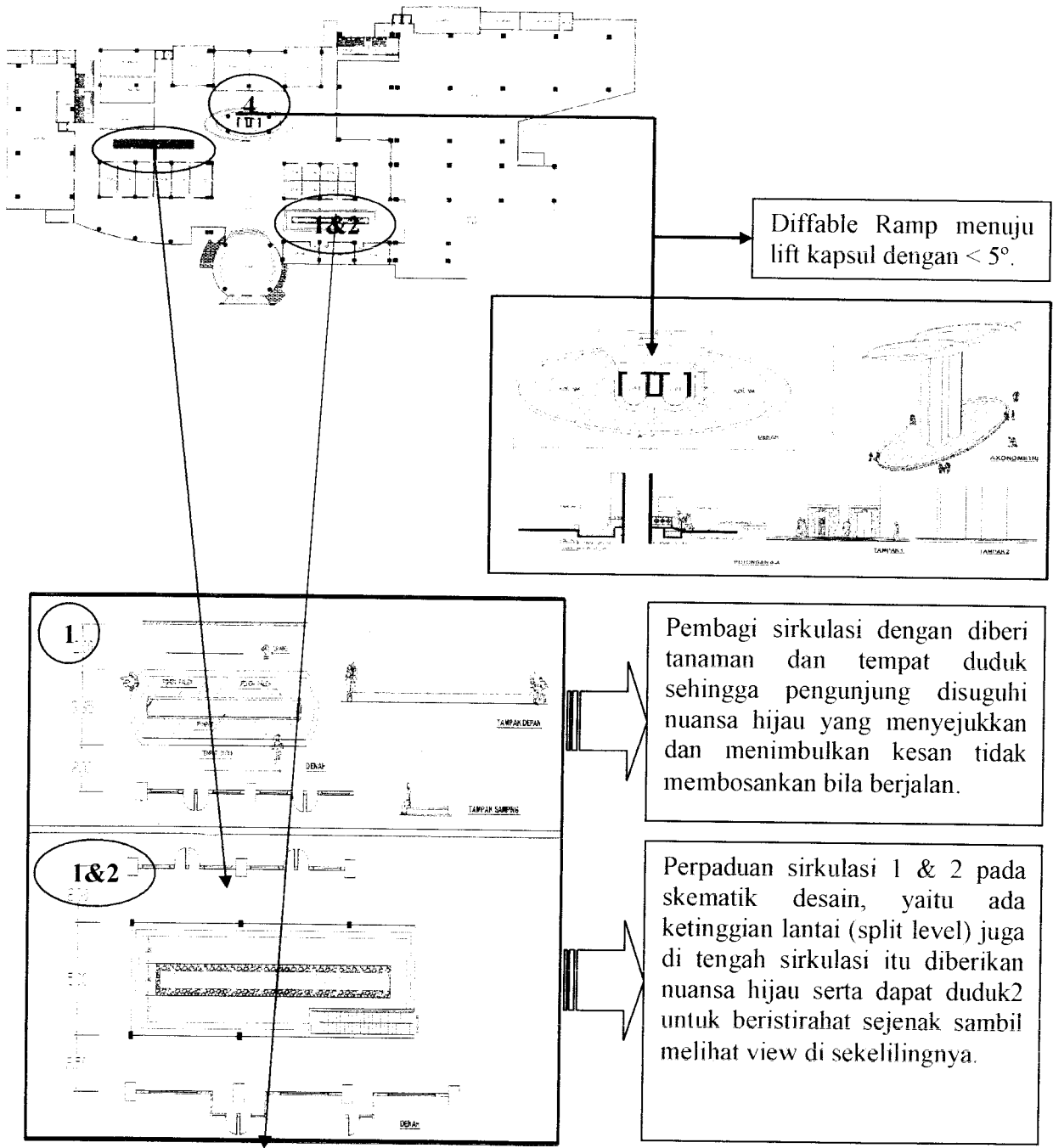


## KONSEP SIRKULASI YANG TIDAK MONOTON (REKREATIF)

### Konsep awal (skematik)

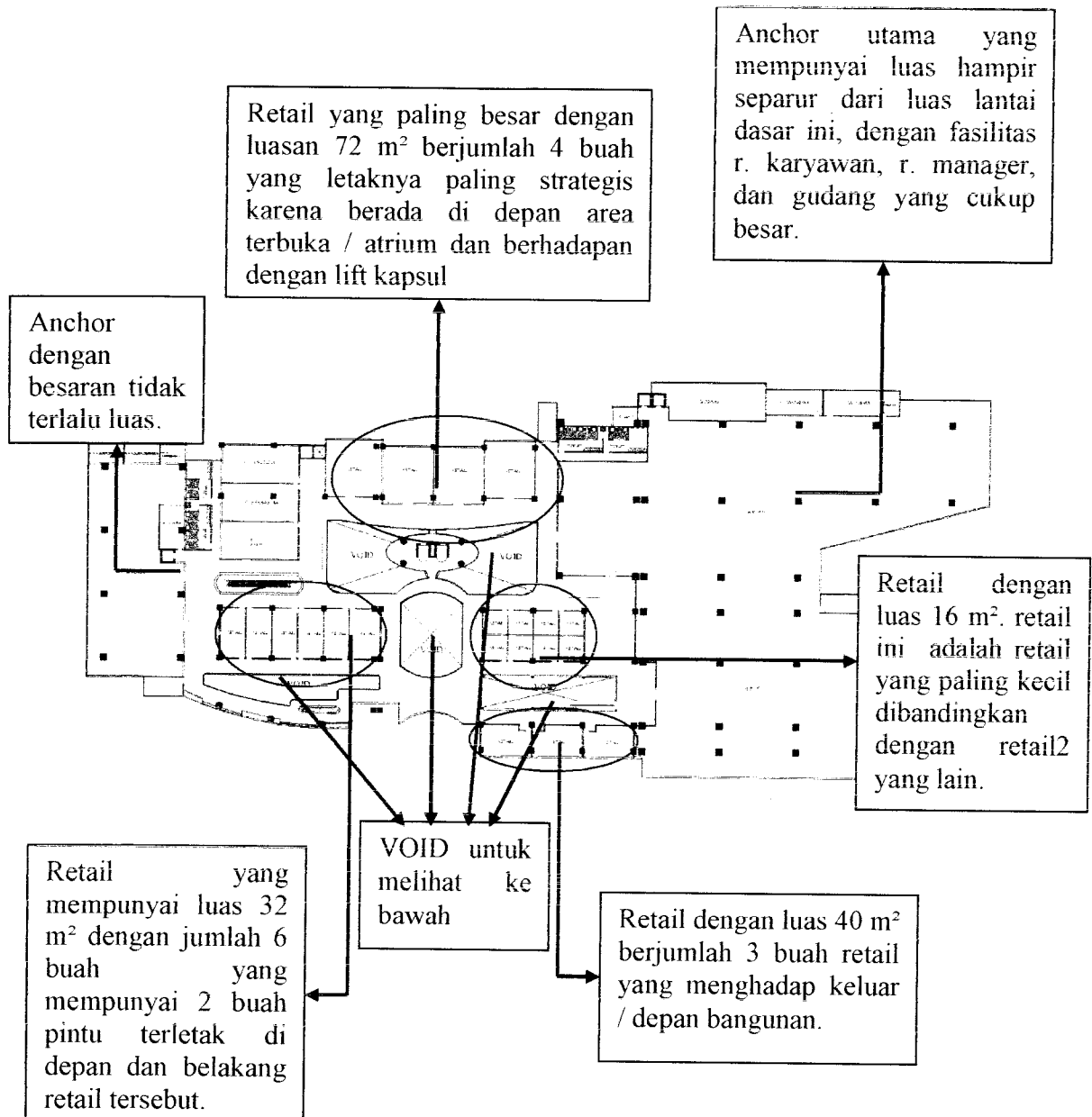




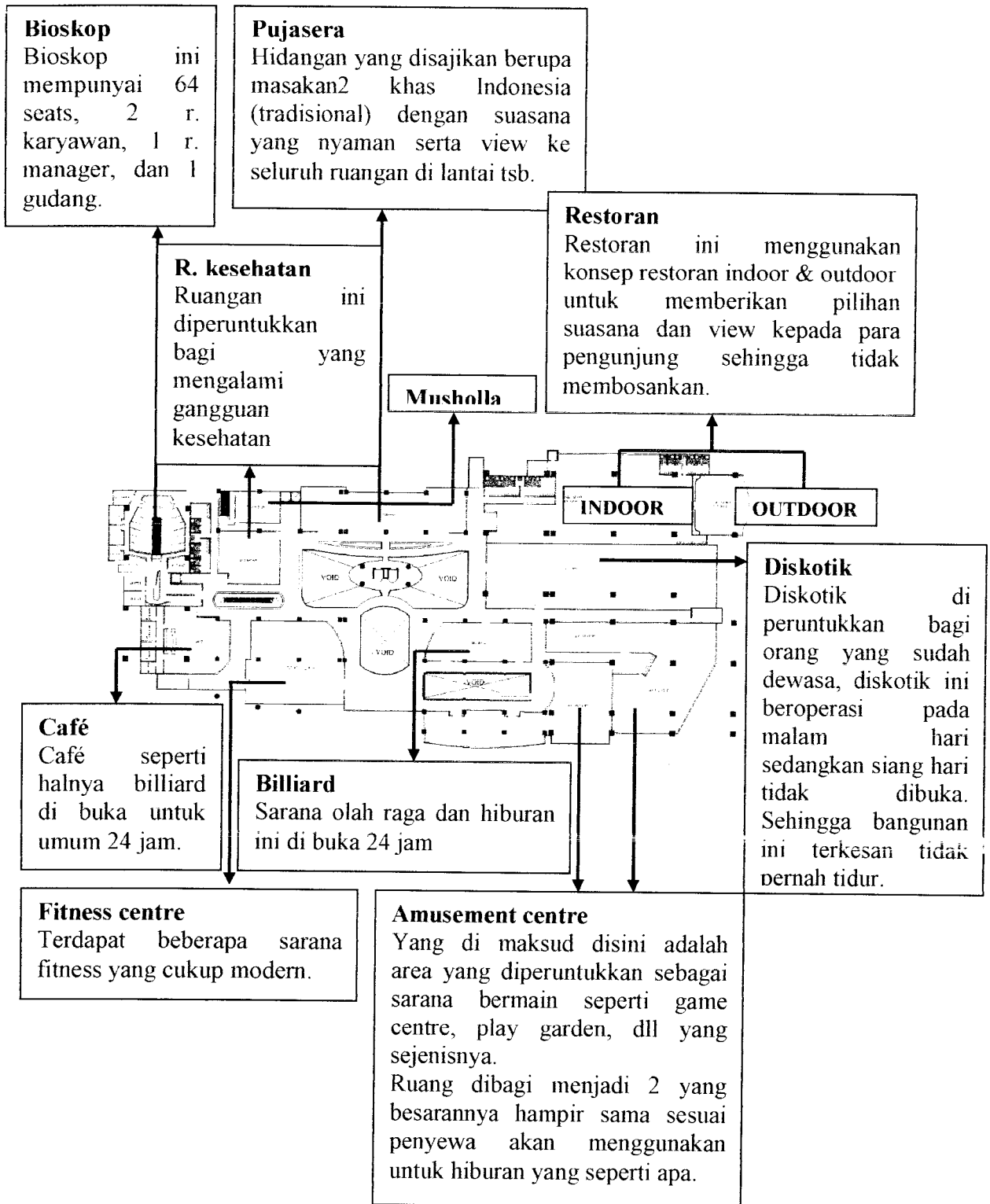


**C. Lantai 1**

Pada lantai ini mempunyai ketinggian yang sama dgn lantai di bawahnya yaitu 5 m. berada di ketinggian 5 m dari tanah. Fungsi lantai ini sama dengan lantai dasar Cuma pada hall / lobby di hilangkan sehingga mengalami sedikit perubahan bentuk denah.



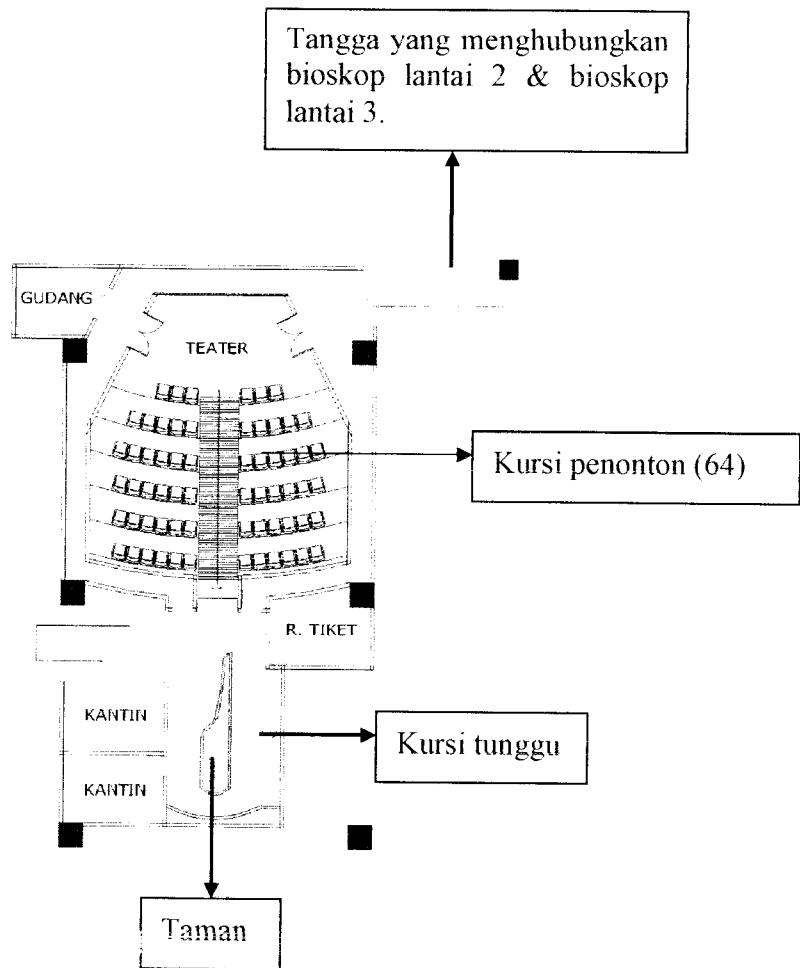






### E. Lantai 3

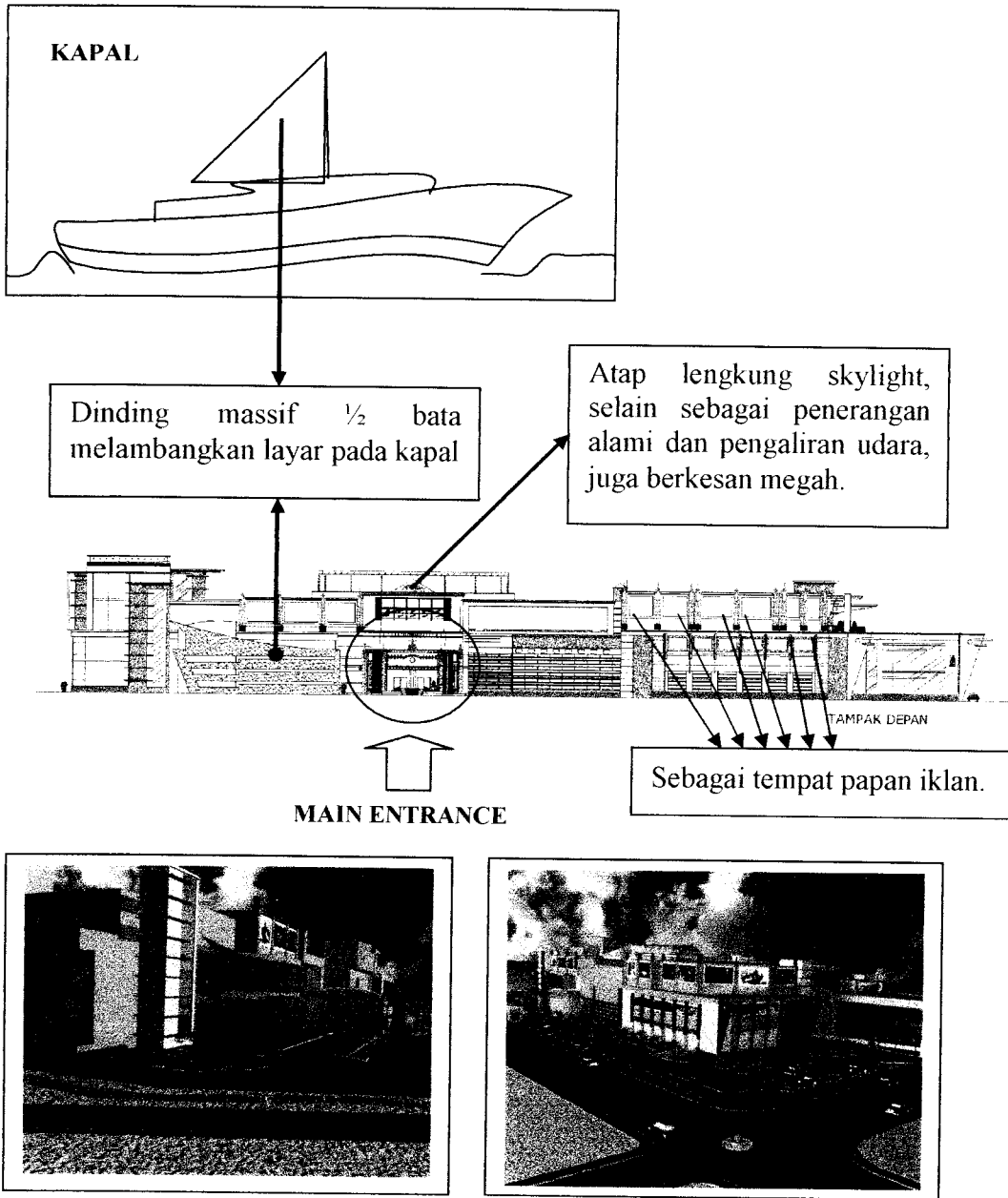
Lantai hanya diperuntukan untuk bioskop saja. Letaknya persis diatas bioskop dilantai bawahnya. Bioskop ini juga memiliki kapasitas 64 seats



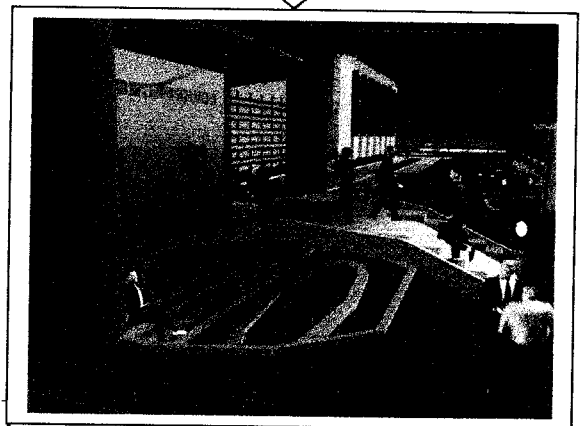
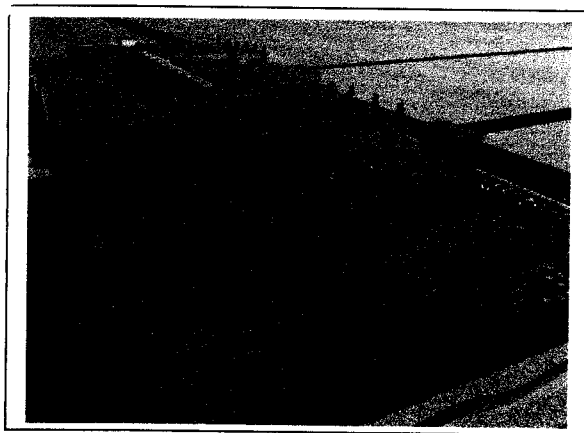
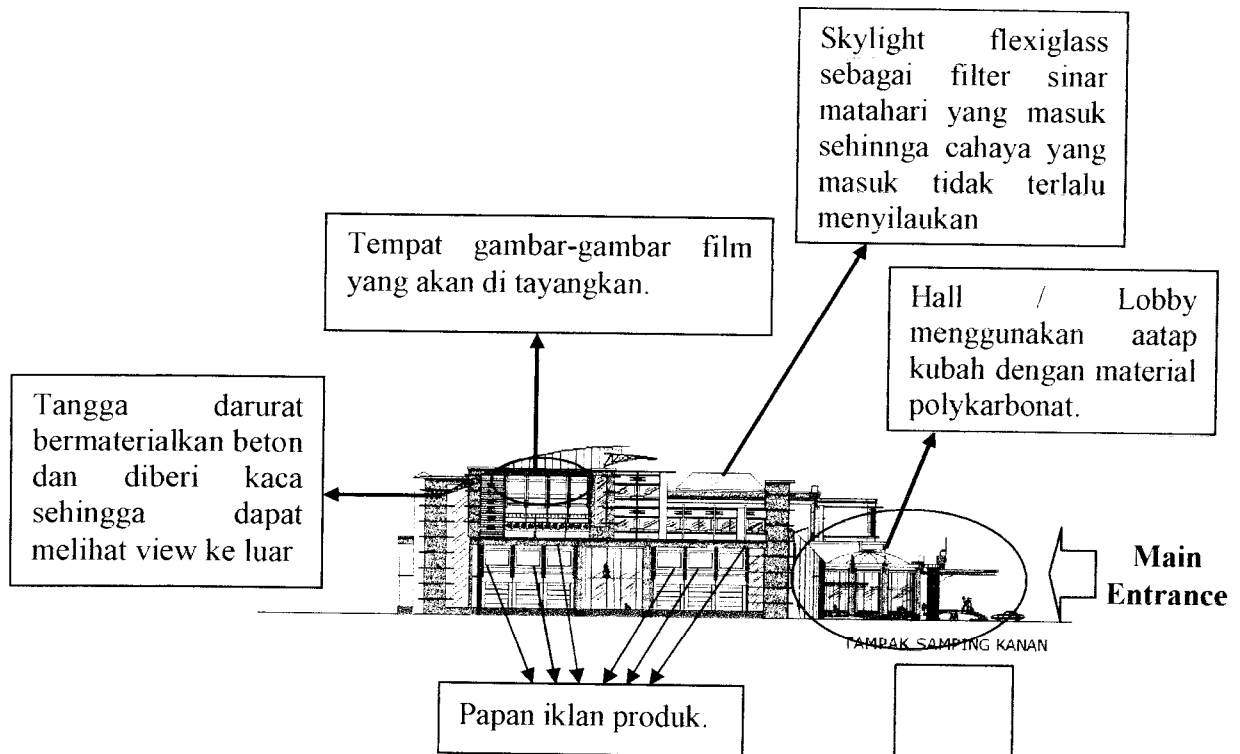
### 3.1.4 PENAMPILAN BANGUNAN (TAMPAK)

#### 3.1.4.1 Tampak Utara / Depan

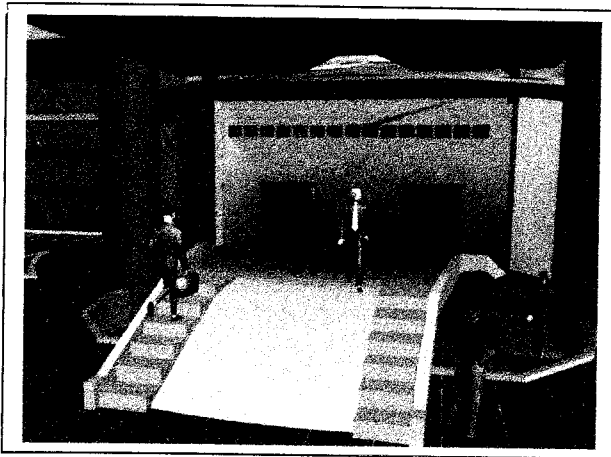
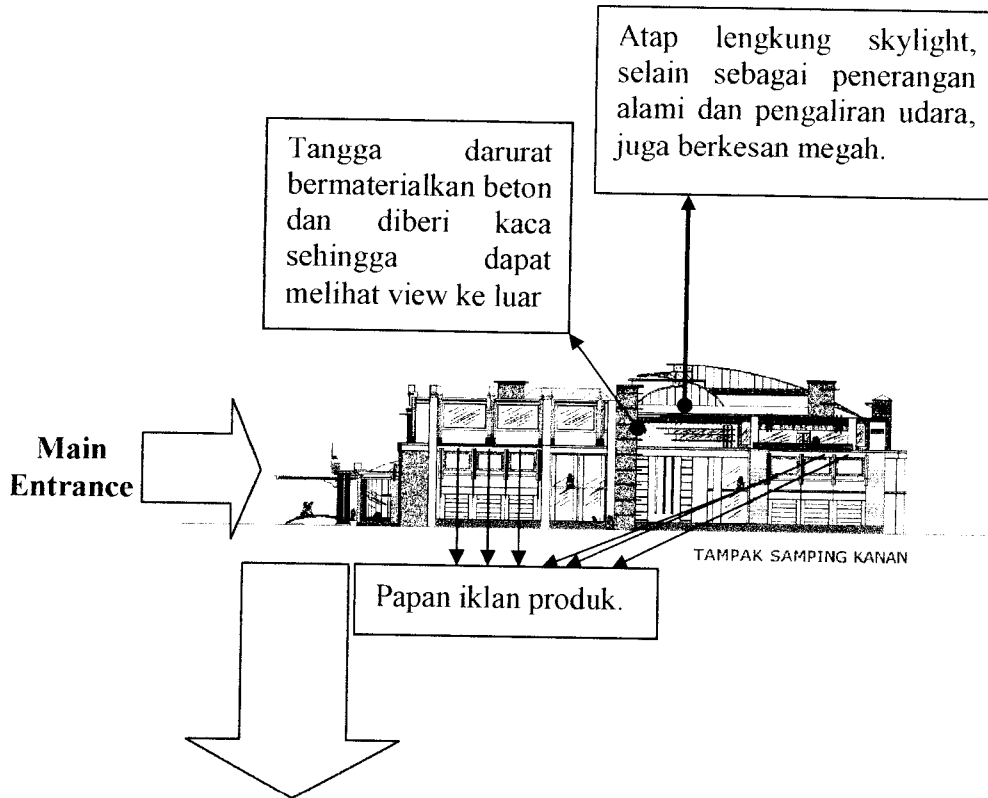
Konsep awal fasad bangunan dapat mencirikan kota Cilacap. kota Cilacap dikenal sebagai kota nelayan karena letaknya yang berdekatan dengan laut. oleh karena itu penulis mengambil symbol sebuah kapal untuk dijadikan dasar bentuk fasad bangunan Shopping Mall ini.



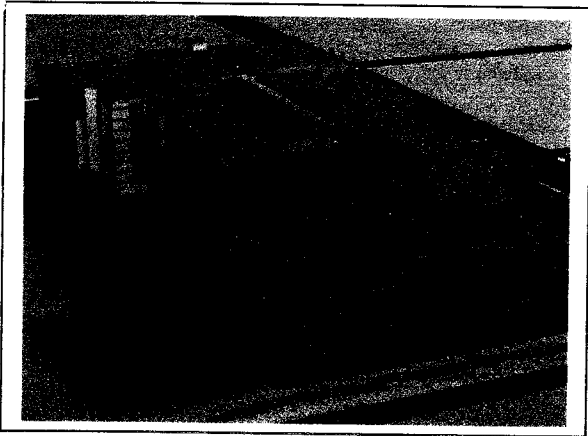
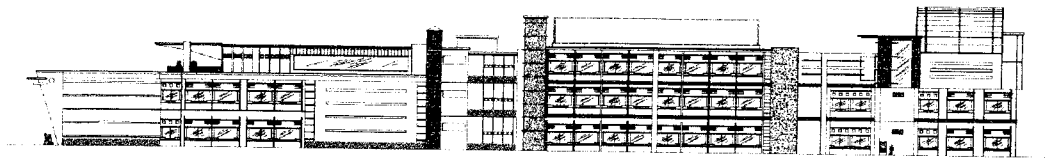
### 3.1.4.2 Tampak Timur / Kiri



### 3.1.4.3 Tampak Barat / Kanan



### 3.1.4.4 Tampak Selatan / Belakang



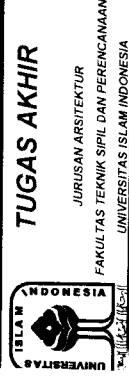
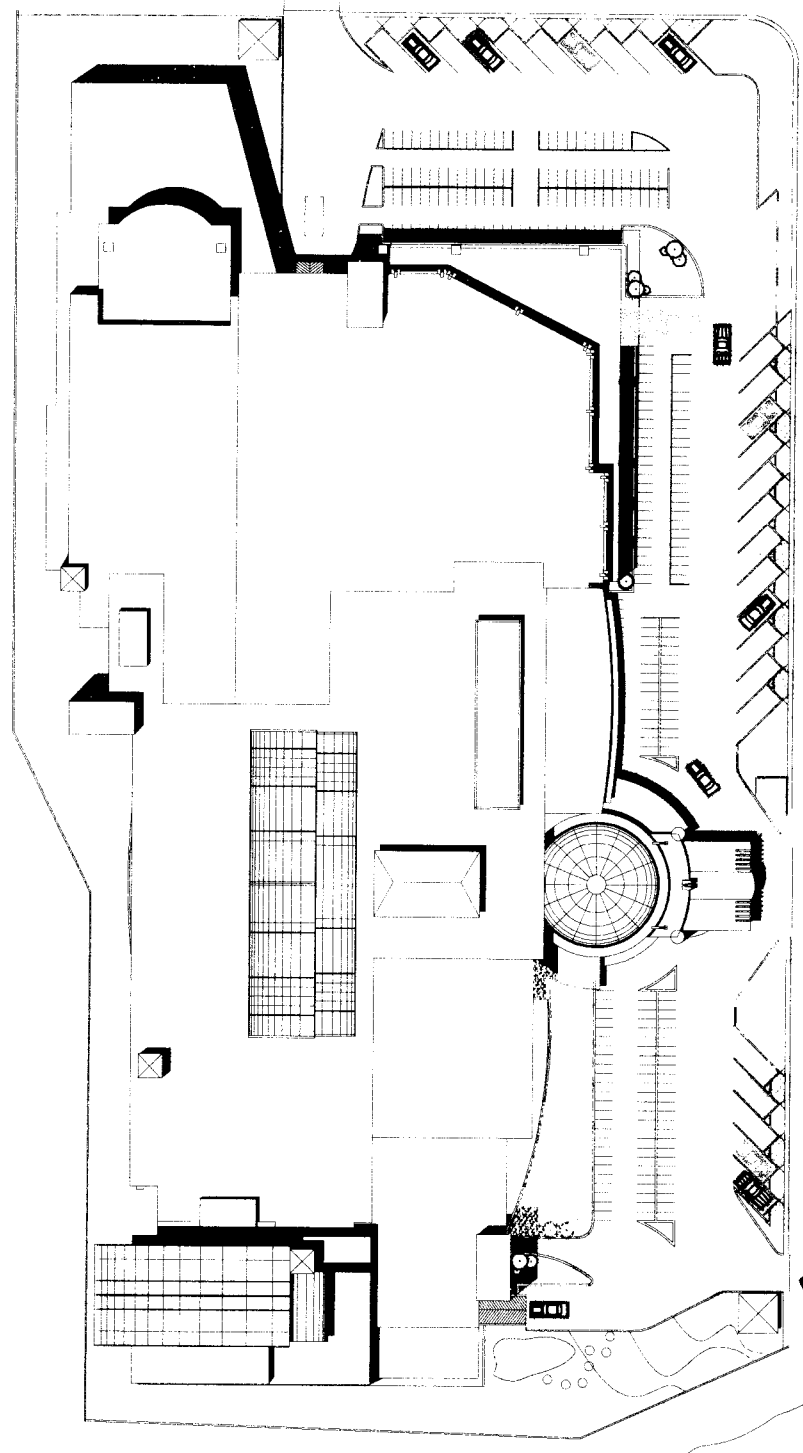


100

Jl. Ahmad Yani

100

Jl. Ki Hajar Dewantoro



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE V**  
**SEMESTER GENAP**  
 TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
 DI CILACAP  
 "SIASANA & SARANA RECREASI SEBAGAI SALAH SATU JAWA TARIK  
 PENGUNJUNG"

**DOSEN PEMBIMBING**  
 IR. H. TONI KUNTO. W

**IDENTITAS MAHASISWA**  
 NAMA BAGUS PRATOMO  
 NO. MHS 99 512.075  
 TANDA TANGAN

**NAMA GAMBAR**  
 RENC. BALOK  
 BASEMENT

**SKALA**  
 1 : 200

**NO. LBR**

**JML LBR**

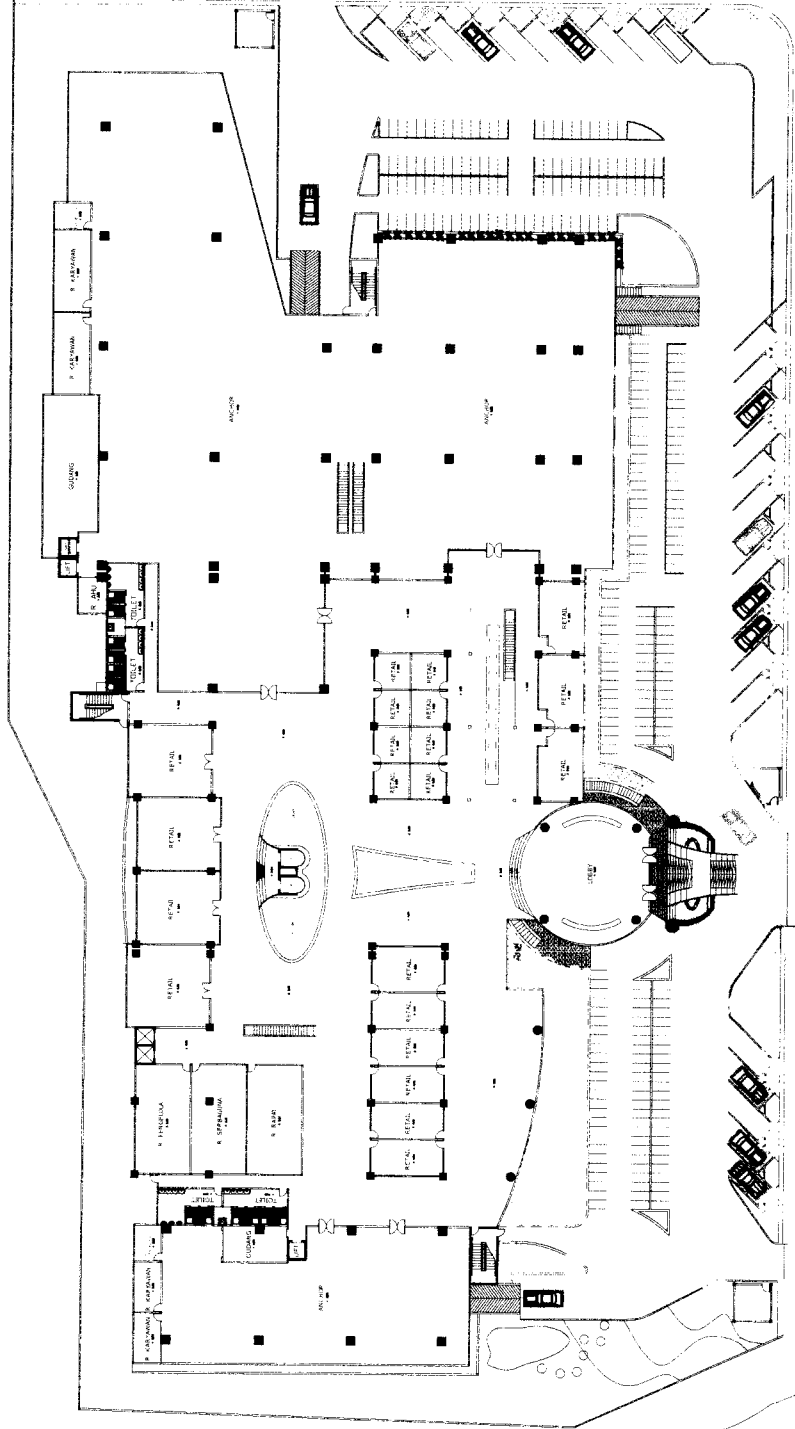
**PENGESAHAN**



Jl. Ahmad Yani



Jl. Ki Hajar Dewantoro



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
 SEMESTER GENAP  
 TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
 DI CILACAP  
 "SUASANA & SARANA RECREASI SEBAGAI SALAH SATU DAYA TARIK  
 PENGUNJUNG"

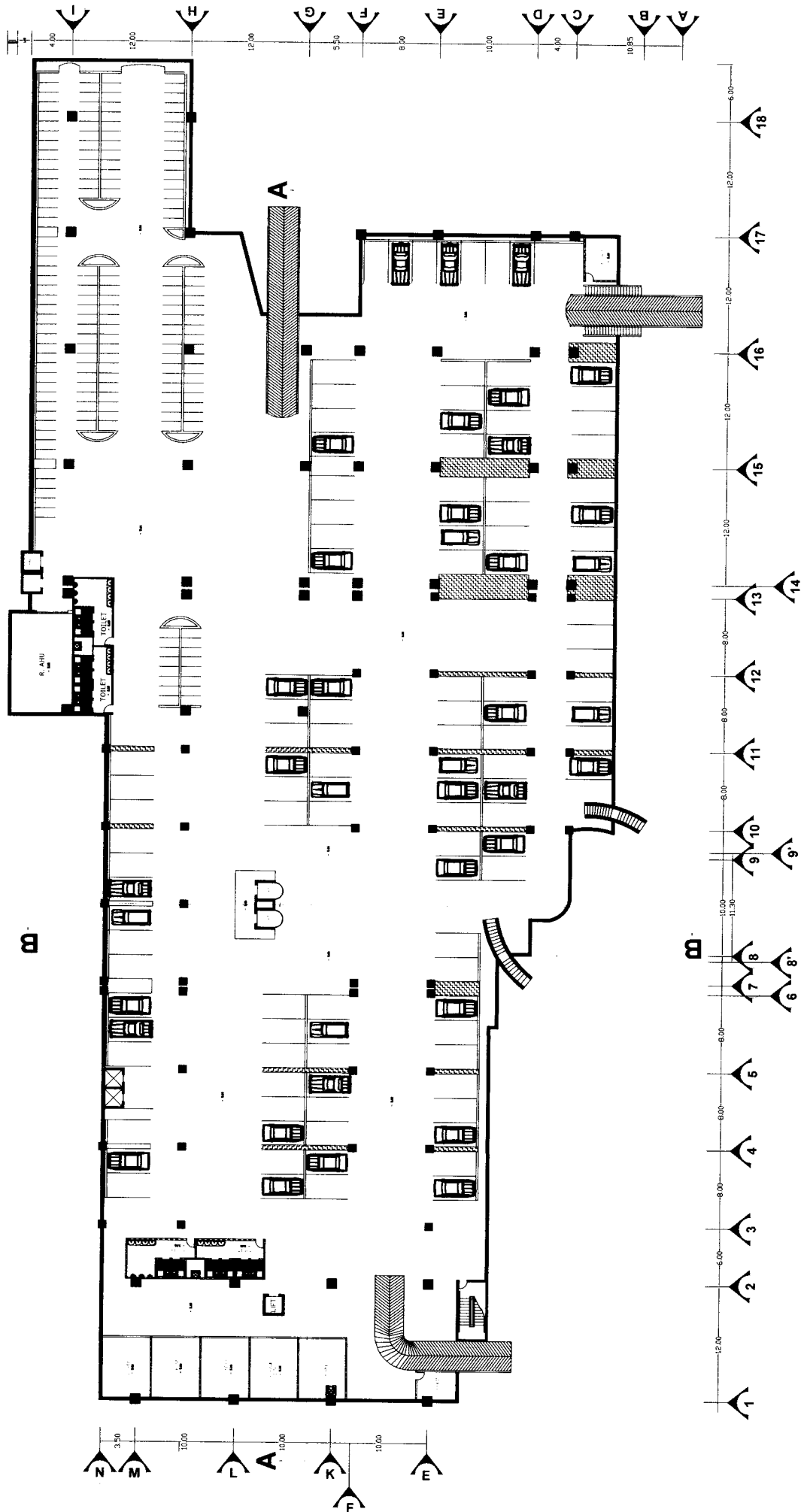
DOSEN PEMBIMBING  
 IR. H. TONI KUNTO, W

IDENTITAS MAHASISWA  
 NAMA BAGUS PRATOMO  
 NO. MHS 99 512 075  
 TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR  
 RENC. BALOK  
 BASEMENT

SKALA  
 NO. LBR  
 1 : 200

JML LBR  
 PENGESAHAN



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
 SEMESTER GENAP  
 TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
 DI CILACAP  
 "SUSANA & SARANA REKREASI SEBAGAI SALIN SATU BAYA TARIK  
 PENGUNJUNG"

DOSEN PEMBIMBING  
 IR. H. TONI KUNTO. W

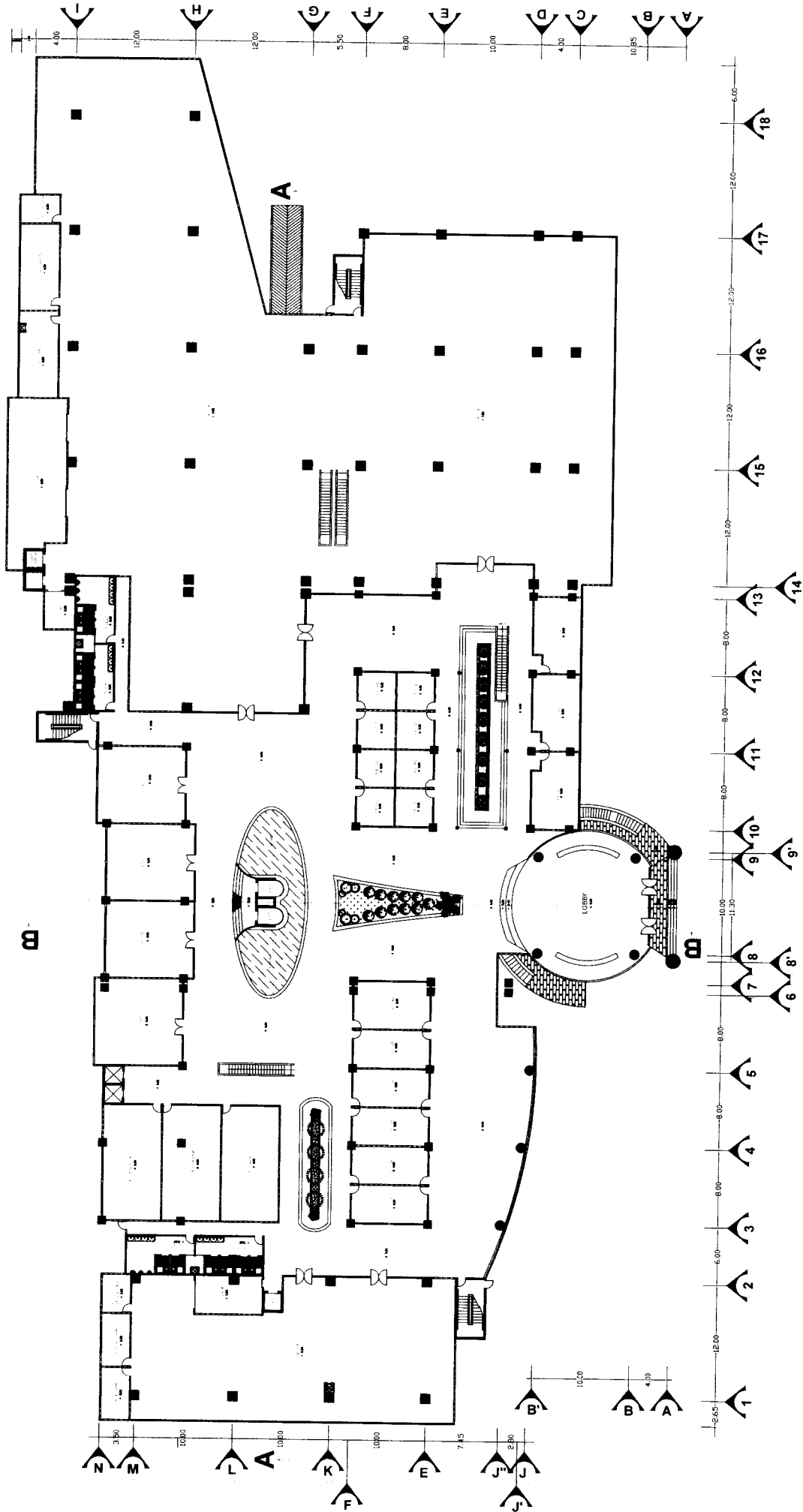
IDENTITAS MAHASISWA  
 NAMA BAGUS PRATOMO  
 NO. MHS 99 512 075  
 TANDA TANGAN


NAMA GAMBAR  
 DENAH  
 BASEMENT

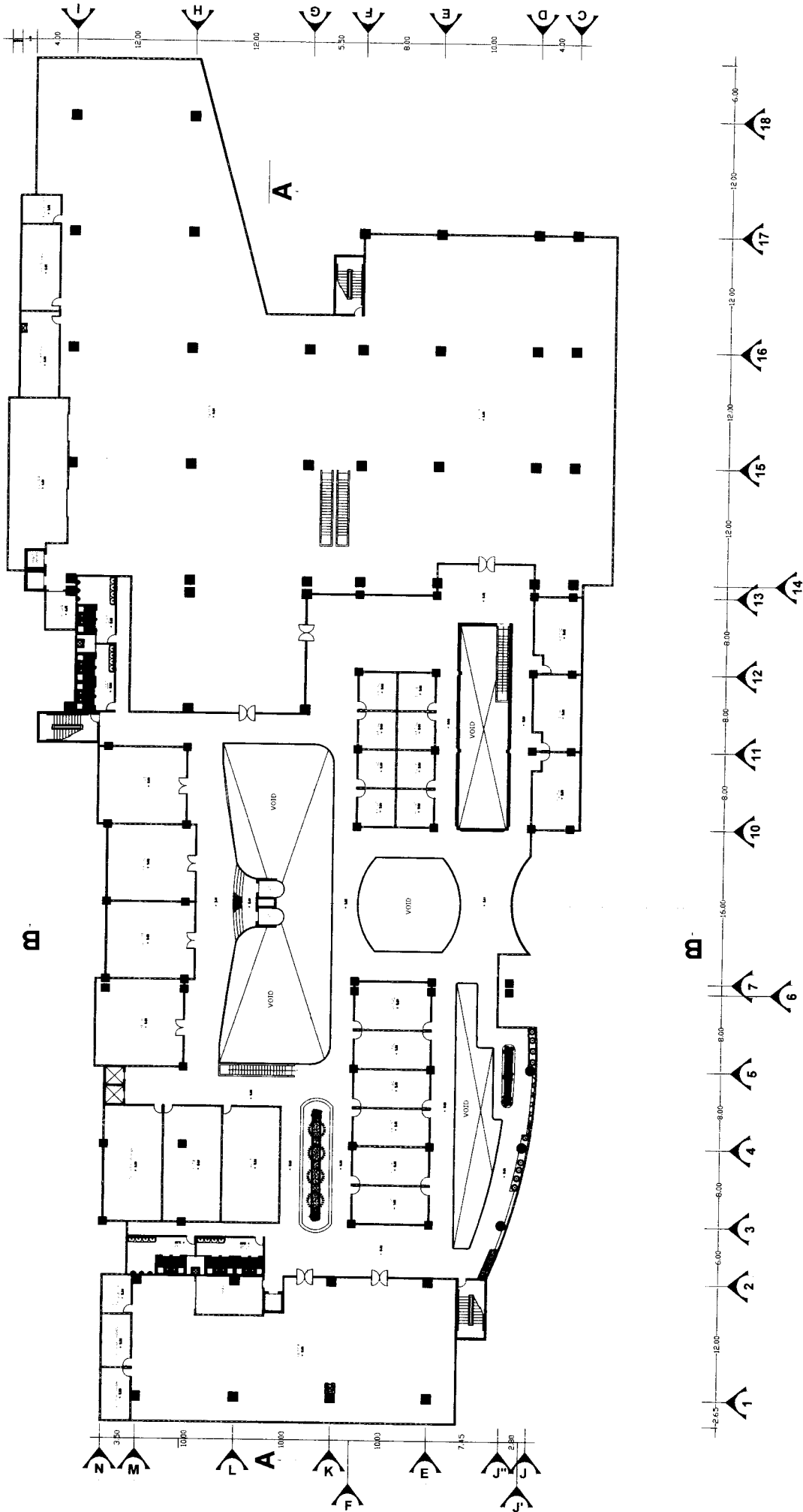
SKALA  
 1 : 200


NO. LBR  
 JML LBR  
 PENGESAHAN

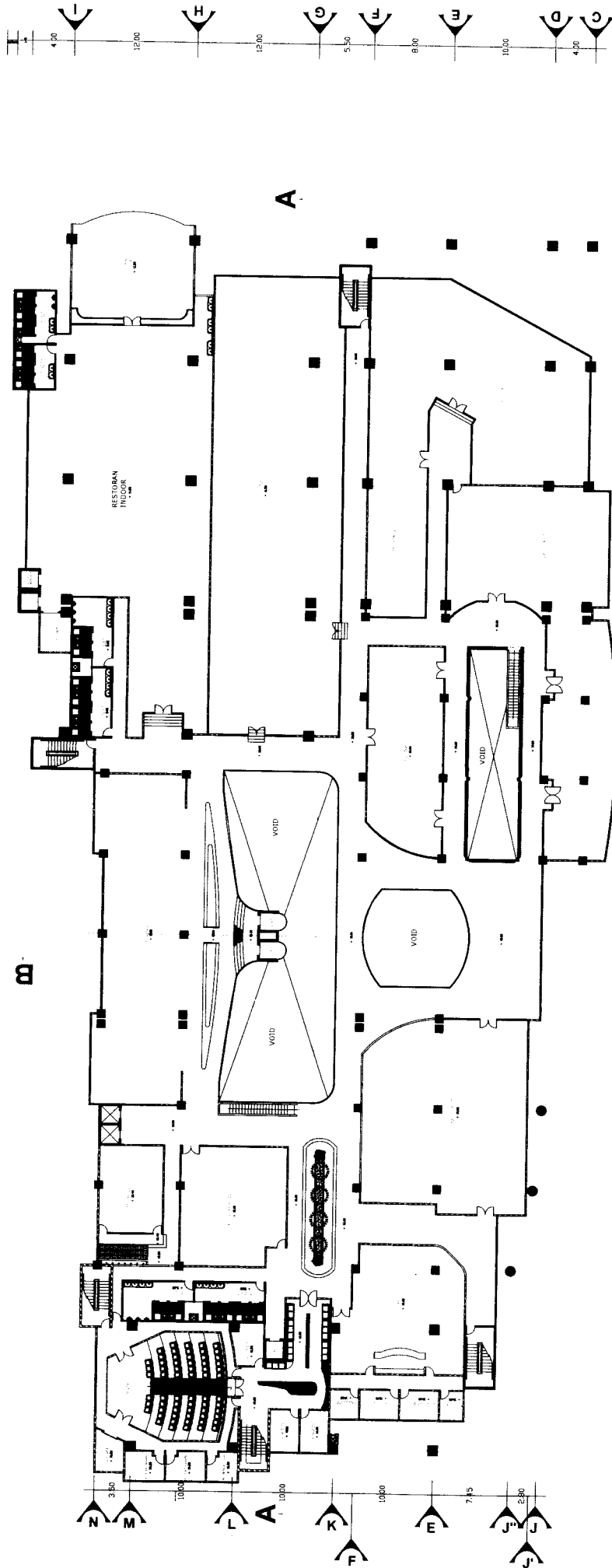





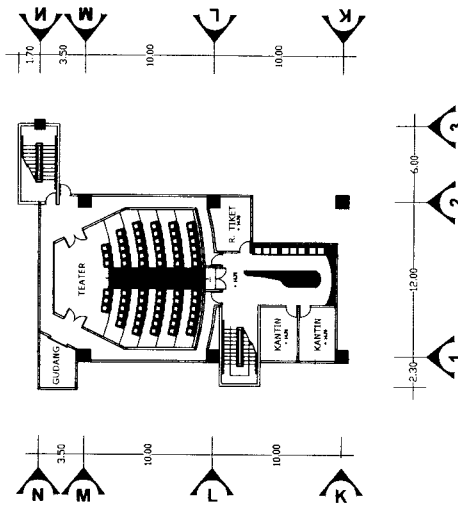
 <b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	<b>PERIODE V</b> <b>SEMESTER GENAP</b> TH. 2003/2004		SHOPPING MALL DI CILACAP "SIASAMA & SARANA REKREASI SEMBANG SALAM SATU BAWA TERBUK PENJURUNG"		<b>DOSEN PEMBIMBING</b> NAMA IR. H. TONI KUNTO. W		<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA BAGUS PRATOMO NO. IHS 99 812 075 TANDA TANGAN		<b>NAMA GAMBAR</b> DENAH LANTAI DASAR		<b>SKALA</b> 1 : 200	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>



 <b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	<b>PERIODE V</b> <b>SEMESTER GENAP</b> TH. 2003/2004		SHOPPING MALL DI CILACAP 'SIJASNA & SARANA REDEKASI SEMAM SALAM SATU BAYA TERBUK PENUNJUNG'		<b>DOSEN PEMBIMBING</b> IR. H. TONI KUNTO. W		<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA: BAGUS PRATOMO NO. IMHS: 99 512 075 TANDA TANGAN:		<b>NAMA GAMBAR</b> DENAH LANTAI 1		<b>SKALA</b> 1 : 200	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>



 <b>UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	<b>TUGAS AKHIR</b>		<b>PERIODE V</b> <b>SEMESTER GENAP</b> <b>TH. 2003/2004</b>		SHOPPING MALL DI CILACAP "SUASANA & SARANA REDREAST SEMBANG SALAM SATU DAYA TERBUK PONGUNG"		<b>DOSEN PEMBIMBING</b> IR. H. TONI KUNTO. W		<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA: BAGUS PRATOMO NO. MHS: 99 512 075 TANDA TANGAN:		<b>NAMA GAMBAR</b> DENAH LANTAI 2		<b>SKALA</b> 1 : 200	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	(Signature area for student and supervisor)															

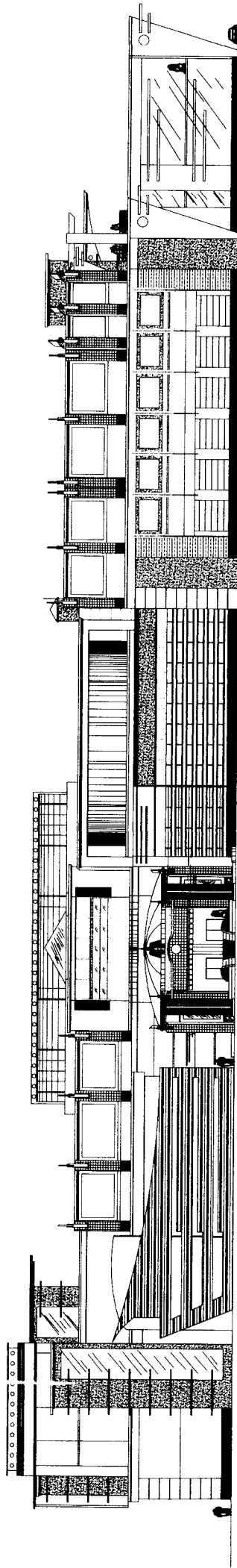


A.

A.

<b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE V SEMESTER GENAP TH. 2003/2004	SHOPPING MALL DI CILACAP "SUSANA & SABANA REDEKASI SENGAS SALAH SATU BANYU WANGI PENJALANG"	<b>DOSEN PEMBIMBING</b> IR. H. TONI KUNTO. W	<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA: BAGUS PRATOMO NO. MHS: 99 512 075 TANDA TANGAN:	<b>NAMA GAMBAR</b> DENAH LANTAI 3	<b>SKALA</b> 1 : 200	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
			(Signature Area)						





**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
"SUASANA REKREASI SENGAT SALAM SATU BAYA TARIK  
PENGALJANG"

DOSEN PEMBIMBING  
IR. H. TONI KUNTO. W

IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA BAGUS PRATOMO  
NO. MHS 99 512 075  
TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR  
TAMPAK  
DEPAN

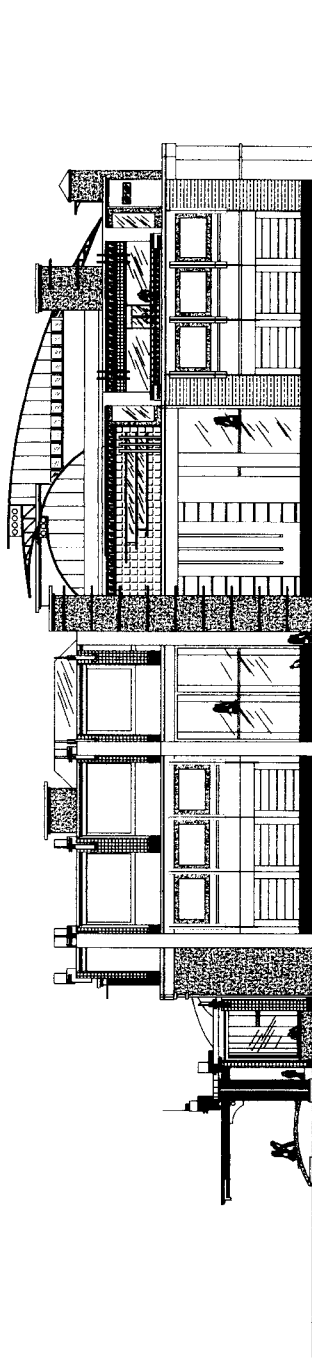
SKALA  
1 : 200

NO. LBR

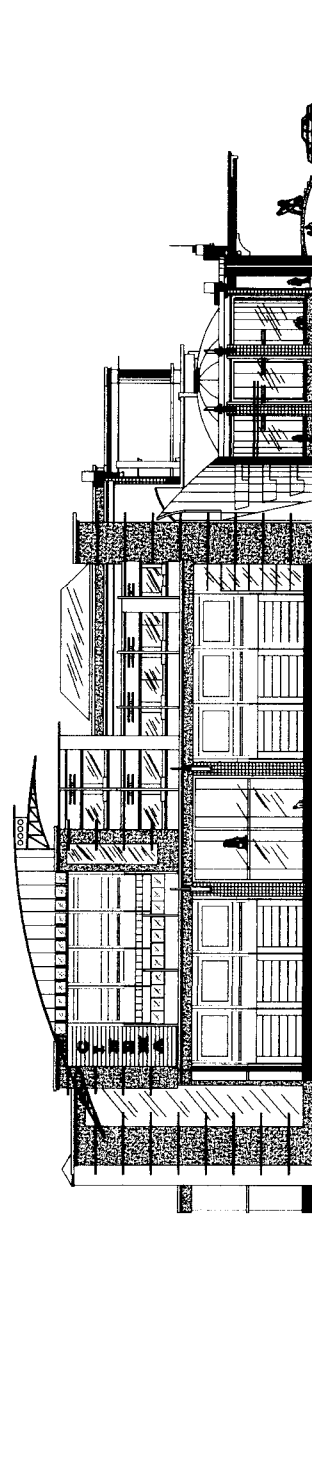
JML LBR

PENGESAHAN





TAMPAK SAMPIK KANAN



TAMPAK SAMPIK KIRI

**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
"SUASANA REKREASI BERGASAL SAMA SAMA BERSAMA SAMA"  
PENGUNJUNG

DOSEN PEMBIMBING

IR. H. TONI KUNTO, W

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	BAGUS PRATOMO
NO. MHS	99 512 075
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

TAMPAK  
SAMPIK

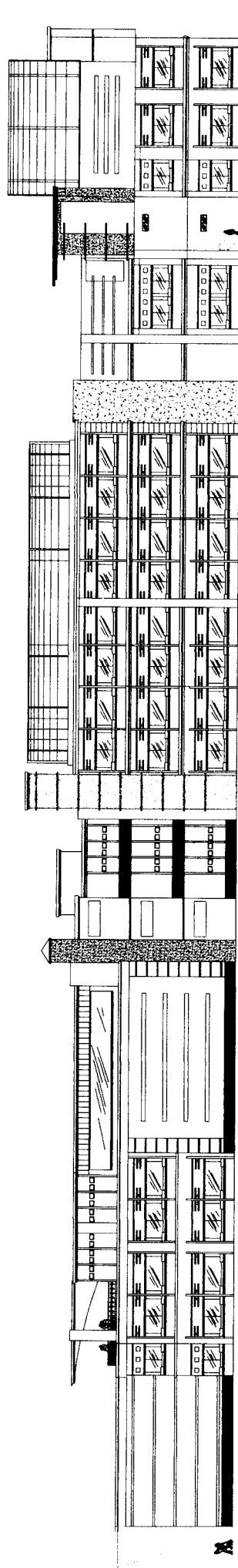
SKALA

1 : 200

NO. LBR

JML. LBR

PENGESAHAN



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
"SUASANA REKREASI SERAGAI SALAM SATU BAYA TAMEK  
PENGOLJUNG"

DOSEN PEMBIMBING

IR. H. TONI KUNTO. W

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	BAGUS PRATOMO
NO. MHS	99 512 075
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

TAMPAK  
BELAKANG

SKALA

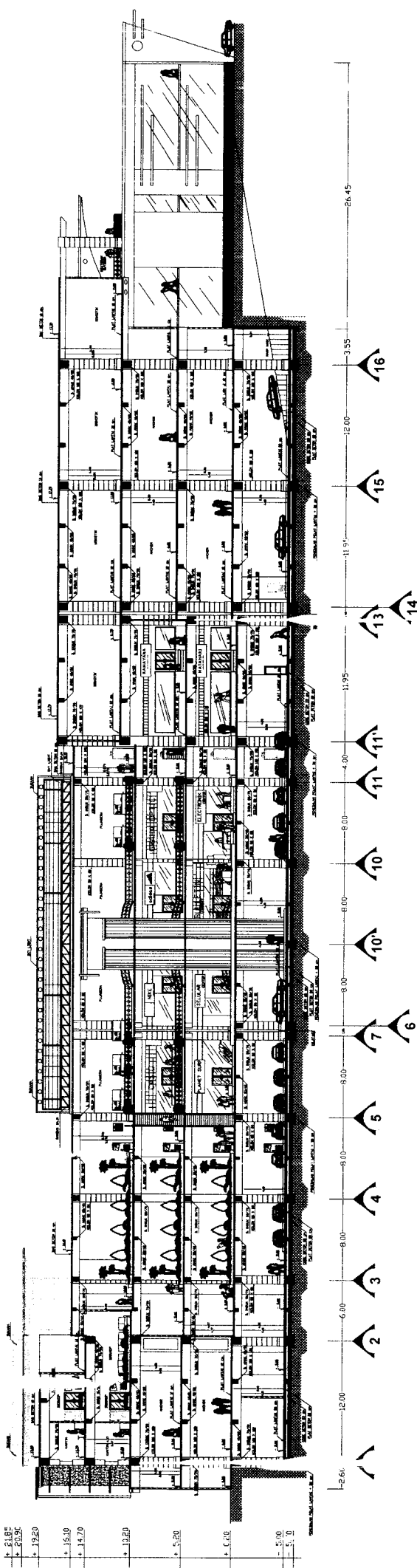
1 : 200

NO. LBR

JML LBR

PENGESAHAN

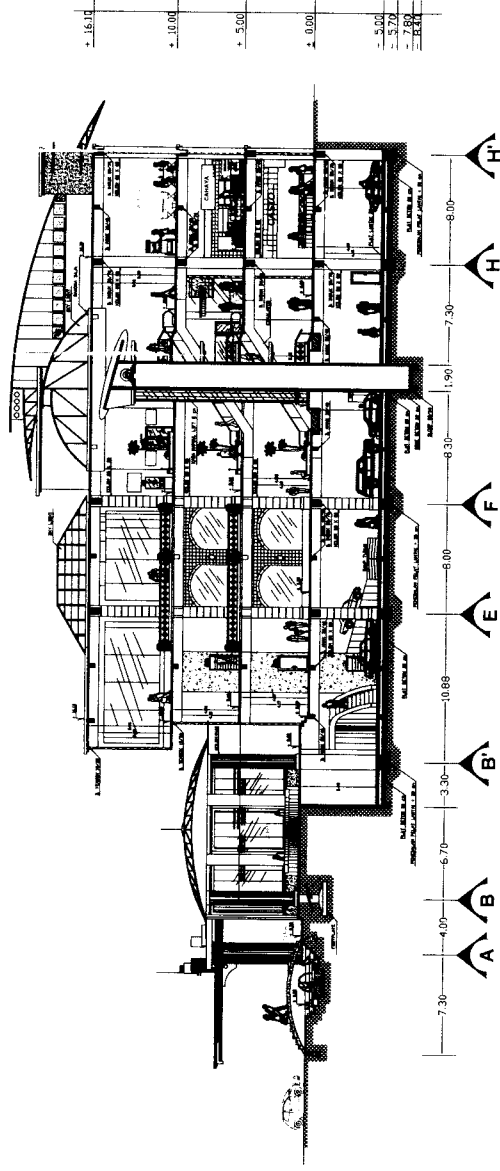




61.85  
 59.25  
 19.20  
 15.10  
 14.70  
 13.20  
 5.20  
 0.00  
 -2.64  
 -5.00  
 -5.00

<b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	<b>PERIODE V</b> <b>SEMESTER GENAP</b> TH. 2003/2004		SHOPPING MALL DI CILACAP 'SUASANA REKREASI SEBAGAI SALAH SATU BAYA TAKIR PENGUNJUNG'		<b>DOSEN PEMBIMBING</b>  IR. H. TONI KUNTO. W	<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA BAGUS PRATOMO NO. MP'S 99 512 075 TANGG. TANGAN	<b>NAMA GAMBAR</b> POTONGAN A-A	<b>SKALA</b> 1 : 200	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	(Blank space for signatures and stamps)										





**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
"SUASANA RECREASI SEMANGAT SAMA-SAMA SATU BANYA TARIK  
PERBUJANG"

DOSEN PEMBIMBING  
IR. H. TONI KUNTO, W

IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA BAGUS PRATOMO  
NO. MHS 99 512 075  
TANDA TANGAN

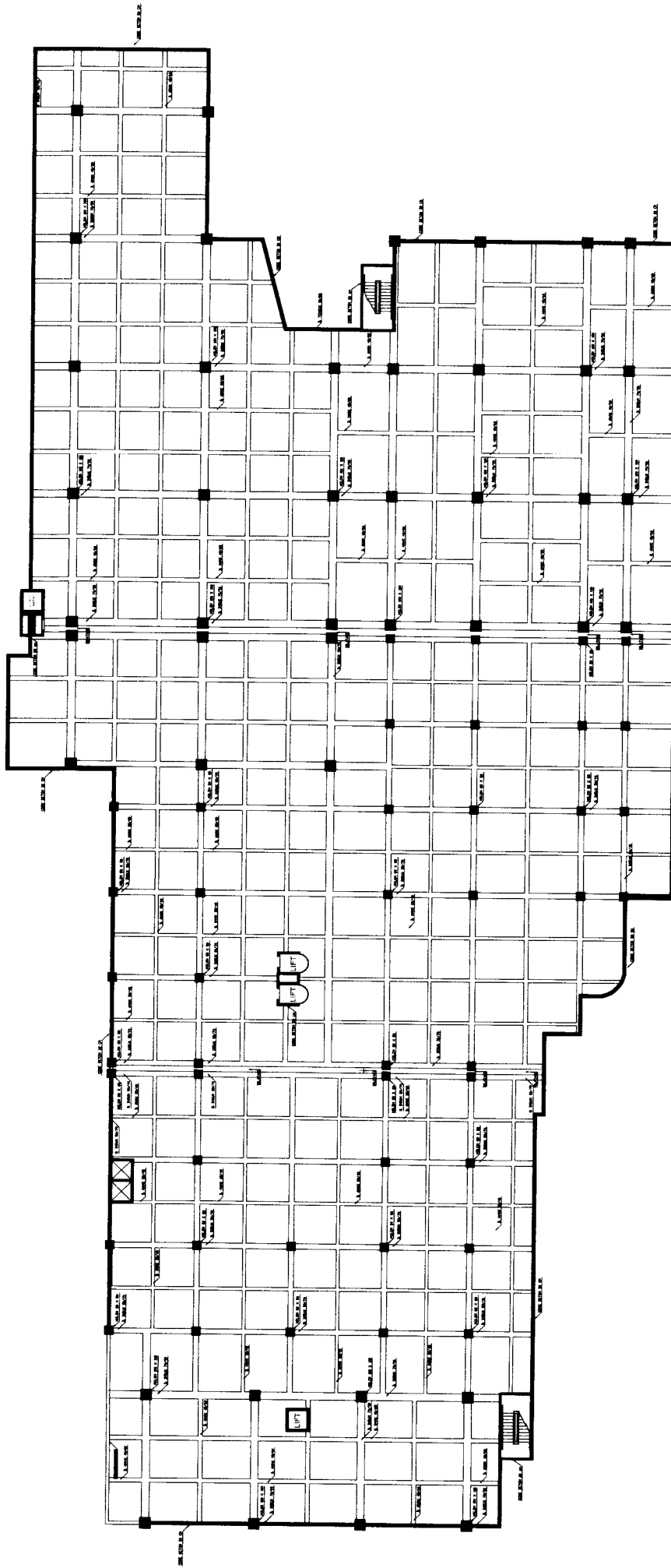
NAMA GAMBAR  
POTONGAN B-B

SKALA  
1 : 200

NO. LBR

JML LBR

PENGESAHAN



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
 SEMESTER GENAP  
 TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
 DI CILACAP  
 "SIASAMA & SARANA REKREASI SEMADI SALAM SATU BAYA TMDK  
 PENGUNJUNG"

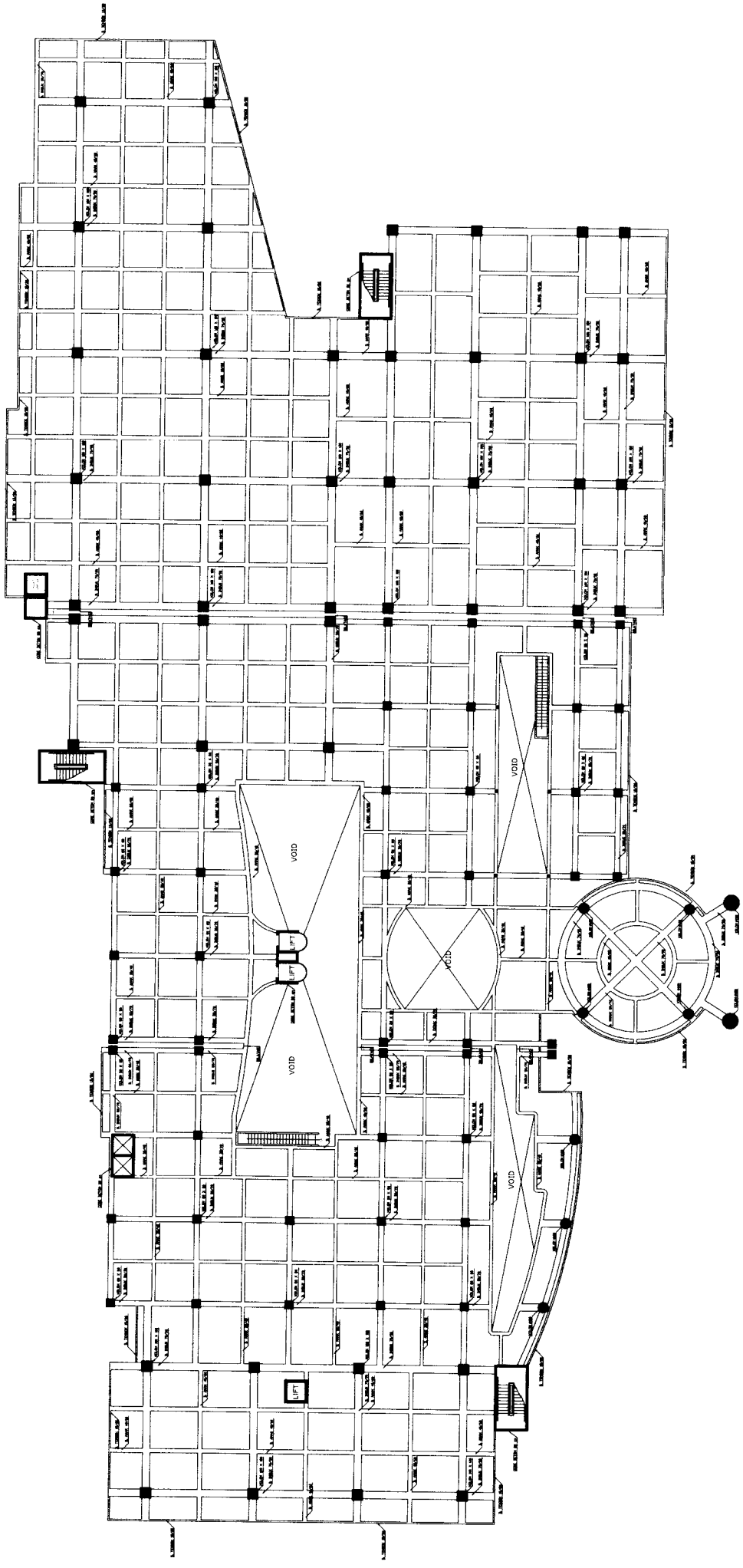
DOSEN PEMBIMBING  
 IR. H. TONI KUNTO, W

IDENTITAS MAHASISWA  
 NAMA BAGUS PRATOMO  
 NO. MHS 99 512 075  
 TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR  
 RENC. BALOK  
 BASEMENT

SKALA  
 1 : 200

NO. LBR  
 JML LBR  
 PENGESAHAN



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
REDEKASIS SEBAGAI SALAM SATU BAYU TIMIK  
"SIASAMA & SIBAMA REDERASIS SEBAGAI SALAM SATU BAYU TIMIK  
PERGOLONGAN"

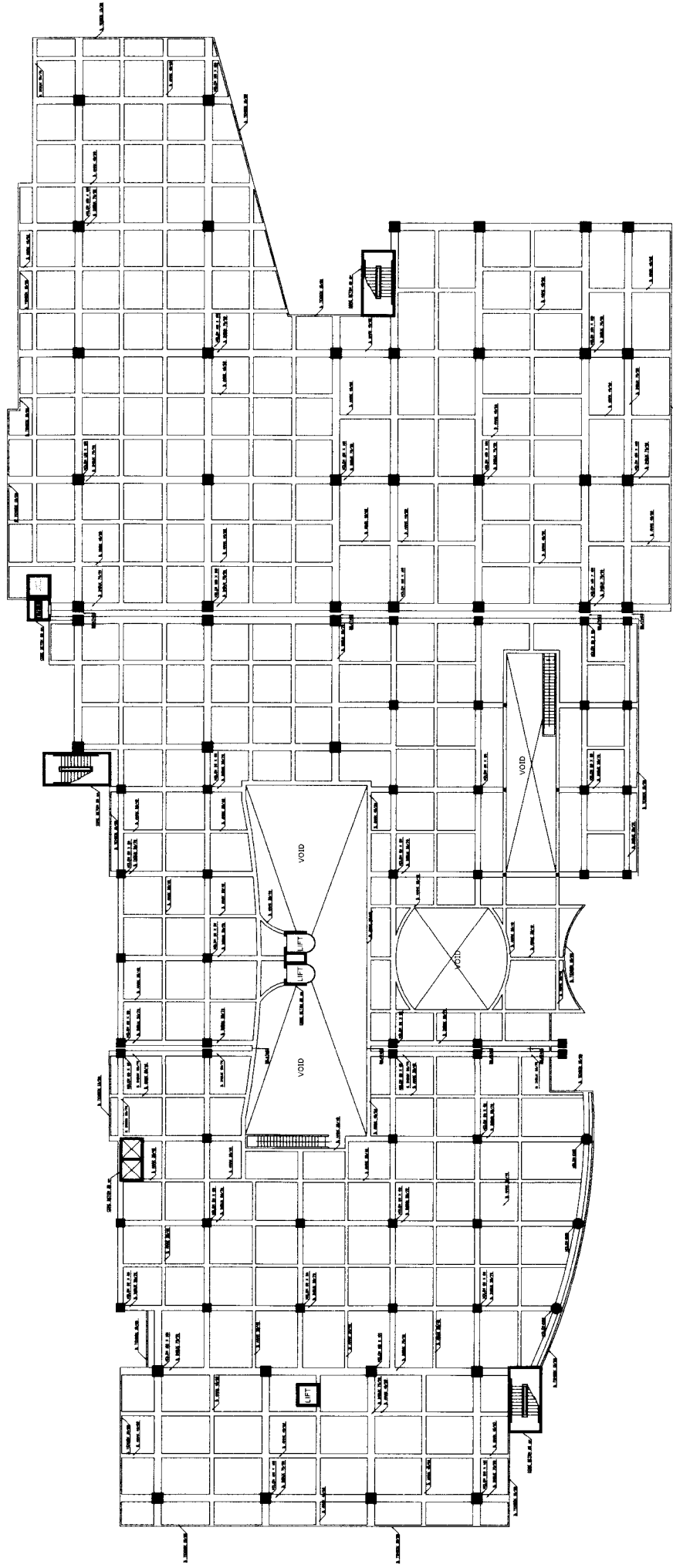
DOSEN PEMBIMBING  
IR. H. TONI KUNTO. W

IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA BAGUS PRATOMO  
NO. MHS 99 512 075  
TANDA TANGAN

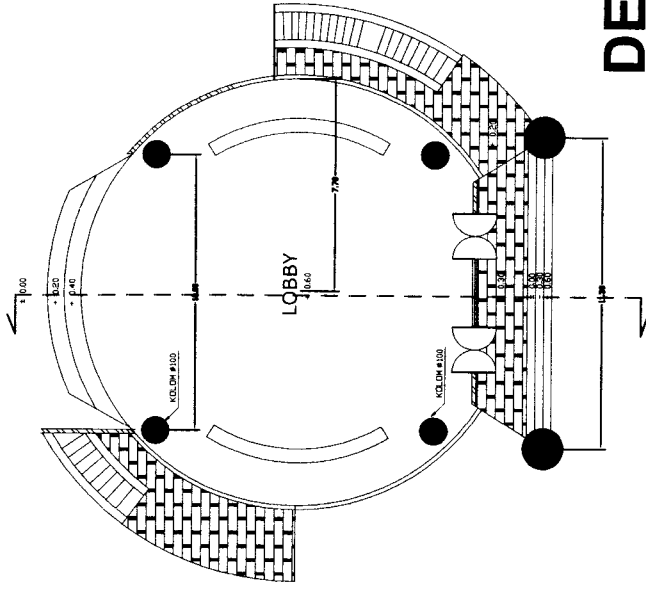
NAMA GAMBAR  
RENC. BALOK  
LANTAI DASAR

SKALA  
1 : 200

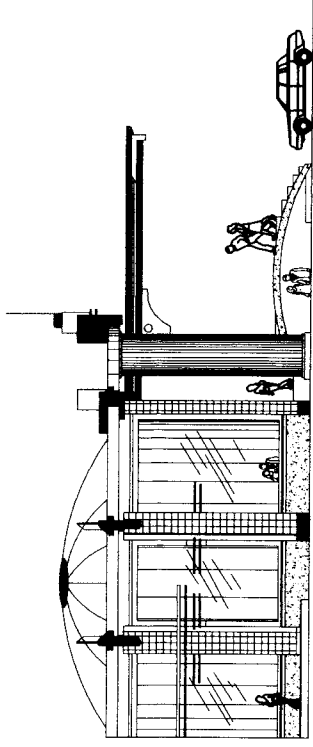
JML LBR  
NO. LBR  
PENGESAHAN



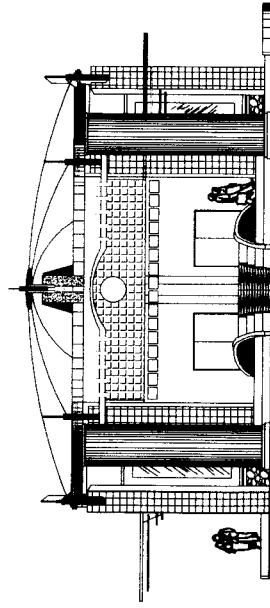
<b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE V SEMESTER GENAP TH. 2003/2004		SHOPPING MALL DI CILACAP "SUSANA & SARANA REKREASI SEMANGI SALAM SATU DAYA TERUK PENUNJUNG"		DOSEN PEMBIMBING IR. H. TONI KUNTO. W	IDENTITAS MAHASISWA NAMA BAGUS PRATOMO NO. MHS 99 512 075 TANDA TANGAN	NAMA GAMBAR RENC. BALOK LANTAI 1	SKALA 1 : 200	NO. LBR JML. LBR PENGESAHAN
	(This row is empty in the original image, likely for a signature or date)								



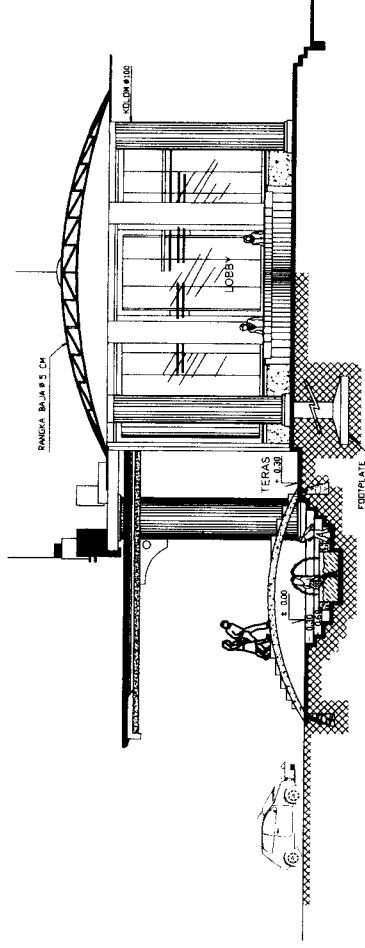
**DENAH**



**TAMPAK SAMPING**



**TAMPAK DEPAN**



**POTONGAN**

**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
"SUSANA & SARANA REKREASI SEMANGI SALAM SATU BAYA YAMIK  
PERBANJUNG"

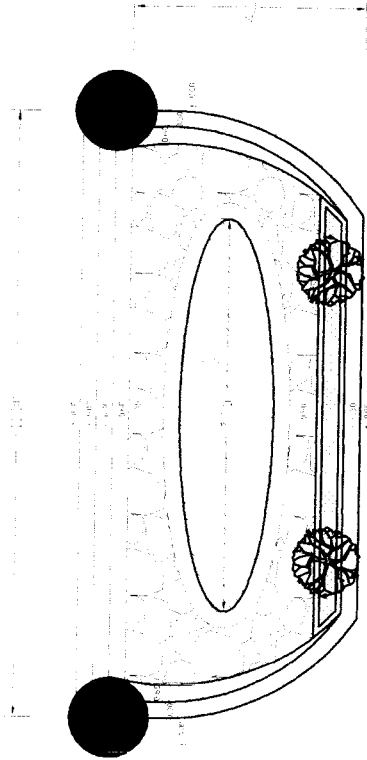
DOSEN PEMBIMBING  
IR. H. TONI KUNTO. W

IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA BAGUS PRATOMO  
NO. MHS 99 512 075  
TANDA TANGAN

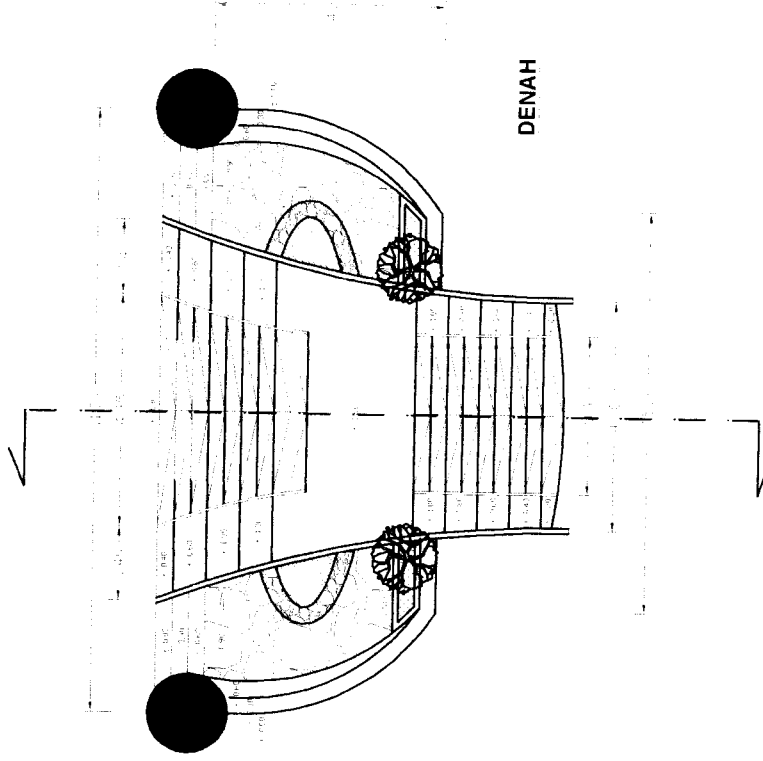
NAMA GAMBAR  
DETAIL  
LOBBY

SKALA 1 : 100  
NO. LBR  
JML LBR  
PENGESEAHAN

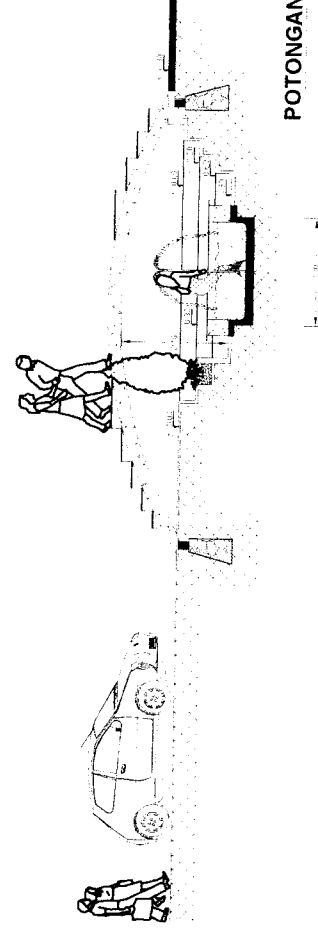




DENAH



DENAH



POTONGAN



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
 SEMESTER GENAP  
 TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
 DI CILACAP  
 \*SUSANA & SARANA REKREASI SEBAGAI SALAH SATU BAYA TARIK PENGUNJUNG\*

DOSEN PEMBIMBING  
 IR. H. TONI KUNTO, W

IDENTITAS MAHASISWA  
 NAMA BAGUS PRATOMO  
 NO. MHS 99 512 075  
 TANDA TANGAN

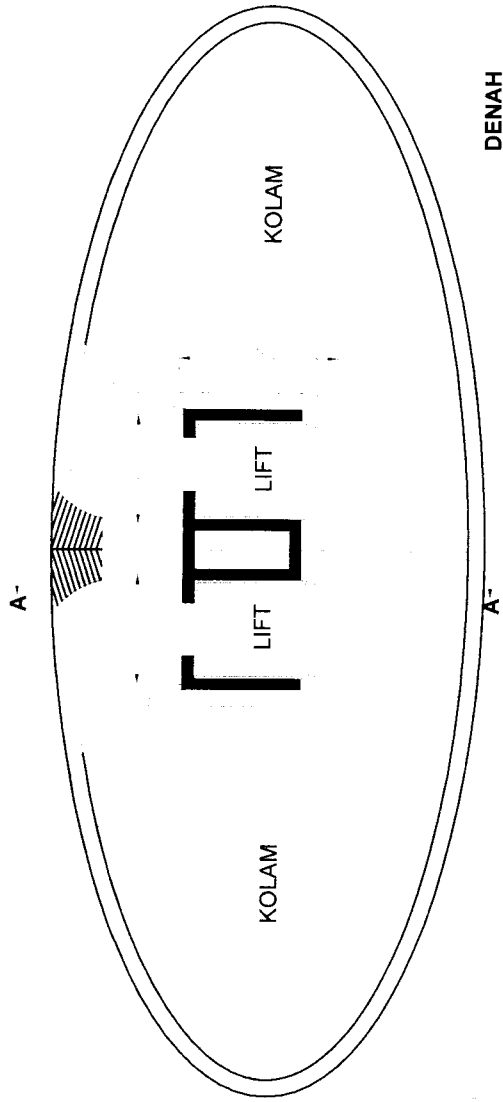
NAMA GAMBAR  
 DETAIL  
 TAMAN

SKALA  
 1 : 50

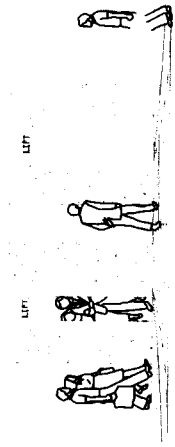
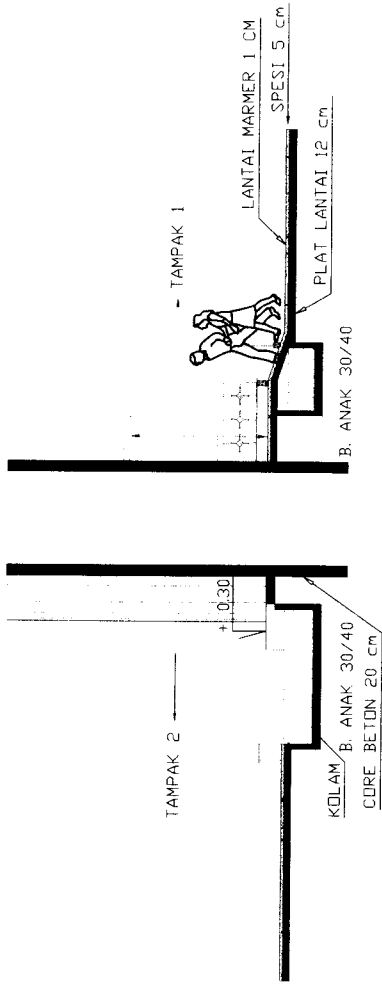
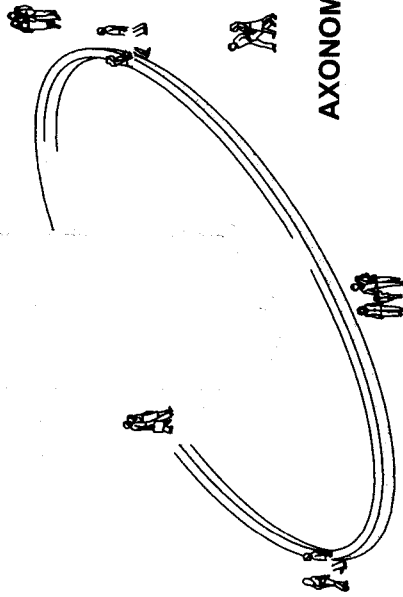
NO. LBR

JML LBR

PENGESAHAN



AXONOMETRI



TAMPAK 2

POTONGAN A-A

TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE V  
SEMESTER GENAP  
TH. 2003/2004

SHOPPING MALL  
DI CILACAP  
\*SUASANA & SARANA REKREASI SEBAGAI SALAH SATU BAYA TAMBAH  
PENGUNJUNG

DOSEN PEMBIMBING  
IR. H. TONI KUNTO. W

IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA BAGUS PRATOMO  
NO. MHS 99 512 075  
TANDA TANGAN

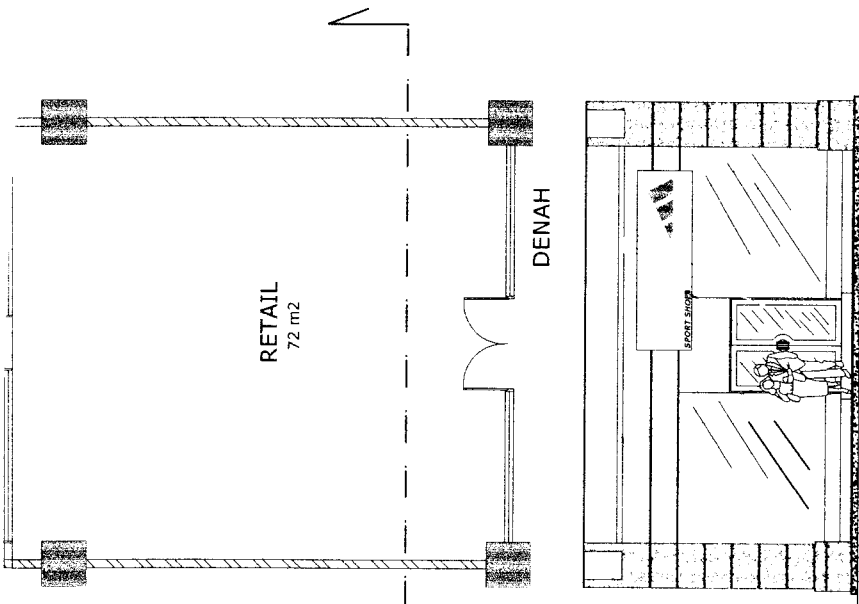
NAMA GAMBAR  
DETAIL  
LIFT KAPSUL

SKALA  
1 : 50

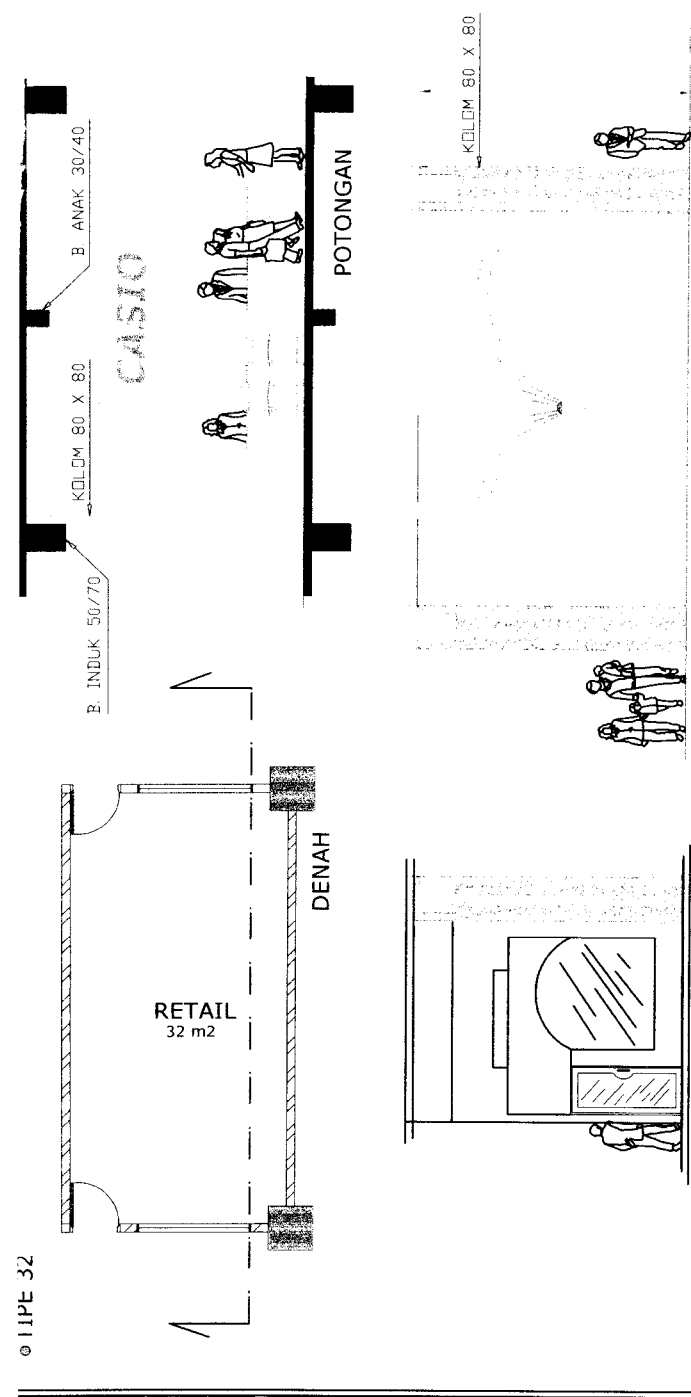
NO. LBR  
JML LBR  
PENGESEHAN



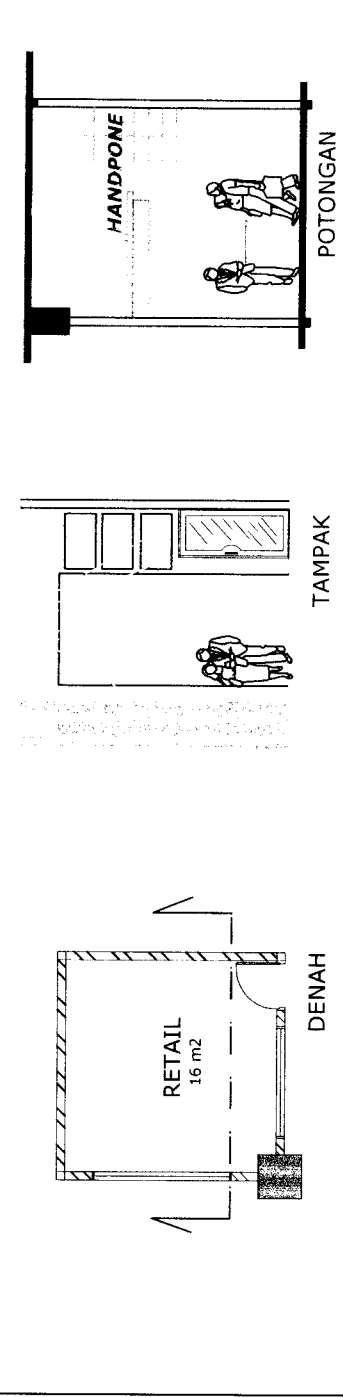
TIPE 72



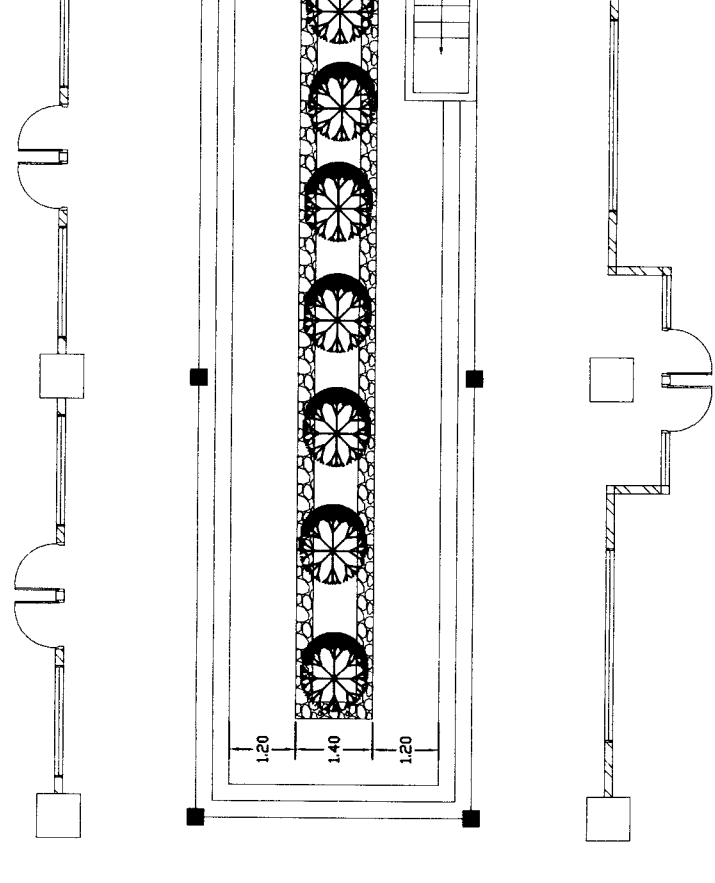
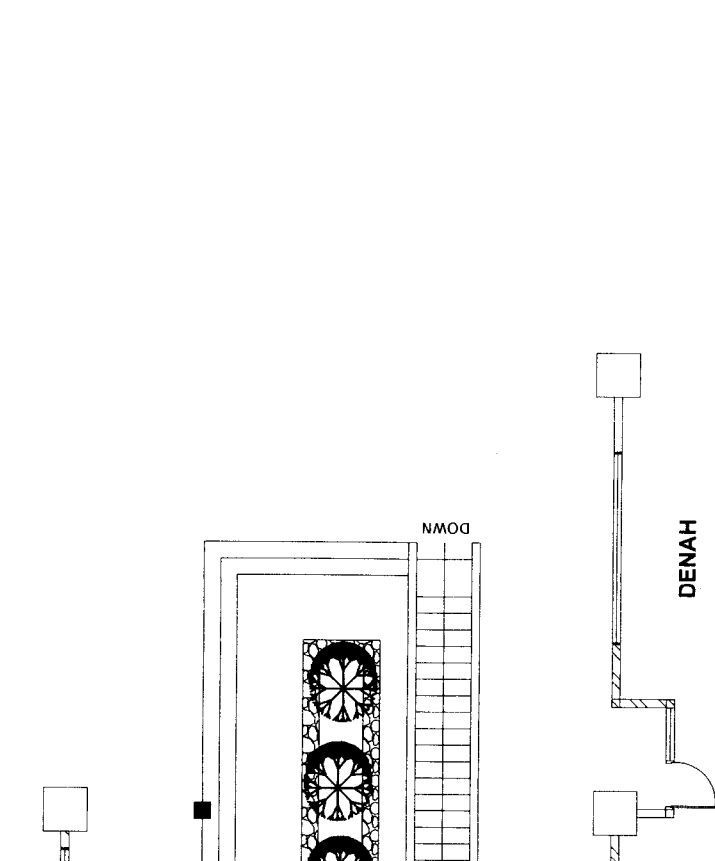
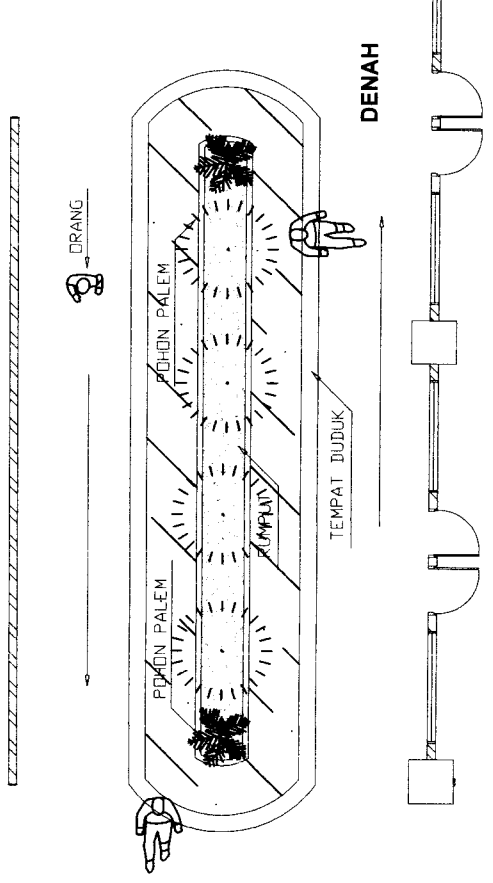
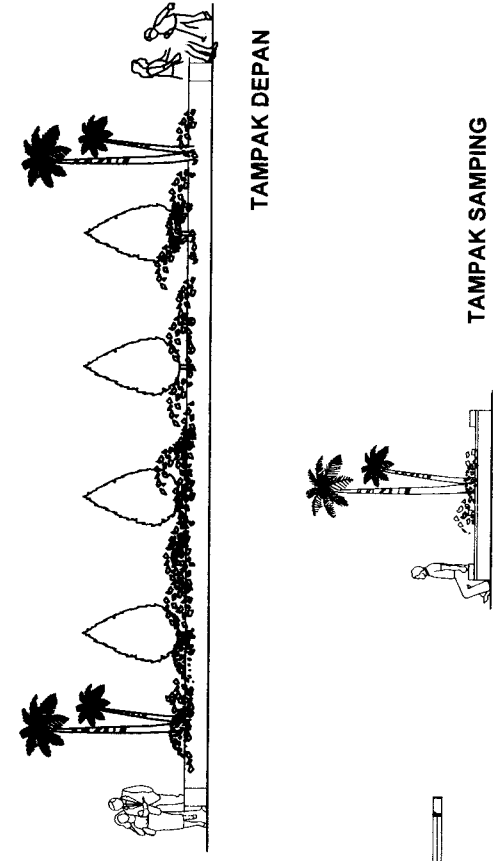
TIPE 32




TIPE 16

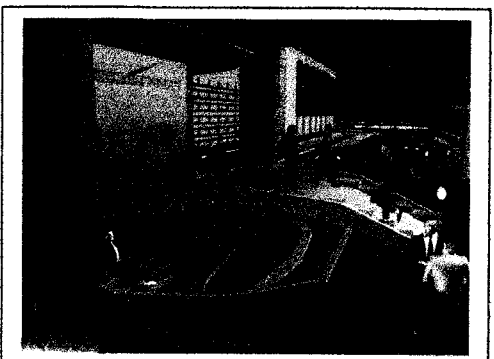
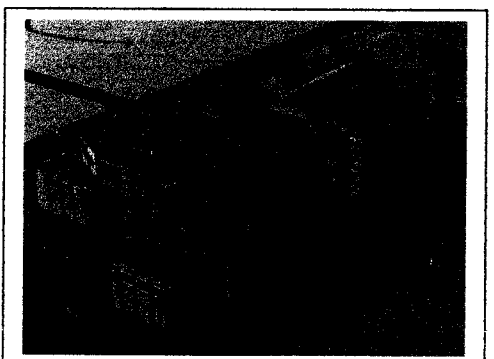
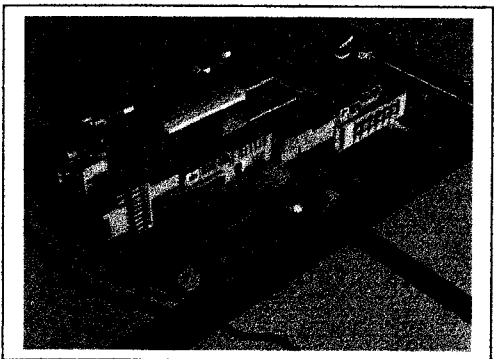
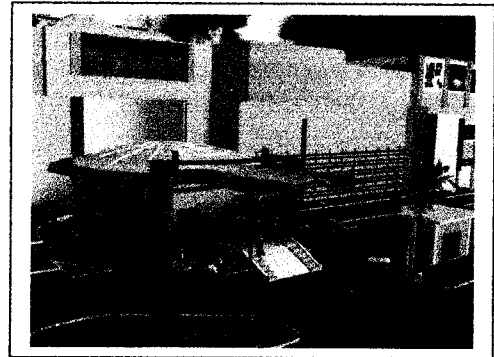






 <b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	<b>PERIODE V</b> <b>SEMESTER GENAP</b> TH. 2003/2004		SHOPPING MALL DI CILACAP "SIASAMA & SARANA REKREASI SEBAGAI SALAH SATU DAYA TARIK PENGUNJUNG"		<b>DOSEN PEMBIMBING</b> IR. H. TOMI KUNTO. W	<b>IDENTITAS MAHASISWA</b> NAMA: BAGUS PRATOMO NO. MHS: 99 512 075 TANDA TANGAN:	<b>NAMA GAMBAR</b> DETAIL TAMAN + SIRKULASI	<b>SKALA</b> 1 : 50	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	TAMPAK DEPAN										
TAMPAK SAMPING											
DENAH											

# *PERPEKTIF BANGUNAN*



# MAKET

