

**SHOPPING CENTER  
DI MADIUN**

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



Oleh :

*Marsudi Yuwono*

89340012 / TA

**JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
1994**

## KATA PENGANTAR

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

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

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada

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

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

Akhirnya, penulis berharap semoga buku ini bermanfaat.

Yogyakarta, Februari 1994

Penulis

Marsudi Yuwono

No. Mhs : 89 340 012/TA

## ABSTRAKSI

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

*Oleh*

**Marsudi Yuwono**

89 340 012/TA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## DAFTAR ISI

|                         | Halaman |
|-------------------------|---------|
| Lembar Judul .....      | i       |
| Lembar Pengesahan ..... | ii      |
| Kata Pengantar .....    | iii     |
| Abstraksi .....         | iv      |
| Daftar Isi .....        | v       |
| Daftar Gambar .....     | vi      |
| Daftar Tabel .....      | vii     |
| Daftar Lampiran .....   | viii    |

### BAB I : PENDAHULUAN

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang .....         | 1 |
| 1.2. Batasan Dan Pengertian ..... | 6 |
| 1.3. Permasalahan .....           | 7 |
| 1.4. Tujuan Pembahasan .....      | 7 |
| 1.5. Sasaran Pembahasan .....     | 7 |
| 1.6. Lingkup Pembahasan .....     | 8 |
| 1.7. Metode Pembahasan .....      | 8 |
| 1.8. Sistematika Pembahasan ..... | 8 |

### BAB II : SHOPPING CENTRE SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN DAN ARTEFAK ARSITEKTUR

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.1. Shopping Center                |    |
| ( Pusat Perbelanjaan .....          | 11 |
| 2.1.1. Pengertian pusat perbelanja- |    |
| an .....                            | 11 |

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

**BAB III : TEORI PRESEDEN, ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR**

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

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

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Preseden Sebagai Konsep Tautan Perancangan Shopping Centre .....                        | 39 |
| 4.2. Kerangka Analisis Identifikasi Karakteristik Arsitektural Tipologi Bangunan .....       | 40 |
| 4.2.1. Karakteristik Dasar Tata-<br>Ruang .....  | 40 |
| 4.2.2. Karakteristik Dasar Arsitek-<br>tural Facade Bangunan .....                           | 41 |
| 4.3. Pendekatan Analisis .....   | 43 |
| 4.3.1. Pendekatan Analisis Terhadap<br>Karakteristik Tata-<br>Ruang .                        | 43 |
| 4.3.2. Pendekatan Analisis Terhadap<br>Karakteristik Arsitektural Fa-<br>cade Bangunan ..... | 44 |
| 4.4. Analisis Karakteristik Arsitektural   | 50 |
| 4.4.1. Analisis Karakteristik Tata-<br>nan Ruang .....                                       | 50 |
| 4.4.2. Analisis Karakteristik Arsitek-<br>tural Facade Bangunan .....                        | 52 |
| 4.5. Kesimpulan .....  | 61 |
| 4.5.1. Preseden Sebagai Konsep Stra-<br>tegi Konservasi .....                                | 61 |
| 4.5.2. Preseden Sebagai Konservasi   |    |

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

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

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

## **BAB VI : KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

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



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

## DAFTAR TABEL

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

## DAFTAR GAMBAR

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

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

## DAFTAR LAMPIRAN

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

**SHOPPING CENTER  
DI MADIUN**

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

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

**Oleh :**

***Marsudi Yuwono***

**89340012 / TA**

**JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
1994**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**SHOPPING CENTER**  
**DI MADIUN**  
**PENDEKATAN PERANCANGAN DENGAN PRESEDEN**  
**ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR**  
**LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN**  
**TUGAS AKHIR**

**Oleh :**

**Marsudi Yuwono**

**89340012 / TA**

**Yogyakarta, Februari 1994**

**Menyetujui**

**Pembimbing Utama**



**Ir. Chufan Pasaribu**

**Pembimbing Pembantu**



**Ir. Hadi Setiawan**

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

**Ketua**



**Ir. Munichy. B. Edress, M.Arch**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG

##### 1.1.1. Pertumbuhan Penduduk

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

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

### 1.1.2. Pertumbuhan ekonomi

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

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

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

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

Hasil wawancara dengan kepala BAPPEDA Kotamadya Madiun bahwa, dengan pertumbuhan yang cukup tinggi pembangunan pusat perbelanjaan tersebut memungkinkan, karena letak kota Madiun yang cukup sentris terhadap kota-kota kecamatan sekitarnya maupun kota-kota kabupaten, seperti Magetan, Ngawi, dan Ponorogo. Selain juga didukung oleh sarana dan prasarana transport yang memadai sehingga memperlancar proses koleksi dan distribusi.

Sampai dengan tahun 2008 kota Madiun masih memerlukan pusat perbelanjaan baru dengan luas  $\pm$  72.000 meter persegi (RIK Kotamadya Dati II Madiun), jadi merupakan peluang komersial yang baik untuk mengembangkan *Shopping Centre* sebagai pusat perbelanjaan baru.

#### 1.1.3. Trend Perkembangan Komersial

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

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

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

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

#### 1.1.4. Trend Perkembangan Kontekstual

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

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

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

yang diulang-ulang.

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

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

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

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

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

kembali dengan makna dan citra baru.

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

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

## 1.2. BATASAN DAN PENGERTIAN

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

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

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

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

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

### 1.3. PERMASALAHAN

a. Bagaimana bentuk kontekstual kehadiran suatu fasilitas *Shopping Centres* baru di Madiun sebagai pusat kegiatan komersial dengan pusat-pusat kegiatan lingkungan yang lainnya sehingga diperoleh pusat kegiatan baru yang beridentitas lingkungan.

b. Bagaimana merencanakan fasilitas *Shopping Centres* dalam hubungannya dengan desain ungkapan fisik (bentuk) bangunan di Jawa Timur pada umumnya dan secara kontekstual Madiun khususnya.

### 1.5. TUJUAN PEMBAHASAN

a. Secara umum tujuan pembahasan adalah untuk menyusun suatu konsep perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Centres* di Madiun yang secara kontekstual bisa melestarikan arsitektur setempat.

b. Secara khusus untuk membuat suatu rancangan *Shopping Centres* di Madiun yang bisa menjadi ungkapan fisik gaya arsitektur setempat yang ada.

### 1.5. SASARAN PEMBAHASAN

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



citra baru bangunan pusat perbelanjaan dengan gaya arsitektur setempat.

#### **1.6. LINGKUP PEMBAHASAN**

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

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

#### **1.7. METODE PEMBAHASAN**

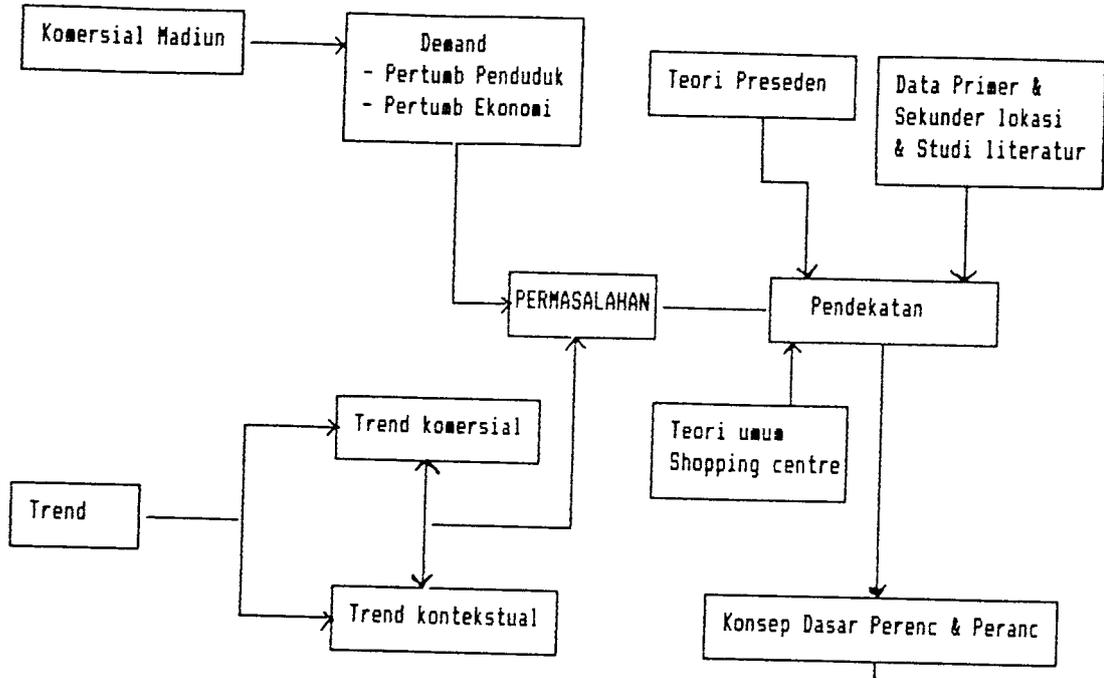
Mengidentifikasi masalah yang dianggap relevan terhadap permasalahan arsitektur dengan cara pengumpulan data antara lain ; studi literatur, data instansi, survey/observasi, dan wawancara. Dari data-data tersebut dilakukan analisis diskripsi kualitatif yang cukup untuk menghasilkan suatu rancangan.

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

### 1.8. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

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

### KERANGKA PIKIR



Gambar 1-1  
Pola kerangka Pikir

BAB II  
SHOPPING CENTER SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN  
DAN ARTEFAK ARSITEKTUR

2.1. Shopping Center (Pusat Perbelanjaan)

2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

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

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

A. Fasilitas Komersial untuk jual beli barang

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

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

Store dapat berupa :

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

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

#### B. Fasilitas Komersial untuk Pelayanan Jasa

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

#### C. Fasilitas Komersial Untuk Perkantoran Komersial

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

### 2.1.2. Jenis Pusat Perbelanjaan

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

#### a. *Neighborhood Center*

Yaitu suatu pusat perbelanjaan yang biasanya menekan-

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

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

Total area (luas lantai) yang digunakan untuk ruang penjualan = Gross Leaseable Area (GLA) sekitar 5.000 m<sup>2</sup> atau berada pada range 3.000-10.000 m<sup>2</sup>.

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

b. *Comunity Center*

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

Total GLA sekitar 15.000 m<sup>2</sup> atau pada range 10.000-30.000 m<sup>2</sup>. Tingkat layanan 40.000-150.000 Orang penduduk.

c. *Regional Center*

Yaitu pusat perbelanjaan yang memperdagangkan jenis barang pada tingkatan yang lebih beragam dari tingkatan sebelumnya. Fasilitas ini terdiri dari kelompok *departemet store* dan toko-toko tunggal. Total GLA sekitar 40.000 m<sup>2</sup>, atau pada range 30.000-100.000 m<sup>2</sup>

Tingkat layanan diatas 150.000 orang.

### 2.1.3. Pusat Perbelanjaan Yang Direncanakan

Mengingat cakupan area layanan yang cukup luas, pusat perbelanjaan yang dikembangkan adalah dalam klasifikasi *community center* dengan total GLA 10.000-30.000 m<sup>2</sup> termasuk didalamnya fasilitas seperti : *departemen store*, *variety store*, *junior departement store*, *super market* dan toko-toko tunggal.

### 2.1.4. *Shopping Center* Sebagai Artefak Arsitektur

#### a. *Shopping Center*, Tinjauan Filosofis.

Secara Definitif *Sopping Centre* adalah :

- " Pengusahaan sewa dan beli ruang komersial berupa sekelompok pertokoan, yang dibangun dan dikelola oleh Investor.
- " Pertokoan yang memperjual belikan barang jadi dan bukan barang mentah dengan sifat pelayanannya secara eceran dengan volume kecil, sedang, besar dan bukan secara grosir maupun pengumpul.
- " Suatu tempat berbelanja yang memberikan kesempatan memilih lebih banyak dari kebutuhan barang yang diperlukan oleh

pengunjung/pembeli.

## b. Shopping Center Sebagai Fungsi Pelayanan

### a. Pengertian

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

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

### b. Unsur-unsur Pelaku Kegiatan *Shopping Center*

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

Dengandemikian bentuk usaha ini dapat berlangsung apabila :

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

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

c. Unsur-Unsur Aktifitas *Shopping Center*

Berdasarkan Kepentingan masing masing aktifitas *Shopping Center* dapat dibagi

1. Aktifitas pokok : Jual beli.

2. Aktifitas penunjang langsung

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

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

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

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

1. Distribusi Barang

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

2. Pengumpulan dan Penyajian

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

- a. Klasifikasi tingkat kemampuan pedagang
  - Kecil : yaitu pedagang yang menjual dagangan dengan sifat pelayanan secara eceran dalam skala kecil.
  - Besar : Yaitu pedagang yang menjual dagangan dengan sifat pelayanan secara eceran dalam skala besar.
- b. Klasifikasi Unit Penjualan berdasarkan tingkat kemampuan pedagang
  - Unit penjualan kecil  
Karena volume barang relatif kecil, maka tidak dituntut adanya tempat yang khusus, sistem penyajian menggunakan sistem *show case*
  - Unit penjualan besar  
Pada unit ini volume dan jumlah barang relatif besar, oleh karena itu dituntut adanya tempat yang seimbang dengan kebutuhannya. Penyajian barang dagangannya sistem *show window*

### c. Pergerakan dan Perpindahan Pengunjung

#### a. Kegiatan jual beli

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

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

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

#### b. Pola pergerakan dan perpindahan pengunjung

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

Pola pergerakan diatur sedemikian rupa se-

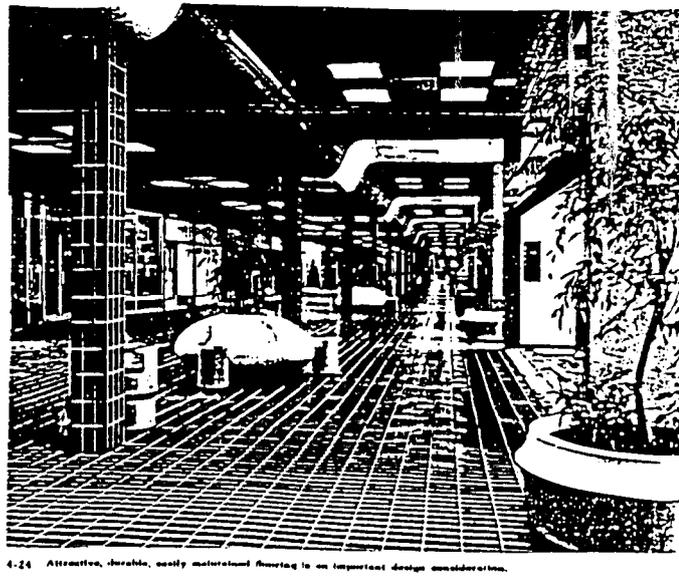
hingga merata keseluruh bagian, dengan demikian tidak ada tempat yang kurang menguntungkan bagi pedagang.

c. Kegiatan penunjang dan servis

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

d. Ruang dalam *Shopping Centre*

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



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

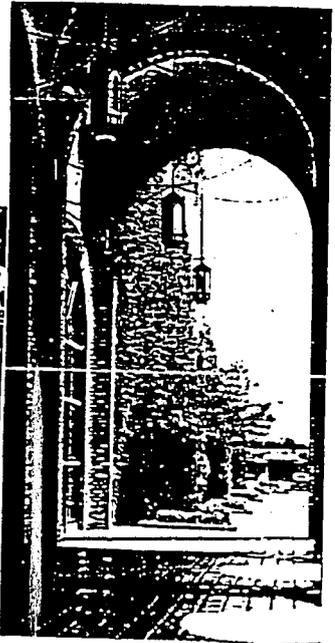
Gambar 2-1

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





4-6 Landscaping is also used as a key design element inside the shopping center. Here, full-grown trees line the mall.



2-14 Colonnades have been used throughout Town and Country Village.

Gambar 2-2

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

e. Bentuk dalam *Shopping Centre*

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



2-31 This parking structure combines precast and poured-in-place concrete construction. Pedestrian skyways lead to the retail portion of the complex.

Gambar 2-3

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



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



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

Gambar 2-4

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

## BAB III

### TEORI PRESEDEN, ARSITEKTUR DI JAWA TIMUR

#### 3.1. Preseden

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

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

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

##### 3.1.1. Filosofi Preseden

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

- a. Paradigma suatu model
- b. Insting berimitasi

- c. Alam
- d. Tradisi

### 3.1.2. Prinsip Penggunaan

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

#### a. Dokrin mimis

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

#### b. No copying

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

#### c. No elimination

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

Teori-teori dalam menggunakan preseden arsitektur dapat dicapai melalui :

#### a. Pendekatan fungsionalis.

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

#### b. Pendekatan tipologis.

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

- Prinsip-prinsip klasifikasi

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

- Pendekatan historis

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

c. Pendekatan kontekstual.

- Nilai-nilai sosial

- Nilai-nilai budaya

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

d. Pendekatan eksistensial.

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

dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan.

- Jati diri

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

- Manipulasi-modifikasi

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

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

a. Episodal vista. (pergerakan bentuk)

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

b. Evolusi bentuk.

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

c. Morfologis. (Figure ground)

- Centralized

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

- Disentralized

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

- Hierarchical

Tingkatan pencapaian dan orientasi suatu bentuk yang bernilai filosofis.

- Proportional

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

- Gabungan

Proses aplikasinya meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

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

### 3.2. Strategi Konservasi Sebagai Tindak Lanjut Preseden

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

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

#### 3.2.1. Tujuan Konservasi

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

stariannya, pemeliharannya dan masa depannya.

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

### 3.2.2. Sasaran Konservasi

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

Mengingat Hal itu dalam usaha konservasi pada umumnya antara lain :

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

## 3.3. Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Tinjauan Tipologis

### 3.3.1. Artefak Arsitektur Tradisional Jawa di Jawa Timur Secara Umum

Arsitektur tradisional Jawa di Jawa timur dalam

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

### 3.3.1.1. Rumah tinggal

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

#### a. Typologi :

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

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

#### b. Susunan ruang

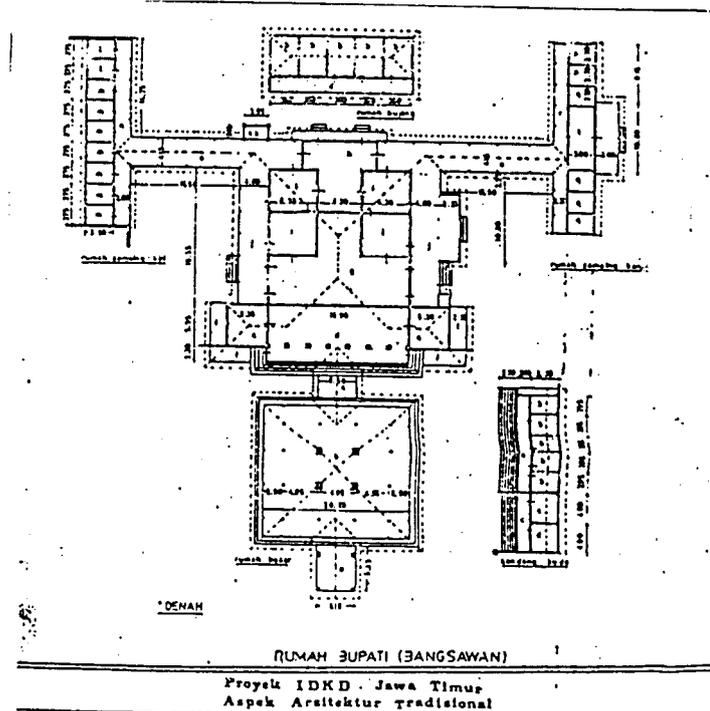
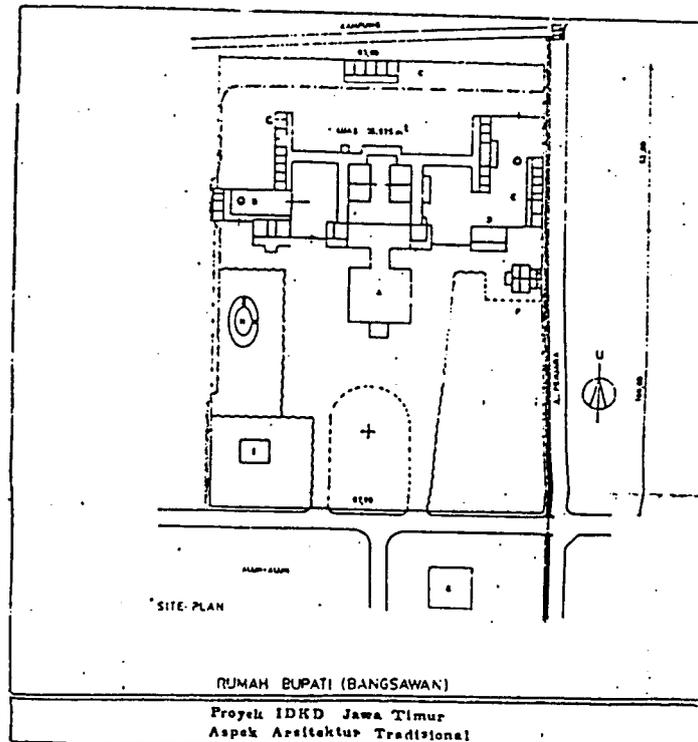
Susunan ruang yang terdapat dalam didalam dan sekitar komplek direncanakan sebagai berikut :

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

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

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

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



Gambar 3-1

(Sumber : buku " Arsitektur Tradisional Jatim)

Rumah Bupati

### 3.3.1.2. Rumah Ibadah Masjid

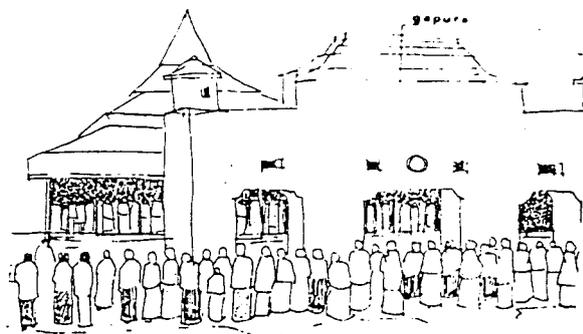
#### a. Typologi

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

Pada bagian depan ada gapura sebagai pintu masuk.

#### b. Susunan ruang

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



sketsa  
Masjid Jamik dng. gapura depan



sketsa  
Gapura & puncak menara  
Masjid Jamik

Gambar 3-2

(Sumber : buku Arsitektur Tradisional di Jatim)

Masjid di Jawa Timur

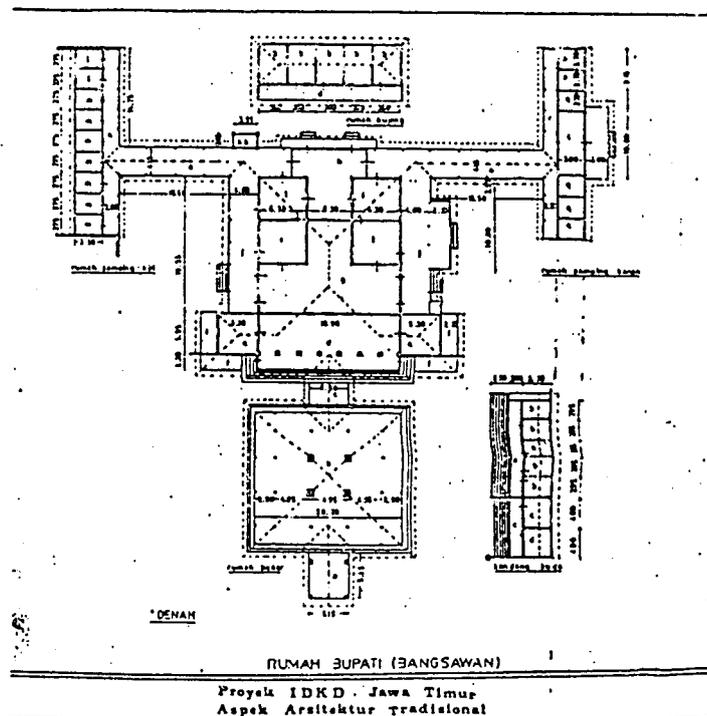
### 3.3.1.3. Rumah tempat Musyawarah

#### a. Typologi

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

#### b. Susunan ruang

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



Gambar 3-3

(Sumber : buku Arsitektur Tradisional Jatim)

Paseban pada rumah Bupati

### 3.3.2. Artefak Arsitektur Jawa Timur Konteks Madiun Tinjauan Tipologis

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

#### a. Arsitektur Vernakular

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



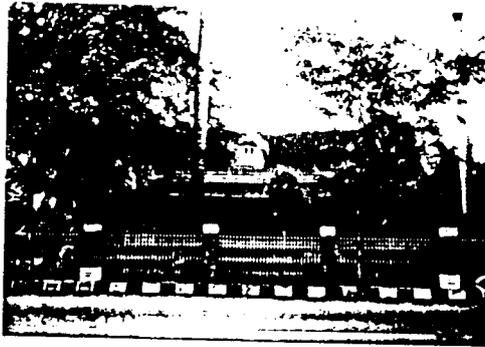
Gambar 3-4

(Sumber : Survei lapangan)

Contoh rumah-rumah di kota Madiun.

### b. Arsitektur Kolonial

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



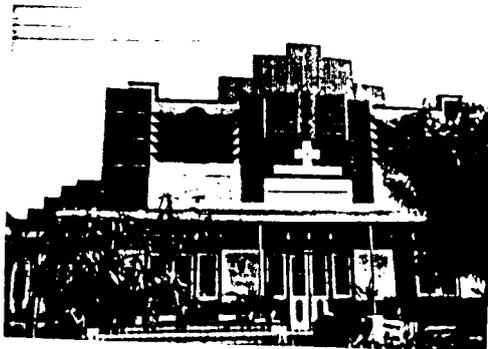
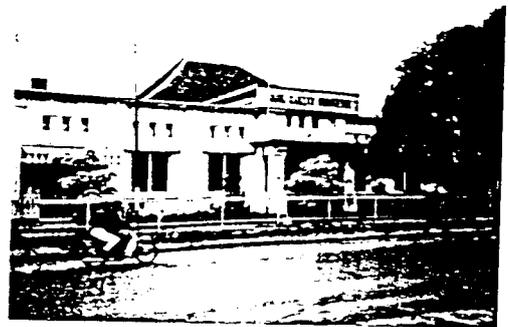
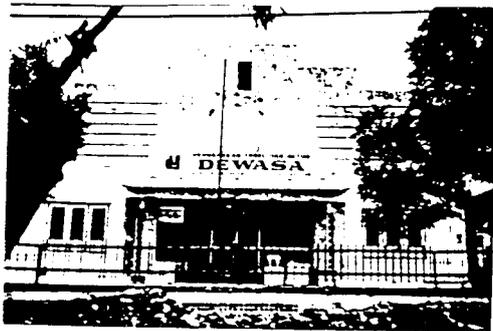
Gambar 3-5

(Sumber : survei lapangan)

Rumah dan bangunan gaya kolonial

c. Gaya Art Deco

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



Gambar 3-6

(sumber : survei lapangan)

Beberapa pertokoan dan rumah tinggal di Madiun



### 3.4. *Shopping Centre* di Madiun

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

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

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

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

Di Madiun Mempunyai tautan sejarah pada arsitektur-nya dimana dahulu bekas pemerintahan Residen di Madiun yang

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

### **3.5. Tinjauan Kawasan Perdagangan Madiun**

#### **a. Perkembangan dan Sebaran**

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

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

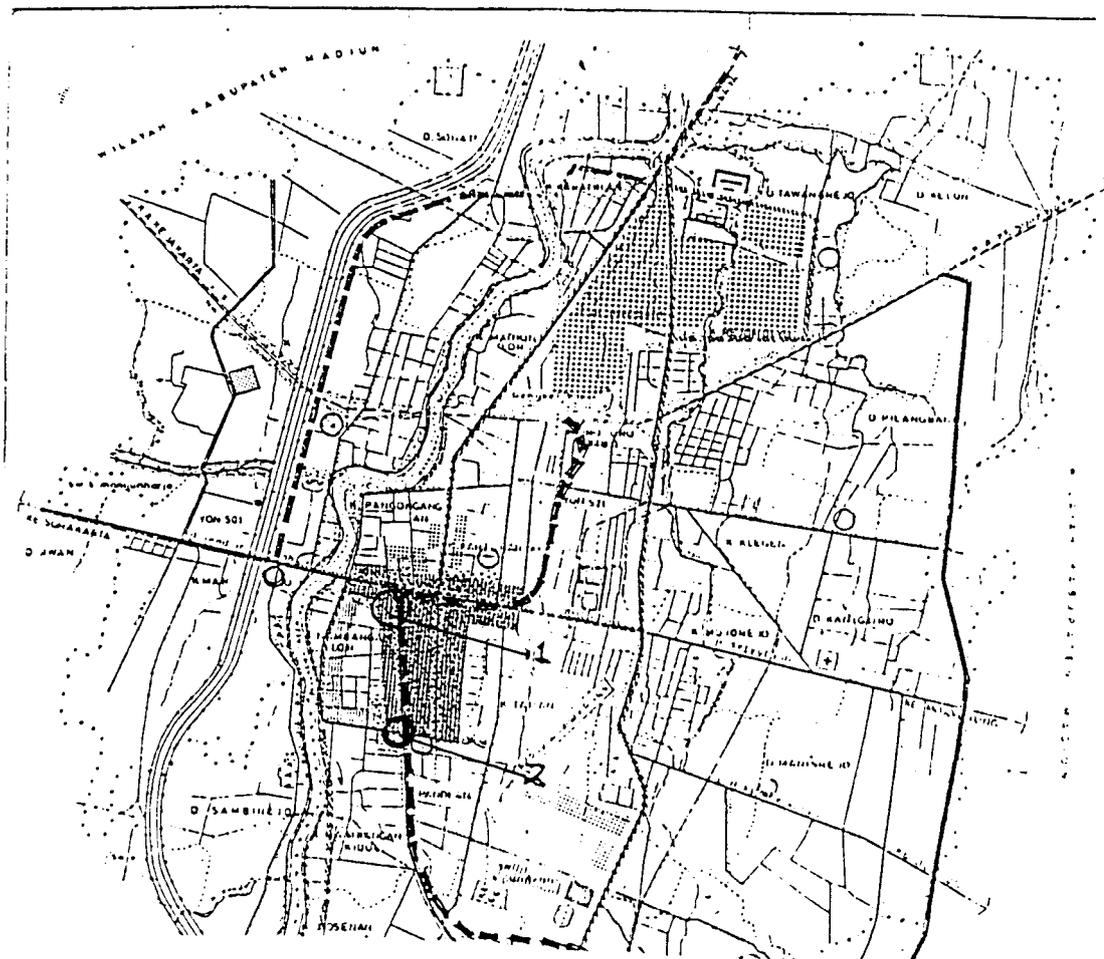
Kecenderungan perkembangan fasilitas perdagangan tumbuh disepanjang jalur-jalur transportasi dengan kepadatan tinggi (jalur ekonomi kota).

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

#### **b. Kebutuhan Fasilitas Perdagangan- Pusat perbelanjaan di Madiun.**

Antisipasi kebutuhan fasilitas perdagangan - pusat

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



Gambar 3.7

Bappeda Kotamadya Dati II Madiun  
Peruntukan fungsi komersial yang ada

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

**4.1. Preseden Sebagai Konsep Tautan Perancangan Shopping Centre.**

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

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

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

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

kawasan.

sebagai daerah perdagangan yang berintegrasi dengan lingkungan.

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

#### **4.2. Kerangka analisis Identifikasi Karakteristik Arsitektural Tipologi Bangunan**

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

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

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

##### **4.2.1. Karakteristik Dasar Tatanan Ruang**

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

pada bangunan tradisional di Jawa Timur.

#### 4.2.2. Karakteristik Dasar Arsitektural Facade Bangunan

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

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

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

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

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

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

- bagian atap bangunan,

- permukaan dinding bangunan,
- bidang dasar bangunan.

#### b. Proporsi Vertikal-Horisontal

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

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

#### c. Datum

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

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

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

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

#### d. Simetri

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

Simetri dapat dibedakan atas :

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

#### e. Pengulangan

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

#### f. Ornamentasi

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

### 4.3. Pendekatan Analisis

#### 4.3.1. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Tatahan Ruang

Analisis terhadap karakteristik arsitektural tatahan

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

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

#### **4.3.2. Pendekatan Analisis Terhadap Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan.**

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

Analisis akan dilakukan dalam dalam beberapa tahapan :

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

bangunan.

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

#### a. Penentuan Sampel

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

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

- estetika

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

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

- kejamakan

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

- kelangkaan

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

- peranan sejarah

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

- memperkuat kawasan didekatnya

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

- keistimewaan

Bangunan-bangunan/ruang yang dilindungi karena mempun-

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

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

:

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

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

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

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

Keterangan : 1 = sangat mendukung

2 = kurang mendukung

3 = tidak mendukung

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

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

b. Analisis Facade Bangunan

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

c. Penentuan Karakteristik Dasar Tipologi Facade

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

#### 4.4. Analisis Karakteristik Arsitektural

##### 4.4.1. Analisis Karakteristik Tata Ruang

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

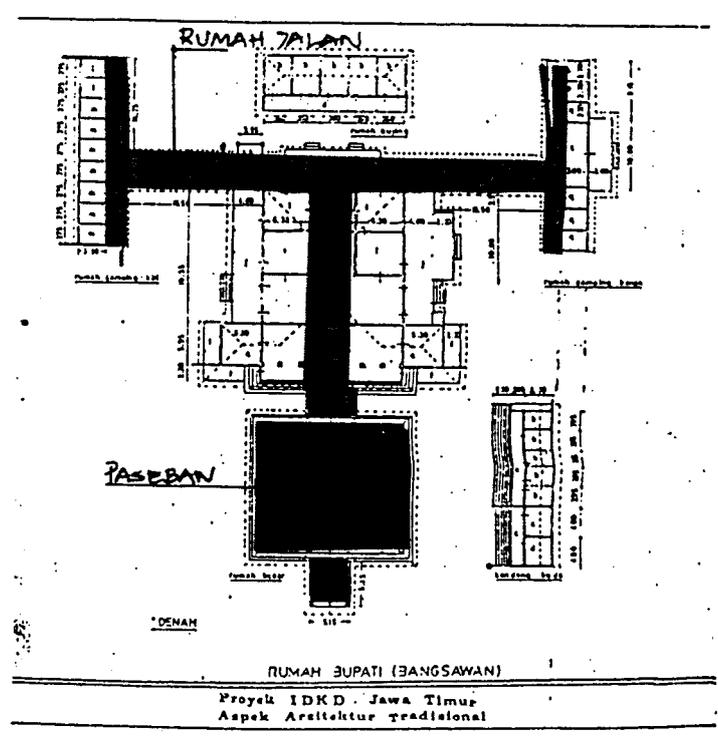
Organisasi ruang pada prinsipnya menunjukkan bagaimana ruang-ruang pada bangunan terorganisasi satu sama lain menjadi satu kesatuan fungsi.

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

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

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

Dari susunan ruang dapat diketahui fungsi ruang antara lain :



Gambar 4-1  
Pola fungsi ruang rumah Bupati

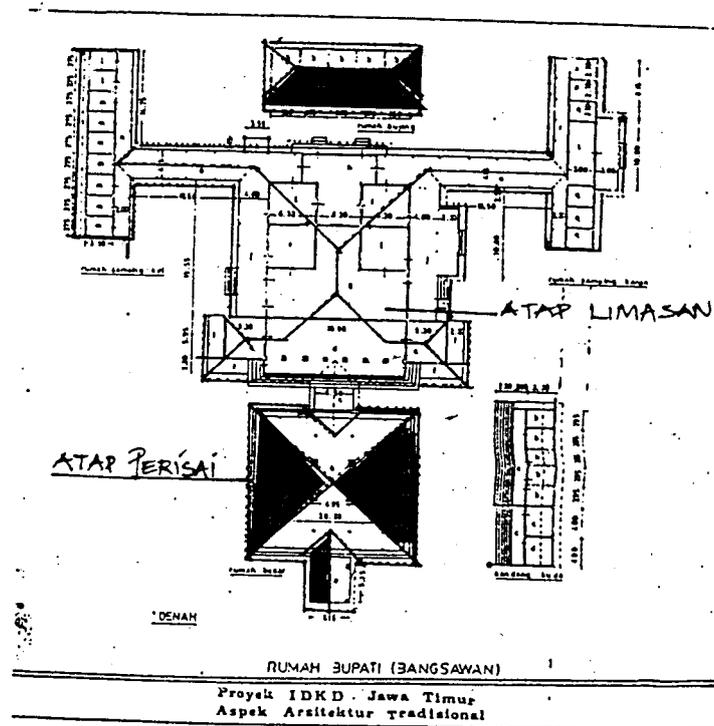
- Paseban : Berfungsi sebagai ruang penerima publik/umum yang letaknya ditengah (simetris) dilihat dari depan.
- Rumah besar : Sebagai tempat tinggal utama
- Peringgitan : Sebagai Tempat duduk-duduk/istirahat.
- Rumah jalan : Sebagai selasar yang menghubungkan tiap-tiap ruang yang terpisah yaitu rumah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

#### 4.4.2. Analisis Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan

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



Pada Bangunan Tradisional Jawa

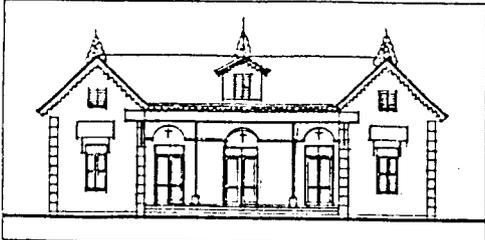
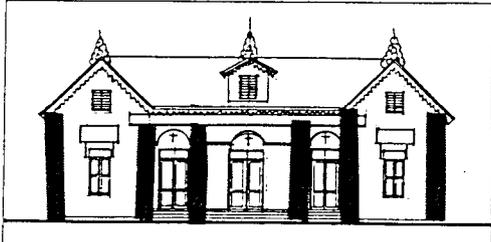
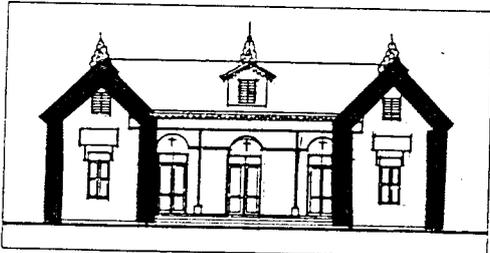
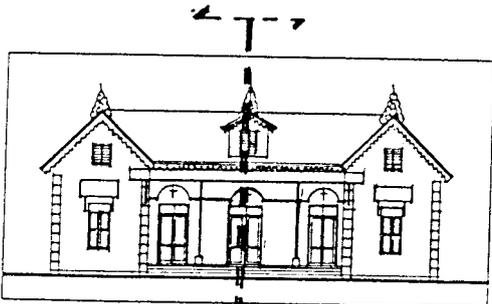


Gambar 4-2

Atap pada rumah bupati

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

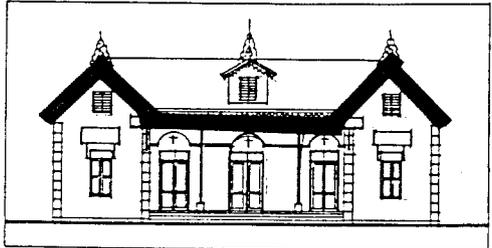
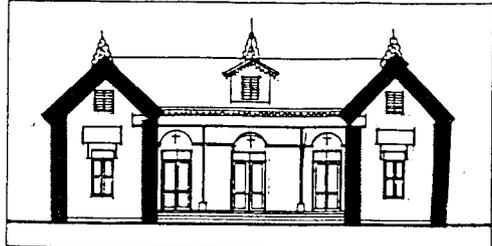
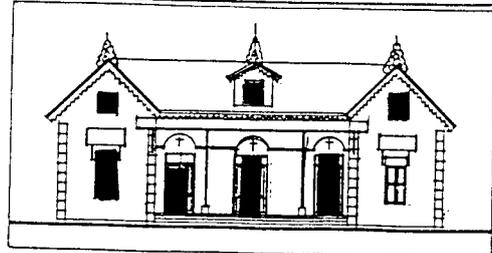
Pada Bangunan kontek Madiun  
Tabel 4-2, Analisis Karakteristik Facade gedung : Gereja  
St Thomas

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

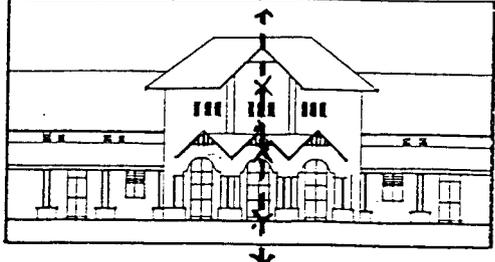
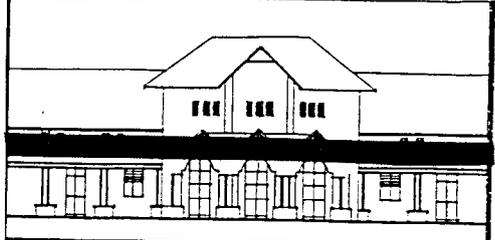
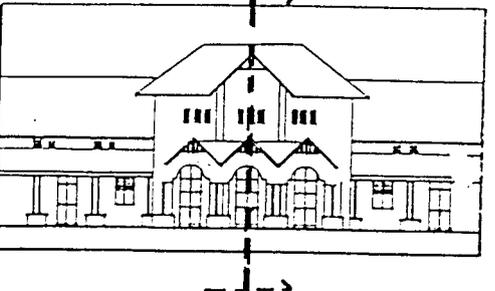
5. Pengulangan :  
- Pengulangan bentuk geometri persegi bidang bukaan.

- Pengulangan bentuk bidang dan detail ornamen

6. Ornamenasi :  
- penerapan detail ornamenasi pada tatanan facade bangunan



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

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

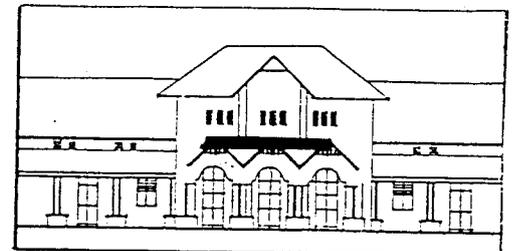
5. Pengulangan :

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

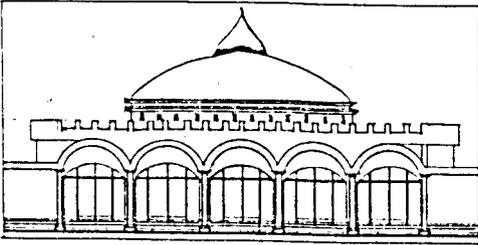
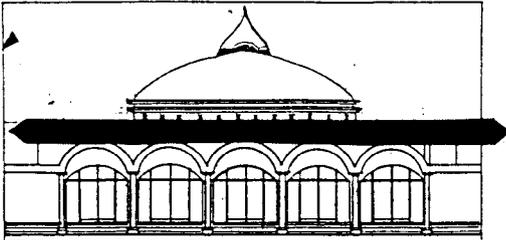
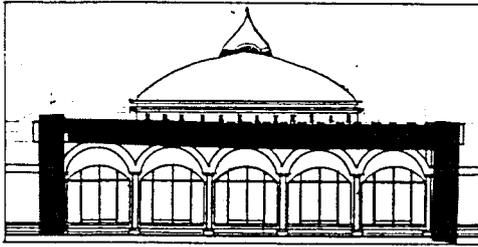
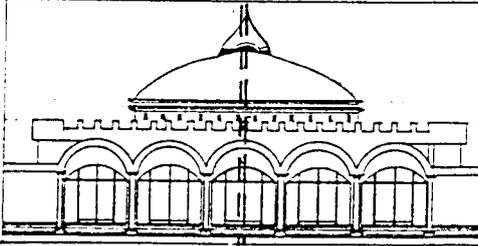
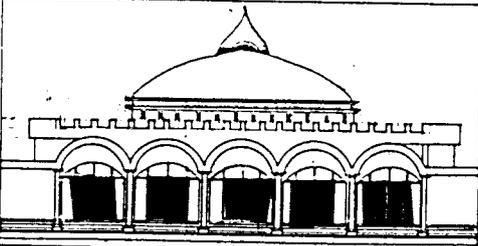


- pengulangan garis struktur vertikal

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

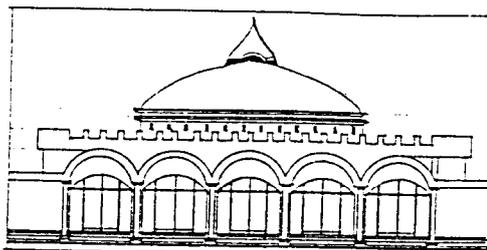
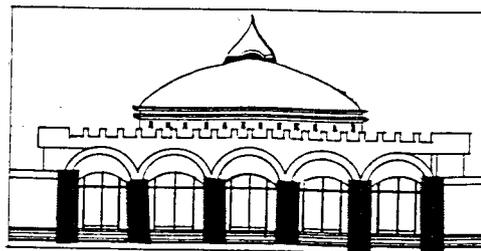


Tabel 4-4, Analisis Karakteristik Facade Bangunan : Masjid Raudlatul Aftal

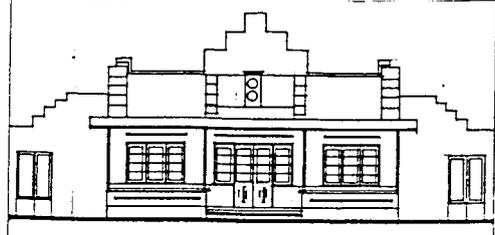
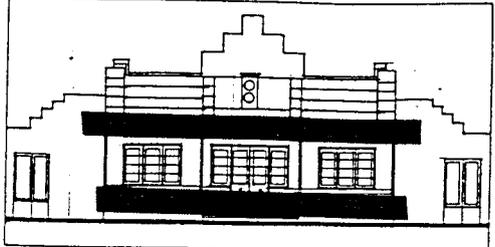
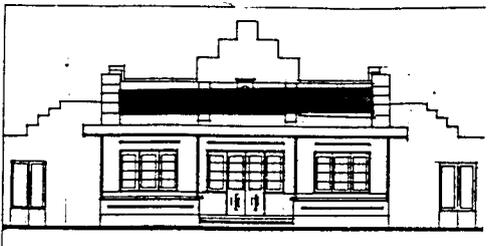
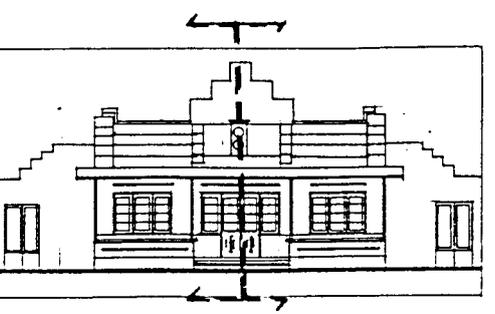
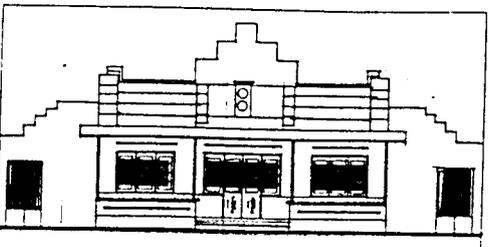
| Karakteristik Dasar   | Pola Yang Ada  |
|---|--|
| 1. Pembentuk facade :   |  |
| <p>Atap berbentuk kubah dengan permukaan dinding lantai satu. Bidang dasar diangkat.</p>  |    |
| <p>2. Proporsi Vertikal-Horisonal : dimana horisonal dan vertikal berada pada proporsi yang seimbang.</p>   |   |
| 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

- pengulangan bentuk bidang (datum) dan ornamen.

6. Ornamantasi :  
penerapan detail  
ornamantasi tidak  
kuat pada facade  
bangunan.



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

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

#### 4.5. Kesimpulan

##### 4.5.1. Preseden Sebagai Konsep Strategi Konservasi

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

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

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

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

##### 4.5.2. Preseden sebagai Konservasi Karakteristik Arsitektural

Mencakup karakteristik arsitektural tata ruang bangunan dan karakteristik arsitektural facade bangunan

###### A. Karakteristik Arsitektural Tata Ruang

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

tinggal dan paseban.

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

#### B. Karakteristik Arsitektural Facade Bangunan

Mencakup :

Atap : Atap dicirikan dengan bentuk kombinasi limasan dan pelana.

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

Bidang dasar : dicirikan dengan adanya pengangkatan bidang dasar bangunan .

- Proporsi Vertikal-Horisontal :

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



- Datum :

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

-Simetri :

Penerapan bentuk-bentuk simetri yang dominan pada facade bangunan.

- Pengulangan :

Bentuk-bentuk pengulangan yang dominan antara lain :

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

\* Penerapan pengulangan bentuk atap.

\* Penerapan pengulangan bentuk bidang.

\* Penerapan pengulangan garis vertikal struktur.

- Ornamantasi :

Penerapan ornamantasi kuat pada bangunan.

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

**5.1. Pendekatan Umum**

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

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

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

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

## **5.2. Pendekatan Perancangan Penampilan Bentuk Bangunan**

Penampilan visual bangunan merupakan salah satu aspek yang menjadi daya tarikh dan mendorong orang untuk datang kepusat perbelanjaan.

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

### **5.2.1. Kebutuhan Penampilan Bagi Pusat Perbelanjaan**

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

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

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

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

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

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

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

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

### 5.2.2. Orientasi Perletakan bangunan dan Pintu Masuk

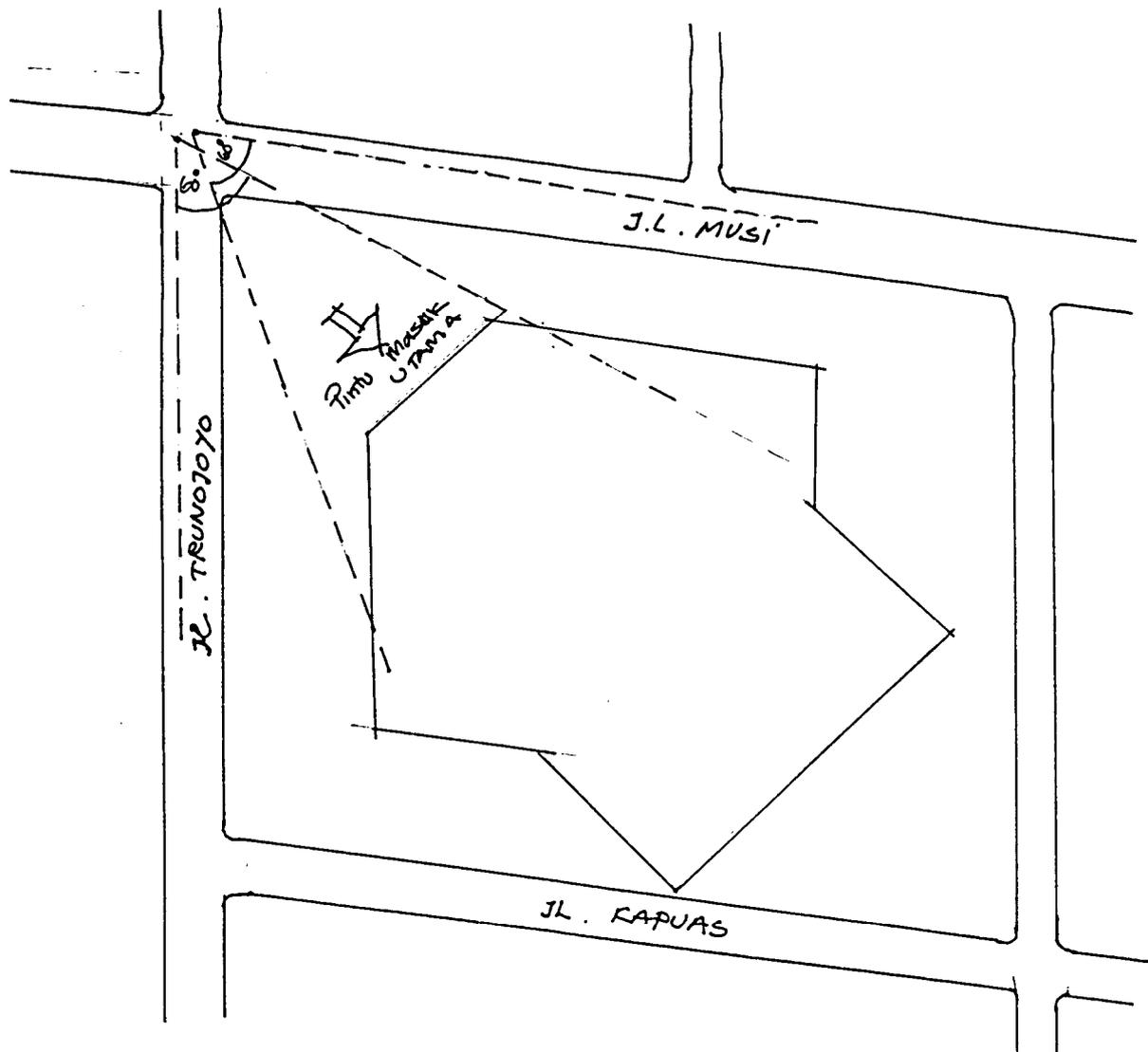
Kajian orientasi perletakan bangunan terutama dimaksudkan untuk menjawab salah satu tuntutan penampilan wajah komersial dari bangunan pusat perbelanjaan sebagai suatu fasilitas perdagangan. Tuntutan tersebut terutama tuntutan yang didasari sifat *boldness* pada penampilan wajah komersial suatu fasilitas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

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

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

melakukan pergerakan dengan berkendara.

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



Gambar 5-1

Orientasi bangunan

### 5.2.3. Penampilan Visual Eksterior Bangunan

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

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

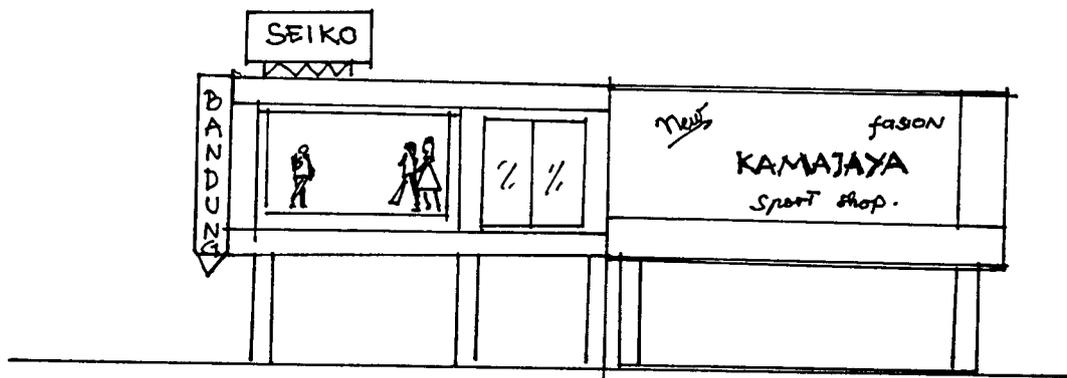
Hal ini dimaksudkan agar bentuk/facade yang akan diserap bagi pengembangan *Shopping Center* di Madiun memeng merupakan bentuk kontekstual dari bangunan perdagangan (pada analisis bangunan peninggalan di BAB IV). Sehingga dapat dihindarkan kejanggalan-kejanggalan yang disebabkan karena penyerapan bentuk/facade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

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

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

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

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



Gambar 5-2

Facade bangunan komersial

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

berikut :

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



#### 5.2.4. Penampilan Visual Interior Bangunan

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

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

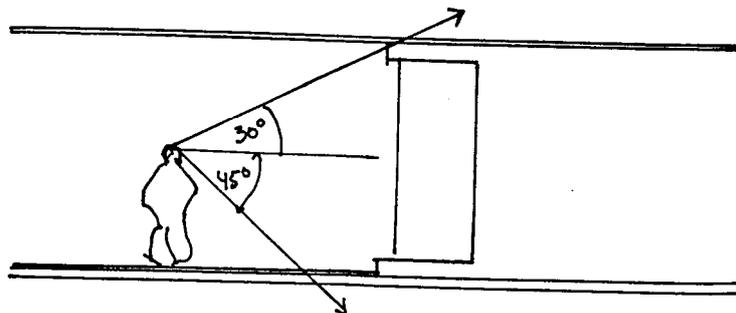
Untuk menjawab tuntutan tersebut maka facade pertokoan harus dapat terlihat pada sudut pandang 30 derajat dari batas ketinggian mata diukur dari jarak manusia berdiri. Daerah dari tempat manusia berdiri terletak pada setengah jarak jalur sirkulasi pengunjung pada koridor, dan pada tepi terjauh dari lebar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

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

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

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

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



Gambar 5-3

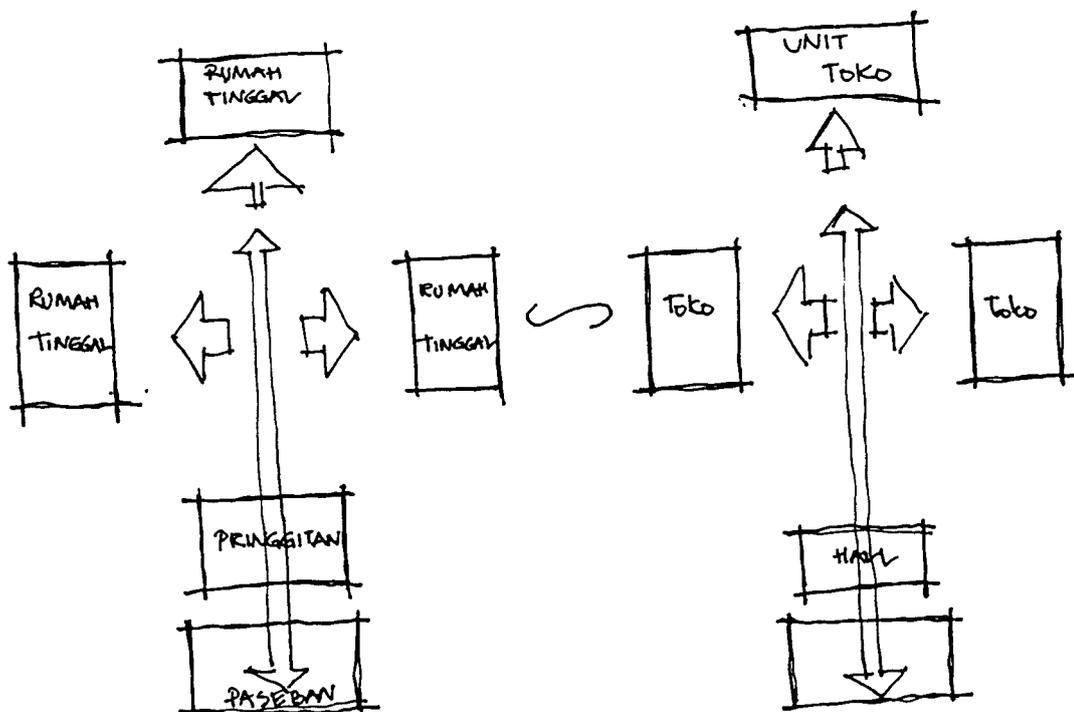
Facade pertokoan

### 5.3. Pendekatan Pola Sirkulasi dan fungsi Ruang

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

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

Pola pergerakan dengan pola linier.



Gambar 5-4

Pola ruang

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

#### **5.4 Pendekatan Perencanaan *Shopping Centre***

##### **5.4.1. Mencari Alternatif Lokasi *Shopping Centre***

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

A. Alternatif I : Lokasi terletak di daerah Proliman.

##### Kondisi Lokasi

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

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

B. Alternatif II : Lokasi terletak di daerah Sleko

Kondisi Lokasi :

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

### C. Menentukan lokasi Shopping Centre

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

Penilaian kriteria lokasi berdasarkan ukuran sebagai berikut :

| Ukuran :           | Nilai |
|--------------------|-------|
| - Sangat mendukung | 4     |
| - Cukup mendukung  | 3     |
| - Kurang mendukung | 2     |
| - Tidak mendukung  | 1     |

Tabel 5-1, Kriteria pemilihan lokasi :

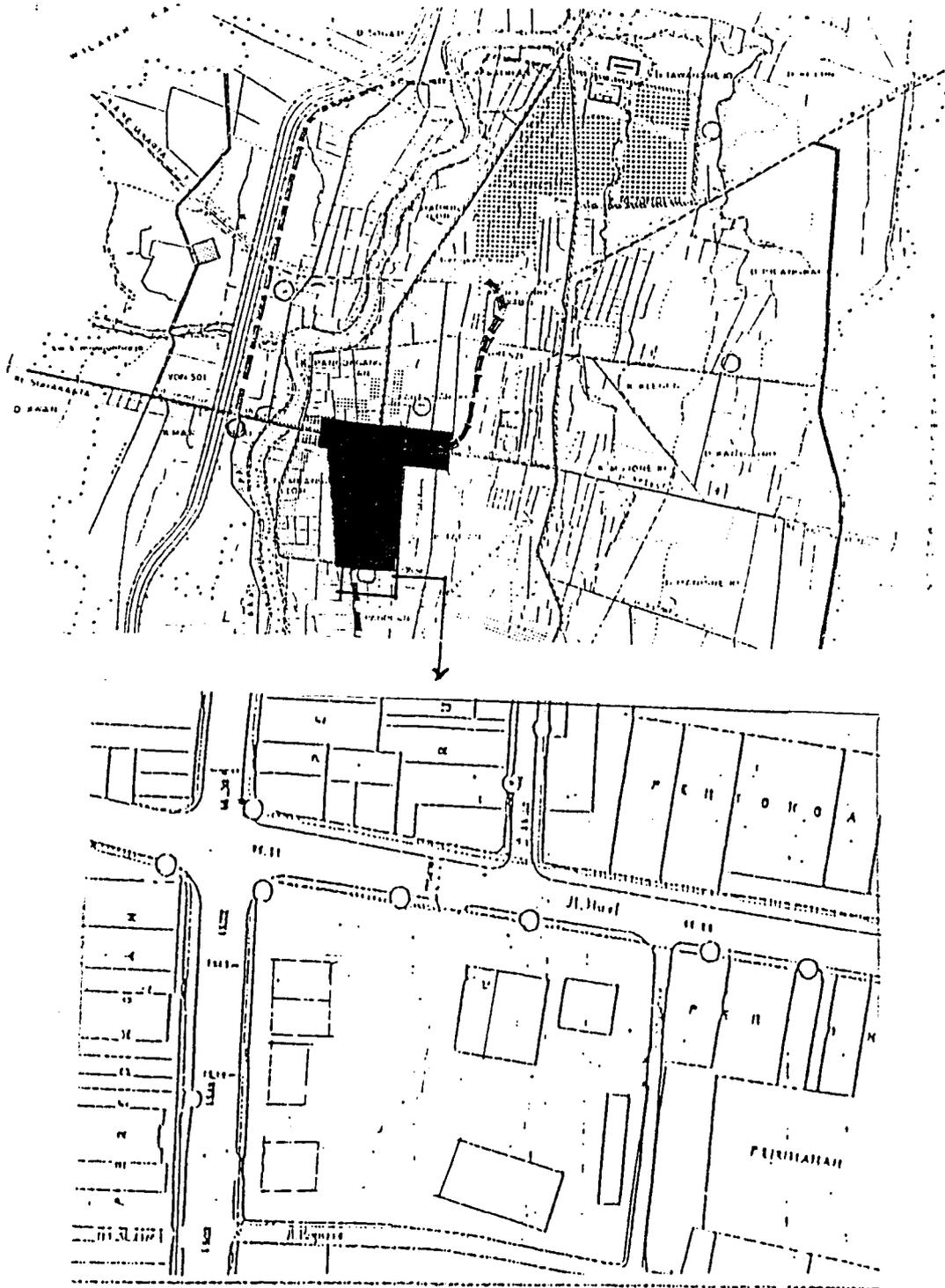
| Kriteria Lokasi   | Alternatif |           |
|---|------------|-----------|
|   | I          | II        |
| 1. Daerah pusat perdagangan.....  | 4          | 4         |
| 2. Daerah yang mudah dicapai transport....  | 3          | 4         |
| 3. Daerah mempunyai unsur penunjang ( hibu<br>ran, rekreasi, bank, kantor, hotel )... | 4          | 2         |
| 4. Terdapat infrastruktur.....  | 4          | 4         |
| 5. Area site menunjang dengan kemungkinan<br>pengembanganya.....                      | 3          | 4         |
| 6. Daerah dimana kepadatan yang ditimbul-<br>kanya relatif kecil.....                 | 2          | 3         |
| 7. Daerah yang nantinya mampu menunjang<br>perkembangan lingkungan.....               | 3          | 4         |
| <b>Total Score</b>  | <b>23</b>  | <b>25</b> |

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

Kesimpulan lokasi/site : terletak di daerah Sleko.

#### D. Site

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



Gambar 5-5  
Lokasi dan Site

#### 5.4.2. Keadaan Site

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

a). Luas Site : ± 11.000 meter persegi

b). Batas Site :

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

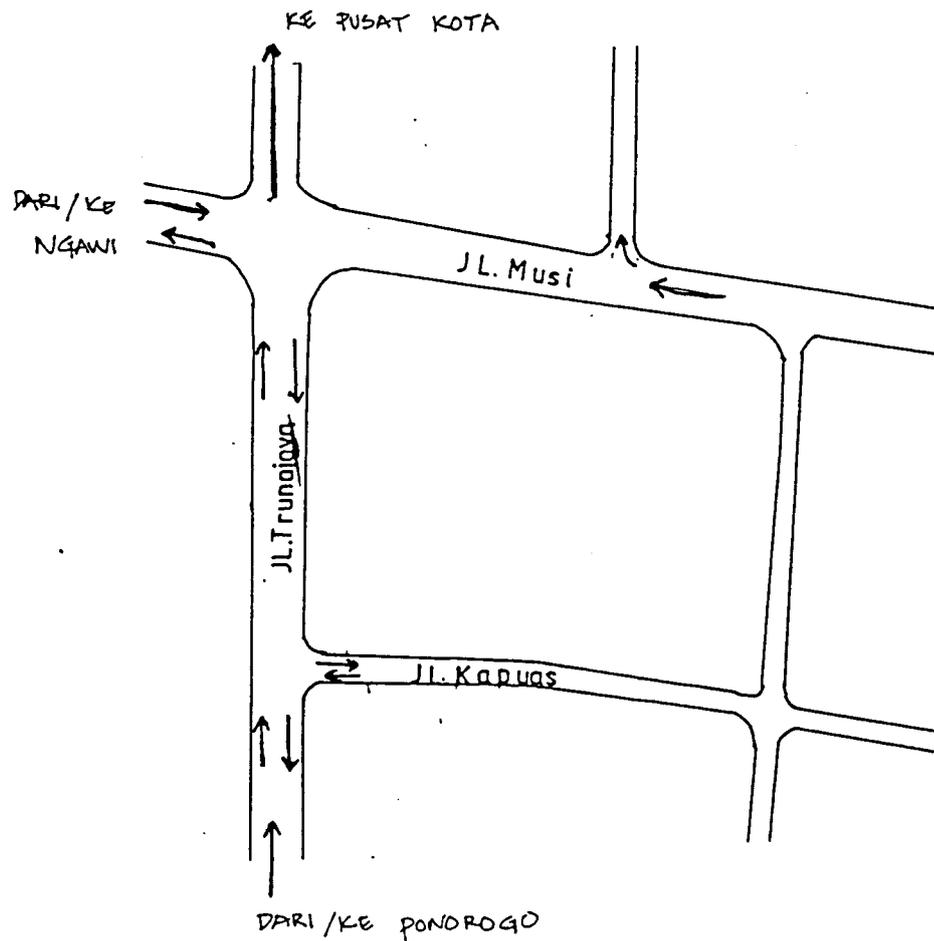
c). Topografi :

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

d). Penggunaan/kepemilikan site dianggap dapat diselesaikan.

### 5.4.3. Sirkulasi sekitar site

Keadaan site dibatasi jalan dimana volume lalulintas relatif sibuk/cukup padat, untuk mengetahui sirkulasi sekitar site tidak terlepas dari sirkulasi secara keseluruhan didaerah perdagangan kata Madiun.



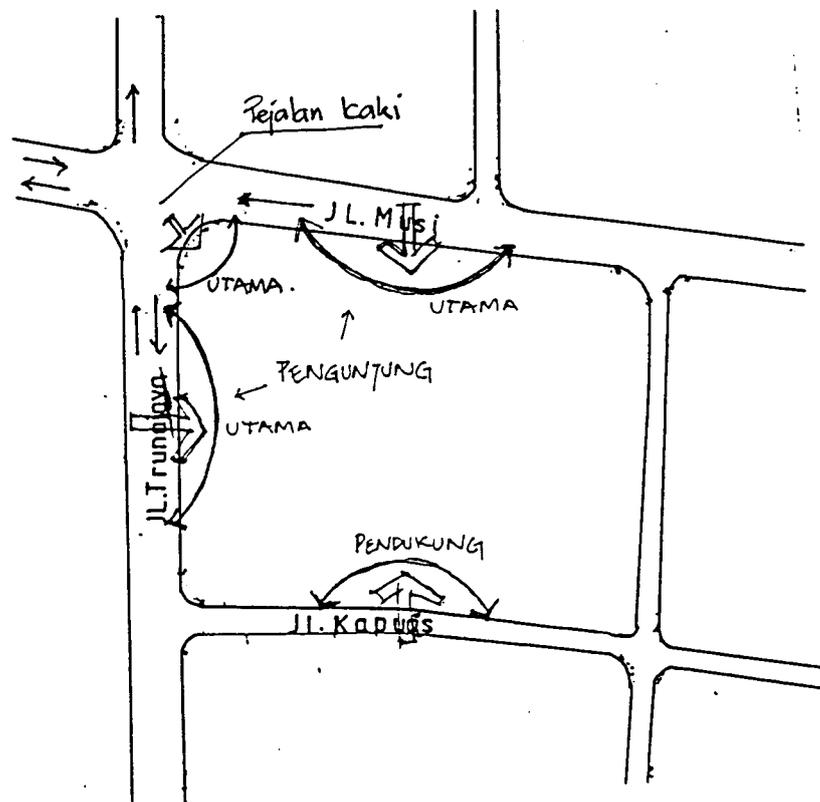
Gambar 5-6

Sirkulasi sekitar site

#### 5.4.4. Pemilihan Pintu Masuk Site

Pemilihan pintu masuk site dengan pertimbangan :

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



Gambar 5-7

Pintu masuk site

#### 5.4.5. Masa Bangunan dan Space

##### a. Masa Bangunan

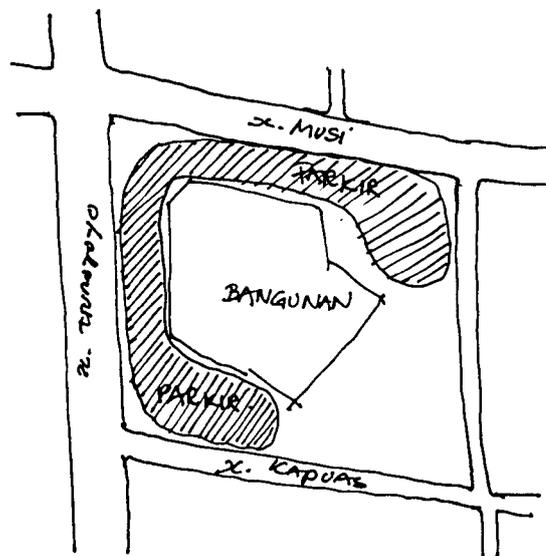
Konsep pengembangan perwadahan dari fungsi kegiatan dalam wadah tunggal atau dalam pola gubahan masa.

Hal-hal yang mendasari pemilihan pola tata masa lebih

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

b) Space

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



Gambar 5-8

Masa bangunan & Space

#### 5.4.6. Kebutuhan Luasan bangunan

Kebutuhan luasan bangunan pusat perbelanjaan di Kota-madya Madiun yang melayani penduduk sampai th 2008 adalah 72.000 m<sup>2</sup> sebanyak 6 unit (RIK Kota madya Madiun).

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

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

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

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

- a. Super market
- b. Junior departement store
- c. Unit-unit Toko
- d. Unit-unit kios
- e. Dari luas GLA ± 11.500 m<sup>2</sup> yang direncanakan, asumsi 30 % untuk ruang servis dan sirkulasi . Untuk pemerataan maka 25 % GLA untuk pedagang bermodal lemah yang beorientasi kepada konsumen menengah kebawah dan 75 % GLA untuk golongan pedagang bermodal kuat yang beorientasi kepada konsumen golongan menengah keatas. Hal ini dimaksudkan agar tidak ad kesenjangan ataupun permasalahan dengan pasar sebagai pusat perbelanjaan tradisional. Untuk penggunaan area, pemerintah telah mengatur syarat bagi bangunan pusat perbelanjaan baru untuk menye-

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

Tabel 5-2

Jenis Pertokoan yang sudah diklasifikasikan Daerah perbelanjaan Madiun di pusat kota

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

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

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

Tabel 5-3

Fasilitas yang direncanakan untuk konsumen golongan menengah keatas

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

Sedang area untuk pedagang dengan orientasi pada konsumen menengah kebawah dengan GLA  $\pm$  2.500 m<sup>2</sup> antara lain yaitu :

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

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

Keterangan : Masing-masing kios diatas mempunyai luasan 36 m<sup>2</sup>.

### 5.5. Kajian Pengorganisasian Ruang Kegiatan

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

#### 5.5.1. Daerah Asal tujuan Pembeli Shopping Centre

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

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

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

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

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

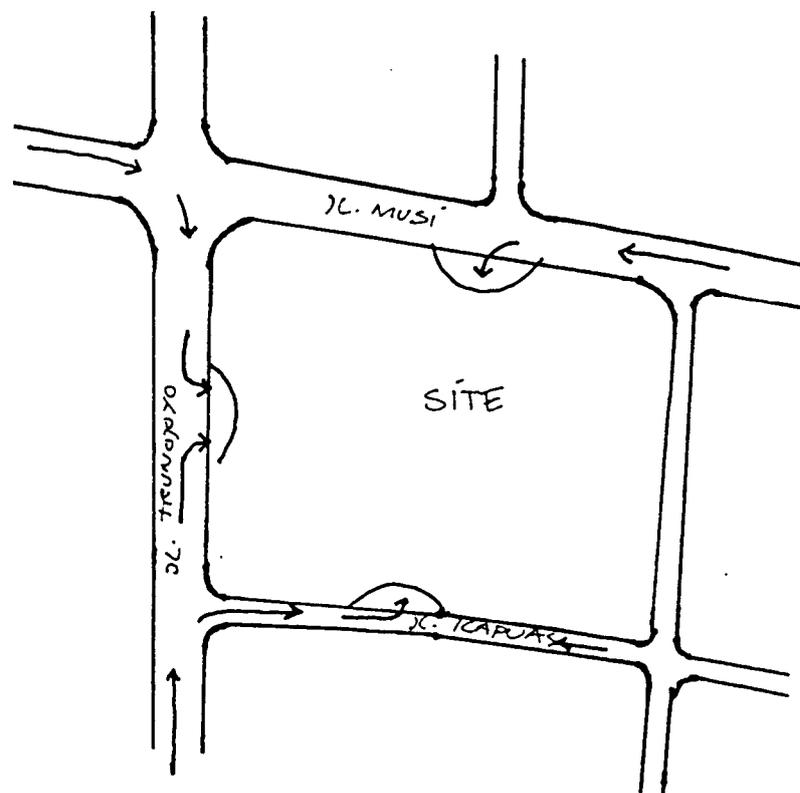


kemudahan pencapaian dari daerah tersebut ke lokasi karena tersedianya jalur transportasi kota yang menghubungkan daerah-daerah tersebut.

#### 5.5.2. Zona Droping Barang Pada Site

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

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



Gambar 5-9

Zona droping barang pada site

### 5.5.3. Orientasi Pelayanan

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

### 5.5.4. Pelaku Kegiatan

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

### 5.5.5. Kebutuhan Ruang

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

Tabel 5-5  
Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan

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

ket.      ● hubungan langsung  
          ○ hubungan tidak langsung

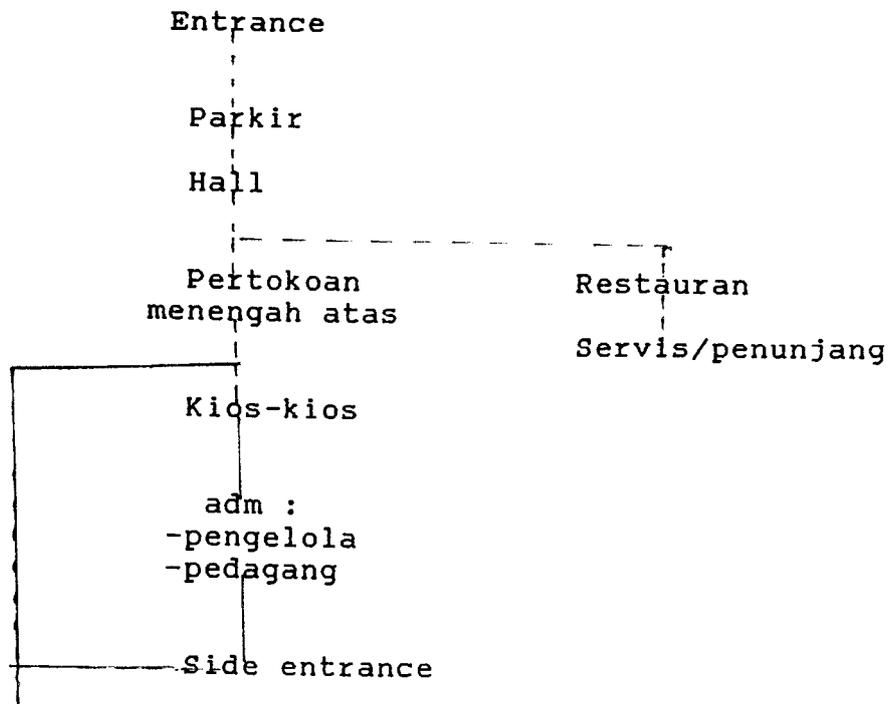
sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 1), dengan modifikasi.

Tabel 5-6  
Kebutuhan Ruang

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

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

### 5.5.6. Organisasi Pelaku Kegiatan Dalam *Shopping Center*



pml

### 5.5.7. Pendekatan Besaran Ruang

#### A. Besaran ruang kegiatan utama

- Ruang perbelanjaan keseluruhan  $\pm 10.000 \text{ m}^2$

#### B. Besaran ruang Penunjang

- parkir

Disediakan parkir bagi para pengun-

jung

dengan mobil dan parkir distribusi barang.

Dalam Standart buku Neufert adalah :

$(2,50 \text{ m} \times 5,50) = 13,75 \text{ m}^2$  , 25 %

parkir untuk parkir sepeda motor bagi

golongan ekonomi lemah.

- disediakan tempat parkir diluar  $\pm 4.000 \text{ m}^2$

|   |                         |
|---|-------------------------|
| - disediakan parkir Basement                              | ± 3.500 m <sup>2</sup>  |
| - r kantor pengelola <i>Shopping Center</i>               | ± 100 m <sup>2</sup>    |
| - r kantor pengelola Supermarket<br>dan Departement store | ± 72 m <sup>2</sup>     |
| - r eskalator   | ± 81 m <sup>2</sup>     |
| - r tangga  | ± 250 m <sup>2</sup>    |
| - r lavatori  | ± 240 m <sup>2</sup>    |
| - Hall  | ± 250 m <sup>2</sup>    |
| - Koridor   | ± 3.500 m <sup>2</sup>  |
| - r AHU, Mekanikal  | ± 144 m <sup>2</sup>    |
| - gudang  | ± 36 m <sup>2</sup>     |
|   | ----- +                 |
| Total   | ± 22.173 m <sup>2</sup> |

#### 5.5.8. Kegiatan Jual Beli

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

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

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

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

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

Tabel 5-7  
Jenis pedagang

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

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

Tabel 5-8  
Macam fasilitas yang digunakan

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

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

Tabel 5-9  
Jenis pembeli

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

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

#### **5.5.9. Kelompok Fasilitas**

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

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

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

#### **5.5.10. Perletakan Kelompok Fasilitas Perdagangan**

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

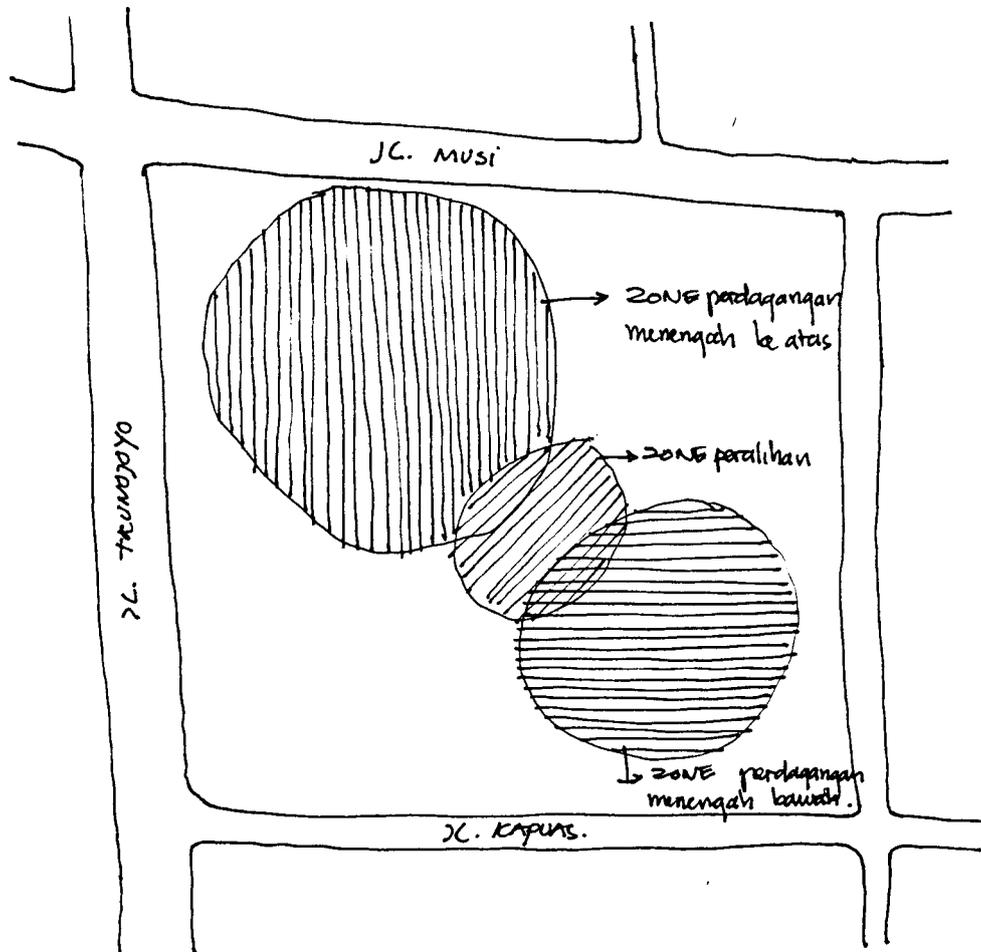
pembeli ke lokasi.

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

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

Adanya kelompok yang menjadi peralihan diharapkan

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



Gambar 5-10

Zoning kelompok fasilitas

### 5.5.11. Pola Ruang Fasilitas Perdagangan

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

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

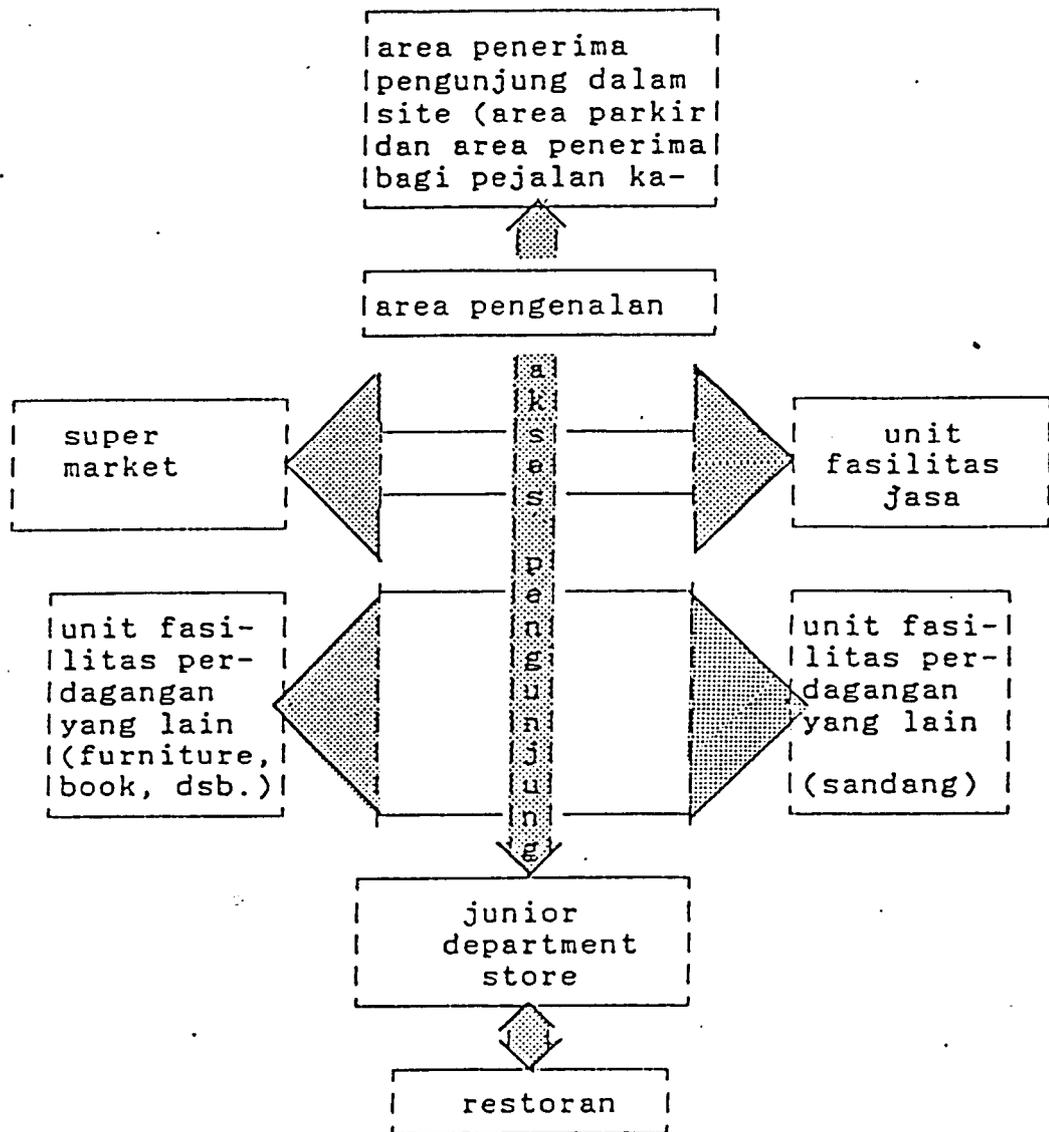
Sedangkan fasilitas perdagangan yang dipersiapkan untuk menjadi "anchor" adalah fasilitas perdagangan yang berupa junior department store.

Ruang yang terbentuk dengan adanya jarak tertentu

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

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

Gambar 5-11  
 Pola unit perdagangan  
 menengah keatas

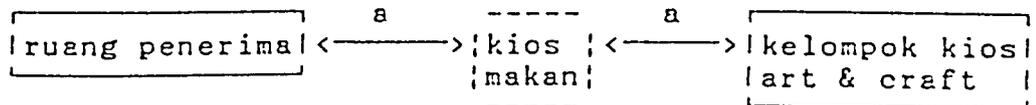
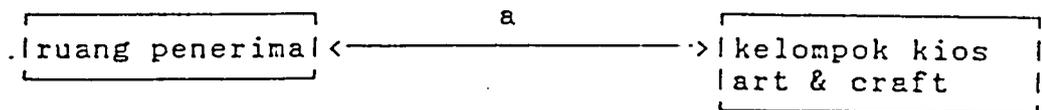
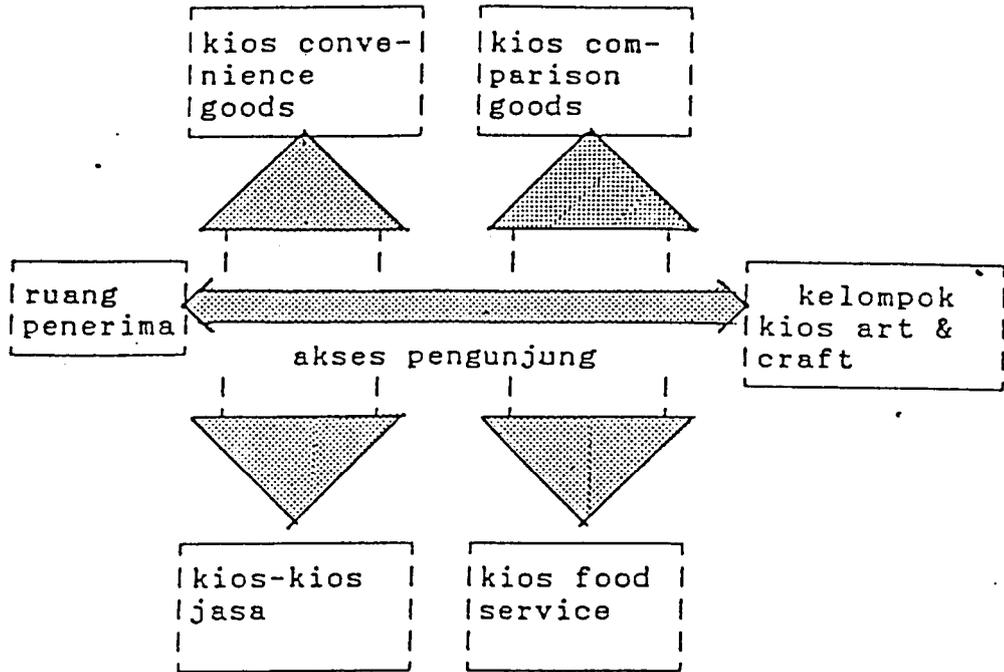


sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),  
 (Lion, E.P. 1975 : 36),  
 (Northen, R.I. et al. 1977 : 40), dengan modi-  
 fikasi.

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

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

Gambar 5-12  
 Pola ruang unit perdagangan  
 konsumen menengah kebawah



ket : a = jarak tempuh terjauh 200 - 250 m

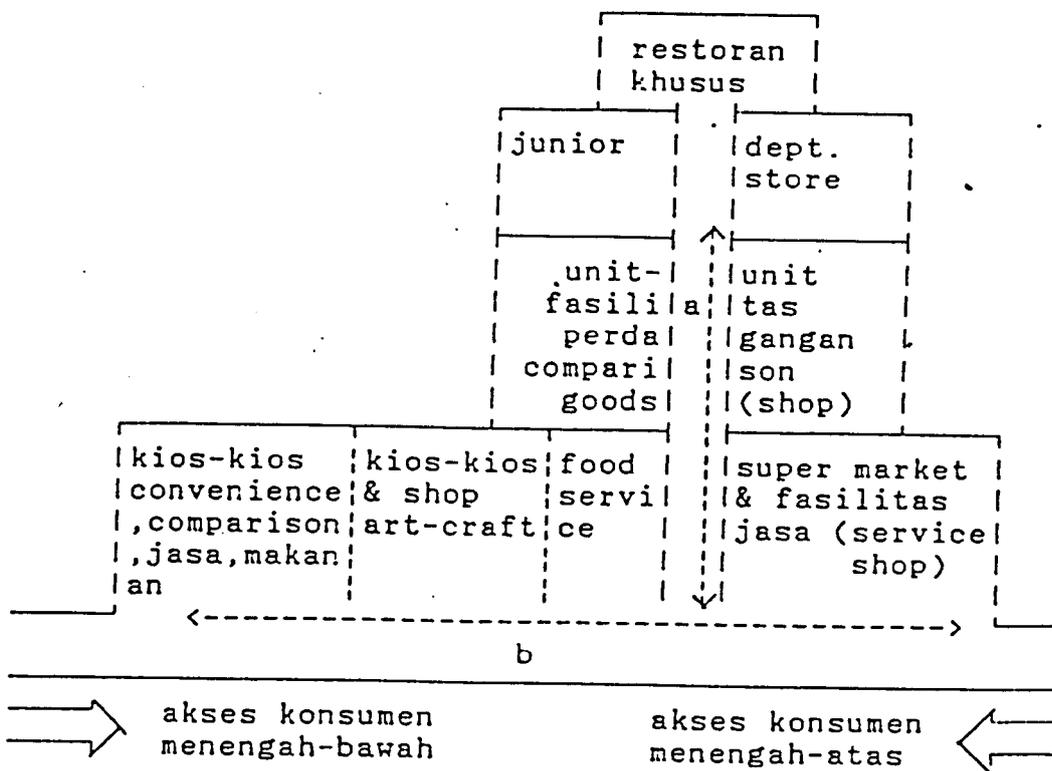
sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 78-85),  
 (Lion, E.P. 1975 : 36)

#### 5.5.12. Pengorganisasi ruang Perdagangan

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



Gambar 5-13  
 Alternatif pertama pengorganisasi ruang  
 fasilitas perdagangan

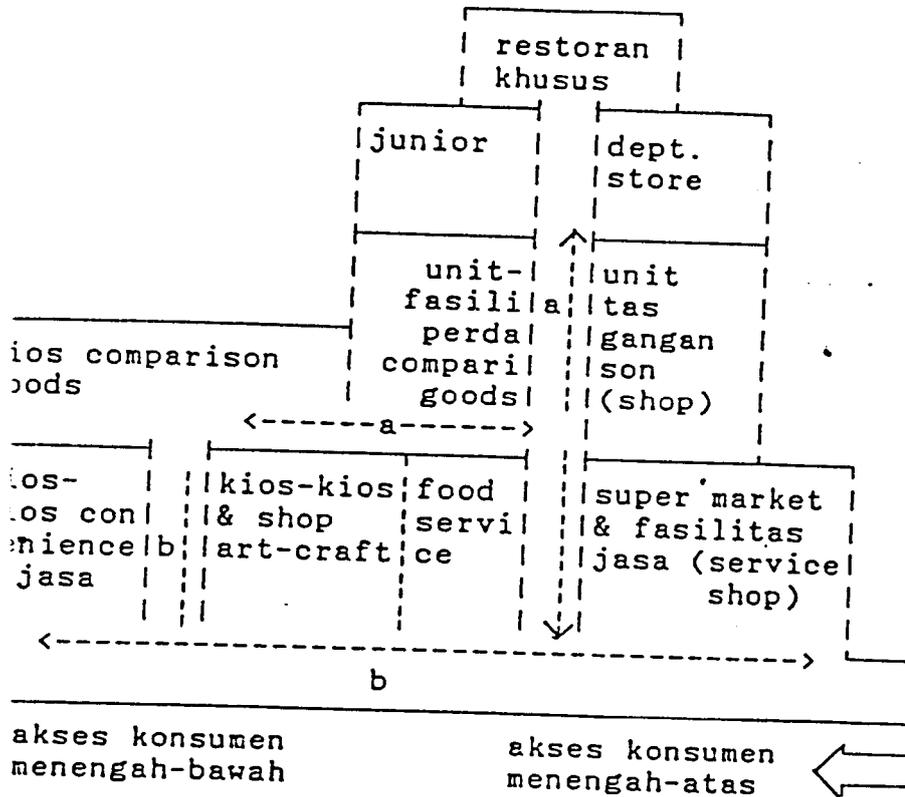


ket. : a = jalur sirkulasi vertikal  
 b = jalur sirkulasi horizontal

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

Gambar 5-14.

Alternatif kedua pengorganisasian ruang  
fasilitas perdagangan



= jalur sirkulasi vertikal  
= jalur sirkulasi horizontal

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

### 5.6. Pendekatan Modul Ruang

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

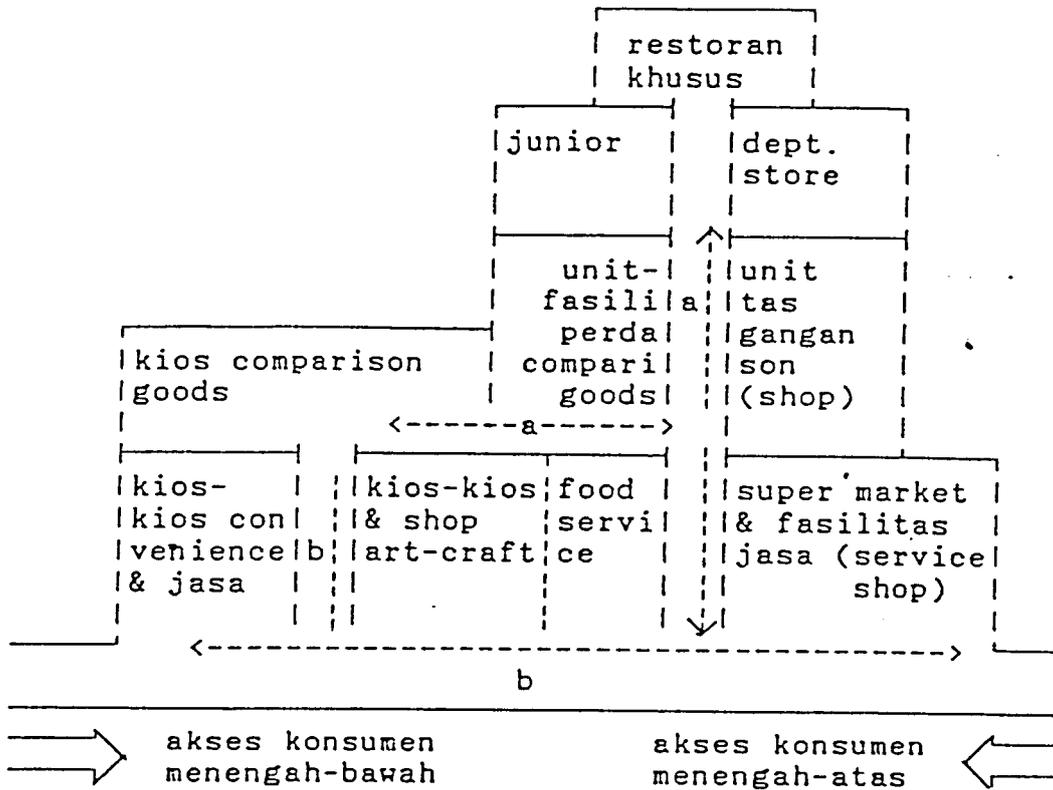
#### a. Kebutuhan luasan unit penjualan

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

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

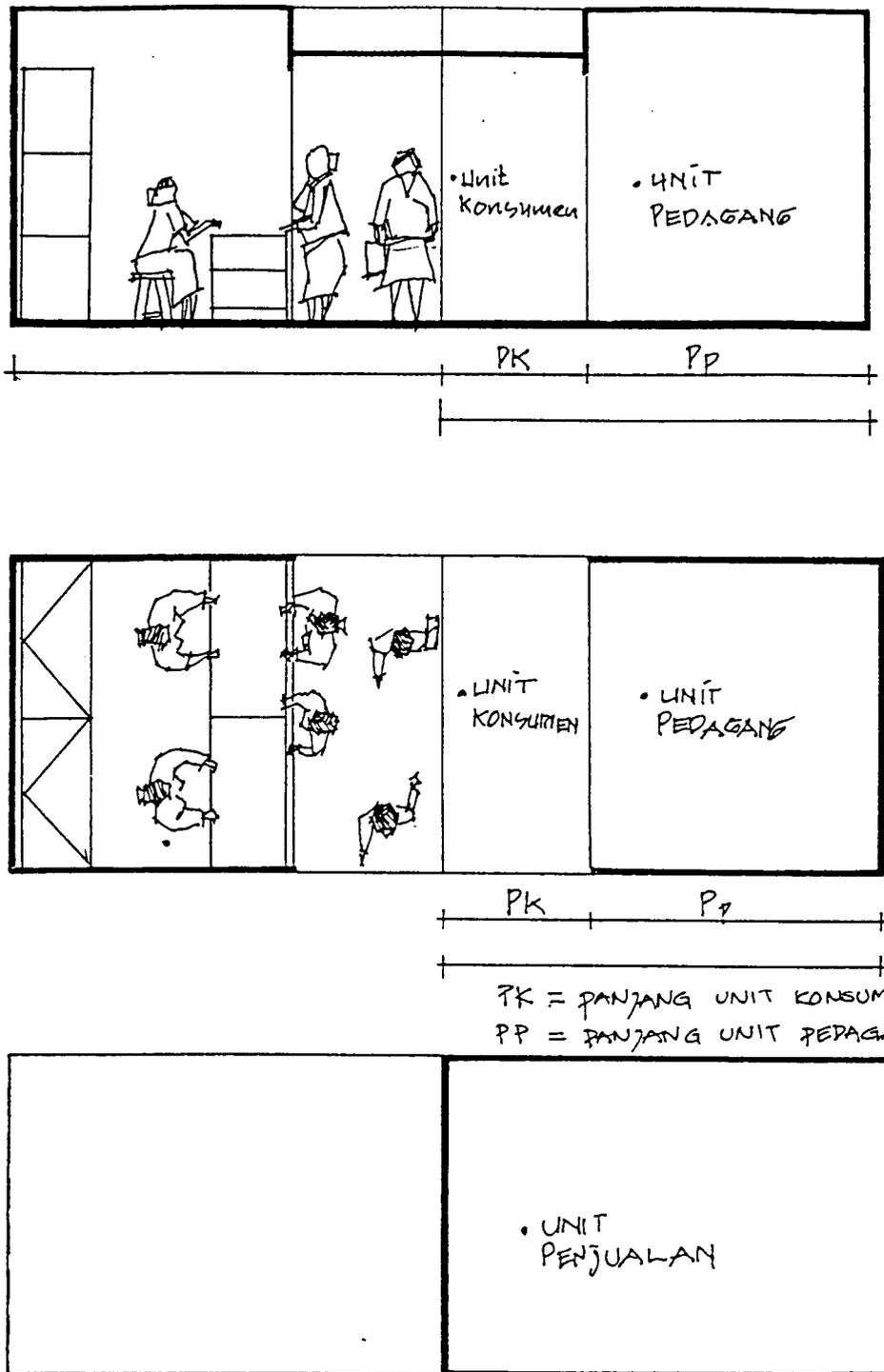
Gambar 5-14.

Alternatif kedua pengorganisasian ruang  
fasilitas perdagangan



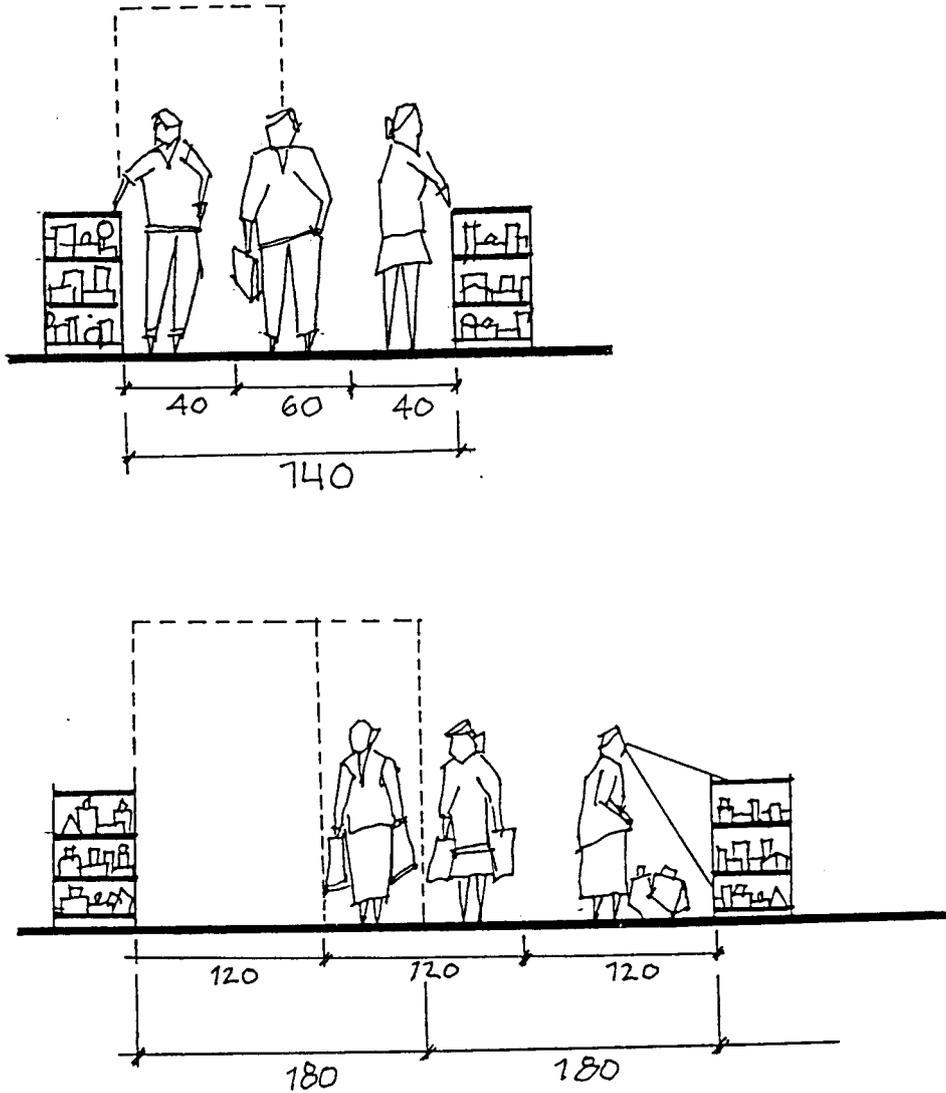
ket.: a = jalur sirkulasi vertikal  
b = jalur sirkulasi horizontal

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



Gambar 5-15

Analisis luasan unit penjualan



Gambar 5-16

## Analisis aktifitas pembeli

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

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

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

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

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

#### **.5.7 Tinjauan Struktur dan Konstruksi**

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

Pemilihan bahan-bahan yang digunakan didasarkan pada

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

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

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

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

## 5.8. Tinjauan Utilitas Bangunan

### A. Penerangan dan Listrik

#### 1. Penerangan alami

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

#### 2. Penerangan buatan

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

Digunakan tenaga listrik dari PLN maupun cadangan dari Generator Set.

### B. Penghawaan

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

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

### C. Alat Komunikasi

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

### D. Pencegah Bahaya Kebakaran

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

### E. Sanitering

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

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

Air kotor disalurkan ke rembesan melalui saluran tertutup.

Faecal matter disalurkan ke septic tank kemudian ke rembesan.

### F. Sampah

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

**BAB VI**  
**KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

**6.1. Konsep Penampilan Visual Bangunan**

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

Dengan Kriteria penampilan visual sebagai berikut :

- a. Bangunan diletakkan pada daerah site yang termasuk dalam daerah site yang mempunyai sudut pandang paling menguntungkan bagi kemudahan pengenalan bangunan. Yaitu daerah site yang masuk dalam batas-batas sudut pandang manusia (66 derajat kesetiap sisinya), dengan arah pandangan dari daerah perempatan jalan didekat site.
- b. Pengeolahan penampilan visual bangunan yang menyerap pola-pola dasar karakteristik facade bangunan sebagai berikut :
  1. Menyerap pola pembentuk wujud facade bangunan yang memberi kesan atap, bidang dinding dan bidang dasar.
  2. Menyerap pola simetris pada bangunan, walaupun pada penerapannya ada kemungkinan pola tersebut tidak diterapkan secara murni tetapi kesan simetri terse-

but akan tetap dimunculkan.

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

## 6.2. Pola Pembentuk Sirkulasi dan fungsi Ruang

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

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

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

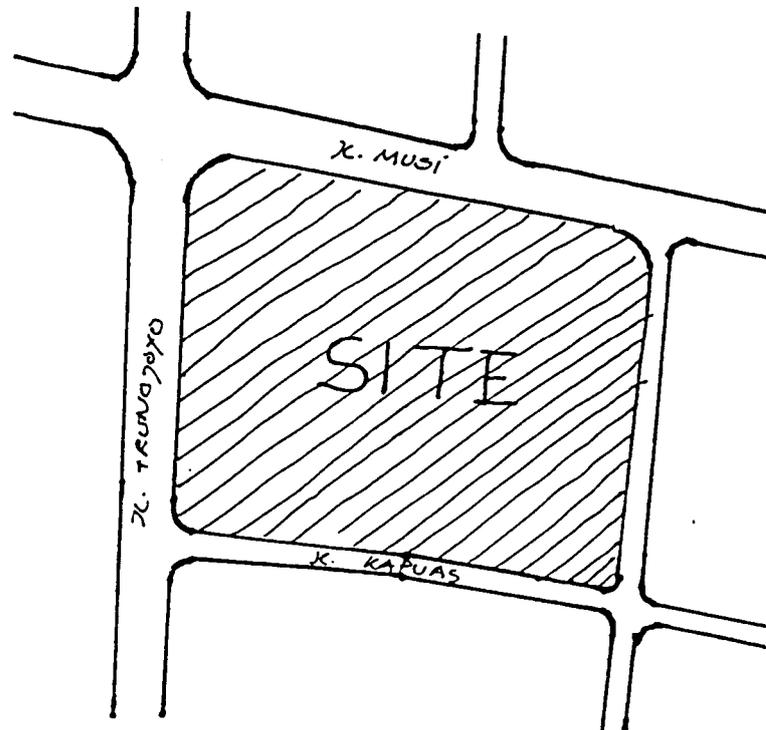
Pola pergerakan dengan pola linier dan memusat yang menghubungkan ruang-ruang perdagangan.

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

### **6.3 Konsep Perencanaan Shopping Centre**

#### **6.3.1. Lokasi Site Shopping Center**

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



Gambar 6-1

Site

### 6.3.2. Keadaan Site

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

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

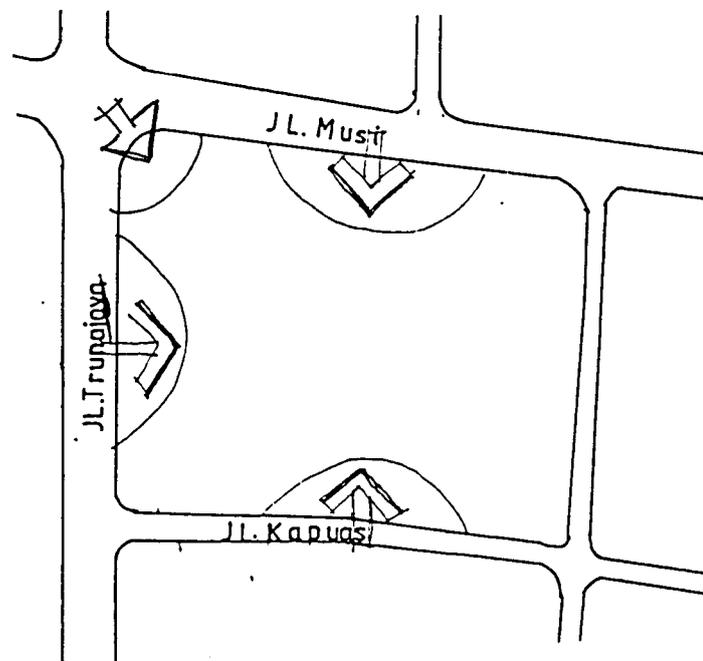
Keadaan tanah relatif rata, berada pada ketinggian kurang lebih 67 meter diatas permukaan air laut.

d). Penggunaan/kepemilikan site dianggap dapat diselesaikan.

### 6.3.3. Pintu Masuk Site

Pintu masuk site dengan pertimbangan :

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



Gambar 6-2

Pintu masuk site

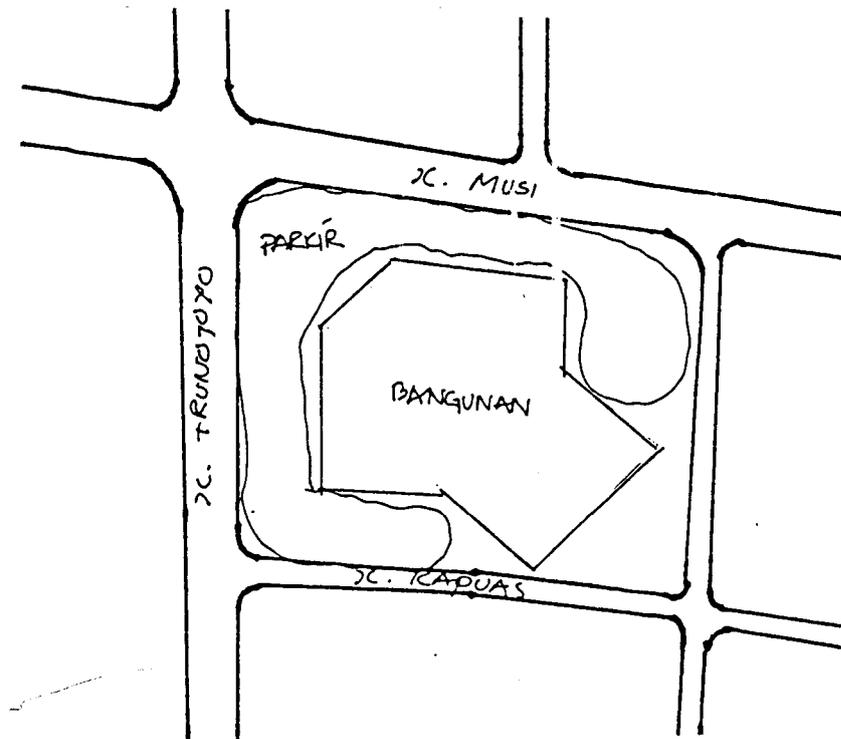
#### 6.3.4. Masa Bangunan dan Space

##### a). Masa Bangunan

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

##### b) Space

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



Gambar 6-3

Masa bangunan & Space

#### 6.3.5. Kebutuhan Luasan bangunan

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

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

#### 6.3.6. Jenis Fasilitas Perdagangan

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

Tabel 6-1  
 Fasilitas yang direncanakan  
 untuk golongan menengah keatas

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

Tabel 6-2  
 Fasilitas yang direncanakan  
 Untuk golongan menengah kebawah

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

Keterangan : Masing-masing kios diatas mempunyai luasan 36 m<sup>2</sup>.

#### 6.4. Konsep Pengorganisasian Ruang Kegiatan

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

##### 6.4.1. Zona Droping Barang Pada Site

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

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

##### 6.4.2. Perletakan kelompok Fasilitas perdagangan

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

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

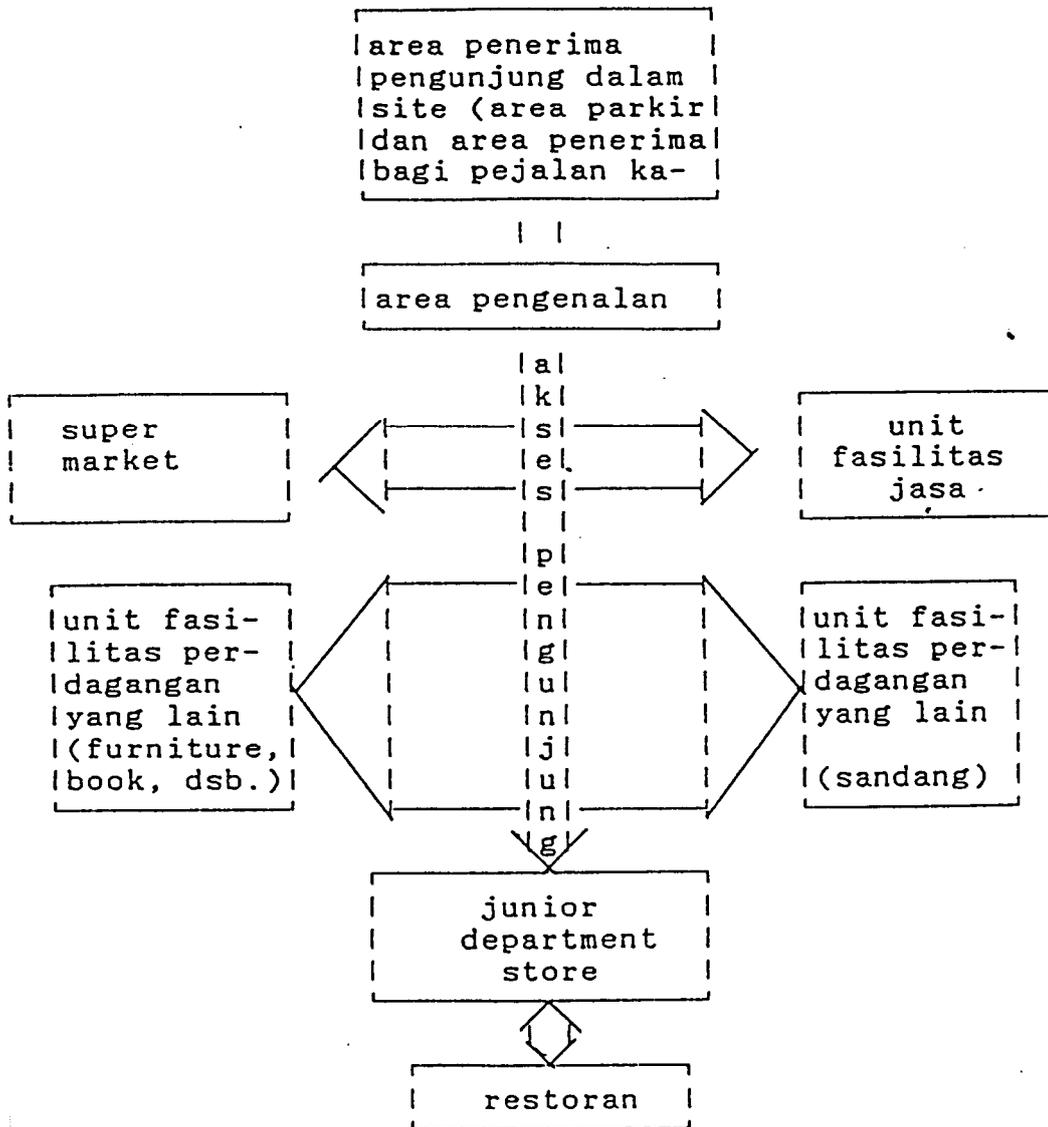
Perletakan kelompok fasilitas untuk konsumen menengah keatas diletakkan dan diorientasikan pada pertokoan jalan Trunojoyo dan jalan K.H. Agus Salim. Secara grafis dapat ditunjukkan pada gambar 5- .

#### 6.4.3. Pola Ruang Fasilitas Perdagangan

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

Gambar 6-4

Pola unit-unit perdagangan  
Untuk kosumen menengah keatas

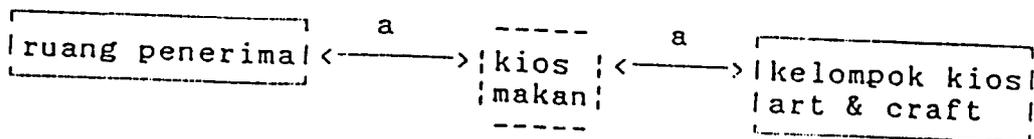
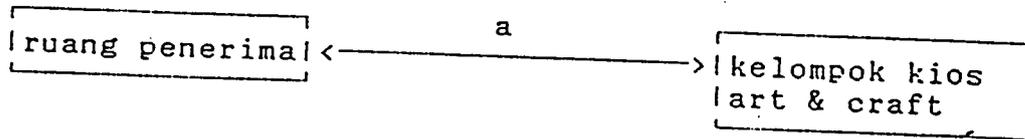
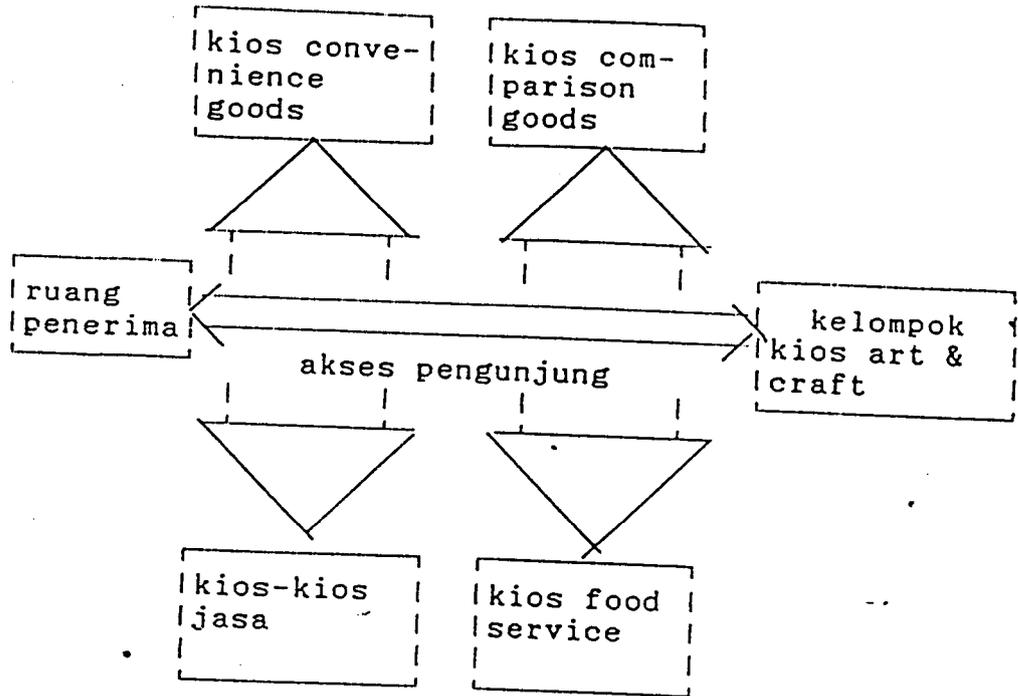


Sedangkan unit perdagangan untuk konsumen menengah ke bawah, ruang-ruang perdagangan berupa kios-kios tunggal. Apabila dilihat dari kekuatan menarik pengunjung, kios-kios tersebut tidak ada perbedaannya. Sehingga pola pengelompokan ruang didasarkan kepada jenis barang yang diperdagangkan, yang akan mempengaruhi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

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

Gambar 6-5

Pola ruang unit perdagangan  
konsumen menengah kebawah



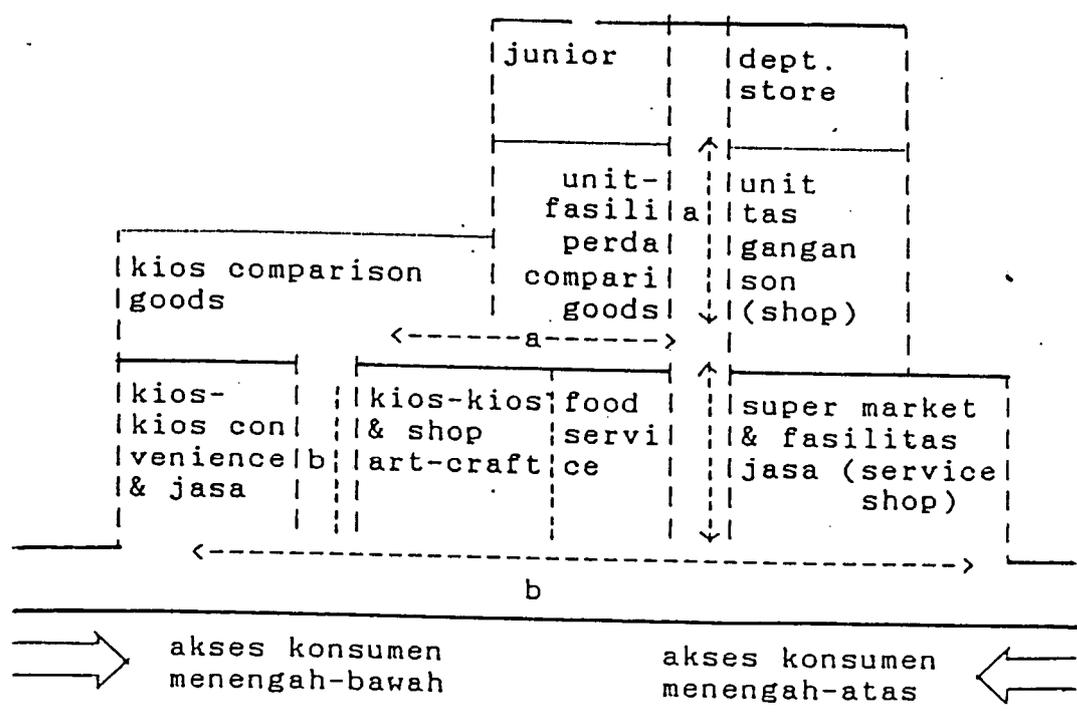
ket : a = jarak tempuh terjauh 200 - 250 m

sumber : pemikiran

#### 6.4.4. Pengorganisasi ruang Fasilitas Perdagangan

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

Gambar 6-6  
 Pengorganisasian ruang  
 fasilitas perdagangan



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

sumber : pemikiran

### 6.5. Kebutuhan Ruang dan Luasan Ruang

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

#### A. Ruang kegiatan utama

- Ruang perbelanjaan  $\pm 10.000 \text{ m}^2$

#### B. Ruang Penunjang/servis

- parkir diluar gedung  $\pm 4.000 \text{ m}^2$

- parkir di Basement  $\pm 3.500 \text{ m}^2$

- r kantor pengelola Shopping Center  $\pm 100 \text{ m}^2$

- r pengelola supermarket & dept store  $\pm 72 \text{ m}^2$

- r eskalator  $\pm 81 \text{ m}^2$

- r tangga  $\pm 250 \text{ m}^2$

- lavatori  $\pm 240 \text{ m}^2$

- hall  $\pm 250 \text{ m}^2$

- koridor  $\pm 3.500 \text{ m}^2$

- r AHU, mekanikal  $\pm 144 \text{ m}^2$

- gudang  $\pm 36 \text{ m}^2$



### 6.6. Modul Ruang

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

### 6.7. Struktur dan Konstruksi

Digunakan sistem struktur rangka (frame structure)

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

### 6.8. Utilitas Bangunan

#### a. Sistem pencahayaan

##### 1. Pencahayaan alami

Karena Bangunan yang direncanakan merupakan suatu pusat perbelanjaan dimana pencahayaan alami

diperlukan pada ruang-ruang yang memerlukan saja.

## 2. Penerangan buatan

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

### b. Alat komunikasi

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

### c. Pencegah Kebakaran

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

- Sistem pencegah kebakaran, menggunakan alat pencegah (detektor) seperti : smoke detektor (penjebak asap), Flame detektor dan head detektor (penjebak panas). Alat-alat ini akan bekerja memberikan alarm atau sistem kontrol.
- Sistem perlawanan kebakaran, menggunakan sprinkler. Alat ini akan bekerja apabila suhu ruangan mencapai 60-70 C. Penutup membran pada sprinkler akan pecah dan menyemburkan air dengan daya jangkauan kurang lebih 25 m<sup>2</sup>. Suplai air untuk sistem ini disatukan dengan suplai air bersih dengan *down feed* sistem.

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

d. Sistem Transportasi

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

e. Sistem Suplai Air

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

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

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

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

## DAFTAR PUSTAKA

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

Land Institute ; Shopping Centre Development Handbook.

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

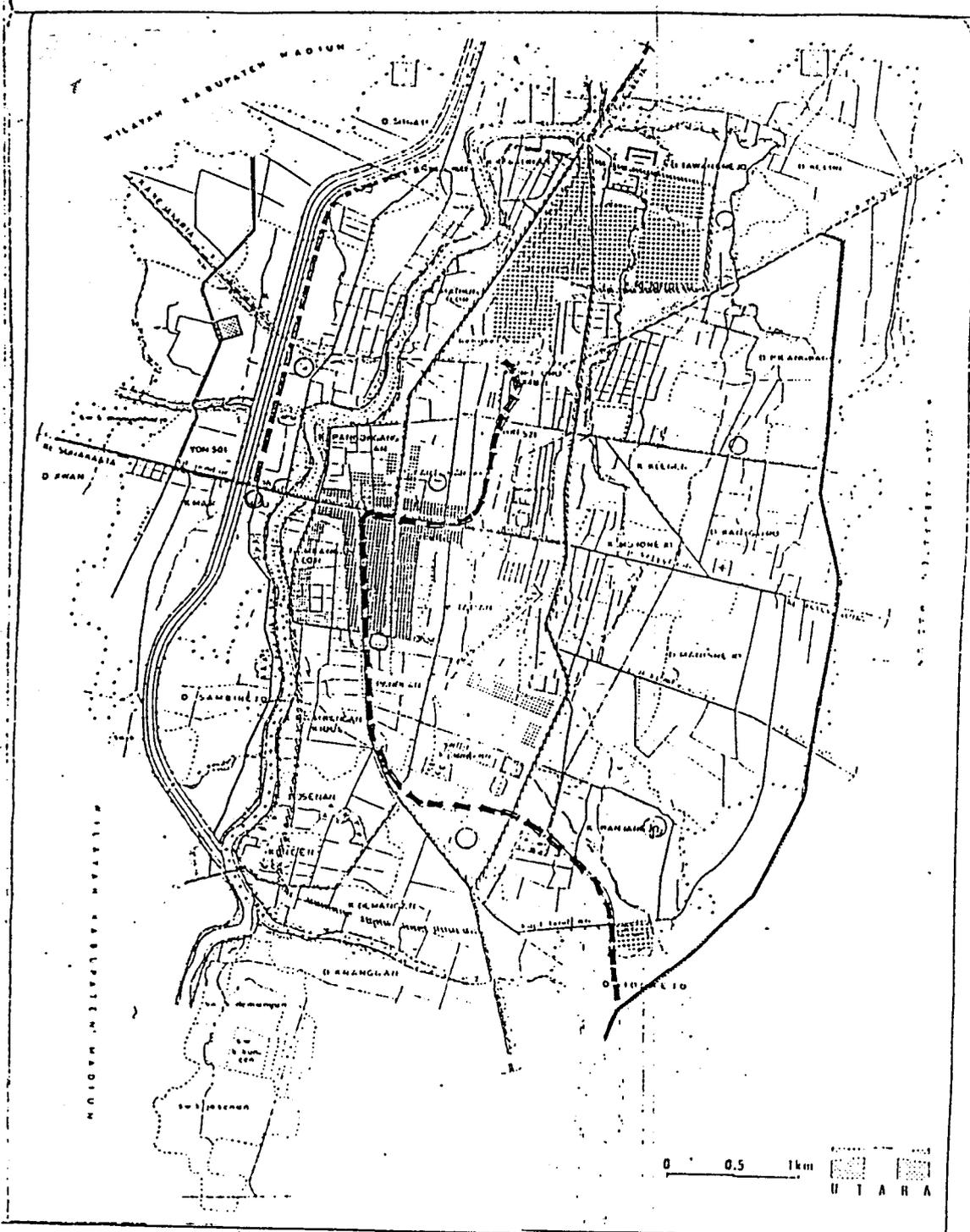
Majalah :

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

LAMPIRAN



Peta peruntukanlahan komersial



PETA RENCANA PENGGUNAAN LAHAN TH. 2008

KETERANGAN :

|  |                                    |  |   |  |   |
|--|------------------------------------|--|---|--|---|
|  | JL. ARTERI PRIMER                  |  | JALUR HIJAU DAN KUBURAH                       |  | LOKASI TERMINAL IRIS & COLT             |
|  | RENCANA JL. ARTERI PRIMER          |  | KAWASAN DOMINASI INDUSTRI DAN PERGUDANGAN     |  | LOKASI TERMINAL CARGO                   |
|  | JL. KOLEKTOR SEKUNDER/PRIMER       |  | LOKASI PEMBUANGAN SAMPAH                      |  | RENCANA PEMBUNYAIAN INDUSTRI            |
|  | RENC. JL. KOLEKTOR SEKUNDER/PRIMER |  | LOKASI PEMBUNYAIAN TINGKAT PERGUDANGAN TINGGI |  | BAIAS BUILT UP AREA                     |
|  | JL. LOKAL SEKUNDER                 |  | STADIUM / ALUN ALON                           |  | PUSAT SUB BAGIAN WILAYAH KOTA           |
|  | RENCANA JL. LOKAL SEKUNDER         |  | KAWASAN DOMINASI PUSAT PERDAGANGAN LOKAL      |  | PUSAT BAGIAN WILAYAH KOTA               |
|  | PUSAT KESEHATAN                    |  | KAWASAN DOMINASI PUSAT PERDAGANGAN REGIONAL   |  | LOKASI PEMBUNYAIAN INDUSTRI IRIS & COLT |
|  | KAWASAN DOMINASI PERKANTORAN       |  |   |  | LOKASI PEMBUNYAIAN INDUSTRI IRIS & COLT |

KOTAMADYA PALEMBANG

Lampiran 3  
Klasifikasi fasilitas komersial

| DOLLARS AND CENTS<br>DOLLAR AND CATEGORY | SIC CODE AND CATEGORY                                     | DOLLARS AND CENTS<br>CODE AND CATEGORY | SIC CODE AND CATEGORY  |
|--|---|--|--|
| <b>FOOD</b>                              |   |  |  |
| 011 Supermarket                          | 5411 Grocery stores                                       | 115 Flowers                            | 5992 Florists  |
| 012 Meat, poultry, fish                  | 5423 Meat and fish markets                                | 116 Tobacco                            | 5993 Cigar stores and stands                                   |
| 013 Specialty food                       | 5499 Miscellaneous food stores                            | 117 Drugs                              | 5912 Drug stores and proprietary stores                        |
| 014 Bakeries                             | 5411 Grocery stores                                       |  |  |
| 015 Bakery                               | 5463 Retail bakeries—selling only                         | 118 Sporting goods                     | 5941 Sporting goods and bicycle shops                          |
| 016 Ice bakery                           | 5462 Retail bakeries—baking and selling                   | 119 Credit jewelry                     | 5944 Jewelry stores  |
| 017 Candy, nuts                          | 5441 Candy, nut, and confectionery stores                 | 121 Costume jewelry                    | 5995 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified      |
| 018 Dairy products                       | 5451 Dairy products stores                                |  | 5644 Jewelry stores  |
| 019 Health food                          | 5499 Miscellaneous food stores                            | 122 Jewelry                            | 5722 Household appliance stores                                |
| <b>FOOD SERVICE</b>                      |   |  |  |
| 021 Restaurant without liquor            | 5812 Eating places  | 124 Sewing machines                    | 7699 Repair services not elsewhere classified                  |
| 022 Cafeteria                            | 5812 Eating places  | 125 Key shop                           | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified      |
| 023 Fast-food/carryout                   | 5812 Eating places  | 126 Cosmetics                          |  |
| 024 Restaurant with liquor               | 5812 Eating places  | 127 Cards and gifts                    | 5947 Gift, novelty, and souvenir shops                         |
| 025 Cocktail lounge                      | 5812 Eating places  | 128 Toys                               | 5945 Hobby, toy, and game shops                                |
| 026 Diner/cafeteria                      | 5812 Eating places  | 129 Cameras                            | 5946 Camera and photographic supply stores                     |
| 027 Ice cream parlor                     | 5812 Eating places  | 130 Liquor and wine                    | 5921 Liquor stores   |
| <b>GENERAL MERCHANDISE</b>               |   |  |  |
| 041 Department store                     | 5311 Department stores                                    | 131 Wine only                          | 5921 Liquor stores   |
| 042 Junior department store              | 5311 Department stores                                    | 132 Wine and cheese                    | 5451 Dairy products stores                                     |
| 043 Variety store                        | 5331 Variety stores                                       |  | 7396 Trading stamp services                                    |
| 044 Department store—discount            | 5311 Department stores                                    | 133 Trading stamp redemption           | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified      |
| 045 Catalog store                        | 5399 Miscellaneous general merchandise stores             | 135 Other retail                       |  |
| <b>CLOTHING AND SHOES</b>                |   |  |  |
| 011 Ladies' specialty                    | 5631 Women's accessory and specialty stores               | <b>FINANCIAL</b>                       |  |
| 012 Ladies' ready-to-wear                | 5621 Women's ready-to-wear stores                         | 131 Bank                               | 602 Commercial and stock savings banks                         |
| 013 Bridal shop                          | 5621 Women's ready-to-wear stores                         | 142 Savings and loan                   | 812 Savings and loan associations                              |
| 014 Maternity                            | 5621 Women's ready-to-wear stores                         | 143 Finance company                    | 8145 Licensed small loan lenders                               |
| 015 Hosiery                              | 5631 Women's accessory and specialty stores               | 144 Small loans                        | 8145 Licensed small loan lenders                               |
| 016 Millinery                            | 5631 Women's accessory and specialty stores               | 145 Post office                        | 7399 Business services not elsewhere classified                |
| 017 Children's wear                      | 5641 Children's and infants' wear stores                  | 146 Insurance                          | 62 Insurance carriers  |
| 018 Menswear                             | 5611 Men's and boys' clothing and furnishings             | 147 Brokerage                          | 6211 Security brokers and dealers (and brokerage companies)    |
| 019 Family wear                          | 5631 Family clothing stores                               | <b>OFFICE</b>                          |  |
| 020 Family shoe                          | 5601 Shoe stores  | 131 Medical and dental                 | 8011 Offices of physicians                                     |
| 021 Ladies' shoe                         | 5661 Shoe stores  |  | 8021 Offices of dentists                                       |
| 022 Men's and boys' shoe                 | 5661 Shoe stores  | 132 Legal                              | 8031 Offices of osteopathic physicians                         |
| 023 Children's shoe                      | 5661 Shoe stores  | 133 Accounting                         | 8111 Legal services  |
| 024 Furs                                 | 5641 Furs and fur shops                                   | 134 Architect                          | 8931 Accounting, auditing, and bookkeeping                     |
| 025 Formal wear rental                   | 7299 Miscellaneous personal services                      | 135 Real estate                        | 8911 Engineering and architectural services                    |
| 026 Unisex/jess shop                     | 5699 Miscellaneous apparel and accessories                | 136 Contractor                         | 8521 Real estate agents and managers                           |
| <b>DRY GOODS</b>                         |   |  |  |
| 071 Yard goods and fabrics               | 5648 Sewing, needlework, and piece goods                  | 137 Employment agency                  | 13 General building contractors                                |
| 072 Curtains and drapes                  | 5714 Drapery and upholstery stores                        | 138 Other office                       | 7381 Employment agencies                                       |
| 073 Imports                              | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified |  | — no classification  |
| 074 Luggage, leather goods               | 5648 Luggage and leather goods stores                     | <b>SERVICE</b>                         |  |
| <b>FURNITURE</b>                         |   |  |  |
| 061 Furniture                            | 5712 Furniture stores                                     | 141 Beauty shop                        | 7231 Beauty shops  |
| 062 Lamps                                | 5718 Miscellaneous home furnishings stores                | 142 Barber shop                        | 7241 Barber shops  |
| 063 Appliances                           | 5722 Household appliance stores                           | 143 Watch repair                       | 7631 Watch, clock, and jewelry repair                          |
| 064 Floor coverings                      | 5713 Floor covering stores                                | 144 Shoe repair                        | 7231 Shoe repair and hat cleaning shops                        |
| 065 Radio, TV, hi-fi                     | 5722 Radio and television stores                          | 145 Cleaner and dyer                   | 7212 Garment pressing and cleaners' agents                     |
| 066 Interior decorator                   | 7399 Business services not elsewhere classified           | 146 Laundry                            | 4722 Passenger transportation arrangement                      |
| 068 Upholstering                         | 5714 Drapery and upholstery stores                        | 147 Travel agents                      | 7911 Dancer halls, studios, and schools                        |
| 069 Churn and glassware                  | 5718 Miscellaneous home furnishings stores                | 148 Music studios and dance            | 8299 Schools and educational services not elsewhere classified |
| <b>OTHER RETAIL</b>                      |   |  |  |
| 101 Hardware                             | 5251 Hardware stores                                      | 171 Coin-operated laundry              | 7215 Coin-operated laundries and cleaning                      |
| 102 Home improvements                    | 5211 Lumber and other building materials                  | 172 Photographer                       | 7221 Photographic studios, portrait                            |
| 103 Automobile (TBA)                     | 5331 Auto and home supply stores                          | 173 Optometrist                        | 8042 Offices of optometrists                                   |
| 104 Auto dealer                          | 5311 New and used car dealers                             | 174 Figure salon                       | 7299 Miscellaneous personal services                           |
| 105 Paint and wallpaper                  | 5231 Paint, glass, and wallpaper stores                   | 178 Other service                      | 7299 Miscellaneous personal services                           |
| 106 Garden shop                          | 5261 Retail nurseries and garden stores                   | <b>OTHER</b>                           |  |
| 107 Hobby shop                           | 5945 Hobby, toy, and game shops                           | 181 Service station                    | 8541 Gasoline service stations                                 |
| 108 Art gallery                          | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified | 182 Bowling alley                      | 7912 Bowling alleys  |
| 109 Arts and crafts                      | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified | 183 Cinema                             | 7812 Motion picture theaters except drive-in                   |
| 110 Candle shop                          | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified | 184 Ice skating rink                   | 7999 Amusement and recreation not elsewhere classified         |
| 111 Records and tapes                    | 5733 Music stores   | 195 Community hall                     | — no classification  |
| 112 Musical instruments                  | 5733 Music stores   | 196 Warehouse or storage               | 4225 General warehousing and storage                           |
| 113 Pet shop                             | 5999 Miscellaneous retail stores not elsewhere classified | <b>SPECIAL</b>                         |  |
| 114 Books and stationery                 | 5842 Book stores  | 197 Arcade, amusement center           | 7993 Coin-operated amusement devices                           |
|  | 5843 Stationery stores                                    | 198 Car wash                           | 7342 Car washes  |
|  |   | 201 Vacant space                       | — no classification  |
|  |   | 202 Miscellaneous income               | — no classification  |

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

Komposisi Kelompok Fasilitas

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

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 63).

Lampiran 4  
Komposisi Kelompok Fasilitas perdagangan

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

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

sumber : (McKeever, J.R. et al. 1977 : 82).