

PERPUSTAKAAN FTSP UII
 HADIAN/BELE
 14 Maret 2006
 TGL. TERIMA : 001805
 NO. JUDUL : 5120001805001
 NO. INV. :
 NO. INDUK. :

LAPORAN PERANCANGAN

TUGAS AKHIR

SHOPPING MALL DI KOTA JAMBI

PENGATURAN POLA TATA RUANG & POLA SIRKULASI YANG

SESUAI DENGAN PRINSIP - PRINSIP KOMERSIAL

SHOPPING MALL IN JAMBI

THE ARRANGEMENT OF SPACES AND CIRCULATION IN

ACCORDANCE WITH COMMERCIAL PRINCIPLES

R
 711.5522
 Fat
 S
 1

DIBACA DI TEMPAT
 TIDAK BISA PULANG



xii, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

Disusun oleh :

SITI FATIMAH

00 512 218

- For. Komersial
- Shop. mall
- Tata. Ruang
- Kota Jambi

JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR

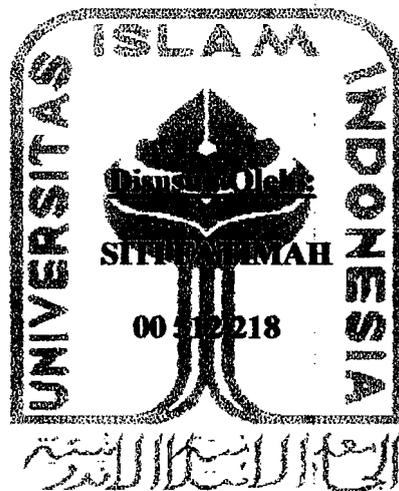
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

JOGJAKARTA

2005

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PERANCANGAN
TUGAS AKHIR
SHOPPING MALL DI KOTA JAMBI
PENGATURAN POLA TATA RUANG & POLA SIRKULASI YANG
SESUAI DENGAN PRINSIP – PRINSIP KOMERSIAL
SHOPPING MALL IN JAMBI
THE ARRANGEMENT OF SPACES AND CIRCULATION IN
ACCORDANCE WITH COMMERCIAL PRINCIPLES



Disahkan Oleh :

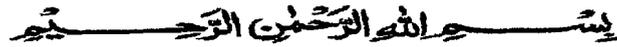
Ketua Jurusan Arsitektur

Ir. H. Revianto B Santoso, M Arch

Dosen Pembimbing

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

KATA PENGANTAR



Assalamu'alikum Wr. Wb.

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan inayah-Nya yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga pada saat ini penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir beserta laporannya dengan baik. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan seluruh pengikutnya yang setia sampai akhir zaman. Adapun Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang strata satu (S1) di Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia Jogjakarta.

Untuk itu tidak berlebihan kiranya jika pada kesempatan ini penyusun menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Ir. H. Widodo, MSCE, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia Jogjakarta.
2. Bapak Ir. H. Revianto B Santoso, MArch selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia Jogjakarta.
3. Bapak Ir. H. Tony Kunto Wibisono, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Inung Purwanti, ST, Msi, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran.

5. Kedua Orang Tuaku tercinta “Abah n Mamak “ yang selalu mendoakan n memberikan dukungan baik moril maupun materil.
6. Kakak – kakakku “ Ayuk Linda n Bang Anen yang telah membantu baik moril maupun materil, “ Makasih Ya, Tanpa kalian aku nggak akan bisa seperti ini..
7. Kedua abangku n adek - adekku “ bang Doni, Bang Syamsul, Ayuk Inung, Ade n Yashinta yang telah mendukungku selama ini.
8. M’ Rully yang senantiasa sabar membantu n membimbingku, “ Semua ini takkan berarti tanpamu “.
9. Sahabat karibku Yudi, Angga, Anggi, Anik “ Indahnya punya sahabat seperti kalian “.
10. Teman – teman kostku, “ Ita, Dwi, Titik, Lia, Dian, Susi, Aci, n mb Eni yang telah membantu dalam pembuatan maketku, “Thanx Banget Kalian ada disaat aku butuh”. M’ Anis dan Sandi “ thanx sudah dibantuin bawa maket “.
11. Teman – teman Studio Periode I “ Ana, Lia, M’ Alan, M’ Tri, Rita, Dina, Rani dll, Akhirnya kita lulus bareng, Ingatlah lagu perjuangan kita “manusia bodoh n sedih yang tak berujung “.
12. Semua pihak yang telah membantu penyusun selama pelaksanaan dan penyusunan laporan Tugas Akhir.

Akhirnya besar harapan penyusun semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penyusun secara pribadi dan bagi siapa saja yang membacanya. Penyusun menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna dan penyusun terbuka menerima kritik dan saran dari pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jogjakarta, Maret 2005

Penyusun

Siti Fatimah

Halaman Persembahan

*Kupersembahkan hasil karya ini
Sebagai salah satu bukti dari bakti n cinta tulus kepada :*

*Abah n Mamak
Dengan ketulusan dan hasil kerja keras Abah n Mamak, akhirnya
ananda dapat menyelesaikan studi ini. Doa n cinta kasih abah n
Mamak selalu mengiringi setiap langkah dalam kehidupanku.*

*Ayuk Linda n Abang Anen
Kalian adalah kakak terbaik yang pernah ada, Tempat aku mengadu
dengan segala ketidakberdayaanku. Tak ada yang dapat kuberikan
selain ucapan terima kasih atas segala dukungan moral maupun
materil.*

*Abang Doni, Abang Syamsul, Ayuk Inung
Kalian yang selalu memberikan semangat n dukungan moral agar aku
bisa menyelesaikan studi ini. Beban dipundak terasa berkurang berkat
dukungan kalian. Satu janji tlah kutepati n takkan kusia – siakan
kepercayaan ini.*

*Adek n Keponakanku (Ade, Yashinta, Siti, Yoga, Fitri)
Celoteh n kelucuan kalian membuatku selalu kangen n ingin
pulang. Berbagai cerita ingin ku dongengkan sebagai bekal
dikehidupan kalian nanti.*

*M' Rully
Kau adalah "my Inspiration, tempat berbagi suka n duka. Dengan
keuletan n kesabaranmu kau ajari aku banyak hal dalam hidup ini.
Semoga apa yang tlah terbina di ridhoi oleh Yang Maha Kuasa.
Amin.....*

SHOPPING MALL DI KOTA JAMBI

PENGATURAN POLA TATA RUANG & POLA SIRKULASI YANG

SESUAI DENGAN PRINSIP – PRINSIP KOMERSIAL

SHOPPING MALL IN JAMBI

THE ARRANGEMENT OF SPACES AND CIRCULATION IN

ACCORDANCE WITH COMMERCIAL PRINCIPLES

Disusun oleh :

SITI FATIMAH

00 512 218

ABSTRAKSI

Shopping Mall adalah salah satu sarana perbelanjaan baru yang perlu keberadaannya, mengingat pertumbuhan Kota Jambi yang kian berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perekonomian didaerah ini.. Dikota jambi sektor perdagangan dan jasa mempunyai peluang untuk berkembang terus. Perkembangan ini karena didukung oleh kondisi sekitar yang terus berkembang pula.

Tuntutan terhadap pusat perbelanjaan baru juga dikarenakan oleh meningkatnya kebutuhan akan sarana belanja yang lengkap (one stop shopping) dan sekaligus dapat memberikan kepuasan dalam berbelanja, sebab pusat perbelanjaan itu juga dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi dan informasi. Sehingga penataan ruang dan sirkulasinya harus ditata sedemikian rupa yang dalam hal ini disesuaikan oleh prinsip – prinsip komersial untuk memudahkan dalam pelayanan dan menciptakan suasana yang menyenangkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1. LATAR BELAKANG	1
1.1. Tinjauan Umum Kota Jambi	1
1.2. Tinjauan Perekonomian di Kota Jambi	4
1.2.1. Pertumbuhan Ekonomi di Kota Jambi	4
1.2.2. Kondisi Perdagangan dan Jasa	6
1.2.3. Kondisi Sosial Budaya dan Ekonomi	7
1.3. Tinjauan Kependudukan di Kota Jambi	12
1.4. Trend Perkembangan Komersial	13
1.5. Permasalahan Umum	15
1.6. Permasalahan Khusus	15
1.7. Tujuan Pembahasan	15
1.8. Sasaran Pembahasan	15
1.9. Lingkup Pembahasan	15
1.10. Metodologi	16

1.10.1. Metode Pengumpulan Data.....	16
1.10.2. Metode Pembahasan	16
1.11. Keaslian Penulisan.....	17
1.12. Spesifikasi Umum Proyek.....	18
1.12.1. Profil Pengguna Proyek.....	18
1.12.2. Jenis Pengunjung	18
1.12.3. Jenis Kegiatan	20
1.12.4. Pola Kegiatan Pengunjung.....	20
1.12.5. Sifat Kegiatan.....	21
1.12.6. Kebutuhan Ruang.....	22
1.12.7. Lokasi dan Site.....	23
1.12.8. Potensi Site	24
1.13. Kerangka Pola Pikir	25
BAB II	
BATASAN DAN PENGERTIAN.....	26
2.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan dan Shopping Mall	26
2.2. Karakter Dasar Shopping Mall	28
2.3. Jenis Pusat Perbelanjaan	29
2.4. Persyaratan Shopping Mall.....	33
2.4.1. Persyaratan Umum.....	33
2.4.2. Persyaratan Khusus	35
2.4.3. Persyaratan Standar.....	36
2.5. Studi Observasi Pusat Perbelanjaan.....	39

2.5.1. Malioboro Mall	39
2.5.2. Galeria Mall	45
2.6. Studi Literatur Pusat Perbelanjaan.....	53
2.6.1. Nanuet Mall	53

BAB III

3. Kajian Konsep – Konsep Prinsip Komersial Bangunan	55
3.1. Pengertian Umum Komersial.....	55
3.2. Tinjauan Penampilan Bangunan	55
3.3. Citra Visual Bangunan Komersial	56
3.4. Elemen Bangunan.....	57
3.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan.....	61
3.5.1. Pola (Lay Out) Mall	61
3.5.2. Dimensi Mall	62
3.5.3. Proporsi Mall	63
3.5.4. Tata Letak Tenant (Area Jual Beli).....	64
3.5.5. Pencahayaan.....	65
3.5.6. Fasilitas dan Elemen – Elemen Arsitektural pada Mall ..	66
3.6. Pengertian Sirkulasi	67
3.6.1. Kecepatan Berjalan.....	69
3.6.2. Standar Ruang Sirkulasi.....	69
3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Gerak	70
3.6.4. Dimensi Ruang Sirkulasi	70
3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall.....	71

3.7.	Pengertian Ruang Dalam	73
3.7.1.	Sifat Ruang.....	74
BAB IV		
4.1.	Analisa Site.....	76
4.1.1.	Kondisi Site.....	76
4.1.2.	Kontur	78
4.1.3.	Noise	78
4.1.4.	Pola Pergerakan Angin.....	78
4.1.5.	Peredaran Matahari.....	79
4.1.6.	Drainase	79
4.2.	Penentuan Titik Masuk.....	80
4.3.	Luas Tapak.....	82
4.4.	Citra Komersial.....	83
4.4.1.	Clarity	83
4.4.2.	Boldness.....	90
4.4.3.	Intimacy	91
4.4.4.	Efficiency.....	94
4.5.	KESIMPULAN	93
4.6.	Organisasi Ruang Per Lantai.....	94
4.7.	Organisasi Ruang Shopping Mall	96
4.8	Zonning Massa.....	97
BAB V		
5.1.	Situasi.....	98

5.2. Site Plan	99
5.3. Denah	101
5.4. Tampak	104
5.5 Struktur	105
5.6 Perspektif	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	110

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

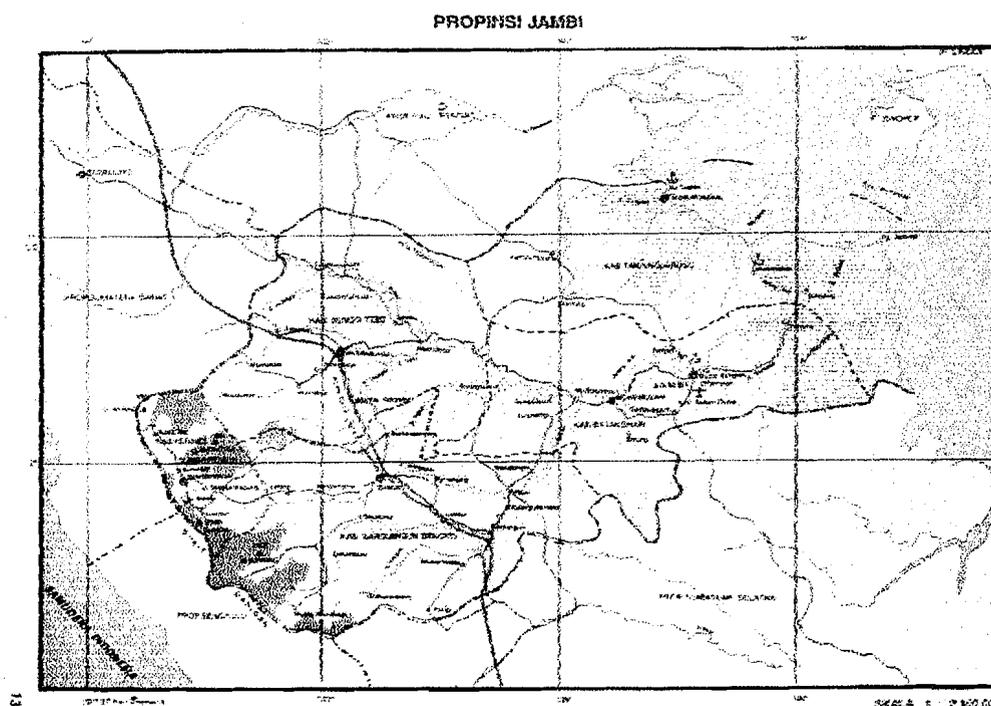
1.1. Tinjauan Umum Kota Jambi

Secara geografis propinsi Jambi terletak antara $0^{\circ} 45'$ sampai $2^{\circ} 45'$ Lintang Selatan, dan antara $101^{\circ} 10'$ sampai $104^{\circ} 55'$ Bujur Timur. Dengan batas – batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Propinsi Riau
- Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Berhala
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Propinsi Sumatera Selatan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Propinsi Sumatera Barat

Luas wilayah Propinsi Jambi secara keseluruhan adalah 53.435 Km^2 yang terdiri dari 10 Kabupaten, 60 Kecamatan Induk, 5 Kecamatan Perwakilan, 1040 Desa, dan 102 Kelurahan. Kesepuluh Kabupaten tersebut adalah:

- Kabupaten Kerinci 4.200 Km^2 (7,86 %)
- Kabupaten Bungo 7.160 Km^2 (13,40 %)
- Kabupaten Sarolangun 7.820 Km^2 (14,63 %)
- Kabupaten Merangin 6.380 Km^2 (11,94 %)
- Kabupaten Batang hari 4.983 Km^2 (9,33 %)
- Kabupaten Muaro Jambi 6.147 Km^2 (11,50 %)
- Kabupaten Tanjung Jabung Barat 4.870 Km^2 (9,11 %)
- Kabupaten Tanjab Timur 5.330 Km^2 (9,97 %)
- Kabupaten Kota Jambi 205.38 Km^2 (0,39 %)



Gambar 1.1 Peta Propinsi Jambi
Sumber : Atlas Indonesia

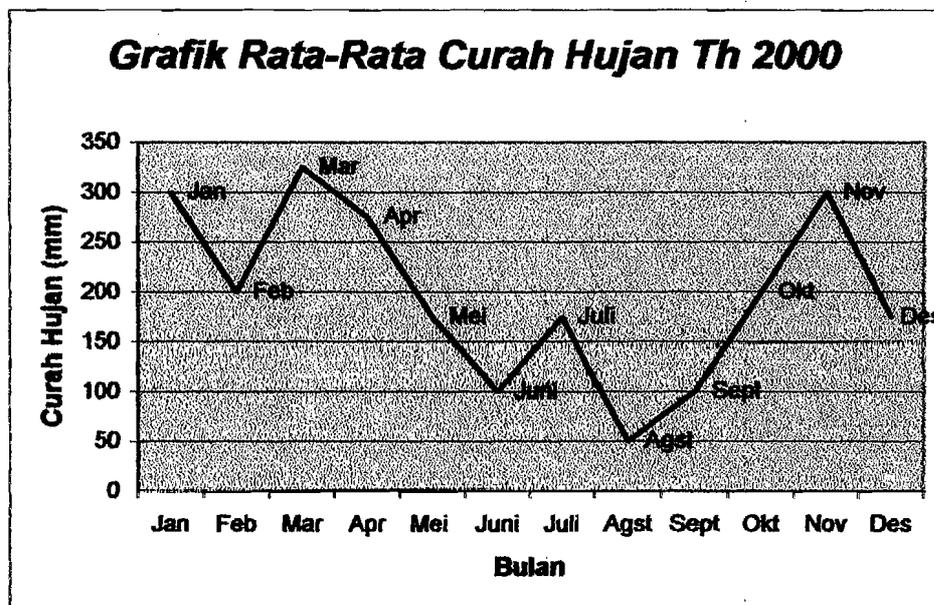
Kota Jambi Sebagai ibukota dari propinsi Jambi semakin pesat perkembangannya. Hal ini ditandai dengan pergeseran guna lahan dari lahan kosong menjadi lahan terbangun. Kota Jambi memiliki fungsi yang kompleks yaitu sebagai pusat pemerintahan, pusat pendidikan tinggi, pusat perdagangan dan perindustrian.

Luas kota Jambi $205,38 \text{ km}^2$ (0,39 % dari luas keseluruhan dari propinsi Jambi), yang terbagi dalam 8 kecamatan, 2 desa, dan 53 kelurahan. Yaitu

- Kecamatan Kota Baru 77,78 Km (37,81 %)
- Kecamatan Jambi Selatan 34,07 Km (16,59 %)
- Kecamatan Jelutung 7,92 Km (3,86 %)
- Kecamatan Pasar Jambi 4,02 Km (1,96 %)
- Kecamatan Telanai Pura 30,39 Km (14,8 %)

- Kecamatan Danau Teluk 15,7 Km (7,64 %)
- Kecamatan Pelayangan 15,29 Km (7,44 %)
- Kecamatan Jambi Timur 20,21 Km (9,84 %)

Kota Jambi beriklim tropis yang terdiri dari dataran rendah dengan rata – rata suhu maksimum 31,69° C. Ketinggian rata – rata dari permukaan laut 8 feet 10 meter. Berikut ini disajikan grafik yang menunjukkan rata – rata curah hujan sepanjang tahun 2000.



Gambar 1.2. Grafik Rata-Rata Curah Hujan Tahun 2000
Sumber : BPS Kodya Jambi

Dalam rangka pengembangan kota Jambi, Pemerintah setempat merencanakan pengembangan kebutuhan fasilitas perdagangan di kota Jambi meliputi antara lain Pusat Perbelanjaan kota yang berupa *Shopping Mall*.

1.2. Tinjauan Perekonomian Di Kota Jambi

1.2.1. Pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi

Pertumbuhan ekonomi dalam suatu kota menunjukkan adanya peningkatan taraf hidup, pendidikan, status sosial yang akan berpengaruh terhadap pola hidup yang ada. Kaitannya dengan peningkatan pola hidup dalam masyarakat adalah adanya keinginan untuk mendapatkan kebutuhannya dengan mudah, aman, nyaman. Misalnya dalam hal berbelanja.

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

Pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi dapat dilihat pada kegiatan perdagangan yang terjadi di sepanjang jalan yaitu sebagai simpul distribusi perdagangan dan jasa.

Peningkatan perekonomian di Kota Jambi dikembangkan pada sektor perdagangan dan jasa agar terjadi keseimbangan pada tiap sektor. Dengan begitu akan terjadi peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Dari data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2002 Atas Dasar Harga Konstan tahun 1993 mengalami peningkatan sebesar 3,45 %. Kenaikan ini menunjukkan pertumbuhan perekonomian secara riil dimana faktor inflasi deflasi sudah dihilangkan.

**Angka – Angka Agregat Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar
Harga Berlaku (Dengan Migas) Tahun 2001 - 2002**

No	Lapangan Usaha	Tahun 2001	Tahun 2002
1.	Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Pasar	11.140.085	13.183.276
2.	Penyusutan Barang – Barang Modal	547.149	657.526
3.	Produk Domestik Regional Hetto Atas Dasar Harga Pasar	10.593.473	12.525.750
4.	Pajak Tidak Langsung Netto	578.222	684.212
5.	PDRN Atas Dasar Biaya Faktor Produksi	10.015.251	11.841.538
6.	PDRB Per Kapita	4.544.677	5.280.566
7.	Pendapatan Perkapita	4.058.426	4.743.132

Sumber : BPS kodya Jambi

Dari data diatas terlihat adanya peningkatan pendapatan perkapita pada tahun 2001 sebesar Rp. 4.058.426 menjadi Rp. 4.743.132 pada tahun 2002. Dari angka tersebut menunjukkan besarnya peluang bisnis retail yang dapat dikembangkan di Kota ini

Dari data yang diperoleh dari kantor BPS Kota jambi disebutkan bahwa perindustrian di Propinsi Jambi juga mengalami peningkatan dari tahun 1994 – 2002 baik dari unit usahanya, investasi maupun produksinya. Jumlah perusahaan Industri di Propinsi Jambi pada tahun 2002 ada sebanyak 6.937 yang angka ini menunjukkan kenaikan sebesar 4,99% dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah tenaga kerjanya ada 58.019 orang.

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 pemasok kebutuhan dan masyarakat sebagai konsumen.

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

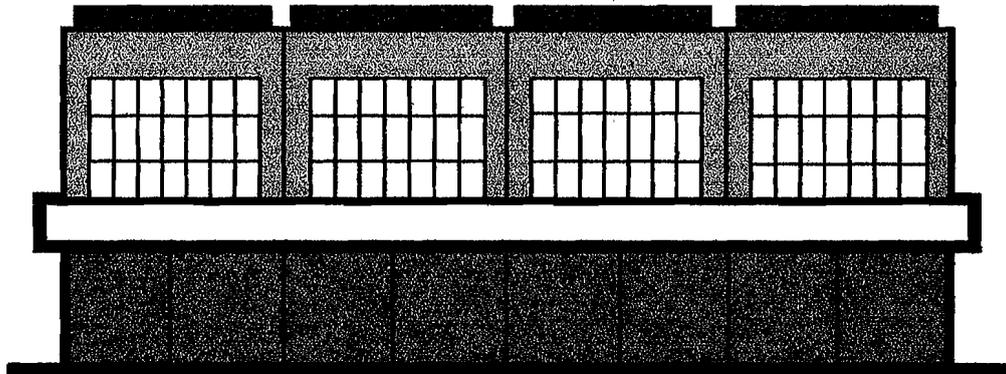
1.2.3. Kondisi Sosial Budaya dan Ekonomi

Kondisi geografis Kota Jambi yang dilalui oleh Sungai Batang Hari menjadikan pelabuhan sebagai jalur perhubungan dan perdagangan yang sangat ramai dilalui oleh para pendatang yang berasal dari Batam, Tanjung Pinang, Riau, bahkan dari negara tetangga Singapura sekalipun.

Hal ini mengakibatkan terjadinya pertukaran budaya antara bangsa pendatang dengan masyarakat setempat. Produk – produk luar seperti barang – barang elektronik dan pakaian second menjadi segmen pasar yang marak dan berkembang di Kota Jambi. Kecenderungan itu juga yang mengakibatkan kemampuan berkonsumsi masyarakat Jambi menjadi meningkat.

Mayoritas mata pencaharian masyarakat Kota Jambi adalah berdagang. Hal ini terlihat dari menjamurnya ruko – ruko disepanjang jalan – jalan utama di

Pusat kota. Sedangkan untuk Jambi luar kota masyarakatnya cenderung bekerja sebagai nelayan ataupun bercocok tanam.



Gambar 1.4. Ruko – Ruko di Sepanjang Jalan
Sumber : Pengamatan

Kota Jambi termasuk dalam rumpun bangsa melayu. Dimana nilai – nilai adat istiadatnya masih sangat kental. Hal ini bisa terlihat dari rasa kekeluargaan dan kegotongroyongannya yang masih mengikat. Seperti bergotong royong dalam pembuatan rumah.

Rumah adat Jambi bernama Kajang Lako yang menggunakan konsep rumah panggung. Hal ini dikarenakan oleh kondisi geografisnya yang berawa – rawa. Ruangan yang berada dibawah lantai utama disebut *kolong* yang difungsikan sebagai area untuk meletakkan hasil panen yang berasal dari hasil perkebunan maupun pertanian. Sehingga terlindungi dari sinar matahari dan hujan.

Seperti rumah tinggal pada umumnya, rumah Kajang Lako juga mempunyai beberapa ruang yang terbagi berdasarkan fungsinya. Yaitu :

□ **Beranda**

Yaitu area yang digunakan Sebagai tempat transit sebelum memasuki rumah. Biasanya beranda ini juga digunakan Sebagai tempat untuk menerima tamu terdekat (tetangga) yang berasal lingkungan sekitar.

□ **Ruang Tamu / Ruang Keluarga**

Ruang tamu merupakan ruangan yang dipergunakan untuk menerima tamu jauh ataupun tamu yang berasal dari kerabat terdekat. Ruangan tamu ini merupakan ruangan lepas yang hanya ditandai oleh tiang – tiang penyangga. Ruangan ini juga berfungsi sebagai ruang keluarga. Dimana keluarga besar pada waktu – waktu tertentu berkumpul dibagian ruangan lepas itu.

□ **Kamar Tidur**

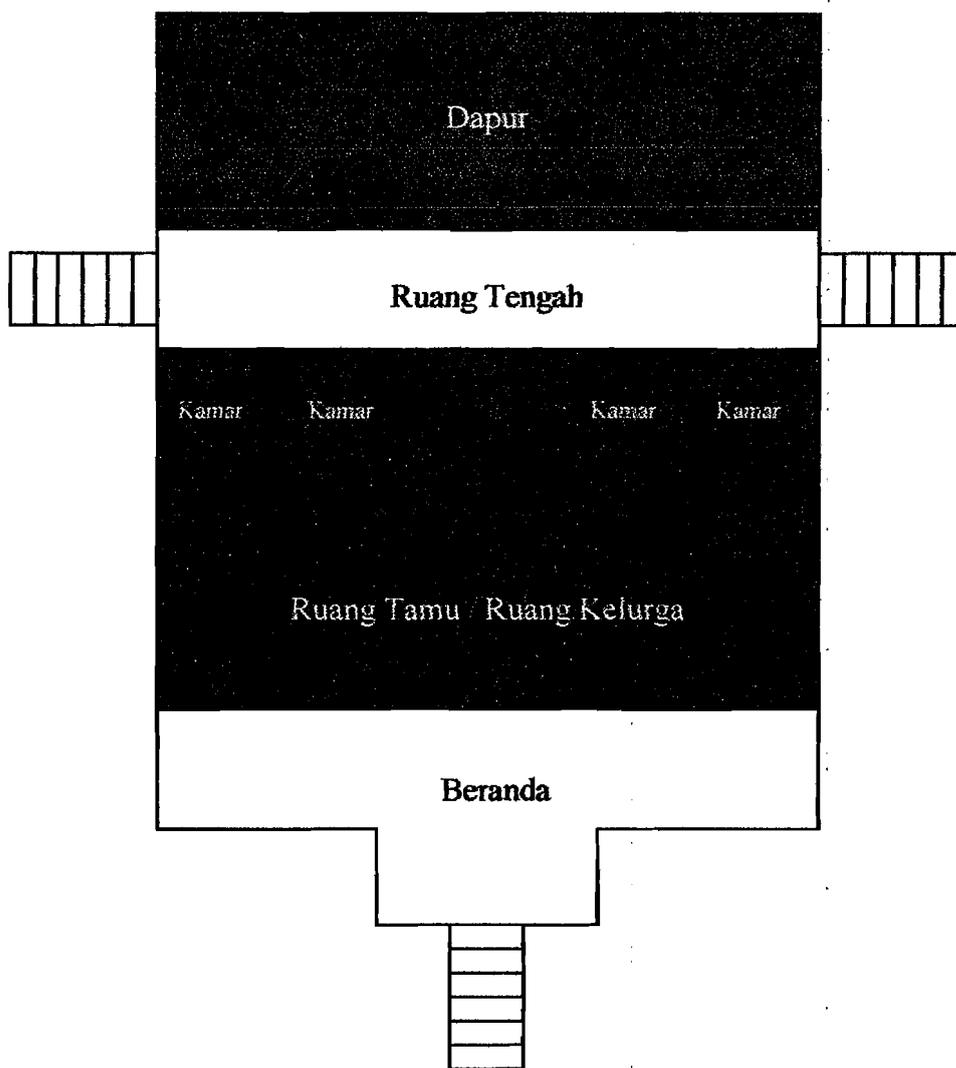
Kamar ini adalah satu – satunya ruangan yang diberi sekat permanen (dinding) dari kayu. Letaknya berada pada kedua sisi sebelum memasuki dapur.

□ **Ruang Tengah**

Ruang tengah ini dimanfaatkan untuk menuju jalan ke dapur. Ruangan ini dibiarkan saja terbuka.

□ **Dapur**

Dapur terletak terpisah dari bangunan utama yaitu dibagian belakang rumah. Alasan pemisahan dapur ini adalah untuk keselamatan. Bila sewaktu – waktu terjadi kebakaran.



Gambar 1.5. Denah Rumah Kajang Lako
Sumber : Pengamatan

Pada dasarnya pembagian ruang dalam Rumah Kajang Lako tersebut berbentuk segiempat. Bentuk ruang lepas dan luas tanpa pembatas merupakan sesuatu yang sangat disukai oleh masyarakat Jambi Hal ini dikarenakan oleh keefisienan bentuk dan fungsi yang akan diwadahi. Hanya pada ruang – ruang privat (kamar tidur) yang mengalami penyekatan permanen (dinding). Dengan kata lain sesuatu yang berhubungan dengan dunia luar (Ruang Tamu / Ruang Keluarga) bersifat terbuka , sedangkan sesuatu yang pribadi / privat bersifat tertutup.

Konstruksi yang digunakan pada Rumah Kajang Lako ini menggunakan konstruksi kayu yaitu kayu bulian yang banyak terdapat di Kota Jambi. Ketinggian rumah dari permukaan tanah bekisar antara 1 samapi 1.5 m.

Konsep rumah panggung ini menjadi konsep bangunan fasilitas pemerintahan di Kota Jambi seperti pada kantor walikota, Pemda dan instansi pemerintah lainnya. Kesan mencolok hadir dari bentuk ornamen ukiran dengan motif yang bermacam – macam menjadi hiasan yang menambah khasanah budaya bangsa. Ukiran tersebut biasanya terdapat pada dinding, pintu, jendela, maupun pada lisplang.



Gambar 1.6. Rumah Adat Jambi
Sumber : Data Pribadi

Sedangkan warna – warna dominan yang ada di rumah Kajang Lako adalah merah yang menunjukkan keberanian, Kuning keemasan menunjukkan kejayaan dan hitam yang menunjukkan pemangku adat.

1.3. Tinjauan Kependudukan Di Kota Jambi

Pertumbuhan penduduk dalam suatu kota menunjukkan adanya kecenderungan perkembangan kota. Semakin bertambah banyaknya jumlah penduduk, maka akan semakin banyak pula permasalahan yang ditimbulkan seperti adanya kebutuhan kota terhadap sarana dan prasarana yang memadai. Tingkat kebutuhan tersebut diawali dari pusat kota yang menjadi titik tolak dari perkembangan kota.

Untuk memenuhi kebutuhan dalam perencanaan pembangunan diberbagai bidang sangat diperlukan sekali data yang menggambarkan keadaan penduduk. Jumlah penduduk Propinsi Jambi pada tahun 2000 sebesar 2.407.166 sekitar 1.179.317 termasuk angkatan kerja. Dari sebanyak 1.121.350 mereka yang bekerja terbanyak bekerja disektor pertanian yaitu sebesar 311.689.

Kota Jambi Sebagai ibukota dari propinsi Jambi mengalami tingkat pertumbuhan penduduk sebesar 2,06 % pertahun. Dari prosentase tersebut maka dapat diketahui proyeksi jumlah penduduk pada tahun 1999 sebanyak 405.731 jiwa, tahun 2000 meningkat menjadi 417.507 jiwa, sedangkan ditahun 2001 meningkat lagi menjadi 423.891 jiwa, dan ditahun 2002 menjadi 431.709. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$P_t = P_o (1 + n)^t$ dimana :

P_t : Jumlah prediksi

P_o : Data tahun terakhir

N : Rata – rata pertumbuhan tahunan

T : Prediksi berapa tahun

Proyeksi Jumlah Penduduk di Propinsi Jambi Tahun 1999 - 2006

No	Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	1999	405.731
2.	2000	417.507
3.	2001	423.891
4.	2002	431.709
5.	2003	440.602
6.	2004	449.495
7.	2005	458.388
8.	2006	467.281

Sumber : BPS Kodya Jambi

Dari tabel diatas diperkirakan jumlah penduduk Kota Jambi akan mencapai 467.281 jiwa pada tahun 2006. Dari proyeksi jumlah penduduk tersebut dapat diketahui seberapa banyak tingkat kebutuhan masyarakat terhadap sarana dan prasarana yang ada. Untuk itu perlu adanya wadah kegiatan yang memadai dan sesuai dengan jumlah kebutuhan bagi masyarakat dengan pertimbangan pada sector – sector yang berpotensi untuk dikembangkan.

1.4. Trend Perkembangan Komersial

Perkembangan bangunan komersial di kota – kota merupakan perwujudan dari pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat menuju perkembangan kota.

Bangunan komersial ini ditujukan pada masyarakat untuk memperoleh keuntungan. Tumbuhnya bangunan komersial tidak hanya di pusat kota, tetapi sudah mulai mengarah ke pinggiran kota. Salah satu bentuk bangunan komersial ini adalah bangunan Shopping Mall. Dalam perkembangannya muncullah Shopping Mall yang dilengkapi oleh sarana hiburan dengan berbagai fasilitas kemudahan dalam pelayanan dan kenyamanan yang menjadi salah satu cara mempromosikannya.

Pada Kota Jambi sendiri, bangunan komersial ini terlihat pada berkembangnya bangunan pertokoan di sepanjang jalan yang pada akhirnya membentuk area kompleks pertokoan. Banguna tersebut berbentuk departement sore, supermarket, dan gabungan supermarket dan departement store.

Di Indonesia konsep Mall yang nampaknya sedang dan menjadi trend dimasa mendatang, sudah ada sejak dulu meski tidak terdefiniskan. Sebagai contoh jalur pedestrian yang mengikat beberapa toko juga merupakan konsep Mall yang sudah ada sejak jaman dulu (*Sianturi, Konstruksi, 1990*).

Jadi selain sebagai pusat perbelanjaan, mall juga dapat berfungsi sebagai tempat rekreasi dan informasi, artinya mall sebagai suatu wadah kegiatan perdagangan dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi dan wadah informasi, oleh sebab itu penataan ruang dan sistem sirkulasinya ditata sedemikian rupa untuk memudahkan pelayanan dan menciptakan suasana yang menyenangkan (rekreatif).

1.5. PERMASALAHAN UMUM

Bagaimana menyusun suatu konsep perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Mall* di kota Jambi yang dapat memenuhi tuntutan kegiatan belanja dan rekreasi masyarakat setempat.

1.6. PERMASALAHAN KHUSUS

Bagaimana mengatur pola tata ruang dan pola sirkulasi yang sesuai dengan prinsip – prinsip komersial pada bangunan *Shopping Mall* di Kota Jambi.

1.7. TUJUAN PEMBAHASAN

- a. Secara umum tujuan pembahasan adalah untuk menyusun suatu konsep perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Mall* di Kota Jambi yang dapat memenuhi tuntutan kegiatan belanja dan rekreasi masyarakat setempat.
- b. Secara khusus untuk membuat suatu rancangan *Shopping Mall* di Kota Jambi melalui pengaturan pola tata ruang dan pola sirkulasi yang sesuai dengan prinsip – prinsip komersial.

1.8. SASARAN PEMBAHASAN

Sasaran yang ingin dicapai adalah membuat rumusan konsep dasar perencanaan dan perancangan fasilitas *Shopping Mall* di Kota Jambi yang dapat memenuhi tuntutan perkembangan kebutuhan masyarakat yang meningkat melalui ungkapan penatan ruang dan pola sirkulasinya.

1.9. LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan akan dilakukan dalam disiplin ilmu arsitektur, serta literatur yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan. Hal yang berkaitan dengan

studi perencanaan arsitektur dibahas dengan pendekatan dasar logika sederhana, untuk memperkuat analisis dari sudut pandang arsitektur.

1.10. Metodologi

1.10.1. Metode Pengumpulan Data

a. Pengumpulan data primer

- Observasi lapangan
- Wawancara dengan pihak terkait dalam hal ini pemerintah (BPS, DPU, BPN, dan bappeda Kota Jambi).

a. Pengumpulan data sekunder

- Studi literature meliputi :
 - Buku tentang pusat perbelanjaan (ULI : Shopping Center development Handbook, 1997).
 - Arsitektur : bentuk ruang dan susunannya, Franscis D.k. Ching
 - Central City Mall, Rubenstein, 1978
 - Majalah ASRI, KONSTUKSI yang berhubungan dengan pusat perbelanjaan.
 - Pengambilan data dengan pihak terkait dalam hal ini pemerintah, yang berhubungan dengan BPS, DPU, BPN, dan Bappeda Kota Jambi baik secara langsung maupun tidak langsung.

1.10.2. Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang digunakan adalah metode deskriptif yang dilakukan dengan pengumpulan data – data primer dan sekunder yang kemudian

digunakan untuk menganalisa guna mendapatkan kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

1.11. Keaslian Penulisan

Keaslian penulisan dimaksudkan untuk menjaga keorsinilan pemikiran – pemikiran, ide – ide, serta gagasan – gagasan tentang studi tugas akhir. Dibawah ini beberapa judul tugas akhir yang dijadikan Sebagai literature dan perbandingan :

1. Judul : Shopping Mall Sebagai Pusat Perbelanjaan, Rekreasi dan Informasi Di Cilacap.

Oleh : Arief Nuryadi / 87 340 008 / Tugas Akhir / 1995 / UII

Penekanan pembahasannya pada sirkulasi dan penataan shopping mall, serta building performance yang dapat dijadikan Sebagai landmark pada pusat perdagangan kota baru (new town) di Cilacap.

2. judul : Shopping Mall di Semarang

Oleh : Dedy Rudyanto / 88 340 022 / Tugas Akhir / 1994 / UII

Penekanan pembahasannya pada upaya pengembangan shopping mall Sebagai pola baru suasana pusat perbelanjaan dan rekreasi untuk menambah daya tarik dan efektifitas ruang perdagangan, dan alternatif baru wadah sector perdagangan formal dan informal di Kota Semarang.

Perbedaannya : Pada Shopping Mall Di kota Jambi ini penekanan pembahasan terletak pada pengaturan tata ruang dan sirkulasi yang mengacu pada nilai – nilai kemersial bangunan di Kota Jambi.

1.12. Spesifikasi Umum Proyek

1.12.1. Profil Pengguna Bangunan

Pengguna dalam Shopping Mall dibedakan atas :

a. **Pengunjung / konsumen / pembeli**

Yaitu masyarakat / obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan jasa, barang, dan rekreasi.

b. **Penyewa / pedagang**

Yaitu pemakai ruang dengan menyewa atau membeli dari pengelola pusat perbelanjaan untuk digunakan sebagai tempat barang – barang dagangannya kepada konsumen.

c. **Pengelola**

Yaitu memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang mewadahi pedagang yang menyewa pusat perbelanjaan.

d. **Supplier**

Yaitu pengisi / pengantar barang yang diperlukan pedagang.

1.12.2. Jenis pengunjung

Jenis pengunjung dalam Shopping Mall dibedakan atas

a. **Pengunjung tradisional**

Yaitu pengunjung yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari – hari. Mereka memementingkan kualitas dengan harga

relatif murah daripada kualitas dengan harga yang relatif mahal. Pengunjung seperti ini tetap ada didaerah pertokoan dan terutama di pedesaan. Tempat bagi kelompok ini adalah tempat yang sederhana dan bebas berinteraksi dengan sesama pembeli atau penjual termasuk tawar – menawar.

b. Pengunjung Modern

Yaitu pengunjung yang berbelanja juga untuk kebutuhan aktualitas diri. Mereka lebih menyukai barang berkualitas tinggi walaupun harganya mahal. Tempat bagi mereka adalah tempat yang berbentuk modern, eksklusif dan lengkap. Disamping itu mereka juga membutuhkan tempat untuk ajang rekreasi dan hiburan. Pengunjung seperti ini banyak terdapat di kota – kota besar.

b. Pengunjung Transisi

Pengunjung transisi adalah peralihan antara pengunjung tradisional dengan pengunjung modern, dengan sifat gabungan diantara keduanya. Tempat bagi kelompok ini adalah tempat dengan system modern dan lengkap tetapi tidak eksklusif dan glamour. Pengunjung seperti ini ada di kota besar dan kota kecil.

c. Pengunjung Wisatawan

Pegunjung Wisatawan berbelanja pada suatu tempat perbelanjaan dengan sifat musiman. Dalam berbelanja mereka berbelanja mencari barang khas daerah tersebut, yang tidak melihat harga dan kualitas. Pusat perbelanjaan yang cocok bagi mereka adalah pusat

perbelanjaan yang menjual barang kebutuhan souvenir khas daerah tertentu.

(Sumber : Anwar, 1998)

1.12.3. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang mewadahi dalam kegiatan pusat perbelanjaan yaitu kegiatan jual beli dan kegiatan pengelolaan.

a. Kegiatan jual beli, kegiatan yang mewadahi antara lain :

- Kegiatan pelayanan jual beli
- Kegiatan penyajian barang dan penyimpanan
- Kegiatan promosi
- Kegiatan pergerakan
- Kegiatan distribusi barang

b. Kegiatan pengelolaan

- Kegiatan manajemen
- Kegiatan operasional dan pemeliharaan

1.12.4. Pola Kegiatan Pengunjung

Pola kegiatan yang terdapat pada pusat perbelanjaan

a. Pola kegiatan mengenal area

Disini pengunjung memerlukan orientasi yang jelas, sehingga pengunjung dapat memperkirakan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju.

b. Pengunjung telah mengenal area

Pengunjung langsung menuju ketempat yang dituju apabila ada keperluan khusus, sehingga diperluka pola pencapaian yang efektif.

Pengunjung berkeliling jika ingin membeli barang atau sekedar melihat – lihat atau ingin berekreasi.

c. Pola transaksi

Dalam transaksi pengunjung langsung membayar harga barang yang dibeli pada kasir.

d. Pola rekreatif

Pengunjung dalam melakukan kegiatan berbelanja lama akan melelahkan dan membutuhkan suasana yang lebih rekreatif , oleh karena itu dibutuhkan keluasaan gerak.

d. Pola sirkulasi

Pola sirkulasi disini adalah pola sirkulasi yang mudah dibaca dan sederhana, karena pengunjung cenderung untuk jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi.

1.12.5. Sifat Kegiatan

Dalam pusat perbelanjaan ada tiga kegiatan yang diwadahi dan sifatnya adalah :

- a. Kegiatan jual beli, mempunyai sifat : dinamis dan terbatas.
- b. Kegiatan promosi, mempunyai sifat : dari segi visual barang dagangan mempunyai daya tarik dan dari segi daya saing mengarah pada aspek harga, mutu, serta pelayananan

c Kegiatan rekreasi, mempunyai sifat : non formal, dan dinamis.

1.12.6. Kebutuhan Ruang

Macam kebutuhan ruang yang dikelompokan menurut fungsi dan kegiatan, yaitu :

a. Kelompok Penjualan

- Ruang ritel
- Ruang departement store
- Ruang supermarket

b. Kelompok fasilitas pendukung

- Ruang atrium
- Ruang koridor
- Ruang plaza
- Ruang food court / restoran
- Ruang arena bermain

c. Kelompok Ruang Service

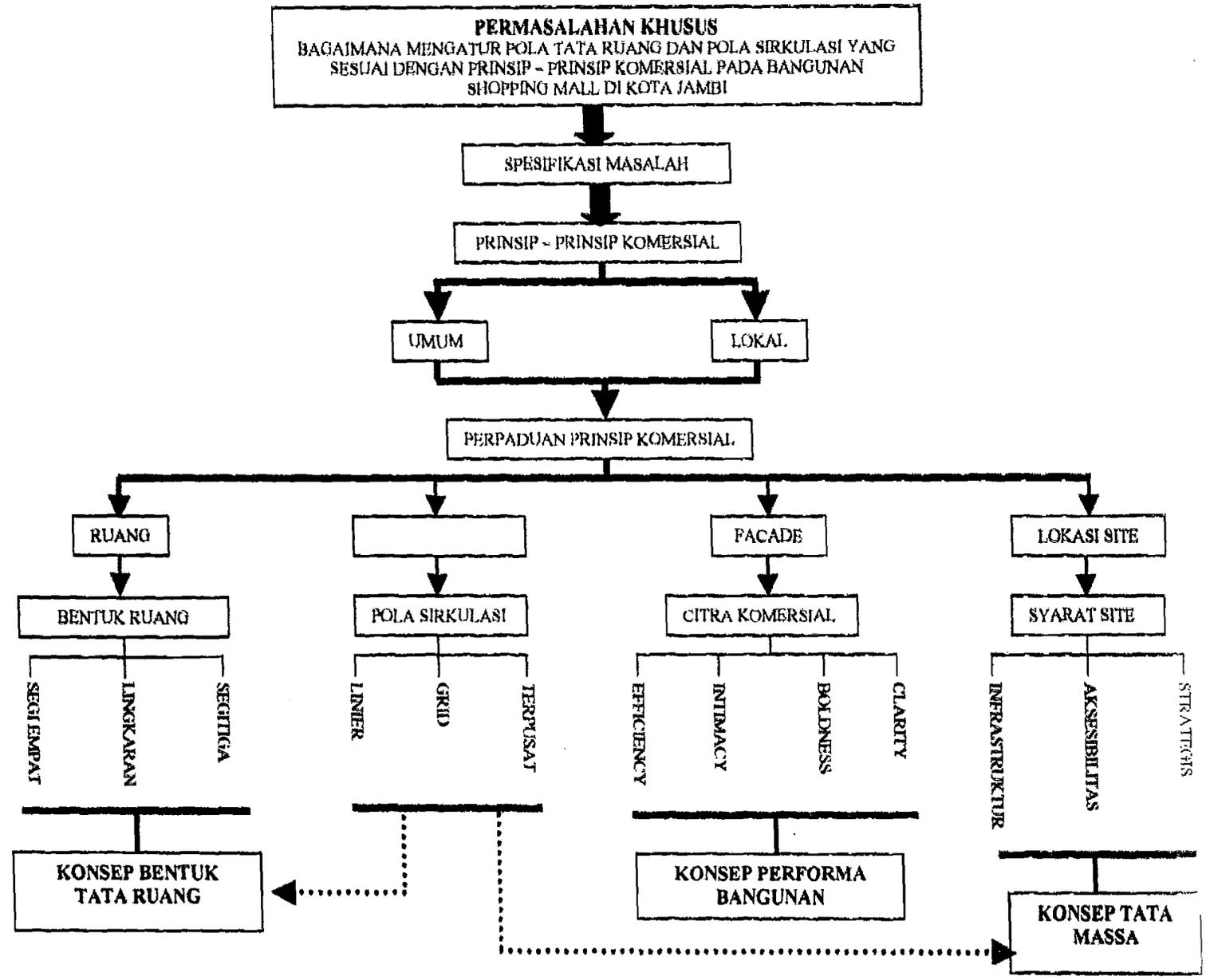
- Ruang parkir
- Parkir Gudang
- Ruang louding dock / bongkar muat
- Ruang lavatory
- Ruang mushola
- Ruang security dan informasi
- Security dan informasi

Lokasi proyek ini terletak didalam area Kota Jambi atau tepatnya berada pada ruas Jl. Hayam Wuruk . Dimana luasan tanahnya yaitu sekitar $\pm 1,5$ Ha. Ruas jalan ini merupakan ruas jalan yang berada di kawasan pusat kegiatan (Business Centre) dengan aksesibilitas baik yang mudah dalam pencapaiannya dan dilalui oleh jalur transportasi. Lokasi ini tidak jauh dari pusat pemerintahan, area perdagangan, area terminal, dan juga area pemukiman penduduk. Sedang secara analisi kondisi site cenderung tidak berkontur dengan beberapa pohon jalan disekitar trotoar. Dilalui oleh infrastuktur kota seperti listrik, telepon, PDAM, dan saluran drainasi.

1.12.7.1. Potensi Site

Letak site yang berada di tengah kota maka dapat dikatakan beberapa potensi sangat mendukung keberadaan area gedung ini, seperti mudahnya jalur pencapaian dan area transportasi yang merupakan bagian dari aksesibilitas, dimana ruas jalan ini dilalui oleh jalur angkutan dalam kota. Kondisi lokasi yang telah dilalui oleh jalur infrastuktur dan utilitas, memungkinkan kemudahan dalam penyediaan air bersih, sarana listrik serta saluran drainase. Selain itu lokasinya yang sangat dekat dengan area perdagangan, memungkinkan proyek ini untuk menambah salah satu obyek perdagangan di ruas jalan Hayam Wuruk ini.

1.13. KERANGKA POLA PIKIR



BAB II

BATASAN DAN PENGERTIAN

2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan dan Shopping Mall

Suatu area (linier) dengan pepohonan, taman yang dilengkapi dengan area tempat berjalan kaki, tempat duduk, sculpture, kolam air mancur, pola – pola paving dan sebagainya. (*Rubenstein – Central City Mall, 1978*)

Rubenstein juga menjelaskan bahwa Mall dapat diartikan sebagai suatu area pergerakan linier pada sebuah central city business area yang lebih diorientasikan pada pejalan kaki, bentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang – ruang interaksional.

Apabila Mall diterjemahkan dari kamus *The Bandom House Dictionary* artinya adalah suatu tempat orang berjalan dengan santai yang disekitarnya terdapat toko – toko, serta mudah dicapai baik dari entrance maupun tempat parkir.

Definisi Shopping Mall

1. Shopping Mall adalah hal berbelanja, menurut :
 - a. Aktivitas, dilakukan secara rutin / insedentil untuk memenuhi kebutuhan, kesenangan sosial atau memanfaatkan waktu luang.
 - b. Sifat, distribusi barang secara langsung oleh penjual untuk memenuhi permintaan konsumen yang bersifat

komersial meliputi penyediaan, penyimpanan dan penjualan barang

2. Mall adalah tempat berjalan atau pedestrian

- a. Makna asal Mall adalah area yang biasanya dilingkupi oleh pepohonan, digunakan sebagai tempat jalan – jalan / open space yang terbentuk dari ruang – ruang antar bangunan yang digunakan sebagai tempat sirkulasi pejalan kaki diluar bangunan.
- b. Makna luas Mall adalah suatu area pergerakan linier pada suatu pusat usaha yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang – ruang tertentu yang dilengkapi unsur dekoratif.

Dari uraian diatas diperoleh gambaran *Shopping Mall* adalah sebagai wadah kegiatan komersial dengan publik space atau Mall yang dirancang khusus bagi pejalan kaki (pedestrian), dengan deretan toko disetiap sisi jalan, tempat orang melakukan aktivitas berbelanja, atau sekedar jalan – jalan menikmati suasana, terpisah dari lalu – lintas kendaraan, memiliki akses mudah dari jalan umum, dilengkapi unsur dekoratif dan kenyamanan.

2.2 Karakter Dasar Shopping Mall

1. Mall Terbuka

Adalah Mall tanpa pelingkup. Keuntungan kesan yang ditimbulkan luas, perencanaan teknis mudah sehingga biaya murah. Kerugiannya kesulitan Climatic control (berpengaruh terhadap kenyamanan).

2. Mall Tertutup

Mall dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan climatic control, sedangkan kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas.

3. Komposit Mall

Merupakan gabungan antara mall yang terbuka dengan tertutup dimana sebagian terbuka dan bagian lainnya tertutup.

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan suatu kota atau lingkungan setempat, dimana pusat perbelanjaan merupakan sarana prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan, pembelian atau salah satu lingkungan untuk berkomunikasi, berkumpul dan berekreasi.

Definisi pusat perbelanjaan lebih lanjut adalah :

1. Pusat perbelanjaan merupakan kegiatan jual beli yang berorientasi kedalam karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada didalam bangunan.
2. Pusat perbelanjaan merupakan suatu kelompok fasilitas pertokoan dalam suatu bangunan yang direncanakan sebagai area jual beli, area

untuk berjalan – jalan, istirahat, area untuk bermain anak – anak, dan pola paving yang menarik.

3. Pusat perbelanjaan adalah sebuah tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial.
4. Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi kesatuan operasi (operating unit), berhubungan dengan lokasi, ukuran tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko – toko.

(Sumber : An no Name, *Community Builders Handbook*, 1997)

Jadi *Shopping Mall* dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berisikan satu ataupun beberapa department store besar (main tenant) sebagai daya tarik, dengan tipologi ruang toko menghadap ke koridor utama.

Dari penjelasan diatas jelaslah bahwa sirkulasi merupakan faktor yang sangat vital dalam sebuah *Shopping Mall*.

2.3 Jenis Pusat Perbelanjaan

1. Berdasarkan Jangkauan Pelayanan

a. Pusat perbelanjaan lokal (Neighbourhood Center)

Jangkauan pelayanannya antara 5.000 – 40.000 penduduk (skala lingkungan).

Luas areanya berkisar antara 30.000 – 100.000 sq.ft. (2.787 – 9.290 m²)

Jenis fasilitas : supermarket, toko – toko tunggal (shop unit)

b. Pusat Perbelanjaan Distrik (Community Center)

Jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk (skala wilayah . Luas area bekisar antara 100.000 – 300.000 sq.ft. (9.290 – 27.870 m²)

Jenis fasilitas : department store, variety store, yunior department store, supermarket dan toko – toko tunggal.

c. Pusat Perbelanjaan Regional (Main Center)

Jangkauan bekisar antara 150.000 – 400.000 penduduk. Luas area bekisar antara 300.000 – 1.000.000 sq.ft. (27.870 – 92.990 m²).

Jenis fasilitas : Junior department store, department store dan toko – toko.

(Sumber : Saifullah, Ahmad, M. T. Superblok Apartemen, Pusat Belanja & Perkantoran, Jogjakarta : UGM).

2. Berdasarka Standart ULI (Urban Land Institute)

a. Neighborhood Center

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 5.000 m².

Contoh fasilitas : Supermarket

b. *Community Center*

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 15.000 m².

Contoh fasilitas : Junior Department Store, Supermarket.

c. *Regional Center*

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 40.000 m².

Contoh fasilitas : dua atau lebih Department Store.

3. Berdasarkan bentuk fisik

a. *Shopping Street* yaitu sederetan pertokoan disepanjang sisi jalan.

Contoh fasilitas : Pertokoan disepanjang jalan Mallioboro.

b. *Shopping Center* yaitu komplek pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.

c. *Shopping Precint* yaitu komplek pertokoan dengan stan toko menghadap keruang terbuka yang terbebas dari kendaraan.

d. *Department Store* yaitu suatu toko besar terdiri beberapa lantai dan menjual berbagai macam barang. Peletakan tata letak yang memudahkan sirkulasi dan kejelasan akses. Luas lantai 10.000 – 20.000 m².

Contoh : Matahari

e. *Supermarket* yaitu toko yang menjual barang kebutuhan sehari – hari dengan system pelayanan sendiri dan penjualan bahan

makanan tidak melebihi 15 % dari seluruh area penjualan. Luas lantai bekisar 1.000 – 2.500 m².

Contoh : Mirota Kampus

- f. Department Store dan Supermarket yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan antara department store dan supermarket).

Contoh : Mallioboro Mall

- g. Super Store Yaitu toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri, dengan lahan terbatas. Luas lantai bekisar 5.000 – 7.000 m².

4. Berdasarkan kuantitas barang

a. Toko Grosir

Yaitu toko yang menjual barang – barang dalam jumlah yang besar.

b. Toko Eceran

Yaitu toko yang menjual barang – barang persatuan barang.

5. Menurut Departemen Perdagangan RI

a. Pusat Perbelanjaan Primer

Fasilitas perbelanjaan yang melayani seluruh wilayah kota.

b. Pusat perbelanjaan Sekunder

Fasilitas perbelanjaan yang melayani sebagian wilayah kota atau lingkungan.

c. *Pusat Perbelanjaan Tersier*

Fasilitas perbelanjaan yang melayani lingkungan perumahan.

2.4 Persyaratan Shopping Mall

2.4.1 Persyaratan Umum

a. Lokasi

Hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi adalah

- Tempat – tempat yang sudah tentu ramai, seperti pusat kota, dimana banyak orang lalu lalang (posisi strategis).
- Mudah dicapai baik oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum transportasi mudah, prasarana memadai.

b. Jalan Masuk (akses)

Pembagian jalan masuk

- Untuk pejalan kaki, kendaraan pribadi dan mobil barang sebaiknya terpisah.
- Ada jalan pintas (terlindung oleh sinar matahari dan hujan) yang menghubungkan tempat – tempat.

c. Pengaturan Pembagian Ruang

Pertokoan besar, dilengkapi ruang aula dan peragaan, restoran, kedai minum, tempat bermain, bank, kantor pos, biro perjalanan, bioskop dan taman.

d. Tempat penjualan

Ruang bawah tanah lebih baik dipergunakan untuk tempat penjualan dibandingkan dengan lantai tambahan di atasnya.

e. *Tinggi Lantai*

Untuk unit besar antara 4 – 5 m. Untuk unit kecil 3 m tergantung dari jenis pelayanannya pada ruang – ruang yang terlalu tinggi, biasanya agak membuat pengunjung menjadi segan. Unit – unit pertokoan tidak menggunakan pencahayaan alami, melainkan memanfaatkan pencahayaan buatan dengan ventilasi mekanik.

f. *Pergerakan antar lantai*

- *Tangga*

Letak tangga harus dibuat agar mudah dilihat dan dicari. Apabila tangga dimaksudkan juga sebagai jalan darurat, sebaiknya direncanakan dekat pintu keluar.

- *Elevator*

Mudah dilihaat dari pintu masuk. Diletakkan ditengah – tengah bangunan dengan jarak tidak lebih dari 50 m dari bagian penjualan pada masing – masing lantai.

- *Eskalator*

Memasang escalator pada suatu tempat tertentu akan mengurangi lebar efektif Mall (yang merugikan sejumlah penyewa tertentu). Akan lebih baik jika ditempatkan pada suatu koridor layan pada secondary Mall dan harus ditandai dengan jelas.

2.4.2. Persyaratan Khusus

a. Tata letak Bangunan

Hirarki dari penyewa yang terbesar dan terpenting (major tenants, anchors tenants). Suatu pusat dengan satu penyewa tunggal mungkin cukup memiliki konfigurasi sirkulasi linier. Fasilitas dengan tiga atau lebih penyewa utama membutuhkan loop atau kelompok – kelompok jalur sirkulasi. Perlu memperhatikan pintu samping, pintu darurat dan juga untuk pintu servis / dropping / logistik.

b. Kenyamanan Pengunjung

- Pengunjung pada umumnya akan berada 1,5 jam – 2 jam dalam fasilitas tersebut ketika berjalan.
- Bahan lantai jangan terlalu licin sehingga enak untuk berjalan.
- Fasilitas yang bervariasi, bisa pada ruang, dekor, cahaya dan sebagainya sehingga membuat nyaman.

c. Keamanan

Fasilitas keamanan yang memadai sangat diperlukan baik terhadap aksi kekerasan yang serius maupun pencurian.

d. Karakter bangunan

Karakter bangunan yang bersifat komunikatif dan komersial, untuk mewujudkannya dibutuhkan perancangan ruang yang memberi kesan terbuka, menerima sertakemungkinan pengaruh lingkungan sekitarnya.

e. *Efisiensi Pemakaian Ruang*

Perencanaan dan perancangan ruang yang efisien tanpa mengorbankan factor – factor penting lainnya diperlukan karena harga tanah yang tinggi sedangkan fasilitas komersial ini harus mendapat untung sebesar – besarnya.

2.4.3. Persyaratan Standar

a. *Anchor Tenant*

Kunci sukses sebuah Mall adalah masalah perencanaan Keys Tenants yaitu pemilihan dan penempatan anchors tenants. Penyewa utama seperti department store, supermarket pemempatannya harus mampu menjadi magnet bagi pengunjung.

b. *Atrium*

Sebagai pusat dari Mall yang merupakan tempat berkumpul dan pusat dari orientasi dari semua fungsi komersial yang ada. Juga dapat digunakan Sebagai tempat pameran atau pedagang kaki lima menggelar barang dagangannya.

c. *Koridor*

Ciri utama yang membedakan Mall perbelanjaan dengan pusat perbelanjaan yang lainnya adalah koridornya tunggal dengan atrium disepanjang koridor, dengan lebar 8 – 16 m. Dengan perletakan anchor tenant pada ujung – ujungnya, atrium sebagai pusat, mau tidak mau mengarahkan pengunjung untuk melewati koridor tersebut kearah daerah magnet, sehingga semua toko terlewati.

d. Struktur

Pada dasarnya ada tiga alternatif struktur bangunan, dengan bentang yang ideal di perkirakan antara 12 – 15 m. Adapun alternatif tersebut adalah :

- Rangka baja structural
- Rangka kayu structural laminated
- Rangka beton, yang mungkin pra cetak, atau cetak ditempat.

e. Utilitas

Material Instalasi listrik

- Masing – masing petak dilayani oleh panel / circuit breaker tersendiri
- Dengan bus ducs, yang fleksibel namun kurang ekonomis

Pengkondisian Udara

- Central Plant. Modal awal lebih tinggi, perawatan tak terlalu tinggi, membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan total, kontrol multizone akan mahal dan rumit, membutuhkan ruang tersendiri dan hilangnya area sewa.
- Individual units. Modal awal lebih rendah, perawatan tinggi, tidak membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan sebagian, tidak kehilangan area sewa, namun perlu hubungan ke atap dan struktur khusus.

f. *Material Lantai dan Dinding*

- Area sewa. Lazimnya diserahkan pada penyewa dalam bentuk lantai semen datar dan licin. Finishing merupakan tanggungan penyewa.
- Area mall. Di finishing dengan terrazza atau buatan semacamnya dimana pertimbangannya adalah ketahanan, harga, dan perawatan.
- Area layanan. Lazimnya dalam bentuk lantai semen biasa, yang mungkin di finishing dengan warna dan sebagainya.

Dinding eksterior, interior sekitar area pelayanan, partisi interior antar petak. Secara umum, untuk lantai dan dinding berlaku pertimbangan : Biaya awal dan perawatan, Usia material dan dampak penggantian, Kemungkinan penggantian material baru di masa mendatang.

g. *Storefront dan Dekor*

Storefront Sebagai bagian dari pembentukan karakter / suasana mall. Penyewa melihatnya sebagai terpenting untuk menarik pelanggan. Harus dirancang dengan cermat, termasuk signband dan berbagai tanda / grafis. Meski demikian, imajinasi individual penyewa harus diperbolehkan, termasuk untuk menghidupkan suasana mall.

Dekor untuk memberikan suasana dapat meliputi berbagai jenis : lantai, dinding, langit – langit, pencahayaan, Storefront, signband, sign tegak.

Elemen – elemen lainnya : Peralatan tengah, area terbenam air, air mancur, tempat – tempat duduk, patung, artwork, tanaman, kios – kios,

supergrafik, fasilitas – fasilitas umum (telepon, pemadam kebakaran, dan lain sebagainya).

h. Tanaman

Tanaman artificial atau alami dalam ruangan, ada beberapa persyaratannya sebagai berikut : Cocok untuk di dalam ruangan, sesuai untuk iklim lokasi yang bersangkutan, harus disirami cukup dan sekaligus membersihkan debu, harus memiliki tanah dan pupuk yang cukup, membutuhkan pencahayaan alami, dekat jendela atau di bawah tingkap langit, perlu sedikit kelembaban dalam pengondisian udara.

i. Program Ruang berdasarkan hubungan ruang antar kegiatan, sifat, jenis, dan sasaran pelayanan, dapat dikelompokkan :

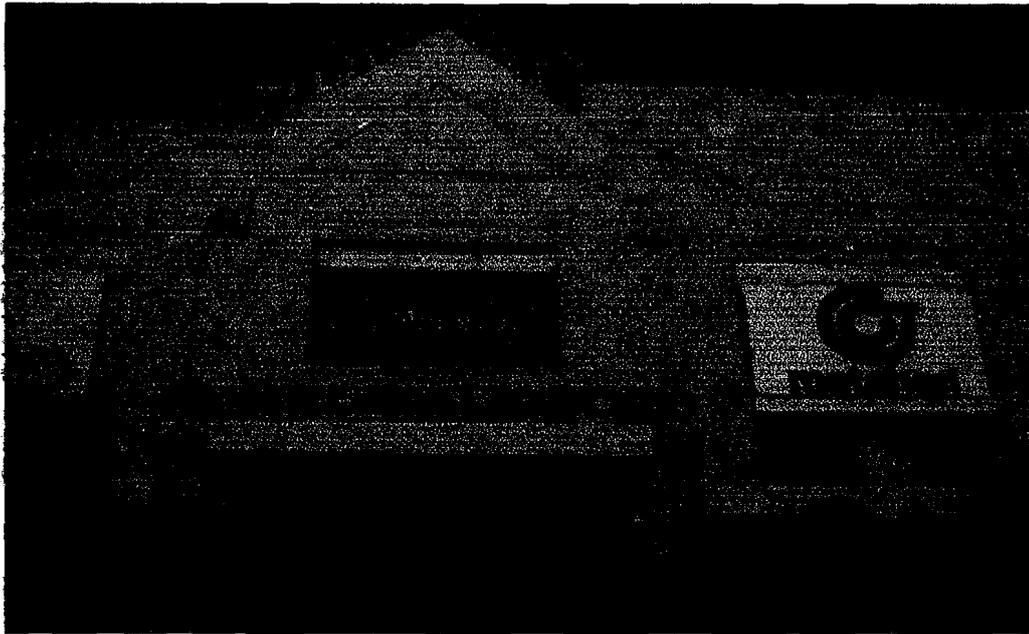
- Zona Publik (Plaza, trotoar, jembatan penghubung, parkir)
- Zona Semi Publik (ruang jual beli, servis (lavatory), mall)
- Zona Semi Privat (restoran, area bermain anak, musholla)
- Zona Privat (ruang pengelola elektrik, gudang)

2.5 Studi Observasi Pusat Perbelanjaan

Studi observasi lapangan dilakukan sebagai bahan untuk melakukan perbandingan dan acuan untuk mendapatkan konsep pusat perbelanjaan yang jelas dan terarah.

2.5.1 Mallioboro Mall

Mallioboro Mall adalah pusat perbelanjaan di Yogyakarta yang terletak di JL. Malloboro yang merupakan kawasan perdagangan (trade center).



Gambar 2.1. Malioboro Mall di Jogjakarta

Sumber : Observasi Lapangan

1. Pembagian Ruang Perlantai

a. Lantai basement

Dengan ketinggian -7.70 digunakan untuk area parkir mobil 3050 m^2 dan ruang mekanikal elektrikal 750 m^2

b. Lantai lower ground

Dengan ketinggian -4.00 digunakan untuk ruang loading dock supermarket 15 m^2 , supermarket 1616 m^2 , toy center 176 m^2 , book store 368 m^2 , hall 64 m^2 , retail pertokoan 24 m^2 (3 buah), 36 m^2 , 32 m^2 , (2 buah), 44 m^2 (4 buah).

c. Lantai upper ground

Dengan ketinggian ± 0.00 digunakan untuk restoran 392 m^2 , lobby 60 m^2 , kios terbuka (64 m^2 , 48 m^2), department store 408 m^2 , retail

pertokoan 28 m^2 (2 buah), 20 m^2 (3 buah), 30 m^2 , 44 m^2 (16 buah),
 52 m^2 (2 buah), 66 m^2 .

d. Lantai I

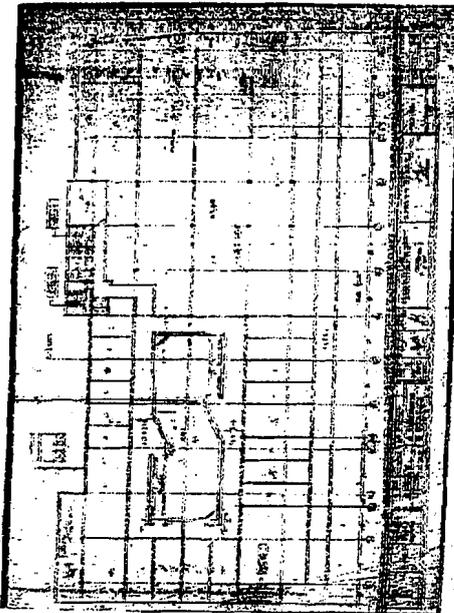
Dengan ketinggian + 4.00 digunakan untuk department store 1698 m^2 , retail pertokoan 48 m^2 , (4 buah), 44 m^2 , (6 buah), 56 m^2 , (4 buah), 140 m^2 , 132 m^2 (2 buah), 168 m^2 , 84 m^2 .

e. Lantai II

Dengan ketinggian + 8.00 digunakan untuk department store 1754 m^2 , retail pertokoan 56 m^2 (7 buah), 48 m^2 (4 buah), 44 m^2 (9 buah), 84 m^2 , 176 m^2 , 196 m^2 .

f. Lantai III

Dengan ketinggian + 12.00 digunakan untuk department store 1754 m^2 dan food center 1316 m^2 .



Gambar 2.2. Denah Lantai III

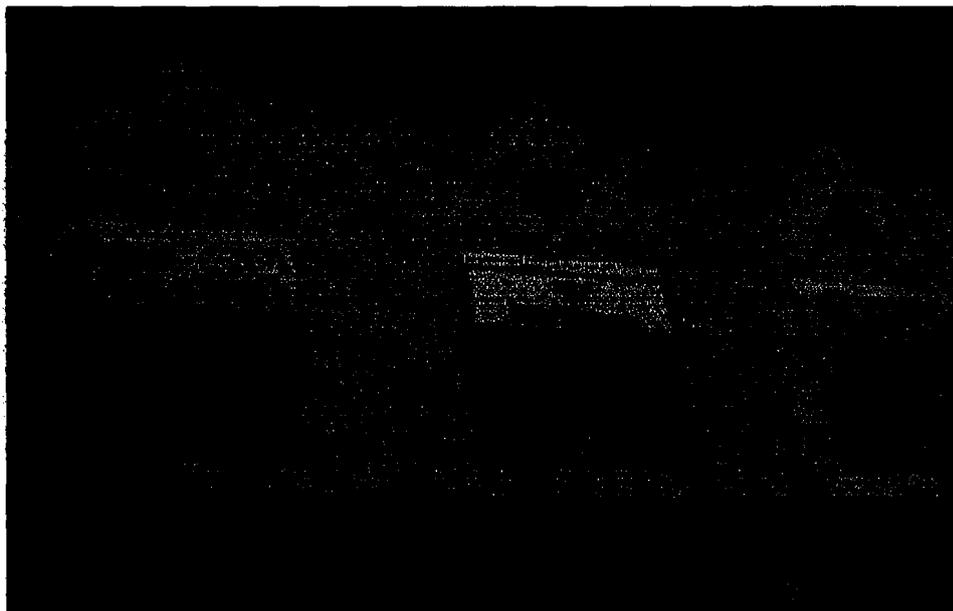
Sumber : KP, A.Zaky, 1996

2. Bentuk dasar ruang

Menggunakan bentuk dasar segiempat sehingga penggunaan ruangnya menjadi mudah. Pola tata letak ruangnya berderet / linier diseluruh sisi bangunan sehingga dalam penggunaan ruangnya menjadi efisien.

3. Penampilan Bangunan (Building Performance)

Malioboro Mall merupakan perpaduan antara gaya Eropa, cina, dan tradisional Jogjakarta. Hal ini untuk menyesuaikan dengan fasad yang menghadap jalan di Malioboro, dibagi menjadi bagian kecil – kecil untuk menyesuaikan dengan irama / ritme fasad bangunan yang ada disepanjang jalan Malioboro. Selain itu juga meneruskan ruang pejalan kaki dibawah bangunan yang menjadi salah satu ciri Malioboro. (Wondoamiseno, 1991).



Gambar 2.3. Tampak Depan Malioboro Mall

Sumber : Observasi Lapangan

4. Sistem Struktur

a. Sistem struktur kolom

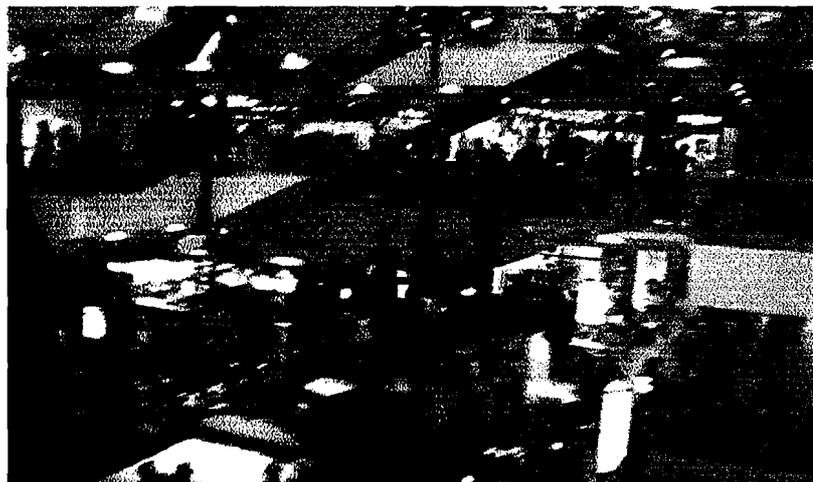
Pola grid yang digunakan adalah 5, 6, 7, 8. yang paling banyak, dan 9 m sehingga didapat ruang yang luas dan bebas kolom yang memudahkan dalam pengaturan ruangnya.

b. Sistem struktur atap

Menggunakan rangka baja agar dapat digunakan pada bentang lebar dan penutup atap transparan (sky light) pada tempat tertentu untuk memasukkan cahaya alami kedalam ruangan.

5. Sistem Transportasi Vertikal

Alat transportasi vertikal untuk pengunjung menggunakan escalator dan tangga. Perletakan escalator pada bagian tengah bangunan sehingga mudah dilihat dan mengarahkan gerak pengunjung keseluruhan area lantai dan akan berpengaruh terhadap penggunaan ruang sirkulasi.



**Gambar 2.4. Alat Transportasi Vertikal (Escalator)
Pada Malioboro Mall**

Sumber : Observasi Lapangan

6. Pola Sirkulasi

Pola sirkulasi bersifat linier yang diarahkan oleh perletakan unit pertokoan dan escalator, sehingga letaknya menjadi fleksibel dan penggunaan ruang sirkulasinya menjadi efisien.



Gambar 2.5. Selasar Malioboro Mall

Sumber : Observasi Lapangan

7. Sistem Utilitas

a. Tangga darurat

Perletakan tangga darurat pada sisi pinggir bangunan dan dua diantaranya terletak pada sudut bangunan sedangkan satu yang lainnya terdapat diruang servis.

b. Penghawaan

Sistem penghawaan dengan menggunakan Ac sentral.

c. Jaringan Listrik

Menggunakan jaringan yang berasal dari PLN pada kondisi Normal, sedangkan pada kondisi darurat menggunakan genset.

8. Parkir

Area parkir mobil dan motor dibedakan sehingga memudahkan sirkulasi kendaraan.

2.5.2 Galeria Mall

Galeria Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan di kota Jogjakarta. Bangunan ini terletak di sudut antara Jl. Jendral Sudirman, Jl. Rahayu dan Jl. Dr. Wahidin Sudirohusudo. Adapun luasan site yang digunakan untuk bangunan tersebut adalah $100.80 \times 49.60 = 4606.56 \text{ m}^2$ dengan ketinggian atap bangunan 16.00 m. Bangunan ini terdiri dari 3 lantai dan 2 basement.



Gambar 2.6. Galeria Mall di Jogjakarta

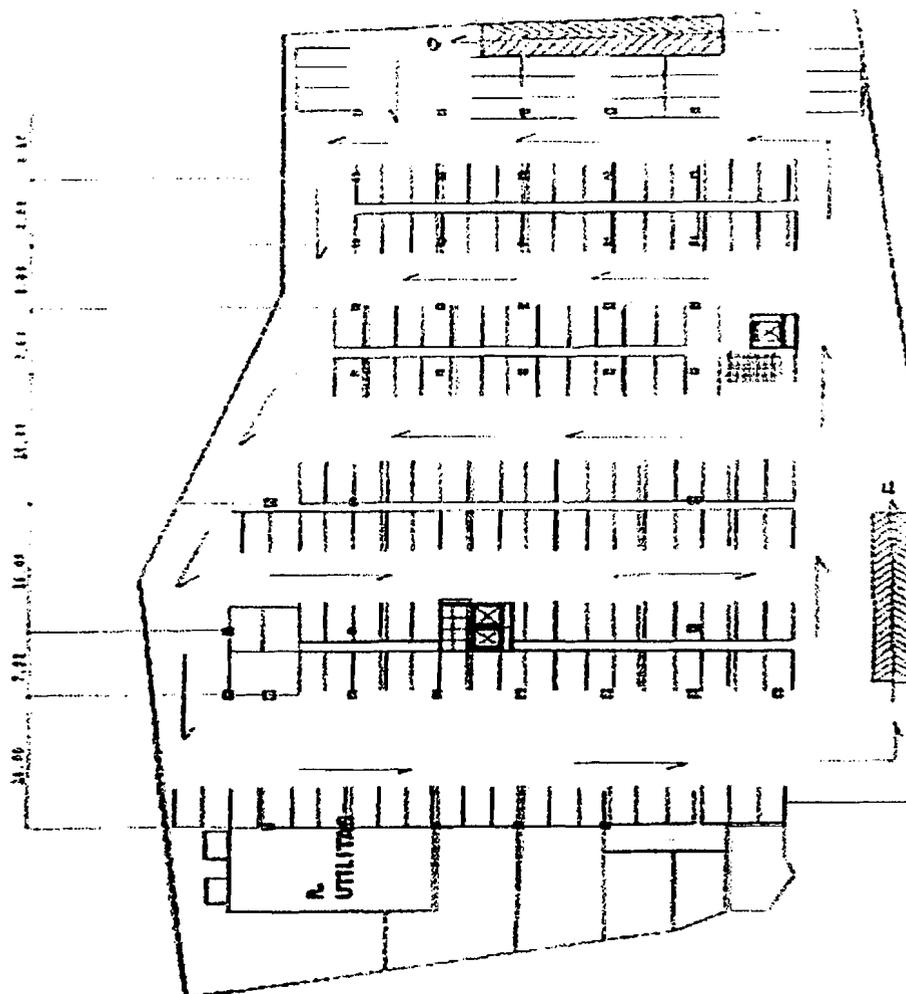
Sumber : Observasi Lapangan



1. Pembagian Ruang Perantai

a. Lantai Bawah Tanah (Fasilitas Penunjang)

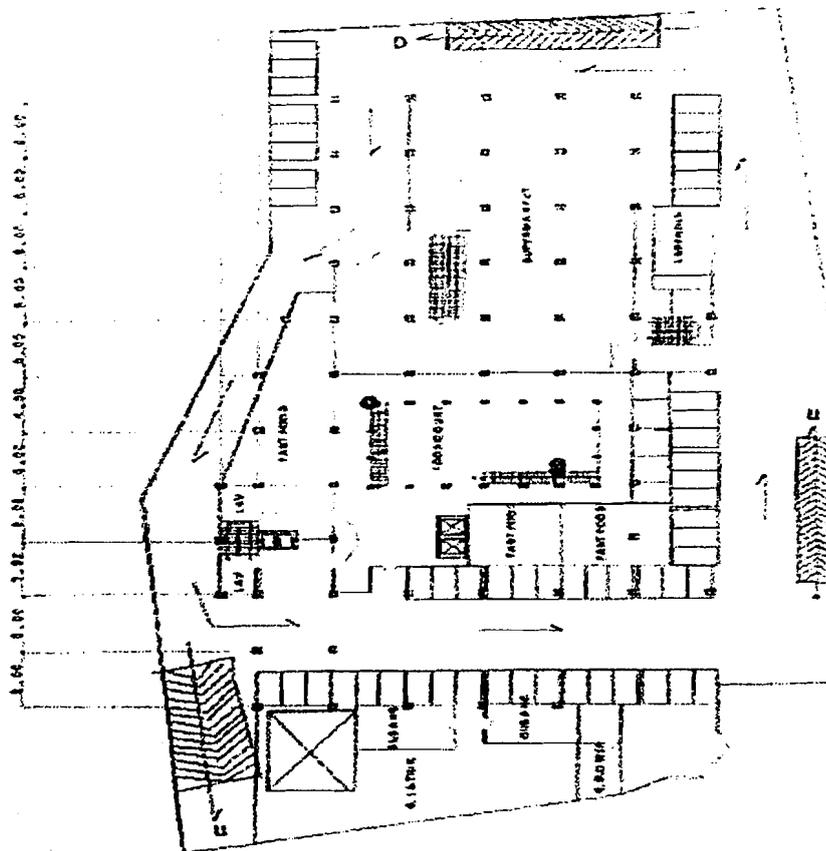
Dengan ketinggian lantai - 7.40 m digunakan untuk area parkir mobil dengan kapasitas untuk 173 mobil dengan luasan 3269 m², mushola dengan luasan 10 m², dan ruang mekanikal elektikal dengan luasan 662 m².



Gambar 2.7. Lantai Bawah tanah (Basement 2)

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

- b. Lantai Semi Bawah tanah (Fasilitas Penunjang dan Perbelanjaan)
 Dengan ketinggian – 4.20 m digunakan untuk supermarket 1056 m²,
 gudang 2 buah (@ 32 m²), ruang mekanikal dan elektrikal 630 m²,
 parkir mobil untuk kapasitas 40 mobil dengan luas ruang 1010 m²,
 fast food 600 m², serta counter kosmetik sebanyak 6 buah (@ 16 m²
) untuk 3 counter dan 3 lainnya dengan luas ruang (@ 12 m²).

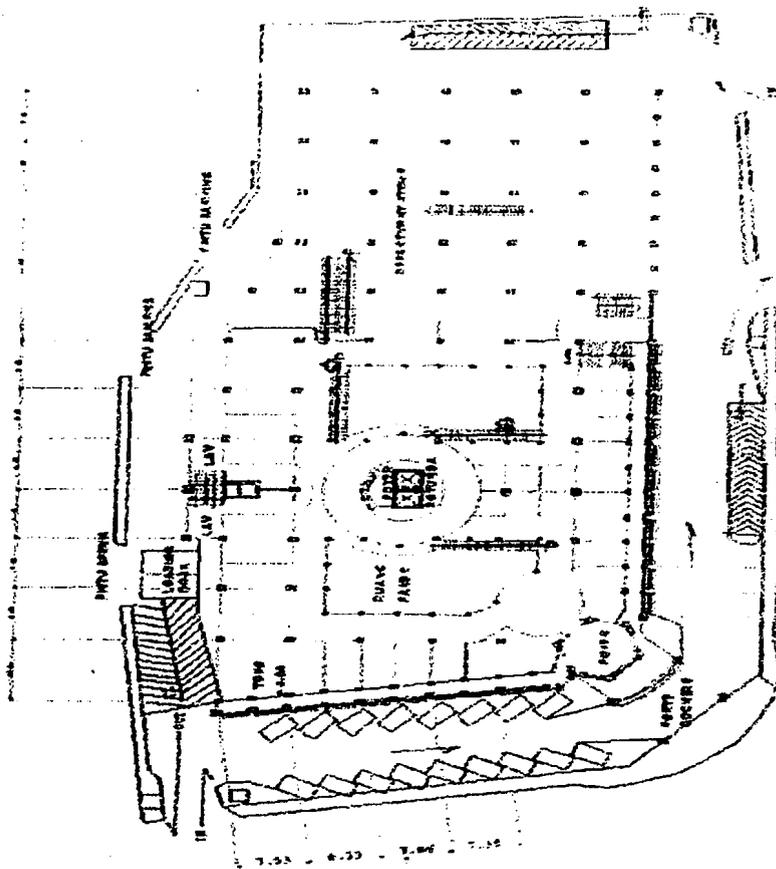


Gambar 2.8. Denah Lantai Semi Bawah Tanah (Basement 1)

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

c. Lantai Dasar (Fasilitas Paerbelanjaan)

Dengan ketinggian ruang ± 0.00 digunakan untuk department store (aksesoris, tas dan kosmetik) dengan luas ruang 1532 m^2 , ruang pameran dengan luasan 288 m^2 , toko kembang gula 2 buah dengan luasan @ 32 m^2 , toko optikal 8 buah dengan luasan @ 24 m^2 , 48 m^2 , 16 m^2), café dengan luas ruang 96 m^2 , ruang fashion 2 buah dengan luas ruang



Gambar 2.9. Denah Lantai Dasar

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

(@ 32 m²), toko sepatu 4 buah dengan luas ruang (@ 32 m²), toko sepatu olah raga dan casual 2 buah (@ 32 m²), galeri arloji dan reparasi 32 m², area parkir untuk kendaraan roda empat dengan kapasitas 120 mobil tang terletak diluar bangunan 640 m².

d. Lantai I (Fasilitas Perbelanjaan)

Dengan ketinggian ruang + 4.00 digunakan untuk department store (busana wanita) 1344 m², toko sepatu dan tas 2 buah (@ 32 m²), toko perlengkapan interior 32 m², toko batik 2 buah (@ 32 m²), toko kaset 32 m², toko foto dan kamera 64 m², restoran (KFC) 128 m², rumah mode 2 buah (@ 32 m²), fashion 2 buah (@ 32 m²), toko casual 9 buah (@ 16 m², @ 32 m², @ 64 m²), toko jewelry 32 m², asesoris 32 m², busana wanita 64 m², optik 2 buah (@ 32 m², 64 m²).

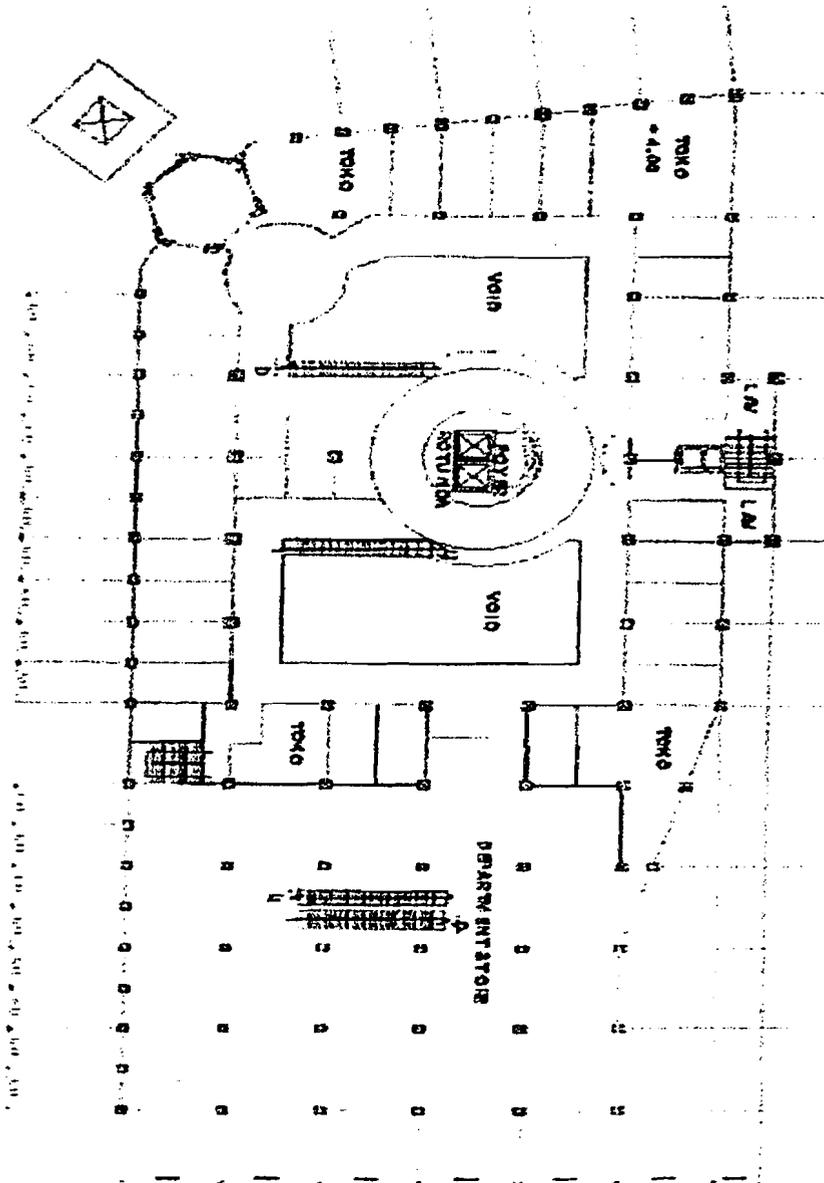
e. Lantai II (Fasilitas Perbelanjaan)

Dengan ketinggian lantai + 8.00 digunakan untuk ruang department store (busana pria) 1344 m², toko peralatan tulis 375 m², rumah seni dan kerajinan 2 buah (@ 32 m²), Bridal dan salon 32 m², toko musik (64 m², 32 m²), toko batik 48 m², toko makanan (160 m², 48 m²), CD rooms 16 m², planet surf 112 m².

f. Lantai III (Fasilitas Rekreasi & Hiburan)

Dengan ketinggian + 12.00 digunakan untuk ruang department store (perlengkapan rumah tangga dan anak) 1344 m², arena rekreasi dan

musik 128 m², taman makan dan minum 368 m², arena rekreasi
 keluarga 64 m²



Gambar 2.10. Denah Lantai I, II, III (Tipikal)

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

2. Bentuk Dasar Ruang

Menggunakan bentuk dasar segi empat dengan perletakan ruang sepanjang sisi bangunan secara berderet / linier sehingga ruang dapat digunakan secara efisien.

3. Sistem Struktur

Menggunakan pola grid 8 m, sehingga didapat ruang – ruang yang luas dan bebas kolom. Sehingga memudahkan dalam tata letak ruang dan arah gerak pengunjung sesuai dengan fungsinya Sebagai tempat perbelanjaan.

4. Sistem Transportasi Vertikal

Sirkulasi di dalam bangunan secara vertical menggunakan escalator, lift dan tangga, sehingga arah gerak pengunjung lebih leluasa karena adanya berbagai alternatif alat transportasi. Perletakan lift dan escalator pada bagian tengah ruang, akan memudahkan pengunjung.



Gambar 2.11. Eskalator Galleria Mall

Sumber : Observasi Lapangan

5. Sistem Utilitas

a. Tangga darurat

Tangga darurat diletakkan pada bagian pinggir sehingga memberikan faktor keamanan jika terjadi bahaya kebakaran.

b. Penghawaan

Sistem penghawaan menggunakan AC Sentral.

c. Jaringan Listrik

Menggunakan jaringan PLN dalam kondisi normal dan genset pada kondisi tertentu.

6. Parkir

Area parkir mobil dan motor dibedakan, sehingga memudahkan sirkulasi kendaraan.

7. Aksesibilitas

Pintu masuk ke dalam bangunan ada 2, baik itu pintu masuk ataupun pintu untuk ke luar bangunan. Perletakkan pintu masuk pengunjung dibedakan dengan pintu service, sehingga tidak mengganggu sirkulasi pengunjung dan tidak mengganggu pemandangan yang ada. Pintu service langsung berhubungan dengan ruang bongkar muat barang agar efisien.

8. Pola Sirkulasi

Pola sirkulasi yang terjadi di dalam tiap bangunan terletak di tengah dikelilingi oleh unit toko yang ada, sehingga ruang yang digunakan

untuk sirkulasi menjadi efisien karena mengarahkan pengunjung pada setiap bangunan dan ruang yang digunakan sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2.12. Selasar Galleria Mall

Sumber : Observasi Lapangan

2.6. Studi Literatur Pusat Perbelanjaan

Adapun Studi literatur ini dimaksudkan untuk menambah wacana teori terapan yang juga sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan yang ada.

2.6.1. Nanuet Mall

Bangunan Mall yang dipilih Sebagai acuan adalah Nanuet Mall. Bangunan mall ini pernah meraih ISCS Design & Construction Award pada tahun 1991. Lokasinya terletak pada sebuah daerah strong economic market, yaitu dibagian utara kota New York, tepatnya di Rockland Country. Adapun data lengkapnya adalah Sebagai berikut :

Nama : Nanuet Mall

Alamat : N. Y Route 59 Nanuet, NY 10954

Developer : Corporate Property Investors New York
Arch / designer : Thompson, Ventulett, Stainback & Associates, inc. Atlanta
Tipe lokasi : enclosed Regional Mall / Suburban
Luas site : 62 acres



Gambar 2.13. Nanuet Mall

Sumber : www.simon.com

Bangunan Mall terdiri dari dua lantai, yang mana sangat berhasil dalam pengaturan pola sirkulasinya. Letak tangga yang hanya terletak pada satu sudut sehingga memaksa pengunjung untuk melalui seluruh area retail. Dengan demikian seluruh area retail mempunyai nilai ekonomis yang sama. Karena hanya terdiri dari dua level lantai, pengunjung yang baru masuk bangunan Nanuet Mall ini dapat melihat keseluruhan isi dari bangunan.

BAB III

3. **Kajian Konsep – Konsep Prinsip Komersial Bangunan**

Kajian tentang konsep – konsep prinsip komersial bangunan bertujuan untuk memberikan arahan atau acuan terhadap rancangan Shopping Mall di Kota Jambi yang mengacu pada prinsip nilai komersial bangunan. Sehingga hasil akhir dari desain ini selaras atau serasi dengan konsep penekanan yang dibuat.

3.1. **Pengertian Umum Komersial**

Komersial artinya

- a.1. Bersangkutan dengan niaga atau perdagangan
- a.2. Dimaksudkan untuk diperdagangkan

(KBBI, Edisi Kedua, Dep P & K, Balai Pustaka)

Jadi, *Prinsip Komersial Bangunan adalah aturan - aturan yang dapat dipergunakan dalam mengkomersilkan suatu bangunan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen sebagai tolak ukur berhasil tidaknya bangunan komersial tersebut.*

3.2. **Tinjauan Penampilan Bangunan**

Bangunan Komersial tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan masalah kedatangan konsumen yang akan menjadi pemicu dari kegiatan komersial yang berorientasi pada perolehan keuntungan materi. Oleh karena itu suatu fasilitas komersial harus mampu menggugah keinginan konsumen untuk

datang dengan cara menyesuaikan penampilan bangunan dengan image konsumen.

3.3. Citra Visual Bangunan Komersial

Penampilan visual penting artinya bagi bangunan komersial, guna memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan bangunan komersial tersebut dengan cara menyesuaikan citra visual bangunan komersial tersebut dengan image orang yang melihatnya. Untuk itu perlu diupayakan citra suatu bangunan komersial yang meliputi (Hoyt, 1978) :

1. *Clarity* (kejelasan) yaitu sifat dari penampilan visual yang dapat menunjukkan gambaran mengenai fungsi fasilitas tersebut. Maksudnya adalah visual pusat perbelanjaan harus dapat menunjukkan dengan jelas fungsi bangunan tersebut yaitu Sebagai pusat perbelanjaan.
2. *Boldness* (menonjol) yaitu sifat yang menunjukkan kesan menonjol. Jadi suatu pusat perbelanjaan penampilannya harus menonjol dari lingkungan sekitarnya agar fasilitas perdagangan tersebut dapat menarik perhatian dari pembeli / pengunjung.
3. *Intimacy* (akrab) yaitu sifat penampilan visual yang menunjukkan keakraban bangunan dengan lingkungan sekitarnya.
4. *Flexibility* (fleksibilitas) yaitu suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra dan alih waktu serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapatkannya.

5. *Complexity* (kompleksitas) yaitu yaitu suatu citra penampilan bangunan yang tidak monoton.
6. *Efficiency* (efisiensi) yaitu suatu citra penggunaan yang optimal dari setiap jengkal ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan.
7. *Investinense* (kebaruan) yaitu suatu sifat penampilan pusat perbelanjaan yang memberikan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

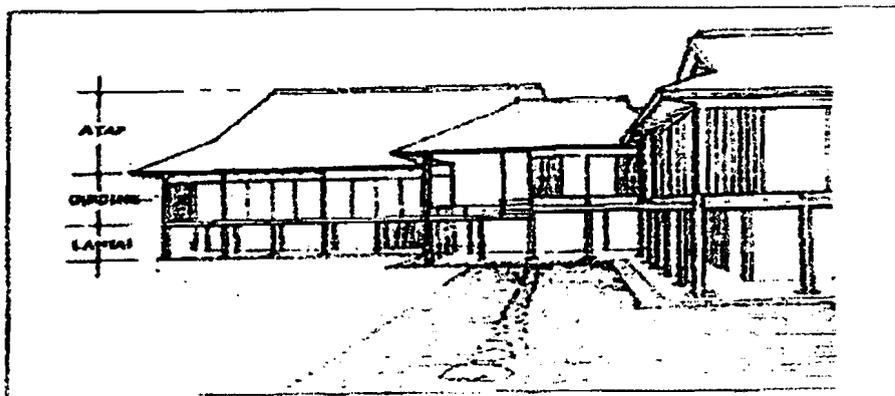
3.4. Tinjauan Elemen Bangunan

Untuk mendapatkan elemen -- elemen yang terdapat pada bangunan, bisa dilihat dari kriteria dasar prinsip -- prinsip penyusunan karakteristik arsitektural (DK. Ching Francis, 1979), yaitu :

A. Pembentukan Fasade

Yaitu suatu konsep umum dalam kaidah perancangan arsitektur, yang membagi bangunan secara visual menjadi 3 bagian :

1. Bagian atap bangunan
2. Permukaan dinding bangunan
3. Bidang dasar bangunan



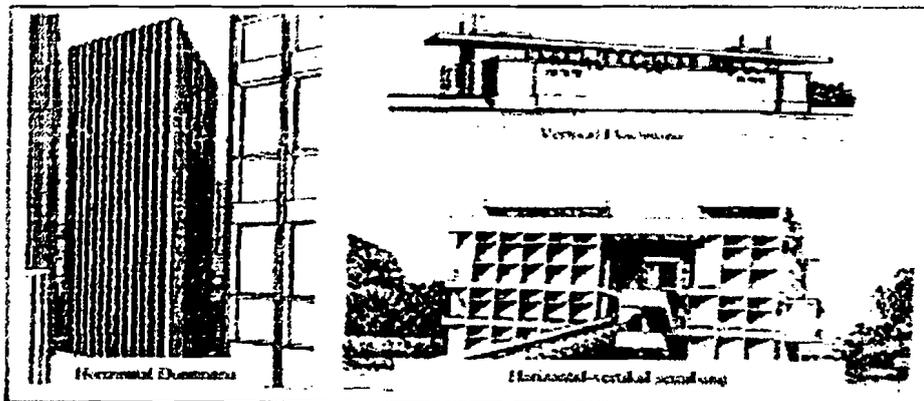
Gambar 3.1. Villa Kerajaan, Katsura Jepang
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

B. Proporsi Vertikal Horizontal

Yaitu perbandingan dimensi Vertikal – Horizontal bangunan yang nampak secara visual pada penampang fasad bangunan.

Dalam hal ini terdapat 3 kemungkinan proporsi :

1. Dimensi Vertikal lebih dominan dibandingkan Horizontal
2. Dimensi Horizontal lebih dominan dibandingkan Vertikal
3. Dimensi Vertikal – Horizontal pada proporsi yang seimbang



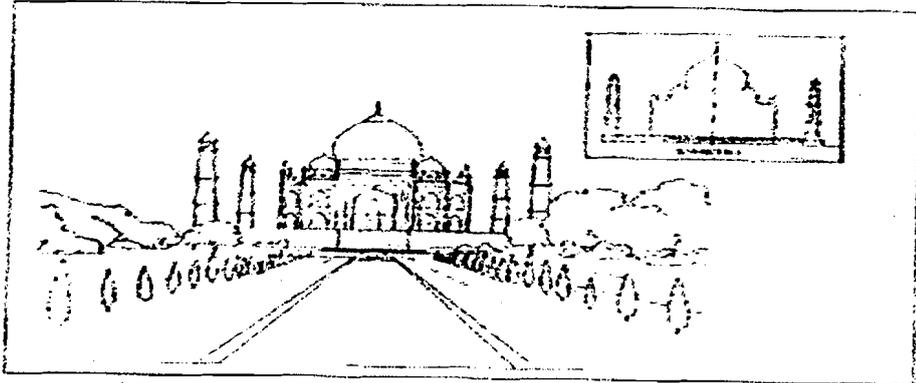
Gambar 3.2. Proporsi Vertikal Horizontal
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

C. Simetri

Yaitu distribusi bentuk – bentuk dan ruang – ruang yang sama dan seimbang terhadap suatu garis bersama (sumbu) atau titik (pusat).

Pada dasarnya ada dua macam simetri :

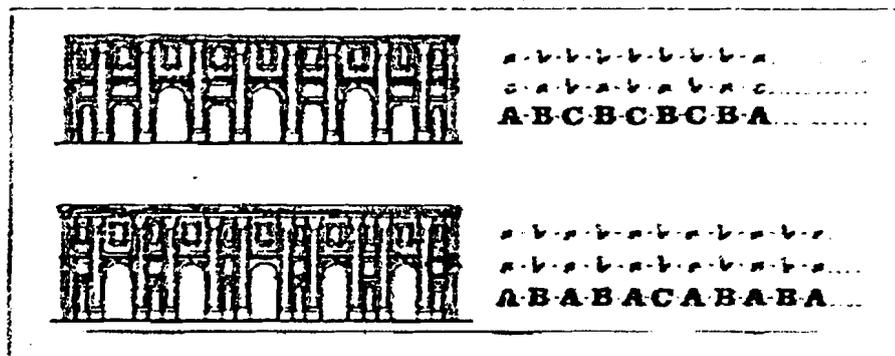
1. Simetri Bilateral yang mengacu pada susunan yang seimbang dari unsur – unsur yang sama terhadap suatu sumbu yang sama.
2. Simetri Radial yang terdiri dari unsur – unsur yang sama dan seimbang terhadap dua sumbu atau lebih yang berpotongan pada suatu titik pusat.



Gambar 3.3. Taj Mahal, Agra - India
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

D. Pengulangan

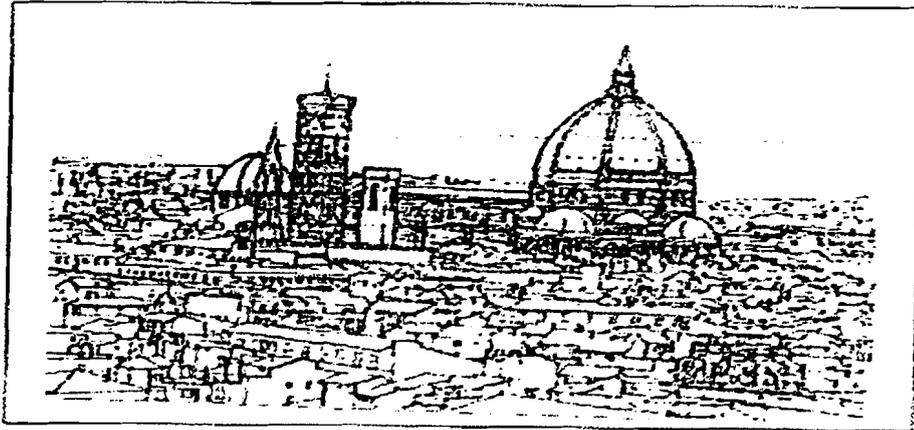
Pengulangan pola – pola yang sama dan resultante dari irama – irama untuk mengorganisir satu seri bentuk – bentuk atau ruang – ruang yang serupa.



Gambar 3.4. Fasad Internal
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

E. Elemen / Ornamentasi

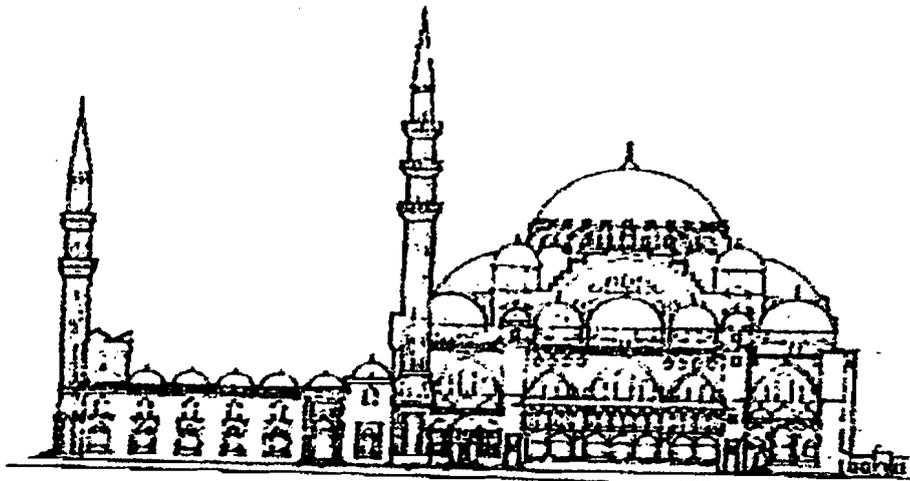
Penerapan elemen / ornamen arsitektural yang berbeda pada bidang fasad bangunan dan dapat memberikan ciri – ciri yang khas sehingga penampilan bangunan mempunyai nilai lebih dari bangunan lain dapat menjadikan sebagai suatu Land Mark.



Gambar 3.5. Pemandangan Kota Floren
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

F. Style

Bentukan yang muncul Sebagai gambaran dari perkembangan pemikiran berdasarkan budaya, factor alam dan dinamisasi kehidupan.



Gambar 3.6. Masjid Suleyman, Istanbul - Turki
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

3.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan

3.5.1. Pola (Lay Out) Mall

Pola mall sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah pusat perbelanjaan yang memakai konsep mall. Dari bermacam – macam pola mall yang ada, umumnya tata letak yang paling berhasil adalah yang berbentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T, dan L (Francis, Northen dan Haskoll, 1977). Hal ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko / tempat yang ditujunya. Bentuk mall yang paralel (double corridor) atau tata letak berbentuk kompleks lainnya umumnya kurang sukses, dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang. Contoh Shopping Mall yang sukses dengan letak sederhana antara lain :

- a. Explanade Oxnard, California

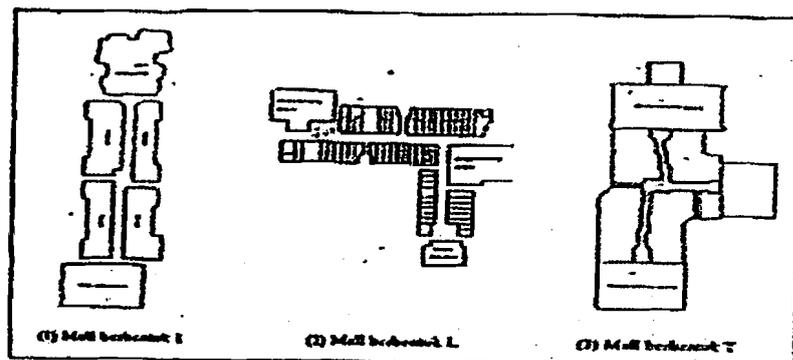
Dengan mall berbentuk I

- b. Yorkdale, Toronto

Dengan mall berbentuk L

- c. Franklin Park Mall, Toledo, Ohio

Dengan mall berbentuk T



Gambar 3.7. Bentuk – Bentuk Mall yang Berhasil
Sumber : Maitland, 1987

3.5.2. Dimensi Mall

Untuk dimensi mall, tidak ada kriteria mengenai panjang maksimalnya. Tapi berdasarkan penyelidikan di AS, panjang mall minimal 180 m dan maksimal 240 m. Yang perlu diperhatikan adalah mall jangan terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan sampai ke ujung mall. Panjang mall ini bisa dipecahkan oleh square, courts dan ruang terbuka lainnya. Ruang atau plaza itu tidak hanya berfungsi menampung fasilitas tempat duduk, tanaman dan sebagainya, tetapi juga harus mampu menyediakan ruang yang cukup untuk menampung pelubangan pengunjung pada saat – saat ramai, sehingga kemacetan dapat dihindari. Total area pada mall (termasuk square dan courts) minimal 10% dari luas lantai Shopping Mall.



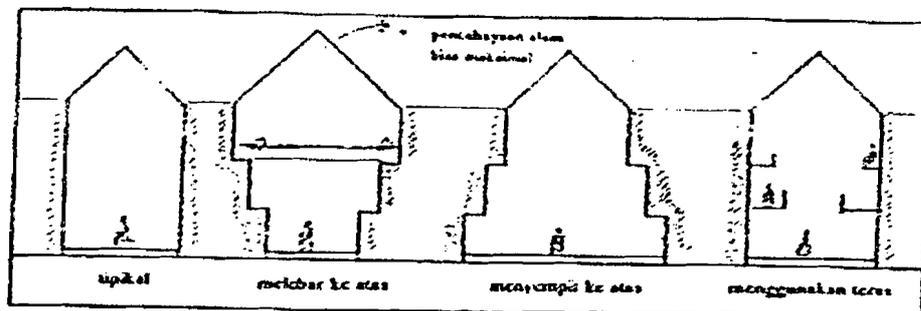
Contoh Plaza / Ruang Terbuka

Sumber : WWW. Simon.Com

Problema yang sulit pada tata letak mall adalah meningkatkan teori “ visual stop “, yaitu : “ if the shopper is not trapped she will pass through “. Dengan kata lain aliran pengunjung harus diarahkan juga agar mereka tidak hanya lewat begitu saja tetapi terdorong untuk melihat ke dalam toko

yang mereka lewati. Hal ini dipengaruhi juga oleh potongan mall, terutama tinggi yang punya pengaruh lebih kuat pada skala. Faktor – factor lain yang mempengaruhi dimensi adalah bentuk warna dan pola permukaan bidang – bidang yang membentuk, bentuk dan perletakan lubang – lubang pembukaan, serta sifat dan skala unsur – unsur yang diletakkan didalamnya (bangku, pohon).

Bentuk mall dapat bervariasi seperti gambar di bawah ini :

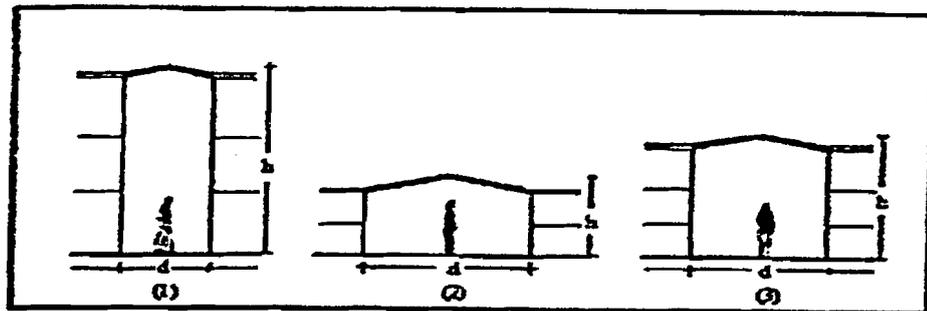


Gambar 3.8. Variasi Bentuk Mall
Sumber : Maitland, 1985

3.5.3. Proporsi Mall

Proporsi / perbandingan skala, secara psikologis sangat mempengaruhi pembentukan kesan akrab pada mall.

1. Proporsi plaza (mall) yang vertical akan mempengaruhi kesan bangunan, menimbulkan kesan agung, formal atau bahkan menghimpit ($D/H < 1$).
2. Proporsi yang terlalu horizontal akan mengakibatkan kesan meruang berkurang ($D/H > 2$).
3. Proporsi yang berimbang dapat diupayakan menimbulkan kesan akrab ($1 \leq D/H \leq 2$).



Gambar 3.9. Pengaruh Proporsi pada Karakter Ruang
Sumber : Maitland, 1985

Dalam kaitan dengan proporsi, pemakaian skala sangat mempengaruhi proporsi yang dihasilkan. Misalnya pada pemakaian skala manusia dalam proporsi ruang dapat menimbulkan kesan akrab.

3.5.4. Tata Letak Tenant (Area Jual Beli)

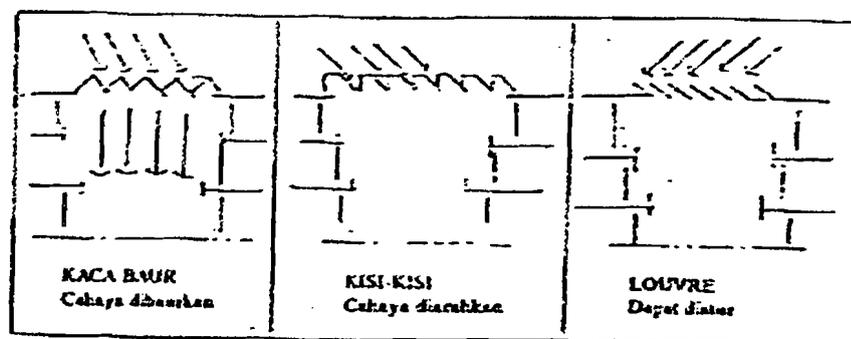
Dengan hanya memiliki satu koridor, diharapkan semua toko akan terlewati oleh pengunjung sehingga semua lokasi memiliki nilai komersial yang sama. Penataan toko (retail) dan anchor tenants (bioskop, department store, supermarket) yang baik akan mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata disepanjang mall. Komposisi yang paling baik adalah 50 % retail tenant dan 50 % anchor tenant, sebagaimana dimuat dalam majalah konstruksi edisi juni 1992.

Perletakkan anchor tenant biasanya pada ujung atau pengakhiran koridor. Untuk mendapatkan suasana mall yang variatif dan tidak membosankan, para penyewa diberi kesempatan dalam mendisplay tokonya sesuai cita rasa dan citra produknya asal kesatuan suasana mall harus tetap terjaga. Hal ini sekaligus memudahkan pengunjung toko yang dicarinya.

3.5.5. Pencahayaan

1. Pencahayaan Alami

Untuk menunjang konsep ruang yang menerus (Continuous Space) pada mall, bagian atap mall biasanya diselesaikan dengan skylight. Dengan demikian unsur luar seperti langit, sinar matahari terlihat sehingga ruang mall seolah tidak terbatas. Selain itu skylight juga memberi keuntungan dari segi penggunaan energi. Dengan adanya skylight, penggunaan lampu didaerah mall pada siang hari menjadi sangat minimum.



Gambar 3.10. Sistem Penerangan Alami Melalui Skylight
Sumber : Maitland, 1985

2. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan dapat digunakan sebagai :

- a. Penerangan Umum
- b. Daya tarik bagi pengunjung
- c. Memamerkan barang
- d. Membentuk suasana yang diinginkan
- e. Iklan / promosi

Perletakan lampu pada mall disesuaikan dengan kebutuhan dan fungsi lampu tersebut.

3.5.6. Fasilitas dan Elemen – Elemen Arsitektur pada Mall

1. Bangku

Berbelanja adalah kegiatan yang melelahkan, oleh karena itu area untuk duduk dan beristirahat merupakan sarana penting yang dibutuhkan pengunjung. Area duduk dapat menjadi area komunikasi dan interaksi sosial yang dapat diletakkan pada salah satu bagian dari mall sejauh tidak mengganggu sirkulasi yang ada.

Bangku – bangku disediakan agar benar – benar berguna bagi pengunjung, akan tetapi bila terlalu nyaman pengunjung akan berhenti atau duduk terlalu lama. Oleh karena itu sebaiknya dipilih bangku – bangku yang sederhana.

2. Arena Bermain

Arena bermain pada mall berfungsi ganda yaitu :

- a. Sebagai tempat bermain anak – anak ketika orang tuanya berbelanja.
- b. Sebagai fitur yang menarik bagi mall dengan mengambil bentuk – bentuk mainan berupa sculpture (bentuk binatang, rumah – rumahan).
- c. Kios – kios

3. Kios - Kios

Fungsi kios pada jalur koridor / mall adalah :

- a. Faktor penarik bagi pengunjung dan memberi variasi bagi suasana mall.
- b. Tempat menampung pedagang kaki lima untuk jenis barang yang tidak menimbulkan sampah.

4. Arena pameran

Berfungsi sebagai :

- a. Tempat promosi hasil industri dan teknologi.
- b. Selain itu juga berfungsi sebagai wadah informasi dan daya tarik pengunjung.

5. Kotak telepon, tempat sampah, papan penunjuk arah, jam dan sebagainya.

3.6. Pengertian Sirkulasi

Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai pengikat ruang – ruang baik di dalam maupun di luar bangunan agar menjadi saling berhubungan. Komponen – komponen dalam sistem sirkulasi bangunan sebagai unsur positif yang mempengaruhi persepsi kita tentang bentuk dan ruang bangunan. Rancangan sirkulasi tidak terjadi dengan berdiri sendiri dari rancangan ruang – ruang dan struktur bangunan, tetapi secara terpadu dengan keseluruhan komponen – komponen menurut Harvey M. Rubenstein bahwa *sirkulasi adalah lautan yang paling vital untuk menghubungkan beberapa tapak yang ada.* Untuk sirkulasi yang baik

dapat diperhatikan keteraturan ekspresi keindahan dengan syarat – syarat sebagai berikut :

1. Langsung

Artinya dapat dicapai dengan jarak yang seminimal mungkin, mengurangi pembelokkan dan kantung – kantung sirkulasi.

2. Aman

Maksudnya persilangan arus sirkulasi sesedikit mungkin atau dihindari sama sekali. Juga dihindari terjadinya *bottle neck* yaitu jalan masuk yang sempit.

3. Cukup Terang

Syarat ini sebenarnya untuk memenuhi syarat jelas dan langsung. Semua sirkulasi mempunyai cukup penerangan.

4. Urut – urutan yang logis

Syarat ini merupakan syarat yang bersifat psikis, jika dirancang dengan baik maka pengguna yang masuk tidak akan bingung atau terkejut, tetapi seolah – olah dibimbing atau diberi kejelasan. Kejelasan tersebut dapat dengan bahasa arsitektur seperti garis, bentuk ruangan, ataupun unsur – unsur ruang.

Dari Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sirkulasi didalam Mall mempunyai peran yang sangat vital untuk mengendalikan ataupun mengarahkan arus pergerakan manusia. Sirkulasi yang efektif dan efisien akan memberikan suatu pelayanan kepada pengunjung dalam melewati suatu urutan – urutan dalam rangka pencapaian antar area.

3.6.1. Kecepatan Berjalan

Pada Data Arsitek Ernst Neufert menjelaskan bahwa pada jalan yang datar baik didalam maupun diluar ruangnya, kecepatan pergerakan manusia dipengaruhi oleh :

- a. Maksud pejalan kaki
- b. Usia
- c. Jenis kelamin
- d. Berjalan sendiri atau berkelompok (berkelompok relatif lebih lambat)
- e. Suhu udara (orang cenderung berjalan cepat saat suhu udara dingin)
- f. Membawa barang
- g. Kepadatan arus orang berjalan
- h. Kesusakan arus orang secara keseluruhan

Akan tetapi secara luas pengaruh dari luar sangat dominan dalam kaitannya dengan kecepatan pergerakan. Semakin banyak orang berjalan pada suatu area sirkulasi (kepadatan tinggi) maka kecepatan yang ditimbulkan oleh pejalan kaki tersebut akan semakin rendah. Rentang kecepatan bisa lebih kecil lagi bila kepadatan dan arus pejalan kaki bergerak kesatu arah.

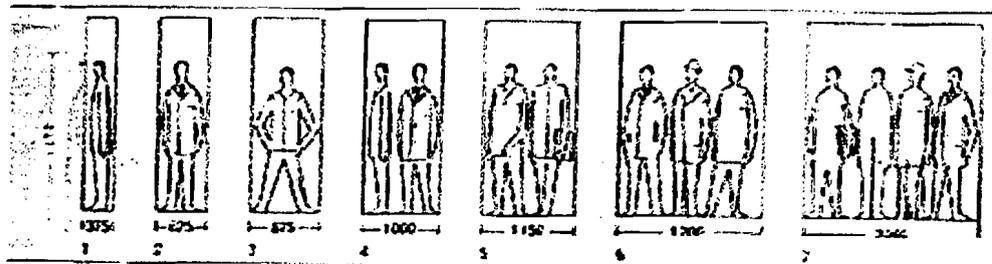
3.6.2. Standar Ruang Sirkulasi

Untuk aktifitas yang sama dengan kondisi yang berbeda, ruang sirkulasi yang dibutuhkan memiliki dimensi yang berbeda. Misalnya dimensi ruang

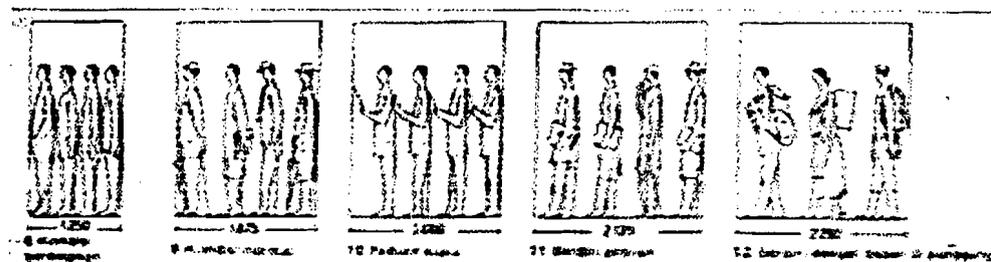
sirkulasi untuk ruang retail area tidaklah sama dengan dimensi ruang sirkulasi selasar mall. Hal ini disebabkan oleh volume pengguna sirkulasi, pola pergerakan yang terjadi dan factor – factor lain yang mempengaruhi.

3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Gerak

Pada buku “Data Arsitek” Neufert telah memberikan standar ukuran dan kebutuhan ruang gerak untuk sirkulasi . Ruang gerak yang dibutuhkan seseorang dalam aktifitas sirkulasi tidaklah sama.



Gambar 3.11. Kebutuhan Ruang Gerak Antara Dinding Batas
Sumber : Ernst Neufert, Archited Data

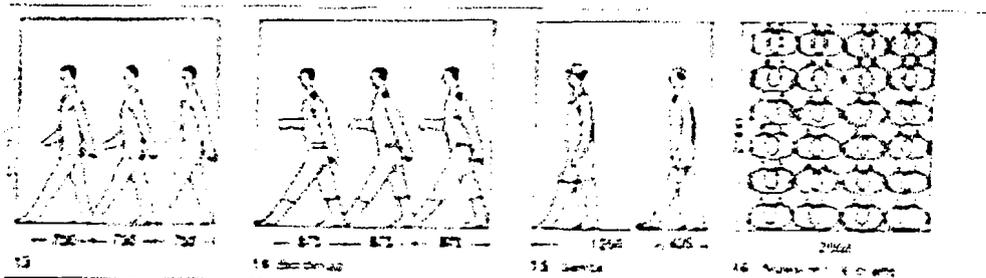


Gambar 3.12. Kebutuhan Ruang Gerak Dalam Sekelompok Orang
Sumber : Erust Neufert, Archited Data

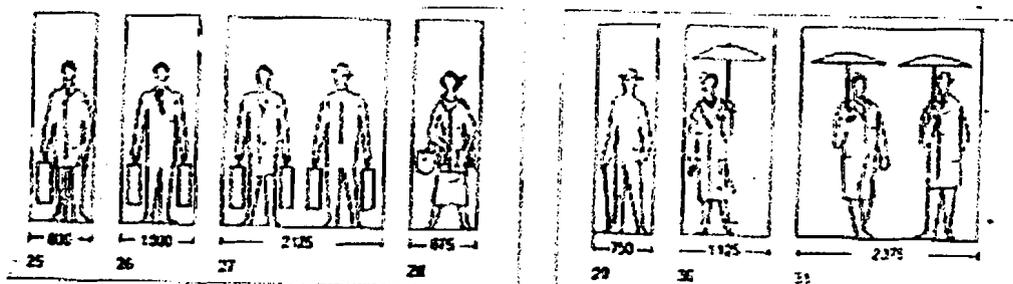
3.6.4. Dimensi Ruang Sirkulasi

Batas kondisi arus orang berjalan bebas kira – kira 3.3 orang / m. Pada kondisi yang lebih padat menyebabkan orang tidak dapat berjalan dengan kecepatan biasa atau tidak dapat mendahului oraang yang berjalan lambat. Kepadatan maksimal yang digunakan untuk merancang ruang sirkulasi biasanya adalah 1.4 orang / meternya. Dalam kondisi inipun orang masih

berjalan dibawah kecepatan alami dan kadang masih kurang nyaman untuk gerak yang pendek. Dengan koridor yang lebarnya lebih dari 1200 cm kapasitas arus orang akan proporsional terhadap lebar tersebut. Pada kondisi yang lebih sempit lagi, dua orang berpapasan tidak akan mendahului dengan mudah.



Gambar 3.13. Kebutuhan Ruang Gerak Manusia Sambil Melangkah
Sumber : Erust Neufert, Archited Data



Gambar 3.14. Kebutuhan Ruang Gerak Untuk Jinjangan
Sumber : Erust Neufert, Archited Data

3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall

Bangunan Mall Sebagai bangunan komersial merupakan bangunan yang memiliki banyak ruangan dengan intensitas pemakaian yang didasari oleh waktu – waktu tertentu yaitu menurut jadwal jam sibuk atau rush hour, hingga tingkat kepadatan dari waktu ke waktu tidaklah selalu sama. Pola sirkulasi biasanya memiliki konfigurasi alur gerak linier dengan mengikuti

pola pembentukan ruang – ruang pada area retail, seperti selasar yang berada disisi ruangan retail atau koridor yang diapit oleh ruangan retail tersebut. Jalan – jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama untuk satu deretan ruang – ruang. Sebagai tambahan jalan dapat melengkung, berbelok ataupun membentuk kisaran (loop).

Bentuk ruang sirkulasi untuk suatu bangunan akan sangat beragam walaupun memiliki fungsi yang sama. Bentuk sirkulasi tergantung pada :

- a. Adanya batasan jalur sirkulasinya.
- b. Bentuk sirkulasi berkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkannya.
- c. Kualitas skala, proporsi, pencahayaan dan pemandangan yang dipertegas.
- d. Bukaan – bukaan jalan masuk kedalamnya.
- e. Perannya terhadap perubahan ketinggian lantai dengan tangga dan tanjakan.

Kualitas skala / proporsi (lebar dan tinggi) suatu jalur sirkulasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang ditampungnya, dan tujuan pelebaran suatu jalur sirkulasi tidak saja untuk menampung lebih banyak lalu lintas tapi juga untuk menciptakan tempat – tempat pemberhentian, untuk beristirahat atau menikmati pemandangan. (Arsitektur bentuk, ruang dan susunannya – DK. Ching).

Kualitas sebuah jalur sirkulasi pada sebuah Shopping Mall sangat erat kaitannya dengan jumlah ruang yang dihubungkan dan volume pemakai

disetiap ruang – ruang tersebut. Jalur sirkulasi pada bangunan – bangunan Shopping Mall memiliki ciri – ciri khusus yaitu adanya papan – papan promosi, bangku – bangku tempat duduk – duduk, ataupun adanya kafe ditepi jalur sirkulasi, yang mana hal itu harus dijadikan suatu pertimbangan lain dalam hal menghitung luasan jalur sirkulasi, sehingga adanya hal – hal tersebut tidak mengurangi kapasitas jalur sirkulasi terhadap pengguna.

3.7. Pengertian Ruang Dalam

Ruang dalam disini dapat diartikan sebagai wadah kegiatan yang berada dibawah atap.

Definisi dari ruang dalam adalah suatu wadah yang dibatasi dengan bidang dasar (lantai), bidang vertical (dinding), dan bidang yang melingkupinya (atap), yang juga mempunyai bentuk, ukuran, warna, tekstur, serta kualitas lainnya yang mengungkapkan dan mewadahi suatu fungsi tertentu. (Edward T. White, *Ordering System : an introduction to architectural design*, 1973.

Prinsip – prinsip tata ruang dalam adalah :

- *Proporsi (perbandingan ukuran)*
- *Komposisi (susunan / aturan, susunan antar komponen ruang, susunan antar pelengkap hiasan, dan susunan antara unsure – unsure ruang dalam).*
- *Balance (keseimbangan)*
 - *Vertikal (hiasan, pelengkap ruang, dan lain - lain)*

- Horizontal (tata letak lay out serta perabot)
- Irama (keteraturan menunjukkan kemonotonan / statis, keteraturan dan irama menunjukkan kedinamisan / tidak monoton)
- Harmoni / keselarasan (ungkapan dengan bentuk, warna dan tekstur)
- Kontras (menghilangkan sifat yang monoton, ditunjukkan dengan bentuk, warna dan tekstur)

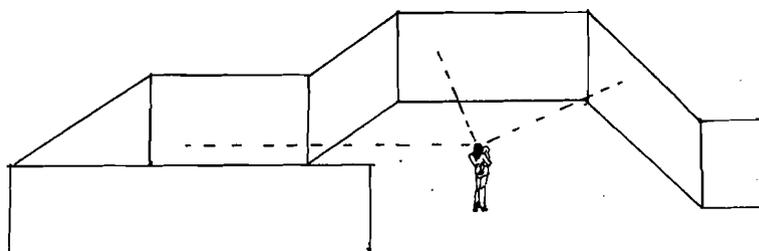
3.7.1. Sifat Ruang

Secara garis besar sifat ruang dibedakan atas

1. Ruang nyata

Yaitu ruang yang dapat diukur secara nyata dan bisa dirasakan keberadaannya karena bentukan dari beberapa bidang atau komponen tertentu. Ada dua ruang nyata yaitu ruang tertutup dan ruang terbuka. Ruang yang mempunyai hubungan langsung dengan bagian luar. (*Ibid*)

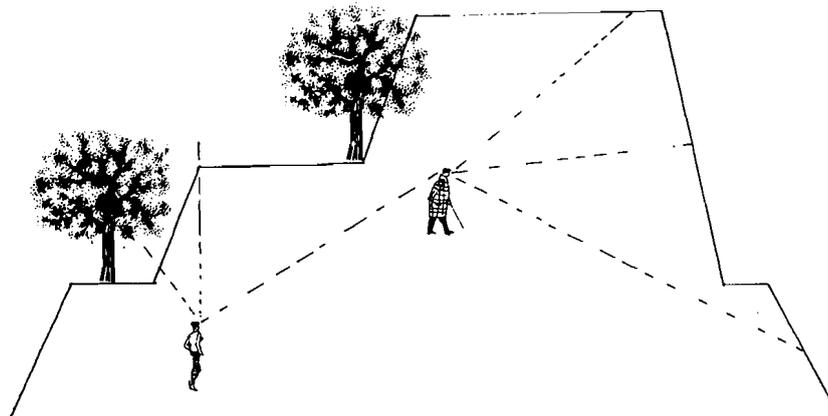
Bentuk ruang yang sederhana yang terdiri dari empat dinding, lantai dan langit – langit akan memberikan kesan kearah vertical atau horizontal, menyempit atau membebas luaskan. (*Fritz Wilkening, Tata Ruang, Kanisius, Jakarta*).



CONTOH RUANG NYATA

2. Ruang Abstrak

Yaitu ruang yang tidak ada batasnya dan tidak ada fakta yang nyata dan tidak mudah dipahami secara visual oleh setiap orang. Untuk dapat merasakan ruang abstrak, seseorang harus mempunyai kesadaran, kejelian dan pengalaman tentang ruang. (*J. Pramudji Suptandar, Desain Interior, 1999*)



CONEOH RUANG ABSTRAK

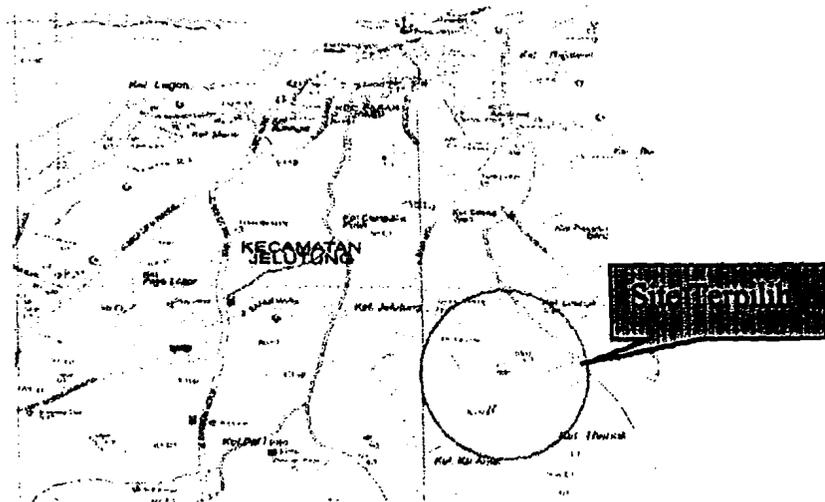
Kesan ruang dapat ditentukan dengan lubang jendela, yang bukan hanya berguna untuk jalan masuk sinar matahari atau untuk memandang keluar dari dalam ruangan, tetapi juga untuk memberikan perasaan terlindung secara aktif dengan mata, bukan hanya secara pasif oleh dinding – dinding ruang. (*Fritz Wilkening, Tata Ruang*)

BAB IV

ANALISA

4.1. ANALISA SITE

4.1.1. KONDISI SITE

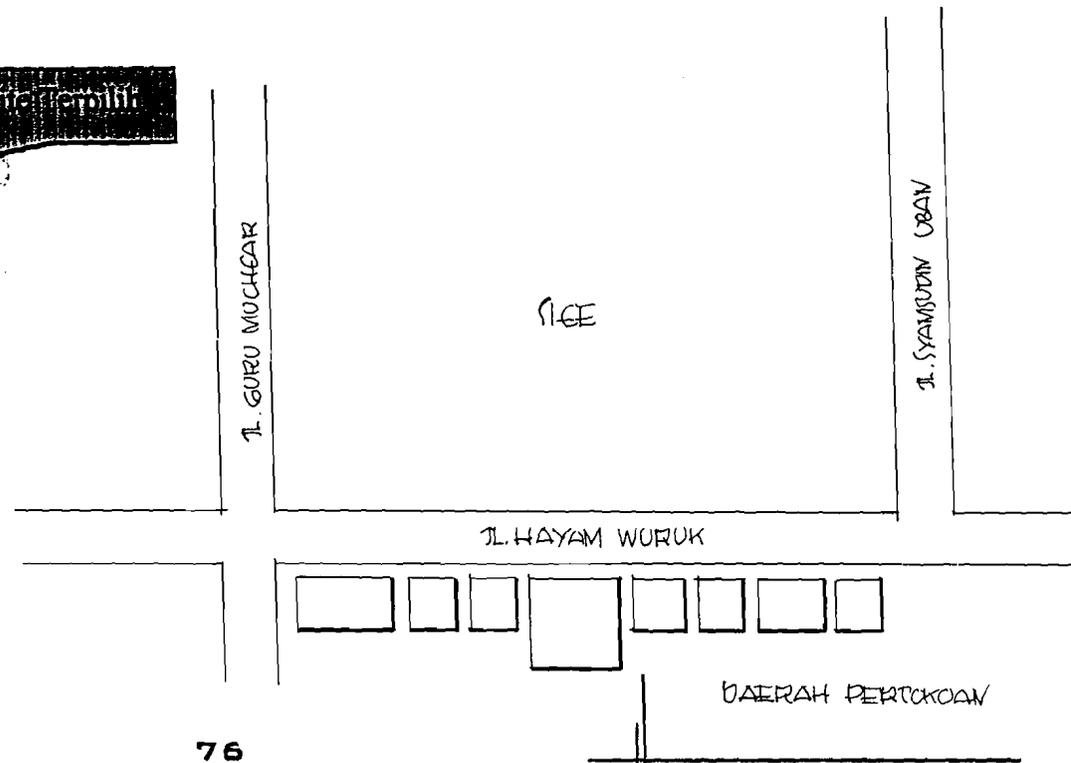


Keterangan Site

- Lokasi Site pada Jl. Hayam Wuruk
- Luas Site \pm 1.5 Ha
- KDB 60 - 80 %
- KLB 2 - 6

Batas Batas Site

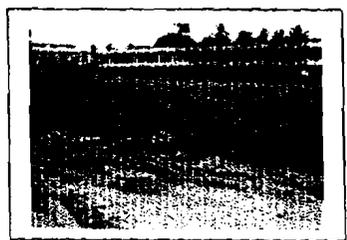
- Sebelah Utara : Jl. Guru Muchtar
- Sebelah Selatan : Jl. Syamsudin Uban
- Sebelah Barat : Daerah Pertokoan
- Sebelah Timur : Pemukiman Penduduk



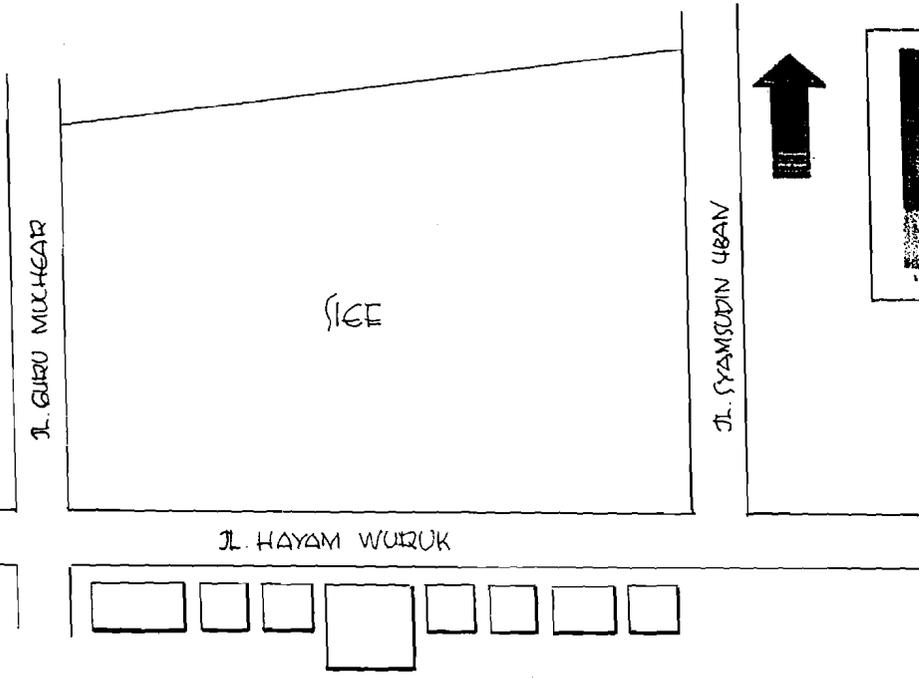


SEBELAH UTARA
SITE TERDAPAT
AREA AKADEMIK

SEBELAH TIMUR
SITE MERUPAKAN
PEMUKIMAN
PENDUDUK YANG
PADAT



PADA BAGIAN
BARAT TERDAPAT
BANGUNAN RUKO
BERLANTAI DUA

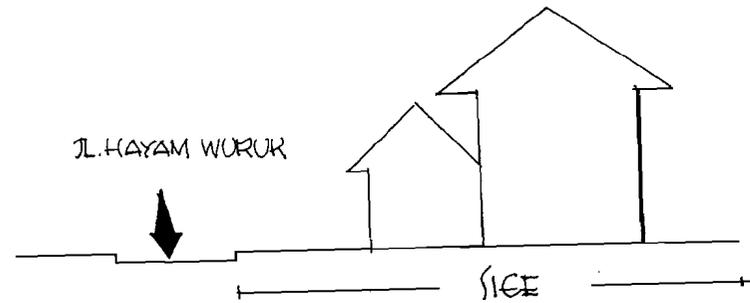


S C H E M A T I C D E S I G N

Shopping Mall Di Jambi

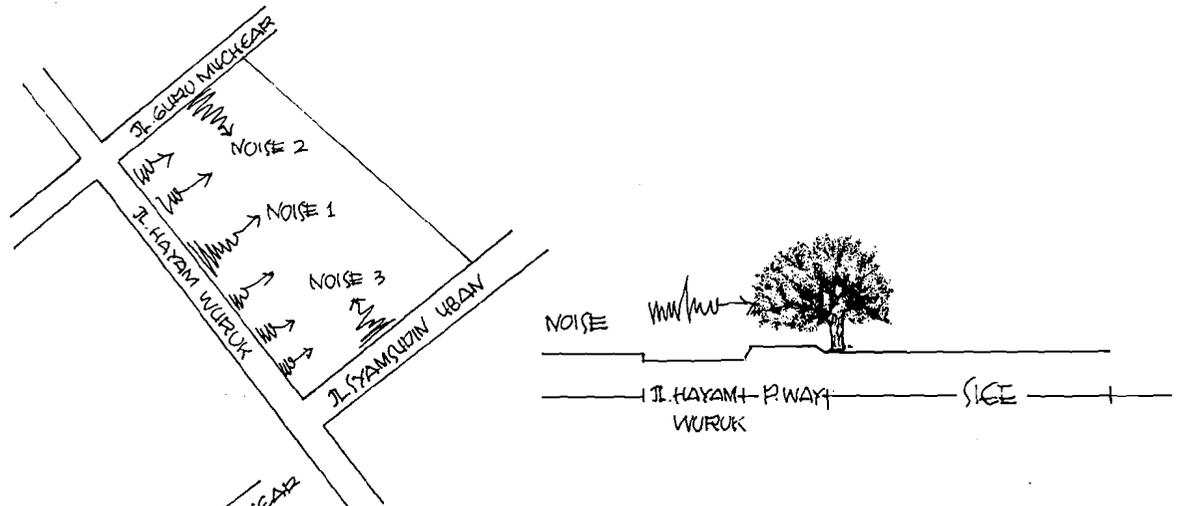
4.1.2 KONTUR

Relatif datar karena site dulunya bekas lapangan sepakbola



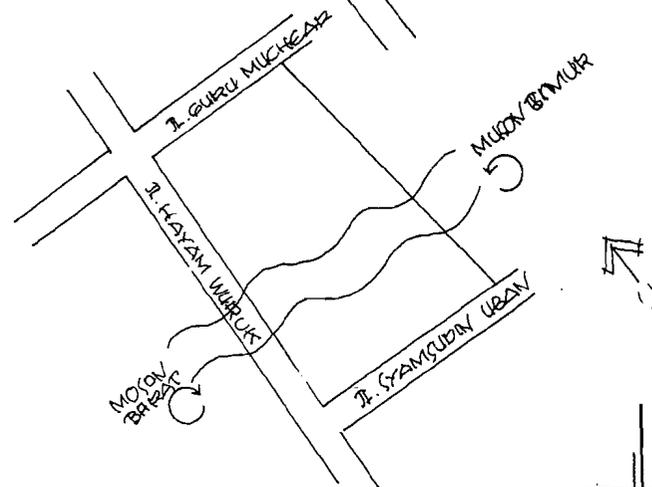
4.1.3. NOISE

Sumber Noise berasal dari kendaraan bermotor yang utama dari Jl. Hayam Wuruk



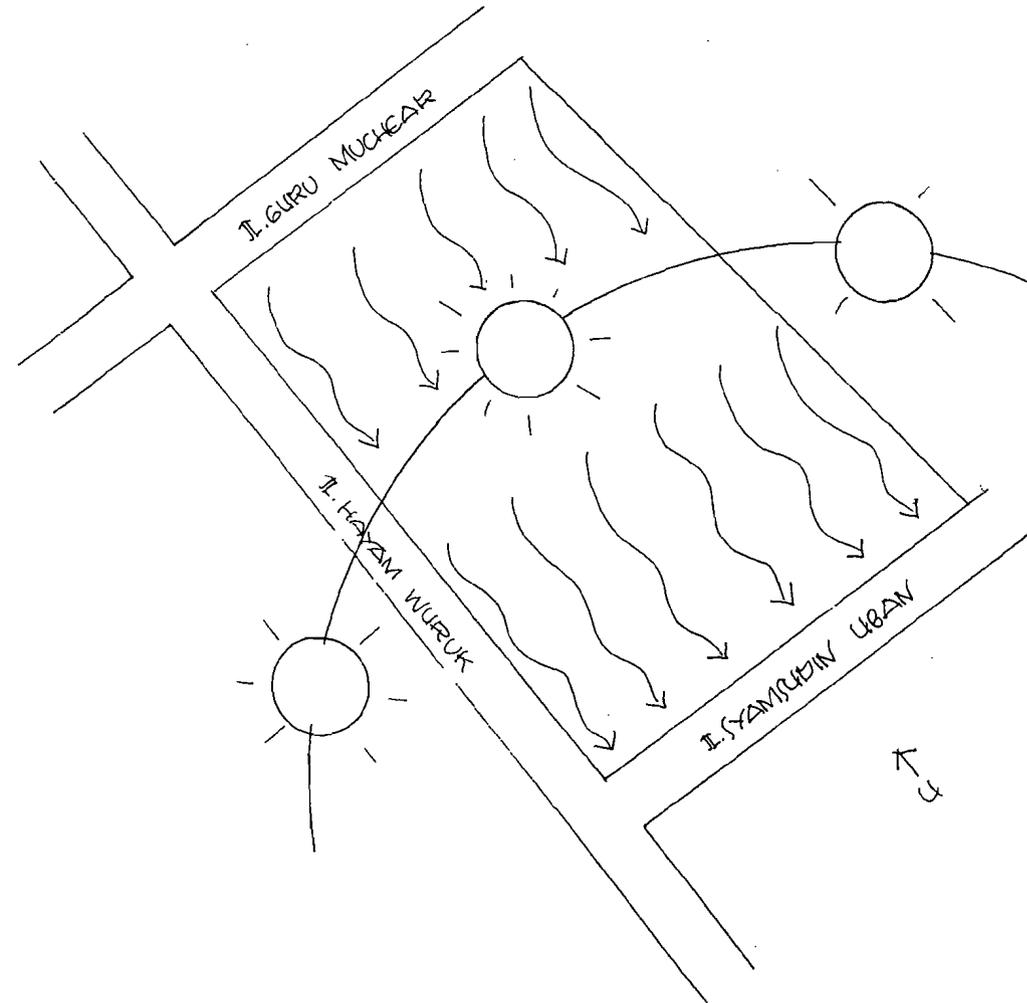
4.1.4. POLA PERGERAKAN ANGIN

Pola pergerakan angin dimulai dari arah timur menuju kearah barat



4.1.5. PEREDARAN MATAHARI

Pada bagian timur bangunan harus diberi Shading agar sinar matahari tidak akan memberikan efek kesilauan dan efek panas dalam ruang

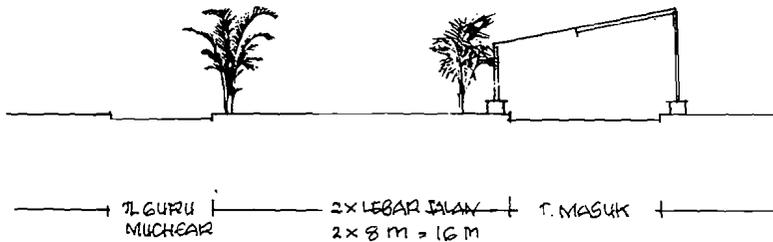
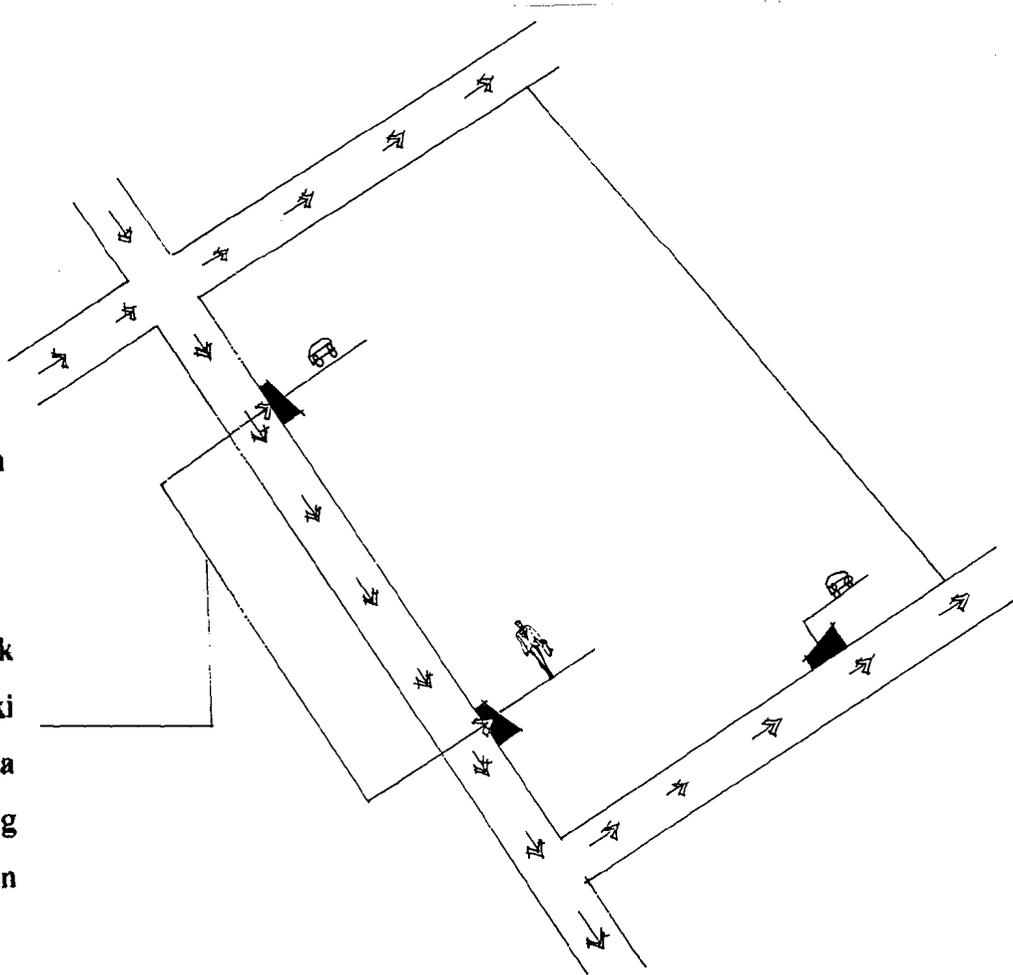


4.1.6. DRAINASE

Arah drainase air hujan menuju ke arah selatan yaitu Jl. Syamsudin Uban

- : Titik masuk pejalan kaki
- : Titik masuk kendaraan
- : Titik keluar kendaraan
- : Trotoar disepanjang site
- : Arah sirkulasi kendaraan

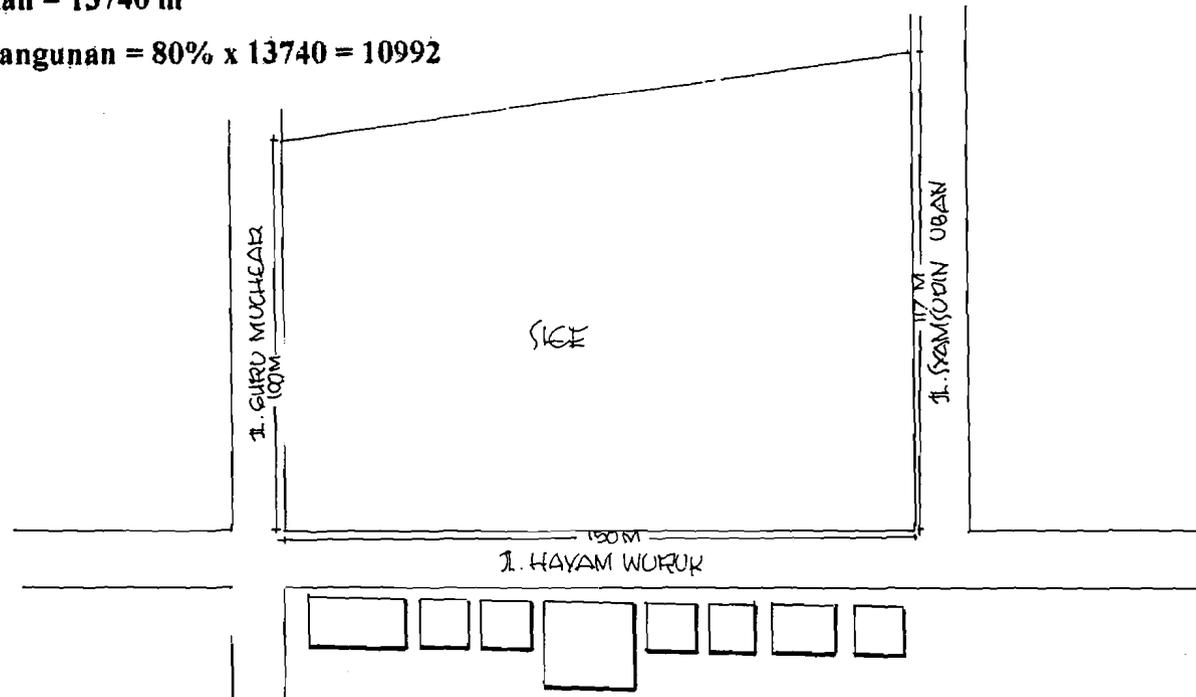
Pemisahan titik masuk kendaraan dan pejalan kaki pada sisi yang berbeda untuk menghindari crossing kendaraan dengan pejalan kaki



Penentuan titik masuk yang aman untuk menghindari crossing kendaraan, yaitu jarak titik masuk dengan persimpangan minimal 2 X lebar jalan

4.3. LUAS TAPAK

- Luas site $\pm 15.000 \text{ m}^2$
- Bc 80 % dari total luas site
- Sempadan jalan minimal $\frac{1}{2}$ dari lebar jalan
 $\frac{1}{2} \times 8 \text{ m} = 4 \text{ m}$
- Luas site setelah adanya pemotongan karena sempadan jalan = 13740 m^2
- Luas dasar bangunan = $80\% \times 13740 = 10992 \text{ m}^2$



4.4. CITRA KOMERSIAL

4.4.1. CLARITY

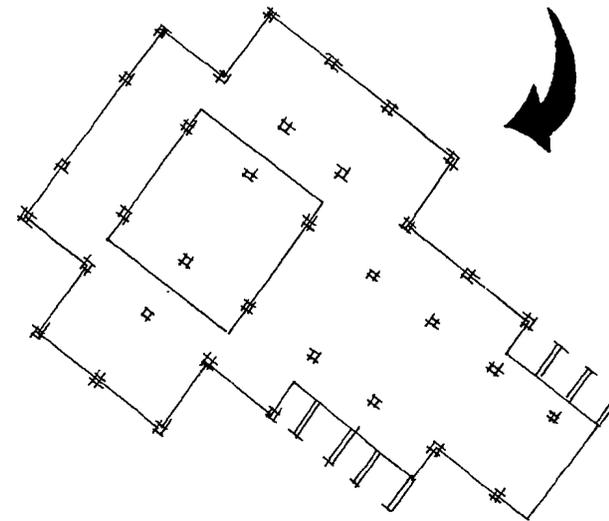
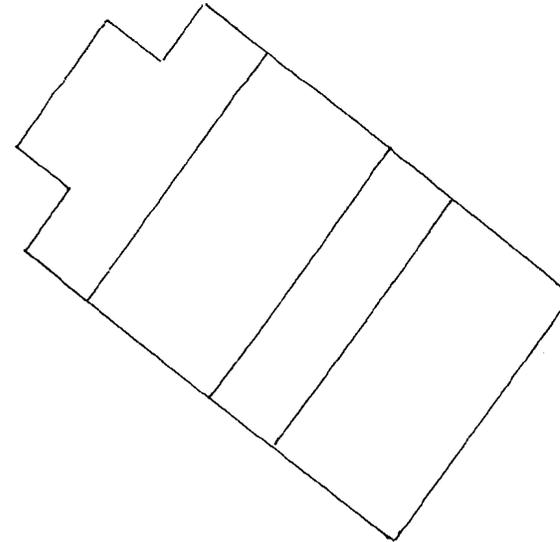
Yang diwujudkan dalam kejelasan

▪ Bentuk Massa

Bentuk massa bangunan terinspirasi dari bentuk massa bangunan lokal yang berbentuk segiempat dengan pengulangan – pengulangan bentuk yang tetap mengikuti pola grid dalam pengkomposisian massanya

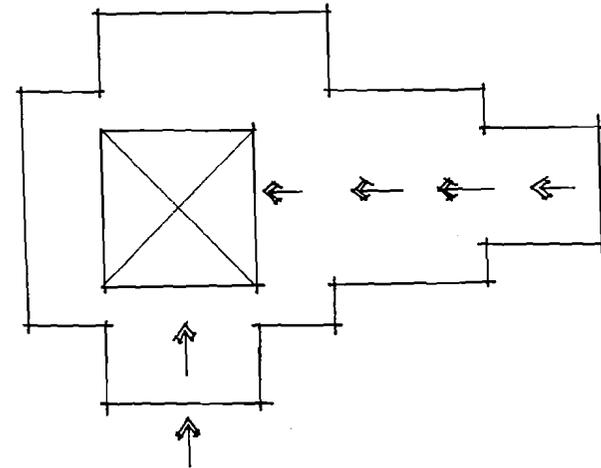
▪ Letak Kolom

Perletakan kolom – kolom pada massa mengikuti pola grid yang nantinya kolom – kolom tersebut akan diekspos untuk memunculkan kesan panggung yang sesuai dengan citra bangunan lokal

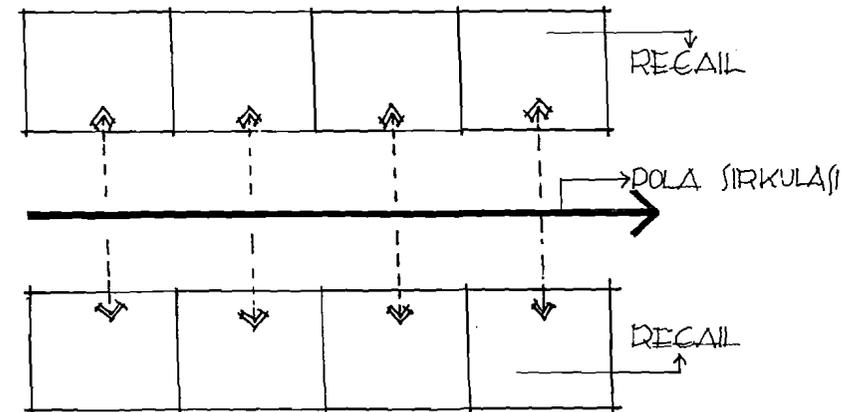


- Pola Sirkulasi
Kejelasan pola sirkulasi linier sebagai pengikat antar ruang dan antar massa.

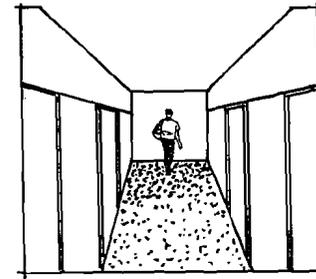
Pola sirkulasi linier merupakan transformasi dari bentuk pola sirkulasi yang ada pada bangunan lokal



Pola sirkulasi linier cenderung lebih efisien dalam penggunaan ruang dan waktu



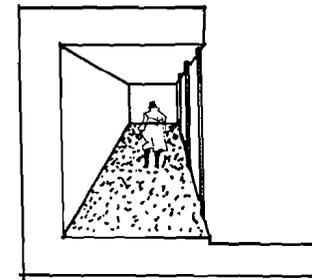
Ruang Sirkulasi berbentuk Tertutup
Membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang - ruang yang dihubungkan melalui pintu - pintu masuk pada bidang dinding.



GERLEGAK DI ANTARA RECAIL

Pola Sirkulasi Terbuka pada Salah Satu Sisi

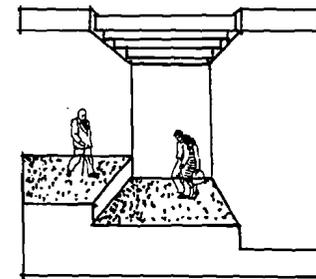
Untuk memberikan kontinuitas visual / ruang dengan ruang - ruang yang dihubungkan.



GERLEGAK PADA PELAJAR DEPAN

Pola Sirkulasi Terbuka Pada Kedua Sisinya

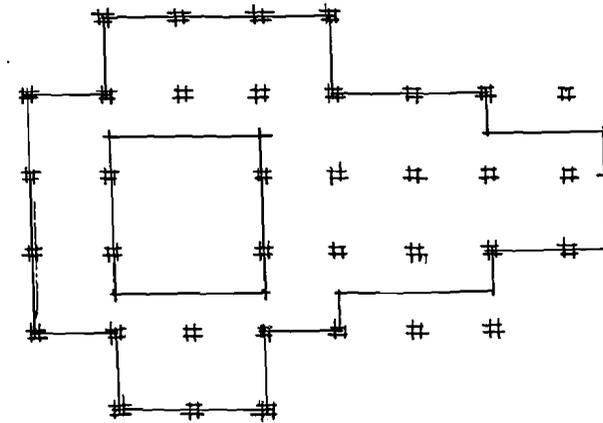
Menjadi perluasan fisik bagi ruang yang ditembusnya.



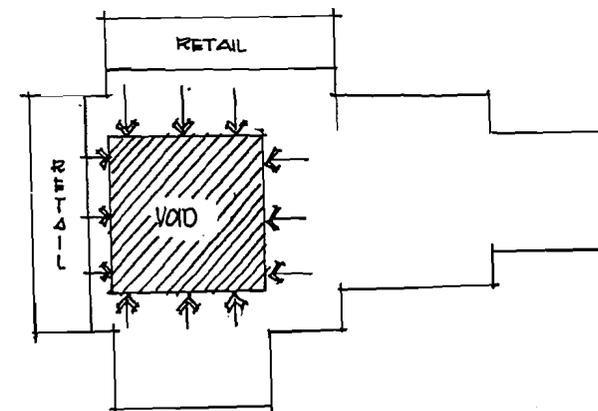
GERLEGAK PADA HALL

Kejelasan dari pola grid dapat menentukan keteraturan ruang. Organisasi ruang mengikuti pola organisasi grid.

Grid dibentuk untuk menentukan sebuah pola yang teratur yaitu bentuk massa bangunan tradisional mengikuti pola grid yang dikomposisikan berulang - ulang sehingga menciptakan pola ruang yang berubah menjadi satu set modul yang berulang - ulang.



Penggunaan void yang dapat berfungsi Sebagai keleluasaan gerak, dimana pengunjung akan merasa berada di ruang yang lapang sehingga mengakibatkan organisasi terpusat pada area ini. Penggunaan void Sebagai ruang pusat yang mengakibatkan munculnya ruang - ruang sekunder (retail) disekitarnya.



4.4.2. BOLDNESS

Yang diwujudkan dalam kemenonjolan

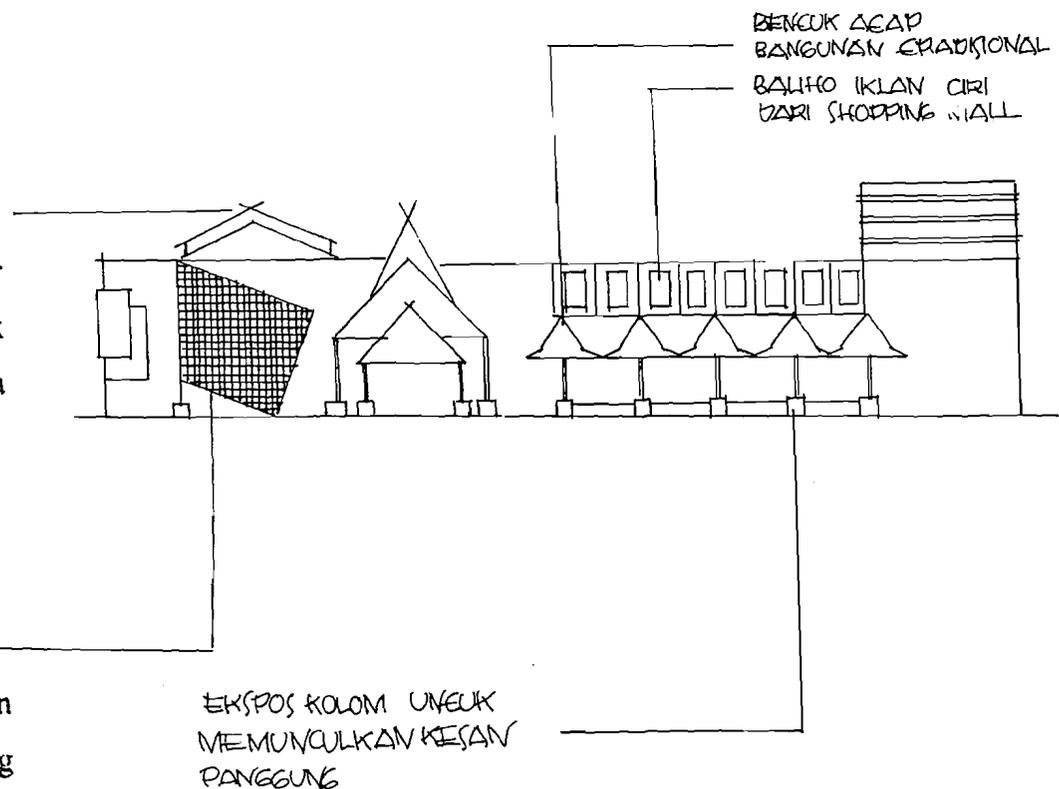
- Bentuk fasade

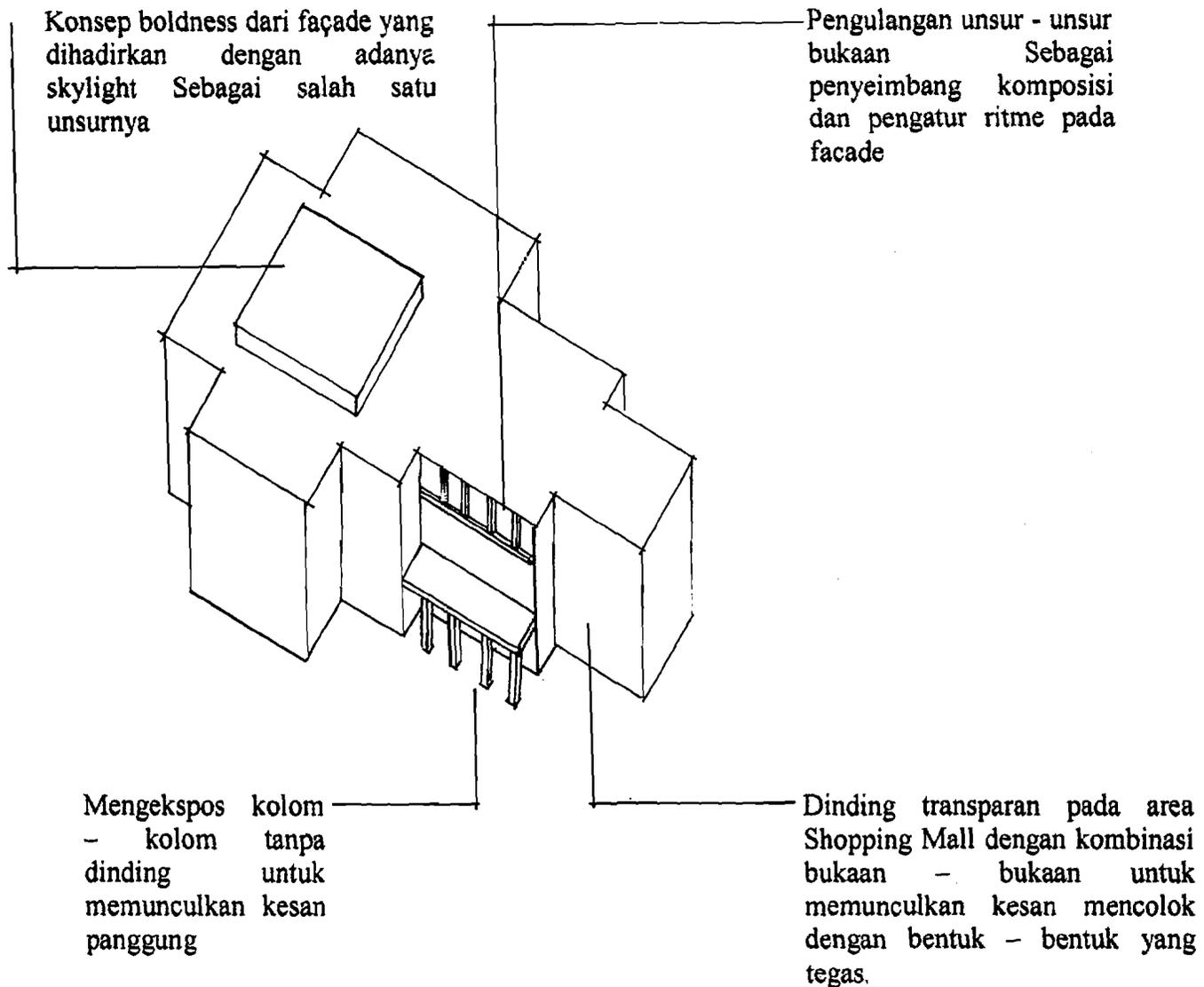
Bentuk fasade bangunan merupakan perpaduan antara bangunan modern dengan bangunan lokal

- Penggunaan skylight selain berfungsi untuk memasukkan cahaya luar kedalam ruangan juga berfungsi untuk menimbulkan kesan mencolok pada bangunan.

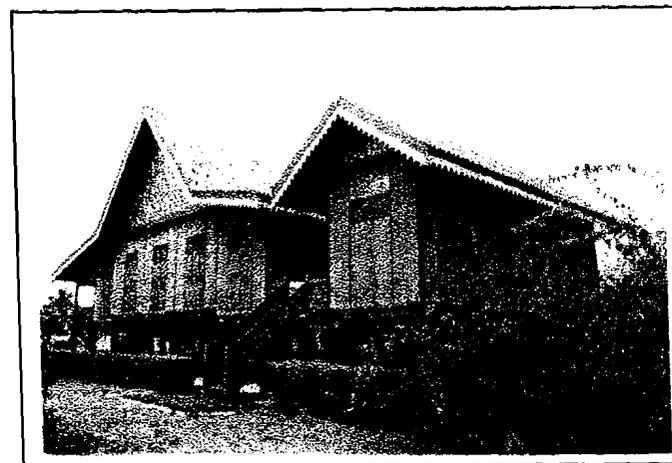
- Penggunaan Elemen Bangunan

Penggunaan elemen – elemen bangunan yang ada seperti dinding yang bertekstur, massif ataupun kaca sehingga berkesan mencolok.

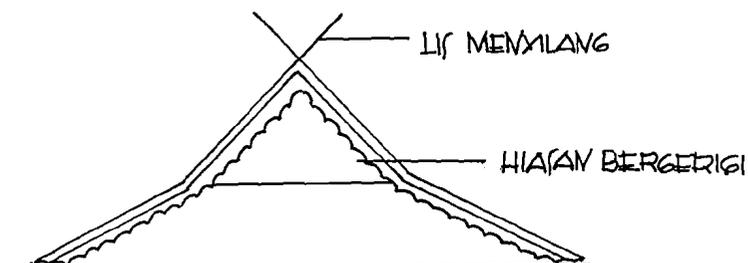




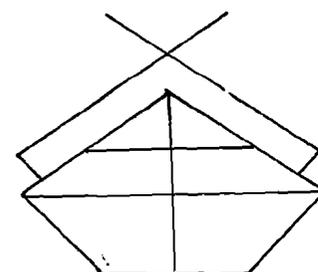
- **Bentuk Atap**
Bentuk atap bangunan menggunakan bentuk atap bangunan lokal yang berbentuk limasan dengan ciri khas lis menyilang.



Pada bagian lis atap biasanya dibuat hiasan bergerigi menyerupai ombak yang berpilin, Sebagai lambang dari kehidupan nelayan di laut. biasanya hiasan ini berwarna emas pada



Bentuk atap ini mengalami perubahan agar terlihat adanya kombinasi antara gaya arsitektur bangunan lokal dengan arsitektur modern.



ATAP KOMBINASI

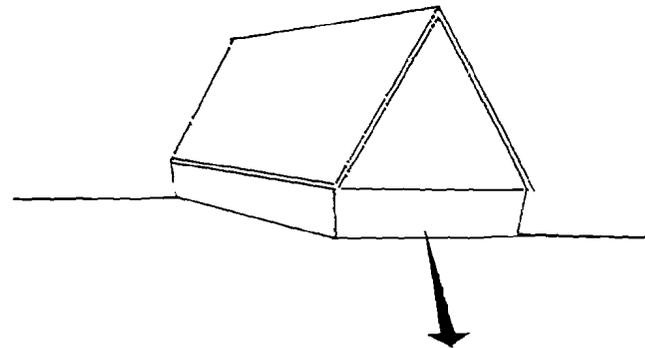
4.4.3. INTIMACY

Yang diwujudkan dalam keakraban

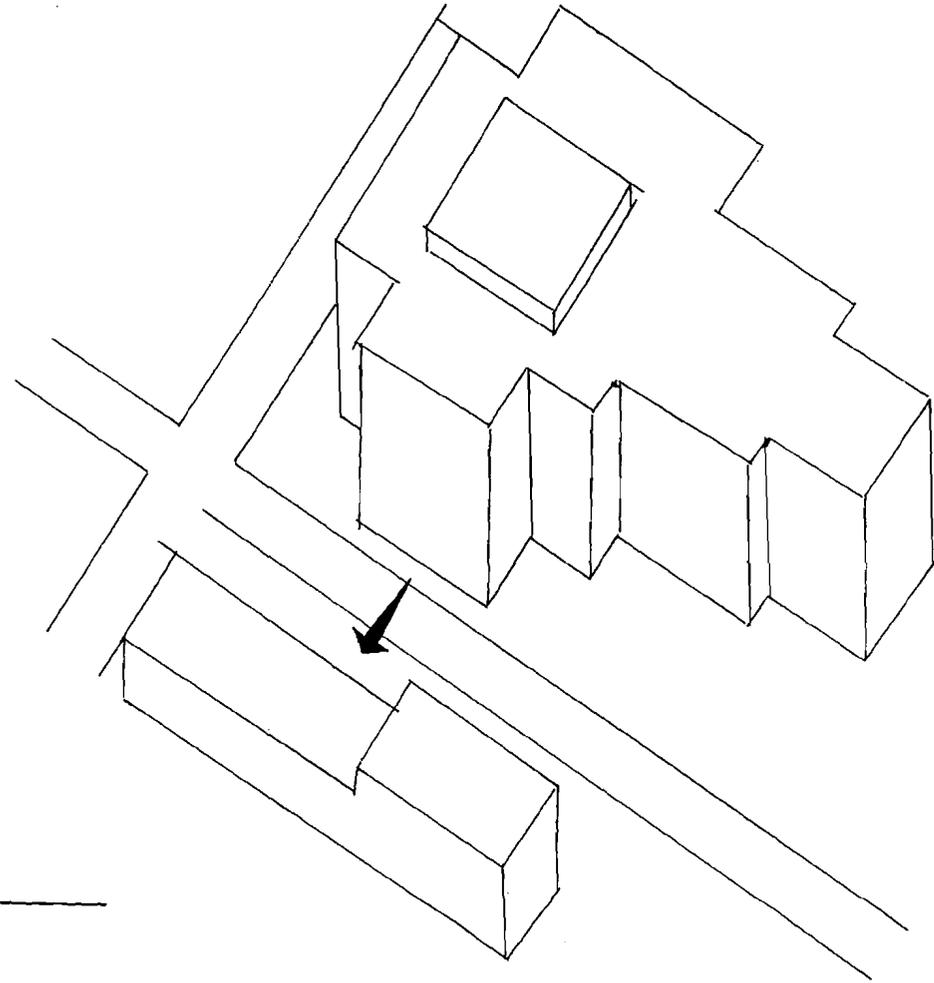
▪ Tata Ruang Luar

- Perencanaan Tapak

Entrance masuk kedalam site bangunan diarahkan kearah area pertokoan, dengan pemaknaan filosofi bahwa orientasi masyarakat jambi adalah kearah laut / sungai yang menjadi pusat mata pencaharian. maka dalam esensi bangunan Shopping Mall ini yang dianggap Sebagai pusat dari mata pencaharian adalah area perbelanjaan.



ORIENTASI SUNGAI



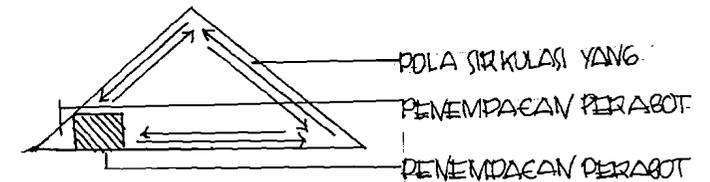
4.4.4. EFFICIENCY

Yang diwujudkan dalam keoptimalan

- Penentuan Bentuk Ruang

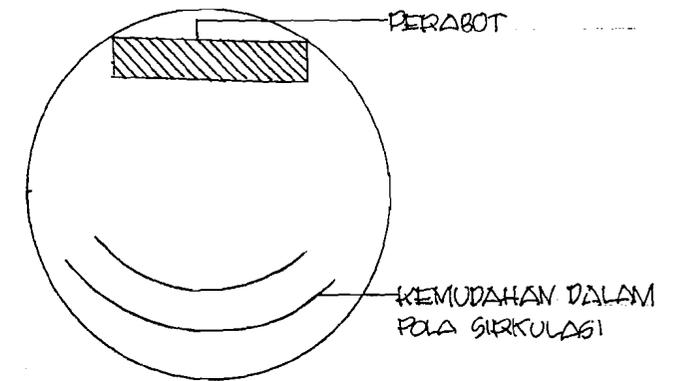
- a. Segitiga

Segitiga menunjukkan adanya kestabilan bentuk. Pengambilan bentuk segitiga Sebagai dasar ruang, akan mengakibatkan banyak ruang yang terbuang percuma dalam penataan ruangnya, dan terlihat adanya kekakuan dalam pola sirkulasi kegiatannya.



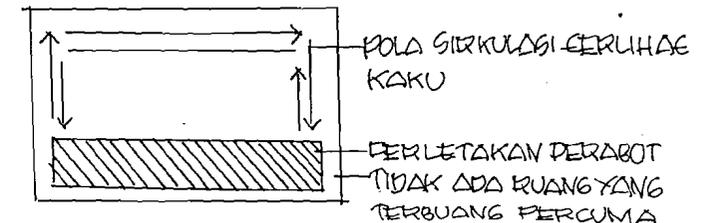
- b. Lingkaran

Lingkaran merupakan bentuk yang mempunyai pusat, berarah kedalam dan pada umumnya bersifat stabil. Pengambilan bentuk dasar lingkaran Sebagai dasar ruang maka akan banyak ruang yang terbuang secara percuma. Akan tetapi pola sirkulasi akan lebih efisien karena tidak adanya sudut – sudut yang terbuang.



- c. Segiempat

Segiempat merupakan bentuk yang netral, terarah dan statis. Pengambilan bentuk segiempat Sebagai bentuk dasar ruang akan menjadi efisien dalam penataan perabotnya. Dalam penentuan sistem struktur dan pola sirkulasinya juga lebih mudah dan bisa diterima.



4.5. KESIMPULAN

No	Kelompok Ruang	Kapasitas Org / Brg	Besaran Rg (m ²)	Jumlah Ruang	Total Besaran Rg (m ²)	Kategori Ruang			Persyaratan Ruang					
						R. Utama	R. Penunjang	R. Servis	Penghawaan	Pencahaya-an	Kemudahan Aksesibilitas		S. Pamadam Kebakaran	
											Horizontal	Vertikal	Springkler	Hydrant
1.	R. Retail	15	96	37	3552	•			•	•		•		
		20	128	14	1792									
		10	64	23	1472									
		8	48	2	96									
		5	32	31	992									7814
2.	R. Department Store	200	3200	3	9600	•			•	•		•		
3.	R. Supermarket	200	2944	1	2944	•			•	•		•		
4.	Hall	100	64	3	192	•			•	•			•	
5.	Atrium	50	640	1	640	•			•	•		•		
6.	Restorant / Food Court - R. Duduk - R. Servis	92	216	1	216				•	•		•		
		15	72	1	72									
					288									
7.	Arena Bermain - R. Mesin Mainan - R. Permainan anak	200	2	1	400				•	•		•		
			4	1	120									
		30			520									
8.	Cafeteria - R. Café - R. Servis	56	180	1	180				•	•		•		
		15	72	1	72									
					252									
9.	R. Security & Informasi	8	1,6	2	32				•	•		•		
10.	Lavatory - Lav. Pa - Lav. Pi	5	3	32	64				•	•		•		
		5	3	32	64									
14.	R. Loading Dock	1	12,5	5	75				•	•		•		
15.	R. Parkir - Motor - Mobil	1	1,5	463	694,5	•			•	•			•	
		1	12,5	293	3662,5									

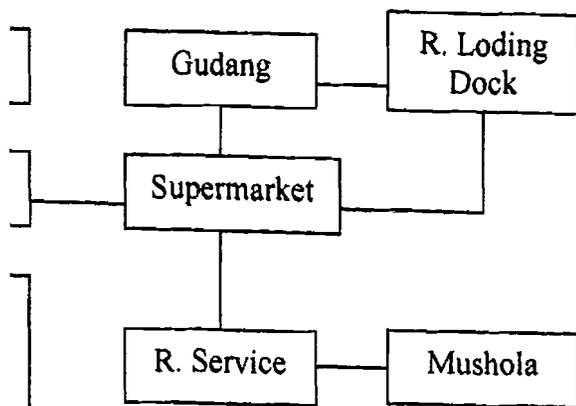
4.5. KESIMPULAN

No	Kelompok Ruang	Kapasitas Org / Brg	Besaran Rg (m ²)	Jumlah Ruang	Total Besaran Rg (m ²)	Kategori Ruang			Persyaratan Ruang					
						R. Utama	R. Penunjang	R. Servis	Penghawaan	Pencahayaannya	Kemudahan Aksesibilitas		S. Pamadam Kebakaran	
											Horizontal	Vertikal	Springkler	Hydrant
1.	R. Retail	15	96	37	3552	•			•	•		•	•	
		20	128	14	1792									
		10	64	23	1472									
		8	48	2	96									
		5	32	31	992									
					7814									
2.	R. Department Store	200	3200	3	9600	•			•	•		•	•	
3.	R. Supermarket	200	2944	1	2944	•			•	•		•	•	
4.	Hall	100	64	3	192	•			•	•	•			•
5.	Atrium	50	640	1	640	•			•	•		•	•	
6.	Restoran / Food Court				216				•	•		•	•	
	- R. Duduk	92	216	1	72				•	•		•	•	
	- R. Servis	15	72	1	288									
7.	Arena Bermain		2	1	400									
	- R. Mesin Mainan	200	4	1	120		•		•	•		•	•	
	- R. Permainan anak	30			520									
8.	Cafeteria		180	1	180				•	•		•	•	
	- R. Café	56	72	1	72				•	•		•	•	
	- R. Servis	15			252									
9.	R. Security & Informasi	8	1,6	2	32				•	•	•		•	
10.	Lavatory				64									
	- Lav. Pa	5	3	32	64				•	•		•	•	
	- Lav. Pi	5	3	32	64									
14.	R. Loading Dock	1	12,5	6	75				•	•		•	•	
15.	R. Parkir				694,5	•				•				•
	- Motor	1	1,5	463	3662,5									
	- Mobil	1	12,5	293										

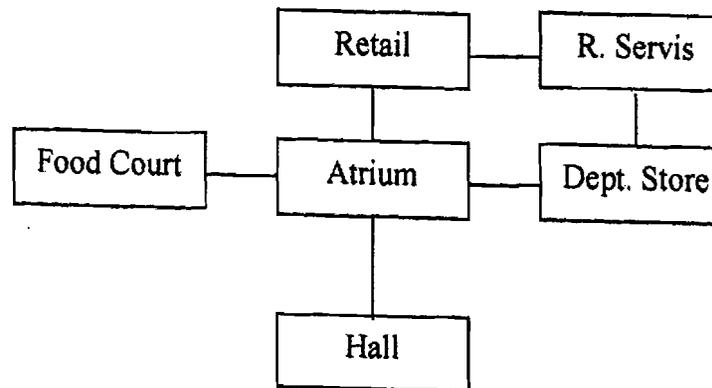
No	Kelompok Ruang	Kapasitas Org / Brg	Besaran Rg (m2)	Jumlah ruang	Total Besaran Rg (m2)	Kategori Ruang			Persyaratan Ruang					
						R. Utama	R. Penunjang	R. Servis	Penghawaan	Pencahayaann	Aksesibilitas		S. Pamadam Kebakaran	
											Horizontal	Vertikal	Springkler	Hydrant
16.	R. Pengelola													
	- R. Direksi / Wakil	4	24	2	48									
	- R. Manajer	8	30	1	30									
	- R. Staff	8	30	1	30									
	- R. Rapat	15	48	1	48			
	- R. Tamu	4	16	1	16									
	- Musholla	10	16	1	16									
- R. Ganti / Lokers	140	96	1	96										
17.	R. MEE													
	- R. Genset	5	96	1	96									
	- R. Pompa	3	64	1	64									
	- R. AHU	2	16	5	80									
	- R. Shaft	1	0,6	36	21,6									
	R. Staff Kebersihan	20	64	1	64			.				.		
	Gudang	120	740	1	740									
	R. MEE	2	16	1	16									
	R. Blower	2	16	1	16									
	R. S. Sampah	1	4	5	20									

4.6 ORGANISASI RUANG PERLANTAI

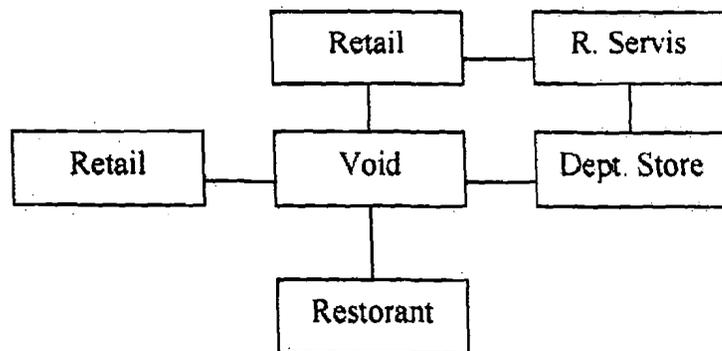
- **Organisasi Ruang Lantai Basement**



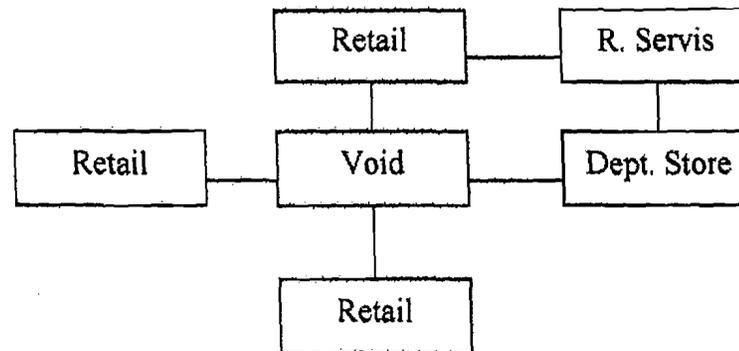
- **Organisasi Ruang Lantai Dasar**



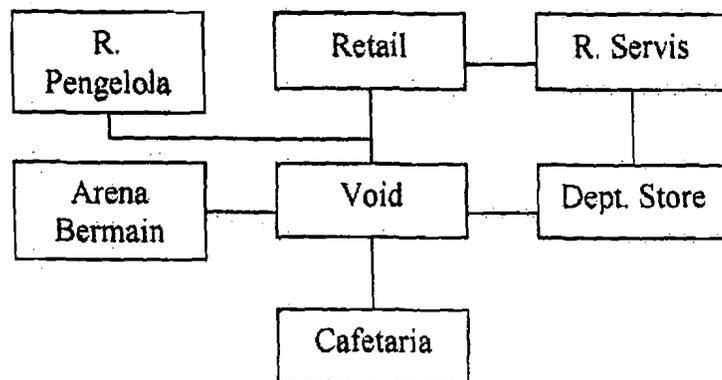
• **Organisasi Ruang Lantai 1**



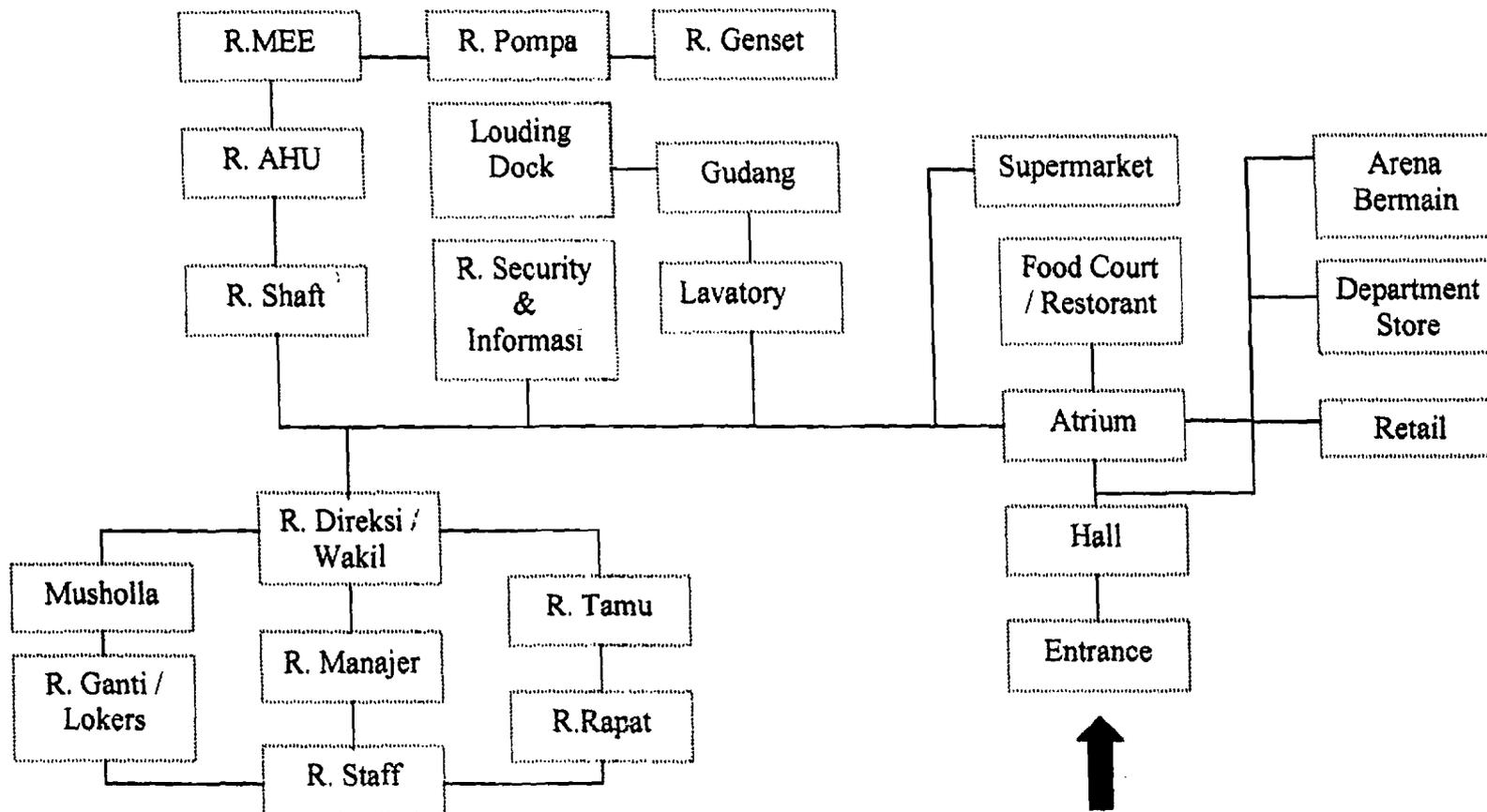
• **Organisasi Ruang Lantai 2**



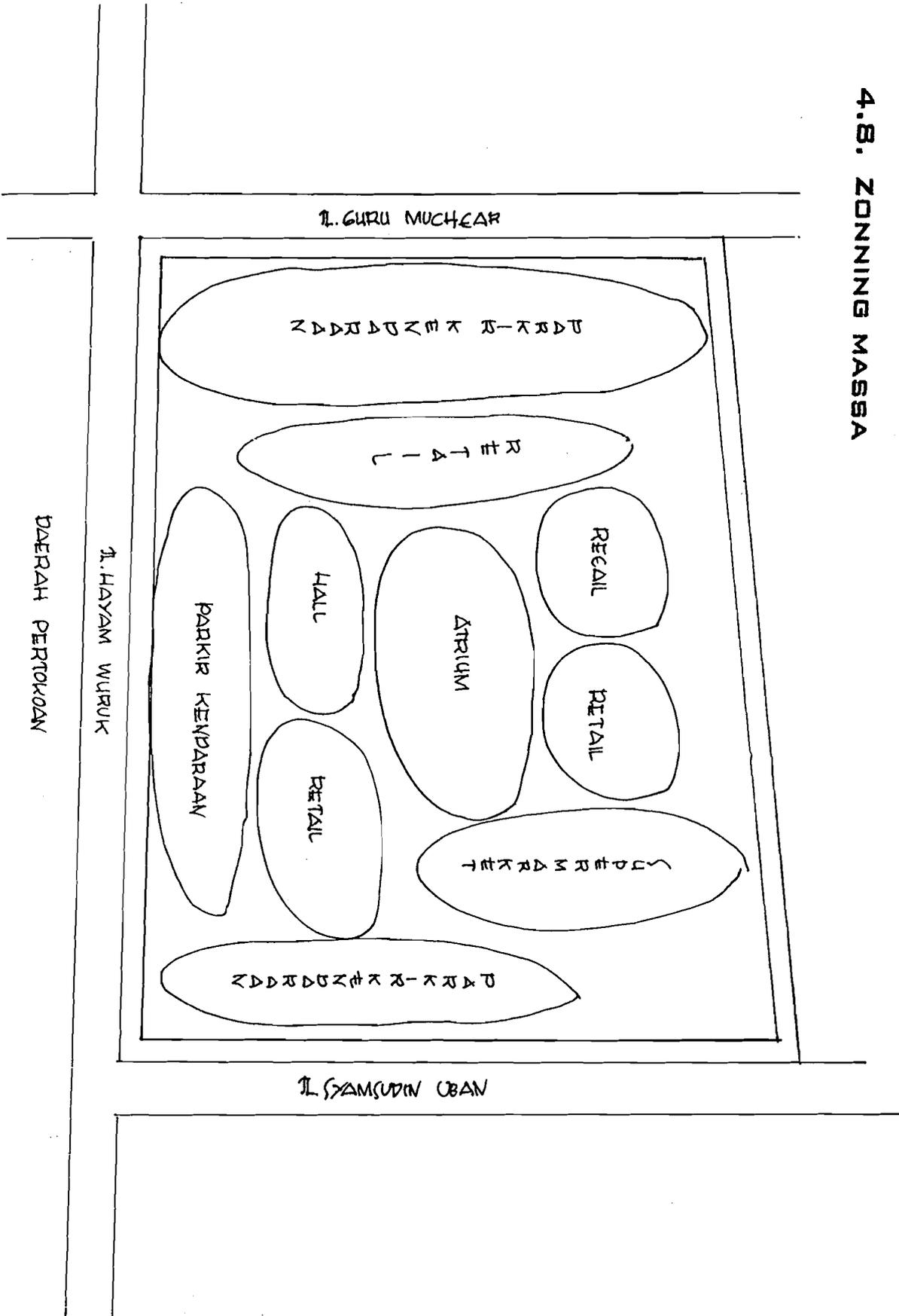
• **rganisasi Ruang Lantai 3**



4.7. ORGANISASI RUANG SHOPPING MALL



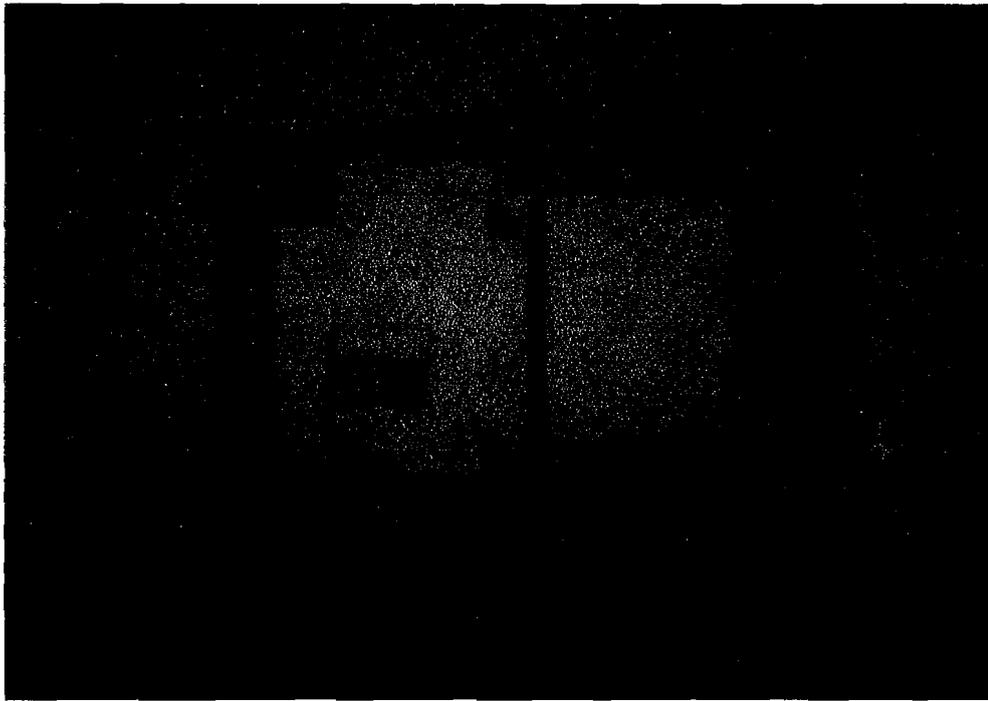
4.8. ZONNING MASSA



BAB V

HASIL RANCANGAN

5.1. Situasi



Gambar 5.1. Situasi

Letak dari site ini memungkinkan untuk dibangunnya pusat perbelanjaan, karena selain berada di daerah pusat perdagangan (bussines centre) di kota Jambi. Selain itu bentukan karakter dari site itu sendiri secara tidak langsung mempengaruhi gubahan massa yang terbangun di atasnya, dimana bentukan dari gubahan massa yang ada menyesuaikan dengan kondisi site yang ada. Pola organisasi terpusat ini mempunyai sifat dapat menciptakan konfigurasi ruang yang geometris teratur sehingga penataan ruang – ruangnya dapat menjadi lebih mudah untuk diakses oleh

pengunjung sehingga dapat mendukung konsep komersialitas ruang dan sirkulasinya.

Pola gubahan massa itu sendiri menggunakan pola organisasi terpusat, dimana ruang – ruang berkelompok mengelilingi sebuah ruang pusat. Pola bentukan kotak yang menjadi pusat dari ruangan merupakan gubahan dari bentuk massa bangunan lokal yang berbentuk segi empat dengan pengulangan pengulangan bentuk yang tetap mengikuti pola grid dalam pengkomposisian massanya.

5.2. Site Plan



Gambar 5.2. Site Plan

Luas Site : 15000 m²

Rencana awal site yang terbangun : 10992 m²

Luas Site yang terbangun : 8640 m² atau berkurang 2352 m²

Perincian penggunaan dari seluruh luasan site itu sendiri sebagai berikut :

1. Bangunan Jantai 1 seluas 15000 m².

2. Tempat parkir mobil dengan kapasitas sebanyak 293 buah mobil dengan area yang diwadahi sebesar 3662.5 m²
3. Tempat parkir kendaraan bermotor seluas 694.5 m² yang dapat menampung kendaraan bermotor sebanyak 463 buah.
4. Pos satpam ada dua dengan besaran masing – masing 4 m².

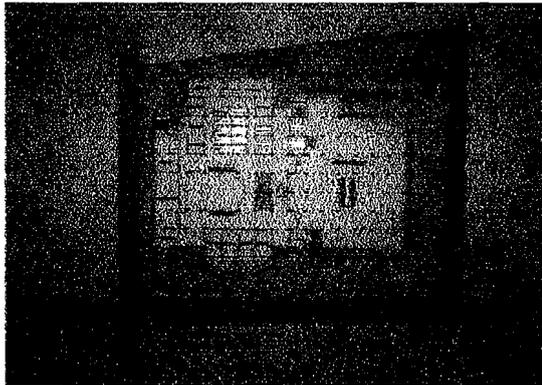
Disini dapat dilihat komposisi dari gubahan yang berbentuk segiempat dengan pengulangan – pengulangan yang ditambah dan dikurangi sehingga membentuk sebuah massa tunggal dengan pola gubahan massa terpusat. Akses pencapaian kedalam bangunan itu sendiri dapat dicapai melalui 3 entrance yang terdapat pada sisi bangunan. Sehingga memudahkan pengunjung untuk mencapai bangunan dari lokasi parkir kendaraan terdekat.



- Pohon sebagai peneduh
- Pohon sebagai pengarah
- Pohon sebagai penghias

Vegetasi hanya berupa vegetasi peneduh, pengarah, dan sebagian kecil ada yang berfungsi sebagai penghias. Tapak yang tidak tertutup bangunan dimanfaatkan sebagai tempat parkir kendaraan baik itu yang beroda dua maupun yang beroda empat. Hampir tidak adanya open space disebabkan oleh fungsi dari bangunan itu sendiri yang berfungsi sebagai sarana

komersial. Dimana penggunaan site semaksimal mungkin dimanfaatkan untuk kepentingan komersial yang tentunya juga tidak terlepas dari konsep yang telah ada.

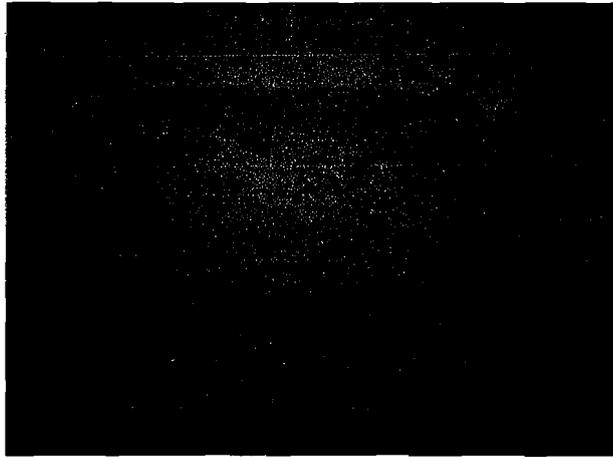


Pola sirkulasi didalam site itu sendiri membentuk pola sirkulasi yang berputar mengelilingi bangunan, sehingga pengunjung dapat melihat semua sisi

3.3. Denah

Denah merupakan bagian penting dalam bangunan. Dimana ruang – ruang diatur sedemikian rupa agar dapat digunakan dengan nyaman serta layak untuk ditempati dan dipakai. Didalam perencanaan bangunan Shopping Mall ini perencanaan dan pengorganisasian ruang dirancang agar sesuai dengan kebutuhan dan fungsinya yaitu sebagai pusat perbelanjaan. Kebutuha akan fungsi itu juga tidak terlepas dari konsep yang telah ada yaitu bagaiman mewujudkan konsep pola tata ruang yang sesuai dengan prinsip – prinsip komersial. Sehingga pengunjung dapat merasa nyaman serta tertarik untuk mengunjungi ataupun tertarik untuk berbelanja didalam Shopping Mall ini. Salah satu cara untuk dapat mewujudkan pola tata ruang bangunan yang sesuai dengan konsep yang ada yaitu dengan jalan mengembangkan rancangan dengan pendekatan – pendekatan unsure – unsure komersial seperti clarity, boldness, intimacy, dan efficiency.

- **Denah Lantai Basement**



lantai basement ini hampir seluruh areanya difungsikan sebagai tempat parkir mobil. Selain itu didalam lantai ini juga terdapat ruang – ruang

yang berfungsi sebagai system utilitas didalam bangunan seperti ruang AHU, ruang blower, ruang genset, ruang MEE, ruang ground water tank (gwt), gardu PLN, ruang trafo, shaft, lavatory dan gudang. Area loading dock / bongkar muat barang juga ditempatkan dalam basement ini atas pertimbangan kedekatan dengan fungsi penunjangnya seperti gudang dan lift barang.

- **Denah Lantai dasar / satu**

Denah lantai dasar ini terdiri dari ruang – ruang :

- Hall yang berfungsi sebagai space penerima dengan pola lantai yang memiliki kesan komersial.



Escalator naik sebagai pengarah sirkulasi pengunjung

Pola lantai yang dapat mendukung nilai komersialitas

Hall sebagai space penerima

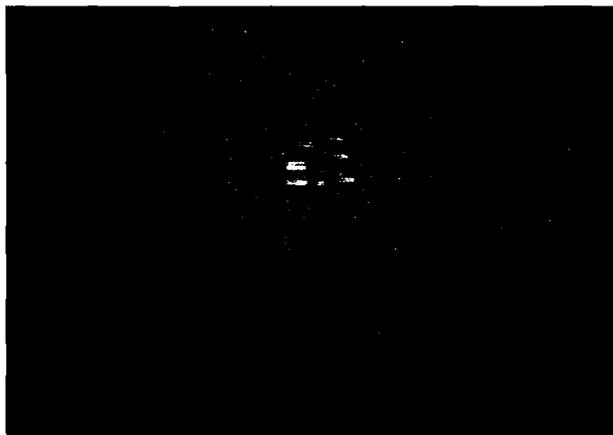
- Atrium yang berfungsi sebagai ruang terbuka didalam ruangan yang dapat digunakan untuk kegiatan – kegiatan pameran ataupun showroom.
- Supermarket, retail – retail serta food court.
- **Denah Lantai Dua & Tiga**



Denah lantai dua & tiga tipikal yang terdiri dari retail kecil maupun besar dan juga department store sebagai anchor tenannya. Disini terlihat

adanya void – void sebagai view didalam bangunan serta adanya rotunda sebagai tempat duduk / tempat istirahat yang mengelilingi elevator (lift).

- **Denah Lantai Empat**



Kedekatan ruang antar arena bermain dan food court memudahkan orang tua untuk mengawasi anak – anaknya.

Rotunda yang terdapat pada setiap lantainya.

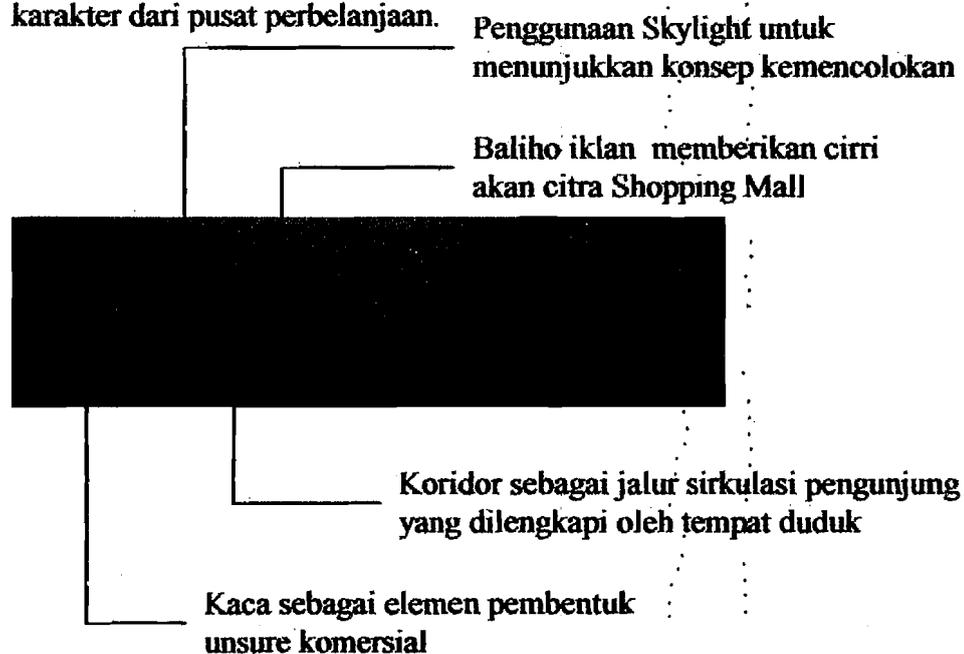
Denah lantai empat terdiri dari retail – retail, kantor pengelola, food court, arena bermain dan department store. Rotunda sebagai tempat duduk /

istirahat masih ada pada lantai teratas ini. Lift sebagai sarana transportasi vertikal menerus dari lantai basement hingga lantai empat.

Ruang food court sengaja didekatkan untuk memudahkan orang tua dalam mengawasi anak – anaknya yang sedang bermain, serta dapat pula berfungsi sebagai tempat istirahat dan melepas lelah setelah lelah bermain di arena bermain.

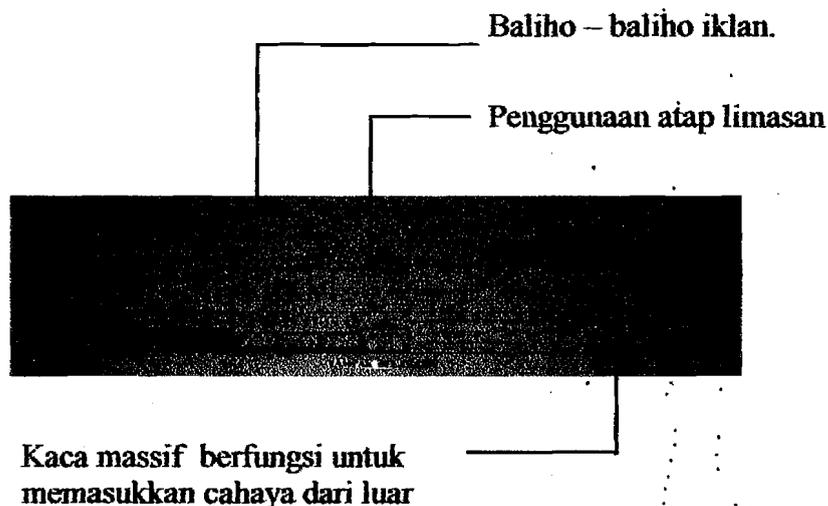
3.4. Tampak

Tampak merupakan unsur yang sangat penting dalam dunia arsitektur. Dari tampak tercermin fungsi dan citra kegiatan yang diwadahnya. Didalam bangunan Shopping Mall ini tampak diwujudkan dalam konsep yang telah ada yaitu menciptakan tampak yang sesuai dengan sifat dan karakter dari pusat perbelanjaan.



Pada tampak bangunan ini penggunaan ornamen – ornamen serta bidang – bidang dilakukan sebagai upaya untuk menghadirkan nilai komersialnya

sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk mengunjungi Shopping Mall ini. Kehadiran baliho iklan memberikan kejelasan tampak yang mencerminkan bangunan ini sebagai pusat perbelanjaan.



Pengolahan bentuk serta bidang - bidang juga dihadirkan sebagai upaya untuk menghadirkan konsep boldness / kemenonjolan yang membedakan bangunan ini dengan bangunan disekitarnya. Hal ini dapat terlihat dari penggunaan elemen kaca massif pada beberapa sisi bangunan.

Adanya skylight yang berfungsi untuk memasukkan cahaya dari luar bangunan dengan bentuk kombinasi antara arsitektur modern dan arsitektur local.

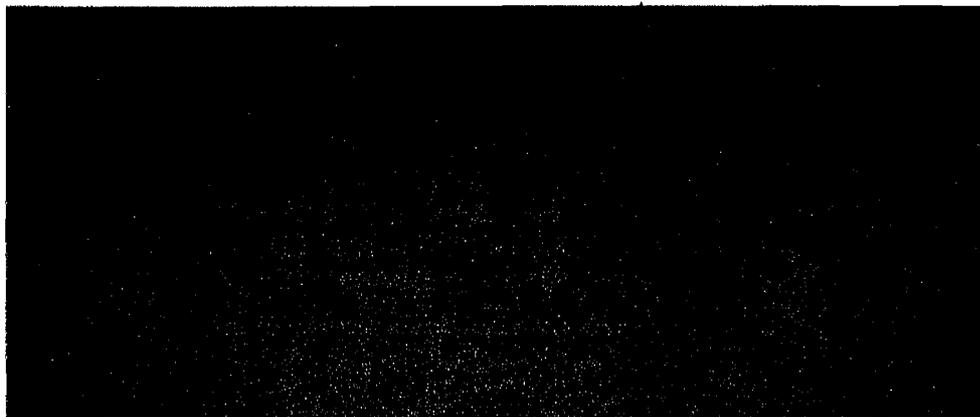
3.5. Struktur

Struktur sebagai dasar kekuatan dari bangunan tidak dapat dilepaskan begitu saja. Penggunaan struktur yang tepat dapat mempengaruhi kestabilan dari bangunan serta berdampak pada penataan ruang - ruang yang berada di dalamnya. Untuk itui pemilihan struktur pada bangunan

haruslah sesuai dengan fungsi yang ada disamping harus mempertimbangkan kekuatan dan keadaan keadaan disekitar lokasi yang akan dibangun. Pada perancangan bangunan Shopping Mall ini pemilihan struktur didasarkan oleh rancangan organisasi ruang dengan konsep yang telah ada, dengan mempertimbangkan kekuatan serta kondisi disekitar lokasi. Dimana kondisi tanah tersebut merupakan tanah yang stabil atau baik sehingga pemilihan struktur menjadi lebih mudah untuk dilakukan.



Bangunan ini menggunakan struktur beton bertulang dengan basement sebagai pondasi dan footplat sebagai pendukung kekuatan dari bangunan

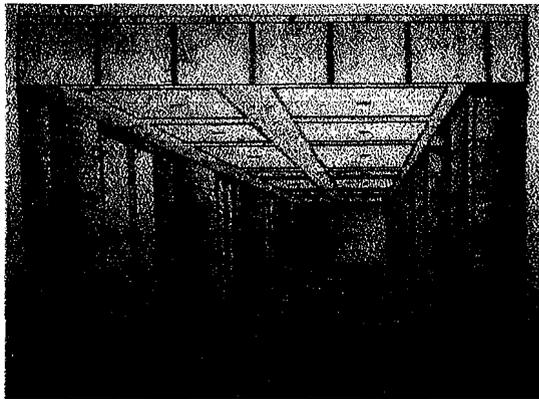


Pada atap banguna digunakan struktur baja untuk mendukung skylight yang merupakan sarana untuk memasukkan cahaya dari luar bangunan.

Sehingga pengunjung dapat merasa berada pada ruang terbuka. Ketinggian antar lantai pada bangunan ini adalah 4m kecuali lantai basement yang mempunyai ketinggian 4.5 m. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan bagi pengunjung

3.6. Perspektif

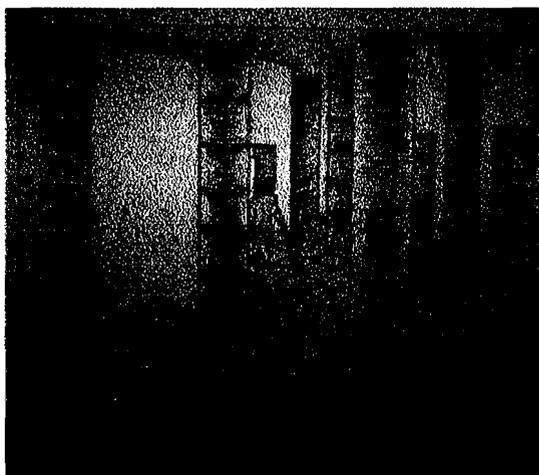
▪ Eksterior



Suasana ruang koridor permainan pola plafond dan pola sirkulasi yang memberikan kejelasan (clarity) bagi pengunjung. Penggunaan

elemen kaca memberikan nilai komersial yang tinggi bagi retail – retail yang berada pada daerah ini. Pada sisi koridor disediakan tempat duduk bagi pengunjung yang leleh setelah melihat – lihat maupun yang berbelanja.

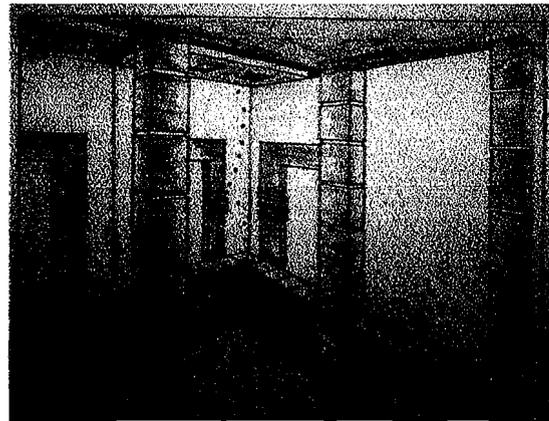
▪ Interior



Suasana ruang sirkulasi depan retail disediakan tempat duduk untuk melepas leleh. Kolom – kolom diekspos dengan permainan – permainan

bidang dan tekstur menambah kejelasan dari pola sirkulasi interior. Rotunda yang berfungsi sebagai kolam juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat istirahat pengunjung. Rotunda ini mengelilingi elevator yang berada pada area depan anchor tenant (supermarket / department store).

Suasana ruang void memberikan kesan keleluasaan dan sebagai view yang menarik bagi pengunjung.



Penggunaan elemen kaca

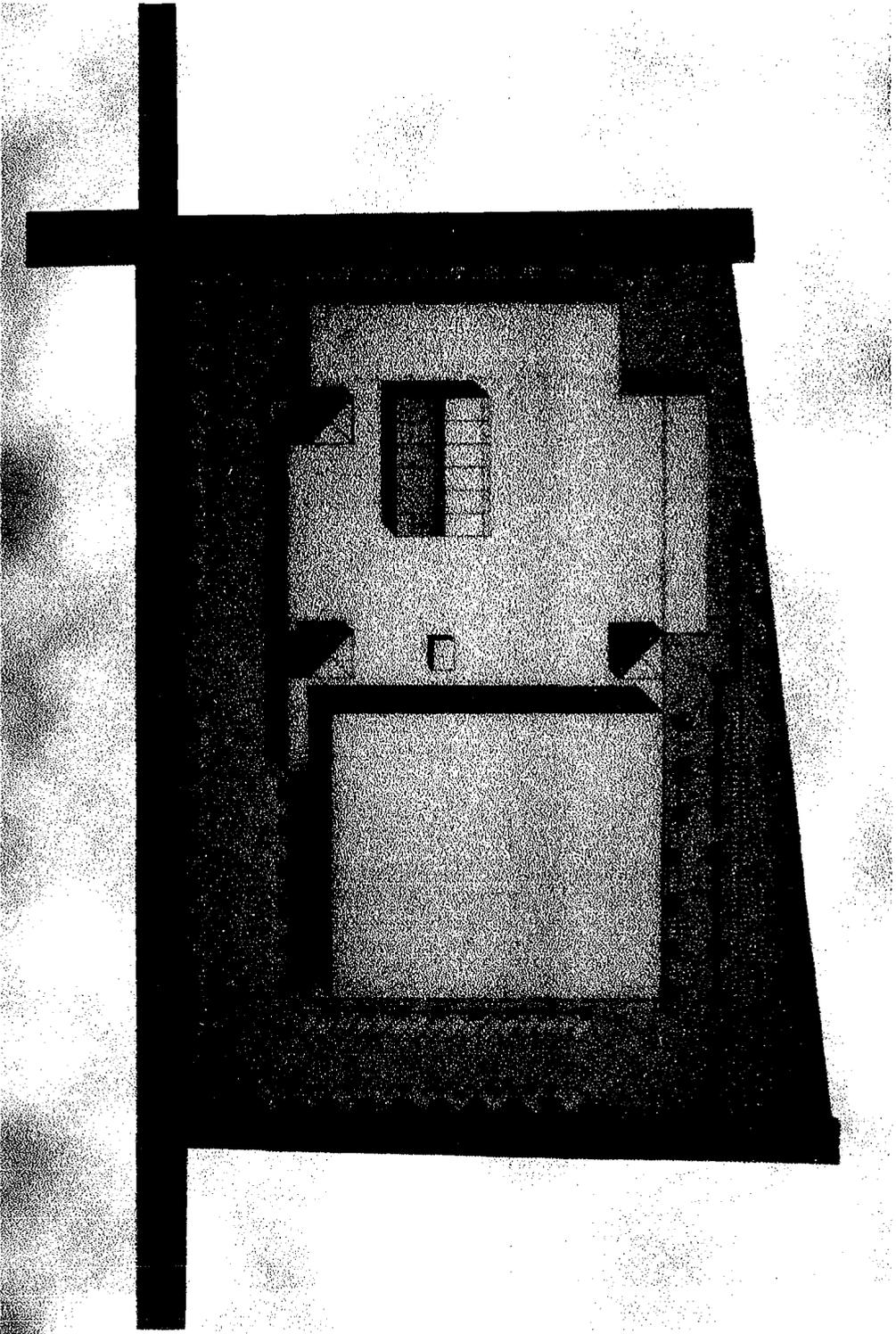
pada pintu masuk retail dan permainan pola plafond dapat memberikan kejelasan dari ruang yang diwadahi.

DAFTAR PUSTAKA

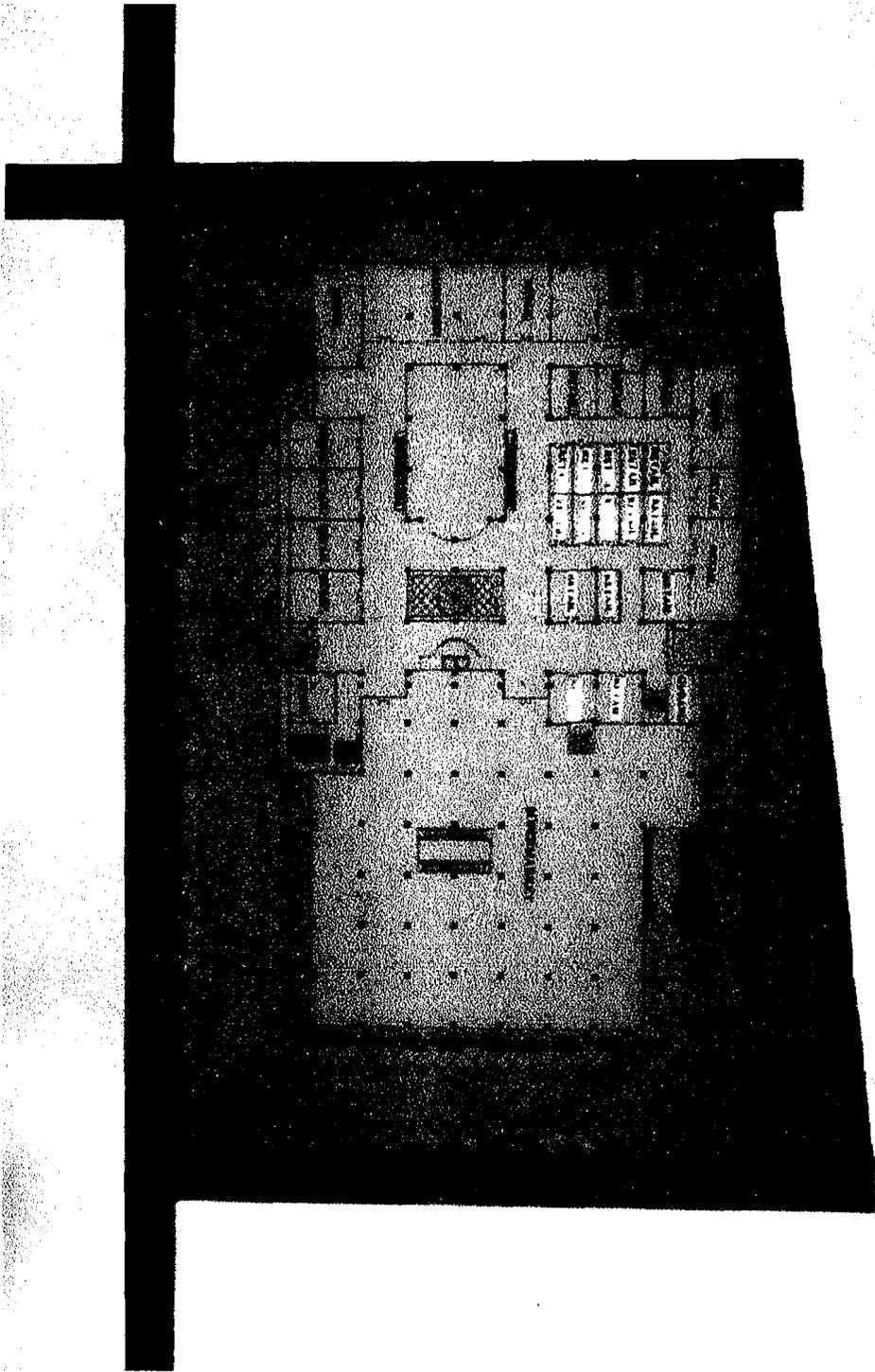
- BPS Kota Jambi, 2000, “ Jambi Dalam Angka “, JBI.
- Francis D. K. Ching, 1996, “ Arsitektur : Bentuk Ruang dan Susunannya”, Erlangga.
- Maithland, Bary, 1987, “ Shopping Malls, Planning and Design “, P.T. Granesia Bandung.
- Mc Keever J. R. Griffin N. M, 1977, “ Shopping Center Development Handbook”, U. L. I. The Urban Land Institute.
- Nuryadi, Arief, 1995, “Shopping Mall Sebagai Pusat Perbelanjaan, Rekreasi dan informasi Di Cilacap “. Tugas Akhir, UII.
- Rubenstein, Harvey, M, 1978 “ Central City Mall ”, Inc, New York.
- Rudyanto, Dedy, 1994, “ Shopping Mall Di Semarang”, Tugas Akhir, UII.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa. Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1998. Depdikbud RI.
- WWW. Google. Com

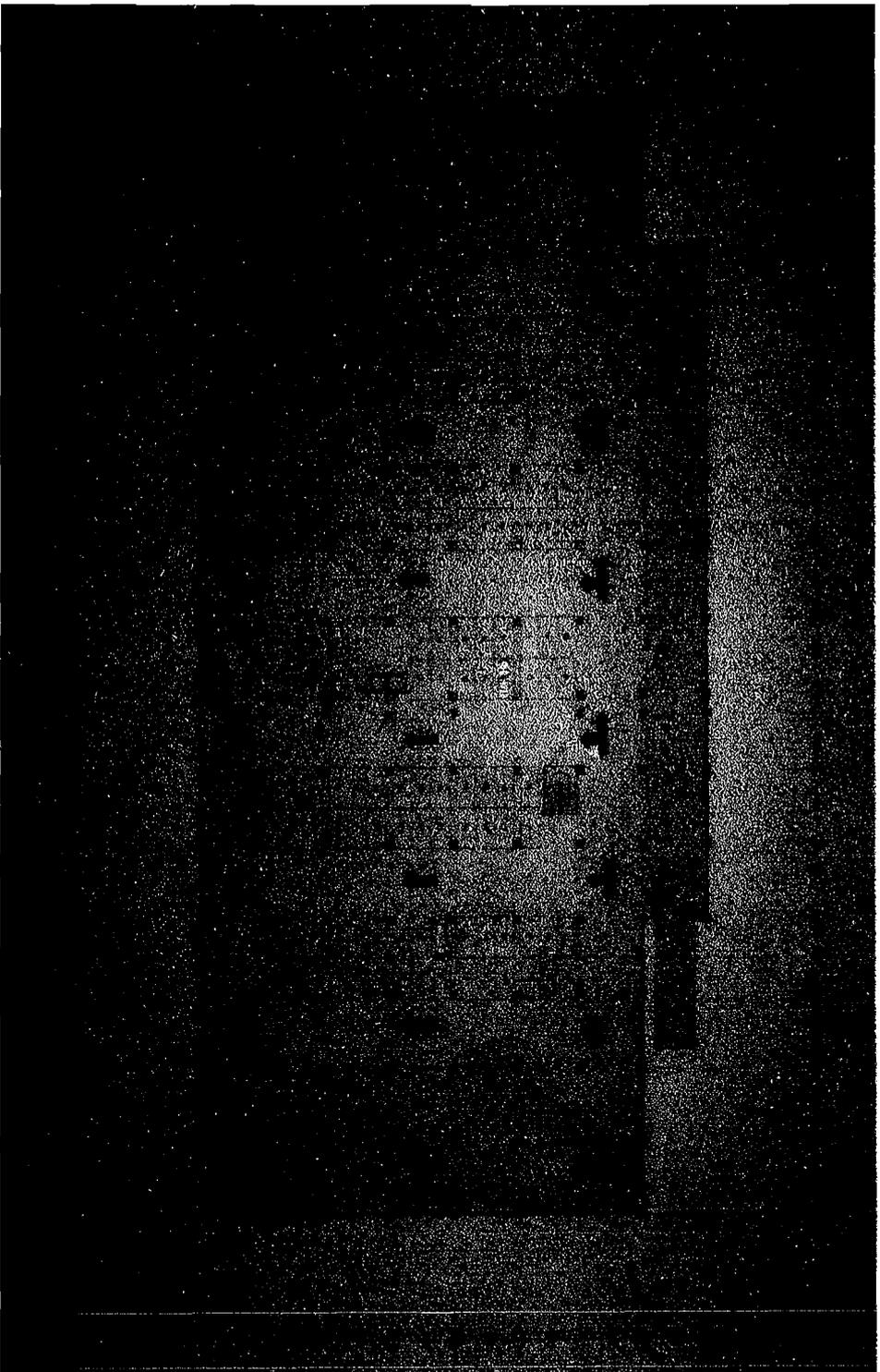
LAMPIRAN

SITUASI

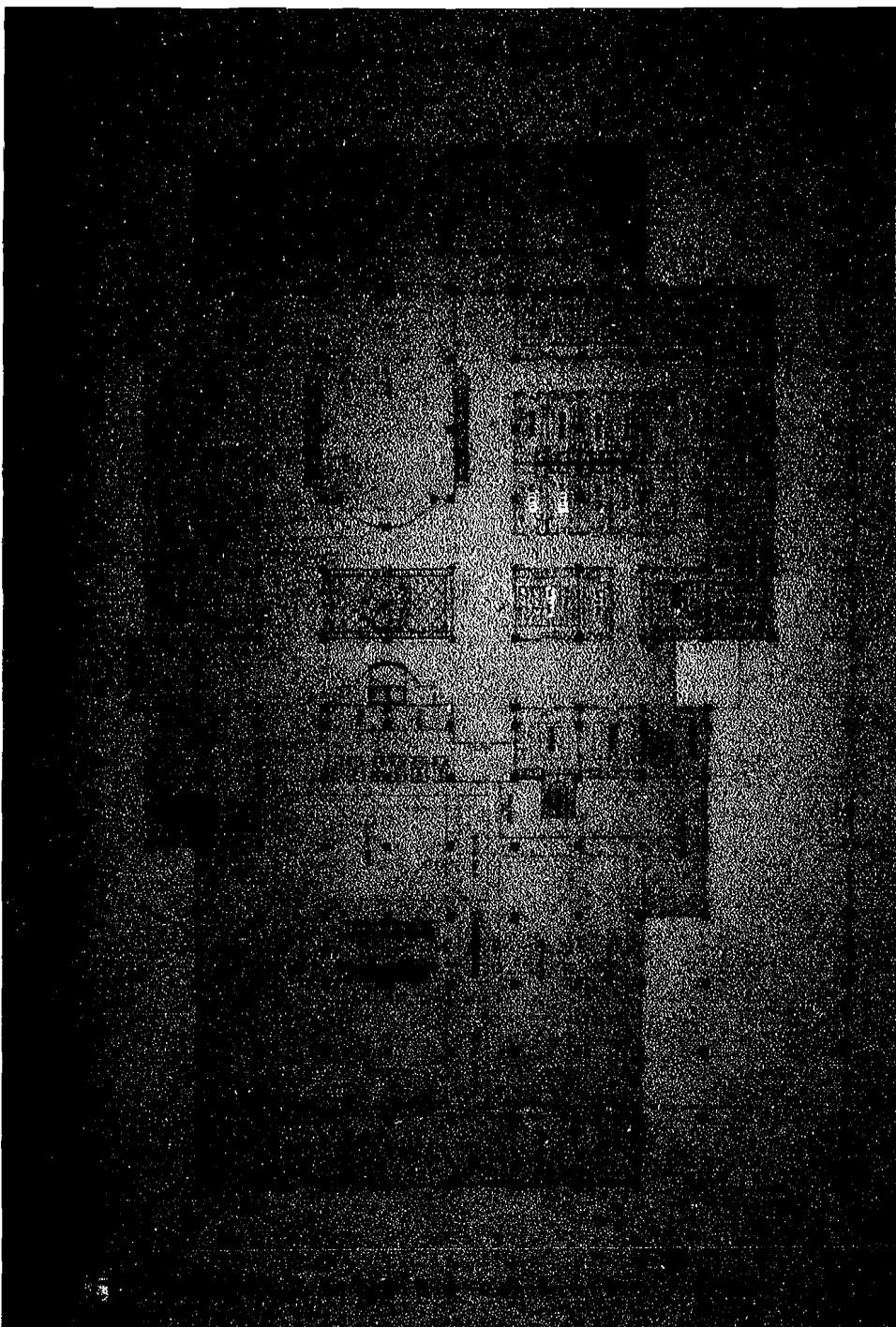


SITEPLAN



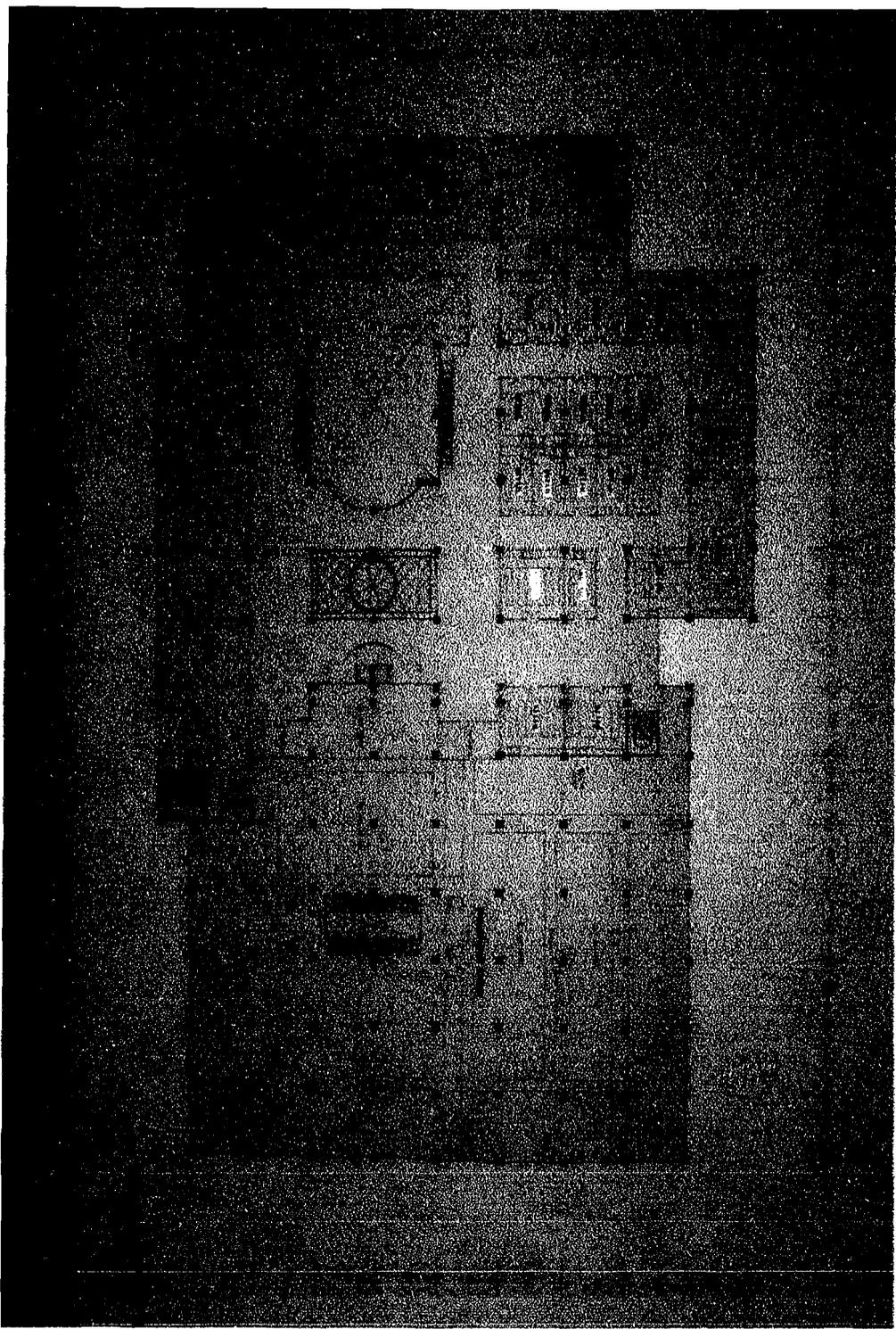


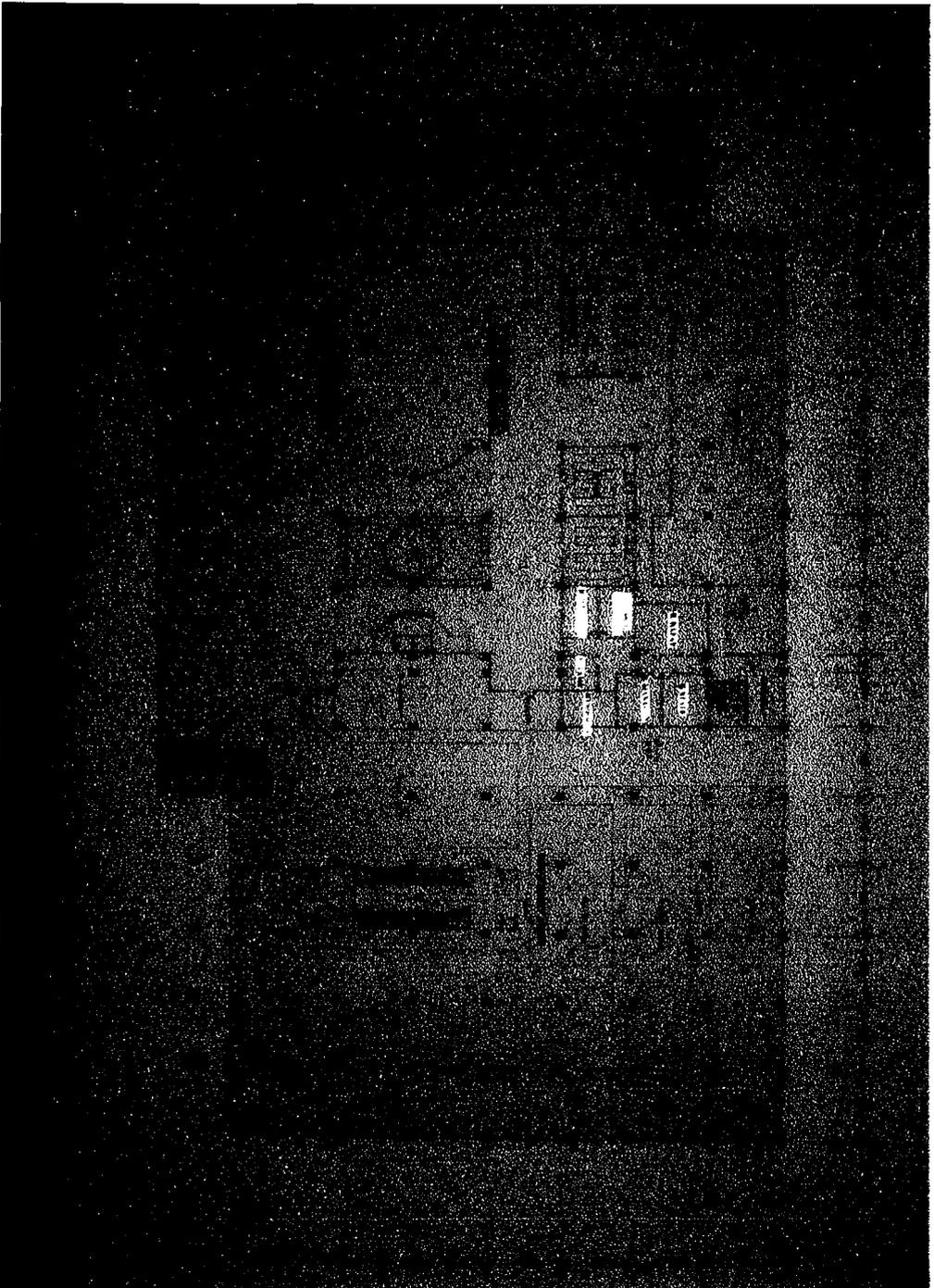
DENAH BASEMENT



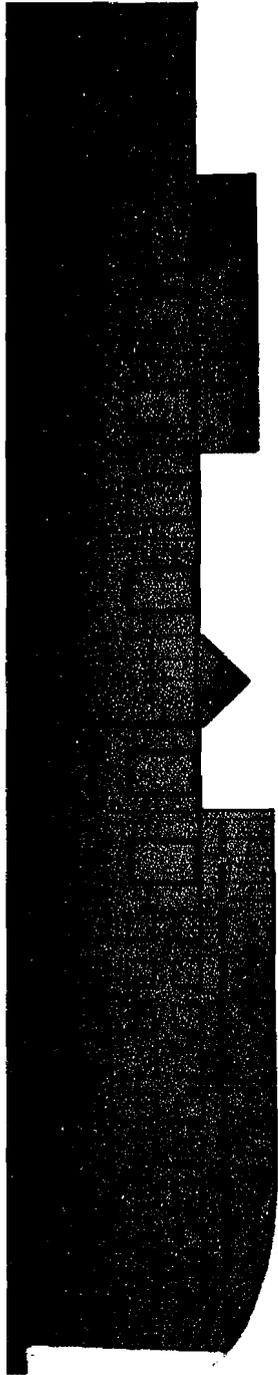
DENAH LANTAI I

DENAH LANTAI II & III

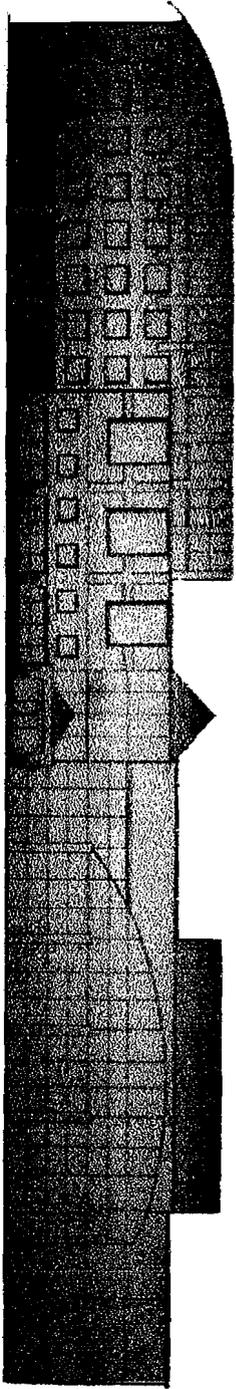




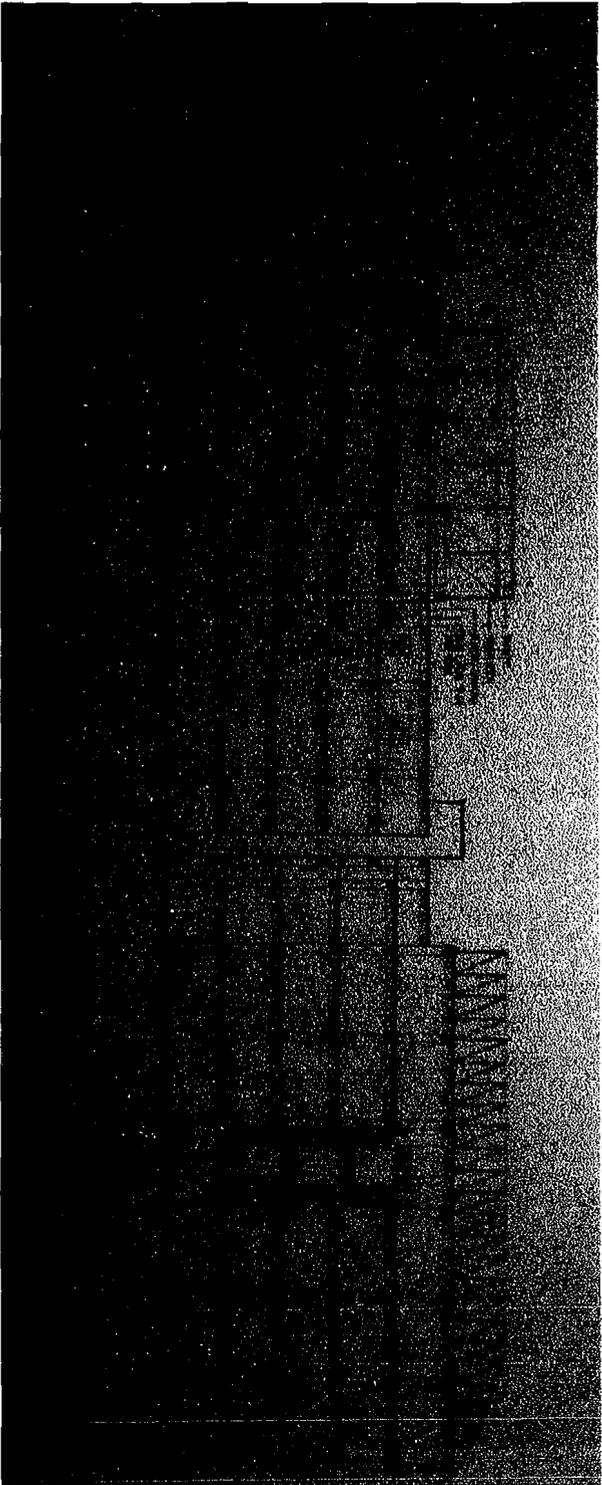
DENAH LANTAI IV



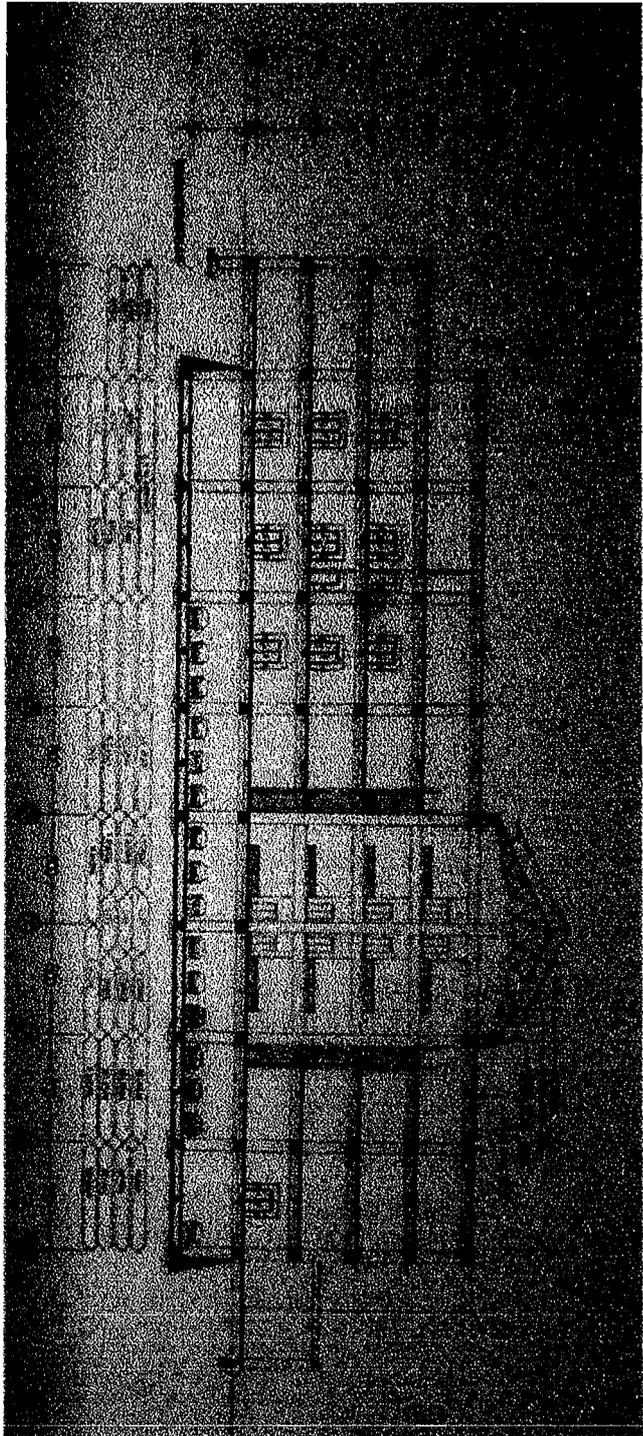
TAMPAK DEPAN



TAMPAK BELAKANG



POTONGAN A - A



POTONGAN B - B

FOTO MAKET

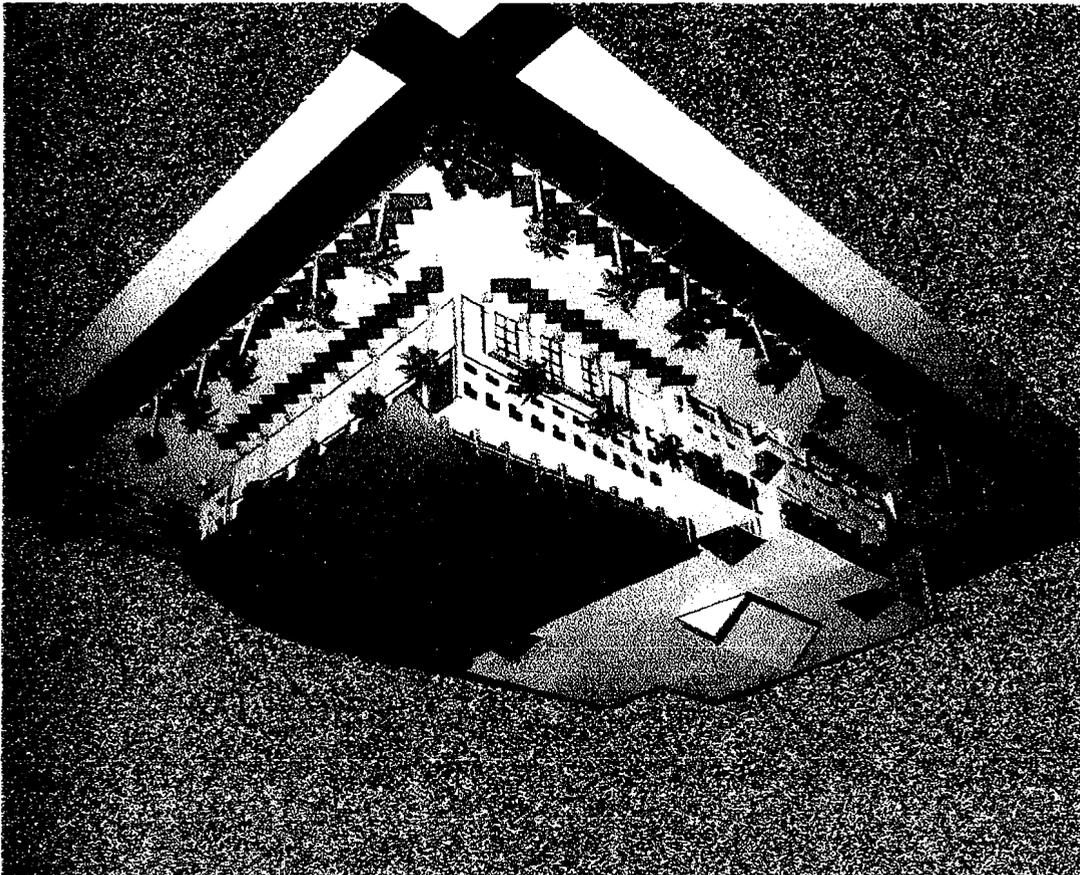
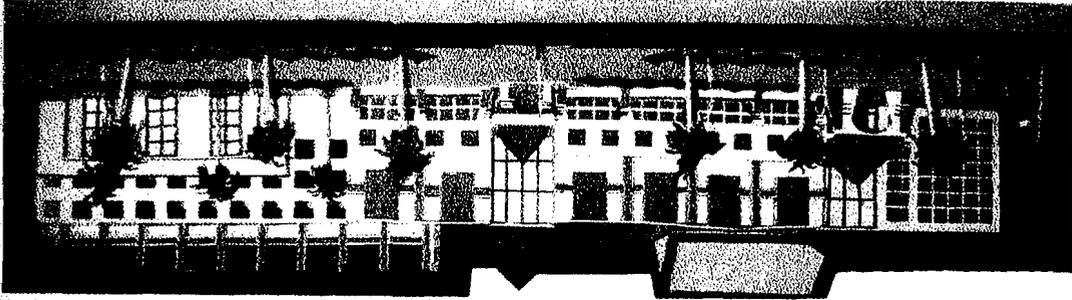


FOTO MAKET

