

PEPPUSTAKAAN FISIP UII

HADIAH/BELI

TGL. TERIMA :

13/02/06

NO. JUDUL :

001736

NO. INV. :

5120001736001

NO. INDUK. :

TUGAS AKHIR

SPORT MALL DI PEMALANG

*Sensasi Olahraga pada Aktifitas Berbelanja melalui
Susunan Ruang dan Pola Sirkulasi Bangunan*

SPORT MALL IN PEMALANG

*Sport Sensation in Shopping Activity through
Spatial Order and Circulation Path*

DIBACA DI TEMPAT
TIDAK DIBAWA PULANG



Disusun oleh :

M. KHANIF NUDIYANTO

00 512 017

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

2005

LEMBAR PENGESAHAN

SPORT MALL DI PEMALANG

Sensasi Olahraga pada Aktifitas Berbelanja melalui Susunan Ruang
Dan Pola Sirkulasi

SPORT MALL IN PEMALANG

*Sport sensation in shopping Activity through
Spatial Order and Circulation Path*

Oleh :

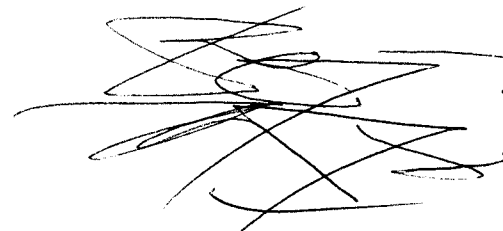
Muhammad Khanif Nudiyanto

No. Mhs. : 00512017

Jogjakarta, Maret 2005

MENGETAHUI

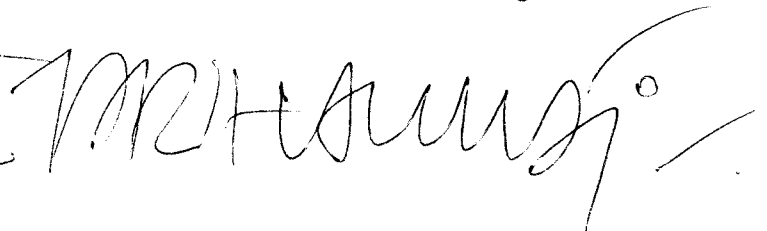
Ketua Jurusan Arsitektur



Ir. Revianto B. Santosa, M. Arch

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing



Yulianto P. Prihatmaji, ST, MSA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Teruntuk Bapak, Ibu yang akan selalu kucintai sampai akhir nanti.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'aalamiin.....Puji syukur kehadiran Allah SWT, serta shalawat dan salam bagi Nabi Muhammad SAW. Akhirnya penulisan Buku Tugas Akhir dengan judul *Sport Mall di Pemalang, sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja melalui susunan ruang dan pola sirkulasi*, dapat terselesaikan dengan baik, meskipun diakui masih banyak terdapat kekurangan.

Tugas Akhir ini terselesaikan setelah melewati proses yang cukup panjang dan penuh perjuangan. Mulai dari pencarian data, konsultasi hingga malam hari di kampus, seminar-seminar kelayakan, revisi, studio selama 9 minggu, mengerjakan maket, presentasi dan masih banyak lagi. Namun semua itu terbayar dengan setimpal ketika kita sanggup menyelesaikan semua tahapan tersebut dengan lancar.

Dengan ini pula, saya ingin menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah bahu membahu membantu, memberi dukungan dengan tanpa pamrih dan tak kenal lelah. Ucapan terima kasih saya haturkan kepada :

1. Ir. Revianto B. Santosa, M. Arch., Kajar Arsitektur UII yang dekat di hati kita
2. Pak Prihatmaji, selaku dosen pembimbing yang tak kenal lelah, TERIMA KASIH PAK !!
3. Ir. Hastuti Saptorini, MA, selaku dosen penguji dan Ir. Hadibowo, selaku penguji tamu yang banyak memberi masukan

4. Keluargaku yang sederhana atas dukungan dan doanya...Bapak dan Ibu Falachi, orang tua terhebat...Aziz Hakim, adikku satu-satunya, teman sekamarku dulu
5. Instansi terkait yang memberikan kemudahan dalam hal survei, pengumpulan data dan sebagainya.
6. Teman-teman terbaik di Jogja, teman kost Hard Rock, kost Plemburan, teman angkatan, teman *nongkrong*, rekan kerja di *rumahdesain12* (serius dong...!!)
7. Teman-teman karibku di Pemalang, teman sedari kecil, teman satu SD, SMP, SMU dan teman yang pernah dekat di hati....
8. Teman-teman dekatku di dunia maya, friendster.com, yang setia kirim e-mail ke khaniv13@yahoo.com
9. Einstein, kucing berbulu tebal yang dahulu setia menemaniku tertidur hingga pagi....dimana kau sekarang?

Sebagai penutup, saya menyadari bahwa pada laporan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, sehingga terbuka bagi pembaca untuk menyampaikan koreksi, saran maupun kritik.

Semoga bermanfaat...amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jogjakarta, 21 Muharram 1426 H./ 2 Maret 2005

Penulis,

Muhammad Khanif Nudiyanto

ABSTRAKSI

Perkembangan dalam bidang ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat menuntut adanya sebuah pusat perbelanjaan dengan konsep yang memadukan kegiatan berbelanja dengan aktifitas lain. Sehingga saat ini muncul sebuah konsep shopping mall yang dibangun dengan konsep atau tema tertentu.

Olahraga sekarang ini tidak hanya dilakukan untuk kepentingan kesehatan semata, namun telah bergeser menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Olahraga saat ini banyak dilakukan di sela-sela aktifitas lain sehingga lebih bersifat santai, menghibur dan tidak mengikat.

Pada akhirnya muncul sebuah konsep penggabungan pusat perbelanjaan dengan olahraga yang menggabungkan aktifitas belanja dengan aktifitas olahraga, sehingga pengunjung yang berbelanja juga sedang melakukan aktifitas olahraga.

Aktifitas utama pada berbelanja adalah berjalan (footwalk), sehingga rangsangan yang diberikan demi mendapatkan sensasi fisik dalam berbelanja paling tepat diterapkan pada aktifitas berjalan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah pola sirkulasi yang berbeda dari mal biasanya. Elemen-elemen pusat perbelanjaan yang diolah antara lain koridor, sirkulasi vertikal, peletakan anchor (magnet), outlet dan lain sebagainya.

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Persembahan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstraksi.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel dan Skema.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Deskripsi Proyek

1.1.1. Judul.....	1
1.1.2. Pengertian Judul.....	1
1.1.3. Fungsi dan Kegiatan dalam Sport Mall.....	1
1.1.4. Karakteristik Pengguna.....	1
1.1.5. Lingkup Pembahasan.....	2
1.1.6. Lokasi Proyek.....	2

1.2. Latar Belakang

1.2.1. Gejolak Industrialisasi dan Otonomi Daerah.....	3
1.2.2. Pusat Perbelanjaan sebagai Sarana Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi.....	3
1.2.3. Olahraga sebagai Gaya Hidup.....	4
1.2.4. Aktifitas Belanja di mall sebagai Kegiatan Olahraga.....	5
1.2.5. Sport Mall sebagai Pusat Perbelanjaan dan Olahraga.....	6
1.2.6. Potensi Pusat Perbelanjaan di Pemalang.....	7
1.2.7. Olahraga, Pusat Kota dan Pedagang Kakilima di Pemalang.....	8

1.3. Permasalahan	
1.3.1. Permasalahan Umum.....	12
1.3.2. Permasalahan Khusus.....	13
1.4. Tujuan dan Sasaran	
1.4.1. Tujuan.....	12
1.4.2. Sasaran.....	12
1.5. Lingkup Pembahasan.....	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	13
1.7. Metoda Perancangan	
1.7.1. Pengumpulan Informasi.....	14
1.7.2. Pengolahan Informasi.....	15
1.8. Kerangka Pola Pikir.....	16
BAB II SHOPPING MALL DENGAN AKTIFITAS PERBELANJAAN DAN OLAHRAGA	
2.1. Tinjauan Shopping Mall	
2.1.1. Pengertian Shopping Mall.....	17
2.1.2. Perkembangan Shopping Mall.....	18
2.1.3. Unsur-unsur dalam Shopping Mall.....	18
2.1.4. Kegiatan yang Diwadahi dalam Shopping Mall.....	19
2.1.5. Bentuk Umum Mall.....	19
2.1.6. Karakter Dasar Shopping Mall.....	21
2.1.7. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall.....	22
2.1.8. Shopping Mall sebagai Ruang Publik.....	24

2.2. Tinjauan Olahraga dan Sensasi Olahraga	
2.2.1. Pengertian Olahraga.....	26
2.2.2. Sensasi Olahraga pada Aktifitas Fisik.....	26
2.3. Tinjauan Umum Sport Mall	
2.3.1. Fenomena Sport Mall.....	27
2.3.2. Pengertian Sport Mall.....	28
2.3.3. Fasilitas pada Sport Mall.....	29
BAB III PEMBAHASAN	
3.1. Berbelanja dan Berolahraga.....	30
3.2. Identifikasi Ruang pada Bangunan.....	32
3.2.1. Transformasi Pola Sirkulasi untuk Berbelanja dan Berolahraga.....	32
3.2.1.1. Pola Sirkulasi Horisontal.....	33
3.2.1.2. Pola Sirkulasi Vertikal.....	34
3.2.2. Peletakan Outlet, Anchor dan Ramp.....	35
3.2.3. Kejelasan pada Ruang.....	37
3.2.4. Sport Mall dan Area PKL sebagai Ruang Publik Kota.....	38
3.2.5. Bentuk Sport Mall.....	38
3.1.6. Visualisasi Karakter Olahraga pada Bangunan secara Keseluruhan.....	40
3.4. Rangkuman.....	41
BAB IV KONSEP	
4.1. Konsep Perencanaan	
4.1.1. Konsep Pemilihan Site.....	43
4.1.2. Konsep Perencanaan Site.....	45

4.2. Konsep Perancangan

4.2.1. Peletakan Koridor, Outlet, Anchor dan Ramp pada Mall.....	46
4.2.2. Penataan Area Pedagang Kaki Lima.....	51
4.2.3. Visualisasi Karakter Olahraga pada Bangunan.....	53

4.3. Konsep Pengolahan Ruang Luar.....54

4.4. Konsep Pendukung

4.4.1. Denah.....	55
4.4.2. Tampak Bangunan.....	56
4.4.3. Struktur dan Material Bangunan.....	57

BAB V PENGEMBANGAN DESAIN

Desain Skematik

Lampiran Hasil Perancangan

Daftar Pustaka

Gambar 4.8.	Area PKL yang lebih rendah dari jalan.....	52
Gambar 4.9.	Konsep visualisasi karakter olahraga pada bangunan.....	52
Gambar 4.10.	Konsep sirkulasi dalam kawasan.....	53
Gambar 4.11.	Konsep pengolahan ruang luar.....	54
Gambar 4.12.	Konsep denah.....	55
Gambar 4.13.	Konsep tampak bangunan.....	55

DAFTAR TABEL DAN SKEMA

Tabel 1.1.	7
Tabel 1.2.	8
Tabel 1.3.	10
Tabel 3.1.	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Sketsa peta kota Pemalang.....	2
Gambar 1.2.	Suasana koridor sebuah shopping mall.....	5
Gambar 1.3.	Pusat perbelanjaan MORO di pusat kota Pemalang.....	8
Gambar 1.4.	PKL di sepanjang jalan utama.....	11
Gambar 2.1.	Open mall atau mal terbuka.....	20
Gambar 2.2.	Enclosed mall atau mal tertutup.....	20
Gambar 2.3.	Integrated mall atau mal terpadu.....	21
Gambar 2.4.	Penataan letak outlet yang umum dijumpai di mall.....	22
Gambar 2.5.	Tata letak sederhana yang umum dijumpai di mall.....	23
Gambar 2.6.	Suasana sebuah taman kota dan bangunan dengan fasilitas publik berupa sektor informal.....	24
Gambar 2.7.	Aktifitas berjalan pada manusia.....	27
Gambar 2.8.	Mall kelapa gading.....	28
Gambar 3.1.	Berjalan, aktifitas yang banyak dilakukan pada waktu berbelanja.....	30
Gambar 3.2.	Koridor lurus dan berbelok.....	33
Gambar 3.3.	Peletakan outlet (retail) dan anchor-anchor.....	36
Gambar 3.4.	Sketsa bentuk mall.....	39
Gambar 3.5.	Bangunan terintegrasi dengan fasilitas umum.....	40
Gambar 4.1.	Peta propinsi Jawa Tengah.....	44
Gambar 4.2.	Sketsa organisasi perencanaan site.....	45
Gambar 4.3.	Konsep koridor berliku pada Sport Mall.....	46
Gambar 4.4.	Konsep peletakan entrance.....	47
Gambar 4.5.	Peletakan atrium pada Sport Mall.....	48
Gambar 4.6.	Peletakan ramp pada bangunan.....	49
Gambar 4.7.	Konsep peletakan area PKL.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Deskripsi Proyek

1.1.1. Judul

“Sport Mall di Pemalang, sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja melalui susunan ruang-ruang dalam dan pola sirkulasi bangunan.”

“Sport Mall in Pemalang, the sport sensation in shopping activity through spatial order and circulation paths.”

1.1.2. Pengertian Judul

Sport Mall di Pemalang merupakan sebuah bangunan dengan fungsi perbelanjaan dan olahraga, yang berlokasi di Pemalang.

1.1.3. Fungsi dan Kegiatan dalam Sports Mall

Fungsi utama dari Sport Mall di Pemalang ini adalah bangunan perdagangan (pusat perbelanjaan) dan olahraga. Sports Mall ini juga termasuk kategori bangunan rekreasi.

1.1.4. Karakteristik Pengguna

Sport Mall adalah sebuah bangunan perdagangan yang dimiliki oleh pihak swasta. Pada umumnya pengguna dari Sport Mall adalah :

1. Pengguna tetap yang terdiri dari manajemen pengelola Sport Mall (Direktur, Sekretaris, Kepala bagian dll.), pengelola / tenant outlet, karyawan dan sebagainya.
2. Pengguna tidak tetap, yaitu pengunjung pusat perbelanjaan dari berbagai lapisan masyarakat umum.

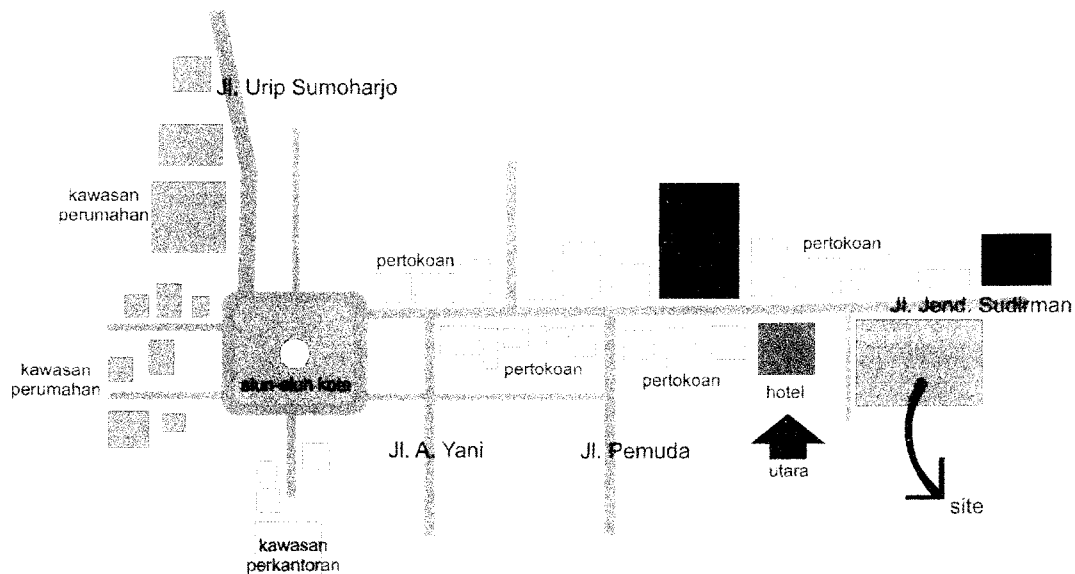
1.1.5. Lingkup Pembahasan

Pembahasan akan ditekankan pada lingkup perancangan Sport Mall yang dapat menciptakan sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja pada pusat perbelanjaan. Sehingga penekanan pada perancangan akan dibatasi oleh:

- Penataan sirkulasi keseluruhan pada Sport Mall yang dapat mengarahkan pengunjung untuk menikmati rangkaian perbelanjaan sekaligus olahraga.
- Penataan ruang-ruang pada Sport Mall yang mampu menciptakan sensasi olahraga pada sebuah bangunan perbelanjaan.

1.1.6. Lokasi Proyek

Lokasi proyek terletak di Kabupaten Pemalang, Propinsi Jawa Tengah, tepatnya di Jalan Jend. Sudirman Timur, berjarak \pm 3 km sebelah utara pusat kota (alun-alun kota) Pemalang. Lokasi tersebut telah direncanakan oleh Pemda Tk. II Pemalang dalam tata guna lahan sebagai kawasan perdagangan yang potensial.



Gambar 1.1. Sketsa peta kota Pemalang yang menunjukkan lokasi site, sumber: pengamatan tahun 2004

1.2. Latar Belakang

1.2.1. Gejolak Industrialisasi dan Otonomi Daerah

Gejolak industrialisasi hampir terjadi secara merata di berbagai daerah, pada kurun waktu beberapa tahun belakangan ini. Khususnya, berkait secara langsung sejak diberlakukannya kebijakan otonomi daerah. Dengan adanya kebijakan tersebut, pemerintah daerah terdorong untuk memperoleh pendapatan keuangan sebanyak-banyaknya demi memperbesar Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kebijakan desentralisasi untuk tingkat Kabupaten / Kota berujung pada mobilisasi modal untuk penanaman investasi di daerah-daerah.

Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika di daerah-daerah semakin banyak didirikan swalayan atau pertokoan besar, munculnya pabrik-pabrik, serta makin pesatnya industri pariwisata di daerah-daerah. Kesemuanya itu merupakan bagian dari strategi dalam rangka mencapai tujuan pembangunan ekonomi wilayah khususnya untuk memperbesar nilai PAD.

1.2.2. Pusat Perbelanjaan sebagai Sarana Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi

Salah satu fenomena yang timbul akibat industrialisasi dan otonomi daerah adalah semakin banyak pusat-pusat perbelanjaan yang dibangun di daerah-daerah. Mulai dari supermarket, department store hingga shopping mall, kini makin banyak dibangun.

Apalagi, hal itu diperkuat dengan fenomena yang terjadi pada masyarakat, bahwa keberadaan shopping centre atau mall seolah-olah dianggap “wajar”. Penyebabnya tidak lain adalah perubahan jaman dan

tuntutan gaya hidup yang harus selalu mengikuti perubahan jaman itu. Dari situlah simbol-simbol dan identitas modern diperoleh.¹

1.2.3. Olahraga sebagai Sebuah Gaya Hidup

Olahraga adalah aktifitas manusia untuk menjaga kondisi badan, agar tetap dalam kondisi yang baik. Olahraga telah dilakukan sejak berabad-abad yang lalu. Banyak bukti sejarah yang menemukan bahwa suatu bangsa telah melakukan sebuah kegiatan olahraga sejak ribuan atau ratusan tahun yang lalu.

Dahulu, olahraga dilakukan hanya untuk tujuan menjaga kondisi badan agar tetap dalam kondisi baik. Olahraga juga dilakukan dalam rangka kompetisi, berlomba dan bertanding untuk mencapai prestasi setinggi-tingginya. Orientasi olahraga untuk kepentingan dan tujuan diatas disebut dengan orientasi asketisme.

Kini, telah terjadi pergeseran orientasi nilai olahraga dari orientasi asketisme menjadi hedonisme. Pergeseran ini sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap olahraga, disamping perubahan jenis-jenis olahraga atau aktifitas jasmani lainnya. Perubahan orientasi yang amat mendasar ialah bahwa kegiatan berolahraga tidak selalu dalam pengertian olahraga kompetisi dan pencapaian prestasi setinggi-tingginya, tetapi juga tertuju pada tujuan lainnya, seperti untuk kebugaran jasmani, kesehatan, keelokan bentuk tubuh, pengobatan atau pencegahan penyakit berbahaya.²

Pergeseran itu menjadikan olahraga telah beralih menjadi sebuah kebutuhan yang cukup mutlak terpenuhi bagi banyak kalangan. Namun, tuntutan itu sering tidak terpenuhi karena kesibukan dan tidak adanya waktu luang.

¹ Arie Sujito; Kedaulatan Rakyat, 20 Agustus 2004

² Isu Strategis dan Prioritas Pembangunan Pendidikan, Pemuda dan Olahraga; www.depdiknas.go.id

Seiring dengan makin padatnya kesibukan seseorang, maka waktu yang akan disisihkan untuk kegiatan berolahraga semakin sedikit. Juga pada kaum usia lanjut, kecenderungan untuk berolahraga juga semakin berkurang. Oleh karena itu, sekarang ini banyak fasilitas olahraga yang bersifat santai, tidak ketat dan dapat dijalani selagi melakukan aktifitas lainnya.

1.2.4. Aktifitas Berbelanja di Shopping Mall sebagai Kegiatan Olahraga

Shopping mall dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berorientasi ke dalam karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada di dalam bangunan. Konsep mall selalu menerapkan konsep berbelanja dengan organisasi ruang yang jelas, dengan koridor tunggal sehingga semua outlet mempunyai peluang sama untuk dikunjungi konsumen. Sehingga peran sirkulasi dalam bangunan menjadi amat penting untuk mengarahkan pengunjung. Sebagai pusat perbelanjaan modern, Shopping Mall biasanya dirancang dengan sebuah konsep yang baru, dan dengan sebuah tema khusus. Hingga kini, terus dicari terobosan baru pada konsep maupun tema Shopping Mall yang dapat diterapkan dalam perancangan pusat perbelanjaan.



Gambar 1.2. Suasana koridor sebuah Shopping Mall, *sumber : www.theladelaide.com*

Aktifitas dalam sebuah Shopping Mall antara lain berbelanja, berjalan-jalan, melihat-lihat dan lain sebagainya. Aktifitas ini sangat berkaitan erat dengan aktifitas fisik, sehingga secara langsung akan mempengaruhi kondisi fisik seseorang.

Konsep aktifitas olahraga pada shopping mall adalah dengan menjadikan kegiatan berbelanja pada shopping mall sebagai sebuah aktifitas olahraga. Sehingga pengunjung pada saat berbelanja juga merasakan sensasi olahraga yang ditimbulkan oleh aktifitas berbelanja itu sendiri.

1.2.5. Sport Mall sebagai Sebuah Pusat Perbelanjaan dan Olahraga

Sport Mall adalah sebuah pusat perbelanjaan yang memasukkan aktifitas olahraga pada aktifitas berbelanja pada sebuah pusat perbelanjaan. Dalam sebuah Sport Mall pengunjung dapat merasakan sensasi olahraga baik pada saat berbelanja maupun saat selesai berbelanja. Sehingga pada saat berbelanja, pengunjung juga sedang melakukan sebuah aktifitas olahraga. Dan diharapkan ketika pengunjung keluar dari mal, akan merasa segar, lelah dan sensasi lainnya seperti habis berolahraga.

Untuk itu, pada Sport Mall diperlukan sebuah penanganan atau treatment tersendiri sehingga pengunjung dapat merasakan sensasi olahraga tersebut. Oleh karena itu, pola sirkulasi dalam sebuah Sport Mall harus bisa mengarahkan pengunjung untuk dapat merasakan kedua aktifitas yang ada dalam bangunan. Hal ini juga dapat dicapai dengan penataan ruang-ruang dalam yang dapat membuat pengunjung terus aktif bergerak.

1.2.6. Potensi Pusat Perbelanjaan di Pemalang

Kabupaten Pemalang terletak di Pantai Utara (pantura) propinsi Jawa Tengah. Berjarak kurang-lebih 130 km sebelah barat kota Semarang, ibukota Jawa Tengah. Tepatnya terletak diantara dua kota yaitu Pekalongan dan Tegal. Dua kota tersebut termasuk kota yang dijadikan sentra atau pusat industri dan perdagangan di Jawa Tengah. Dan Kabupaten Pemalang termasuk dalam daerah berkembang yang nantinya akan diproyeksikan sejajar dengan Pekalongan dan Tegal.

Kota Pemalang merupakan kota yang strategis, yang dilalui oleh jalur arteri primer Jakarta – Pemalang – Semarang – Surabaya. Sudah menjadi keharusan bahwa jalur tersebut dimanfaatkan untuk mempercepat pertumbuhan kota Pemalang dengan pengembangan sektor kota, khususnya perdagangan.³

Sektor perdagangan di Pemalang mampu memberi kontribusi bagi perkembangan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dengan nilai yang cukup tinggi (22%), berada di urutan kedua dibawah sektor pertanian (37%).⁴

Tabel 1.1. Peranan PDRB Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku di Kab. Pemalang Tahun 1997 – 2001 (dalam persen)

Lapangan Usaha	1997	1998	1999	2000	2001
1. Pertanian	34,22	38,70	39,50	38,01	37,44
2. Pertambangan & Galian	1,00	0,89	0,98	1,06	1,18
3. Industri Pengolahan	18,30	18,52	18,71	19,60	19,81
4. Listrik, Air, Gas	0,65	0,57	0,62	0,67	0,77
5. Bangunan	2,64	2,89	2,86	2,95	2,66
6. Perdag, Rest dan Hotel	23,80	22,36	21,66	21,91	22,22
7. Pengangkutan & Telkom	3,08	3,07	3,11	3,11	3,18

³ RIK/RUTRK dengan kedalaman materi RDTRK Pemalang WP I tahun 1999/2000 – 2009/2010.

⁴ Laporan Ekonomi Kabupaten Pemalang tahun 2001; BPS Kabupaten Pemalang.

8. Keu Pers dan Jasa Perush	3,46	3,46	3,65	3,93	4,01
9. Jasa-jasa	8,77	8,70	8,48	8,74	8,73
PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : BPS Kabupaten Pemalang th. 2001

Sektor perdagangan tiap tahunnya mampu bersaing dengan sektor pertanian dalam hal peranan dalam PDRB. Ini dapat diartikan bahwa gairah perdagangan dan pasar serta daya beli masyarakat tergolong tinggi.

Namun di kota Pemalang, fasilitas yang berkaitan dengan fungsi perdagangan masih sangat minim. Bangunan dengan fungsi perdagangan seperti pasar kota sudah ada. Pusat perbelanjaan yang ada juga masih pada tingkat department store atau supermarket. Belum ada pusat perbelanjaan dengan skala pelayanan yang lebih besar dan bergengsi setaraf shopping mall.



Gambar 1.3. Pusat perbelanjaan MORO di pusat kota Pemalang, sumber : dok. pribadi

Tabel 1.2. Daftar pusat perbelanjaan yang ada di Kota Pemalang

Pusat Perbelanjaan	Tingkatan
Pasar Kota Pemalang	Pasar tradisional terpusat
Pemalang Permai	Department Store, Supermarket
Moro Toserba	Department Store, Supermarket

Sumber : pengamatan tahun 2004

Sebagai perbandingan, kota tetangga yaitu Tegal dan Pekalongan telah memiliki fasilitas perbelanjaan modern seperti shopping mall. Fasilitas shopping mall tersebut seperti menjadi magnet bagi daerah sekitar yang belum memiliki pusat perbelanjaan modern. Sehingga bagi warga Pemalang yang ingin berbelanja dengan suasana hiburan akan lebih memilih berbelanja di shopping mall yang ada di Tegal dan Pekalongan.

Oleh karena itu, keberadaan pusat perbelanjaan baru yang modern dengan skala pelayanan yang lebih luas akan sangat diperlukan. Dengan adanya pusat perbelanjaan tersebut diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Kabupaten Pemalang dan menjadi sarana atau fasilitas untuk umum yang memiliki unsur rekreatif dan hiburan. Juga diharapkan dengan adanya pusat perbelanjaan akan meningkatkan citra Kab. Pemalang menjadi kota yang berkembang setaraf dengan kota Tegal dan Pekalongan.

1.2.7. Olahraga, Pusat Kota dan Pedagang Kaki Lima di Pemalang

Event-event olahraga di Pemalang rutin digelar dan mendapat apresiasi yang besar dari masyarakat Pemalang. Diantara cabang-cabang olahraga yang ada, bola basket menjadi olahraga yang paling digemari terutama kalangan pelajar baik SLTP, SMA maupun perguruan tinggi. Bola basket juga mampu berprestasi hingga ke tingkat Jawa Tengah (propinsi) bahkan nasional. Kejuaraan atau event rutin diadakan dan setiap digelar sebuah event, apresiasi peserta maupun masyarakat juga sangat baik.

Tabel 1.3. Event dan Kejuaraan Bola Basket di Pemalang tiap tahun⁵

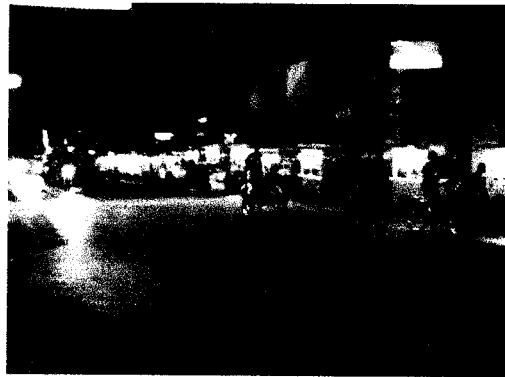
Nama Event	Tingkat	Peserta
Hexos Basketball Extravaganza	Kabupaten	Pelajar SLTP & SMU
Atlantic Basketball Tournament	Karesidenan	Klub di Pemalang, Tegal, Brebes
Sahabat Cup	Propinsi	Klub di Pemalang + Klub di wil. Jateng
Dandim Pemalang Cup	Kabupaten	Klub lokal di Pemalang
PGRI Cup	Kabupaten	Pelajar SLTP
Turnamen Asosiasi Basket	Propinsi	Klub perwakilan daerah se-Jateng
3-on-3 basketball tournament	Karesidenan	Umum se-Karesidenan

Kota Pemalang memiliki Pusat Kota yang cukup strategis dan terletak di Alun-alun Kota Pemalang. Dengan luas ± 10.000 m², alun-alun kota menjadi pusat kota yang cukup ramai terutama di sore sampai malam hari. Para pengguna alun-alun kota antara lain warga yang bersantai dengan duduk-duduk di sepanjang jalan, pedagang kaki-lima dan pada pagi hari digunakan untuk olahraga lari pagi. Namun aktifitas olahraga tidak bisa dilakukan pada sore hari karena lalu-lintas di alun-alun yang padat.

Kantong-kantong pedagang kaki-lima di Pemalang masih belum tertata dengan baik. Jumlah pedagang cukup banyak, bahkan terdapat sebuah jalan sepanjang 500 m yang sisi jalannya dipenuhi dengan pedagang kaki-lima, kurang lebih 50 PKL. Namun di sejumlah tempat, para pedagang masih belum mempunyai tempat yang layak atau berjualan tidak pada tempatnya. Sebagai contoh, di alun-alun kota

⁵ Pengumpulan data melalui wawancara dengan pengurus klub basket di Pemalang; Sdr. Agung Tribowo dan Sdr. Boby Yudhi pada tgl. 29 Agustus 2004

seharusnya bebas dari pedagang kaki-lima, tetapi banyak pedagang yang nekat berjualan sehingga tidak jarang terjadi pengusiran oleh Satpol PP Pemalang.



Gambar 1.4. PKL di sepanjang jalan utama, *sumber : dok. pribadi*

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa :

Perkembangan dalam bidang ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat menuntut adanya sebuah pusat perbelanjaan dengan konsep yang memadukan berbelanja dengan kegiatan lain. Sehingga muncul shopping mall yang dibangun dengan konsep atau tema tertentu.

Olahraga kini telah bergeser fungsi sebagai sebuah kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Olahraga saat ini banyak dilakukan di sela-sela aktifitas lain sehingga lebih bersifat santai dan tidak mengikat.

Pada akhirnya muncul konsep penggabungan antara perbelanjaan dan olahraga, sehingga pada saat berbelanja pengunjung juga sedang melakukan aktifitas olahraga. Permasalahan yang muncul dalam konsep Sport Mall ini adalah sebagai berikut :

1.3. Permasalahan

1.3.1. Permasalahan Umum

Bagaimana merancang sebuah pusat perbelanjaan dengan tema olahraga (sport mall) di Pemalang

1.3.2. Permasalahan Khusus

Merancang sebuah pusat perbelanjaan dengan menerapkan aktifitas olahraga pada berbelanja sehingga pengunjung ketika melakukan aktifitas berjalan di mall akan merasakan sebuah sensasi olahraga.

1.4. Tujuan dan Sasaran

1.4.1. Tujuan

Terciptanya sebuah pusat perbelanjaan berupa Sport Mall yang memadukan kegiatan berbelanja dengan aktifitas olahraga.

1.4.2. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai adalah :

- a) Terciptanya sirkulasi dalam bangunan yang dapat mengarahkan pengunjung agar selalu aktif bergerak mengikuti pola yang ada
- b) Terciptanya penataan ataupun susunan ruang-ruang dalam dengan fungsi perbelanjaan yang dapat membuat pengunjung mendapatkan pengalaman atau sensasi olahraga dalam sebuah bangunan
- c) Terciptanya fasilitas-fasilitas publik yang mendukung fungsi shopping mall dan dapat mewadahi fungsi-fungsi bangunan fasilitas kota.

1.5. Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan meliputi penerapan konsep perancangan pada penataan ruang dalam, pengolahan ruang-ruang maupun elemen sirkulasi sebagai sebuah sistem yang dapat menimbulkan sensasi olahraga pada pengunjung.

1.6. Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah penjelasan mengenai sistematika penulisan yang ada dalam tiap bab :

- Bab I
Membahas tentang deskripsi atau gambaran mengenai proyek, serta mengenai latar belakang perlunya dibangun sebuah shopping mall dengan konsep olahraga (Sport Mall).
- Bab II
Membahas tentang tinjauan teori, informasi dan data mengenai Shopping Mall, perkembangannya, karakter, bentuk; tinjauan terhadap olahraga, sensasi fisik yang timbul, fenomena Sport Mall dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menjadi pertimbangan maupun batasan dalam proses perancangan Sport Mall.
- Bab III
Pembahasan mengenai teori-teori yang mungkin dapat diterapkan dengan menerapkan konsep olahraga pada sistem bangunan dan dengan memperhatikan tinjauan teori yang ada dan selanjutnya dapat menjadi rujukan pada konsep perancangan.
- Bab IV
Berisi tentang konsep-konsep perancangan yang merupakan pengembangan dari analisa-analisa gagasan dan menjadi acuan dalam desain. Konsep perancangan akan lebih banyak berbicara

tentang penataan pola ruang, unsur-unsur sirkulasi yang dapat dimanfaatkan dalam bangunan demi mendapatkan sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja.

- **Bab V**

Desain skematik, yaitu berupa pilihan-pilihan desain yang mengacu pada konsep pemecahan masalah yang berupa gambar sketsa, pra rancangan dan sebagainya.

1.7. Metoda Perancangan

1.7.1. Pengumpulan Informasi

- **Studi literatur**

Mengetahui berbagai pengertian, persyaratan serta contoh rancangan pusat perbelanjaan, gedung olahraga maupun sports mall yang sudah ada.

- **Studi lapangan / survey**

Pengamatan pada pembagian dan kebutuhan ruang pada pusat perbelanjaan yang ada guna memperoleh gambaran umum dalam merancang.

Pengamatan pada kondisi site yang akan dibangun, untuk mengetahui apa saja potensi dan permasalahan site.

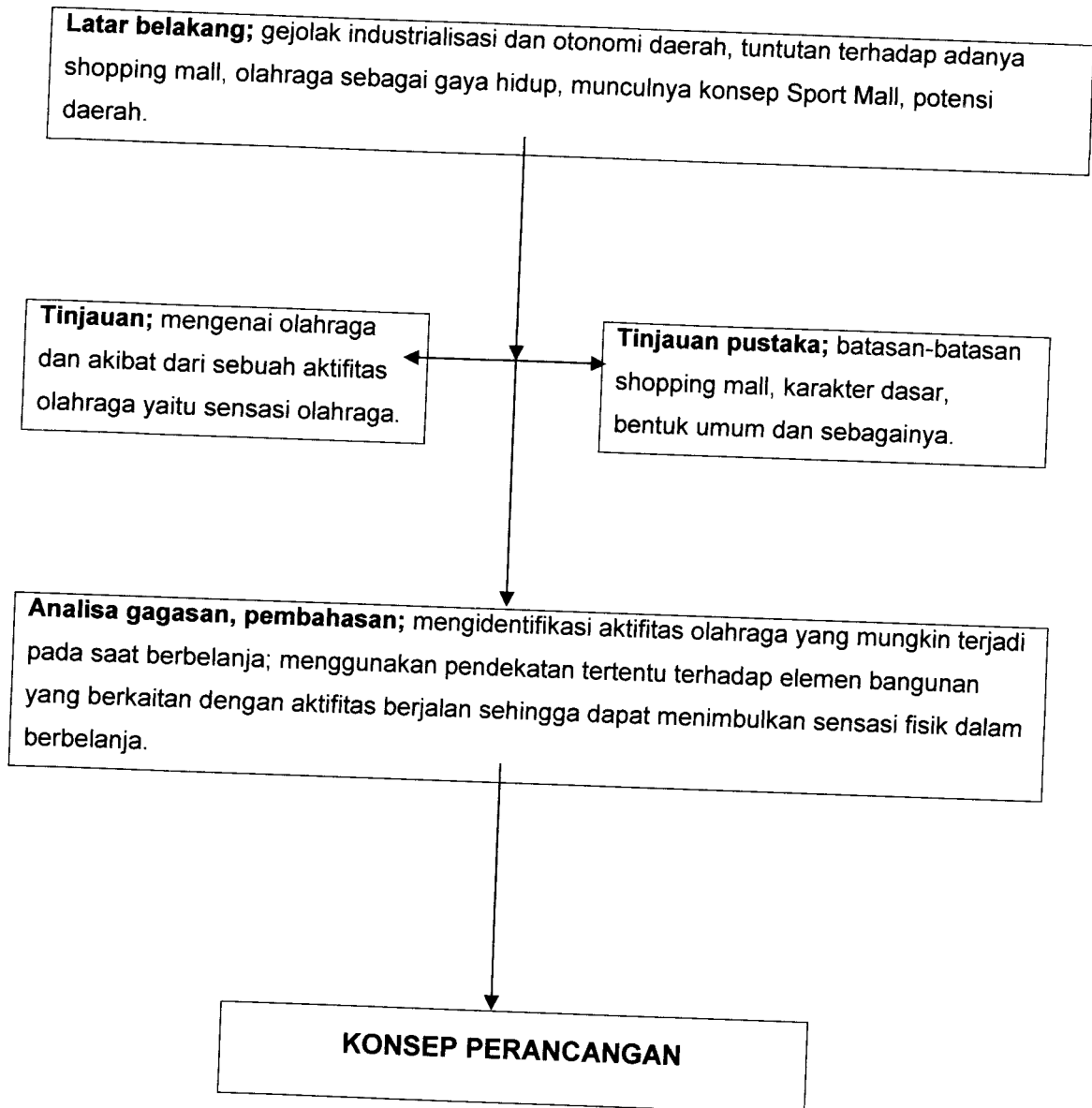
- **Wawancara**

Memperoleh informasi dengan tatap muka secara langsung dengan pihak yang terkait, seperti pengelola pusat perbelanjaan juga dengan pihak pemerintah daerah untuk mengetahui permasalahan yang timbul pada bangunan itu sendiri maupun pada fasilitas kota..

1.7.2. Pengolahan Informasi

- Pendekatan masalah dengan memperhatikan aktifitas perbelanjaan dan olahraga, sehingga menghasilkan rumusan aktifitas perbelanjaan yang dapat diterapkan dalam rancangan sports mall.
- Pendekatan konsep, yaitu dengan tinjauan pustaka dan studi kasus tentang unsur olahraga dalam aktifitas perbelanjaan, selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah konsep hubungan timbal-balik antara kedua aktifitas dalam penciptaan sensasi olahraga ketika berbelanja.
- Konsep perancangan, yaitu melakukan pendekatan arsitektural pada rumusan konsep sport mall dengan berbagai alternatif pemecahan masalah.

1.8. Kerangka Pola Pikir



BAB II

SHOPPING MALL DENGAN AKTIFITAS PERBELANJAAN DAN OLAHRAGA

2.1. Tinjauan Shopping Mall

2.1.1. Pengertian Shopping Mall

Mall dapat diartikan sebagai “sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki (*A pedestrianised shopping street*); yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah daripada gang-gang beratap (gedung yang mempunyai gang beratap dan biasanya ditempati toko-toko) biasa.⁶

Pengertian lain dari shopping mall yaitu suatu area pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota (central city business area) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.⁷

Jadi shopping mall dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berorientasi ke dalam karena kegiatan jual beli tersebut lebih diutamakan pada manusia yang berada di dalam bangunan. Konsep mall selalu menggunakan konsep berbelanja sambil berekreasi dengan koridor tunggal sehingga semua outlet maupun tenant mendapat peluang yang sama untuk dikunjungi konsumen.

Dalam konsep aslinya di Amerika Serikat, tinggi mall berkisar antar 3 (tiga) lantai. Namun dalam perkembangannya, di Indonesia sudah mencapai 5 (lima) hingga 8 (delapan) lantai.

⁶ Rinorthen, *Shopping Centres; A Developer Guide to Planning and Design*, College of Estate Management, 1997

⁷ Rubenstein, Harvey M., *Central City Mall*, 1978

2.1.2. Perkembangan Shopping Mall

Ada beberapa macam alasan dibangun sebuah shopping mall. Tujuan paling pokok adalah revitalisasi sebuah area pusat bisnis di sebuah kota berkembang dengan tujuan antara lain⁸ :

- Meningkatkan bisnis retail (eceran)
- Memperkuat nilai properti
- Meningkatkan daya saing dengan daerah suburban (pinggiran kota)
- Mendorong investasi perorangan dengan menciptakan kondisi lingkungan bisnis retail yang baik.

2.1.3. Unsur-unsur dalam Shopping Mall

Shopping mall terbentuk oleh elemen-elemen sebagai berikut⁹ :

1. Anchor (magnet)
Merupakan transformasi dari “nodes”, dapat pula berfungsi sebagai landmark. Perwujudannya berupa plaza dalam shopping mall.
2. Secondary Anchor (magnet sekunder)
Merupakan transformasi dari “districts”, perwujudannya berupa toko-toko pengecer, retail store, supermarket, superstore dan bioskop.
3. Street Mall
Merupakan transformasi dari “paths”, perwujudannya berupa jalur pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.
4. Landscaping
Merupakan transformasi dari “edges”, sebagai pembatas pusat perbelanjaan dengan pertokoan di luar.

⁸ Rubenstein, Harvey M., Central City Mall, 1978, P : 2, 3.

⁹ Rubenstein, Harvey M., Central City Mall, 1978, P : 25-28

2.1.4. Kegiatan yang Diwadahi pada Shopping Mall

Kegiatan yang diwadahi dalam sebuah shopping mall terkait dengan aktifitas yang dilakukan oleh pengguna bangunan. Pengguna bangunan dan kegiatan yang dilakukan meliputi :

- Pengunjung atau konsumen publik

Terdiri dari berbagai macam golongan dan tujuan tertentu misalnya untuk berbelanja, berekreasi, jalan-jalan dan lain-lain.

- Pengelola

Pengelola bertugas mengelola gedung, terdiri dari manajer, administrasi, tim marketing, cleaning service, building maintenance dan keamanan (security).

- Penyewa Toko atau Outlet

Penyewa atau biasa disebut tenant, menyewa outlet-outlet dan memerlukan wadah untuk barang yang akan dijual dan juga wadah untuk segala hal yang berhubungan dengan kepengurusan outlet dari masing-masing tenant.

- Pemasok

Pemasok meliputi : pemasok barang-barang yang akan dijual untuk masing-masing outlet dan pemasok barang-barang untuk keperluan gedung.

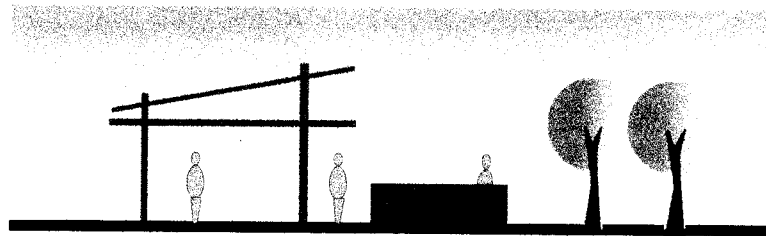
2.1.5. Bentuk Umum Mall

Terdapat tiga (3) bentuk umum mall dengan berbagai keuntungan dan kerugian, yaitu :¹⁰

- Open Mall (mall terbuka), adalah mall tanpa pelingkup yang ada pada konsep awal sebuah mall. Terdiri dari lapak-lapak penjual

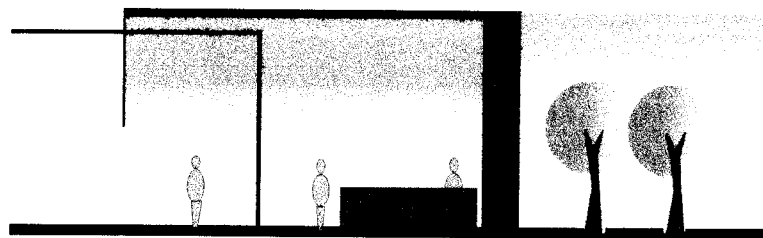
¹⁰ Maithland, Barry, 1987, Shopping Malls, Planning and Design, Nicholas Publishing Co., New York, p : 9

yang memanjang tanpa penutup atap atau tidak dilingkupi oleh bangunan. Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya berupa kendala climatic control dan kesan pewadahan bangunan yang kurang.



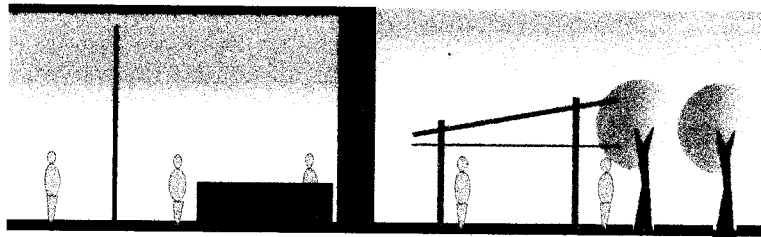
Gambar 2.1. Open mall atau mal terbuka

- Enclosed Mall (mall tertutup), adalah mall dengan pelingkup atau tertutup sepenuhnya. Keuntungannya berupa kenyamanan pada climatic control. Kerugiannya adalah biaya yang mahal dan kesan ruang yang kurang luas.



Gambar 2.2. Enclosed mall atau mal tertutup

- Integrated Mall (mall terpadu), adalah penggabungan mal terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mal tertutup dengan akhiran mal terbuka. Munculnya bentuk ini menjadi titik tengah antara keborosan energi untuk climatic control serta mahalnya pembuatan dan perawatan mal tertutup. Mall ini juga bertujuan untuk mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mal tertutup.



gambar 2.3. Integrated mall atau mal terpadu

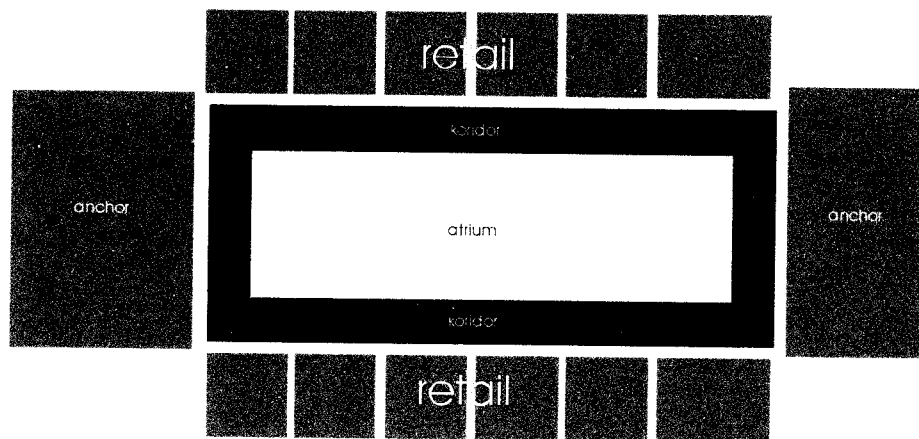
2.1.6. Karakter Dasar Shopping Mall

Shopping mall mempunyai karakteristik antara lain :

- Pintu masuk : tunggal
- Atrium : ruang antara koridor
- Retail dan outlet : di sepanjang koridor
- Koridor : tunggal
- Lebar koridor : 8-16 meter
- Jumlah lantai : 3 lantai
- Area parkir : mengelilingi mall (tidak ada gedung parkir)
- Magnet (anchor) : di setiap akhir koridor (hubungan horisontal)

Pada prinsipnya mall tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung nantinya tidak mampu untuk berjalan sampai ke ujung mall. Untuk mengantisipasi hal itu dan agar setiap outlet tetap memiliki peluang

yang sama terhadap pengunjung maka diperlukan adanya anchor atau magnet pada tempat-tempat tertentu. Anchor dapat berupa square, plaza, food court, atau tempat-tempat dengan suasana santai, yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan.

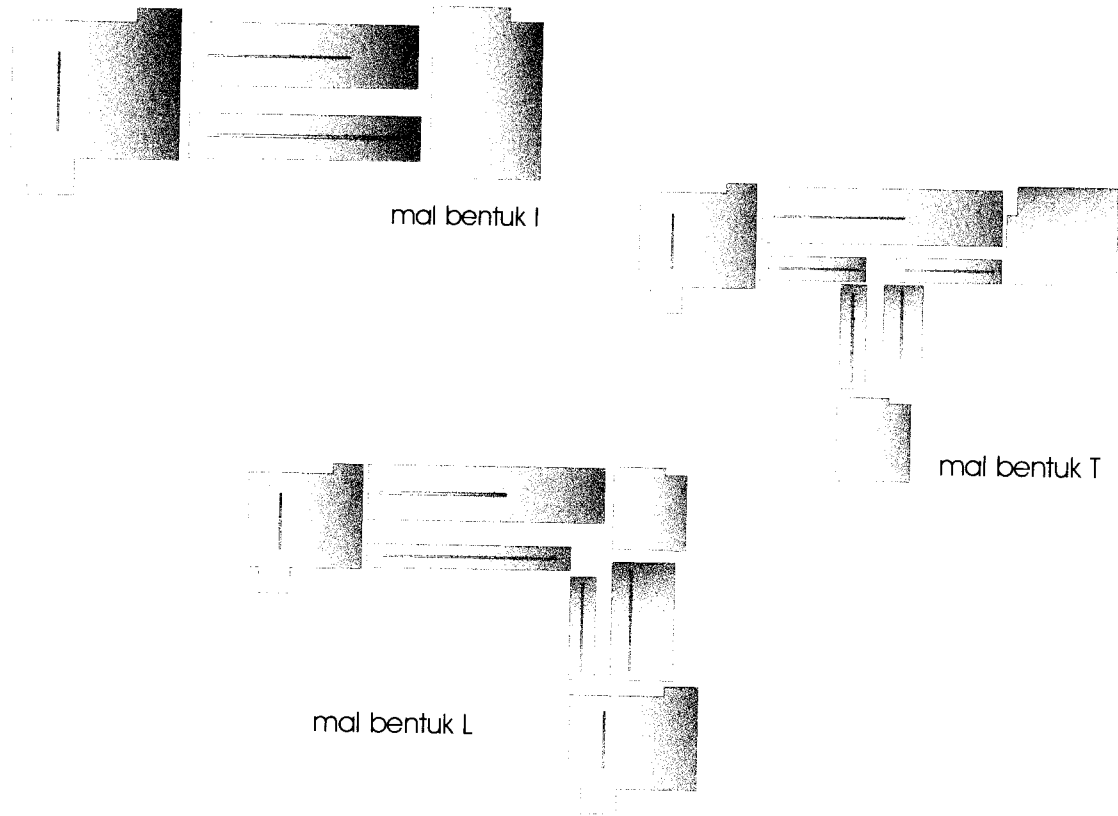


Gambar 2.4. Penataan letak outlet yang umum dijumpai di mall

2.1.7. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu mal diantaranya adalah tata letak ruang yang ada di dalam shopping mall. Di Amerika Serikat, shopping mall umumnya menggunakan tata letak yang sederhana seperti bentuk huruf I, T dan L.¹¹

¹¹ Frics, Northern and Haskoll, M, 1997



Gambar 2.5. Tata letak sederhana yang umum dijumpai pada mal
Sumber : Frisk, Northern and Haskoll 1997

Berdasarkan penelitian di AS, panjang shopping mal minimal 180 meter dan maksimal 240 meter. Ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, karena pada prinsipnya mal tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan dari ujung ke ujung mal. Untuk menarik pengunjung maka diperlukan adanya anchor pada tempat-tempat tertentu. Jarak antar anchor $\pm 100 - 200$ meter dan dapat berupa plaza, food court atau tempat-tempat santai lainnya yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan.

2.1.8. Shopping Mall sebagai Ruang Publik

Keberadaan fasilitas publik maupun ruang publik bagi masyarakat sebagai sarana sosial dan olahraga pada saat ini cukup mutlak diperlukan. Mengingat semakin sedikitnya lahan kota yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan publik dibandingkan untuk fasilitas komersial.



Gambar 2.6. Suasana sebuah taman kota dan bangunan dengan fasilitas publik berupa sektor informal, sumber : [www. geocities.com/city_park_china](http://www.geocities.com/city_park_china)

Apa yang kita lihat sekarang di lingkungan sekitar kita sungguh merisaukan. Lingkungan perumahan baru selalu saja dipadati dengan bangunan, tidak memperhatikan perlunya ruang publik sebagai wahana kontak sosial. Taman-taman yang sudah ada malah dikapling untuk bangunan baik berwujud rumah, kantor atau warung. Bahkan alun-alun pun dapat disulap menjadi sebuah kompleks pertokoan. Fasilitas olahraga yang dimiliki publik sangatlah sedikit. Ironisnya, yang bermunculan adalah sarana olahraga yang lagi-lagi bersifat komersial seperti lapangan golf dan sebagainya.¹²

Oleh karena itu diperlukan kepekaan terhadap keberadaan ruang publik, dalam membangun fasilitas-fasilitas baru terutama yang bersifat komersial.

¹² Prof. Ir. Eko Budihardjo M. Sc.; Tata Ruang Perkotaan, 1997.

Pada sebuah Shopping Mall juga dapat menampilkan berbagai fasilitas publik yang dapat menunjang keberadaan mall sebagai ruang publik. Fasilitas tersebut antara lain :

- Taman kota
- Sarana publik seperti taman bermain, sarana olahraga dll.
- Area perdagangan kaki lima
- Playground bagi anak-anak

Mall juga menjadi sebuah tempat untuk memperbaiki kualitas dan kuantitas aktifitas kota. Mall biasanya menyelenggarakan sejumlah aktifitas yang melibatkan masyarakat kota, antara lain :

- Concerts (konser)
- Fashion shows (peragaan busana)
- Flower shows (pameran bunga)
- Book bazaar (bazar buku)
- Parades (parade)

Mall juga menyediakan area-area untuk berteduh dan bersantai yang terletak di luar ruangan (outdoor), antara lain :

- Sculpture (patung)
- Fountain (air mancur)
- Outdoor dining area (area makan luar ruangan)
- Interesting paving and night light effects (paving dan efek pencahayaan yang menarik)

Oleh karena itu pembangunan sebuah mall yang baik harus dapat menciptakan sebuah kondisi lingkungan fisik dan sosial yang bermanfaat bagi suatu blok dan bagi blok yang berbatasan dengannya.¹³

¹³ Rubenstein, Harvey, M, Central City Mall, 1978, p : 2, 3

2.2. Tinjauan Olahraga dan Sensasi Olahraga

2.2.1. Pengertian Olahraga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, olahraga berarti olah badan, gerak badan. Secara umum, olahraga berarti aktifitas untuk menjaga kondisi badan agar tetap dalam keadaan baik. Jadi, olahraga bertujuan ke dalam, yaitu untuk menjaga kebugaran tubuh yang berdampak pada kesehatan dan kesegaran jasmani yang akan menurunkan biaya perawatan kesehatan.¹⁴

Aktifitas olahraga erat kaitannya dengan aktifitas fisik manusia. Jadi, kebutuhan akan olahraga pada diri seseorang akan ditentukan berdasarkan kondisi dan kemampuan fisiknya.

2.2.2. Sensasi Olahraga pada Aktifitas Fisik

Sensasi berarti sesuatu yang mengharukan; atau menimbulkan perasaan tertentu sebagai efek/akibat dari sesuatu.¹⁵ Sensasi erat kaitannya dengan fungsi indrawi (sense). Sensasi juga dapat diartikan sebagai kehebohan, kegemparan atau perasaan baru yang lain dari biasanya.

Jadi, sensasi olahraga adalah sebuah perasaan yang muncul dari sebuah aktifitas olahraga, sebagai efek atau akibat dari aktifitas tersebut. Sensasi yang timbul adalah sensasi fisik, dan dapat berupa rasa lelah, segar, bugar, keluar keringat dan sebagainya. Sensasi tersebut dapat timbul melalui perlakuan tertentu yang diberikan pada bagian tubuh tertentu seperti pada kaki ketika berjalan, tangan ketika mengangkat barang dan lain sebagainya.

¹⁴ Direktur Jenderal Olahraga Prof. Drs. Toho Cholik Muthohir, MA.Ph.D dalam Rapat Dengar Pendapat (RDP) dengan Komisi VI DPR RI, 11 Juni 2001, di Jakarta. www.depdiknas.go.id

¹⁵ Kamus Bahasa Indonesia



Gambar 2.7. Aktifitas berjalan pada manusia, sumber : www.geocities.com/articles_2898

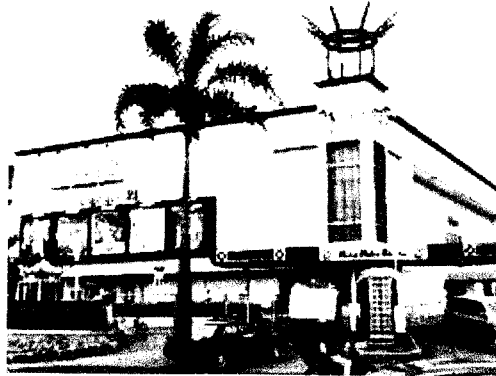
Bentuk aktifitas fisik dalam kehidupan sehari-hari yang dapat menimbulkan sensasi olahraga antara lain berjalan, berlari, bermain, membawa beban dan sebagainya.

Sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja dapat dicapai dengan memasukkan bentuk olahraga pada aktifitas berbelanja. Sehingga pada saat berbelanja, pengunjung secara tidak langsung sedang melakukan sebuah aktifitas olahraga dan dapat merasakan sensasi dari bentuk olahraga tersebut.

2.3. Tinjauan Umum Sport Mall

2.3.1. Fenomena Sport Mall

Dewasa ini, pertumbuhan Shopping Mall semakin banyak berkembang di berbagai tempat. Sehingga muncul adanya gagasan ide untuk mengembangkan Shopping Mall tematik, yaitu sebuah pusat perbelanjaan dengan tema atau warna tersendiri. Salah satu konsep yang ada sekarang ini adalah mall dengan tema olahraga atau biasa disebut Sport Mall.



Gambar 2.8. Mall kelapa gading, jakarta. *Sumber : dok. Pribadi*

Sport Mall yang ada sekarang ini juga memiliki keragaman konsep yang berbeda satu sama lain. Sebagai contoh, Sports Mall Kelapa Gading, Jakarta, mempunyai gagasan menggabungkan antara fasilitas perbelanjaan dengan fasilitas olahraga. Fasilitas berbelanja dimunculkan seperti mall pada umumnya. Aktifitas olahraga muncul dengan sebuah fasilitas olahraga, yaitu Basketball Arena dengan standar internasional dan rutin diadakan event olahraga berskala nasional seperti A Mild IBL, Kobanita dan sebagainya. Sehingga, pada Sports Mall Kelapa Gading, olahraga bola basket ditempatkan sejajar dengan pusat perbelanjaan karena keduanya sama-sama menjadi daya tarik dan mempunyai pangsa pasar tersendiri.

2.3.2. Pengertian Sport Mall

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai bentuk penggabungan antara pusat perbelanjaan dan olahraga.

Sport Mall yang dibahas disini adalah sebuah pusat perbelanjaan yang memasukkan aktifitas olahraga pada aktifitas berbelanja pada sebuah pusat perbelanjaan untuk menciptakan sensasi olahraga pada aktifitas berbelanja. Olahraga disini menjadi elemen yang melekat pada pusat perbelanjaan, sehingga aktifitas berbelanja harus bisa diwadahi dengan baik agar tujuan tersebut tercapai.

Sport Mall mempunyai fungsi utama yaitu sebagai pusat perbelanjaan. Tetapi dalam berbelanja pengunjung diharapkan dapat merasakan sensasi olahraga dalam berbelanja itu sendiri. Hal ini tidak menjadikan kerugian dalam sebuah pusat perbelanjaan karena Sport Mall tetap memperhatikan koridor keleluasaan dan kenyamanan dalam berbelanja. Apalagi segmen pasar dari shopping mal sebagian besar adalah kaum muda-mudi yang berjiwa dinamis.

2.3.3. Fasilitas pada Sport Mall

Dilihat dari fungsinya sebagai pusat perbelanjaan, sport mall tidak berbeda dengan shopping mall biasa. Sport mall mempunyai unsur-unsur dan karakter yang sama dengan shopping mall. Seperti layaknya sebuah shopping mall, Sport Mall pada dasarnya juga terdiri dari retail-retail dan koridor sebagai area sirkulasi. Pada Sport Mall juga terdapat fasilitas-fasilitas utama atau anchor yang sering dijumpai pada shopping mall, seperti :

- Sport Centre
- Department Store
- Supermarket
- Atrium
- Stationery and Book Shop
- Food Court dan Fast Food
- Children's Playground dan GameZone
- Electronic and Communication Centre

Menilik pada tema olahraga yang diangkat pada Sport Mall, maka fasilitas pendukung yang ada berkaitan dengan olahraga, seperti :

- Lapangan olahraga
- Jogging track
- Sport Centre
- dan lain-lain

BAB III

PEMBAHASAN

3.1. Berbelanja dan Berolahraga

Aktifitas utama pada sebuah Shopping Mall adalah berbelanja. Kegiatan tersebut erat kaitannya dengan aktifitas fisik manusia, sehingga dalam melakukannya akan menyita tenaga. Sama dengan aktifitas olahraga, yang juga merupakan sebuah aktifitas fisik. Dalam berbelanja, aktifitas fisik yang berlangsung adalah sebagai berikut :

- berjalan
- membawa barang belanjaan
- mendorong troli, dsb.

Diantara aktifitas diatas, berjalan menjadi aktifitas yang paling dominan atau paling banyak dilakukan. Sehingga aktifitas olahraga pada berbelanja lebih tepat diterapkan pada aktifitas yang paling banyak dilakukan yaitu aktifitas berjalan.



Gambar 3.1. Berjalan, aktifitas yang banyak dilakukan pada waktu berbelanja

Menurut berbagai penelitian, olahraga dapat meredakan ketegangan emosional yang disebabkan oleh beban kerja yang menumpuk, rasa cemas dan letih. Olahraga yang dilakukan sebaiknya olahraga ringan seperti jogging, senam atau berjalan-jalan kaki. Setiap

harinya, manusia membutuhkan 1500 – 2500 kalori. Untuk sebuah aktifitas olahraga yang ringan, membutuhkan $\pm 300 - 500$ kalori perhari.¹⁶

Aktifitas berjalan adalah aktifitas yang paling mudah dan paling baik untuk olahraga, dan sebaiknya dilakukan cukup intensif, yaitu sekitar 5000 langkah atau 3 km perhari. Jika tiap km bisa membakar sekitar 100 kalori, maka dibutuhkan 300 kalori tiap harinya untuk aktifitas berjalan.¹⁷

Sehingga bangunan Sport Mall harus mempunyai ruang sirkulasi yang panjang dan dibentuk sedemikian rupa, yang mampu menimbulkan sensasi berolahraga dengan aktifitas berjalan.

Pada shopping mal biasa, pengunjung yang berbelanja selalu diberi kebebasan dalam menentukan pola berbelanja. Setelah memasuki mal, pengunjung bebas menentukan untuk berjalan menyusuri koridor atau memasuki outlet-outlet. Shopping mall biasa juga menggunakan pola sirkulasi terbuka sehingga outlet dan aksesnya terlihat jelas terutama secara visual. Pengunjung juga dapat dengan mudah mendapati akses untuk keluar dari bangunan. Hal ini menyebabkan tiap pengunjung akan mendapatkan pengalaman atau perlakuan yang berbeda-beda dari bangunan terutama dalam efek fisik yang didapatkan. Sehingga pada Sport Mall diperlukan pola berbelanja yang berbeda demi mendapatkan sensasi fisik pada berbelanja pada tiap pengunjung.

Oleh karena itu, pada perancangan Sport Mall ini akan membahas tentang bagaimana menciptakan pola berbelanja yang dapat menimbulkan sebuah sensasi olahraga terutama pada aktifitas berjalan atau footwalk.

¹⁶ dirangkum dari artikel Prof. Hembing Wijayakusuma pada website www.cybermed.cbn.net.id/

¹⁷ dirangkum dari artikel pada website www.kapanlagi.com/a/kesehatan/

3.2. Identifikasi Ruang pada Bangunan

Pada sebuah shopping mall, hubungan ruang-ruang atau blok-blok fungsi dalam bangunan sangat penting dan harus bisa mengarahkan pengunjung dengan memberikan kejelasan identitas ruang pada pengunjung. Identifikasi disini berarti serumit apapun sebuah pola sirkulasi, pengunjung harus tetap dapat mengetahui pola atau irama dari organisasi ruang sehingga pengunjung mengerti dengan jelas arah tujuannya.

Identifikasi dalam organisasi ruang shopping mall ada 2 macam, yaitu :

- Identifikasi visual, yaitu kejelasan identitas ruang yang dapat ditangkap melalui visualisasi yang muncul pada elemen-elemen bangunan. Kejelasan visual dapat dicapai dengan permainan bentuk, warna, tekstur dan lain sebagainya.
- Identifikasi persepsi, yaitu kejelasan identitas ruang yang dapat ditangkap melalui persepsi yang umum berkembang pada bangunan. Kejelasan persepsi dicapai melalui penempatan ruang-ruang pada tempat yang selazimnya, seperti ruang parkir terletak di basement, game center dan entertainment area berada di lantai paling atas, dan sebagainya.

Sehingga alternatif desain yang diambil pada perancangan Sport Mall harus tetap memperhatikan koridor kejelasan dalam berbelanja.

3.2.1. Transformasi Pola Sirkulasi untuk Berbelanja dan Berolahraga

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa pola berbelanja menjadi elemen terpenting dalam mewujudkan sensasi olahraga pada bangunan. Maka diperlukan konfigurasi alur gerak yang berbeda

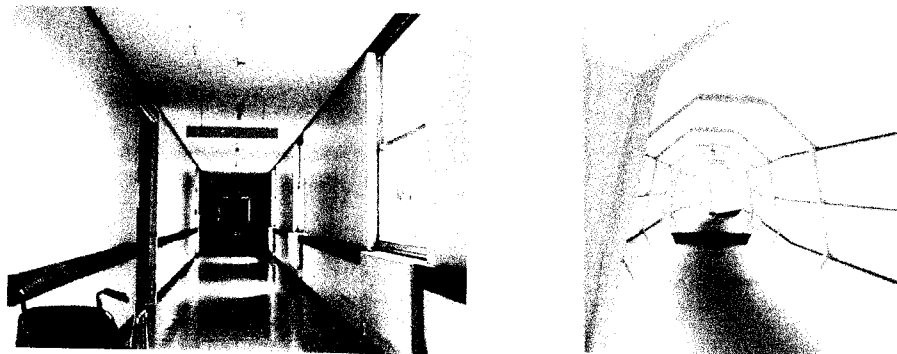
dibandingkan shopping mall pada umumnya tetapi tetap dalam koridor kejelasan, keleluasaan dan kenyamanan dalam berbelanja.

3.2.1.1. Pola Sirkulasi Horisontal

Pola sirkulasi utama dalam sebuah shopping mal adalah koridor, sebagai akses menuju retail, outlet, anchor dan fasilitas lainnya. Pada umumnya, shopping mal menggunakan pola sirkulasi horisontal yang terbuka, yang memberi kebebasan pada pengunjung. Namun, pada Sport Mall lebih menekankan pada pencapaian sebuah sensasi fisik yang didapat dari aktifitas berjalan, sehingga memiliki pola sirkulasi yang berbeda dari mal biasa.

Berdasarkan sifat dan karakter aktifitas berjalan sebagai aktifitas olahraga dan demi mendapatkan sensasi olahraga, maka koridor yang pada Sport Mall memiliki sifat dan bentuk sebagai berikut :

- koridor yang panjang, agar pengunjung menempuh jarak yang lebih jauh ketika melewati koridor
- tertutup, agar pengunjung tidak bisa dengan mudah keluar dari pola sirkulasi yang ada pada Sport Mall
- dinamis, tidak berkesan monoton, tidak menimbulkan kebosanan sesuai dengan karakter olahraga yang selalu bergerak.



Gambar 3.2. Koridor lurus dan koridor yang berbelok

Berdasarkan sifat diatas, maka bentuk dari sirkulasi pada Sport Mall dirancang dengan berbagai pertimbangan, yaitu

- koridor dibuat berkelok-kelok sehingga pengunjung akan menempuh jarak yang lebih jauh namun mengurangi kesan visual yang jauh, lihat gambar 13.
- entrance menuju ruang sirkulasi terletak berjauhan sehingga pengunjung akan 'tertahan' lebih lama dalam bangunan.

Tetapi, koridor yang dirancang tetap harus memperhatikan kenyamanan dan keleluasaan pengunjung dan menciptakan peluang yang sama bagi outlet-outlet.

3.2.1.2. Pola Sirkulasi Vertikal

Bentuk dari ruang sirkulasi seperti koridor, tangga dan ramp paling ditekankan untuk dapat menciptakan sensasi olahraga karena media tersebut adalah bagian bangunan yang berhubungan langsung dengan bagian tubuh yang menjadi sasaran yaitu bagian kaki. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, pola sirkulasi pada mal biasa selalu mengedepankan unsur kenyamanan, sehingga banyak menggunakan alat bantu mekanik seperti elevator/lift dan eskalator.

Pada Sport Mall, pola dan elemen-elemen sirkulasi vertikal juga menekankan pada pencapaian sensasi berolahraga pada pengunjung. Sehingga pada sirkulasi vertikal digunakan media berupa ramp dan tangga karena lebih memberikan efek fisik kepada pengunjung dari pada alat bantu mekanik. Untuk sirkulasi vertikal yang menghubungkan antar lantai bangunan digunakan ramp, dengan pertimbangan jarak yang lebih jauh akan ditempuh daripada menggunakan anak tangga. Pertimbangan yang lain adalah faktor kelelahan pengunjung, yang akan lebih rileks menggunakan ramp daripada tangga. Peletakan ramp tersebut harus memperhatikan aliran pengunjung, harus memperhatikan skenario atau susunan ruang-ruang. Sedangkan untuk perbedaan ketinggian lantai,

digunakan tangga dengan ketinggian anak tangga sebesar 15 cm, karena perbedaan ketinggian tersebut dirasa tidak terlalu besar.

3.2.2. Peletakan Outlet, Anchor dan Ramp

Seperti telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, yaitu bahwa shopping mall terdiri dari deretan outlet atau retail dengan beberapa anchor sebagai daya tarik. Sehingga peletakan retail dan anchor harus bisa membuat pengunjung merasakan sensasi olahraga ketika berbelanja.

Peletakan outlet dan anchor bertujuan untuk membagi konsentrasi pengunjung pada bangunan. Sehingga pengunjung dalam menjelajahi mall akan merasakan suatu pola penataan ruang dan membuat pengunjung tidak merasa jauh, bosan karena ruang-ruang yang hanya itu-itu saja (monoton).

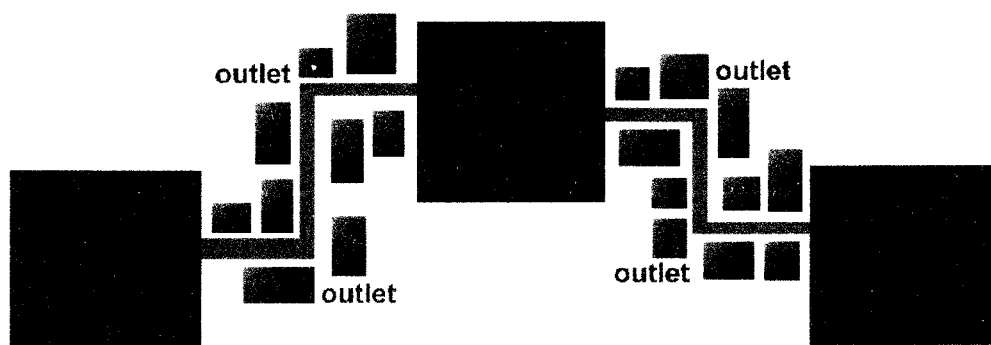
Seperti diuraikan pada tinjauan tentang shopping mall, peran anchor pada shopping mall adalah sebagai magnet atau daya tarik pengunjung. Pada Sport Mall, anchor akan diletakkan pada awal dan akhir atau ujung-ujung dari sebuah pola sirkulasi sehingga pengunjung akan bergerak antar-anchor dengan melewati pola sirkulasi yang didalamnya terdapat outlet-outlet. Dengan demikian, outlet-outlet akan memiliki peluang yang sama satu sama lain, karena akan dilalui pengunjung yang akan menuju anchor.

Anchor pada Sport Mall dapat berupa *major tenant* (penyewa utama) atau kelompok retail dengan jenis usaha yang sama. Dalam Sport Mall ini, ada beberapa jenis usaha yang layak disebut sebagai anchor pada mall, yaitu :

- Matahari Department Store (3 lantai) dan Matahari Supermarket
- Gramedia bookstore
- McDonalds

- Dunkin donuts
- Computer & Cellular Center, terdiri dari retail komputer, handphone dan sejenisnya
- Electronic and Music Center, terdiri dari retail alat elektronik, video, audio dan sejenisnya
- Game & Entertainment Centre, terdiri dari pusat permainan TimeZone, Kafe & bilyar.
- Bread & Coffee Shop, terdiri dari kedai roti dan minuman
- Sport & Equipment Center, terdiri dari retail peralatan dan perlengkapan olahraga
- Food Court Center, terdiri dari retail makanan siap saji dengan fasilitas ruang makan

Penataan outlet didasarkan pada bentuk ruang sirkulasi yang ada. Outlet akan berjajar mengikuti sebuah pola sirkulasi dengan anchor-anchor sebagai daya tarik yang ada pada ujung-ujungnya, sehingga sesuai dengan tuntutan shopping mall sebagai bangunan perdagangan; setiap outlet harus mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi.



Gambar 3.3. Peletakan outlet (retail) dan anchor-anchor

sumber : analisa

Dengan demikian, pengunjung akan berjalan dari anchor yang satu menuju anchor yang lain, melalui deretan retail-retail yang disusun menurut pola sirkulasi yang ada

3.2.3. Kejelasan pada Ruang

Kejelasan pada ruang adalah tingkatan kualitas ruang arsitektur, dengan menggunakan unsur-unsur pembentuk ruang yang dapat menceritakan atau memberikan kejelasan pada bangunan.

Menurut Francis D. K. Ching, unsur-unsur yang dapat menentukan kualitas ruang diantaranya sebagai berikut :

- warna
- tekstur
- pola
- bentuk
- proporsi

Pada sebuah bangunan dengan derajat ketertutupan yang tinggi, diperlukan kejelasan ruang sehingga pengguna akan dapat memahami pola maupun sistem bangunan dan dapat mengidentifikasi ruang-ruang.

Pada Sport Mall, dengan pola sirkulasi yang panjang dan tertutup akan sangat mungkin menimbulkan kebosanan bagi pengunjung. Untuk mengatasi kebosanan tersebut diperlukan kejelasan identitas ruang dengan menggunakan unsur-unsur tersebut sehingga pengunjung dapat memahami pola atau mengidentifikasi ruang-ruang yang dilewatinya. Pengunjung akan mengenali ruang-ruang yang ada pada alur sirkulasi sehingga tidak akan merasa bosan untuk berjalan jauh. Sehingga pada perancangan Sport Mall akan menggunakan unsur-unsur penentu kualitas ruang tersebut untuk mencapai tujuan diatas.

Pada area sirkulasi yang berfungsi untuk mengarahkan pengunjung, digunakan pendekatan tekstur dan warna berupa perbedaan pola lantai dan ketinggian lantai sehingga area sirkulasi tampak jelas dan mudah dikenali oleh pengunjung.

3.2.4. Sport Mall dan Area PKL sebagai Ruang Publik Kota

Seperti telah dijelaskan pada Bab I atau latar belakang, area pedagang kaki lima di Pemalang terlihat kurang tertata dengan baik dan jumlahnya cukup banyak sehingga fasilitas umum bagi PKL tersebut sangatlah diperlukan padahal PKL yang sudah ada selalu ramai dikunjungi. Fasilitas olahraga bagi publik maupun taman kota sangat sedikit jumlahnya. Sehingga perancangan Sport Mall juga memperhatikan berbagai aspek diatas.

Sebagai sebuah bangunan publik, Sport Mall dilengkapi dengan sarana pendukung yang diperuntukkan bagi publik. Sarana tersebut dapat berupa area pedagang kaki lima, sarana bermain, sarana olahraga dan sebagainya. Mall itu sendiri sudah merupakan bangunan publik dalam kerangka aktifitas berbelanja.

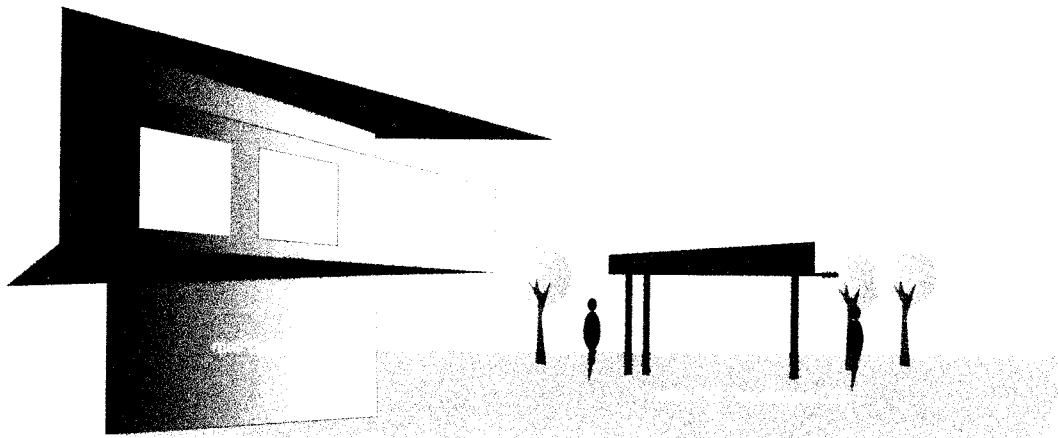
3.2.5. Bentuk Sport Mall

Pada Sport Mall terdapat aktifitas dalam ruang yaitu berbelanja dan aktifitas luar ruang seperti area PKL (sektor informal) dan juga aktifitas olahraga yang diwadahi dengan sarana olahraga. Oleh karena itu, bentuk dari mall seperti ini adalah bentuk Integrated Mall (mall terpadu).

Bangunan pusat perbelanjaan sebagai mal tertutup, dipadukan dengan area PKL dan sarana olahraga sebagai mal terbuka. Pada mal

terbuka, bertujuan untuk tetap mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

Area PKL dan sarana olahraga berfungsi sebagai respon terhadap fasilitas kota dan hanya sebagai fasilitas pendukung, sehingga perancangan Sport Mall ini tetap menitikberatkan pada perancangan bangunan. Namun, sistem atau pola sirkulasi pada area pendukung juga menerapkan sebuah pola sirkulasi untuk mendapatkan sensasi olahraga. Luas area pendukung tersebut adalah 20 % dari luas site, karena area pendukung lebih bersifat terbuka sehingga lebih terlihat pada kawasan keseluruhan.



Gambar 3.4. Sketsa bentuk mall, *sumber : analisa*

Pengaturan area PKL harus memperhatikan kepentingan aktifitas utama, yaitu berbelanja dalam mall sehingga pengaturannya adalah sebagai berikut :

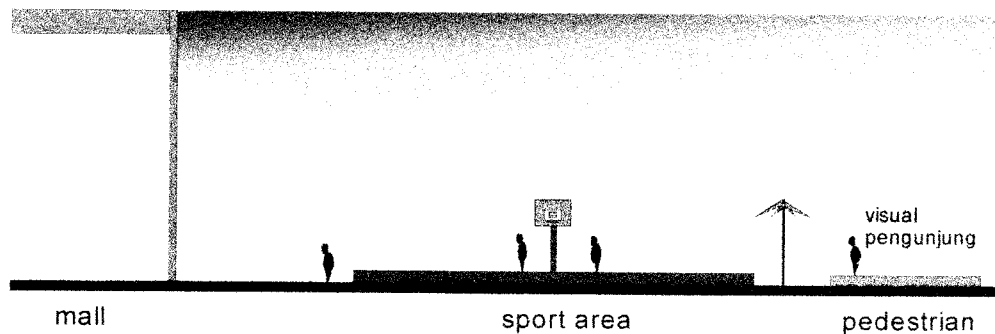
1. tempat usaha menempati ruang publik atau ruang luar namun tetap berhubungan erat dengan sarana pusat perbelanjaan formal.
2. jenis usaha dikelompokkan dengan pembagian zona-zona yang jelas, misal : area penjual makanan terpisah dengan area penjual mainan anak.

3. akses yang jelas bagi area informal agar area tersebut tidak terbengkalai dan dapat menjadi trade mark bangunan mall.

3.1.6. Visualisasi Karakter Olahraga pada Bangunan secara Keseluruhan

Bangunan Sport Mall erat kaitannya dengan aktifitas olahraga, sehingga dibutuhkan visualisasi karakter olahraga yang muncul pada bangunan ataupun kawasan. Dengan visualisasi olahraga tersebut, maka karakter bangunan akan kental dengan nuansa olahraga sehingga meskipun fungsi bangunan yang merupakan bangunan komersial, tetapi akan tampak jelas tema dari mall yaitu mall bertema olahraga (Sport Mall).

Pada shopping mall, mungkin terdapat fasilitas publik berupa sport centre dan sarana olahraga outdoor. Sehingga, untuk menghadirkan kesan olahraga secara visual pada bangunan dapat dicapai dengan cara pengolahan ruang-ruang luar dengan fungsi olahraga. Ruang luar dengan fungsi olahraga dapat diperlihatkan, diekspos atau diperluas agar kesan olahraga dapat dirasakan baik bagi pengunjung mall maupun bagi publik.



Gambar 3.5. Bangunan terintegrasi dengan fasilitas umum, seperti area PKL dan area olahraga,
sumber : analisa

Bagi pengunjung yang berada di dalam mall, visualisasi olahraga tidak menjadi hal yang penting, karena pengunjung yang berada di dalam mall sendiri sedang melakukan sebuah aktifitas olahraga. Jadi,

pengunjung dapat lebih merasakan sensasi olahraga ketika berada di luar dari bangunan dan melihat aktifitas ataupun sarana olahraga yang ada pada area di sekitarnya.

3.4. Rangkuman

Aktifitas utama pada berbelanja adalah berjalan (footwalk), sehingga rangsangan yang diberikan demi mendapatkan sensasi fisik dalam berbelanja paling tepat diterapkan pada aktifitas berjalan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah pola sirkulasi yang berbeda dari mal biasanya. Perlu diperhatikan juga pada peletakan outlet, anchor, ramp dan lain sebagainya sebagai pembentuk sebuah pola sirkulasi.

Tabel 3.1. Rangkuman penerapan elemen pada bangunan demi mendapatkan sensasi olahraga

	Penerapan pada bangunan demi mendapatkan sensasi olahraga
koridor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ koridor yang panjang, agar pengunjung menempuh jarak yang lebih jauh ketika melewati koridor ▪ tertutup, agar pengunjung tidak bisa dengan mudah keluar dari pola sirkulasi yang ada pada Sport Mall ▪ dinamis, tidak berkesan monoton, tidak menimbulkan kebosanan sesuai dengan karakter olahraga yang selalu bergerak
sirkulasi vertikal	menggunakan ramp, diletakkan di tengah bangunan agar pengunjung lebih banyak berjalan menuju ramp tersebut
anchor	anchor diletakkan di ujung-ujung sebuah pola sirkulasi sebagai daya tarik
outlet	outlet-outlet diletakkan sepanjang area sirkulasi yang ada
area PKL dan sarana olahraga	area PKL dan sarana olahraga terintegrasi dengan bangunan mall sebagai visualisasi karakter olahraga dan respon terhadap fasilitas perkotaan

sumber : analisa

BAB IV

KONSEP

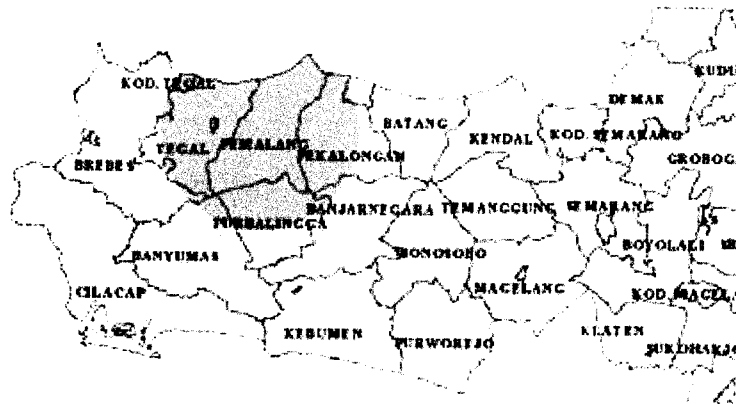
4.1 .Konsep Perencanaan

4.1.1. Konsep Pemilihan Site

Lokasi perencanaan sebuah Sport Mall disesuaikan dengan perannya sebagai bangunan perdagangan dan fasilitas kota, membutuhkan beberapa pertimbangan, seperti :

- Segi Perekonomian dan Perdagangan
Mempertimbangkan berbagai potensi bidang perekonomian dan perdagangan yang ada di daerah tersebut dan membandingkannya dengan daerah sekitarnya sebagai kecenderungan arah perencanaan kota.
- Segi Sarana dan Prasarana
Bangunan komersial memerlukan dukungan sarana dan prasarana seperti fungsi bangunan sekitar, tingkatan jalan, jaringan listrik dan lain sebagainya. Juga mempertimbangkan sarana dan prasarana yang sudah ada karena fungsi mall yang juga berfungsi sebagai fasilitas publik bagi kota.

Berdasarkan kriteria dan pertimbangan diatas, maka dipilihlah Kota Pemalang sebagai lokasi untuk perencanaan Sport Mall, karena potensi perekonomian dan kecenderungan kota yang berkembang seperti pada kota-kota di sekitarnya. Selain itu, fasilitas perdagangan kota Pemalang yang masih kurang memadai sehingga perlu adanya fasilitas baru yang lebih terencana.



Gambar 4.1. Peta Propinsi Jawa Tengah yang menunjukkan lokasi Kab. Pemalang,
sumber : www.jawatengah.go.id/

Pemilihan site pada perancangan Sport Mall, sebagai bangunan dengan fungsi perdagangan dan sebagai fasilitas publik kota merujuk pada beberapa kriteria, sebagai berikut :

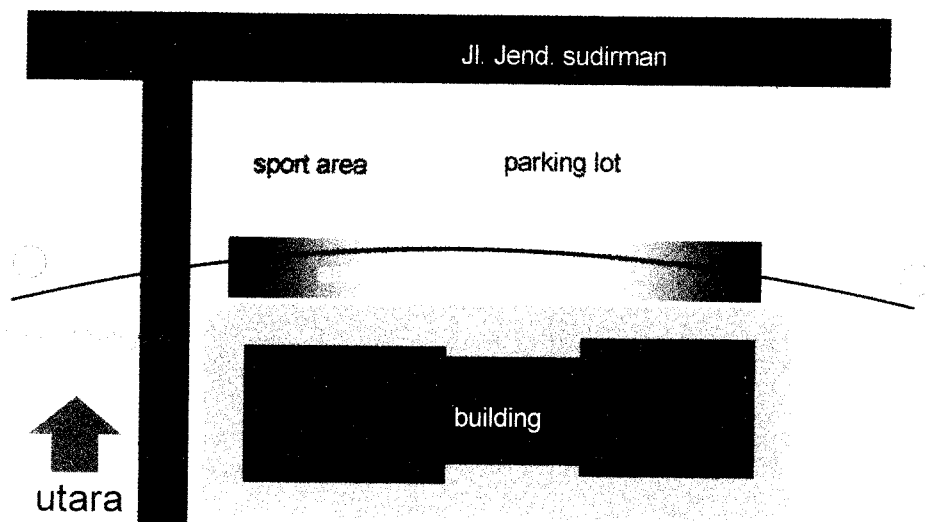
- Tata guna lahan, site dipilih berdasarkan tata guna lahan pada RUTRK Pemda Kota yang termasuk pada kawasan perdagangan yang potensial.
- Jaringan infrastruktur yang memadai, seperti kondisi bangunan sekitar, tingkatan kualitas jalan, serta sarana dan prasarana utilitas, drainase dan listrik.
- Potensi kawasan sebagai fasilitas publik kota, site harus dekat dengan kawasan dengan konsentrasi publik yang tinggi sehingga dapat benar-benar dimanfaatkan sebagai fasilitas bagi publik.

Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan kriteria diatas maka dipilih lokasi site di Jln. Jend Sudirman Timur, ± 3 km sebelah timur dari pusat kota.



4.1.2. Konsep Perencanaan Site

Lokasi site terletak di pertigaan antara Jl. Jend. Sudirman Timur dan Jl. Wahid Hasyim. Jalan utama terletak di depan bangunan sedangkan Jl. Wahid Hasyim merupakan jalan sekunder yang tidak terlalu ramai. Sehingga bangunan terletak memanjang, menghadap ke arah Jl. Jend. Sudirman.



Gambar 4.2. Sketsa organisasi perencanaan site

Sumber : analisa

Dengan site yang berada di sisi selatan dari jalan utama, maka orientasi bangunan diarahkan frontal atau menghadap jalan tersebut sehingga bentuk bangunan akan memanjang dari barat ke timur. Pertimbangan lain adalah menghindari sisi bangunan yang akan terkena sinar matahari.

Aliran pembuangan air atau drainase pada site diarahkan menuju saluran air (riol) kota yaitu di samping Jl. Jend. Sudirman.

Kawasan terdiri dari bangunan mall, taman parkir dan area pendukung yang berupa open space. Sehingga keseluruhan kawasan akan didominasi oleh area terbuka. Perhitungan Building Coverage Ratio

(BCR) pada kawasan adalah luas bangunan per luas site $\times 100 \% = 5036 \text{ m}^2 / 23825 \text{ m}^2 \times 100 \% = \pm 24 \%$. Dengan pertimbangan site yang terletak di Pemalang, dimana nilai jual tanah yang belum terlalu tinggi maka rasio tersebut dirasa masuk akal.

4.2. Konsep Perancangan

Pada bangunan utama, yaitu bangunan Shopping Mall, konsep perancangan akan merujuk pada pembahasan konsep yang telah dikemukakan pada Bab III.

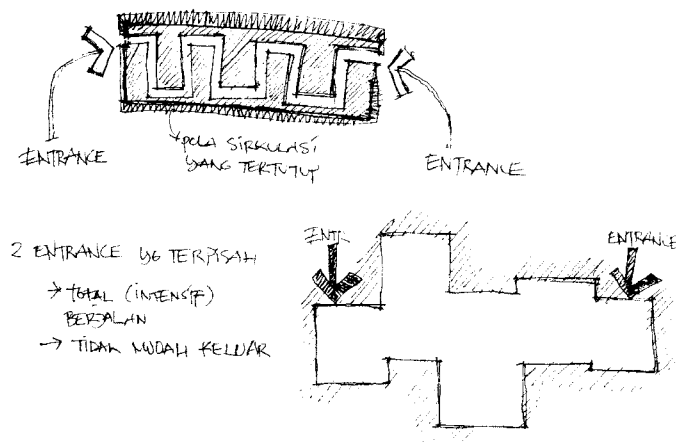
4.2.1. Peletakan koridor, outlet, anchor dan ramp pada mall

Outlet-outlet akan disusun dengan memaksimalkan space untuk sirkulasi (koridor) sehingga sistem sirkulasi menjadi lebih tertutup. Dengan tuntutan koridor yang panjang dan jauh, tetapi tidak menimbulkan kebosanan dan kesan jauh bagi pengunjung yang berjalan maka koridor dirancang selalu berkelok-kelok. Bentuk koridor seperti ini tetap memiliki jarak yang panjang, namun pengunjung memiliki keterbatasan jarak pandang sehingga tidak berkesan jauh daripada bentuk koridor yang lurus.

kebosanan dan kesan jauh bagi pengunjung yang berjalan maka koridor dirancang selalu berkelok-kelok. Bentuk koridor seperti ini tetap memiliki jarak yang panjang, namun pengunjung memiliki keterbatasan jarak pandang sehingga tidak berkesan jauh daripada bentuk koridor yang lurus.

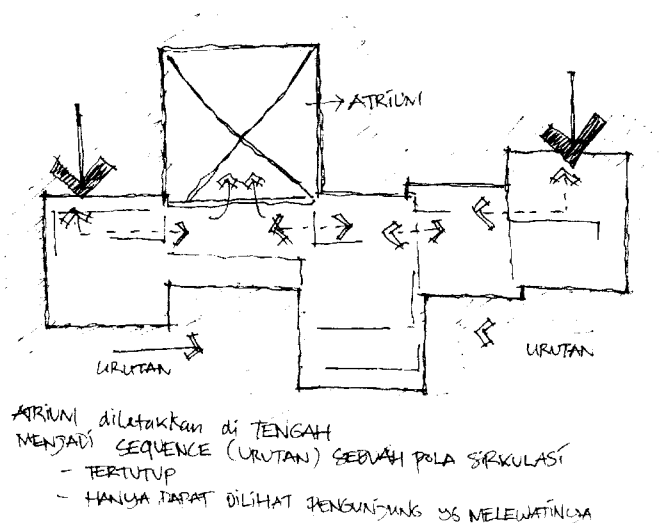
Dengan desain koridor dan outlet yang berliku-liku tersebut, maka pengunjung akan merasa lelah dan tersita energinya. Sebagai pertanggungjawaban desain, maka diletakkan ruang-ruang istirahat berupa ruang duduk (lounge) di titik tertentu sehingga pengunjung bisa berhenti sejenak sewaktu-waktu.

Dengan tuntutan mall yang tertutup, maka entrance bangunan diletakkan saling berjauhan satu sama lain, sehingga setelah memasuki mall pengunjung akan intens dalam sebuah pola sirkulasi dan tidak mudah untuk keluar begitu saja. Entrance bangunan ada 2 (dua), diletakkan di ujung barat dan timur bangunan dan keduanya merupakan entrance utama.



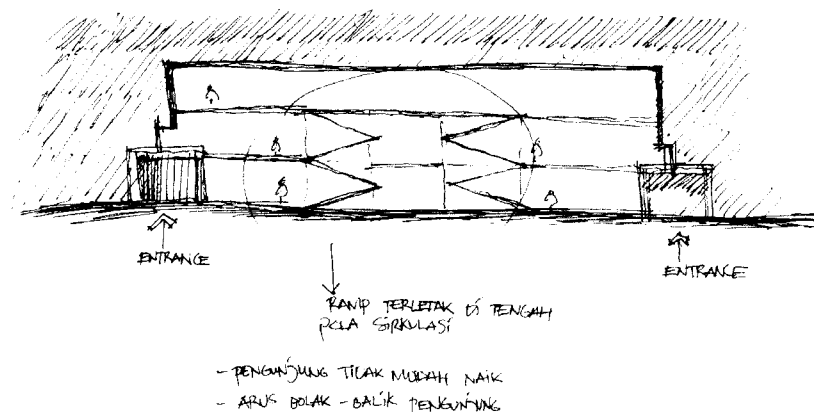
Gambar 4.4. Konsep peletakan entrance, sumber: analisa

Anchor atau magnet ditempatkan di awal dan di akhir dari sebuah pola sirkulasi sehingga pengunjung akan bergerak menuju magnet dengan melewati pola sirkulasi yang ada. Magnet utama, yaitu Matahari Supermarket dan Department Store diletakkan di tengah agar memudahkan akses bagi pengunjung yang hanya ingin berbelanja disitu. Tetapi pengunjung tersebut tetap harus melewati koridor yang berliku hanya saja tidak sejauh pengunjung lain yang akan 'total' dalam menjelajahi mall. Atrium – yang pada mall biasa sangat bersifat terbuka – pada Sport Mall diletakkan di tengah bangunan sehingga kesan bangunan yang tertutup dapat dipertahankan.



Gambar 4.5. Peletakan atrium pada Sport Mall, sumber: analisa

Sebagai elemen sirkulasi vertikal, ramp diletakkan berjauhan dengan pintu masuk bangunan. Hal ini dilakukan agar pengunjung tidak langsung menemukan akses menuju lantai atas setelah memasuki bangunan. Sehingga bagi pengunjung, sebelum naik ke lantai 2 lebih dulu mengalami pola sirkulasi yang ada.



Gambar 4.6. Peletakan ramp pada bangunan, sumber: analisa

Panjang koridor pada Sport Mall harus memperhatikan parameter fisik dalam rancangannya. Sehingga ditentukan panjang koridor tiap lantai ± 300 m. Dengan jumlah lantai mall yang sebanyak 3 lantai + lower ground, maka untuk menjelajahi mall lewat koridor yang ada (tanpa memasuki outlet-outlet), pengunjung menempuh jarak sejauh ± 1000 m. Sedangkan pada tiap km-nya, manusia menghabiskan 100 kalori. Sehingga apabila seseorang pengunjung hanya berjalan-jalan di koridor mall saja pengunjung tersebut minimal mengeluarkan energi sebesar 100 kalori.

Segmentasi dagang dalam Sport Mall memperhatikan kelas-kelas pengunjung yang datang. Sebagai parameternya digunakan kelas usia karena semakin tua usia seseorang maka kualitas fisiknya juga akan semakin berkurang. Pada lantai 1, pengunjung belum merasakan sensasi olahraga yang diterapkan pada bangunan karena panjang koridor yang belum terlalu panjang. Sehingga pada lantai 1 ditempatkan magnet dan retail untuk kelas pengunjung segala usia. Pada lantai 2, dimana sensasi olahraga yang masih cukup ringan mulai dirasakan oleh pengunjung karena pengunjung diharuskan melewati ramp akan ditempatkan magnet

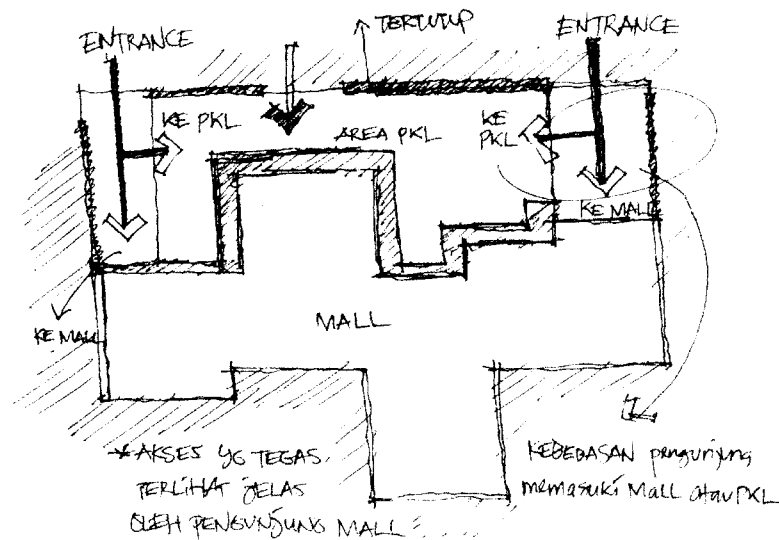
dan retail untuk kelas pengunjung segala usia. Karena disini semua pengunjung diharapkan merasakan sensasi olahraga tersebut walaupun hanya sedikit. Pada lantai 3, dimana sensasi olahraga paling terasa bagi pengunjung ditempatkan kelas dagangan bagi usia muda atau remaja. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa pengunjung yang datang sebagian besar adalah kaum muda-mudi yang masih memiliki kualitas fisik yang lebih prima.

Secara umum, klasifikasi dagangan per lantai bangunan pada Sport mall adalah sebagai berikut :

- Ground Floor : Matahari supermarket, Gramedia
- 1st Floor : Department Store (ladies), fast food, retail umum,dll
- 2nd Floor : Department Store (ladies&kids), retail umum, computer & cellular center, electronic &music
- 3rd Floor : Food Court Cafe, Billiards, Coffee Shop, Game Center (timezone), Sport Center.

4.2.2. Penataan Area Pedagang Kaki Lima

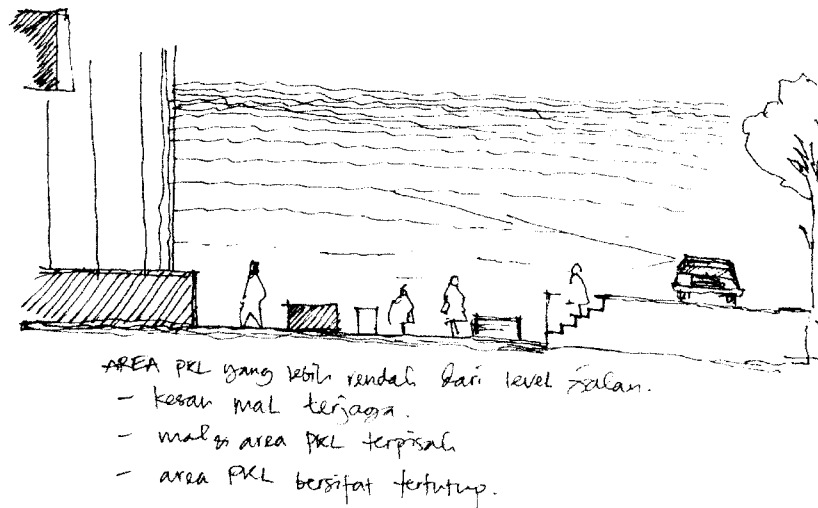
Area PKL diletakkan di depan bangunan utama, dengan pertimbangan bahwa area ini juga dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung dan trade mark bagi shopping mall. Entrance menuju area PKL diletakkan berdekatan dengan 2 (dua) gate atau gerbang pintu masuk mall. Sehingga pengunjung pada saat akan memasuki mall dapat melihat area PKL yang ada sehingga memberikan kebebasan bagi pengunjung untuk berbelanja.



Gambar 4.7. Konsep penataan area PKL, sumber: analisa

Pada area PKL, koridor yang digunakan tetap menggunakan konsep utama yaitu bentuk koridor yang dapat menimbulkan sensasi olahraga. Area sirkulasi pada area PKL akan berliku-liku, dengan diselingi ruang-ruang duduk yang menyatu dengan koridor tetapi dapat memberi batas daerah dengan perbedaan ketinggian.

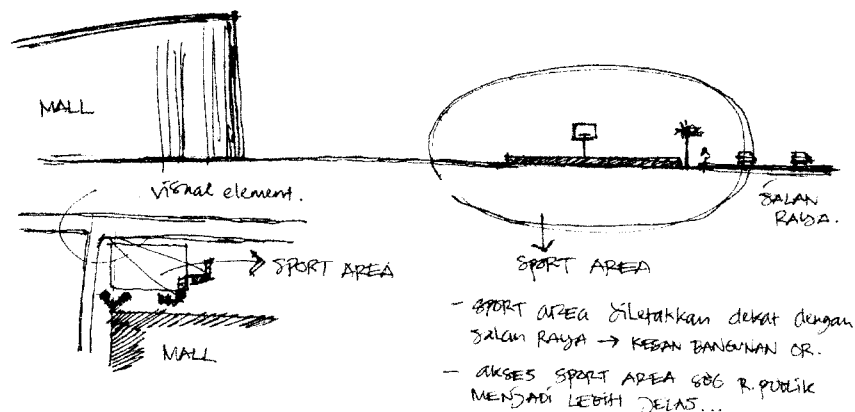
Area PKL juga bersifat tertutup, sehingga pengunjung bisa intens menjelajahi area PKL tanpa terpecah konsentrasinya. Sehingga kawasan PKL, diletakkan ± 2 m lebih rendah dari level lantai mall dan jalan di sekitarnya. Level yang lebih rendah juga dimaksudkan untuk menghindari kesan kumuh yang mungkin timbul pada area PKL, sehingga image mall sebagai bangunan perdagangan yang representatif tetap terjaga.



Gambar 4.8. Area PKL yang lebih rendah dari jalan, sumber: analisa

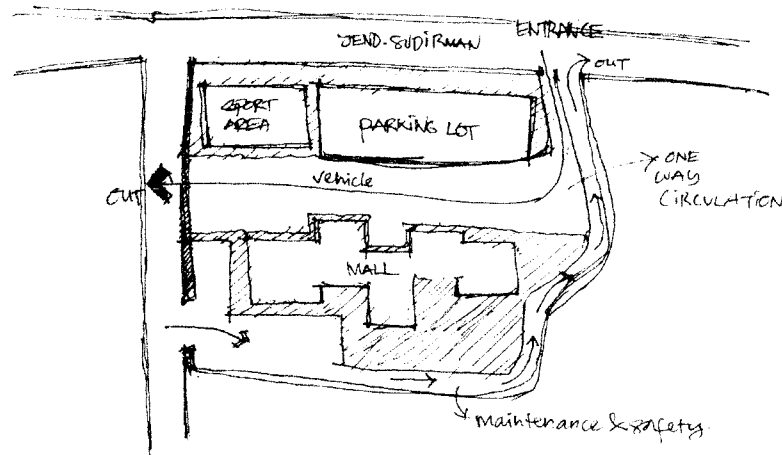
4.2.3. Visualisasi Karakter Olahraga pada Bangunan

Pada site, ditempatkan sarana olahraga berupa lapangan bola basket sebagai visualisasi olahraga pada bangunan. Lapangan basket ditempatkan pada sebelah utara kawasan agar kesan olahraga pada bangunan tampak dari jalan. Area olahraga tersebut juga diekspos dengan meminimalisasi vegetasi pada area tersebut sehingga area olahraga secara visual tampak jelas.



Gambar 4.9. konsep visualisasi karakter olahraga pada bangunan, sumber: analisa

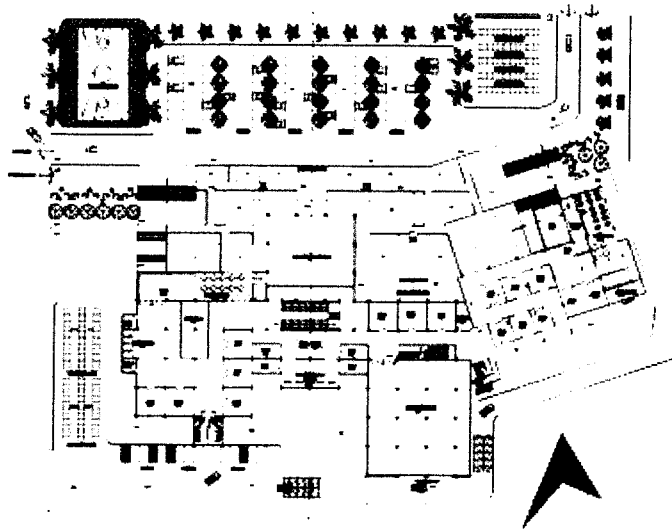
4.3. Konsep Pengolahan Ruang Luar



Gambar 4.10. Konsep sirkulasi dalam kawasan, sumber: analisa

Proses sirkulasi pada kawasan akan menggunakan sirkulasi yang linier (one-way circulation), dengan pintu masuk dan keluar yang terpisah satu sama lain dengan pertimbangan kontrol kendaraan dan menghindari antrian kendaraan apabila menggunakan sirkulasi dua arah. Area parkir diletakkan di bagian terluar dari kawasan dan menggunakan konsep taman parkir, sehingga pengunjung dapat menikmati rangkaian perjalanan berbelanja dari luar bangunan (area PKL) sampai ke dalam bangunan (shopping mall).

Pembentukan massa bangunan akan merespon terhadap bentuk site dan mempertimbangkan fungsi-fungsi ruang luar yang dilingkupi oleh bangunan. Bentuk massa bangunan akan memanjang dari barat ke timur, dengan perubahan bentuk di bagian timur. Hal itu dimaksudkan untuk merespon pola sirkulasi kendaraan dan menampilkan kesan bangunan yang lebih dinamis.

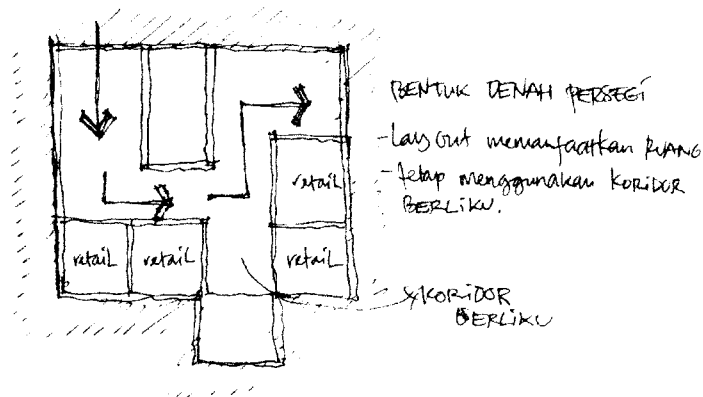


Gambar 4.11. Konsep pengolahan ruang luar, sumber: analisa

4.4. Konsep Pendukung

4.4.1. Denah

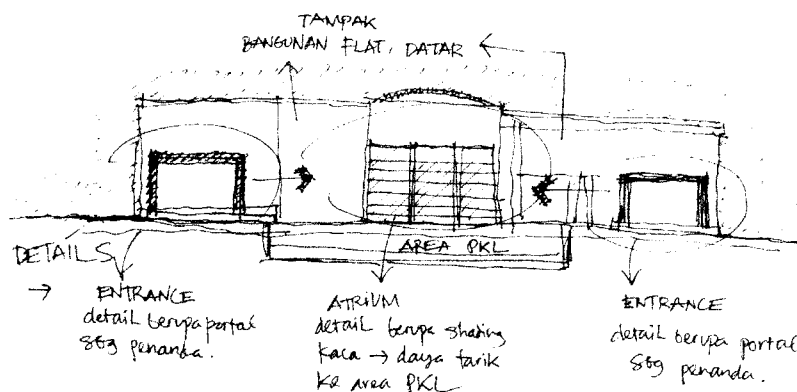
Bentuk denah mengacu pada pola sirkulasi yang ada, dimana terdiri dari blok-blok bangunan yang berbentuk *square* atau persegi. Hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan atau efisiensi ruang-ruang yang terdiri dari koridor dan retail. Bentuk denah tiap blok disusun dengan layout yang berbeda satu sama lain agar memudahkan pengunjung untuk mengidentifikasi blok-blok bangunan.



Gambar 4.12. Konsep denah, sumber : analisa

4.4.2. Tampak bangunan

Seperti bangunan perdagangan pada umumnya, bangunan memiliki penampilan yang menarik, yang mengundang pengunjung untuk datang dan berbelanja. Pada Sport Mall, tampak bangunan akan didominasi oleh elemen yang datar, flat dengan detail-detail yang ada pada titik tertentu seperti pada kedua entrance dan atrium. Detail-detail tersebut berupa portal-portal sebagai penanda pintu masuk dan akan tampak mencolok dibandingkan dinding sekitarnya yang flat dan dipenuhi banner iklan.



Gambar 4.13. Konsep tampak bangunan, sumber : analisa

Pada atrium, bagian luar dilengkapi dengan detail-detail berupa shading horisontal yang berulang-ulang, sebagai daya tarik bagi pengunjung untuk menuju ke area PKL (informal).

4.4.3. Struktur dan Material Bangunan

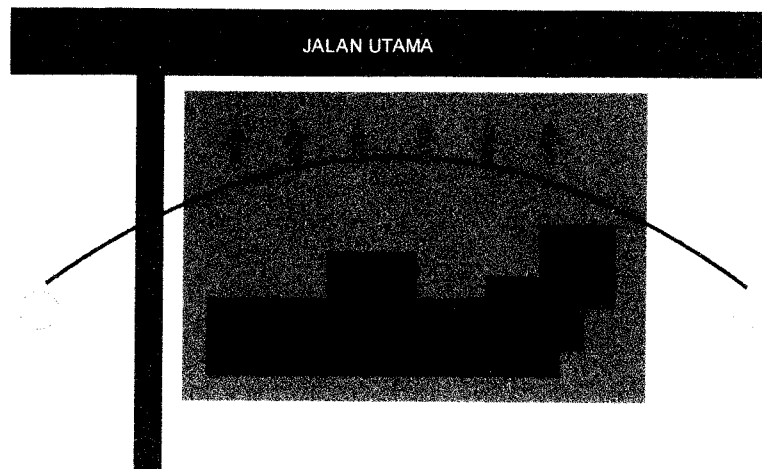
Struktur bangunan akan menggunakan struktur yang kuat, aman, tahan lama dan low maintenance. Oleh karena itu, pada struktur utama menggunakan struktur rangka beton yang sering dijumpai pada bangunan shopping mall lainnya. Pada struktur atap digunakan atap dengan kemiringan 5° dengan konstruksi baja portal, dimaksudkan untuk menghindari kebocoran atau rembesan air yang kerap terjadi pada atap beton. Keunggulan atap jenis ini juga memiliki bentang yang cukup lebar yaitu mencapai 24m.

Struktur pada elemen sirkulasi vertikal seperti ramp menggunakan struktur yang terpadu dengan struktur utama, yaitu dengan penyangga balok2 beton.

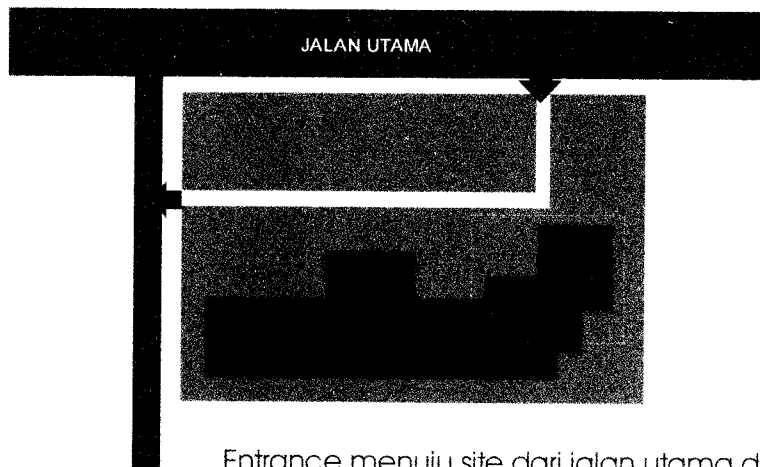
BAB V PENGEMBANGAN DESAIN

Desain Skematik

konsep perencanaan site



Orientasi bangunan menuju jalan utama
Drainase dialirkan ke riol kota di Jl. Jend Sudirman



Entrance menuju site dari jalan utama dan keluar ke jalan sekunder
Bentuk massa yang dinamis untuk merespon pengunjung yang datang

desain skematik
pemalang sport mall

berbelanja dan berolahraga

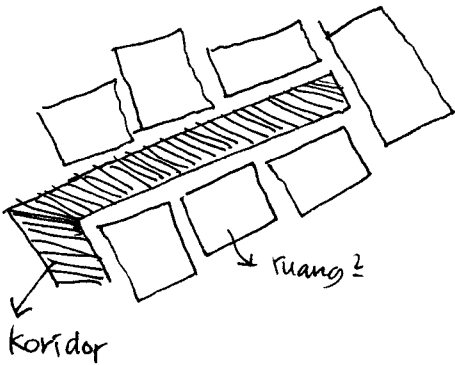


Gambaran Aktifitas Berbelanja.

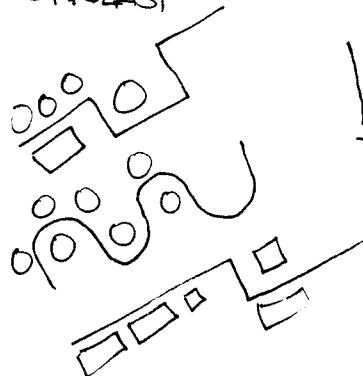
BERJALAN SEBAGAI AKTIFITAS UTAMA

* BERJALAN di MALL → SENSASI OLAHRAGA

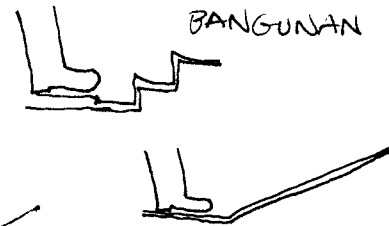
RUANG² PEMBENTUK AKTIFITAS



BENTUK POLA SIRKULASI

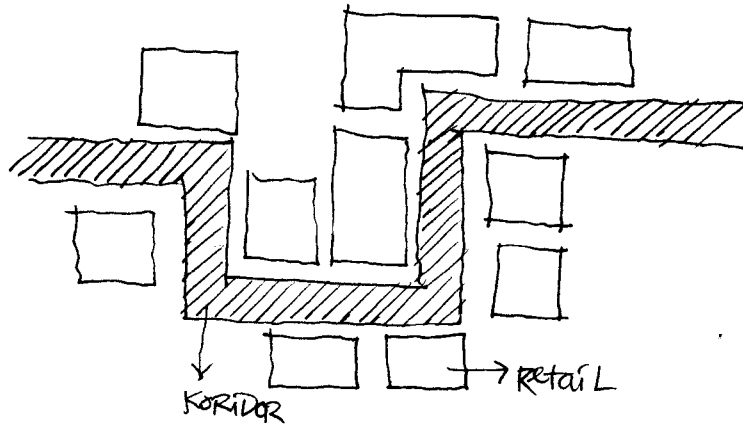


ELEMEN SIRKULASI BANGUNAN



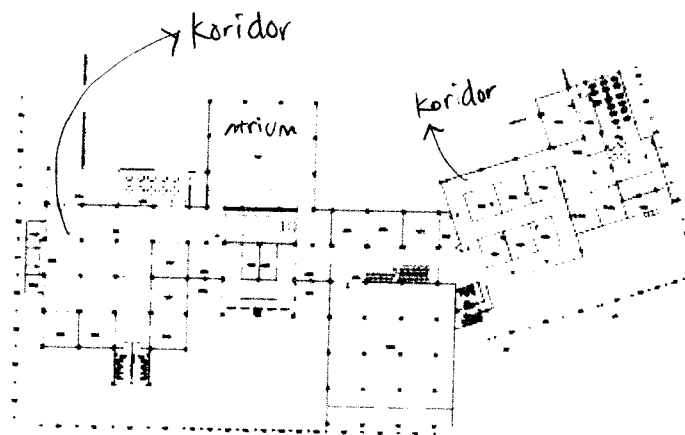
desain skematik pemalang sport mall

bentuk pola sirkulasi



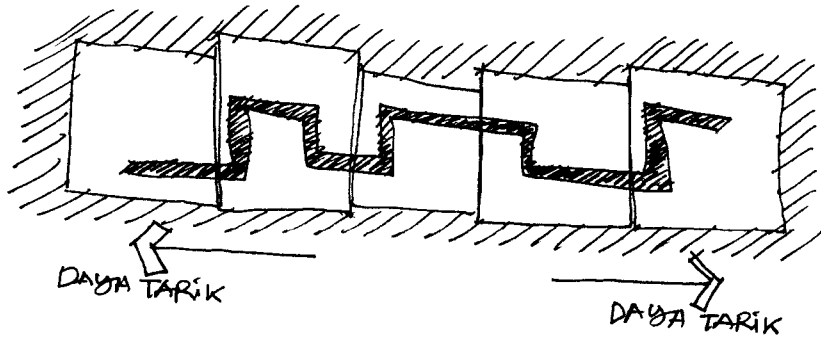
- BERLIKU, BERBELOK
- PANJANG, TERTUTUP.

RETAIL
ditata sepanjang koridor

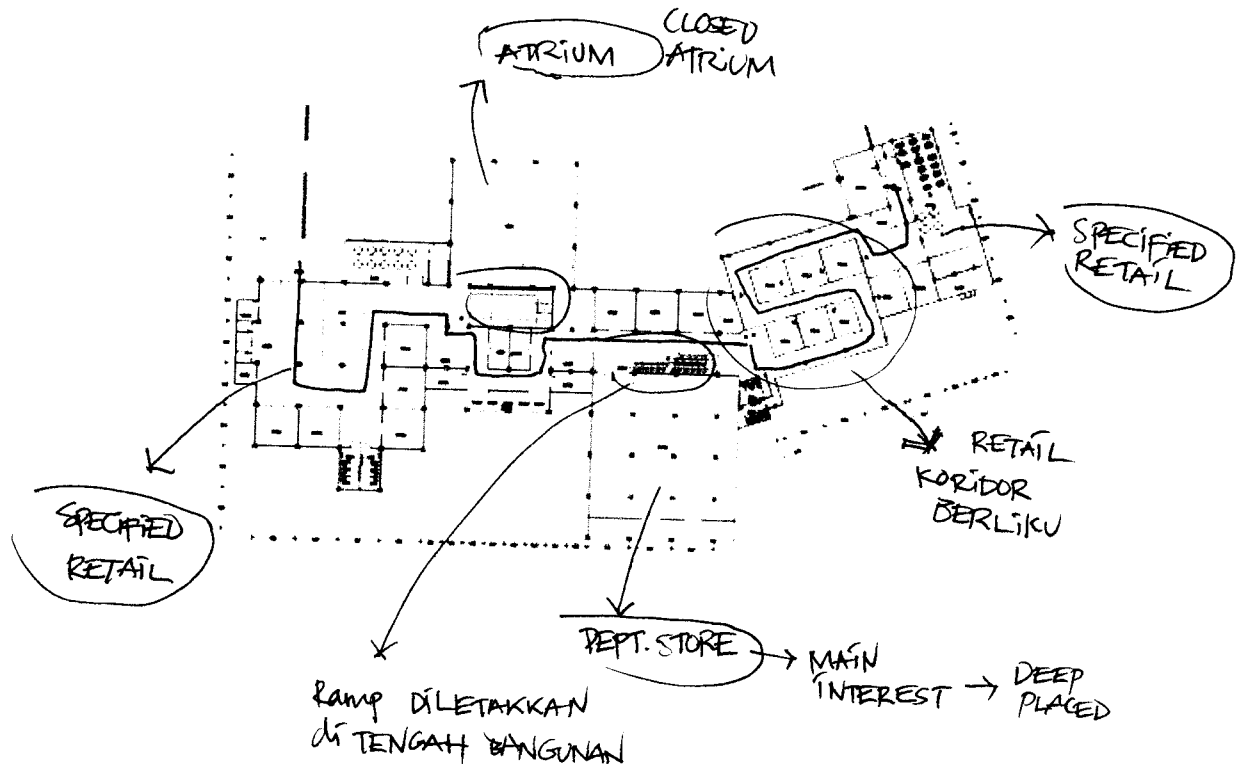


desain skematik
pemalang sport mall

peletakan elemen ruang bangunan

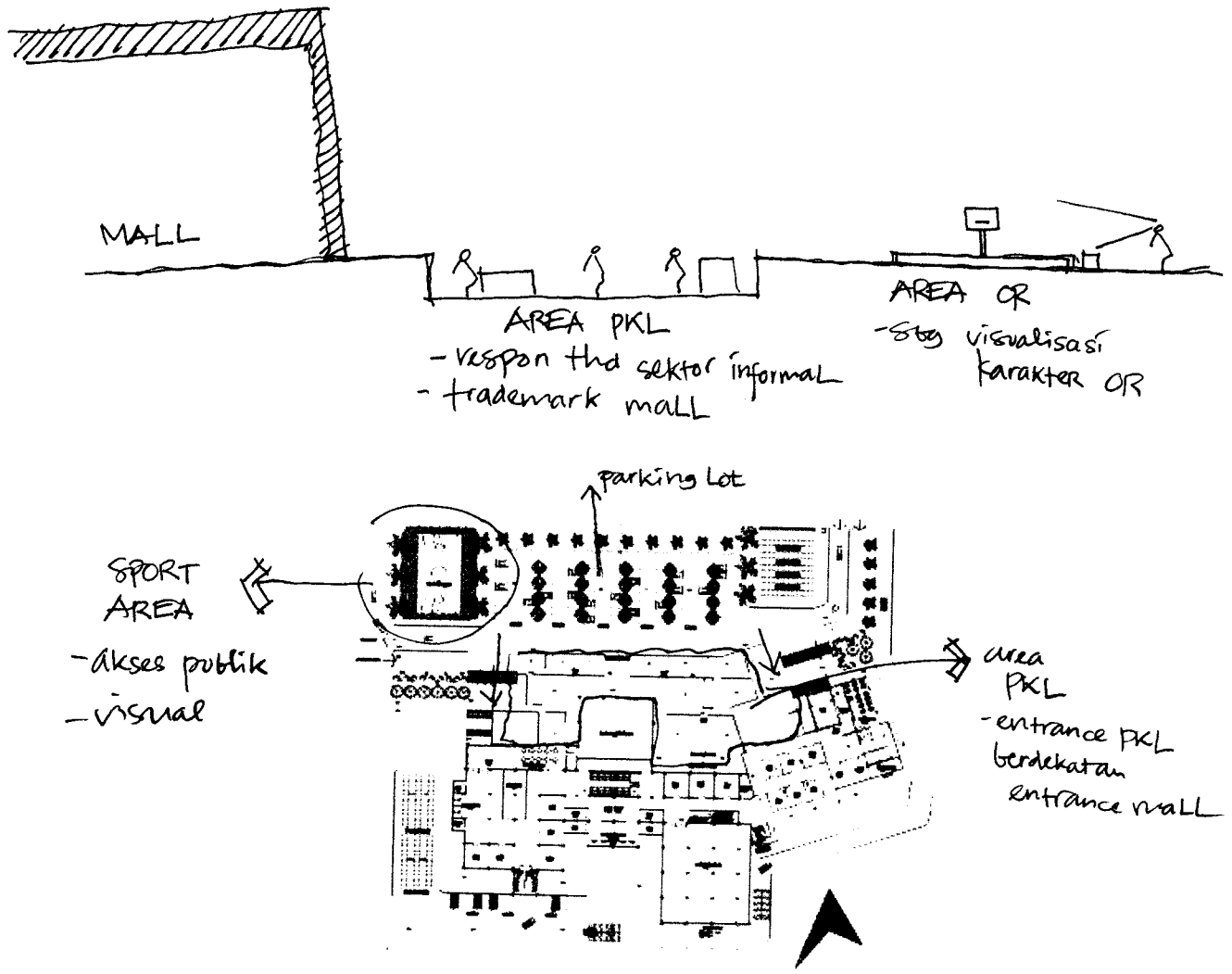


DAYA TARIK pada MALL ditata agar PENUNJUNG MENGIKUTI ALUR TERTENTU.



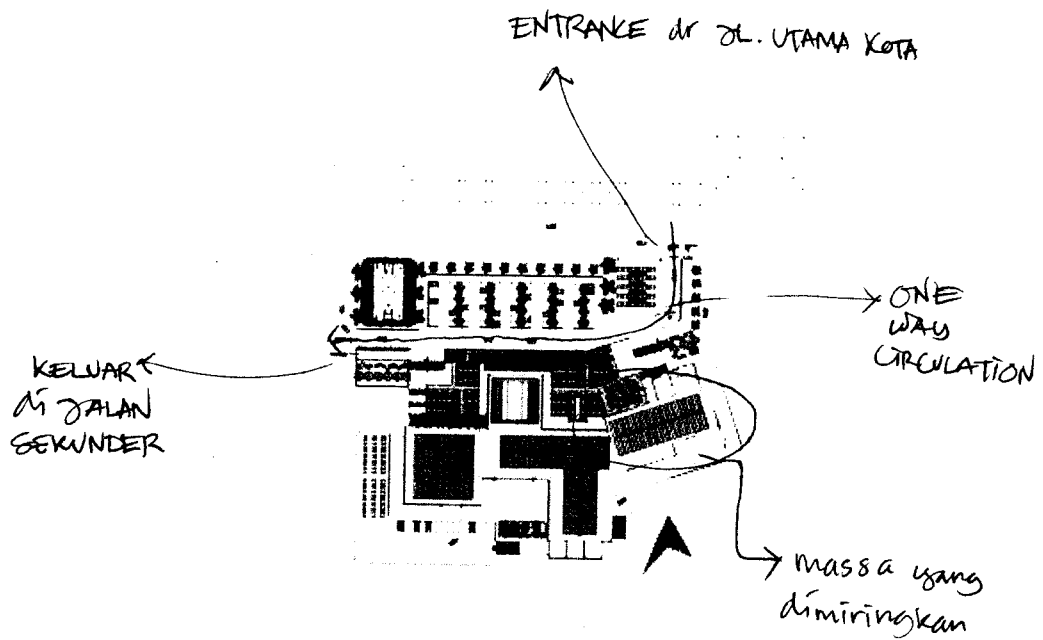
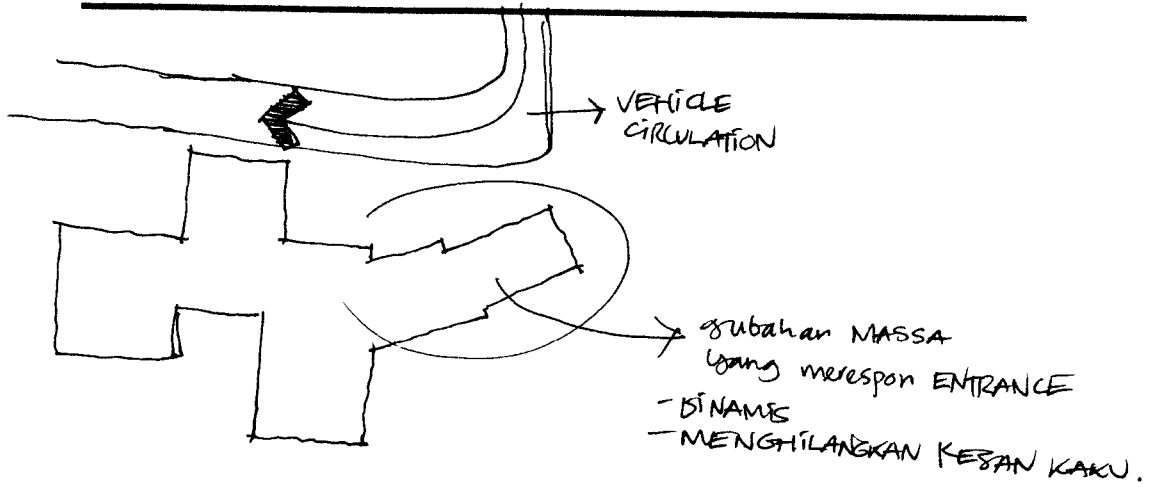
desain skematik pemalang sport mall

area PKL dan sarana olahraga



desain skematik pemalang sport mall

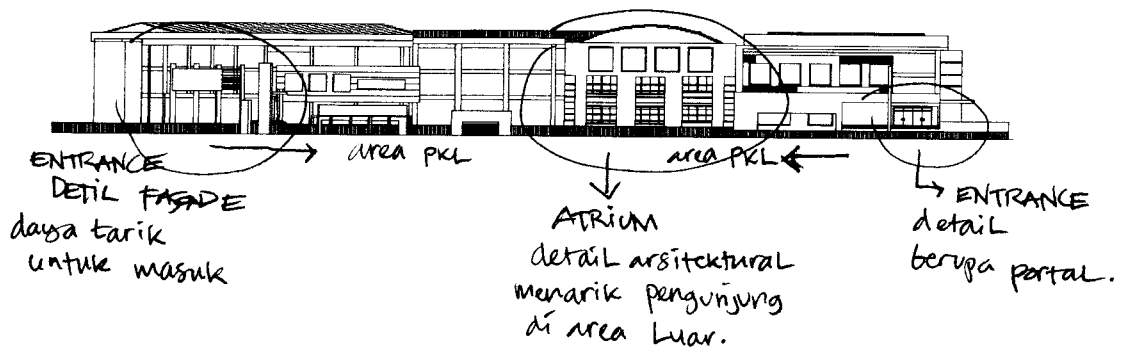
pengolahan ruang luar



desain skematik pemalang sport mall

konsep pendukung

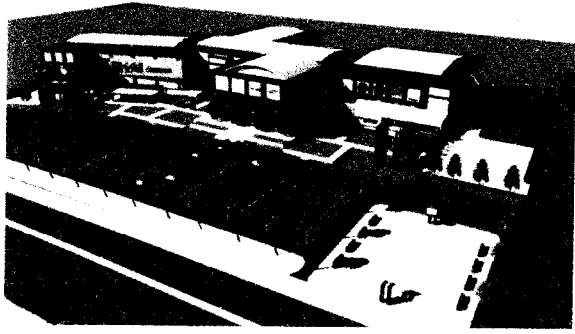
- TAMPAK BANGUNAN
Flat, datar, Ekspos struktur.



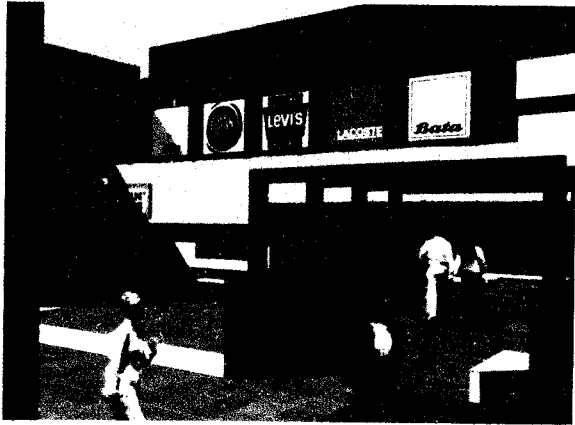
desain skematik
pemalang sport mall

LAMPIRAN

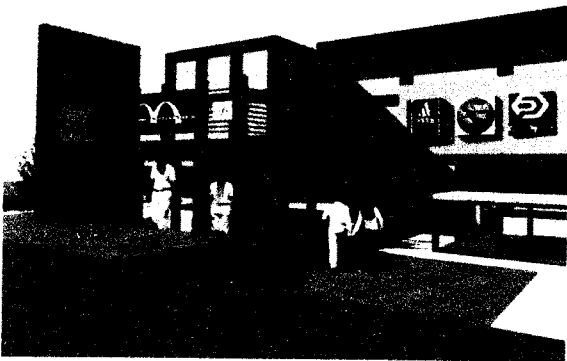
Hasil Perancangan



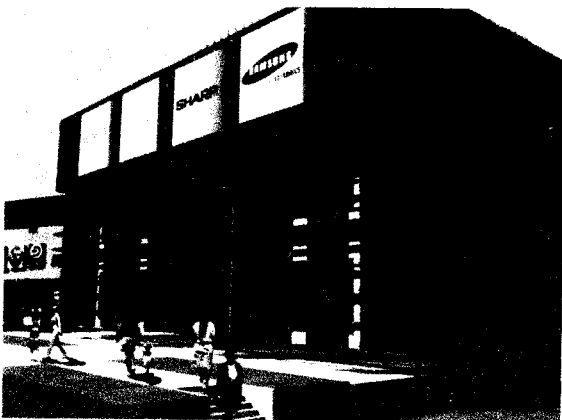
VIEW KAWASAN _____
BANGUNAN TERINTEGRASI DENGAN AREA PKL DAN
AREA OLAHRAGA



WEST ENTRANCE GATE _____
DETAIL FASADE BERUPA PORTAL-PORTAL SEBAGAI
DAYA TARIK ENTRANCE (PENANDA)



EAST ENTRANCE GATE _____
DETAIL FASADE BERUPA PORTAL SEBAGAI DAYA
TARIK ENTRANCE (PENANDA)



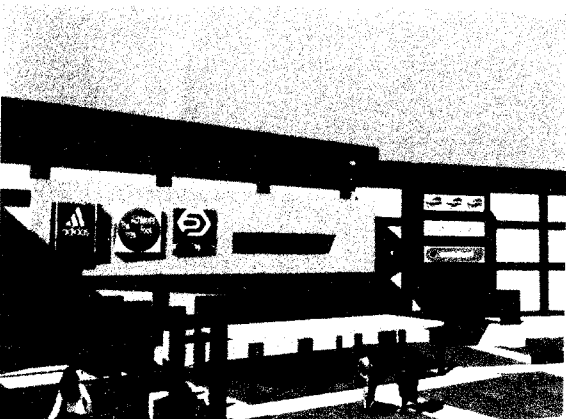
OUTSIDE THE ATRIUM _____
DETAIL FASADE BERUPA SHADING HORIZONTAL
SEBAGAI DAYA TARIK KE AREA PKL



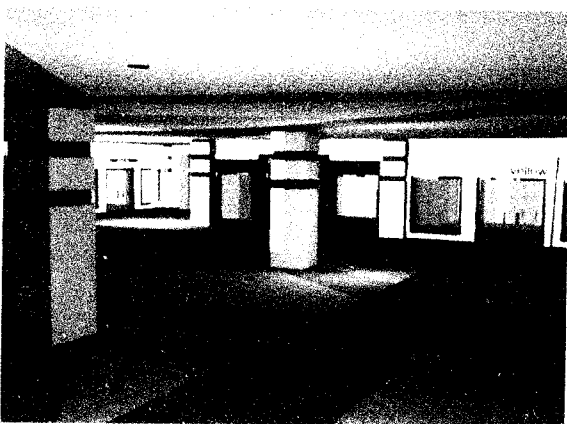
PEDESTRIAN PATHWAY
DARI PINTU MASUK, PEMISAHAN PESALAN KAKI
DENGAN SIRKULASI TERSENDIRI.



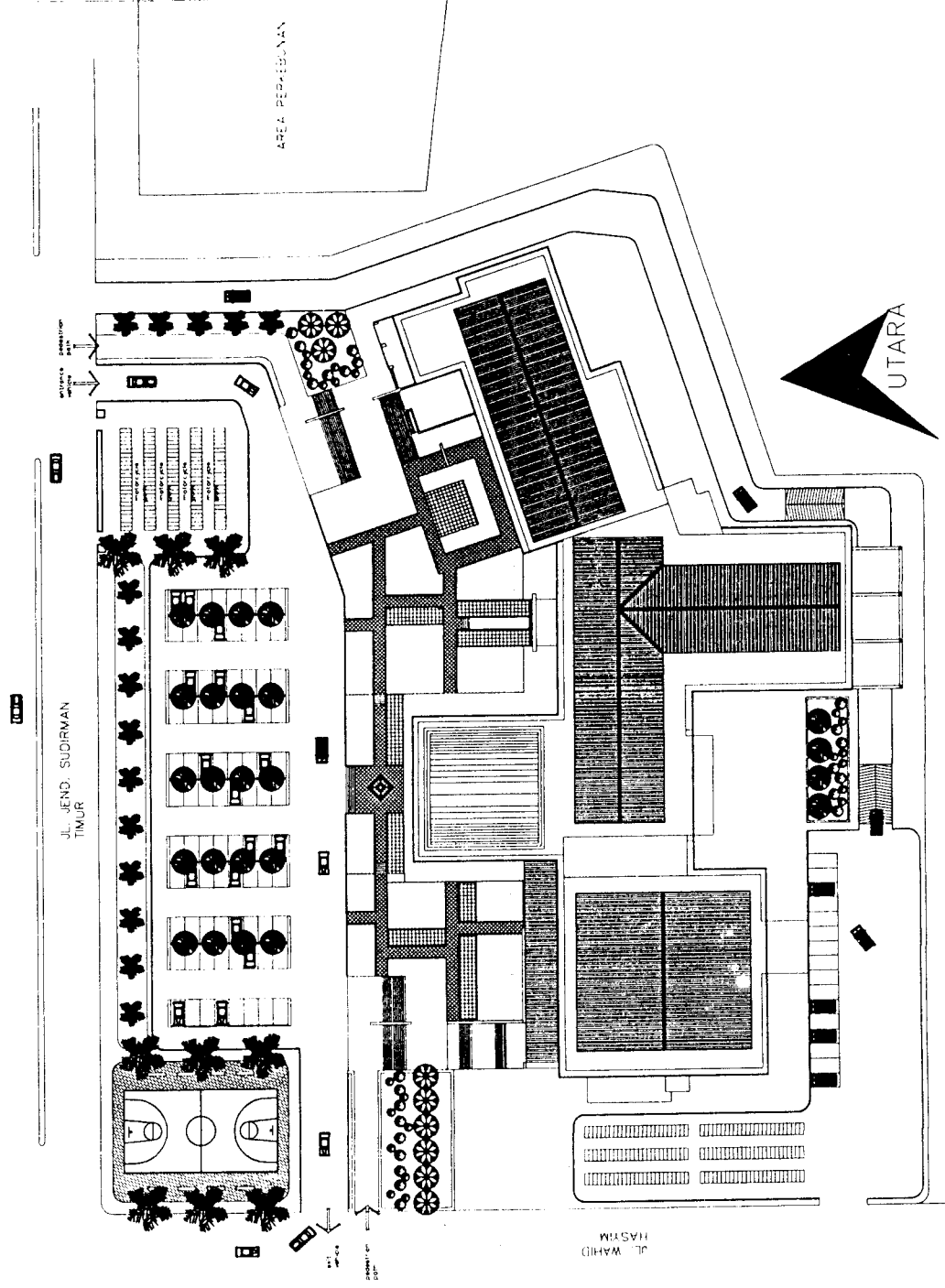
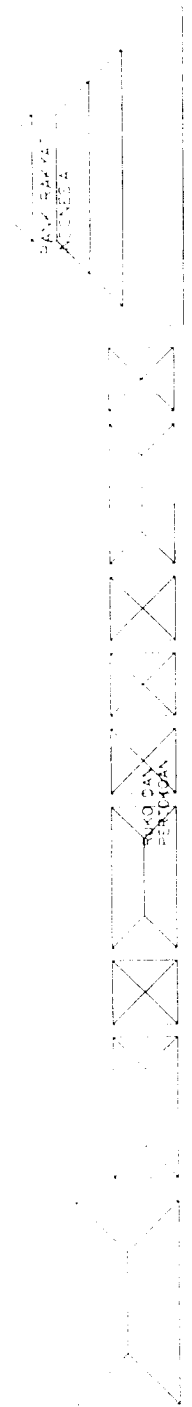
SPORT AREA
SEBAGAI RUANG PUBLIK, DILETAKKAN LEBIH DEKAT
DENGAN JALAN → AKSES UG MUDAH BAGI PUBLIK.



AREA PKL
AKSES KE AREA PKL TERLIHAT JELAS SEBELUM
PENGUNJUNG MEMASUKI MALL.



INTERIOR
RUANG YANG LUAS, NAMUN MENGGUNAKAN POLA
LANTAI IKAR PENGUNJUNG BERJALAN SESUAI ALUR



JL. JEND. SUDIRMAN
TIMUR

AREA PERKEBUNAN

UTARA

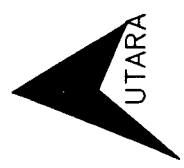
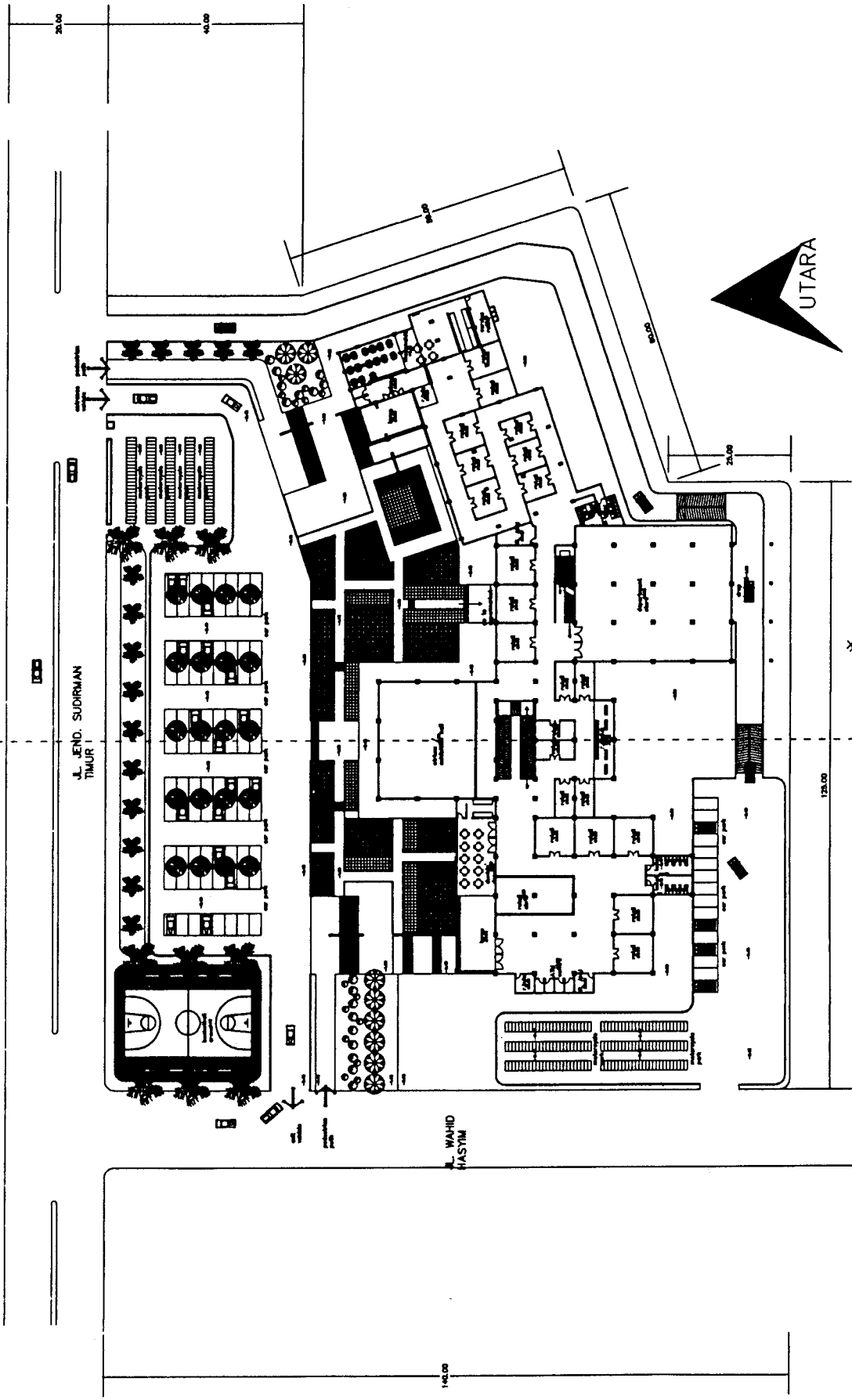
AREA PERKEBUNAN

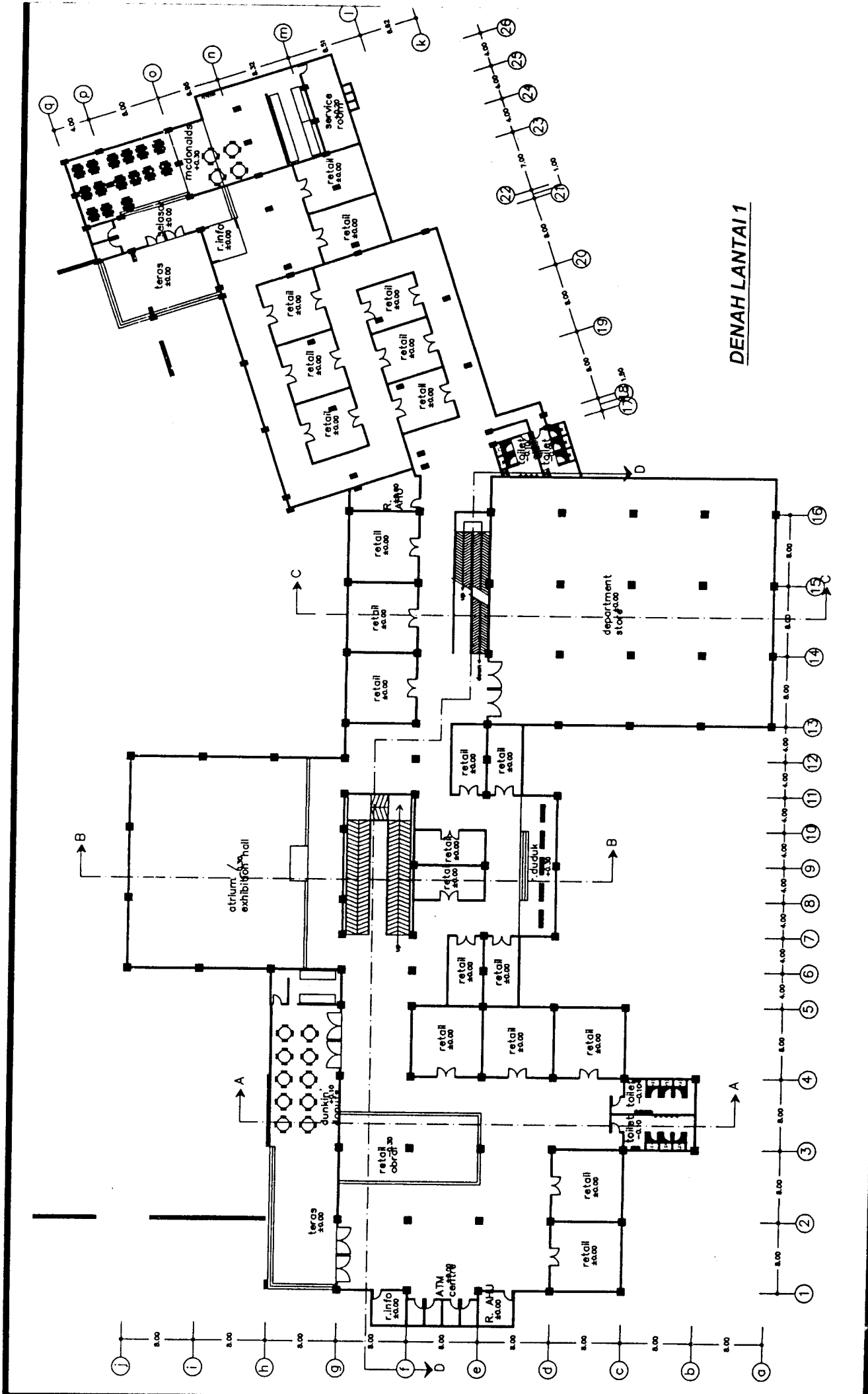
JL. WAHID
HASTYU

AREA DAMAS
PERTANJANG

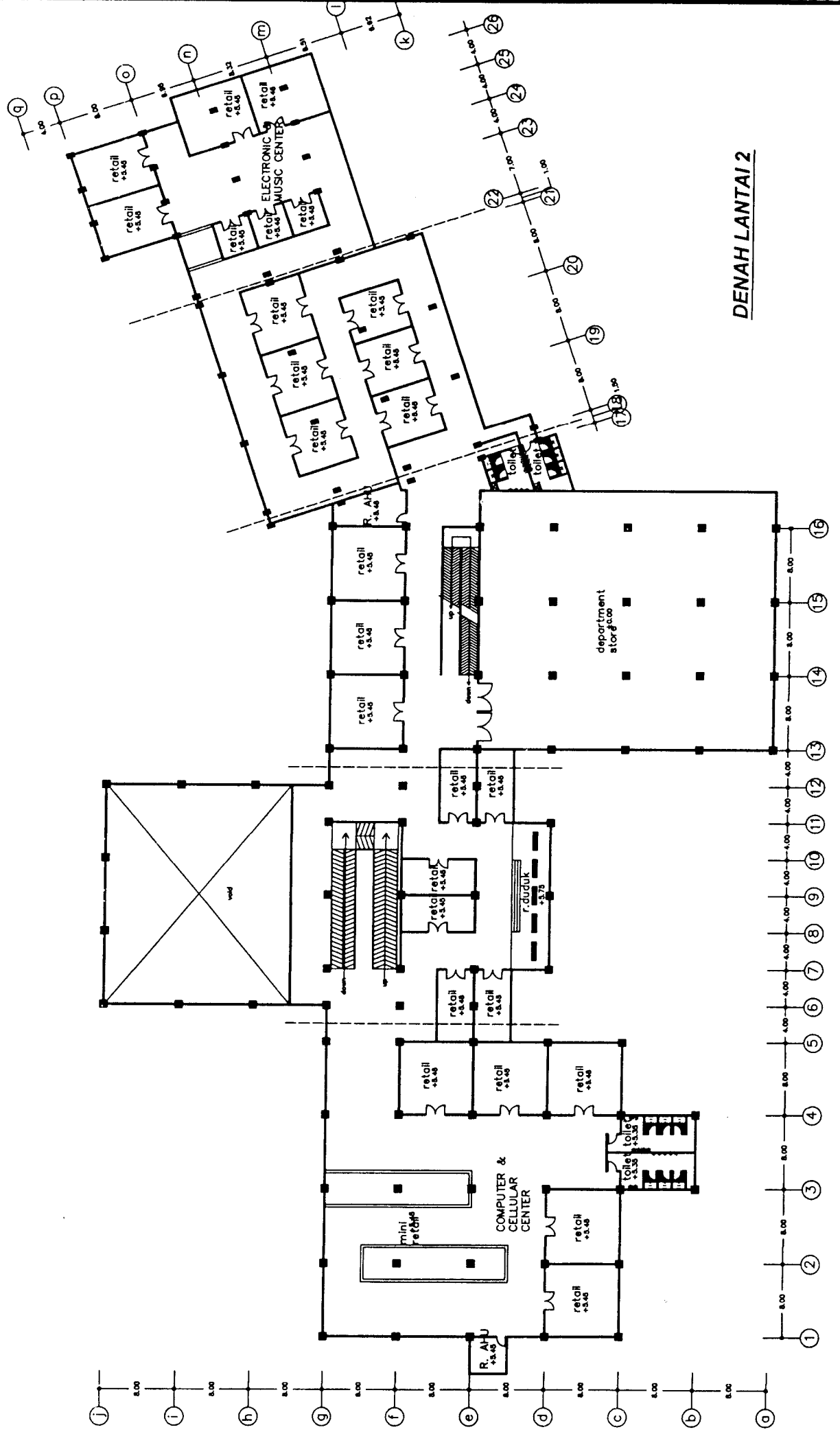
garis potongan lingkungan

BANK RAKYAT INDONESIA
RUKO DAN PERTAOAN

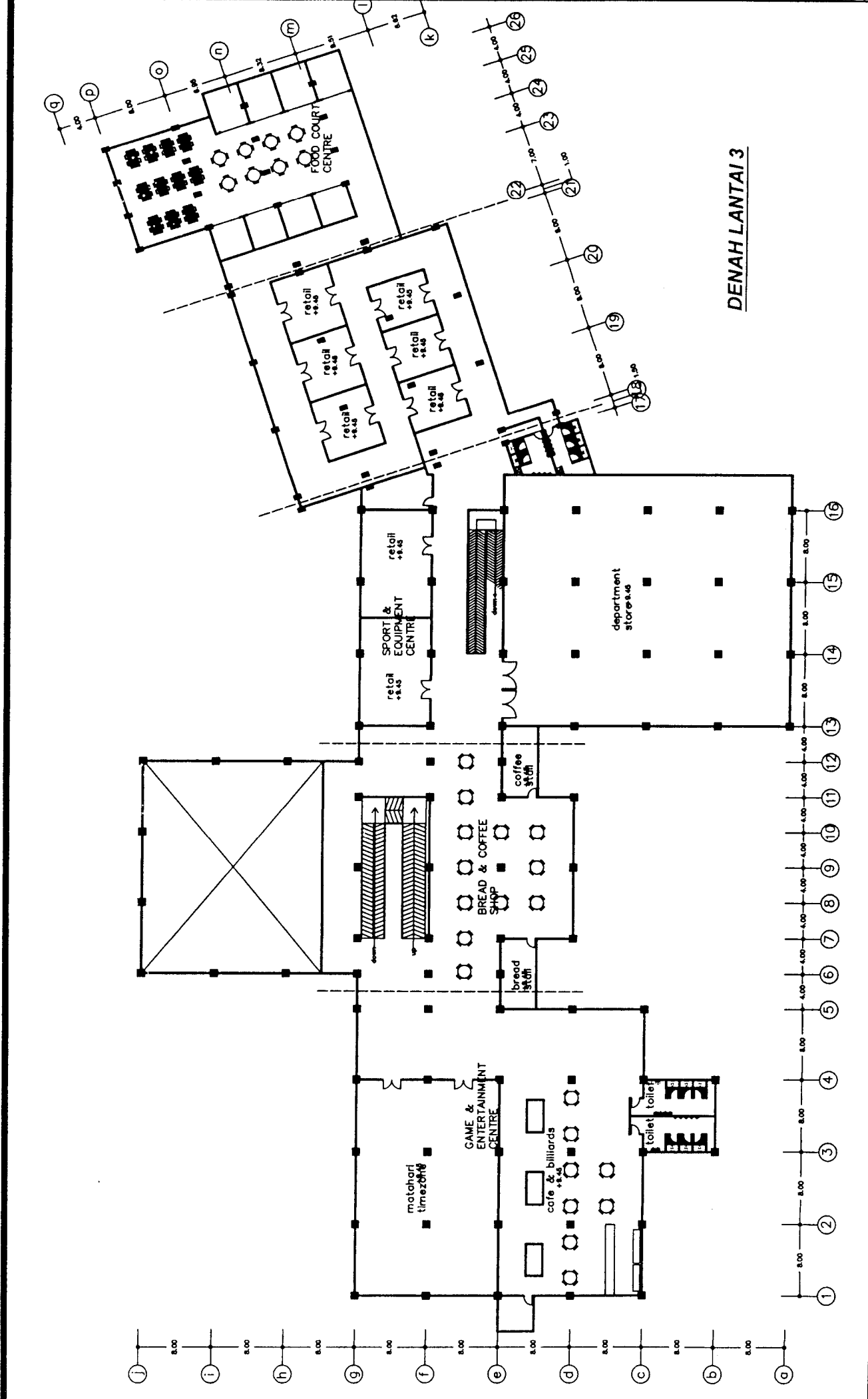




DENAH LANTAI 1

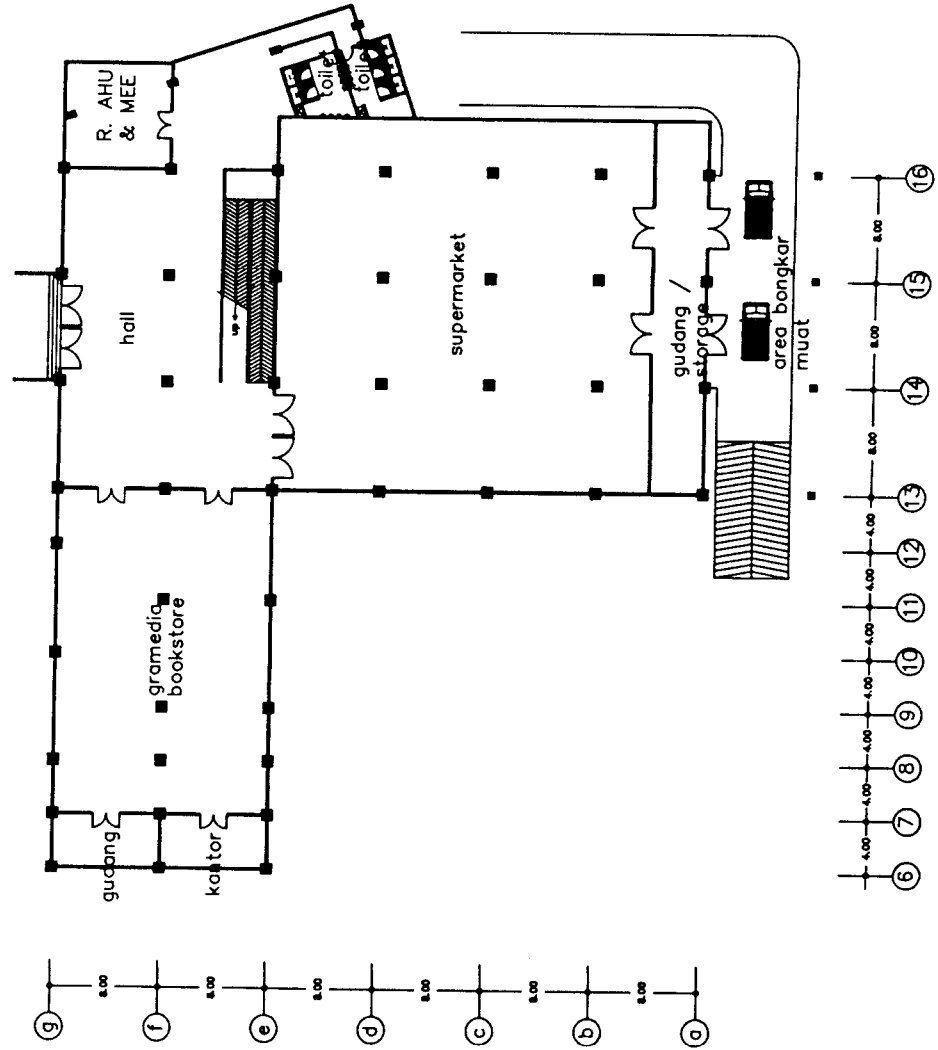


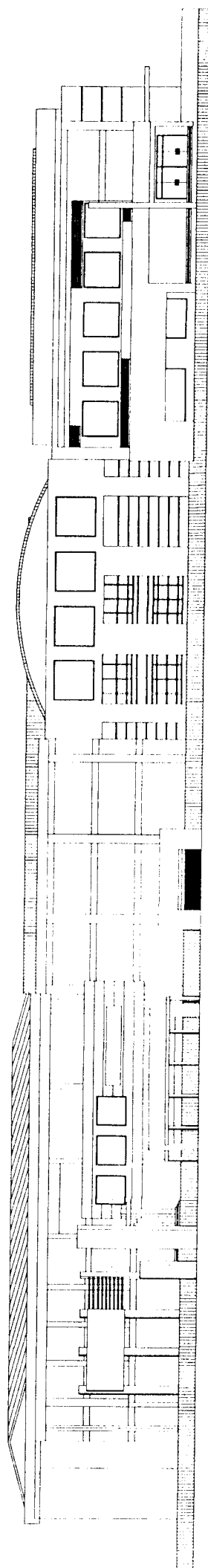
DENAH LANTAI 2



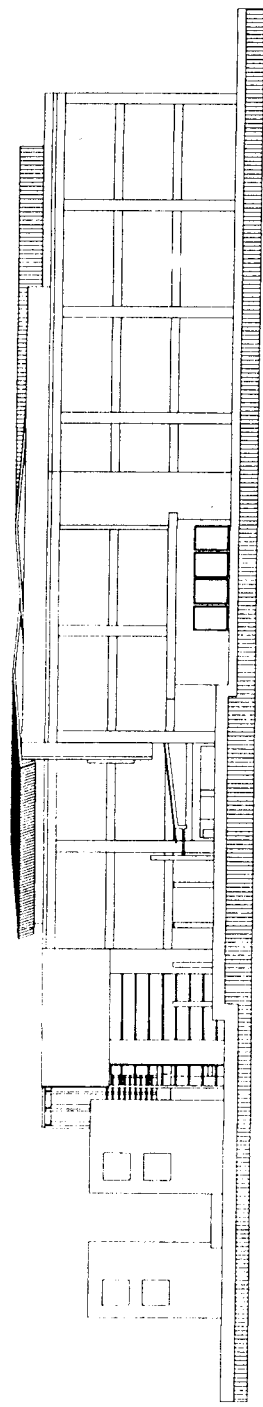
DENAH LANTAI 3

DENAH GROUND FLOOR

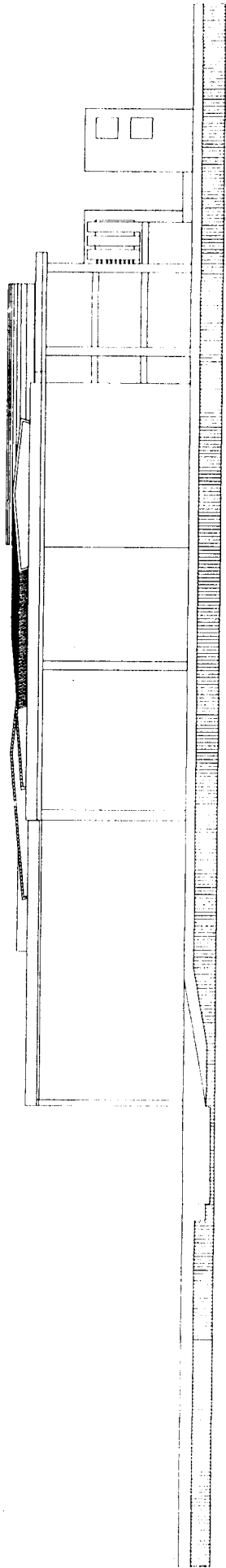




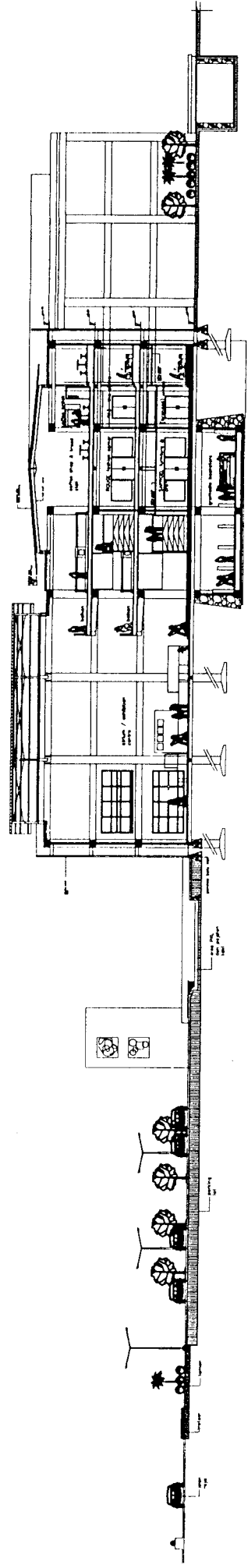
TAMPAK UTARA
skala 1 : 200



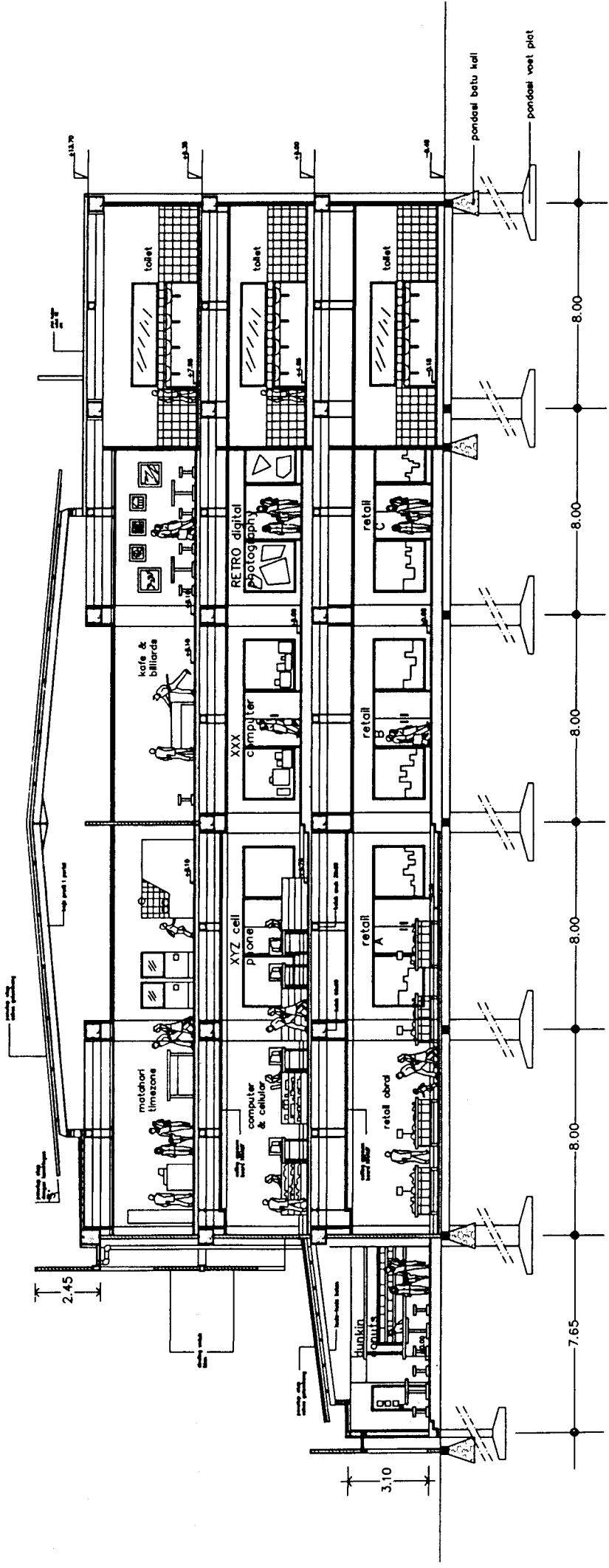
TAMPAK BARAT
skala 1 : 200



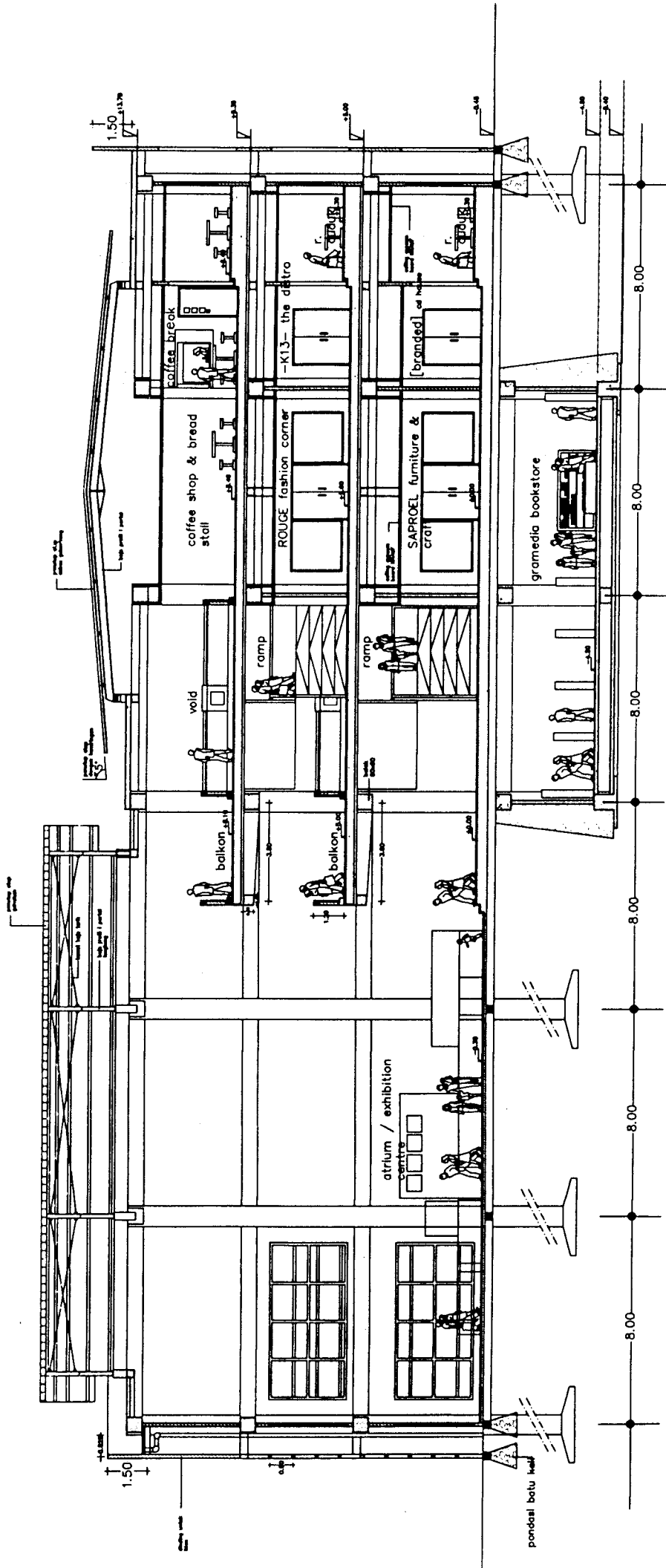
TAMPAK TIMUR
skala 1 : 200



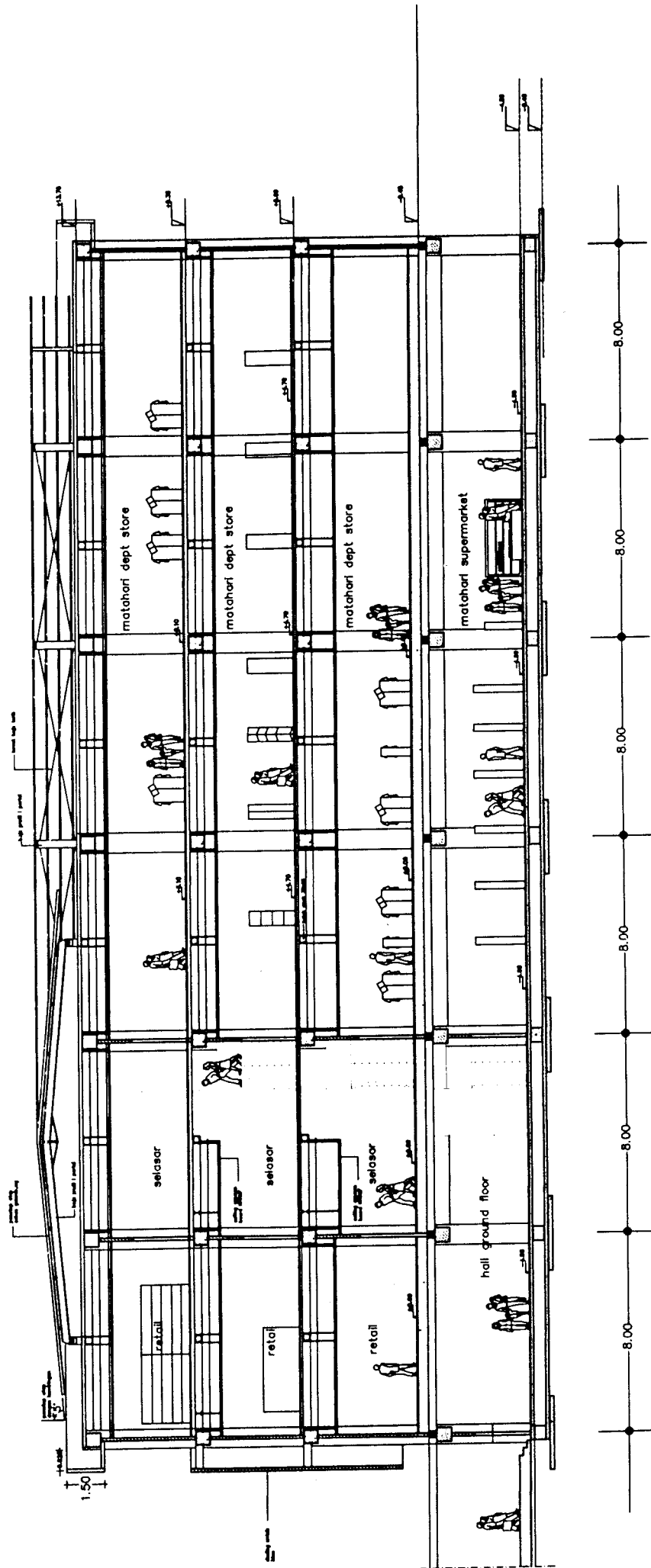
POTONGAN LINGKUNGAN
skala 1 : 200



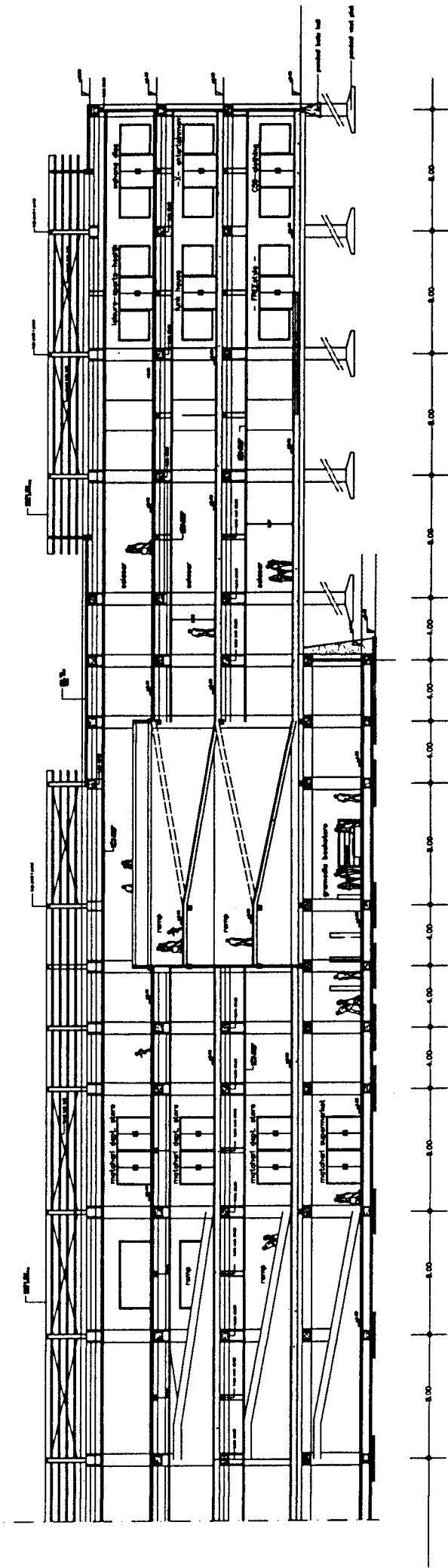
POTONGAN A-A



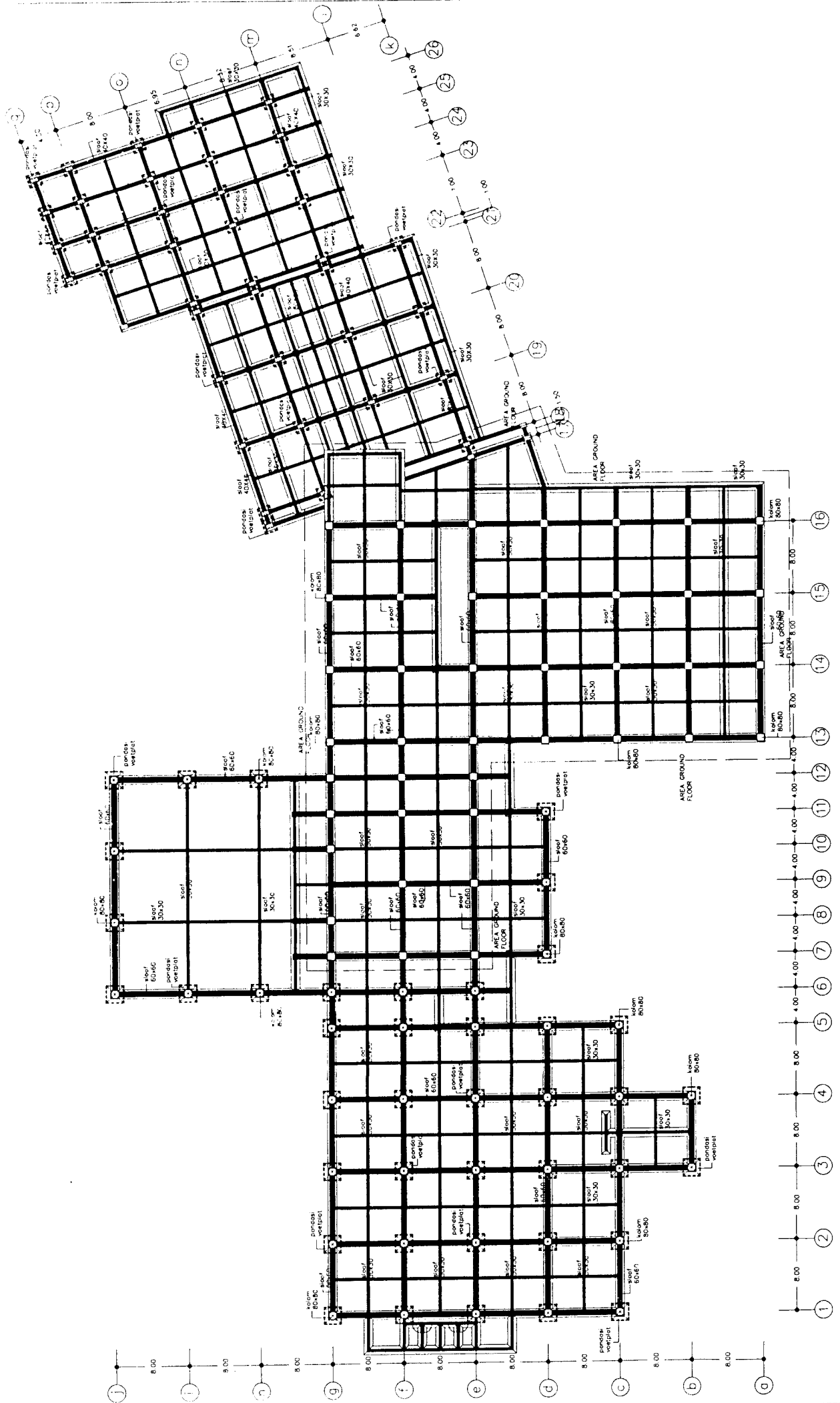
POTONGAN B-B

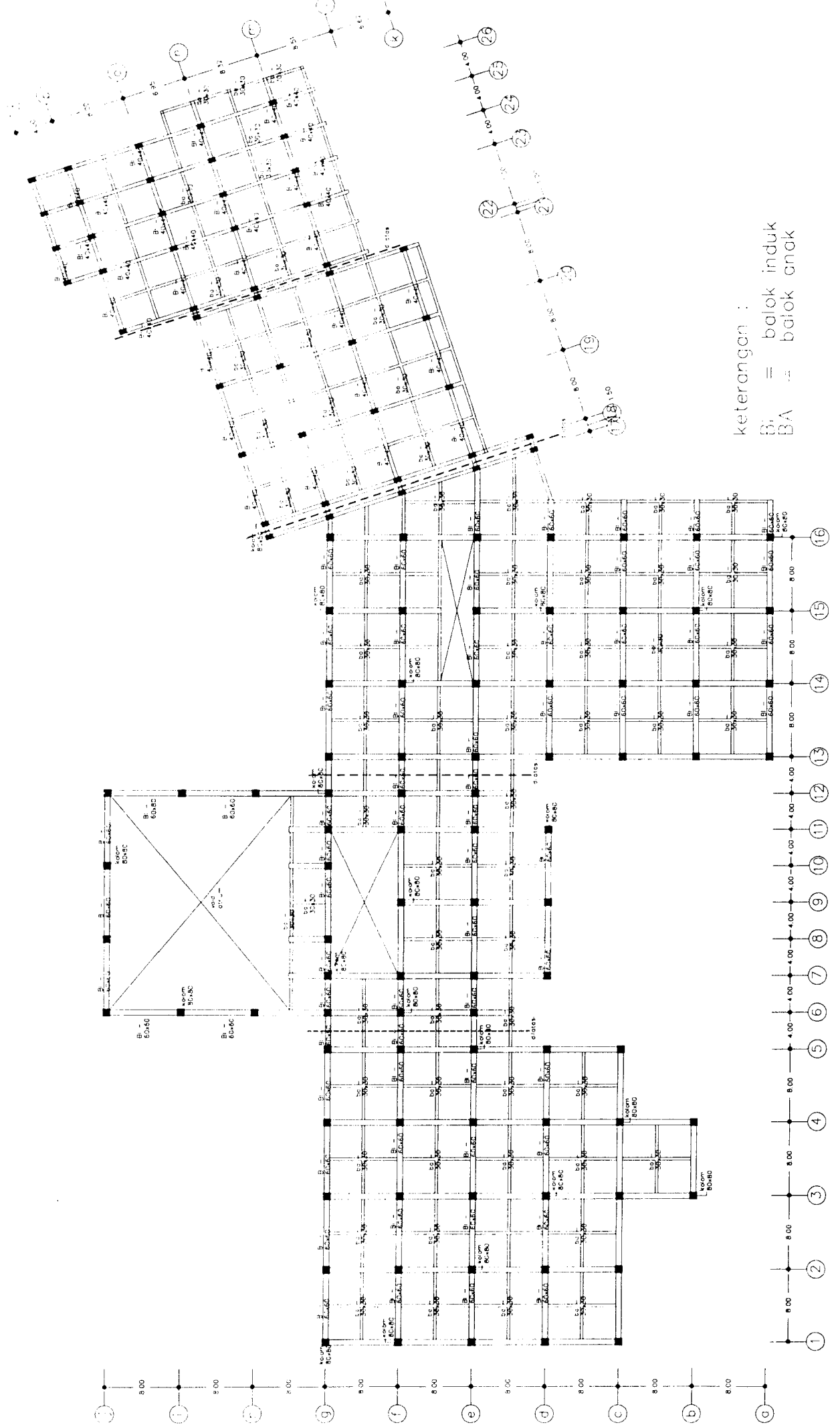


POTONGAN C-C

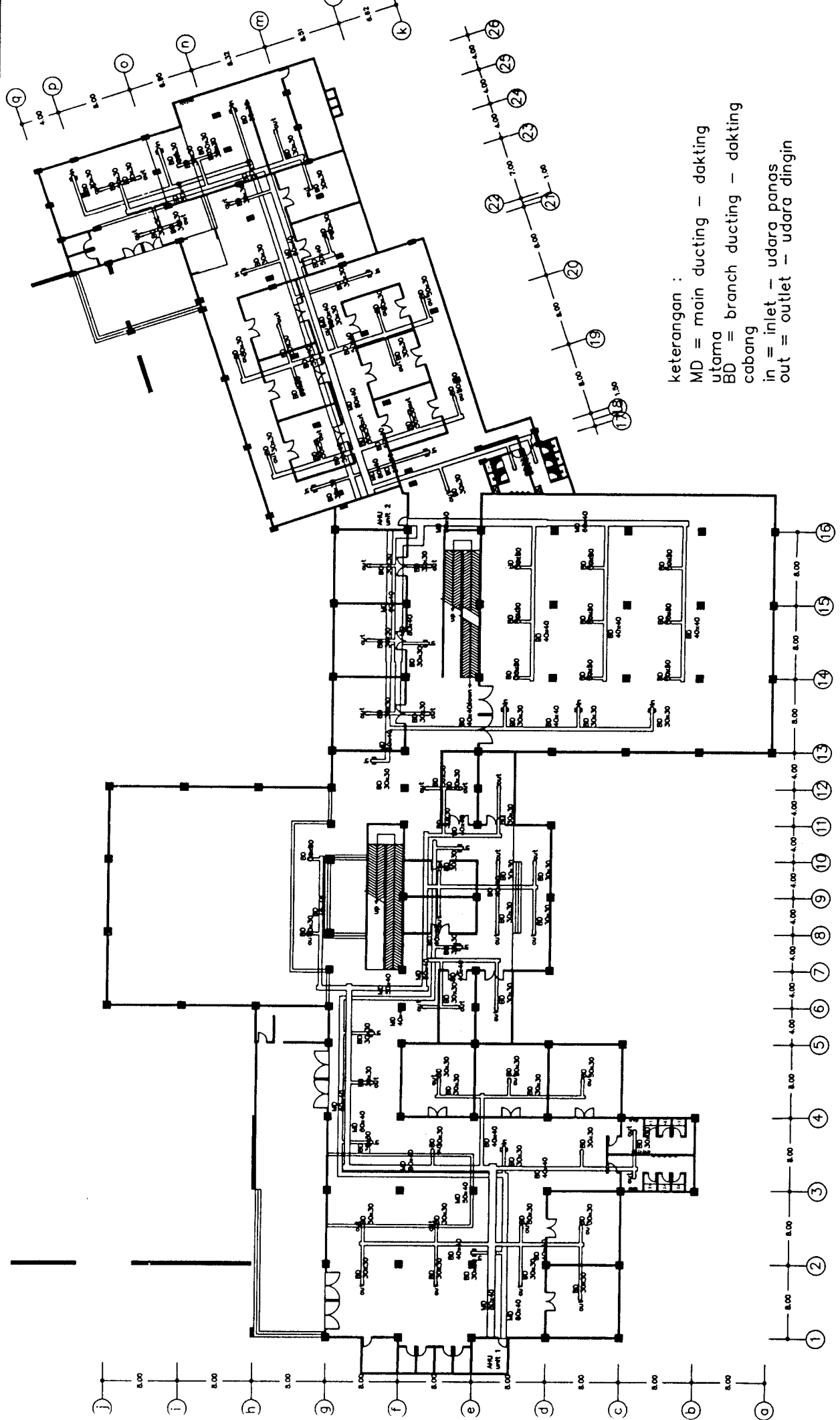


POTONGAN D-D

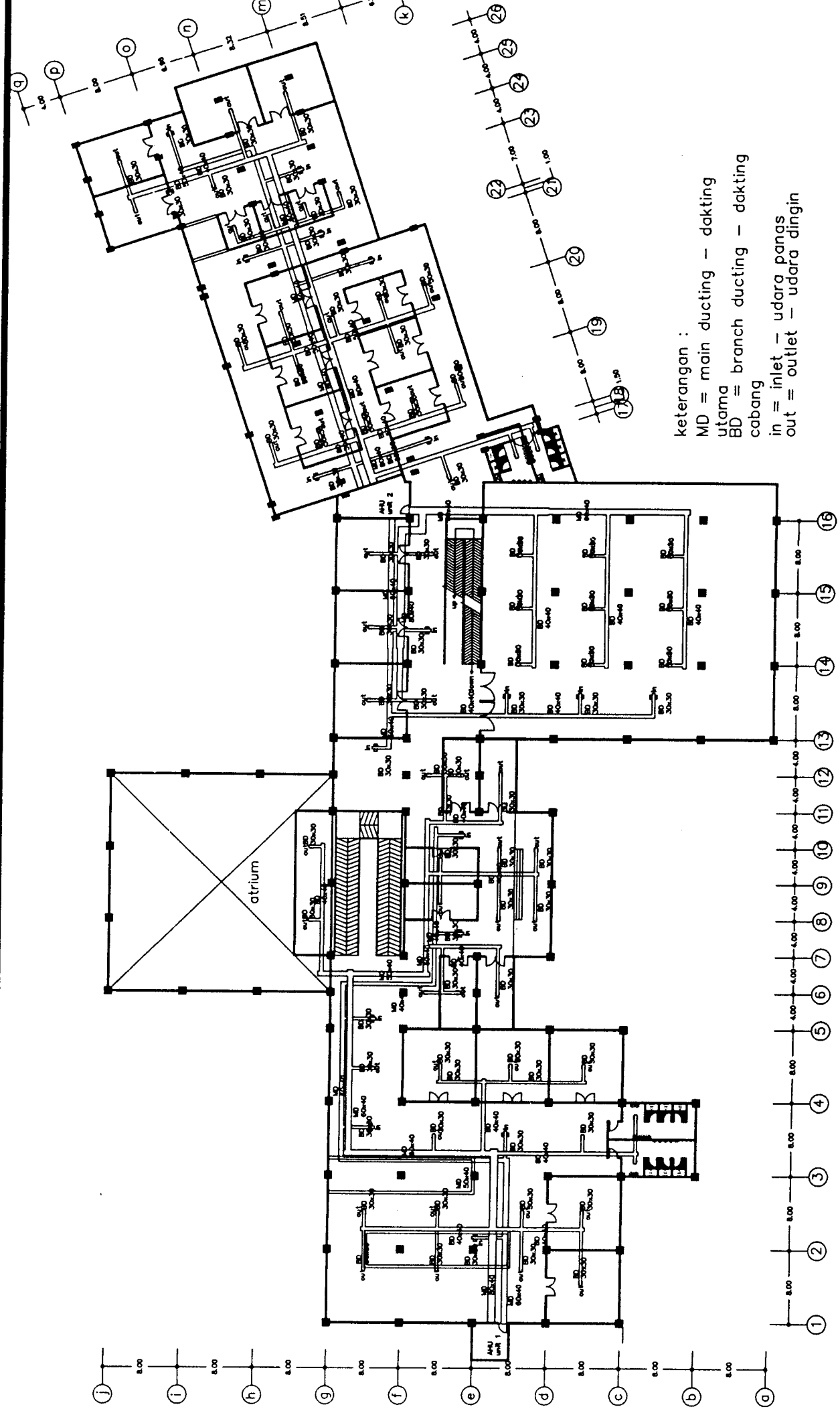


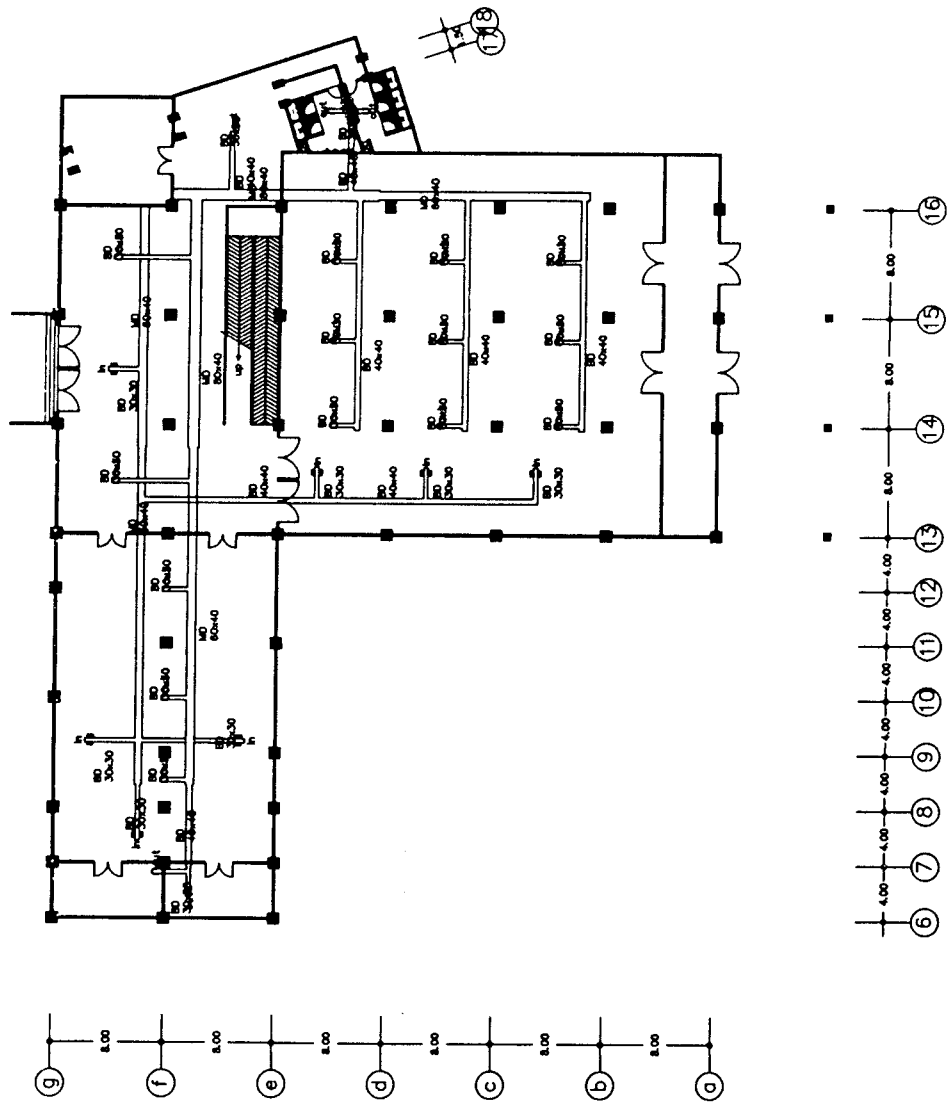


keterangan :
 B = balok induk
 BA = balok anak



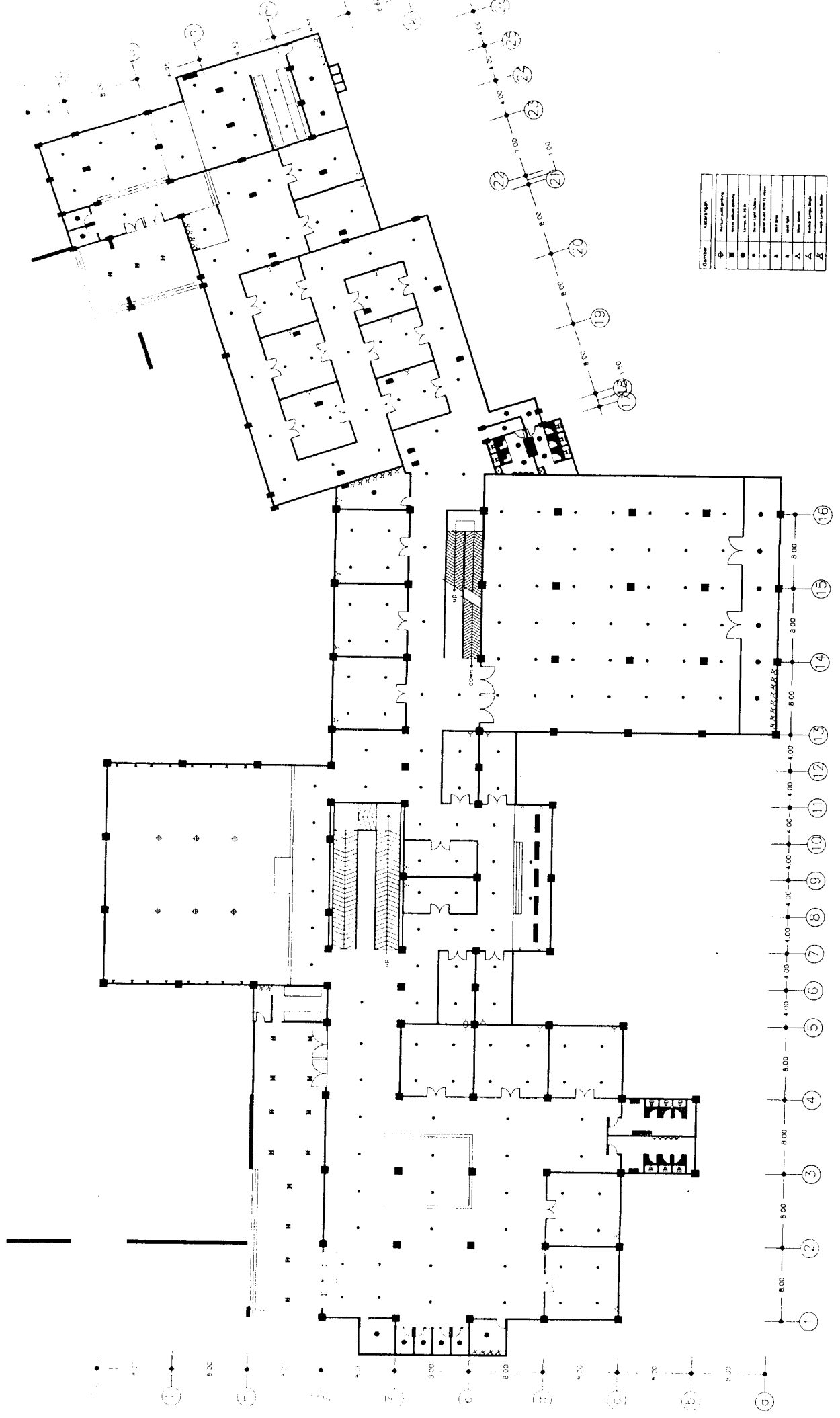
keterangan :
 MD = main ducting - dakting
 utama
 BD = branch ducting - dakting
 cabang
 in = inlet - udara panas
 out = outlet - udara dingin





keterangan :

- MD = main ducting – dakting utama
- BD = branch ducting – dakting cabang
- in = inlet – udara panas
- out = outlet – udara dingin



Simbol	Keterangan
□	Struktur: Kolom Beton
▧	Struktur: Balok Beton
○	Lantai: 2.1.1.1
●	Struktur: Plat Lantai
○	Batas Rukut Rangka 1.1.1.1
△	Titik Tinggi
◇	Titik Tinggi
▲	Titik Tinggi
△	Titik Tinggi
◆	Titik Tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Ching, D. K., Francis, *Arsitektur ; Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Penerbit Erlangga, 1991
- Ching, D. K., Francis, *Building Construction Illustrated*, John Wiley & Sons Inc., 2001
- Budihardjo, Eko, *Tata Ruang Perkotaan*, Penerbit P.T. Alumni, 1997
- Kantor Statistik BPS Kabupaten Pemalang, *Pemalang dalam Angka*, 2000
- Maithland, Barry, *Shopping Malls; Planning and Design*, Nichols Publishing co., New York, 1987
- Neufert, Ernst, *Data Arsitek*, Penerbit Erlangga, 1992
- Pemerintah Kabupaten Pemalang, *Revisi Rencana Induk Tata Ruang Kota, Rencana Umum Tata Ruang Kota dengan Kedalaman Materi Rencana Detail Tata Ruang Kota Pemalang WP I*, 1999/2000
- Rinorthen, *Shopping Centres a Developer Guide to Planning and Design*, College of Estate Management, 1997
- Rathbun, Davis, Robert, *Shopping Centres & Mall*, Retail Reporting Corporation, New York
- Rubenstein, Harvey, M, *Central City Mall*, 1978
- Sujito, Arie, *Harian Kedaulatan Rakyat*, hal 1, 20 Agustus 2004
- www.depdiknas.go.id
- www.jateng.go.id
- www.cybermed.cbn.net.id
- www.kapanlagi.com/a/kesehatan/