

PERPUSTAKAAN FITS
 HADIAN/SELL
 TGL. TERIMA : 12 Maret 2007
 NO. JUDUL : 00 12300
 NO. INV. : 512000230001
 NO. INDUK. :

**LAPORAN PERANCANGAN
 TUGAS AKHIR**

**MALL BAHAN BANGUNAN
 YOGYAKARTA**

Peletakan dan Penyimpanan Barang Berkaitan dengan
 Pola Tata Ruang dan Ragam Produk

**BUILDING COMMODITIES MALL
 YOGYAKARTA**

Positioning and Storage of Commodities Related to
 Space Arrangement and Product Variety



Disusun oleh :
AGRIWAN MAULANA
 01512124

Dosen Pembimbing :
IR. ARMAN YULIANTA, MUP.
 MILIK PERPUSTAKAAN
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN
 PERENCANAAN UII YOGYAKARTA

**JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 2006**

K
 711-5522

Maw

m

a

ru, 76 : - : bangs : 28

peranc. Arst.
 fos. Unswid
 Mall blr bangunan
 foto Tata Ruang
 perenc

**LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR**

**MALL BAHAN BANGUNAN
YOGYAKARTA**

**Peletakan dan Penyimpanan Barang Berkaitan dengan
Pola Tata Ruang dan Ragam Produk**

**BUILDING COMMODITIES MALL
YOGYAKARTA**

***Positioning and Storage of Commodities Related to
Space Arrangement and Product Variety***



Yogyakarta, 2 September 2006

MENGESAHKAN,

**KETUA JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP UII**



Ir. HASTUTI SAPTORINI, M. Arch.

**DOSEN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR**

Ir. ARMAN YULIANTA, MUP.

KATA PENGANTAR

**Bismillahirrohmaanirrohiim
Assalaamu'alaikum Wr.Wb.**

Alhamdulillahirobbilamin, berkat rahmat, hidayah, inayah dan ridho dari Allah SWT. Yang Maha Menguasai dan Mengatur segala-Nya sehingga Laporan Perancangan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu penulis curahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya sampai akhir jaman. Semoga laporan ini dapat menjadi bekal yang bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkannya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penyusunan Laporan Perancangan Tugas Akhir ini, karenanya saran dan kritik sangatlah penting guna penyempurnaan laporan ini. Selesaiannya laporan ini tak lepas dari bantuan, petunjuk dan dukungan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Ir. Widodo, MSCE., Ph.D.**, selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak **Ir. Hastuti Saptorini, M.Arch.**, selaku Ketua Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak **Ir. Arman Yulianta, MUP.**, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan arahan petunjuk, masukan serta dukungan selama pelaksanaan Tugas Akhir.
4. Bapak **Ir. Priyo Pratikno**, selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia, terima kasih atas ilmu dan dukungannya, selama kami kuliah di Arsitektur.
6. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah berkorban waktu, tenaga, doa. Kedua orang tua yang selalu berharap anak

mereka memberikan yang terbaik, anakmu blum bisa membalas kebaikan kalian sekarang, semoga dengan semangat untuk hidup dan selalu berusaha, anak yang kurang berbakti ini dapat membanggakan kalian kelak, amin yarobbal 'alamin.

7. Kepada **Kai'** dan **Nini'** yang tercinta (alm), segala puji hanya bagi Allah SWT, terima kasih atas dukungan, cinta, kebersamaan, dan do'a nya, suatu saat nanti insyaAllah kita semua bertemu lagi, dan cucumu ini ingin mengucapkan terima kasih yang belum sempat di ucapkan langsung.
8. Kepada **mbah Kakung (alm)** di jogja, udah lama ngga ketemu ya mbah, kangen neh...! semoga kita bisa ketemu lagi kelak. Juga buat **mbah Putri**, aga minta sun mbah....hehe...maaf ya jarang ke rumah mbah, soale sibuk seeeh..... Juga buat keluarga besar di Banjarmasin dan di Jogja, Paman Amik, Tante Ida, kk Yunus, kk Imah, Usna, Om Adut, Om Koen, tante Dining, Tante Acik, Om Pras, Dian, Rani, Siska, Gaby, Dave, Tante Naning, pokoke semuanya, terima kasih buat dukungan dan nasehatnya.
9. Temen-temen seperjuanganku selama menjalani Tugas Akhir, **AloenBOB**, sip lah, dapet A, selamat. Ajarin gw megang Drum dunk...**Haneep**, dapet A juga, jadi iri neh gw, met fly till drop deh...**Sukma**, hehehe, kita sama-sama dapet B, jadi sedih...hiks...**Toloy a.k.a Ardiansis**, yah, dapet C jg ngga papa, tetep berjuang bro.....**Sugeng**, dadah sugeeeng, telat ya...cuciian deh loee..... susullah kami yang sudah lulus ini.
10. **Laundry Aminah a.k.a. LA community, Phietra**, penghuni paling lama di Laundry ini bersama gw en mali, buruan pindah sana, udah bulukan di laundry masih aja betah, liat dunia luar donk, masih banyak laundry-laundry lain di sana ...e|**Fiano**, juventini sejati yang hobi ngutak-atik comp, pokoke 2 taon lagi kita sama-sama punya Apple Mac Powerbook....ntar tuker-tukeran ya..hehehe....**Mali a.k.a. Ricky a.k.a. Amoy**, lo tiba-tiba

aja ngilang ngga ketauan rimba nya, pokoke ni anak salah satu temen gw sejati, temen ngegame, temen jomblo, temen begadang, temen pocian, de-el-el...hehehe...

11. **ex GP community, Penyu**, yang juga **ex. Laundry**, kita lulus bareng Dab, wisuda ntar gw pinjem vespamu buat muter-muter yah.... **Thareey**, nana...nana...nana....lebih baik sakit gigi dari pada sakit ati...hehehe...**Martono a.k.a. AntonSenna**, keep the spirit of Racing and Fooetballe, berjuang untuk lulus yah...**Kakeq**, selamat datang di laundry, meski cuma 3 bulan, jaga nama baik LA (maksudnya??...koq jadi sok tua en nasehatin ??) kek, nenek nunggu di nikahin tuh, buruuuan....
12. Buat para "**teman wanitaku**" , Lisa, MirandaMartizaMouris, Amri, Mya Jabeen, Riani, YoanEvelyn, Rizka, Eno, EnyPrasefty, jangan lupakan aq yang ganteng dan jomblo ini.....Hueks...!! hehehe....
13. Juga buat "**teman priaku**", seluruh angkatan 01, yang namanya ngga bisa aq sebutin semua di sini, gracias mi frend, ole....!!
14. **Amat Print**, makasih kertas dan tintanya tak lupa juga **Mr. Agus**, makasih kateringannya, maaf kalo kemarin telat bayarnya.
15. **Om Tutut**, makasih buat bantuan dan masukan selama di studio, **Kang Sarjiman** makasih juga yo.
16. Mi old friends, anak-anak banjarbaru di Jogja, Ari, Rio, Pino, Otong, Zaenal, Bagas, Wira, pokoke keep in touch yah... .
17. Kucing-kucingku yang setia mengeong dan selalu meminta makan, (**tonyon(alm)**, **nyitnyit(alm)**, **maknyot**, **sinyon(ilang)**, **binyon(ilang)**, **minyong(ilang)**, **nyotnyot(ilang)**, **ndut**, **jojon(ilang)**, **ucil (ilang)**, **maknyon (alm)**), maapkan tuanmu ini yang cuma bisa memukuli, menendang dan membentakmu, juga maapkan tuanmu yang hanya bisa memberimu sedikit makanan (kepala ayam, sate usus, sedikit whiskazz, dan

kadang tulang-tulangan). Tetap berjuang menjalani hidup yang menderita ini ya, tuhan menyertaimu....

18. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu yang turut membantu kelancaran Tugas Akhir ini, semoga Allah SWT membalas dan melipat gandakan amal dan kebaikan yang telah diberikan. Amin.

Akhir kata, semoga laporan ini bisa menjadi acuan bagi siapa saja yang membutuhkannya terlepas dari kekurangan dalam penyusunan Laporan Perancangan Tugas Akhir ini, penulis mohon dimaafkan.

**Wabillahitaufiq walhidayah
Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.**

Yogyakarta, 28 Agustus 2006


AGRIWAN MAULANA
01512124

**Mall Bahan Bangunan
Yogyakarta**
**Peletakan dan Penyimpanan Barang Berkaitan dengan
Pola Tata Ruang dan Ragam Produk**

***Building Commodities Centre
Yogyakarta***
***Positioning and Storage of Commodities Related to
Space Arrangement and Product Variety***

Oleh :
Agriwan Maulana
01512124

ABSTRAK

Kegiatan pembangunan sektor properti di kota Yogyakarta semakin meningkat. Tema ini menjadi hangat di bicarakan di berbagai media, seiring dengan terbuktinya fakta di lapangan, semakin banyaknya perumahan-perumahan yang di bangun di Yogyakarta, dengan beragam ukuran, model bangunan, dengan lokasi dan fasilitas yang beragam yang di tawarkan oleh para pengembang sektor properti. Ekspresi dan inovasi karakter bangunan yang mencerminkan citra, eksklusifitas dan karakter pengguna, mulai muncul dengan beragam cara, mulai dari pengolahan fasad, interior, pengolahan ruang, dan pengolahan material yang beragam.

Arus informasi yang semakin terbuka lebar, terutama informasi pemanfaatan teknologi untuk pengolahan bidang material bangunan dan pemanfaatannya pada bangunan, turut mendorong Bergeraknya inovasi para pengguna terhadap bangunan yang di tempatnya. Hal lain yang mempengaruhi adalah semakin banyaknya para pengusaha – penjual yang bergerak di bidang pengadaan ragam produk material bangunan dengan berbagai model dan variasi. Calon konsumen yang semakin “cerdas”, cenderung berfikir kritis dan memiliki dasar pengetahuan dalam hal memilih dan membeli produk, juga mampu memperhitungkan anggaran yang tepat sesuai dengan keperluan, baik dari aspek design, kualitas, harga, adalah faktor lain yang mempengaruhi.

Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa di Yogyakarta, bangunan yang memfasilitasi kegiatan usaha di bidang pengadaan bahan bangunan yang berkaitan dengan produk –produk bangunan, terutama produk pengisi dan finishing bangunan masih tersebar di berbagai lokasi, tanpa adanya kejelasan akses sirkulasi hubungan antara bangunan tersebut, sehingga salah satu permasalahan yang terjadi adalah kesulitan konsumen dalam hal akses pembelian produk, di mana pemilihan jenis, fungsi, dan model produk, juga keefektifan waktu untuk mencapai lokasi menjadi salah satu pertimbangan.

Kebutuhan akan sebuah bangunan sebagai wadah yang mampu menampung dan menggabungkan berbagai fasilitas yang memiliki kesamaan fungsi penjualan, dengan harapan mampu menyelesaikan permasalahan berkaitan dengan kemudahan akses konsumen untuk memperoleh produk, ke efektifan dan efisiensi waktu yang di peroleh , juga kenyamanan konsumen untuk memperoleh, menimbang dan membandingkan berbagai produk yang tersedia, maka sebuah mall sebagai sebuah tempat penjualan terpadu di coba untuk di rancang sebagai salah satu solusi permasalahan di atas.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv

BUILDING COMMODITIES CENTRE

Latar Belakang	1
Latar Belakang Permasalahan.....	2
Tinjauan Perbandingan	3
1. IBCC.....	3
Rumusan Permasalahan.....	5
Permasalahan Umum	5
Permasalahan Khusus	5

BAB I SPESIFIKASI UMUM PROYEK

1.1. Judul Tugas Akhir.....	6
1.2. Spesifikasi Bangunan.....	6
1.2.1. Bangunan	6
1.2.2. Fungsi Bangunan.....	6
1.2.3. Lokasi dan Site	7
1.2.4. Klasifikasi produk.....	8
1.2.5. Pelaku Kegiatan dan Karakteristik.....	9
1.2.6. Fasilitas Bangunan.....	10
1.2.7. Teknis Fungsional Toko.....	11

BAB II KAJIAN KONSEP DAN TEORI

2.1. Tinjauan Pusat Perbelanjaan	
2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	15
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	16
2.1.3. Sifat Kegiatan pada Shopping Mall.....	17
2.1.4. Citra visual Arsitektur.....	18
2.1.4.1. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan.....	18
2.1.4.2. Penampilan Visual Bagi Bangunan.....	19
2.2. Tinjauan Khusus Mall	
2.2.1. Unsur – unsur Dalam Shopping Mall.....	20
2.2.2. Karakteristik Dasar Shopping Mall.....	20
2.2.2.1. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall.....	20
2.2.2.2. Bentuk Mall.....	21

BAB III SCHEMATIC DESIGN

3.1. Proses Perancangan	
3.1.1. Pendekatan Produk.....	23
• Konsep Bentuk dan Besaran Ruang.....	24
• Bentuk Ruang Toko.....	24
• Besaran Ruang Toko.....	25
• Konsep Zoning Produk pada Bangunan.....	28
• Zoning Vertikal Produk.....	28
• Sistem Penyimpanan dan Pelayanan Pengambilan Barang pada Bangunan.....	29
• Ruang Penyimpanan / <i>Stock Product</i>	30
• Teknis Ruang Penyimpanan.....	31
• Sirkulasi Konsumen berkaitan dengan Ruang Penyimpanan – Pengambilan Barang.....	32
• Jenis Peletakan di Ruang Penyimpanan.....	34

• Sistem Transportasi Barang.....	35
3.1.2. Pendekatan Komersial pada Bangunan.....	37
• Ketertarikan Visual Bangunan.....	37
• Aspek Visual dari Luar Bangunan.....	37
• Aspek Visual dari Dalam Bangunan.....	40
3.1.3. Pendekatan Bangunan.....	42
• Pendekatan Tata Massa Bangunan.....	42
• Pendekatan Bentuk Mall	44
• Pendekatan Fasad Bangunan.....	44
• Pendekatan Entrance Bangunan.....	45
• Pendekatan Penutup Atap pada Bangunan.....	46
3.1.4. Pendekatan Ruang Luar Bangunan.....	47
• Pencapaian ke Bangunan.....	47
• Area Parkir ruang luar bangunan.....	48
• Peninggian Bidang Datar pada Ruang Luar.....	51
• Area muat Barang Konsumen.....	52
3.1.5. Pendekatan Ruang Dalam Bangunan.....	53
• Pendekatan Fungsi Ruang Dalam.....	53
• Pendekatan Aspek Utilitas Bangunan.....	55
• Pendekatan Sirkulasi Ruang Dalam Bangunan.....	56
3.1.6. Pendekatan Tapak pada Bangunan.....	60
3.1.7. Peletakan dan Orientasi Massa terhadap Site.....	61

BAB IV HASIL PERANCANGAN

4.1. Ruang Luar Bangunan

4.1.1. <i>Entrance, parking area, Area Bongkar Muat</i>	62
4.1.2. <i>Teras Luar, Ramp, Tangga</i>	67
4.1.3. <i>Tangga Darurat</i>	68
4.1.4. <i>Fasad Bangunan</i>	68

4.2. Ruang Dalam Bangunan

4.2.1 <i>Entrance</i> Bangunan	70
4.2.2 Retail.....	70
4.2.3 Ruang Penyimpanan	72
4.2.4 Area Penunjang	73
4.2.5 Servis Area	74
4.2.6 Area Kantor.....	76

DAFTAR GAMBAR

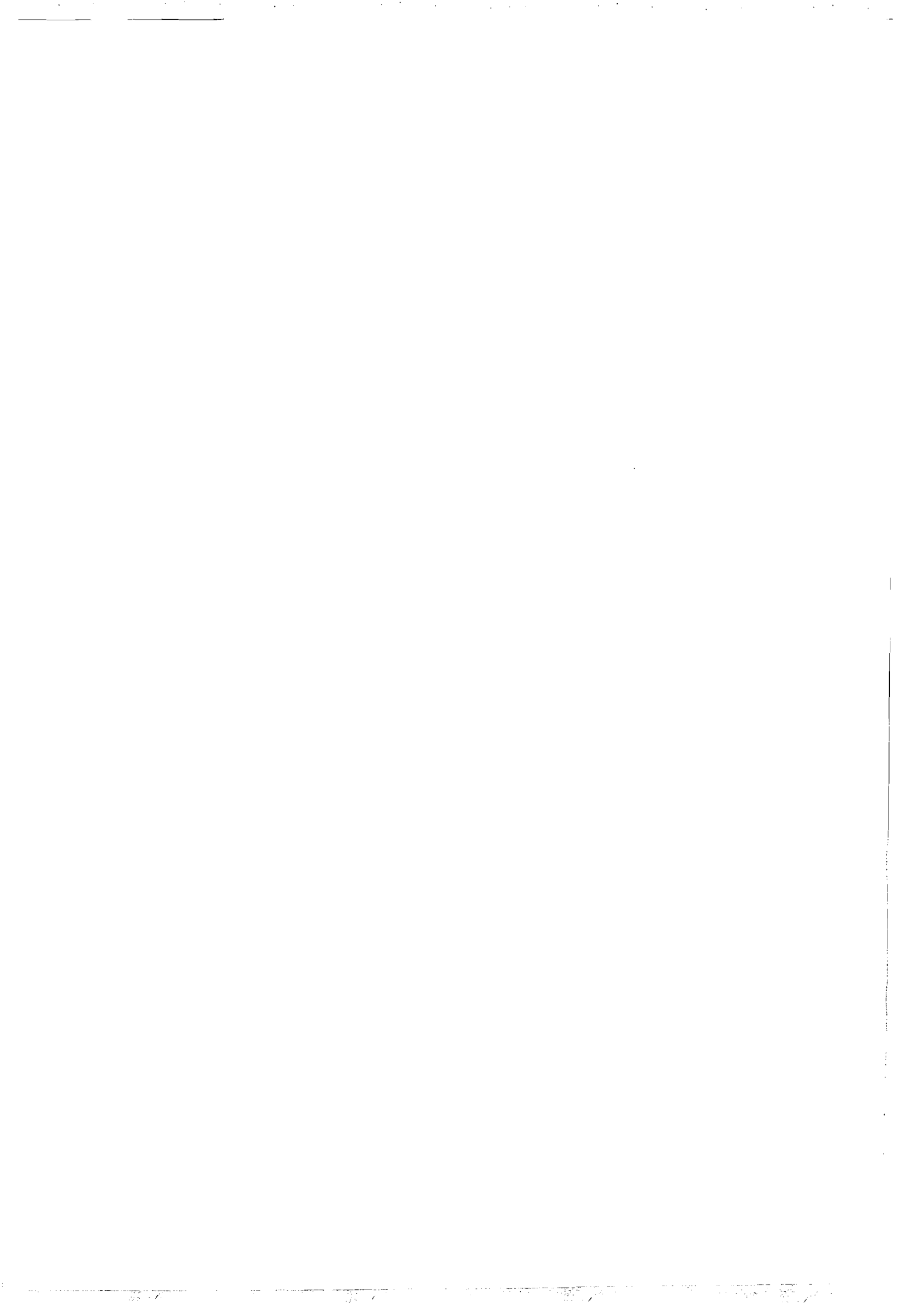
Gambar 1. IBCC Interior.....	4
Gambar 3.1. Bentuk Ruang Toko	24
Gambar 3.2. Sirkulasi dan Pengolahan Ruang dalam Toko.....	24
Gambar 3.3. Ruang Ukuran 21x18m2 dan tata letak Produk	25
Gambar 3.4. Ruang Ukuran 324m2 dan Tata letak Produk	26
Gambar 3.5. Ruang Ukuran 9x12m2 dan Tata letak produk.....	26
Gambar 3.6. Ruang Tambahan.....	27
Gambar 3.7. Zoning Vertikal Produk pada Bangunan.....	28
Gambar 3.8. Teknis Ruang Penyimpanan dan pengambilan Barang.....	31
Gambar 3.9. Pembagian Letak Produk di Ruang Pengambilan.....	31
Gambar 3.10. Pembagian Ruang Penyimpanan.....	31
Gambar 3.11. Ruang <i>Trolley</i>	31
Gambar 3.12. Alur Konsumen Masuk.....	33
Gambar 3.13. Alur Konsumen Keluar.....	33
Gambar 3.14. Jenis Peletakan Barang di Ruang Penyimpanan.....	34
Gambar 3.15. Area Penyimpanan Barang.....	34
Gambar 3.16. Sirkulasi Kedatangan Barang ke Bangunan.....	35
Gambar 3.17. Sirkulasi Pengantaran Barang ke Konsumen.....	36
Gambar 3.18. Konsep <i>Boldness</i> pada Visual Bangunan.....	37
Gambar 3.19. Konsep <i>Clarity</i> pada fasade / <i>Billboard</i>	38
Gambar 3.20. Konsep <i>Clarity</i> pada Ruang luar.....	38
Gambar 3.21. Media Promosi dan Informasi.....	40

Gambar 3.22. Media Promosi dan Informasi.....	40
Gambar 3.23. Massa Tunggal Bangunan.....	42
Gambar 3.24. Organisasi Ruang Linier.....	43
Gambar 3.25. Hirarki Ruang.....	43
Gambar 3.26. Bentuk <i>Enclosed Mall</i>	44
Gambar 3.27. Pendekatan Fasad Bangunan.....	44
Gambar 3.28. Konsep Pencapaian Langsung.....	45
Gambar 3.29. Konsep <i>Skylight</i> pada Atap.....	46
Gambar 3.30. Entrance Site dan Pencapaian.....	47
Gambar 3.31. Sirkulasi Barang pada Bangunan.....	48
Gambar 3.32. Area Parkir Pengunjung di Luar Bangunan.....	49
Gambar 3.33. Sirkulasi Parkir.....	49
Gambar 3.34. Area Bongkar Muat Barang.....	50
Gambar 3.35. Area Peninggian pada bangunan.....	51
Gambar 3.36. Area Muat Barang Konsumen.....	52
Gambar 3.37. Fungsi Ruang Dalam Bangunan.....	53
Gambar 3.38. Pengolahan Visual Ruang Dalam.....	53
Gambar 3.39. Pencahayaan Ruang Dalam.....	54
Gambar 3.40. Ruang Penunjang.....	54
Gambar 3.41. <i>Core</i> di Bangunan.....	55
Gambar 3.42. <i>Linear – Grid Configuration</i>	56
Gambar 3.43. Sirkulasi Linear Ruang Dalam.....	56
Gambar 3.44. Sirkulasi Linear sebagai Pengikat Ruang.....	57
Gambar 3.45. Sirkulasi Tertutup.....	57
Gambar 3.46. Sirkulasi Terbuka Satu Sisi.....	58
Gambar 3.47. Skala Sirkulasi Ruang.....	58
Gambar 3.48. Karakter Keseimbangan Sirkulasi.....	59
Gambar 3.49. Pencahayaan Alami - Buatan.....	59
Gambar 3.50. Pencapaian ke Bangunan.....	60
Gambar 3.51. Faktor Strategis dan Komersial.....	60

Gambar 3.52. Orientasi Massa Terhadap Site.....	61
Gambar 3.53. Radiasi Matahari.....	61
Gambar 3.54. Arah Angin terhadap Bangunan.....	61
Gambar 3.55. View.....	61
Gambar 4.1. Entrance Bangunan	62
Gambar 4.2. Area parkir Pengunjung	63
Gambar 4.3. Parkir Pengelola Bangunan	63
Gambar 4.4. Area Parkir Servis dan Basement	64
Gambar 4.5. Area Bongkar Muat	65
Gambar 4.6. Area Muat Barang Konsumen.....	66
Gambar 4.7. Teras Luar, Ramp, Tangga	67
Gambar 4.8. Tangga Darurat	68
Gambar 4.9. Fasad Bangunan	69
Gambar 4.10. Entrance Ruang Dalam Bangunan	70
Gambar 4.11. Retail lantai 1.....	70
Gambar 4.12. Retail lantai 2.....	71
Gambar 4.13. Retail lantai 3	71
Gambar 4.14. Ruang Penyimpanan di Basement.....	72
Gambar 4.10. Ruang Penyimpanan lantai 1	73
Gambar 4.11. Area Penunjang Ruang Dalam.....	73
Gambar 4.12. Area Penunjang Ruang Dalam 2.....	74
Gambar 4.13. Core pada Bangunan	74
Gambar 4.14. Area Servis pada Bangunan.....	75
Gambar 4.14. Area Kantor Pengelola.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sistem Penyimpanan dan Pengambilan Barang.....	29
Tabel 2. Pembagian Ruang Penyimpanan.....	30
Tabel 3. Sirkulasi Konsumen pada Bangunan.....	32
Tabel 4. Distribusi Barang pada Bangunan.....	35
Tabel 5. Ukuran dan Ragam Furniture.....	41
Tabel 6. Jenis Kendaraan dan Asumsi Ruang Parkir.....	48



BUILDING COMMODITIES CENTRE

LATAR BELAKANG

Kegiatan pembangunan properti di Yogyakarta semakin meningkat. Tema ini menjadi hangat di bicarakan di berbagai media, seiring dengan terbuktinya fakta di lapangan, semakin banyaknya perumahan – perumahan yang di bangun di Yogyakarta, dengan beragam ukuran, model bangunan, dengan lokasi dan fasilitas yang beragam yang di tawarkan oleh para pengembang di sektor properti. Para pengembang dengan gencar dan penuh semangat berusaha untuk mempromosikan produk yang mereka jual dengan beragam media yang tersedia, mulai dari media cetak, baliho, radio, sampai dengan pameran – pameran properti yang dia adakan secara berkala di berbagai lokasi, dan pada saat pameran, pengembang melakukan promosi dengan media stand, dan menyediakan sarana berupa brosur, maket model bangunan yang mereka jual, bahkan media audio visual.

Para pengembang yang semakin banyak melakukan pembangunan, dan semakin ketatnya persaingan, mendorong mereka untuk melakukan berbagai inovasi dalam hal design model bangunan, terbukti dengan beragamnya konsep – konsep bangunan, mulai dari konsep konvensional sampai dengan kontemporer, banyak di terapkan untuk menambah nilai jual dan meningkatkan daya saing penjualan.

• Tidak ketinggalan pula, rumah - rumah yang ada di yogyakarta, perkantoran, dan bangunan yang bergerak di berbagai bidang usaha, mulai berani untuk mengekspresikan karakter dan eksklusifitas bangunan mereka, antara lain dengan pengolahan bentukan bangunan, mulai dari fasad , interior, pengolahan ruang, dan penggunaan material yang beragam.

Keberanian mereka untuk melakukan inovasi pada bangunan yang mereka miliki, antara lain di dorong oleh arus informasi yang semakin terbuka lebar, terutama informasi yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi untuk pengolahan di bidang material bangunan, penggunaan ragam material pada bangunan, seiring dengan tersedianya material tersebut di pasaran, dan mudahnya akses mereka untuk memperoleh produk material tersebut.

LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Semakin berkembangnya teknologi dan terbukanya arus informasi yang berkaitan dengan ragam material yang tersedia dengan berbagai fungsi dan variasi model, semakin banyaknya para pengusaha yang bergerak di bidang pengadaan produk material bangunan, mulai dari bahan dasar penyusun bangunan, material pendukung dan finishing bangunan, *house equipment*, dan berbagai *tools* yang berhubungan dengan pengolahan bangunan luar dan dalam, menjadikan pertumbuhan bangunan yang bergerak di bidang bisnis ini semakin berkembang dan meningkat. Dewasa ini, akibat arus informasi yang terbuka, konsumen cenderung berfikir kritis dan memiliki dasar pengetahuan dalam hal memilih dan membeli produk ini. Konsumen mampu memperhitungkan kebutuhan anggaran yang tepat, sesuai dengan keperluan, baik dari aspek design, kualitas, harga.

Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa di Yogyakarta, bangunan yang memfasilitasi kegiatan usaha ini masih tersebar di berbagai lokasi, tanpa adanya kejelasan akses sirkulasi hubungan antar bangunan tersebut, sehingga salah satu permasalahan yang terjadi adalah kesulitan konsumen dalam hal akses pembelian produk, di mana pemilihan jenis, fungsi, dan model produk yang beragam, juga ke efektifan waktu untuk mencapai lokasi menjadi salah satu pertimbangan.

Fakta belum adanya satu lokasi di Yogyakarta yang menjadikan satu bangunan sebagai wadah untuk menyatukan berbagai bangunan komersial yang bergerak di bisnis produk bahan bangunan ini, maka dengan latar belakang permasalahan yang berkaitan dengan kemudahan akses konsumen untuk memperoleh produk, ke efektifan dan efisiensi waktu yang akan di peroleh, dan kenyamanan konsumen untuk memperoleh, menimbang dan membandingkan berbagai produk yang tersedia, di perlukan satu *shopping centre* yang dapat mewadahi dan menggabungkan bangunan yang berfungsi tipikal ini, dengan harapan permasalahan yang timbul sebelumnya dapat di kurangi.

TINJAUAN PERBANDINGAN

Di beberapa tempat di Indonesia, telah berdiri bangunan yang memfasilitasi dan menggabungkan penjualan produk yang berkaitan dengan *building commodities*, dengan berbagai bentuk dan jenis bangunan.

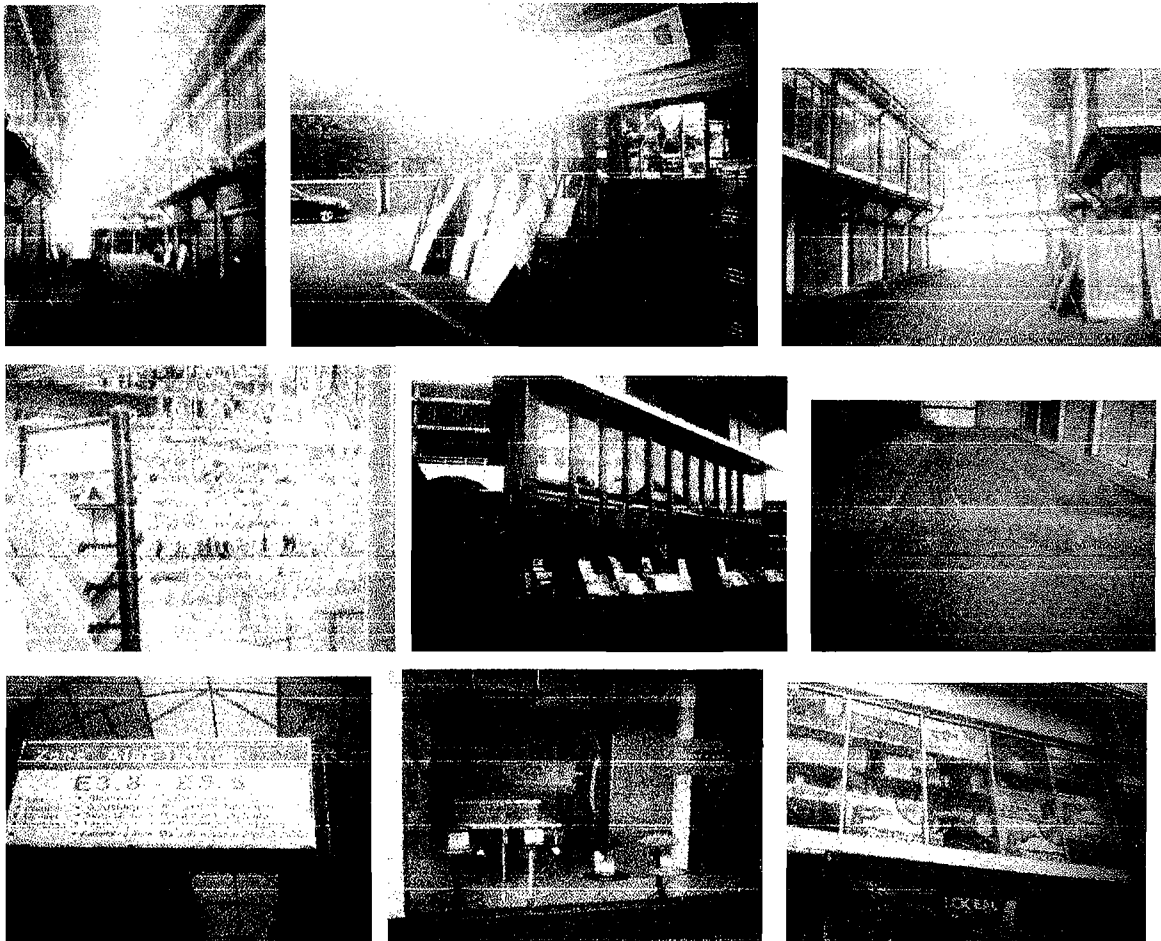
1. IBCC (Istana Building Commodities Centre)

- Terletak di kota Bandung, bangunan komersil ini bila di dasarkan pada bentuk fisiknya, termasuk bangunan jenis *shopping store*, kompleks pertokoan yang terdiri dari retail-retail yang di sewakan kepada penjual / pedagang. Luasan site +/- 10.000 m².
- Menjual produk berjenis *convenience good*, yaitu produk kebutuhan yang di butuhkan secara berskala karena adanya keinginan untuk membeli.
- Jenis produk yang di jual antara lain produk peralatan teknik seperti las, pompa, gardening tools, peralatan tukang ,lightning tools, electrical tools. compact tools, building automation, sound system, waterproofing items, pipe tools, berbagai macam jenis keramik, kunci, jendela, pintu, cat, gypsum, kran, shower, sistem elektronik bangunan, alarm, juga terdapat retail yang menjual produk jasa seperti biro konsultan tehnik dan arsitektur, jasa ekspedisi, *graphic design, advertising*.
- Bangunan 2 tingkat, berupa retail dengan berbagai ukuran, sebagian besar retail berukuran 3x4 m per lantai, tersedia 2 lantai tiap retail, pedagang menyewa 1 retail lantai bawah sebagai ruang display, lantai atas sebagai ruang penyimpanan produk, di hubungkan dengan tangga. Lantai atas dapat di modifikasi menjadi ruang display bila perlu.
- Untuk sirkulasi, kendaraan konsumen dapat masuk langsung dan berjalan di depan retail, dan di sediakan kantung parkir di depan

retail, sehingga memudahkan konsumen untuk langsung menuju toko yang di inginkan, membeli barang, dan langsung di letakkan ke dalam kendaraan. Tersedia loket karcis di pintu masuk kendaraan untuk setiap kendaran yang masuk ke lokasi.

- Retail di bedakan dengan zona sesuai dengan produk yang di jual, di sediakan papan informasi tiap zona, kendaraan dan konsumen mudah berputar-putar dan menentukan produk sesuai dengan zona yang di butuhnya.
- Penutup atap daerah sirkulasi kendaraan adalah rangka pipa baja lengkung dengan penutup polikarbonat.
- Tersedia jalur pedestrian lebar +/- 0.80 m di depan tiap retail.
- Terdapat kantor pengelola, kantor pemasaran retail, pos jaga, musholla dan tempat wudhu, pos tiket, ruang pelayanan.

Keterangan foto :



RUMUSAN PERMASALAHAN

Permasalahan umum :

Bagaimana merancang sebuah bangunan sebagai pusat perbelanjaan yang menjadi wadah dan pusat kesatuan dari ruang - ruang sebagai media penjualan *building commodities*.

Permasalahan khusus :

Bagaimana merancang pengaturan sistem peletakan dan penyimpanan barang pada bangunan, dalam kaitannya dengan pengaturan pola tata ruang bangunan dan ragam produk penjualan.

BAB I

SPESIFIKASI UMUM PROYEK

I.1. Judul Tugas Akhir

Building Commodities Mall

Bagaimana merancang pengaturan sistem peletakan dan penyimpanan barang pada bangunan, dalam kaitannya dengan pengaturan pola tata ruang bangunan dan ragam produk penjualan.

I.2. SPESIFIKASI BANGUNAN

I.2.1. Bangunan

Bangunan komersial berjenis *shopping mall*, massa bangunan yang mewadahi toko -toko dengan ukuran ruang yang sudah di tentukan, beserta ruang penunjang dan ruang servis, terdiri dari 3 lantai, bangunan di investasikan kepada para investor, toko di sewakan kepada para pengusaha / penjual yang ingin menjual produk mereka.

I.2.2. Fungsi Bangunan

Bangunan di fungsikan sebagai tempat penjualan produk berjenis *convenience good*, yang berkaitan dengan *house and building commodities*, berupa kelengkapan kebutuhan membangun bangunan, dengan penekanan penjualan pada produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya house equipment dan produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan.

Penjualan produk tersebut di fasilitasi oleh toko yang menjadi bagian dari bangunan. Selain mewadahi kegiatan di atas, beberapa toko juga memfasilitasi kegiatan penjualan produk jasa, properti, dan kegiatan penunjang lain.

I.2.3. Lokasi dan Site

Site berada di Kawasan Ring Road Barat Yogyakarta, sebelah selatan dari Perempatan Godean, sebelah utara dari pertigaan RingRoad Wirobrajan.

Dasar pemilihan lokasi :

- Luasan lahan yang mencukupi untuk di dirikannya sebuah bangunan.
- Lokasi strategis, akses dari berbagai arah mudah tercapai.
- Akses sirkulasi ke dalam site cukup menunjang untuk mendirikan bangunan komersial di dalam site.

I.2.4. Klasifikasi produk.

Produk berjenis *convenience good*, berupa produk *house and building commodities*, yaitu kelengkapan kebutuhan membangun bangunan, dengan penekanan penjualan pada produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya *house equipment* dan produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan.

Secara umum, produk di klasifikasikan menjadi :

- **Peralatan teknik dan elektrik**,
gardening tools, house tools, lightning tools, electrical tools, compact tools, building automation, sound system, waterproofing items, plumbing tools, alarm and security tools,
- **produk pendukung dan finishing bangunan**
keramik dan penutup lantai, cat, kunci, engsel, perlengkapan kloset, kran, *shower*, wastafel, parket, pintu, jendela, genteng, gypsum, *lightning item, polycarbonat,*
- **produk bangunan lain**
Glasswool, fiberglass, mortar, profil kayu, electronic tools for houses and building, furniture set, kitchen set

- **jasa dan properti**
Zona ini menjual produk jasa yang berkaitan dengan bangunan, antara lain biro konsultan tehnik, penjualan properti, advertising, interior design, jasa ekspedisi.

Selain jenis produk di atas, terdapat pula retail yang di sewakan bagi produk selain *house equipment and building commodities*, seperti *bookstore*, dan *coffe shop*.

Merk produk yang tersedia antara lain :

Produk pendukung dan finishing : *Danapaints, Kanmuri, Toto, Philips, Megaman, Mowilex, Kenari Djaya, AkzoNobel, Esenza, Impero, AM, Roman, AsiaTile, Propan, HuperOptick, sunCool, Tesa, Vohringer, Yale, Frascio, Cobia-Bacco, Llummar, Luxaflex, Mestre, Pro-Safe, Schlage, Jonite, T&J electric, Bizlink, Rubbermaid, Diamond Chairmats, SteelNova, Evergreen, Veco, Clipsal, Quantum, Elaisi, Super Milan, Crittall, weathershield, Zumtobel staff, Fleming, Marvin, Tectum, Kolbe & Kolbe, Pemko, ChicagoFauchets, Pozzi, Schott, Tiscler un Sohn,*

Produk Lainnya : *Bosch, Armourcoat, Cornell, Trimco, John Manville, sharp, primemortar, Decorflex, UltraLansur, Preciosa, Berker, Zeno, Lutron, Clipsal, Swarovski*

I.2.5. Pelaku Kegiatan dan Karakteristik

Pelaku kegiatan di bedakan menjadi :

- **Konsumen / Pengunjung / pembeli**, adalah objek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa. Konsumen sebagai pengunjung dan pembeli menginginkan memperoleh banyak pilihan barang dan kemudahan akses dalam memperolehnya. Selain itu, faktor penghawaan, sirkulasi, pencahayaan sangat berpengaruh pada kenyamanan konsumen di dalam bangunan.
- **Penyewa / Pedagang**, adalah pemakai ruang dengan menyewa dari pusat perbelanjaan untuk di gunakan sebagai tempat penjualan dan atau penyimpanan produknya. Aktivitas yang dilakukan adalah menunggu dan melayani konsumen, bongkar muat barang, menyimpan dan mengatur barang, dan sebagainya.
- **Investor**, sebagai penanam modal memberikan pelayanan dan fasilitas pada bangunan agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang di tawarkan.

- **Pengelola**, Mengelola dan mengatur operasional kegiatan di bangunan. . Pengelola sendiri terbagi menjadi beberapa bagian,
 - *General Manager* dan *Wakil Manager*
 - *Secretary*.
 - *Services Department*, tugasnya adalah menangani masalah, administrasi , pengaturan servis dan pengawasan bangunan..
 - *Marketing*, memasarkan, menangani masalah promosi dan penyewaan retail bangunan, juga masalah informasi bangunan.
 - *Akounting*, mengelola keuangan bangunan
 - *Security*, menjaga dan memelihara keamanan di lingkungan gedung pertunjukan
 - *Petugas parkir*, Menangani masalah pengaturan parkir untuk pengelola, karyawan maupun pengunjung.

I.2.6. Fasilitas Bangunan.

Di bedakan sesuai dengan jenis kegiatan, :

1. kegiatan komersial : penjualan produk utama adalah *house equipment* dan *building commodities*, ditambah dengan produk pendukung : *bookstore*, *coffe shop*, penjualan produk jasa dan properti.
2. kegiatan pengelola : kegiatan manajemen, administrasi dan kegiatan operasional
3. kegiatan servis : parkir, pos jaga, lavatory dan MEE, area bongkar muat,

I.2.7. Teknis Fungsional Toko

- Merupakan pusat perbelanjaan berjenis *shopping mall* (berdasarkan bentuk fisiknya), di mana tersedia toko - toko yang di sewakan yang tergabung dalam satu kompleks penjualan.

- Jenis tempat penjualan berupa toko, dengan ragam ukuran ruang yang di sediakan, terbagi di beberapa lantai yang telah di sediakan.

Toko di bedakan berdasarkan ragam produk yang di jual, yaitu :

1. Toko yang hanya menjual satu merek produk tertentu.
 - merek tersebut menjual ragam produk yang memiliki fungsi yang berbeda.
 - merek tersebut menjual ragam produk yang memiliki kesamaan fungsi namun dengan model atau ukuran yang berbeda.
2. Toko yang menjual berbagai produk dari merek yang berbeda.
 - produk yang memiliki kesamaan fungsi dari merek yang berbeda.
 - produk yang memiliki perbedaan fungsi dari merek yang berbeda.
3. Toko yang menjual jasa sebagai produknya.

Toko house equipment dan building commodities

Toko ini di gunakan untuk menjual produk yang berkaitan produk material pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya peralatan teknik skala ringan, juga produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan. .

Produk ini memiliki fungsi, jenis, merek dan model yang beragam. Dengan skala variasi yang beragam, produk ini harus di tampilkan secara langsung pada pengunjung, dengan skala sampel model sebagai display visualnya. Toko mewedahi kebutuhan ini dengan kebutuhan ruang yang efektif dan efisien.

- Di perlukan pengaturan tata letak yang tepat bagi produk yang di jual di dalam Toko ini, baik dari segi peletakan display produk maupun penyimpanan produk. Hal ini mempengaruhi kenyamanan visual dan kenyamanan sirkulasi pengunjung.
- Untuk *display* produk , ada beberapa kemungkinan penyajian produk, di sesuaikan dengan cara pelayanan untuk mendapatkan produk. Karena sebagian besar tenant menggunakan pelayanan *self selection* (pembeli

memilih barang, kemudian meminta tanda transaksi dan melakukan pembayaran kepada penjual), produk di sajikan dengan pilihan media display antara lain *counter display* (bentuk almari rendah), *cases display* (bentuk almari transparan), *back fixture* (rak almari terbuka / transparan sekaligus tempat penyimpanan), atau dengan penggunaan rak khusus yang di sesuaikan dengan produk yang bersangkutan.

- Sistem pencahayaan dan sirkulasi penghawaan, selain mempengaruhi kenyamanan pembeli dan penjual, akan menentukan kualitas, daya tahan dan karakteristik produk. Pencahayaan buatan yang tepat pada ruang display mendukung karakteristik produk yang di tampilkan. Penghawaan, baik alami maupun buatan, mempengaruhi produk yang ada di dalam retail. ada sebagian produk yang menurun kualitasnya bila terkena cahaya matahari langsung, atau kualitas udara yang terlalu lembab.
- Pada sebagian toko, penyediaan kontak listrik dengan daya yang cukup sangat di perlukan.
- Struktur bangunan yang kokoh untuk menahan beban.

Toko Penunjang

Toko di sewakan untuk jenis produk pelengkap, di mana produk ini cukup berkaitan dengan produk utama yang di jual, secara langsung maupun tidak. Bentuk produk terbagi antara produk jasa dan produk jadi.

Toko book store

- menyediakan beragam buku dengan tema yang beragam. Sebagian besar tema produk adalah yang berkaitan dengan bahan bangunan, house decoration, arsitektur, konstruksi bangunan, *interior design*, *home product*, dan tema yang saling berkaitan.
- Cara pelayanan sebagian besar *self selection*, pengaturan tata letak display dan media penyajian produk harus di selaraskan dengan besaran ruang dan sistem sirkulasi pengguna ruang.

- Bentuk dan cara penyimpanan produk ini di pengaruhi oleh penghawaan dan pencahayaan bangunan.

Produk jasa dan properti

- Toko yang di gunakan sebagai penjualan produk jasa (biro konsultan teknik, *advertising*, *interior design*), dan produk properti (penyewa adalah pengembang properti).
- Toko sebagian besar tidak berisi produk jadi yang di simpan dan di tampilkan, penyewa mengubah konsep penjualan menjadi konsep ruang kerja dan konsultasi.penggunaan *furniture set* dengan tema ruang kerja, interior yang di selaraskan dengan ritme kerja dan konsultasi, untuk produk properti, media dislay yang di gunakan biasanya maket produk properti, banner, audio video display.
- Kenyamanan ruang dalam sangat di perhatikan, berkaitan dengan akustik ruang, pencahayaan dan penghawaan. Penekanan akustik ruang lebih kepada *noise* yang muncul dari luar ruangan, yang secara langsung berpengaruh pada saat klien sedang berkonsultasi atau para calon pembeli properti yang sedang sibuk dengan media promosi. Kenyamanan pada saat klien sedang berkonsultasi juga di pengaruhi oleh sistem penghawaan. Penghawaan buatan memberi nilai lebih di sini. Pencahayaan yang tepat pada media display model properti menambah karakteritik media tersebut.

Coffe shop

- Toko yang di sewakan, di gunakan sebagai sebuah tempat yang memfasilitasi interaksi formal untuk keperluan bisnis maupun interaksi informal (perbincangan umum), atau hanya di gunakan sebagai tempat melepas lelah. Produk yang di jual adalah produk makanan dan minuman.

- Pengolahan ruang yang tepat, kenyamanan ruang sangat di tekankan, terutama kenyamanan penghawaan, karena sistem penghawaan berpengaruh langsung pada kondisi tubuh pengguna. Sistem penghawaan juga berpengaruh pada ruang yang cukup sensitive terhadap bau. Penggunaan sistem penyaluran udara yang tepat bisa membantu mengatasi permasalahan dalam ruang.
- Bentuk pelayanan lebih ke personal service, tersedia media bagi pengguna untuk menikmati layanan (meja, kursi), pengelola menggunakan media pelayanan seperti counter sekaligus kasir, tempat penyimpanan produk, tempat pengolahan produk, dan tempat pendistribusian limbah sisa produk. Peletakan media ini berpengaruh pada kenyamanan sirkulasi pengguna ruang.



BAB II

KAJIAN KONSEP DAN TEORI

II.1. TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN

II.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah sekelompok satuan bangunan komersial yang di bangun dan didirikan pada suatu lokasi yang di rencanakan, di kembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi, 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.

Pengertian lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang dicirikan komersial, yang melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan memetik keuntungan.

Secara umum, pusat perbelanjaan memiliki pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk melakukan kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul dan berekreasi (rileks).

Dari pengertian diatas maka pusat perbelanjaan itu sendiri telah berkonsep sebuah ruang belanja dengan faktor rekreasi sebagai pendukung dan fasilitas penunjangnya. Berhubungan dengan memetik keuntungan dari segi komersial, maka segala aspek yang berhubungan dengan faktor komersial selalu menjadi proses perencanaan yang matang.

II.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

A. Berdasarkan Skala Pelayanan

Di golongan menjadi 3 bagian :

1. Pusat perbelanjaan Lokal (*Neighborhood Centre*),
Jangkauan pelayanan antara 5.000 – 40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 30.000 – 100.000 sq.ft. (2.787 – 9.290 m²). Unit terbesar berupa supermarket.
2. Pusat perbelanjaan Distrik (*Community Centre*),
Jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 300.000 – 1.000.000 sq.ft. (9.290 – 27.870 m²). Unit terbesar berupa Junior Department Store, Supermarket dan toko –toko.
3. Pusat perbelanjaan regional (*Main Centre*),
jangkauan pelayanan antara 150.000 – 400.000 penduduk. (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 300.000 – 1.000.000 sq.ft. (27.850 – 92.990). Unit terbesar Department store.

B. Berdasarkan bentuk Fisik

1. Shopping Street, berupa deretan toko di sepanjang jalan.
2. Shopping Centre, berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari stan –stan (toko) yang di sewakan / dijual.
3. Shopping Precint, berupa kompleks pertokoan dengan stand / toko menghadap ke ruas terbuka yang bebas dari kendaraan.
4. Department Store, berupa toko yang sangat besar, terdiri dari beberapa lantai, menjual berbagai macam barang, barang memiliki tata letak yang khusus, memudahkan sirkulasi dan kejelasan akses, luas lantai berkisar 10.000 – 20.000 m².
5. Supermarket, memiliki toko – toko yang menjual barang kebutuhan sehari – hari dengan sistem pelayanan self service dan area penjualan bahan makanan tidak lebih dari 15% dari seluruh area penjualan. Luas lantai 1000 – 2.500 m².

6. Department Store dan Supermarket, merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum di jumpai (gabungan dua jenis perbelanjaan).
7. Super Store, merupakan toko satu lantai yang menjual macam – macam barang kebutuhan sandang dengan sistem self service, luas antara 5000 – 7000 m², dengan luas area penjualan minimal 2.500 m².

C. Berdasar Kuantitas barang yang di jual

1. Toko Grosir, toko yang menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, dimana barang tidak biasanya di simpan di tempat lain, dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.
2. Toko Eceran (retail), toko yang menjual barang dalam jumlah yang relative lebih sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem retail ini lebih luas dan fleksibel, juga lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang lebih tinggi.

D. Berdasarkan Jenis barang yang di jual

1. Convenience Store, toko yang menjual barang kebutuhan, di mana barang tersebut di butuhkan secara berskala karena adanya keinginan untuk membeli.
2. Demand Store, toko yang menjual barang kebutuhan sehari – hari.
3. Impulse Store, toko yang menyediakan barang sebagai penambah kenikmatan hidup.

II.1.3. Sifat Kegiatan pada Shopping Mall

Untuk kegiatan jual beli dapat di bedakan dalam sifat dinamis dan terbatas. Sifat dinamis yaitu suasana yang ramai karena adanya aliran pengunjung dalam memilih barang yang akan di beli, sedang sifat terbatas berarti terdapat adanya pembatasan, walaupun semua orang bisa terlibat dalam kegiatan tersebut, tetapi hanya kalangan ekonomi tertentu yang mau melakukan dan mampu melakukannya.

II.1.4. Citra Visual Arsitektur

Citra suatu wadah kegiatan adalah gambaran yang terbentuk oleh persepsi pemakai terhadap karakternya (Mangunwijaya 1988, hal 31)

II.1.4.1. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan

Secara umum, pusat perbelanjaan sebagai salah satu fasilitas perdagangan menuntut suatu bentuk penampilan visual yang dapat menggambarkan atau memberi informasi kepada orang di sekitar mengenai bentuk kegiatan yang di wadahi, sehingga dapat mengarahkan orang di sekitarnya untuk datang dan membeli suatu jenis kebutuhan pada fasilitas perdagangan tersebut.

Penampilan suatu wajah komersial pada suatu fasilitas perdagangan mengandung beberapa sifat (Hoytc 1978, hal 1), :

1. Clarity (kejelasan), adalah sifat dari penampilan visual yang dapat menunjukkan gambaran mengenai fungsi dan fasilitas tersebut.
2. Boldness, adalah sifat visual yang menunjukkan kesan menonjol darifasilitas perdagangan tersebut dalam usahanya menarik perhatian dari pembeli.
3. Intimacy (keakraban), adalah sifat penampilan visual yang dapat menunjukkan penampilan visual yang manusiawi.
4. Flexibility (fleksibilitas), adalah suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra, dan alih waktu serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapatkannya.
5. Complexity (kompleksitas), adalah suatu citra yang tidak monoton.
6. Efficency (efisiensi), adalah suatu citra penggunayangoptimal dari setiap jengkal ruang dan biaya yang di keluarkan.
7. Investiveness (kebaruan), adalah citra yang mencerminkan inovasi baru,ekspresif, dan spesifik.

Dari beberapa sifat wajah komersial, fasilitas perdagangan yang intinya mengarah ke aspek kegiatan promosi, dapat merupakn alat keseimbangan dalam mempertahankan kekhasan budaya, yaitu keseimbangan antara pola dan corak penampilan visual yang menekankan aspek promosi dengan pla dan corak penampilan visual pada kesesuaian dengan kekhasan cirri arsitektur yang di pilih.

II.1.4.2. Penampilan visual bagi bangunan

Untuk memenuhi kebutuhan, pengunjung cenderung melakukan aktivitas, baik untuk belanja, rekreasi, ataupun bersosialisasi. Citra penampilan bangunan dapat menjadi beberapa faktor dasar dalam pergerakan tersebut (John Ormsbee, 1961, hal 22), yaitu :

1. faktor pendorong, yaitu kecenderungan pengunjung untuk bergerak menuju suatu tempat memikat, suatu perubahan yang lain (dinamis, kreatif, dan leluasa), menuju ke tempat yang kontras, suatu yang aktual, menuju ketempat kebutuhan manusia atau adanya kegiatan yang menarik.
2. Faktor penghambat, yaitu kecenderungan pengunjung untuk melambatkan gerak dan berhenti yang di sebabkan lelah dalam pengamatan, rintihan fisik, karena suatu tuntutan dan bahaya.
3. Faktor pengarah, kecenderungan pengunjung mengikuti arah yang di bentuk secara halus dengan gubahan dari bentuk struktural dan alami, symbol dan warna serta skala, jalur yang dinamis dan pola sirkulasinya.
4. Faktor perangsang, untuk kecenderungan pengunjung yang terangsang untuk beristirahat dengan terlibat keadaan tanpa tujuan, ingin mendapatkan privacy dari fungsi yang ada, baik struktur maupun alami, untuk berkonsentrasi dalam pemenuhan kebutuhan jasmani, makan dan minum.

Faktor di atas dapat menjadi pertimbangan bagi penampilan visual suatu fasilitas komersial untuk mempengaruhi pengunjung menuju bangunan untuk melakukan kegiatan. Kontak visual secara langsung dengan pengunjung untuk menarik perhatian adalah dengan penampilan bangunan.

II.2. TINJAUAN KHUSUS MALL

II.2.1. Unsur – unsur dalam Shopping Mall

Shopping Mall merupakan gambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen – elemen : 9

1. Anchor (magnet), merupakan transformasi dari “nodes”, dapat pula berfungsi sebagai landmark. Perwujudannya berupa plaza atau anchortenant dalam mall.
2. Secondary anchor, merupakan transformasi dari “district”, perwujudannya berupa tenant pengecer, store, supermarket, super store, dan bioskop.
3. Street Mall, merupakan transformasi dari “paths”, perwujudan berupa pedestrian yang menghubungkan magnet – magnet.
4. Landscaping (pertamanan), transformasi dari”edges”, sebagai pembatas shopping mall dengan tempat luar.

II.2.2. Karakter Dasar Shopping Mall

II.2.2.1. Tata letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi sukses tidaknya suatu mall adalah tata letak dan dimensi shopping mall. Bentuk umum yang sering di gunakan pada massa bangunan adalah bentukan / tata ruang yang sederhana, seperti bentuk huruf “I, T, L”. Bentukan sederhana ini di sesuaikan dengan karakteristik pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko / tempat yang dituju.

Pola Shopping Mall dalam kaitannya dengan penyebaran dan hubungan anchor :

1. Bentukan dasar LINEAR configuration, dengan variasi bentuknya, bila di lihat dari segi sirkulasi, memiliki sirkulasi linear sederhana yang mudah di pahami dan tidak membingungkan, namun menimbulkan kemonotonan. Penataan ruang berpola dumb bell sehingga ruang ruang akan mendapatkan nilai ekonomis yang sama.
2. Bentukan dasar LOOP configuration, memiliki bentukan yang lebih kompleks dengan space yang lebih variatif, memungkinkan menampilkan suasana yang

berbeda pada tiap space di dalam bangunan. Orientasi yang berbeda juga dimungkinkan untuk di dapatkan pada tiap sisi bangunan.

3. Bentukkan dasar CLUSTER configuration, di mana sirkulasi cenderung membingungkan, melelahkan dari segi visual karena pandangan beberapa kali tertuju pada pusat bangunan. Tiap ruang memiliki nilai ekonomis yang sama. Memungkinkan perencanaan anchor yang lebih banyak. [

Untuk dimensi mall, tidak ada kriteria mengenai panjang maksimal. Berdasarkan penelitian di AS, panjang minimal mall 180 meter dan maksimal 240 meter. (Frics, Northen and Hascoll, M, Shopping centre, 1977). Ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, pada prinsipnya mall tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan ke ujung mall. Untuk mengantisipasi hal tersebut, dan untuk mencapai tujuan setiap outlet mempunyai akses yang sama terhadap pengunjung, maka di perlukan adanya anchor pada tempat tertentu, dengan jarak antar anchor kurang lebih 100 – 200 meter. Anchor dapat berupa square, courts, food courts, atau tempat – tempat santai lain yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan. Anchor tersebut harus memperhatikan total area luasan, minimal 10 % dari total luas lantai.

II.2.2.2. Bentukkan Mall

Bentukan Mall menurut Maithland Bary 13, adalah :

1. Mall Terbuka (open mall), yaitu mall tanpa pelingkup. Keuntungan dari bentuk ini adalah kesan yang luas dan perencanaan teknis yang mudah, sehingga biaya pembangunan dan perawatan lebih murah. Kerugian dari bentukkan ini berupa permasalahan yang berkaitan dengan climate control dan secara langsung berpengaruh terhadap kenyamanan. Mall terbuka menempatkan pejalan kaki pada daerah di antara pertokoannya. Salah satu kenyamanan pada mall ini di tergantung oleh daerah bayang – bayang matahari yang terbentuk di antara pertokoan tersebut.
2. Mall Tertutup (enclosed mall), yaitu mall dengan pelingkup atap dan berupa bangunan lengkap, dimana penjual dan pembeli berlindung dari cuaca karena bangunan tertutup dan terkontrol (kenyamanan climate control). Bentukkan ini

dalam rangka untuk mewujudkan bentuk yang lebih kompak dan efisien. Dengan menerapkan konsep mall terbuka pada ruang tertutup kenyamanan dapat terjaga dan nilai komersial tiap tenant menjadi relatif sama. Kerugian dari bentuk ini lebih pada biaya perawatan yang tinggi dan memiliki kesan kurang luas.

3. Mall Terpadu (integrated mall), merupakan gabungan dari dua bentukan mall diatas. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Bentuk ini di pakai untuk mengatasi permasalahan penghawaan, keborosan energi, dan climate control, serta mahalnya biaya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Bentukan ini juga untuk mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup



II.1. PROSES PERANCANGAN

PENDEKATAN DALAM PROSES PERANCANGAN :

- PENDEKATAN PRODUK
- PENDEKATAN KOMERSIAL
- PENDEKATAN TATA RUANG BANGUNAN

III.1.1. PENDEKATAN PRODUK

Produk yang di jual pada shopping mall adalah produk yang berkaitan dengan house and building commodities, yaitu kelengkapan kebutuhan membangun bangunan, dengan fokus penjualan pada produk pendukung dan finishing pembangunan, termasuk di dalamnya house equipment dan produk pelengkap dan penunjang interior maupun eksterior bangunan.

Klasifikasi untuk produk ini berdasarkan jenisnya :

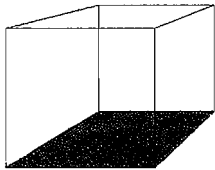
1. Produk Finishing dan pelengkap bangunan : keramik, cat, kunci – gembok – engsel, handel pintu, window fixture, parket, bathroom fixture (kran, shower, water heater, wastafel), lightning fixture, plumbing fixture.
2. Produk pengisi bangunan : furniture set, kitchen set, house and office set, bathroom set.
3. Tools product : gardening tools, house and building tools, compact tools

Bangunan yang mewadahi dan memfasilitasi kegiatan komersial berkaitan dengan produk bahan bangunan ini memiliki beberapa pendekatan yang perlu dipertimbangkan. Pendekatan berdasarkan pada pola dan tata letak ruang di fokuskan pada bagaimana bangunan dapat memberikan kejelasan konsep bentuk dan besaran ruang, kemampuan ruang dalam mengatur dan memfasilitasi ragam produk yang berbeda, kemampuan ruang memberikan alur sirkulasi yang jelas dan efektif bagi pengguna.

KONSEP BENTUK DAN BESARAN RUANG
KONSEP ZONING PRODUK PADA BANGUNAN
KEMAMPUAN BANGUNAN MEMFASILITASI
PENYIMPANAN PRODUK

KONSEP BENTUK DAN BESARAN RUANG

BENTUK RUANG TOKO



PRODUK YANG DI JUAL DENGAN CARA DI PAMERKAN (DISPLAY PRODUCT).

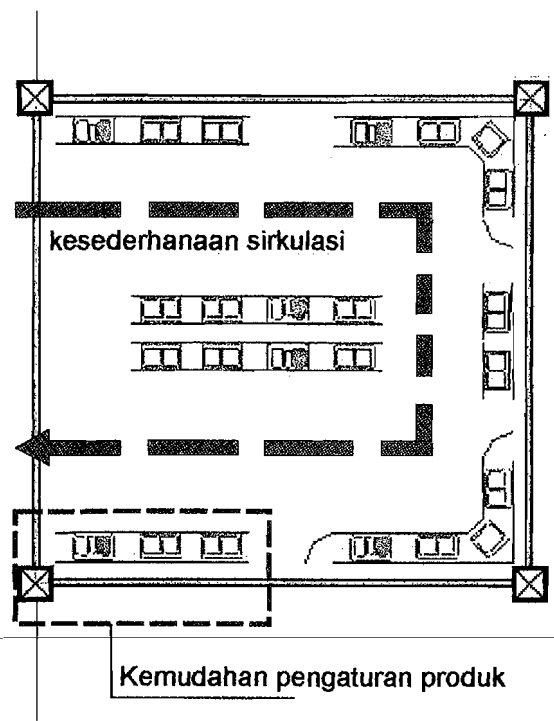
KEBUTUHAN BENTUK RUANG DISPLAY AGAR NILAI JUAL PRODUK MENINGKAT.

VIEW SIRKULASI PENGOLAHAN RUANG

BENTUK TOKO SEBAGAI RUANG PAMER DAN PENJUALAN BERUPA SEGI EMPAT DENGAN PENINGGIAN BIDANG SISINYA.

DARI SEGI PENGOLAHAN RUANG, BENTUK INI MEMBERIKAN KETERATURAN BAGI MELETAKAN PRODUK DI DALAMNYA, MELETAKAN PRODUK LEBIH EFEKTIF, MODIFIKASI RUANG DALAM DENGAN PENGOLAHAN BENTUK LEBIH MUDAH DI APLIKASIKAN.

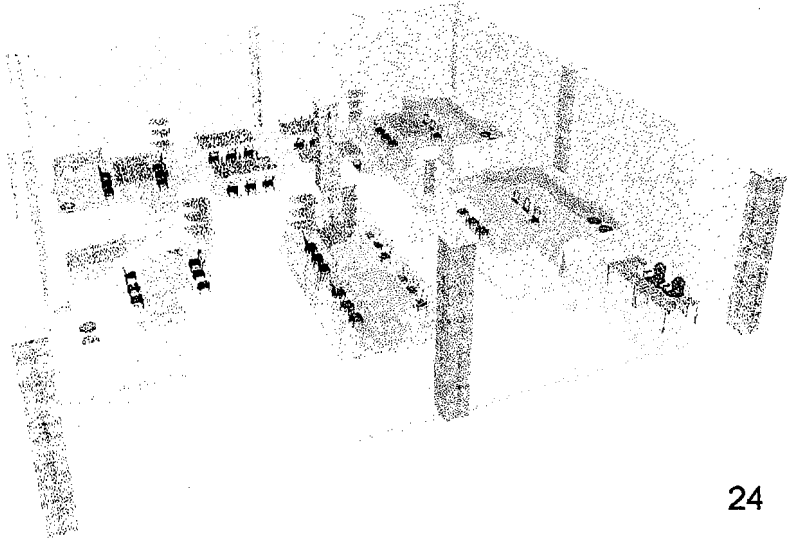
PENERAPAN POLA SIRKULASI SEDERHANA DALAM RUANG DAN KEMUDAHAN PENCAPAIAN TIAP PRODUK DI DUKUNG OLEH BENTUKAN INI.



1. PENGATURAN TATA LETAK PRODUK DISPLAY YANG TERATUR MEMBERIKAN NILAI LEBIH DARI SEGI VIEW PRODUK.

2. KONTINUITAS VIEW DALAM RUANG LEBIH TERJAGA DENGAN PENGGUNAAN BENTUK INI.

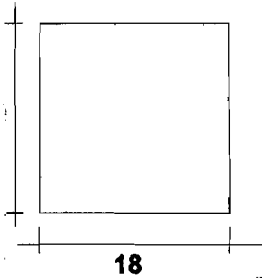
3. KEMUDAHAN PENGOLAHAN RUANG DAN MATERIAL YANG DUKUNG VIEW RUANG MUDAH DI APLIKASIKAN PADA BENTUKAN INI.



BESARAN RUANG TOKO

BESARAN RUANG DI DASARKAN PADA JENIS PRODUK, DIMENSI PRODUK, JUMLAH PRODUK YANG DI DISPLAY DAN DI JUAL TIAP TOKO, DAN CARA MEMAMERKAN - PENYAJIAN PRODUK.

RUANG UKURAN 21 X 18 M²



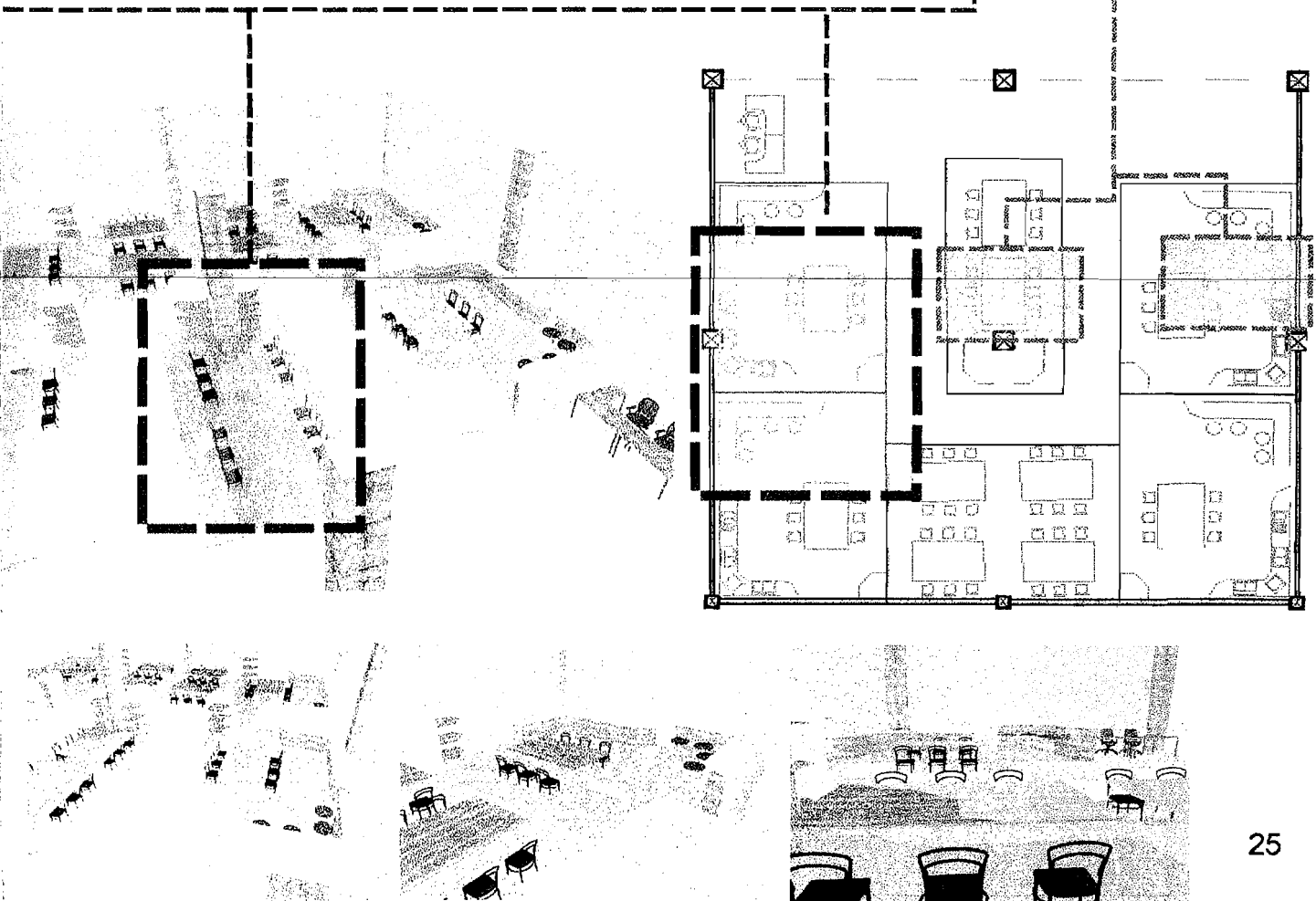
Ruang di gunakan untuk menjual produk dengan kategori jenis produk pengisi bangunan, yaitu furniture set, kitchen set, office set, house decoration dan interior, bathroom set, bedroom set. (produk terdiri dari satu kesatuan produk dengan fungsi yang berbeda dan saling berkaitan).

Dimensi per satuan produk tersebut membutuhkan ruang yang cukup luas untuk penempatan display produk.

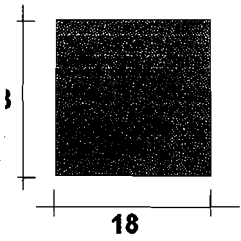
Jumlah produk yang di pameran lebih dari satu jenis dan fungsi, di sesuaikan dengan tema dan fungsi froduk masing-masing.

Cara penyajian produk biasanya berupa simulasi ruang sesuai dengan

Cara penyajian produk biasanya berupa simulasi ruang sesuai dengan fungsi produk, atau bisa juga dengan per set produk di letakkan terpisah sesuai dengan fungsi masing-masing.



JANG UKURAN 324 M²



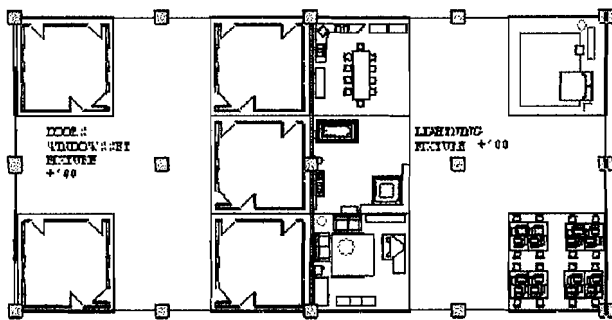
Ruang di gunakan untuk menjual produk yang di sesuaikan dengan zoning ruang vertikal berdasarkan produk pada bangunan.

Untuk ground floor, ruang dapat di gunakan untuk produk bathroom set. Untuk lantai satu, ruang dapat di gunakan untuk produk doors and windows set fixture, lightning fixture.

Untuk lantai dua, ruang dapat di gunakan untuk produk kunci, door and window fixture.

Jumlah produk yang di pameran lebih dari satu jenis dan fungsi, di sesuaikan dengan tema dan fungsi produk masing-masing.

Cara penyajian produk berupa simulasi ruang sesuai dengan fungsi produk, atau dengan per satuan produk di letakkan terpisah sesuai dengan fungsi dan jenis masing-masing.



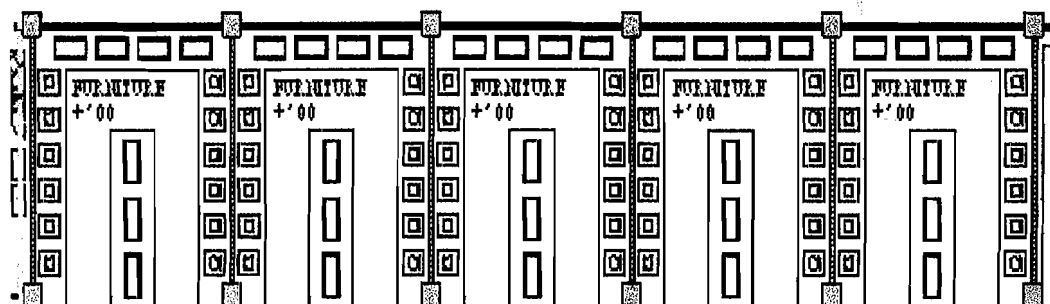
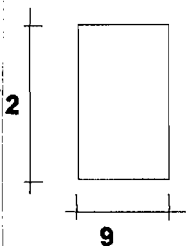
TOKO 18 X 18 m

Ruang di gunakan untuk menjual produk finishing bangunan, seperti door fixture, key fixture, plumbing fixture, compact tools.

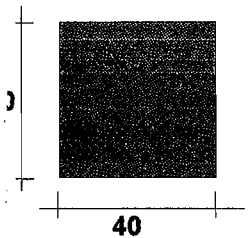
Luasan display ruang terbatas, mampu untuk menjual produk dengan dimensi yang kecil dengan ragam fungsi.

Cara penyajian produk berupa simulasi produk yang di pameran, sesuai dengan produk yang di jual.

JANG UKURAN 9 x 12 M²



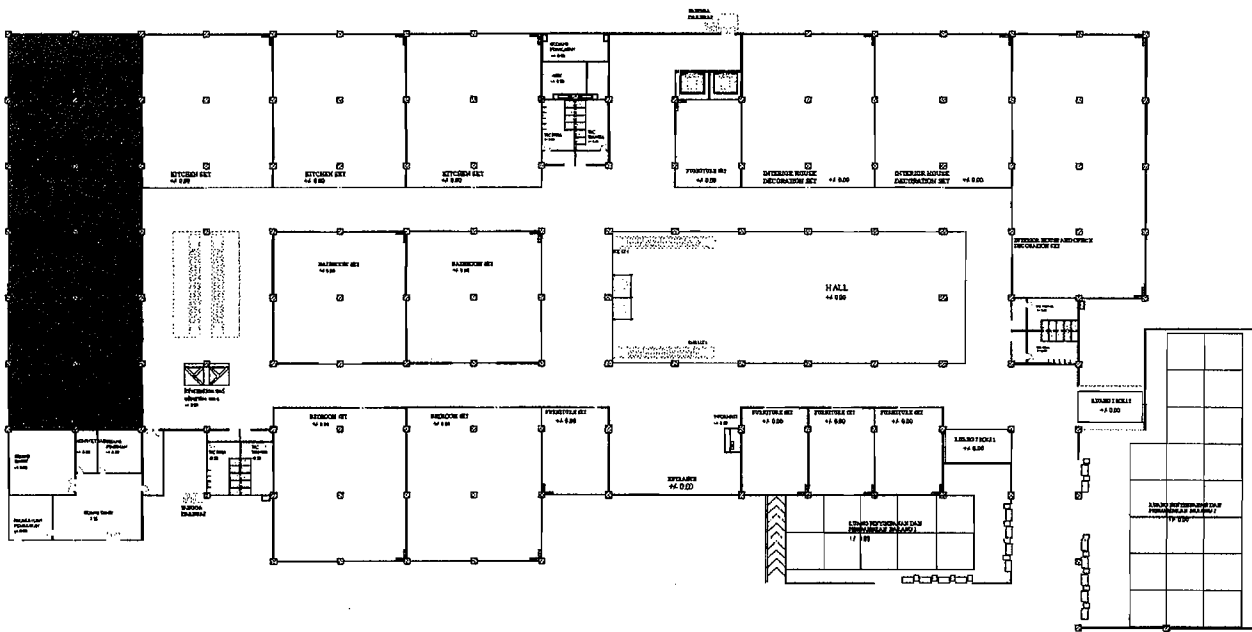
ANCHORTENANT



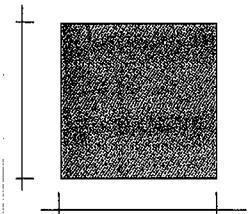
Ruang sebagai anchor tenant, yaitu sebagai magnet penarik penjualan pada bangunan. Dengan luasan ini penjualan ragam produk yang lebih lengkap dapat terwadahi.

ruang dengan luasan 54 X 18 m² ini terdapat di lantai dasar dan 45 X 18 m² pada lantai satu. untuk lantai dasar menjual set produk pengisi bangunan, untuk lantai satu menjual produk satuan furniture dengan ragam jenis, bentuk dan fungsi.

Cara penyajian produk berupa simulasi ruang sesuai dengan fungsi produk, atau dengan per satuan produk di letakkan terpisah sesuai dengan fungsi dan jenis masing-masing.



RUANG TAMBAHAN



Ruang terdiri dari variasi ukuran ruang, disesuaikan dengan peletakan ruang tersebut pada bangunan.

ruang ini terletak pada sisi sudut bangunan, berfungsi untuk melengkapi ruang yang tersisa dari penyusunan ruang pada bangunan.

Cara penyajian produk di sesuaikan dengan produk yang di pamerkan dan letak ruang itu sendiri berdasarkan zoning produk.

KLASIFIKASI DAN ZONING PELETAKAN PRODUK PADA BANGUNAN

Problem spesifik yang menjadi acuan berkaitan dengan produk yang dijual adalah peletakan produk pada ruang yang tepat.

Pertimbangan – pertimbangan yang perlu di perhatikan :

Segi jenis – jumlah produk, berat, dan dimensi produk. Hal ini berkaitan dengan pembagian produk yang mempengaruhi posisi peletakan produk pada ruang – ruang yang di sediakan. Pengolahan struktur dan besaran fungsi ruang menjadi pertimbangan lain.

Untuk memudahkan dalam pengaturan peletakan, produk yang di jual klasifikasikan menurut berat per satuan produk yang di display pada tiap tenant.

- **Produk Ringan** : keramik, kunci – gembok – engsel, door and window fixture, parket, bathroom fixture (kran, shower, water heater, wastafel), lightning fixture, gardening tools, house and building tools, compact tools.
- **Produk Sedang** : pintu dan kelengkapannya, jendela dan kelengkapannya, gardening tools, cat, house and building tools, Lightning tools and fixture, furniture,
- **Produk Berat** : kitchen set, bathroom set, interior decoration set, furniture set for houses and building.

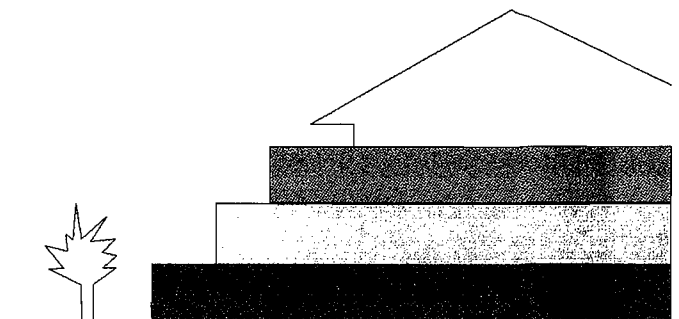
ZONING PELETAKAN VERTIKAL PRODUK PADA BANGUNAN.

Dari pertimbangan klasifikasi di atas, penentuan zoning peletakan produk secara vertikal pada bangunan menurut tingkatan lantai :

LANTAI DUA : prioritas produk yang di letakkan adalah produk dengan kategori Produk Ringan.

LANTAI SATU : prioritas produk yang di letakkan adalah produk dengan kategori Produk Sedang.

ZONING VERTIKAL PADA BANGUNAN



SISTEM PENYIMPANAN DAN PELAYANAN PENGAMBILAN BARANG PADA BANGUNAN.

Pertimbangan lain yang berkaitan dengan pendekatan permasalahan dari segi produk adalah pengaturan sistem penyimpanan dan pelayanan pengambilan barang pada bangunan.

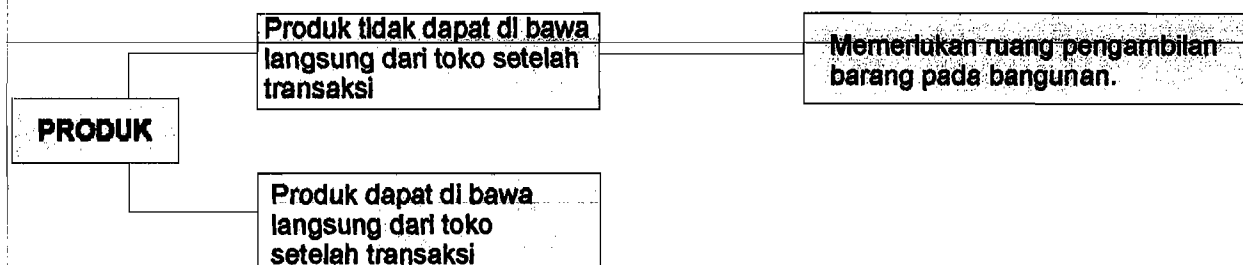
Produk yang diperdagangkan pada bangunan adalah produk bahan bangunan dengan ragam jenis yang berbeda. pertimbangan yang perlu di perhatikan :

ari segi penyimpanan / stok produk.

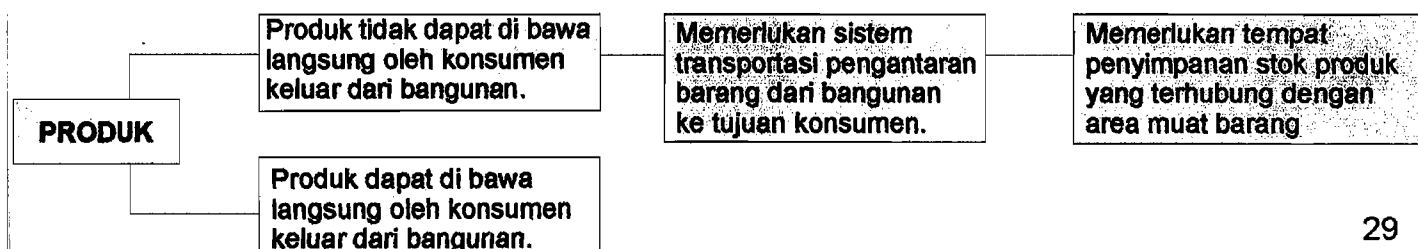
Tidak semua stok produk di simpan dalam satu ruangan dengan produk yang di display. produk klasifikasikan dengan pertimbangan adanya produk yang membutuhkan ruang khusus di luar ruang display sebagai ruang penyimpanan (di lihat dari segi jumlah barang yang di simpan, dimensi in berat barang itu sendiri, juga pertimbangan penjual memerlukan ruang yang maksimal untuk display produk), dan adanya produk yang dapat di simpan bersamaan dengan produk yang di splay dalam satu ruang.



Klasifikasi produk berdasarkan bisa tidaknya produk yang di terima setelah bertransaksi di bawa langsung oleh pembeli dari dalam toko. pertimbangan berdasarkan jumlah, dimensi dan berat produk, juga dari segi kenyamanan konsumen ketika berada dalam bangunan.



Klasifikasi produk berdasarkan bisa tidaknya produk yang di beli konsumen di bawa langsung oleh konsumen keluar dari bangunan atau di perlukan sistem pengantaran barang dari bangunan ke tujuan yang di kehendaki konsumen. di perlukan tempat penyimpanan yang langsung berhubungan dengan area muat barang untuk pengantaran.



JANG PENYIMPANAN PADA BANGUNAN.

Bangunan menyediakan 2 jenis ruang penyimpanan, 1 ruang yang berfungsi sebagai ruang penyimpanan barang sekaligus berfungsi sebagai ruang pengambilan barang (letak di lantai dasar), dan 1 ruang penyimpanan barang di basement.

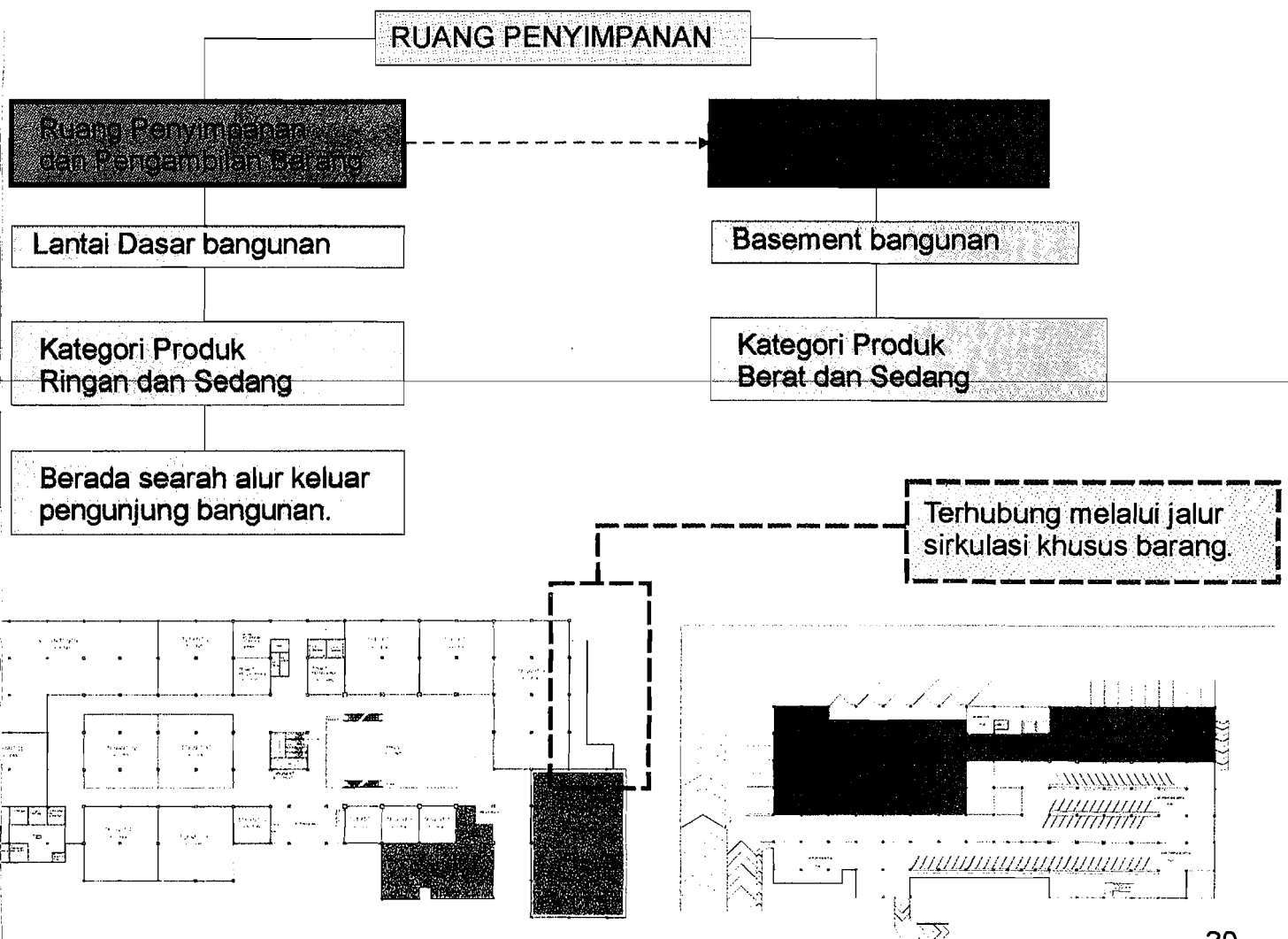
Ruang Penyimpanan dan Pengambilan Barang.

Ruang memiliki fungsi ganda, sebagai ruang penyimpanan produk dan pelayanan pengambilan barang.

Produk yang di letakkan dalam ruang penyimpanan adalah produk yang masuk ke dalam kategori ringan dan sebagian dari produk kategori sedang.

Terletak pada lantai dasar bangunan, berada searah dengan alur keluar pengunjung dari bangunan (pertimbangan kemudahan sirkulasi ketika mengambil barang).

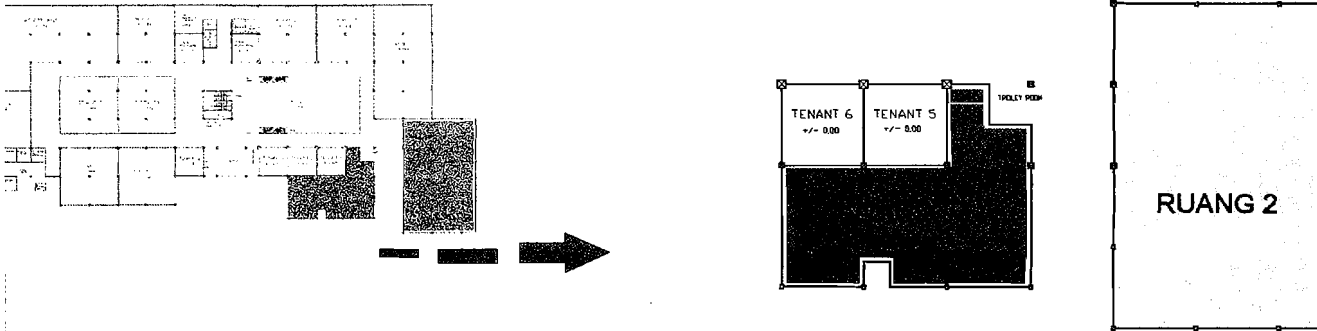
Ruang ini di hubungkan dengan ruang penyimpanan di basement, melalui jalur sirkulasi khusus barang di luar bangunan.



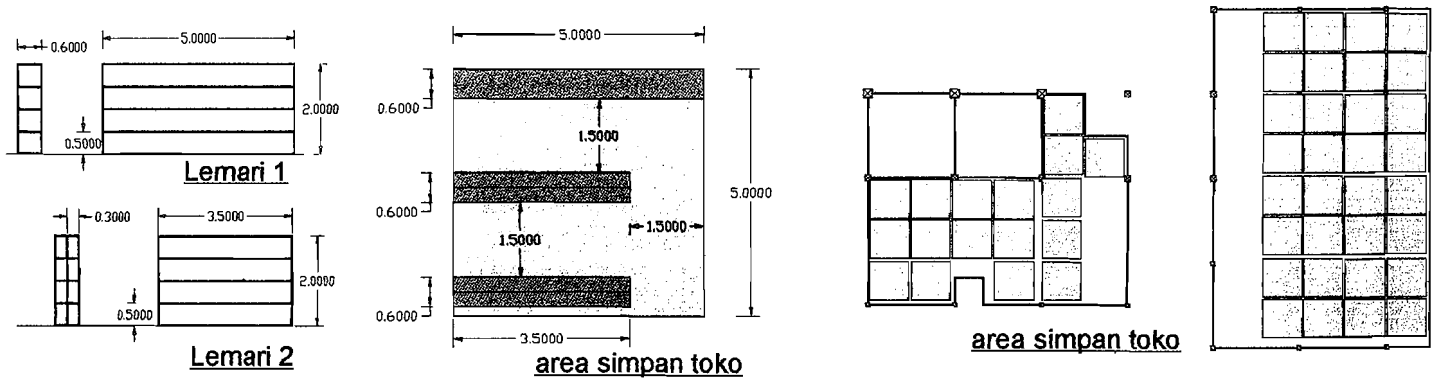
KNIS RUANG

knis Ruang Penyimpanan dan Pengambilan Barang.

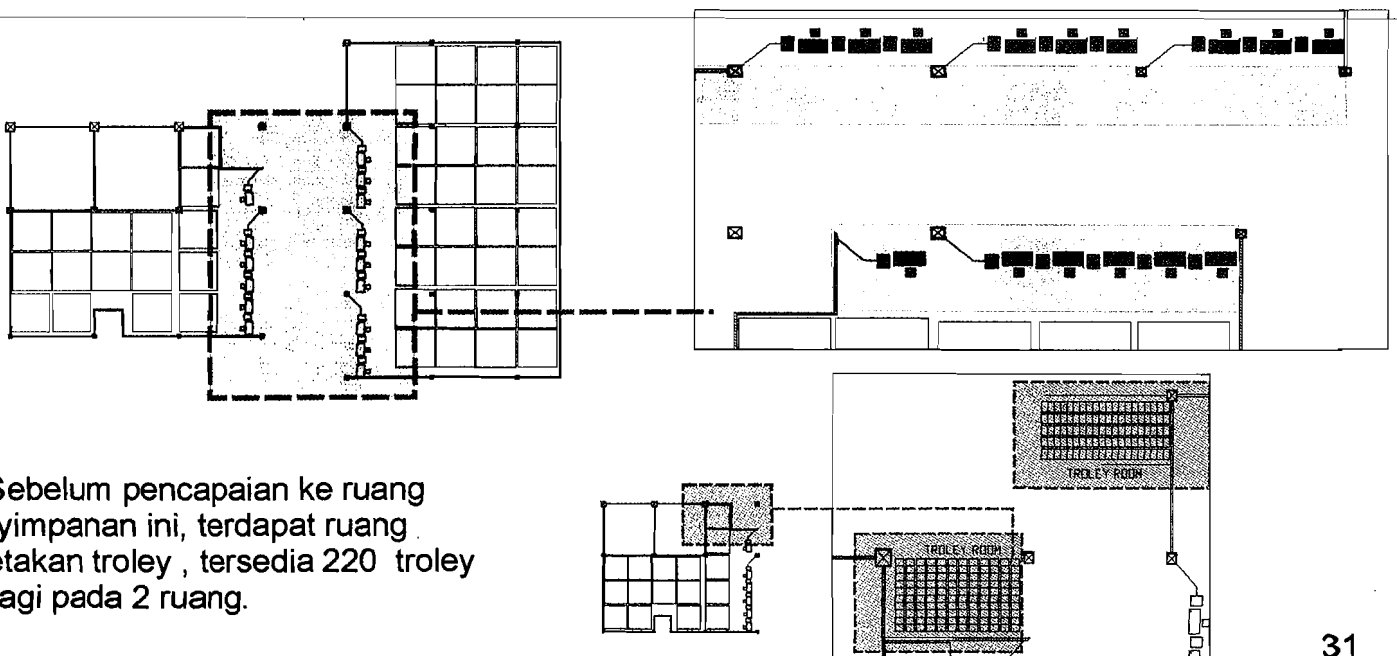
Ruang penyimpanan terbagi menjadi 2 ruang terpisah. Pembeda ruang di tandai dengan nomor, ruang 1 dan ruang 2. Pertimbangan pemisahan ruang agar mempermudah sirkulasi dan lancar pengambilan barang.



Pembagian letak produk yang di simpan, di susun berdasarkan jumlah toko yang menjual produk gan-sedang, dengan batasan space 25 m² per toko (termasuk sirkulasi).



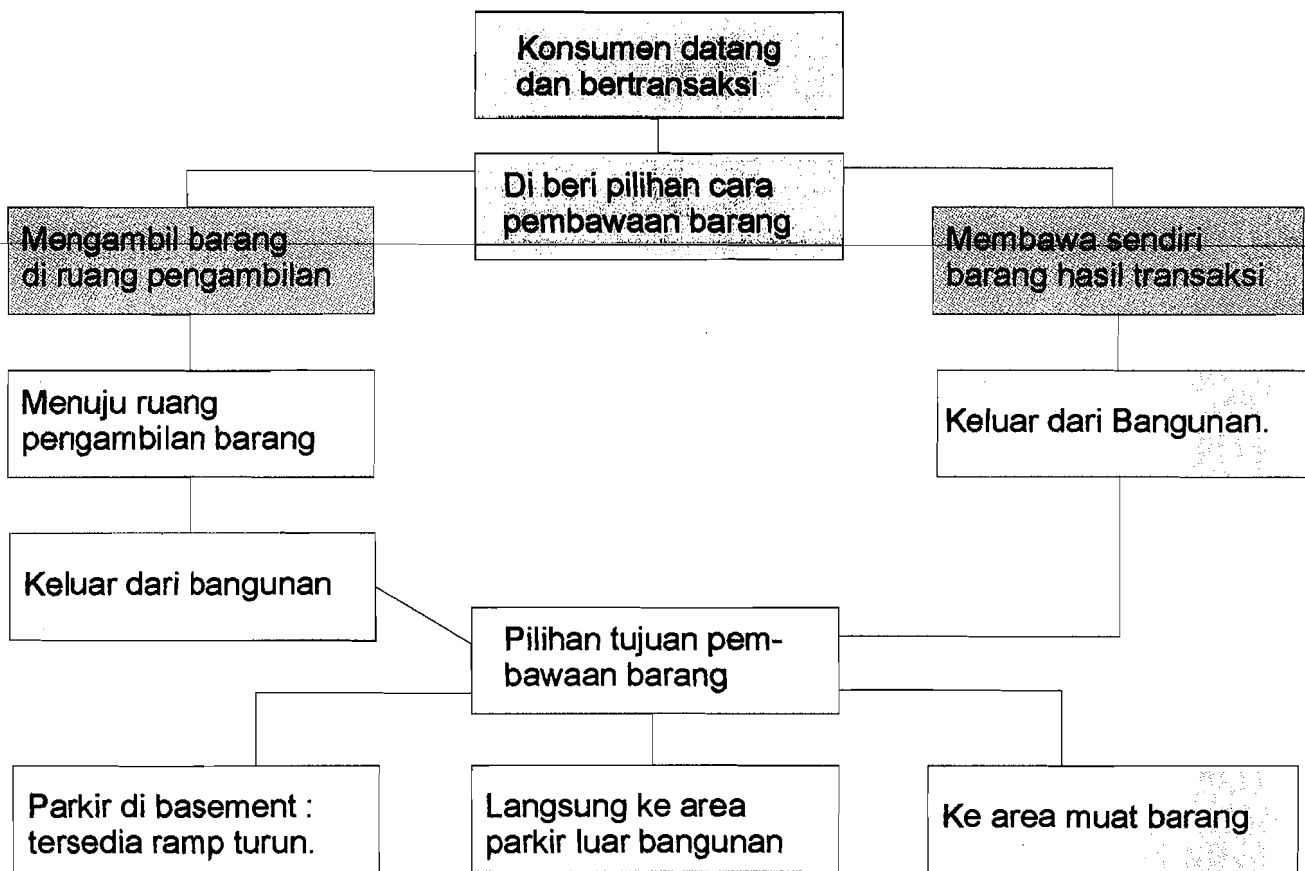
Satu ruang penyimpanan terdiri dari 6- 9 tempat pelayanan pengambilan barang. Karyawan dibagi menjadi dua, karyawan penjaga ruang penyimpanan - pengambil barang.



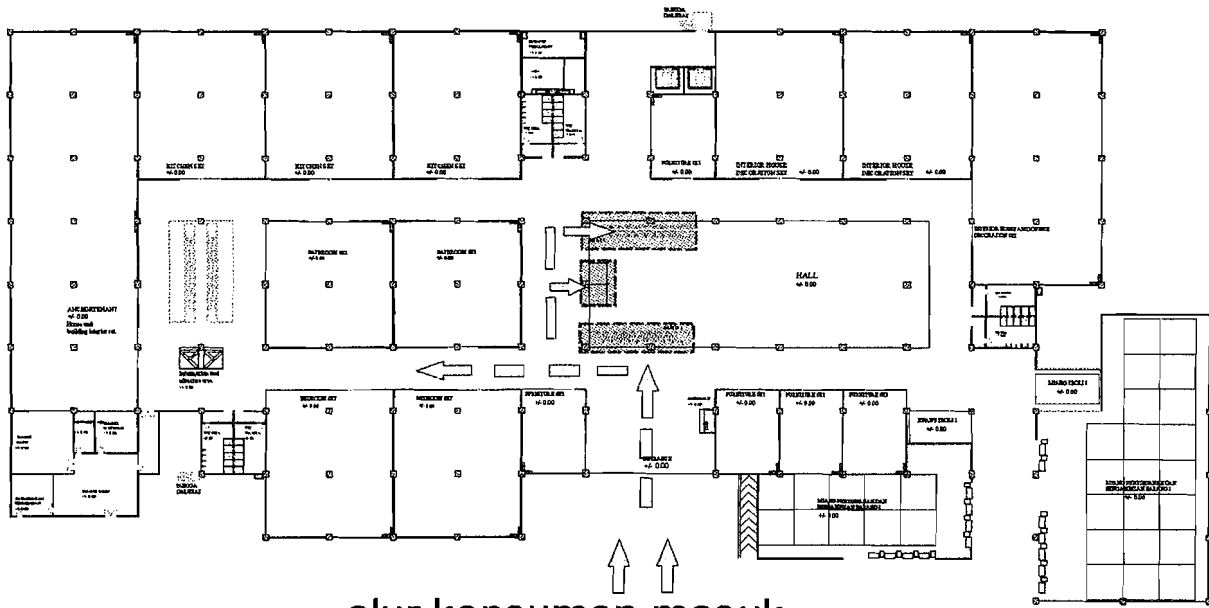
Sebelum pencapaian ke ruang penyimpanan ini, terdapat ruang letakan trolley, tersedia 220 trolley bagi pada 2 ruang.

Sirkulasi Konsumen berkaitan dengan Ruang Penyimpanan dan Pengambilan Barang.

- Konsumen datang ke bangunan, berkeliling dan melakukan transaksi.
- Ketika melakukan transaksi, terutama pada toko yang menjual produk dalam kategori ringan-rang, konsumen di beri nota transaksi dengan pilihan, apakah ingin langsung membawa barang yang sudah di beli atau mengambil di ruang pengambilan barang di lantai dasar. Nota di beri nomor sesuai dengan nomor ruang pengambilan. pertimbangan pembagian ini berdasarkan jumlah barang yang di beli dan kenyamanan konsumen.
- Setelah selesai berkegiatan di dalam bangunan, konsumen menuju ruang keluar bangunan dan sekaligus mengambil barang yang telah di beli pada ruang pengambilan.
- Setelah selesai mengambil barang, konsumen di beri pilihan berdasarkan kebutuhan pembawaan barang :
 1. konsumen yang memarkir kendaraan di basement dapat langsung membawa barang menuju ruang parkir basement melalui ramp yang tersedia.
 2. konsumen yang memarkir kendaraan di area parkir di luar bangunan dapat langsung membawa barang menuju area parkir.
 3. tersedia area muat barang, berupa open space khusus konsumen menunggu dengan membawa barang, kendaran berhenti di tempat yang di sediakan, konsumen memasukkan barang ke kendaraan, dan keluar dari site.



ur Pengunjung Bangunan berkaitan dengan Ruang Penyimpanan dan Pengambilan Barang.

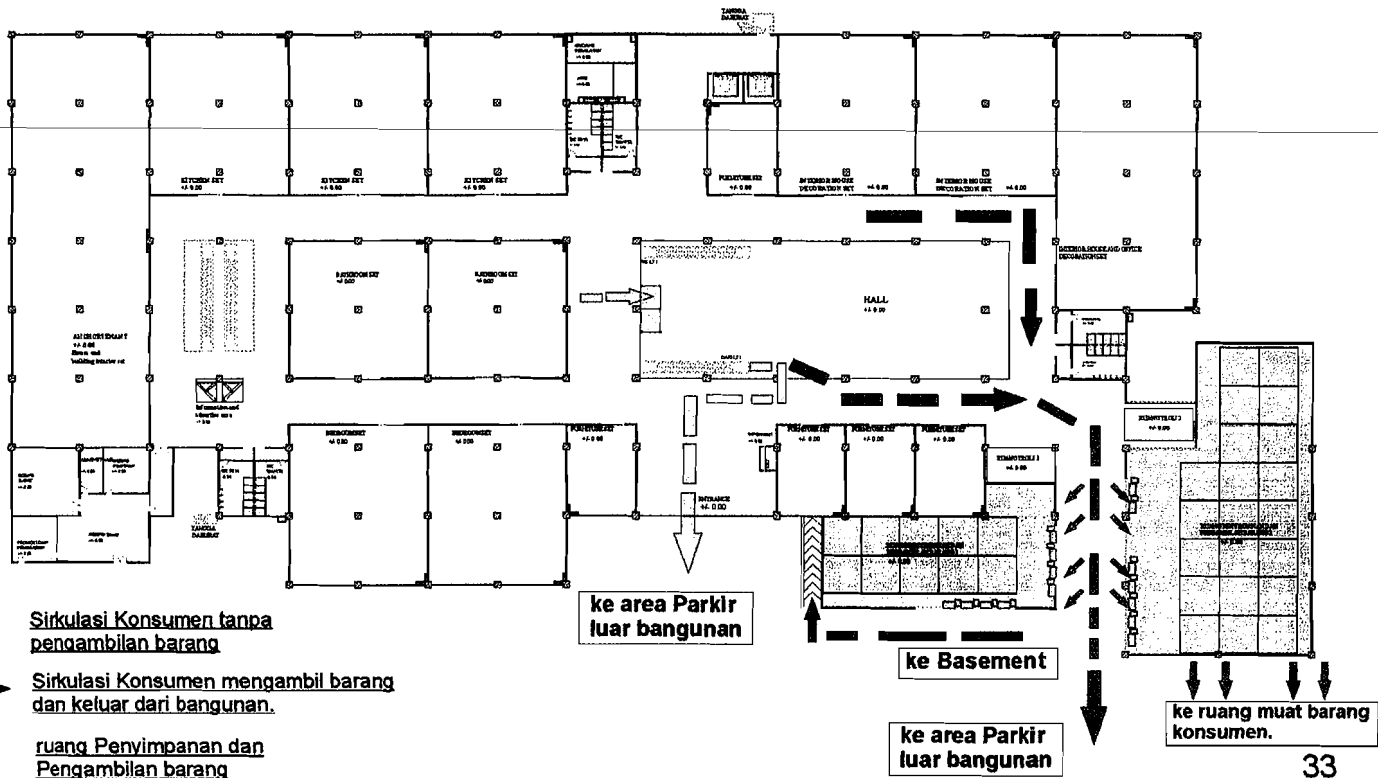


alur konsumen masuk

area penghubung vertikal antar lantai

alur konsumen masuk

alur konsumen keluar



Sirkulasi Konsumen tanpa pengambilan barang

Sirkulasi Konsumen mengambil barang dan keluar dari bangunan.

ruang Penyimpanan dan Pengambilan barang

ke area Parkir luar bangunan

ke Basement

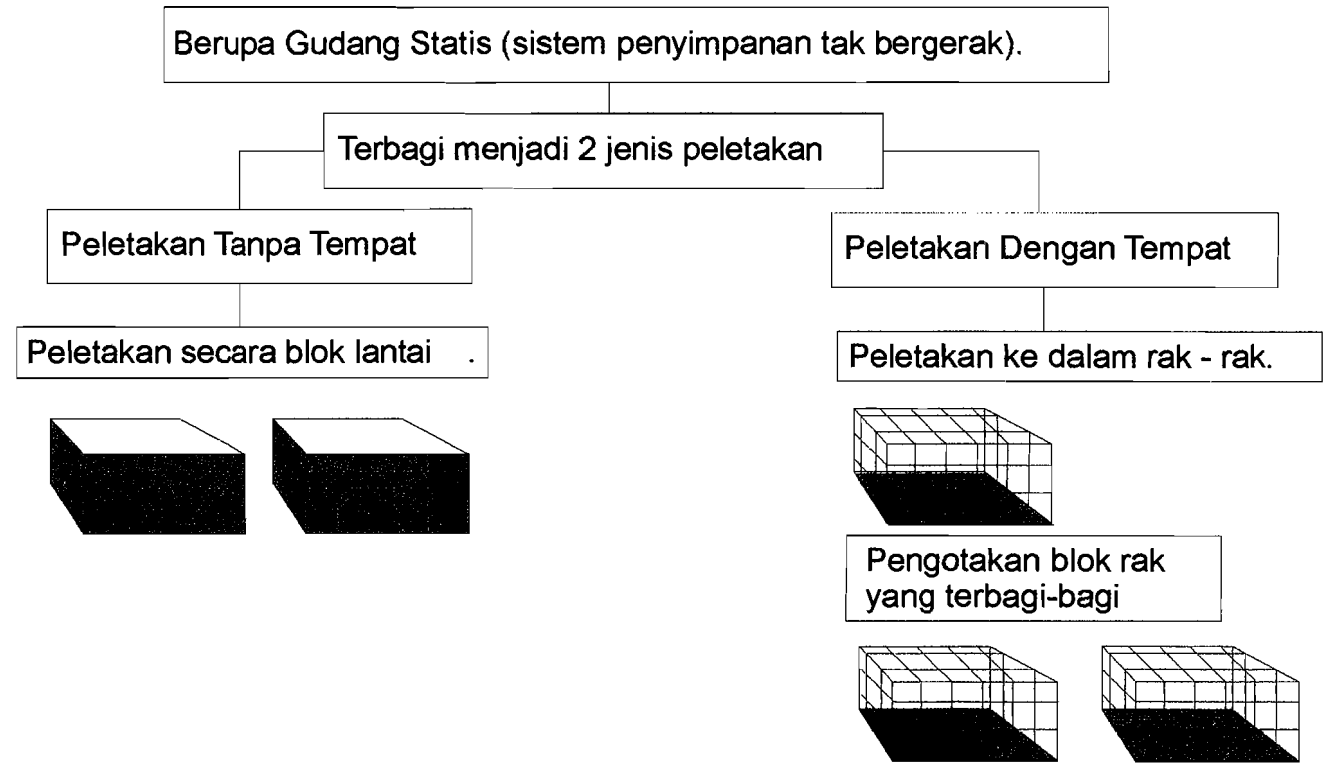
ke area Parkir luar bangunan

ke ruang muat barang konsumen.

Ruang Penyimpanan Barang

Ruang penyimpanan di fungsikan untuk menyimpan produk dengan prioritas kategori produk berat, dan dapat pula di gunakan untuk produk sedang-ringan.

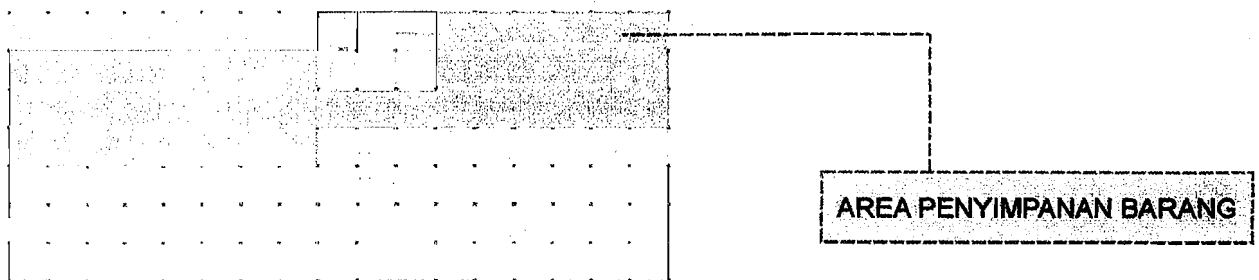
Terletak di lantai basement bangunan, dengan sistem penyimpanan :



Cara penyimpanan di dalam gudang berupa penyimpanan secara blok dan penyusunan dengan rak yang tinggi,

dengan pertimbangan tingkat penggunaan ruang dan bidang cukup tinggi dan frekuensi pergerakan uga pengambilan barang yang mudah dan menyeluruh.

Gudang penyimpanan di basement ini terhubung lagsung dengan ruang bongkar muat barang. Dengan sistem semi basement pada bangunan, sistem pengantaran barang dan bongkar muat barang dapat di distribusikan langsung ke gudang penyimpanan.



Sistem Transportasi barang

Sistem distribusi barang ke bangunan terbagi dua, distribusi dari luar ke bangunan dan dari bangunan ke luar bangunan.

Sistem Transportasi dan Distribusi barang pada bangunan.

Dari Luar ke Dalam bangunan.

Barang yang akan di jual pada bangunan diantar dengan alat transport : truk biasa, truk gandeng, truk furniture, mobil bak terbuka.

Tersedia jalur kendaraan masuk khusus untuk kegiatan servis barang.

Kendaraan angkut di arahkan menuju area bongkar muat barang di basement.

Setelah kegiatan bongkar muat, kendaraan keluar dari area servis melalui jalur khusus.

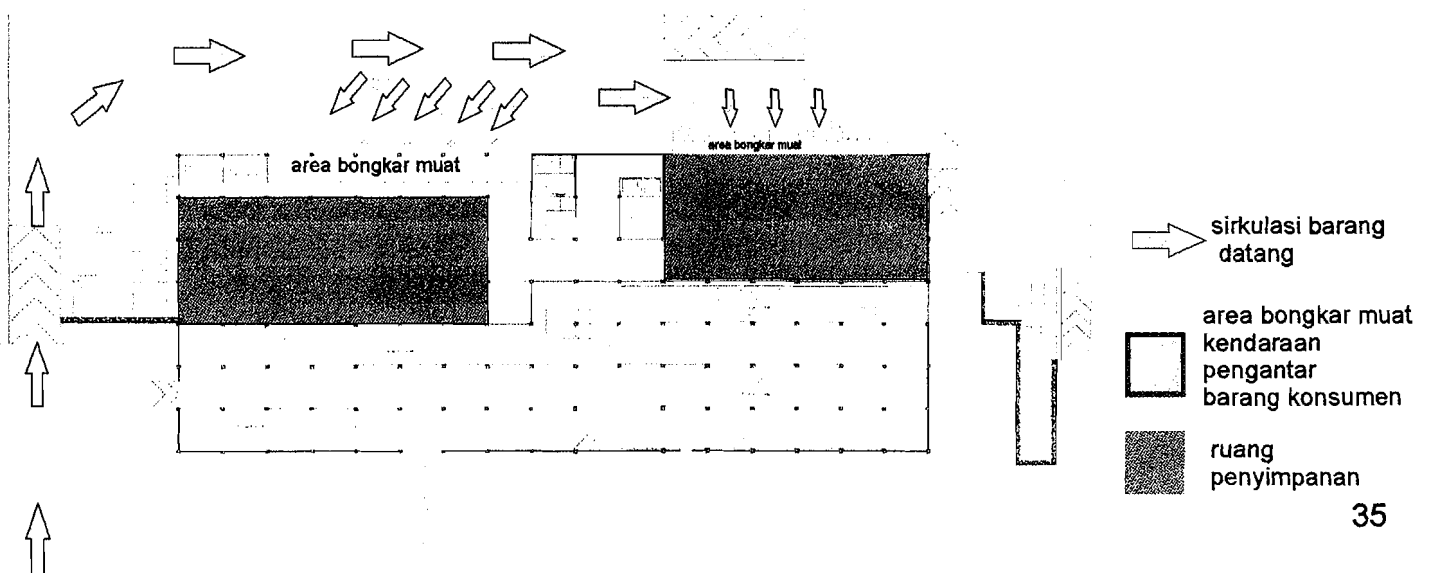
Dari Dalam Bangunan ke Luar

Kebutuhan pengantaran barang hasil transaksi konsumen ke tujuan.

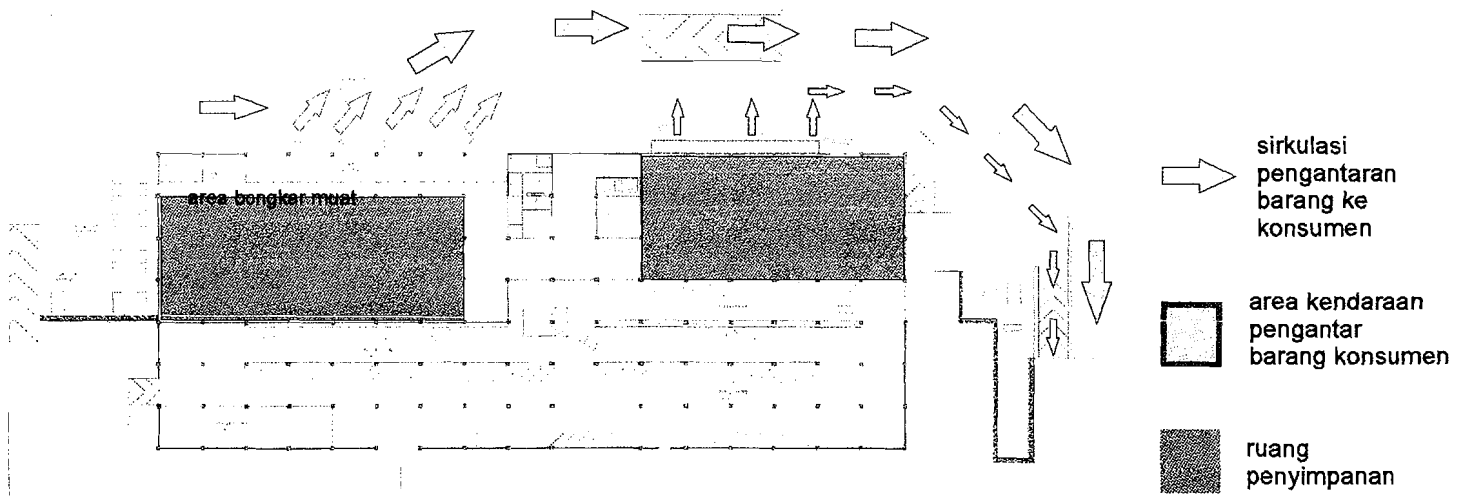
Alat transportasi : truk, mobil bak terbuka, truk furniture. Terdapat area parkir khusus kendaraan servis, terhubung dengan area bongkar muat barang dan gudang penyimpanan.

Setelah kegiatan bongkar muat untuk pengantaran barang, kendaraan keluar dari area servis melalui jalur khusus.

Sirkulasi kedatangan barang ke bangunan



SCHEMATIC DESIGN



sirkulasi pengantaran barang ke konsumen

1.2. Pendekatan Komersial Pada Bangunan

Tertarikan Visual Bangunan.

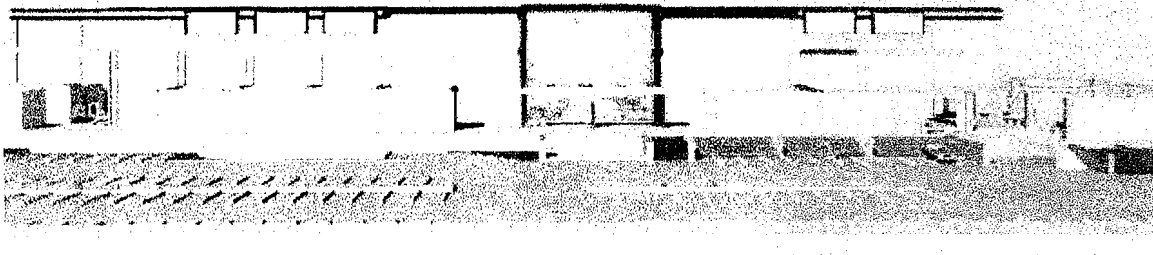
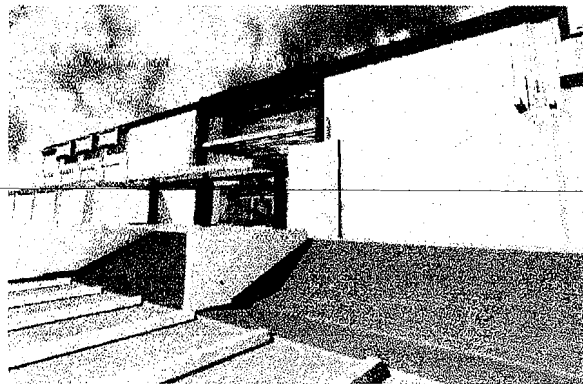
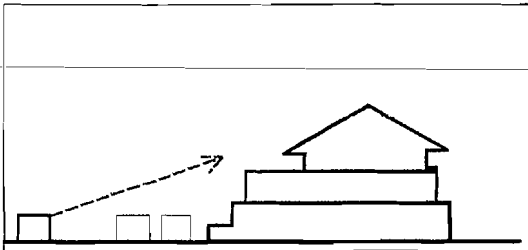
Di bedakan menjadi 2, yaitu aspek visual dari luar bangunan dan aspek visual dalam bangunan.

Aspek Visual dari luar Bangunan.

Bangunan komersial sebagai fasilitas perdagangan menuntut suatu bentuk tampilan visual yang dapat menggambarkan atau memberi informasi kepada orang - orang di sekitar mengenai bentuk kegiatan yang di wadahi, sehingga dapat menarik calon konsumen untuk datang ke bangunan tersebut.

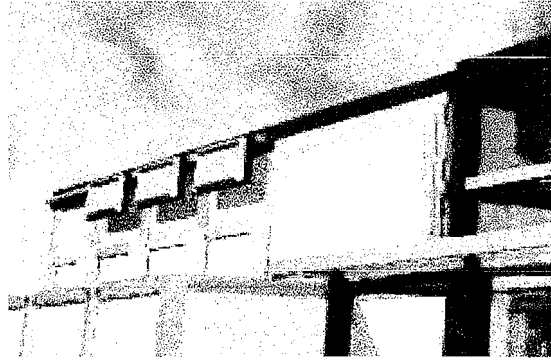
Konsep - konsep visual yang di terapkan pada bangunan, :

Boldness (kejelasan terhadap penonjolan visual bangunan), dengan pengolahan level bidang horizontal / dasar bangunan. pengolahan ketinggian level lantai luar bangunan selain bertujuan untuk menjadikan ruang transisi antara luar dan dalam bangunan, juga dapat menjadikan derajat kontinuitas bangunan terhadap ruang di sekitar terpisah, tergantung pada skala ketinggian. Kesan dramatis bangunan(mengundang orang untuk tertarik ke bangunan secara visual) akan terbentuk. Bangunan juga menjadi point of view dari ruang - ruang di sekitarnya di dapatkan.

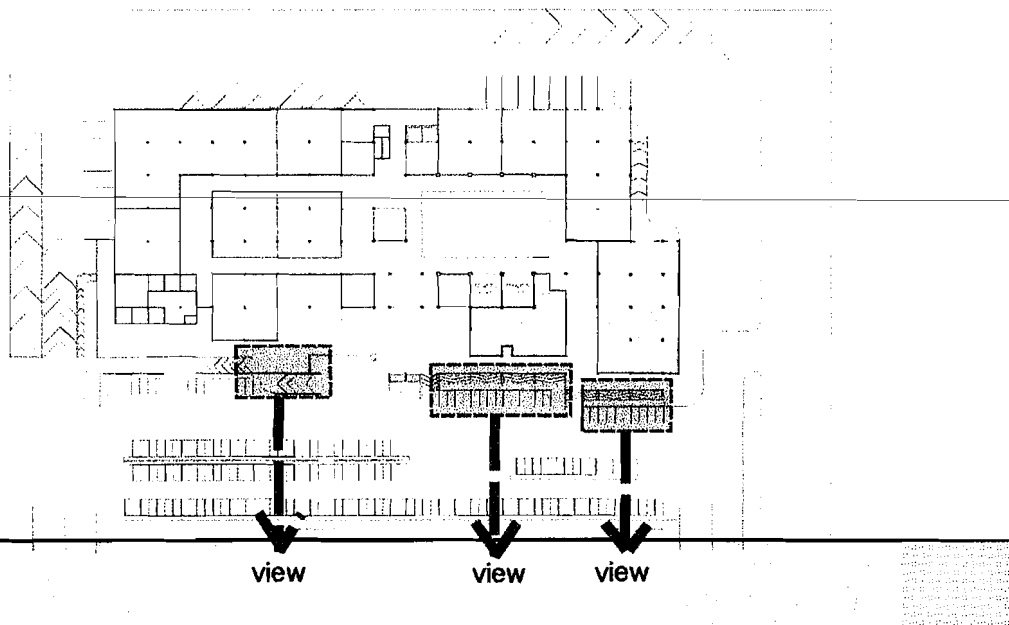





Clarity, kejelasan mengenai fungsi dan kegiatan bangunan. antara lain di tunjukkan oleh :

Fasade, Penekanan visual pada bangunan terlihat pada penggunaan media promosi berupa mini board yang di pasang pada bangunan, berfungsi mengiklankan produk yang di jual pada bangunan. Peletakkannya yang menjadi satu dengan bangunan, terutama terletak pada fasad muka bangunan, di letakkan dengan pertimbangan kejelasan visual oleh calon konsumen dan komposisi arsitektural bangunan.



Penunjang visual bangunan sebagai sebuah bangunan komersial lain adalah pengaturan ruang ar kegiatan konsumen - pengguna pada bangunan terlihat oleh calon konsumen di luar area bangunan. Pengaturan ruang di fokuskan pada peletakan ruang pengambilan barang pada bangunan. kegiatan konsumen mengambil barang dan membawa ke area parkir di depan bangunan, kegiatan konsumen menunggu dan memasukkan barang pada area muat barang, di konsentrasikan pada bagian depan bangunan dengan kontinuitas visual terhubung dengan area - area sirkulasi di ar site.



-  ruang pengambilan barang
-  area kegiatan konsumen
-  JALAN

ngolahan lain yang menunjang faktor komersial bangunan secara visual antara lain :

Pengolahan media promosi berupa papan iklan - billboard pada area yang berhubungan langsung dengan area sirkulasi di luar site, seperti area sepanjang pagar depan pembatas site dengan jalan utama.

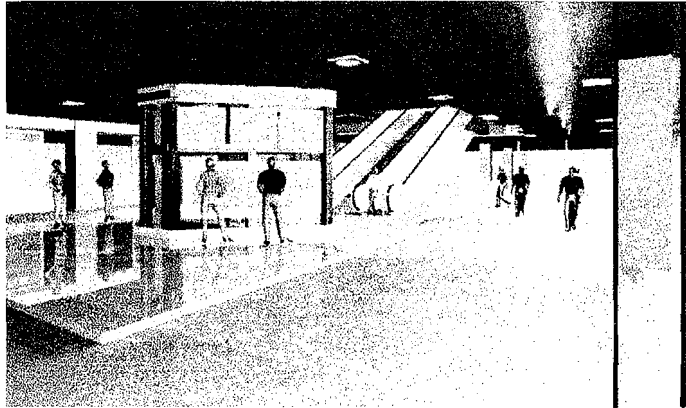
Pengolahan elemen -elemen bentukan pada bangunan, dan saling berkaitan dengan pengolahan pencahayaan pada tampilan luar bangunan, yang menjadi penguat visual bangunan sebagai bangunan komersial.

Pengolahan entrance menuju site dari luar dengan penggunaan ornamen dan media yang mendukung aspek komersial bangunan, seperti pemberian papan nama yang menandai bangunan sebagai bangunan komersial.

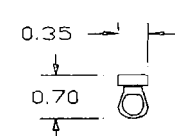
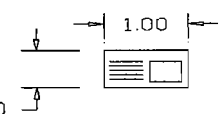
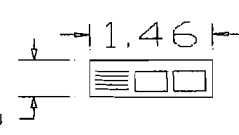
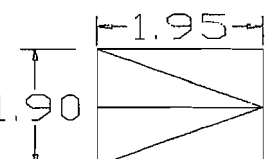
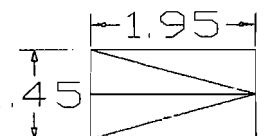
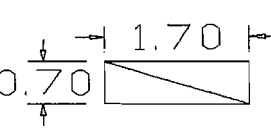
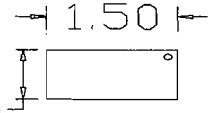
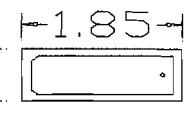
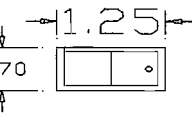
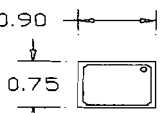
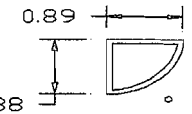
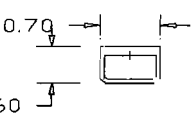
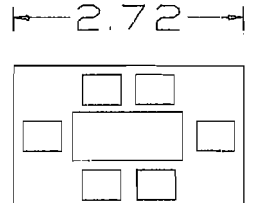
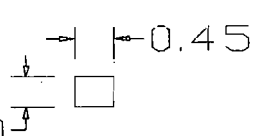
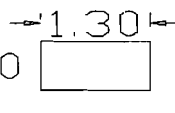

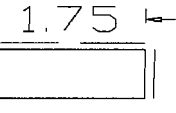
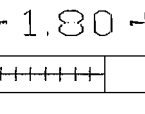
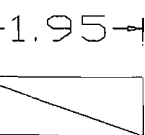
Aspek Visual dari Dalam Bangunan.

Aspek visual yang mencerminkan kegiatan komersial dari dalam bangunan berkaitan dengan faktor - faktor pendukung kegiatan menjual dan memamerkan produk pada toko.

Pengolahan Media promosi dan informasi di dalam bangunan, dengan cara pengaturan tata letak yang disesuaikan dengan sirkulasi dan fungsi ruang dalam pada bangunan. Media promosi berupa billboard, media Audio Video berupa televisi layar lebar, juga media informasi berupa papan informasi letak dan arah toko dalam bangunan, juga penggunaan ruang informasi bagi pengunjung.



Jkuran dari ragam furniture

     	<p>water closet</p> <p>tempat cuci piring</p> <p>tempat cuci piring double</p> <p>tempat tidur double</p> <p>tempat tidur double</p> <p>tempat tidur anak</p>	     	<p>meja tulis /meja kerja</p> <p>bak mandi</p> <p>bak mandi kecil</p> <p>bak air</p> <p>bak air sudut</p> <p>wastafel</p>
  	<p>table set 6 orang</p> <p>kursi</p> <p>meja makan</p>	   	<p>sofa single/ kursi besar</p> <p>sofa double</p> <p>lemari baju gantung</p> <p>tempat tidur single</p>

PENDEKATAN BANGUNAN.

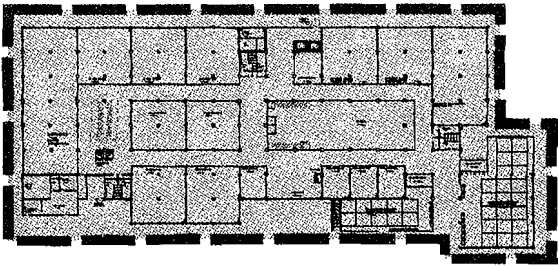
Pendekatan Tata Massa Bangunan.

pertimbangan dalam menentukan pemilihan tata massa - ruang bangunan :

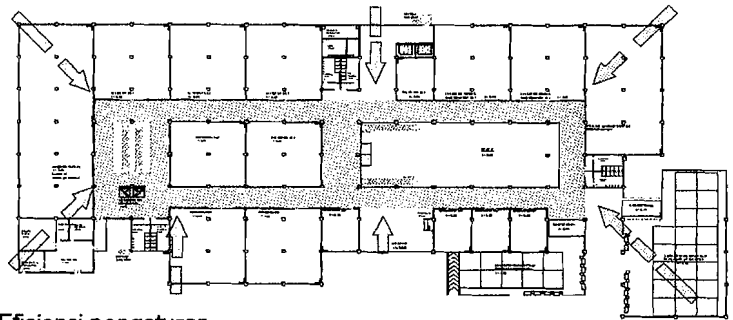
1. Jumlah massa bangunan.

lihat dari jumlah massa penyusun, tata bangunan terbagi dua :

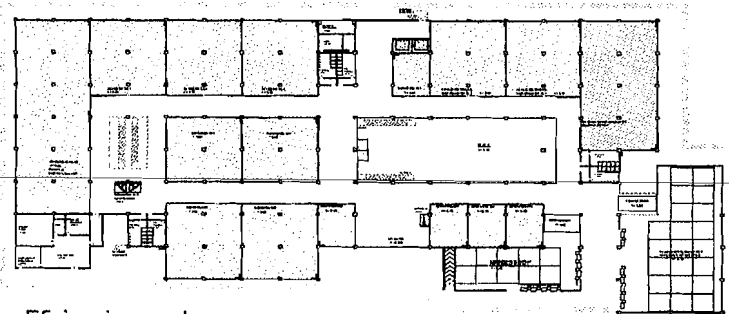
- Massa Jamak, yang terdiri dari ruang- ruang kegiatan dalam beberapa massa kecil.
- Bangunan ini menggunakan konsep MASSA TUNGGAL, yaitu penggabungan berbagai fungsi kegiatan kedalam satu massa bangunan. Pertimbangan tingkat efisiensi dari segi sirkulasi, pembagian ruang dan luasan ruang.



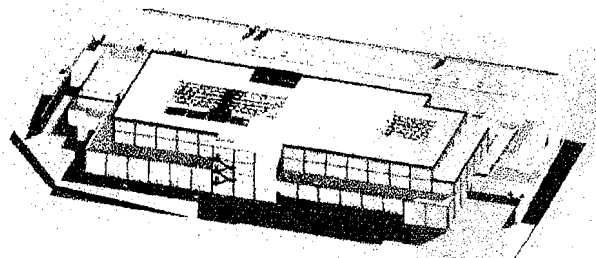
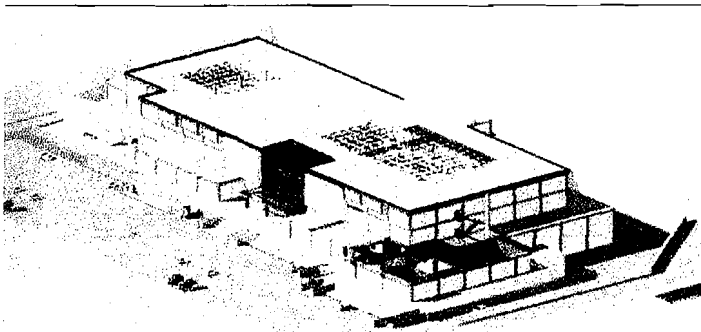
Konsep Massa Tunggal
pada Bangunan



Efisiensi pengaturan
bentuk sirkulasi



Efisiensi pengaturan
tata ruang dan besaran

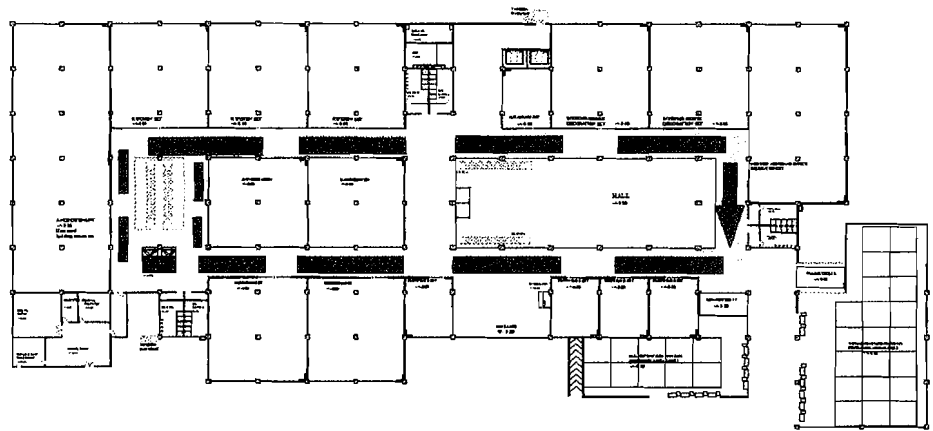
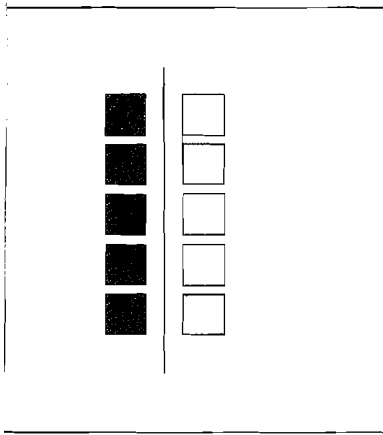


2. Organisasi Ruang pada Bangunan

Ruang - ruang pada bangunan di susun dengan konsep Organisasi Linier, dengan pertimbangan

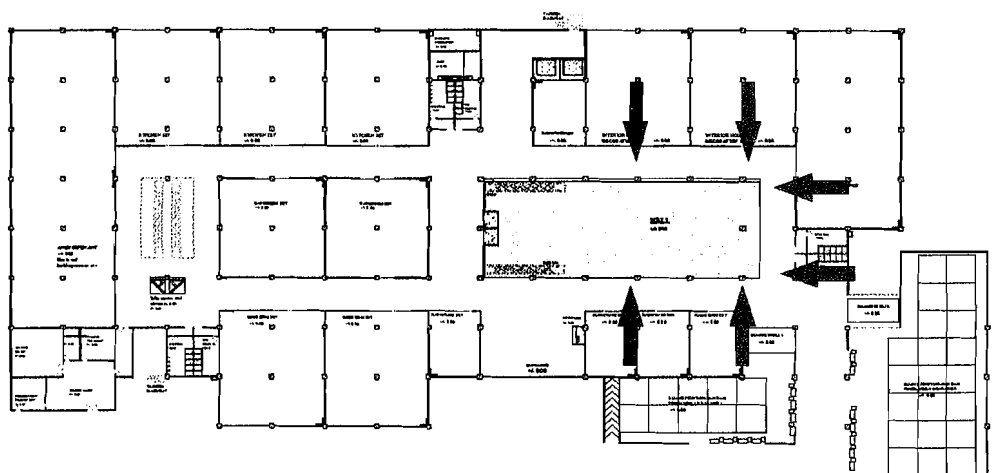
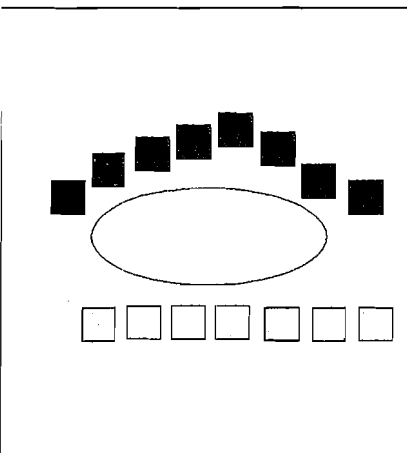
- Organisasi Linier terdiri dari ruang yang berulang, mirip dalam hal ukuran, bentuk dan fungsi, di sun membentuk suatu alur pergerakan, tiap ruang dapat saling berhubungan bila terdapat ruang nghubung yang berbeda dan terpisah. Kesederhanaan sirkulasi yang terbentuk dari pola ngaturan ruang linear menjadi pertimbangan pemilihan.

uang - ruang di dalam bangunan memiliki fungsi ruang yang sama, yaitu sebagai tempat menjual rang, saling berhubungan berdasarkan fungsinya, dan di hubungkan dengan ruang linier berupa



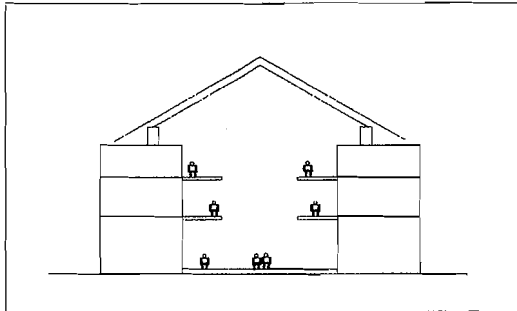
- Organisasi Linier dapat disusun dengan bentuk tertentu menghasilkan ruang - ruang baru. Ruang tersebut dapat di olah menjadi pengikat ruang linier di sekitarnya atau dapat pula menjadi ngnifikasi ruang pada bangunan.

uang-ruang di dalam bangunan yang di susun secara linier membentuk ruang yang menjadi Hirarki ada bangunan. Terlihat pada ruang Hall pada bangunan, terbentuk akibat penyusunan ruang linier sekitarnya.

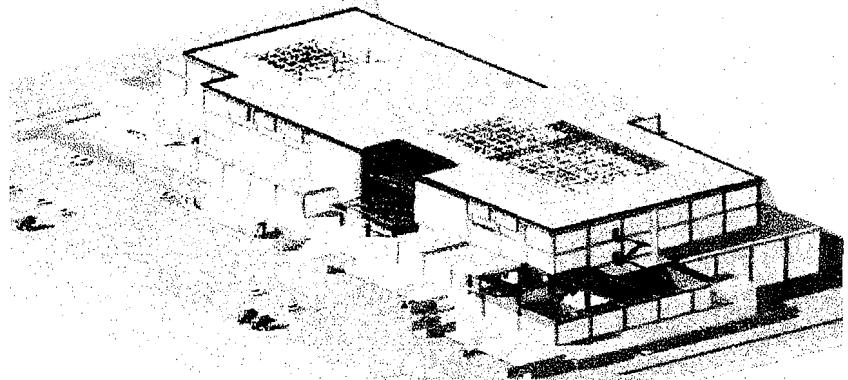


Pendekatan Bentuk Mall.

Bentuk yang di gunakan bangunan sebagai shopping Mall adalah Enclosed Mall (Mall tertutup), dengan definisi mall dengan pelingkup atap dan berupa bangunan lengkap, di mana penjual dan pembeli terlindung dari cuaca karena bangunan tertutup dan terkontrol (nyaman dan climate control). Pertimbangan bentuk bangunan yang lebih terintegrasi, kompak dan efisien dari segi fungsi dan pengaturan ruang-ruang menjadi konsep pemilihan bentuk ini.

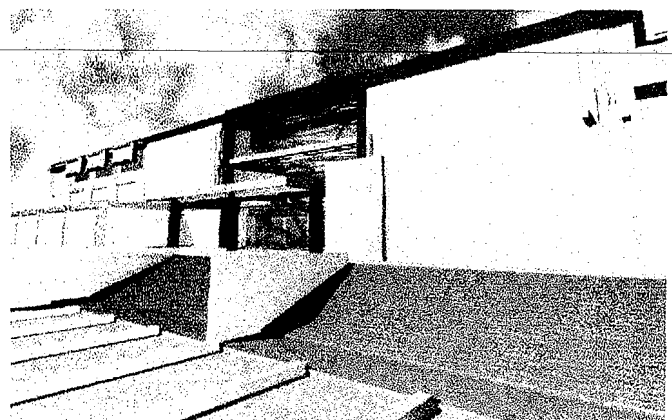
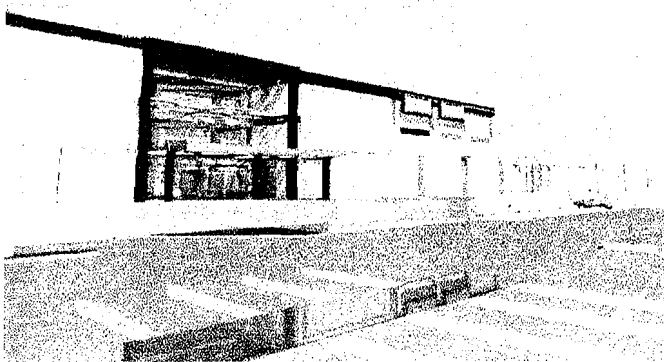


Konsep Enclosed Mall



Pendekatan Fasade pada Bangunan.

Fasad menjadi citra dari fungsi bangunan, dengan pengolahan aspek material, bentuk dan susunan ornamen, warna, pencahayaan dan bukaan. pada bentuk luar bangunan, penambahan pengolahan material, mendukung kesan sebuah bangunan komersial. permainan elemen datar dan vertikal, menjadi pilihan pengolahan.



Pendekatan Entrance Bangunan.

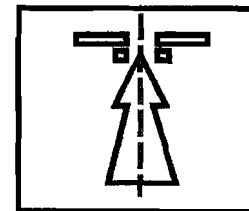
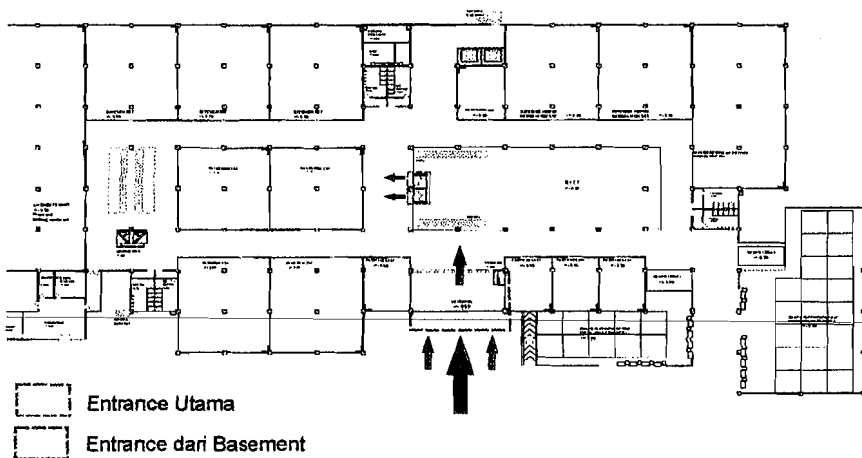
Ruang masuk yang menjadi penembus bidang vertikal yang memisahkan ruang ini terdiri dari dua entrance utama, dan satu jalan masuk dari basement berupa tangga naik ke ground floor. Entrance utama pada bangunan terletak di tengah bagian depan bangunan. Konsep pencapaian langsung ke ruang dalam dari luar di terapkan pada entrance ini, memberikan kejelasan tujuan akhir kulasi dari luar.

Penegasan bidang sebagai sebuah entrance dan pencapaian di olah melalui bentukan entrance yang menjorok ke luar.

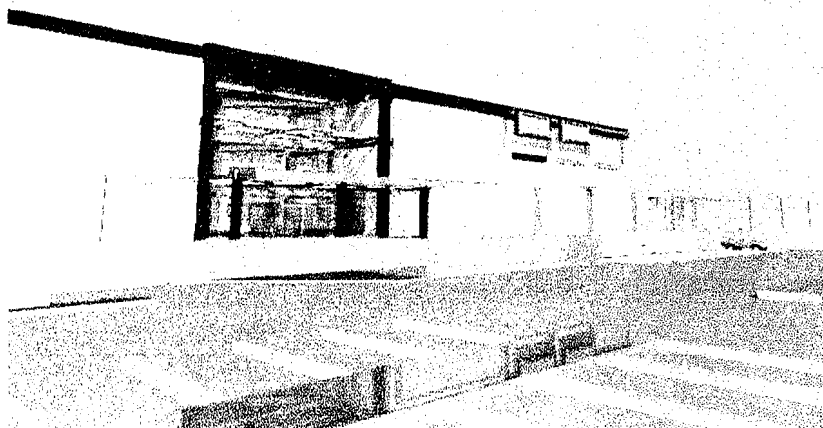
Penegasan lain yang di olah adalah pemberian material yang berbeda dengan material penyusunan di sekitarnya. pengolahan material kaca pada entrance, selain sebagai bukaan yang memberikan pencahayaan alami pada bangunan, memberikan kesan pembeda dan menjadi point of view dari bangunan.

Entrance yang berbentuk kotak, dengan bagian atas menerus membentuk void sampai ke lantai di isi dengan material penyusun pipa baja yang di rangkai dan menjadi satu dengan kolom struktur. selain sebagai penguat bangunan (susunan bentuk bracing), fungsi sebagai penarik aspek visual di dapat dengan pengolahan elemen pencahayaan.

Elemen pengisi ruang transisi antara bidang entrance dan ruang dalam adalah media promosi informasi, Ruang ATM, ruang informasi.



konsep pencapaian langsung

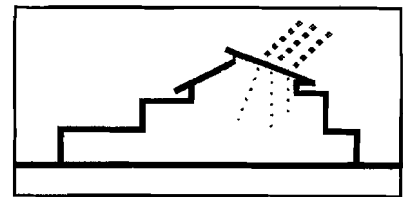
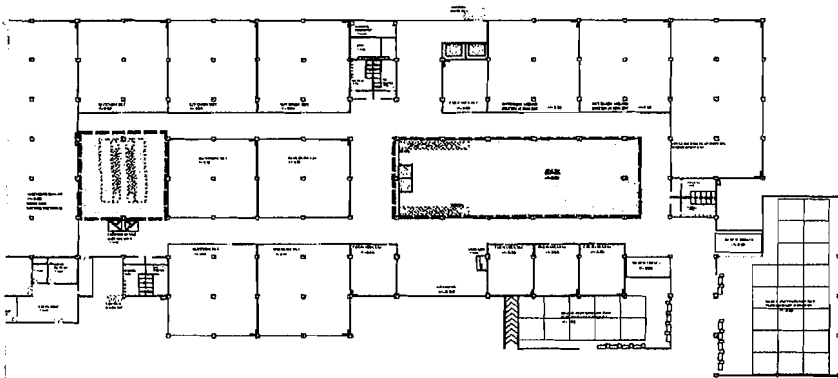


Pendekatan Penutup Atap Bangunan.

Penutup atap berupa skylight di gunakan pada bagian atap ruang dalam pada bangunan yang menggunakan konsep struktur bentang lebar. struktur bentang lebar terdapat pada ruang Hall, dengan void sebagai penerus bukaan ke atas. Penggunaan skylight mendukung bukaan dan pencahayaan alami pada bangunan. Pemilihan jenis bahan polikarbonat sebagai skylight mendukung pengolahan intensitas cahaya yang masuk.

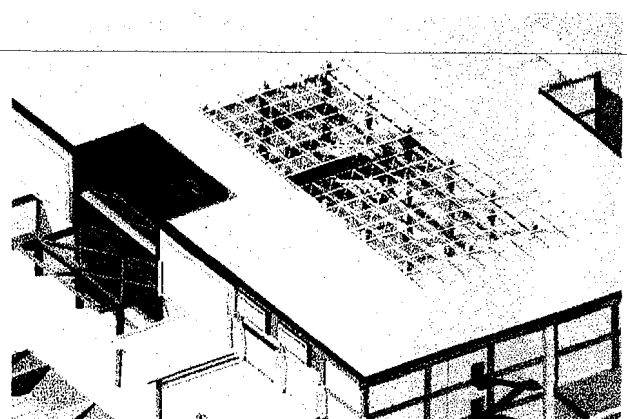
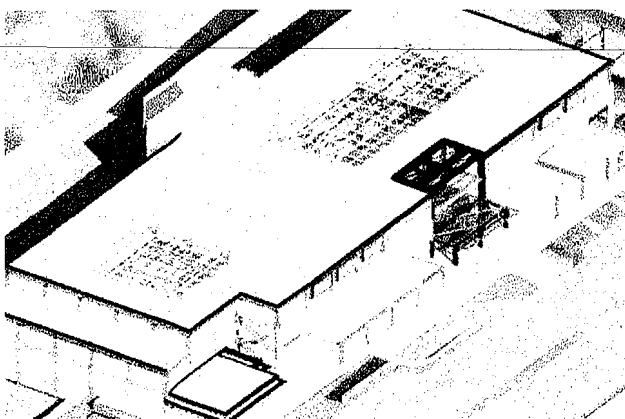
Untuk struktur penahan skylight yang berbahan polikarbonat, di gunakan material baja yang di sun membentuk sistem struktur rangka ruang. Pengolahan bentuk rangka ruang di maksimalkan dengan bentukan atap persegi. Bentang dari struktur bentang lebar adalah 24 meter.

Selain sebagai penutup atap pada bagian bentang lebar, atap skylight juga di gunakan pada bagian ruang lain yang memerlukan pengolahan pencahayaan tambahan.



konsep skylight

▨ area skylight



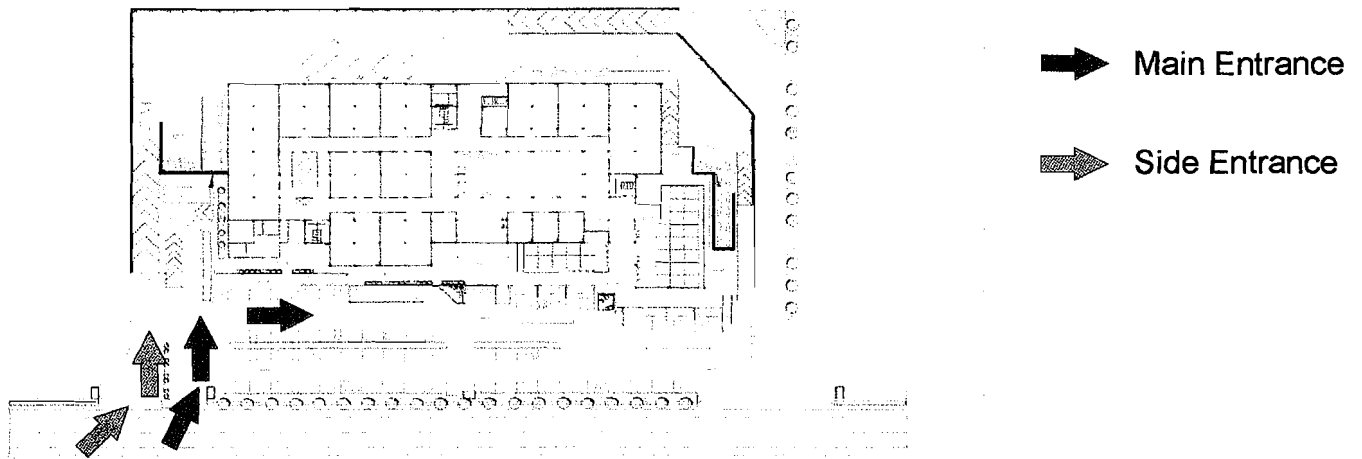
PENDEKATAN RUANG LUAR BANGUNAN.

TE PLAN

Pendekatan pada site plan terbagi menjadi :

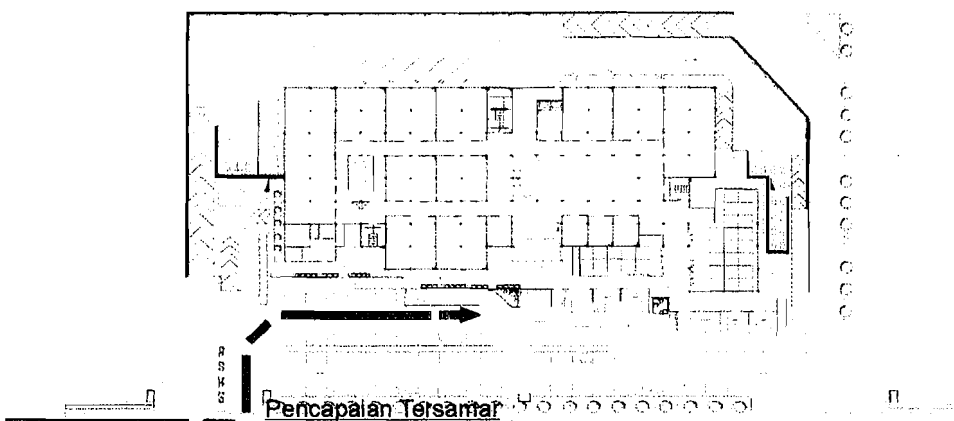
Pencapaian ke Bangunan

Berdasarkan fungsinya , bangunan memiliki 2 pencapaian, yaitu pencapaian utama berupa Main entrance, yaitu jalan masuk utama ke site yang di gunakan untuk akses sirkulasi pengunjung - umum, dan pencapaian berupa Side entrance, berupa pintu masuk yang menjadi akses sirkulasi pengantaran barang dan karyawan.



Entrance Site

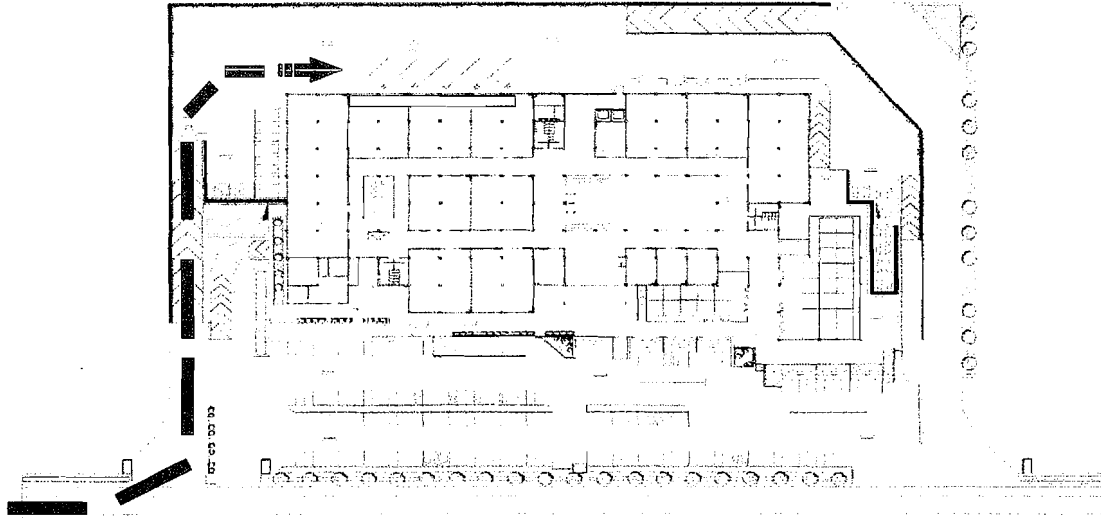
Berdasarkan polanya, pencapaian Utama ke bangunan menggunakan pola pencapaian tersamar,² Jalan utama untuk pengunjung ke dalam bangunan, mulai dari entrance utama sampai area parkir, pencapaian di arahkan dengan alur yang memperlihatkan satu atau sebagian fasad bangunan, dengan tujuan menampakkan elemen visual dan kegiatan pada bangunan - efek arseptif pada bangunan dapat tercapai.



□ entrance utama bangunan ■ sirkulasi pengunjung

Untuk pencapaian bagi sirkulasi barang, menurut polanya menggunakan pencapaian tersamar. Ia jalan di arahkan sesuai tujuan barang, yaitu daerah bongkar muat di belakang bangunan (semi isement). arah sirkulasi kendaraan masuk dari jalan utama, melewati samping bangunan, dan berputar menuju belakang bangunan.

Pencapaian tersamar



□ entrance ruang penyimpanan ■ sirkulasi Barang

Area Parkir di luar bangunan.

Pertimbangan penentuan area parkir antara lain :

- ² Jenis kendaraan yang dominan masuk ke lokasi, baik kendaraan pengunjung maupun kendaraan servis.
- ² Asumsi jumlah kendaraan yang datang ke lokasi.
- ² kebutuhan penentuan alur sirkulasi pada area berkaitan dengan fungsi dan kenyamanan.

Jenis Kendaraan	Ukuran
sepeda motor	2.20 x 0.70 m
mobil sedan - pribadi	5.00 x 1.90 m
mobil pengangkut	4.50 x 1.80 m
truck pengangkut	6.00 x 2.10 m
truck gandeng / truck furniture	18.00 x 2.50 m

Parkir Pengunjung pada bangunan.

asumsi pengunjung maksimal : 800 orang
 asumsi pengguna mobil 75 %

asumsi setiap 3 orang membawa 1 kendaraan (mobil)

$600 : 3 = 200$ mobil.

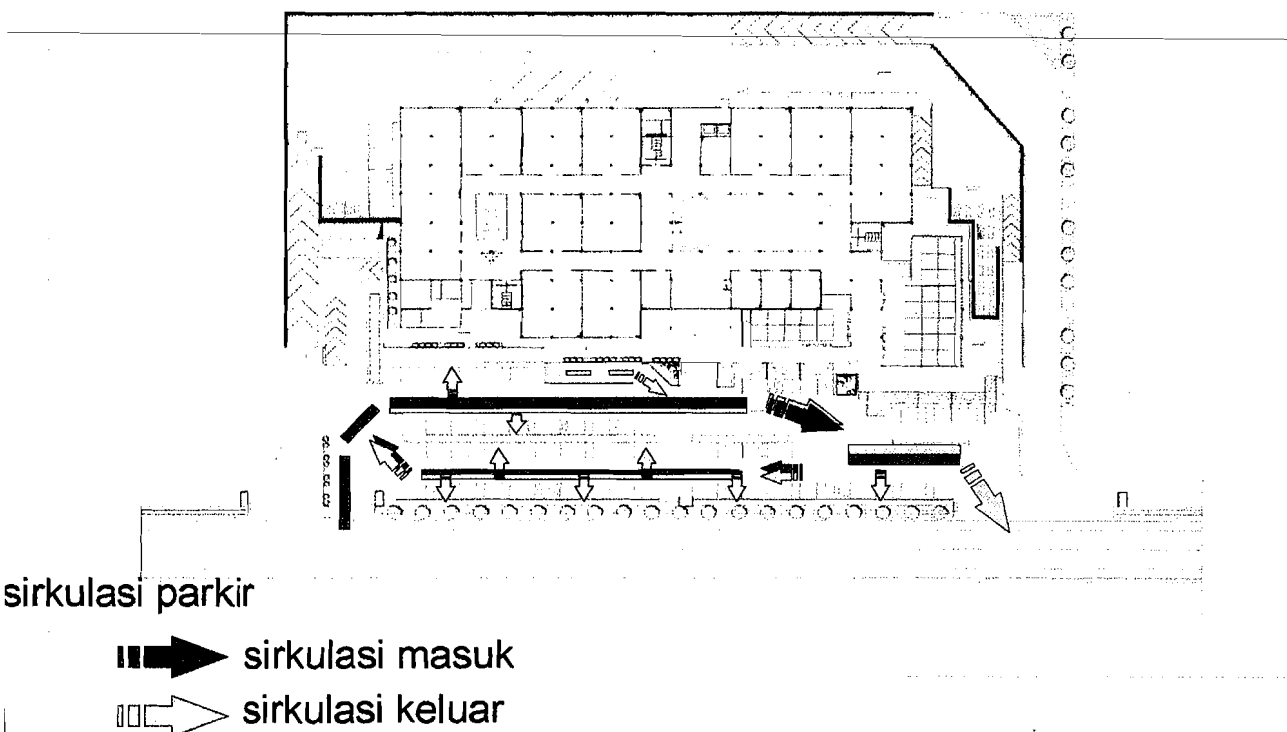
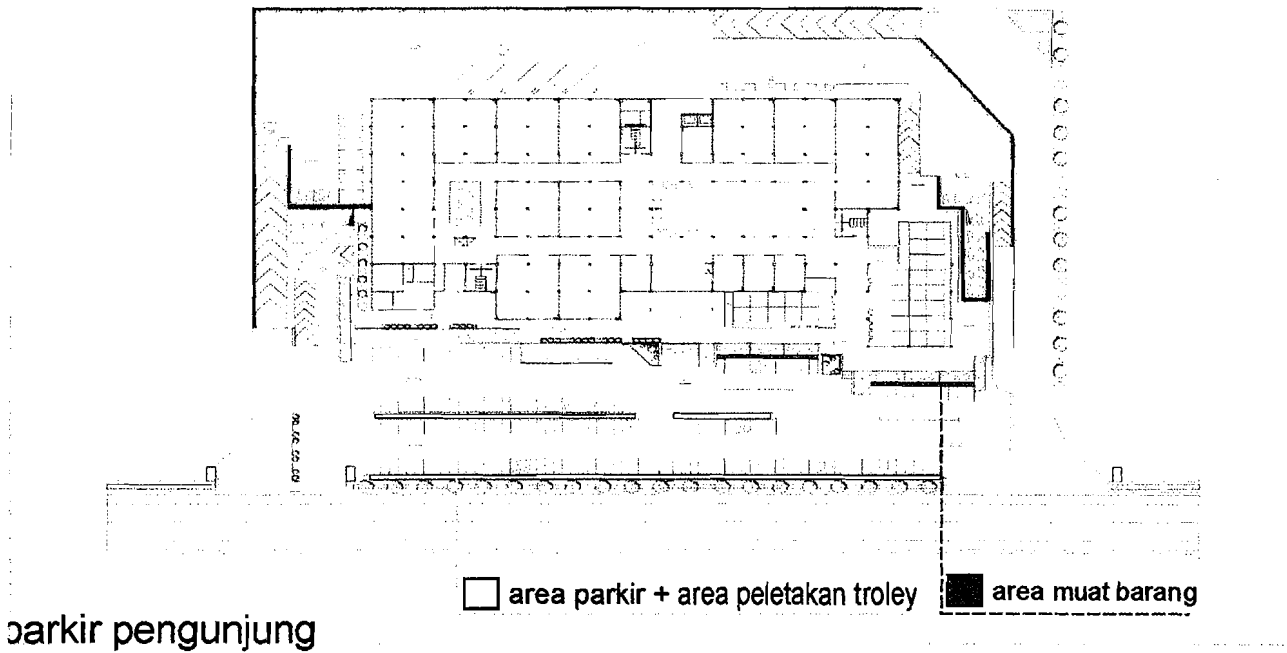
Luasan area parkir mobil = $12.5 \text{ m}^2 \times 200 = 2500 \text{ m}^2$

2.1. Analisis area parkir pengunjung di luar bangunan

Area parkir pengunjung di luar bangunan mampu menampung 158 mobil, dengan peletakan linier searah panjang bangunan. pada area ini tersedia pula ruang untuk pengunjung berjalan sambil membawa trolley dan area peletakan trolley.

Sirkulasi parkir dua arah, pengaturan sirkulasi mengarahkan pergerakan kendaraan keluar pada satu jalur utama (jalur utama tergabung dengan jalur keluar kendaraan dari basement). Kendaraan yang keluar dapat menuju ke area muat barang atau langsung keluar dari lokasi.

Luasan parkir per mobil di beri batasan hanya untuk mobil jenis pribadi - sedan.



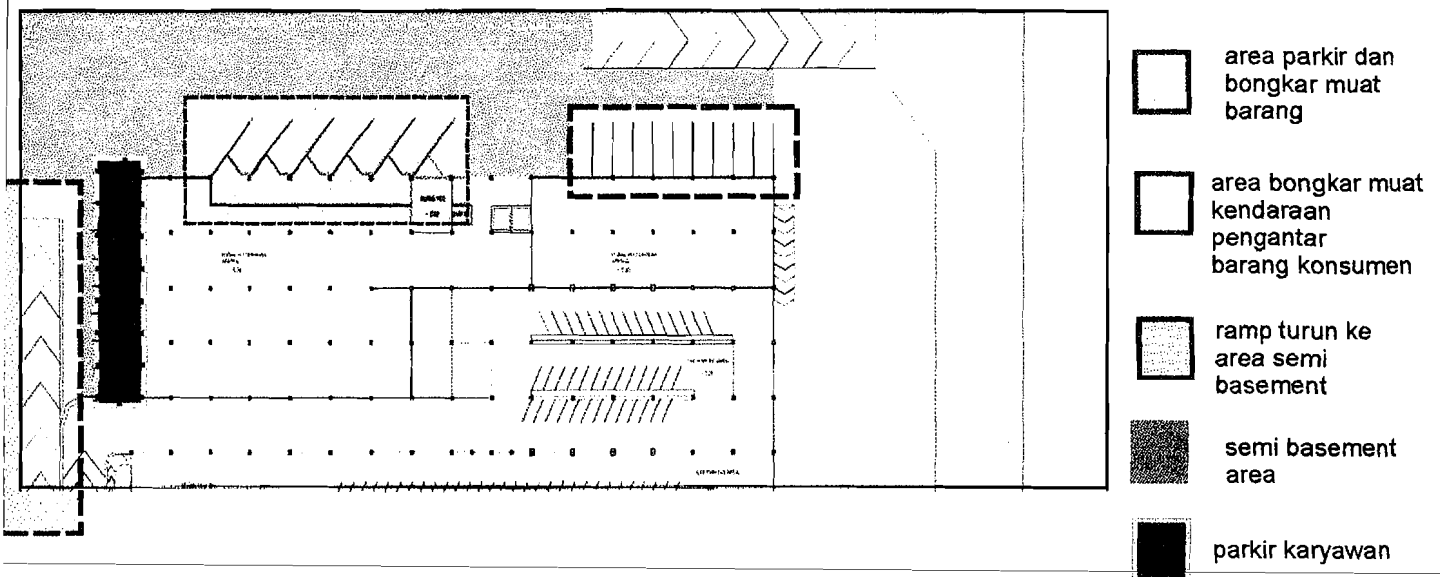
2.2. Analisis area parkir dan pada ruang servis (area bongkar muat).

Area parkir pada ruang servis menampung mobil berjenis truk pengangkut, mobil pengangkut, truk gandeng - truk furniture.

Terletak pada bagian belakang bangunan, jalur sirkulasi kendaraan terhubung dengan entrance site, jalur sebagian berupa ramp turun, karena penggunaan semi basement pada bangunan dan terjadi perbedaan ketinggian bidang tanah.

Tersedia lima spot parkir yang terhubung langsung dengan area bongkar muat. ukuran spot parkir di dasarkan pada ukuran truk gandeng.

Tersedia pula area bongkar muat untuk truk pengantar - mobil pengantar yang di gunakan untuk pengantaran barang yang di beli konsumen ke tujuan yang di inginkan oleh konsumen. Tersedia 8 spot parkir untuk jenis kendaraan ini.

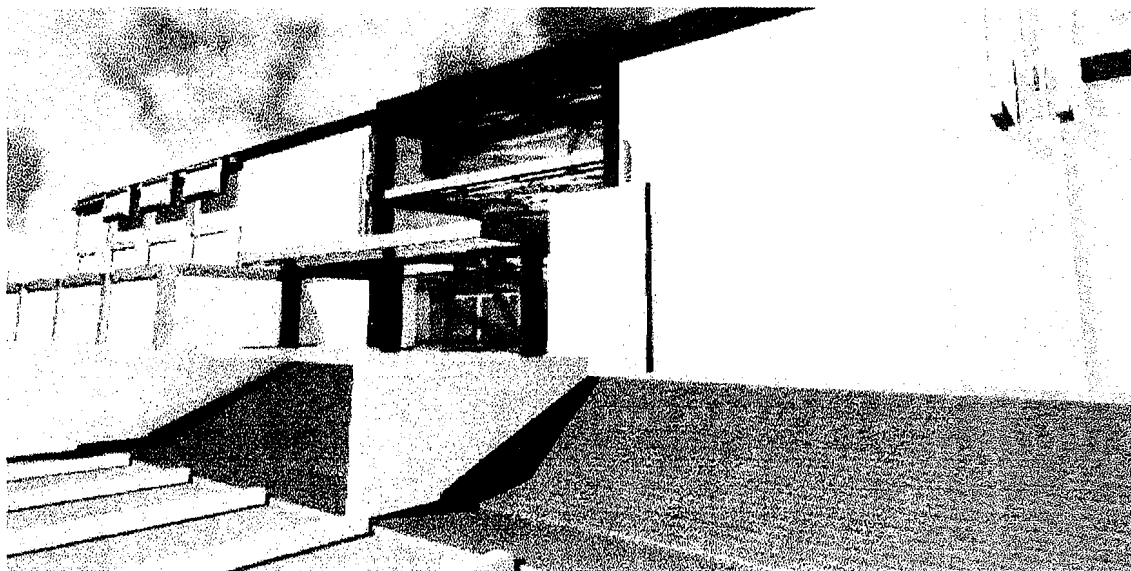
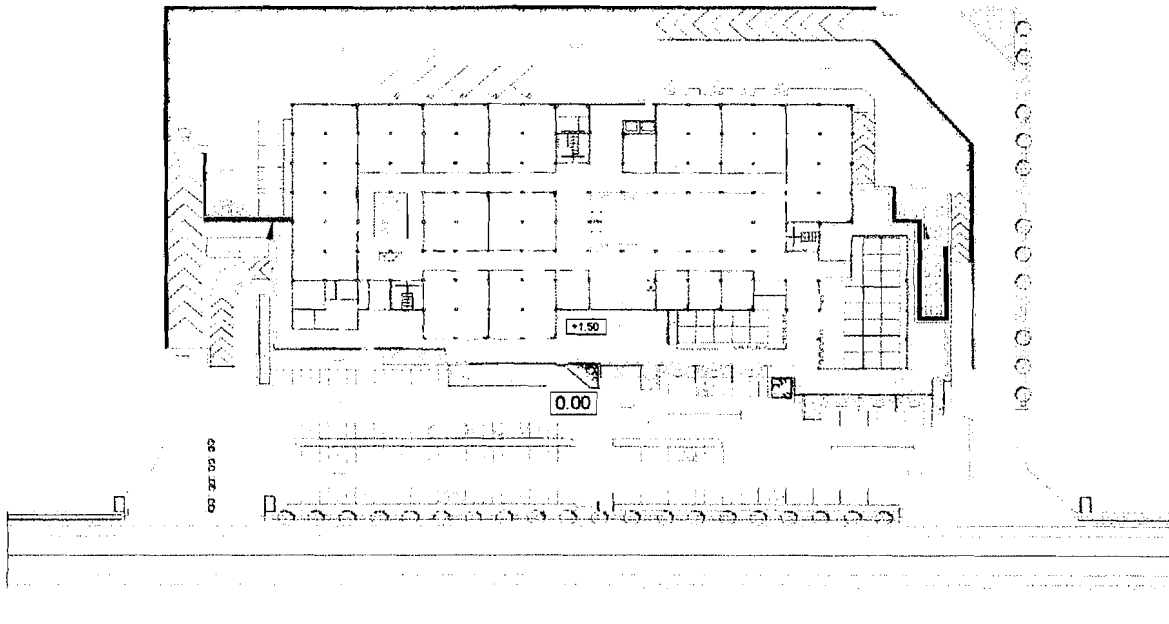


Peninggian Bidang Datar pada Ruang Luar Bangunan.

Pengolahan ketinggian level lantai luar bangunan selain bertujuan untuk menjadikan ruang insisi antara luar dan dalam bangunan, juga dapat menjadikan derajat kontinuitas bangunan hadap ruang di sekitar terpisah, tergantung pada skala ketinggian. Kesan Ekstrovert bangunan (mengundang orang untuk tertarik ke bangunan secara visual) akan terbentuk. Bangunan juga menjadi point of view dari ruang - ruang di sekitarnya di dapatkan.

Terbentuk ruang - ruang sirkulasi bagi pengguna pada area peninggian level lantai ini. Ruang sirkulasi ini berhubungan dengan area parkir di luar bangunan dan area parkir pada basement.

Area peninggian ini dapat di olah dengan elemen bentukan arsitektural untuk mempertegas fungsinya sebagai ruang transisi.

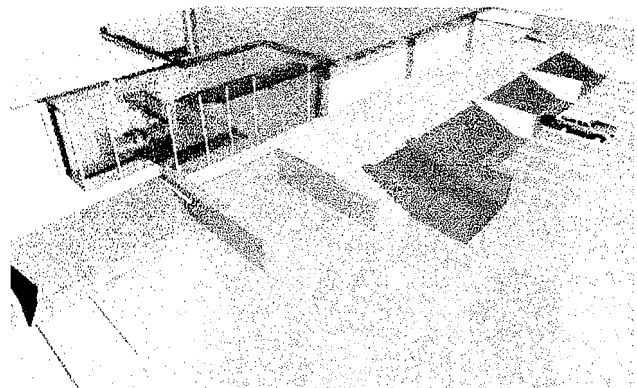
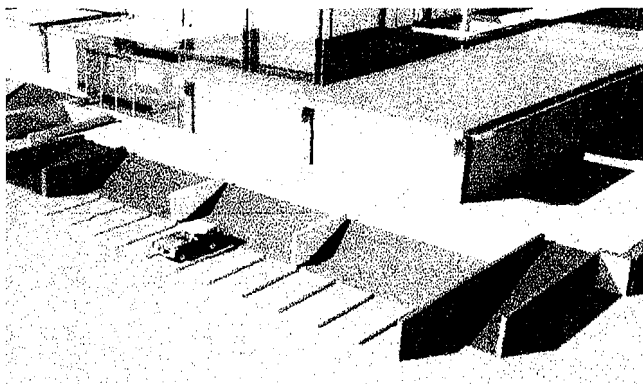
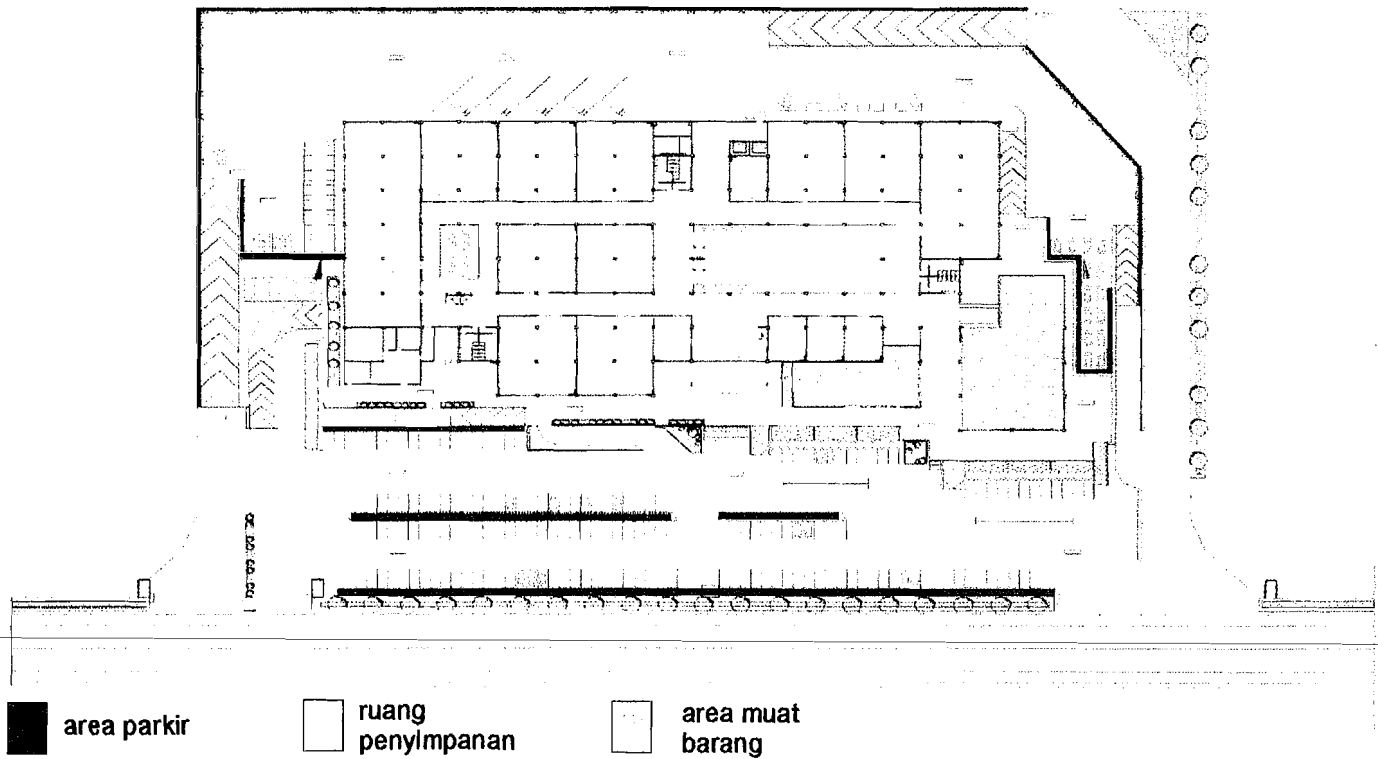


Area Muat Barang Untuk Konsumen

Bangunan menyediakan area muat barang bagi konsumen yang membeli barang dan ingin meletakkan barang tersebut pada kendaraan yang dia bawa. Area ini terletak pada bagian depan bangunan, terhubung langsung dengan ruang pengambilan barang dan area parkir diluar bangunan.

Setelah konsumen mengambil barang dan membawa keluar, konsumen dapat membawa barangnya ke area muat barang dan menunggu kendaraan untuk parkir di area ini, kemudian memasukkan barang ke kendaraan, dan keluar dai lokasi.

Tesedia 24 spot parkir pada area ini, terhubung langsung dengan area tunggu. Area ini dapat di akses dari area parkir basement maupun area parkir luar bangunan.



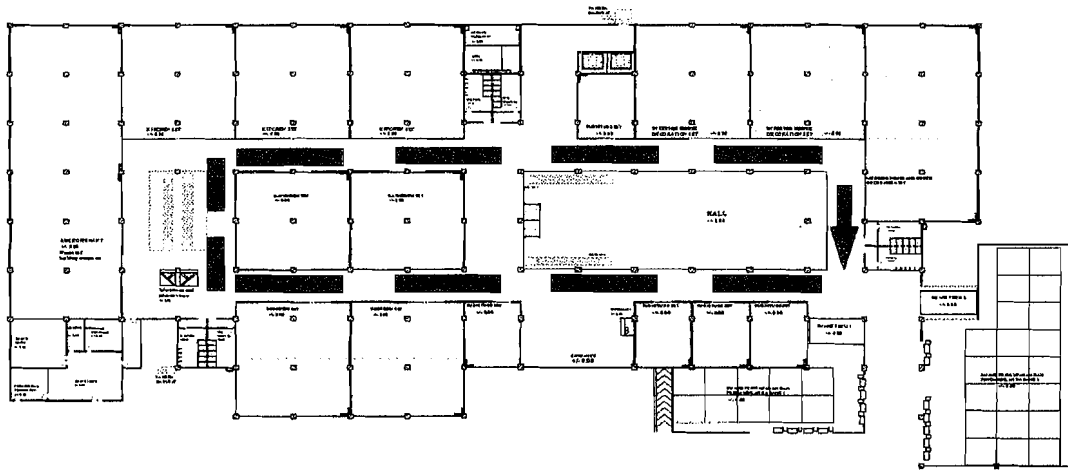
NDEKATAN PENGOLAHAN RUANG DALAM PADA BANGUNAN

Pendekatan Fungsi Ruang - ruang di dalam Bangunan.

Ruang - ruang pada bangunan di susun dengan konsep Organisasi Linier, dengan pertimbangan :

Organisasi Linier terdiri dari ruang yang berulang, mirip dalam hal ukuran, bentuk dan fungsi, di sun membentuk suatu alur pergerakan, tiap ruang dapat saling berhubungan bila terdapat ruang nghubung yang berbeda dan terpisah. Kesederhanaan sirkulasi yang terbentuk dari pola ngaturan ruang linear menjadi pertimbangan pemilihan.

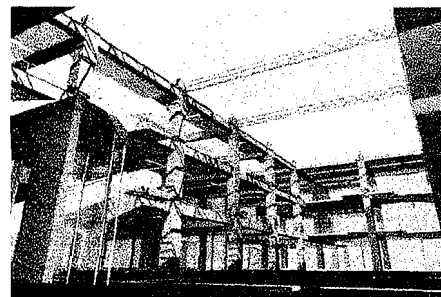
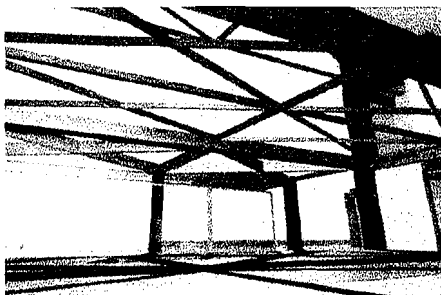
iang - ruang di dalam bangunan memiliki fungsi ruang yang sama, yaitu sebagai tempat menjual rang, saling berhubungan berdasarkan fungsinya, dan di hubungkan dengan ruang linier berupa ir sirkulasi.



Kesamaan fungsi ruang ini menuntut pengolahan ruang dalam dengan berbagai aspek pendukung, seperti :

Aspek Visual, dengan pengolahan tampilan ruang dalam secara keseluruhan dan tampilan ruang penjualan. konsep kesederhanaan sirkulasi berpengaruh pada pengolahan visual dalam bangunan.

Contoh pengolahan visual ruang dalam terlihat pada pengolahan ruang entrance yang secara langsung menjadi bagian dari ruang dalam karena konsep pengolahan bukaan dan penggunaan material yang di olah secara menerus ke setiap lantai atas. Selain berguna sebagai aspek visual, pengolahan ini berfungsi sebagai peletakan media promosi dan media informasi yang dapat diakses dari setiap lantai bangunan.



Pendekatan aspek Utilitas pada bangunan

1. Sistem penghawaan, menggunakan sistem penghawaan buatan pada ruang dalamnya, dengan pertimbangan kegiatan di dalam bangunan yang sebagian besar adalah kegiatan bergerak yang dilakukan oleh pengunjung, kenyamanan kondisi tubuh di perlukan agar pengunjung dapat terus berkegiatan di dalam bangunan. Kebutuhan akan udara bersih yang bebas debu agar kualitas ruang yang di pamerkan tidak berkurang juga menjadi pertimbangan.

Alat yang di gunakan adalah AC sentral yang terpusat pada ruang mesin AC di basement, hubungkan ke tiap lantai menggunakan duckting. penggunaan dua mesin AC sentral yang terbagi pada dua lingkup yang berbeda, dengan pertimbangan luasan bangunan.

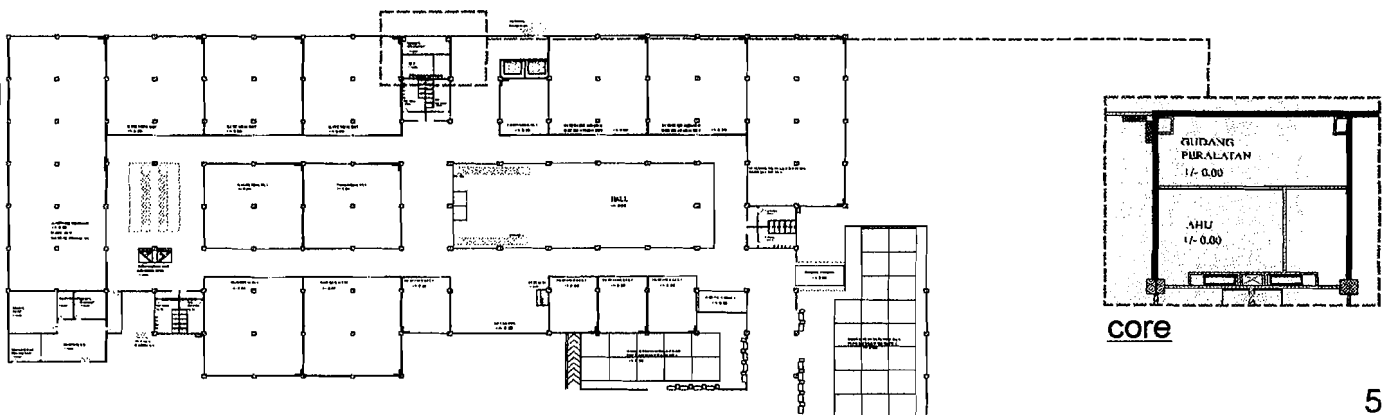
2. Sistem Jaringan Listrik, dengan menggunakan 2 jenis sumber, yaitu sumber Listrik PLN dan sumber Listrik dari Generator Set. Listrik PLN sebagai sumber utama pemakaian sehari-hari, salurkan dari gardu utama kemudian melalui ruang transformator di distribusikan ke panel pada tiap lantai. Genset di gunakan sebagai cadangan listrik, dan hanya melayani bagian vital bangunan seperti penerangan, pompa, escalator, dll.

3. Sistem Perlindungan Bahaya Kebakaran, terdiri dari Detektor asap, bekerja bila ada asap di ruang dengan suhu berkisar 40 - 50 dC. Detektor Panas yang bekerja bila suhu ruangan berkisar 60 - 70 dC. Splinkler yang melayani area seluas 9 m², dengan jarak antar splinkler dalam ruang 3 m dan untuk koridor 10m. Fire Extinguisher, alat pemadam berupa tabung dengan berbagai ukuran, dengan area pemadaman 25 m². Selang Pemadam Kebakaran yang di letakkan tiap lantai dengan jarak tertentu, penanganan area seluas 30 -50 m². Tangga Darurat, dengan lebar 2 m, jarak 30 - 30 m, mudah di capai dan berhubungan dengan area luar bangunan.

4. Sistem Jaringan air, terdiri dari Jaringan air bersih dengan sistem up feed dan down feed, dan Jaringan air Kotor, dengan sirkulasi air kotor dari Lavatory di salurkan terlebih dahulu ke SPT (sewage Treatment Plan), kemudian di salurkan ke riol kota.

5. Sistem komunikasi di dalam gedung menggunakan intercom dan telepon, juga terdapat perangkat sound system tersebar pada bagian bangunan, sebagai media pengumuman, background music, dan keamanan.

Sistem komunikasi, jaringan listrik, splinkler, sistem penghawaan dan jaringan air terletak di dalam shaft yang terhubung ke setiap lantai.



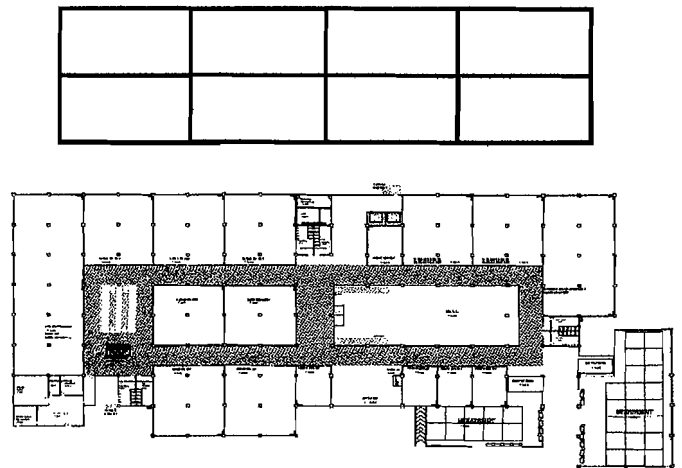
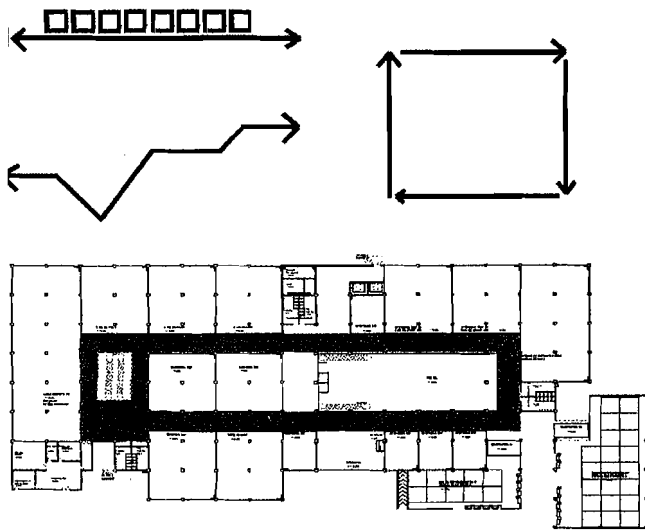
Pendekatan Sirkulasi pada bangunan.

Pendekatan dari segi sirkulasi pada bangunan mempengaruhi pengolahan konsep tata ruang dan bentuk pada bangunan. Sirkulasi berkaitan langsung dengan pengguna bangunan dari segi mudahan dan kenyamanan.

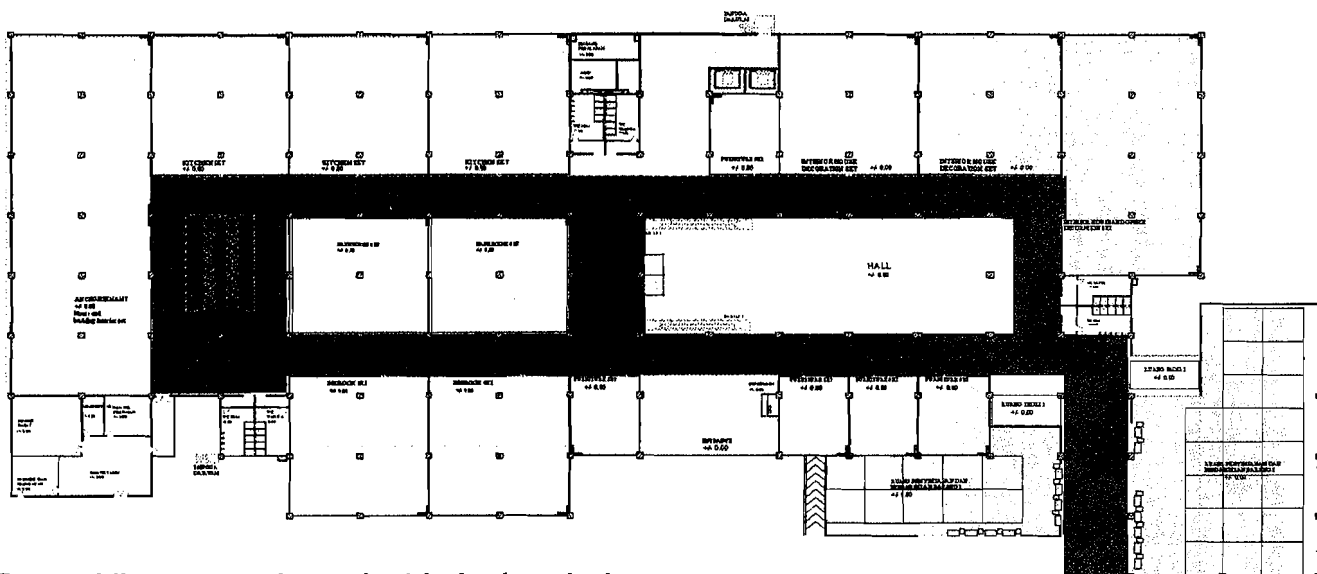
Konsep Sirkulasi yang di pakai pada bangunan adalah gabungan antara Konfigurasi Grid dan konfigurasi Linear.

Linear Configuration, menjadi unsur pengorganisir utama untuk satu deretan ruang-ruang.

Grid Configuration, terdiri dari dua set jalan yang sejajar yang saling berpotongan pada jarak yang sama, menciptakan kawasan ruang segi empat.

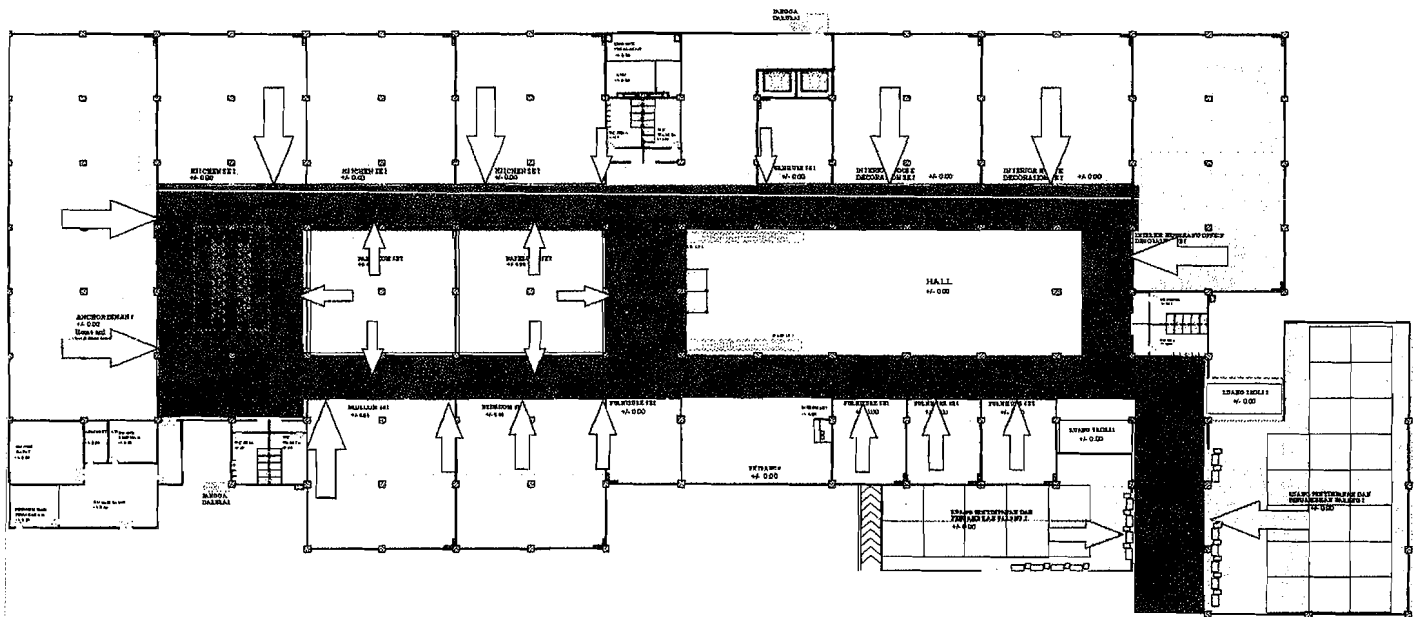


kejelasan dan kesederhanaan alur gerak. sirkulasi linier pada bangunan di terapkan pada konfigurasi jalan yang menjadi penghubung ruang - ruang di dalam bangunan. konfigurasi jalan yang di bentuk memberikan kejelasan alur pergerakan pengguna pada bangunan,



konfigurasi linear membentuk sirkulasi sederhana

Konfigurasi linear di gunakan sebagai pengikat, pengatur dan penghubung ruang-ruang yang rada di antaranya, memberikan alur pergerakan yang mendukung fungsi bangunan.



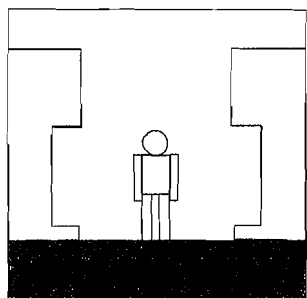
konfigurasi linear sebagai pengikat

Bentuk dan Skala ruang Sirkulasi.

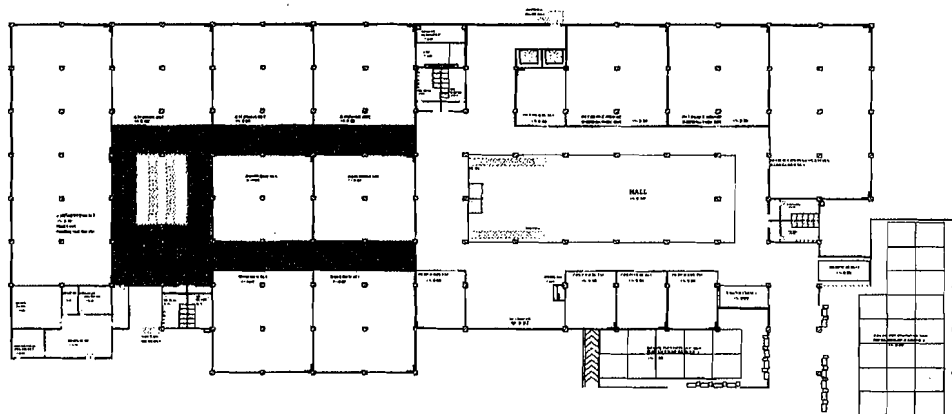
Bentuk dan skala ruang sirkulasi harus menampung gerak manusia ketika mereka berkeliling, berhenti sejenak, beristirahat atau menikmati keadaan sekitar sepanjang jalan.

Bangunan menggunakan bentuk ruang sirkulasi tertutup dan terbuka pada salah satu sisi, tersebar ada area-area sirkulasi tiap lantainya.

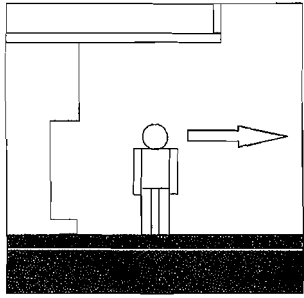
Sirkulasi berbentuk tertutup membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang-ruang yang di bukakan melalui pintu masuk pada bidang dinding. bentuk ini juga memberi kesan pergerakan yang terarah dan merangsang pergerakan dalam bangunan.



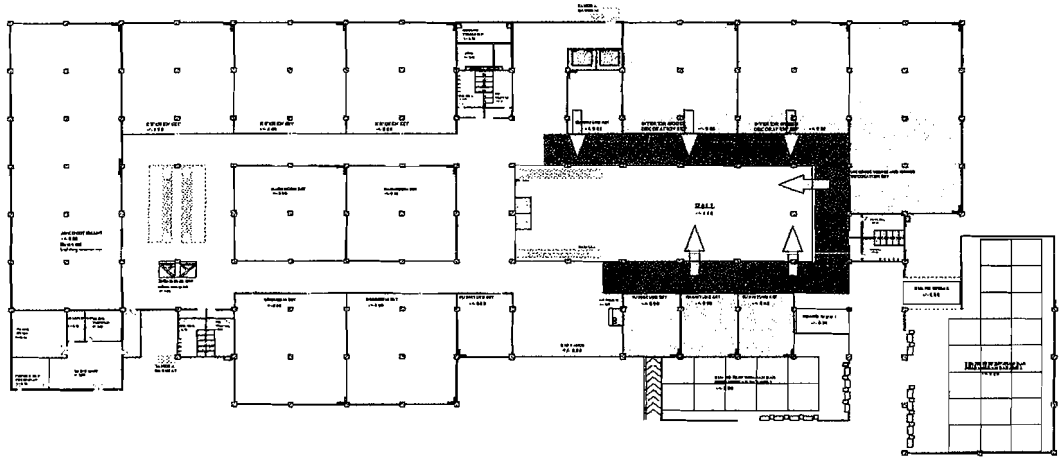
sirkulasi tertutup



Sirkulasi berbentuk terbuka pada salah satu sisi, memberikan kontinuitas visual / ruang dengan ang-ruang yang di hubungkannya.



sirkulasi terbuka satu sisi

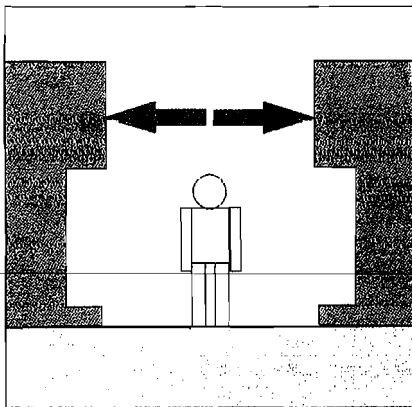


kala pada ruang sirkulasi di pengaruhi oleh jenis dan jumlah lalulintas yang di tampung.

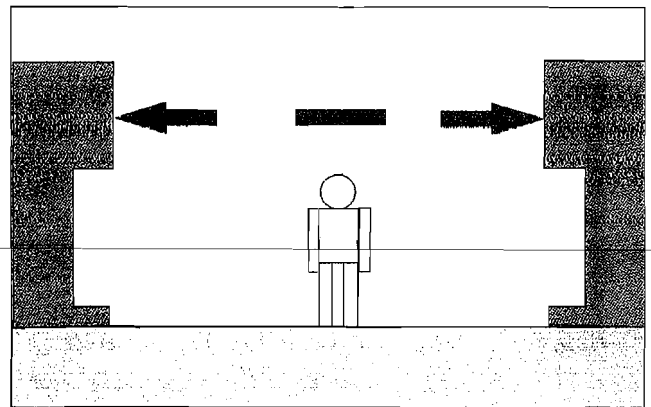
Beberapa prinsip skala ruang sirkulasi pada bangunan :

Jalan yang sempit, merangsang arus rak manusia yang lewat, di gunakan pada gian-bagian jalan sepanjang toko dalam bangunan.

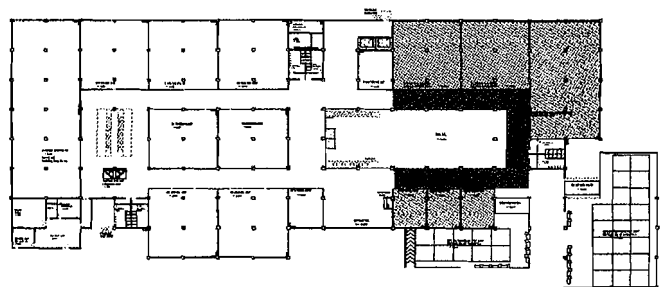
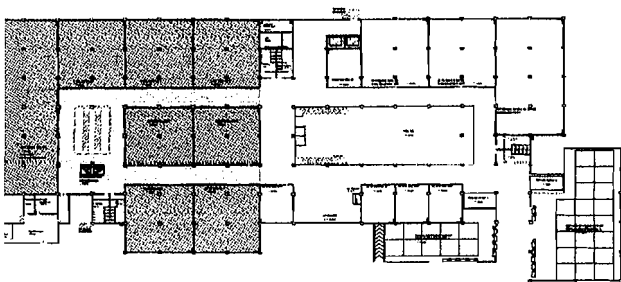
- Jalan yang lebar, menciptakan tempat pemberhentian, tempat beristirahat, sebelum melanjutkan pergerakan di dalam bangunan.



jalan yang sempit



jalan yang lebar

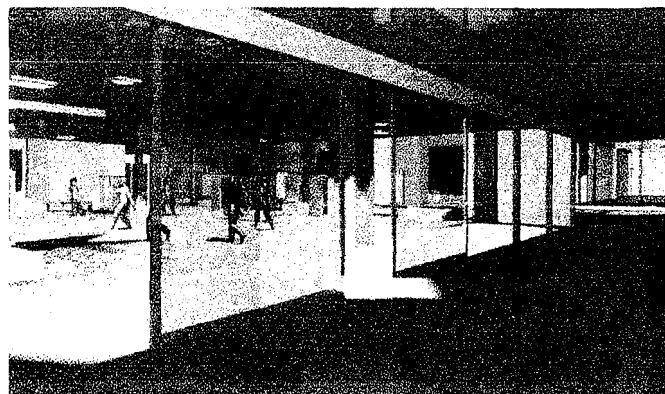


Konsep pembentukan karakter ruang sirkulasi

Karakter pada ruang sirkulasi di dalam bangunan dapat di tempuh dengan penerapan elemen - elemen arsitektural didalamnya, yaitu :

Keseimbangan

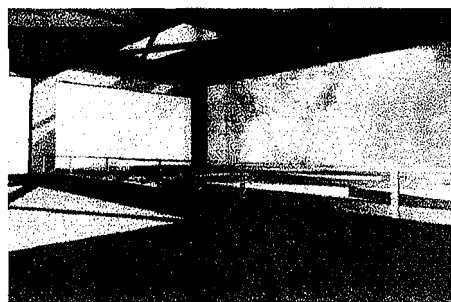
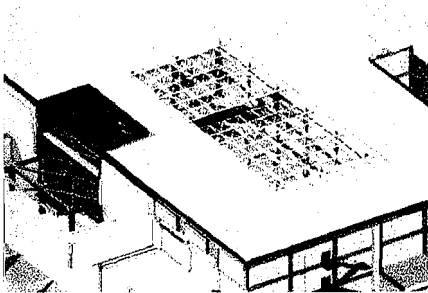
Konsep keseimbangan di capai melalui pengaturan faktor - faktor komposisi ruang (komposisi warna, bentuk, tekstur, bukaan), berfungsi untuk meberikan variasi pada interior bangunan. Terutama pada penerapan sirkulasi linear dengan fungsi ruang yang sama di dalamnya (ertokoan), pengolahan akan memberikan kesan selama proses pergerakan, pengalih perhatian dari rasa jenuh dan rasa jauh dalam dalam menjangkau jalur pergerakan.



Pencahayaan (alami dan Buatan)

Pencahayaan pada bangunan memberikan peran penting dalam kualitas ruang sirkulasi. Pencahayaan akan memperjelas jalur sirkulasi dan mengarahkan pengguna, juga menimbulkan respon dan persepsi yang akan mengurangi perasaan jenuh selama pergerakan.

Penggunaan tingkat iluminasi yang berbeda, pengolahan warna pencahayaan, tata letak dan pola pencahayaan menjadi aspek pengolahan.



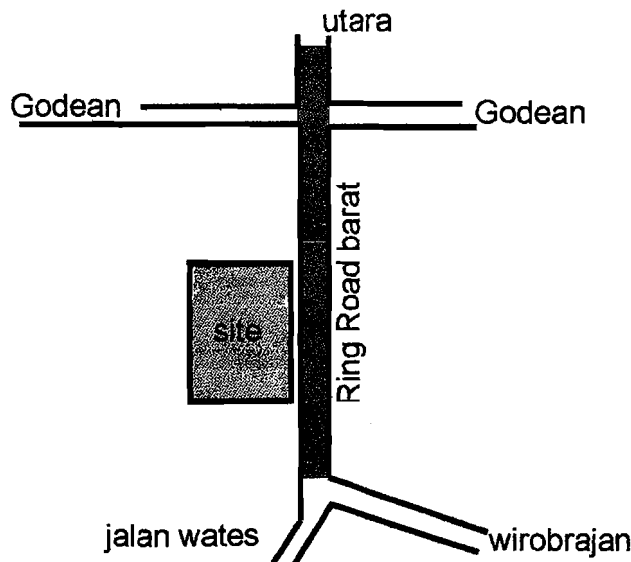
Pencahayaan alami pada bangunan di masukkan melalui bukaan jendela dan skylight pada atap. Pencahayaan buatan di fasilitasi oleh perangkat pencahayaan yang tersebar di dalam bangunan.

Untuk membantu pengolahan intensitas cahaya alami yang masuk, pemberian dan pengolahan dinding pada bangunan perlu di perhatikan. Perhatian juga di tekankan pada konsep penerimaan cahaya langsung dan tak langsung pada ruang-ruang bangunan.

dekatkan Tapak pada Bangunan.

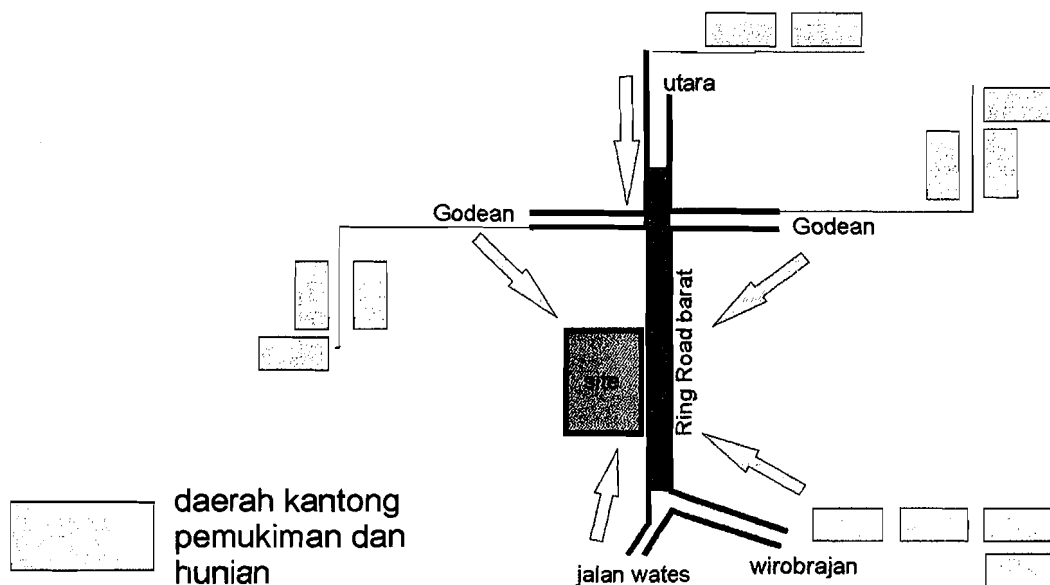
aktor - faktor yang mempengaruhi lokasi :

Faktor Pencapaian, lokasi berada pada Tepi jalan Ring Road, Pencapaian pengunjung ke lokasi di fasilitasi oleh jalan utama Ring Road. Jalur utama ini menjadikan site mudah di akses oleh pengguna.



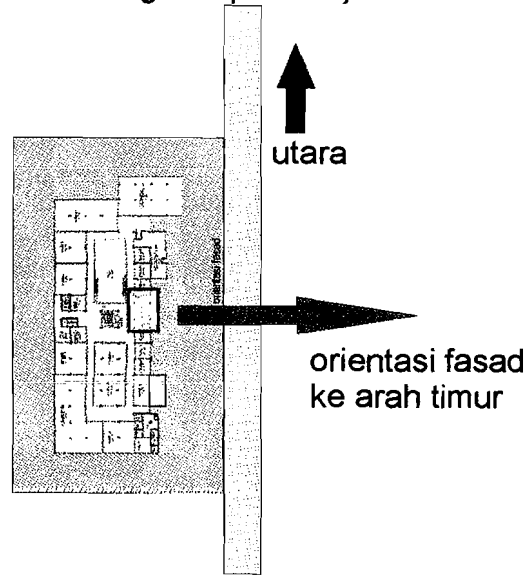
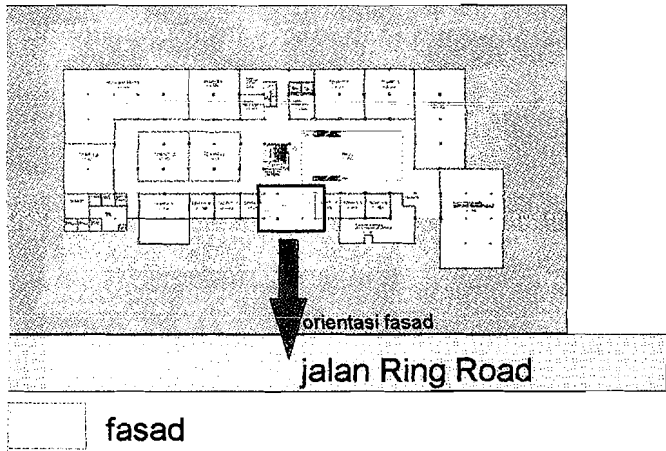
Faktor Strategis dan Komersial, Pertimbangan bahwa bangunan berupa bangunan komersial yang menjual produk berupa kelengkapan bangunan, target pasar yang akan di capai adalah keluarga - orang yang membutuhkan barang - barang pengisi dan pelengkap bangunan sedang membangun - renovasi - mengisi rumah), yang bertempat tinggal di kota yogyakarta dan sekitarnya. Site terletak pada lokasi yang berdekatan dengan kantong - kantong daerah pemukiman yang tersebar di daerah Godean (utara dan barat site)

Dengan kemudahan akses berupa jalan Ring Road, kantong pemukiman sebelah utara, timur dan selatan site dapat mengakses site dengan mudah.

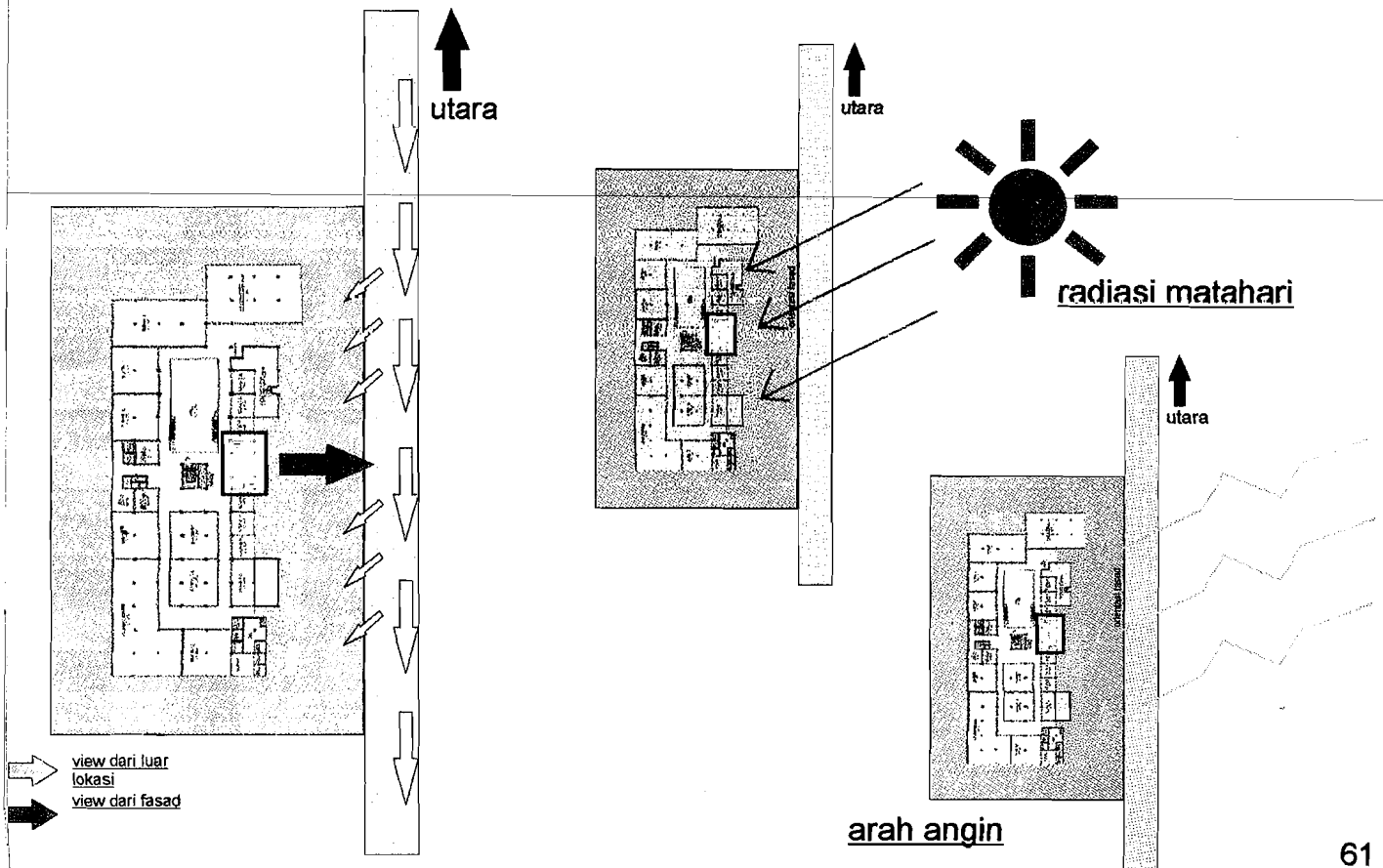


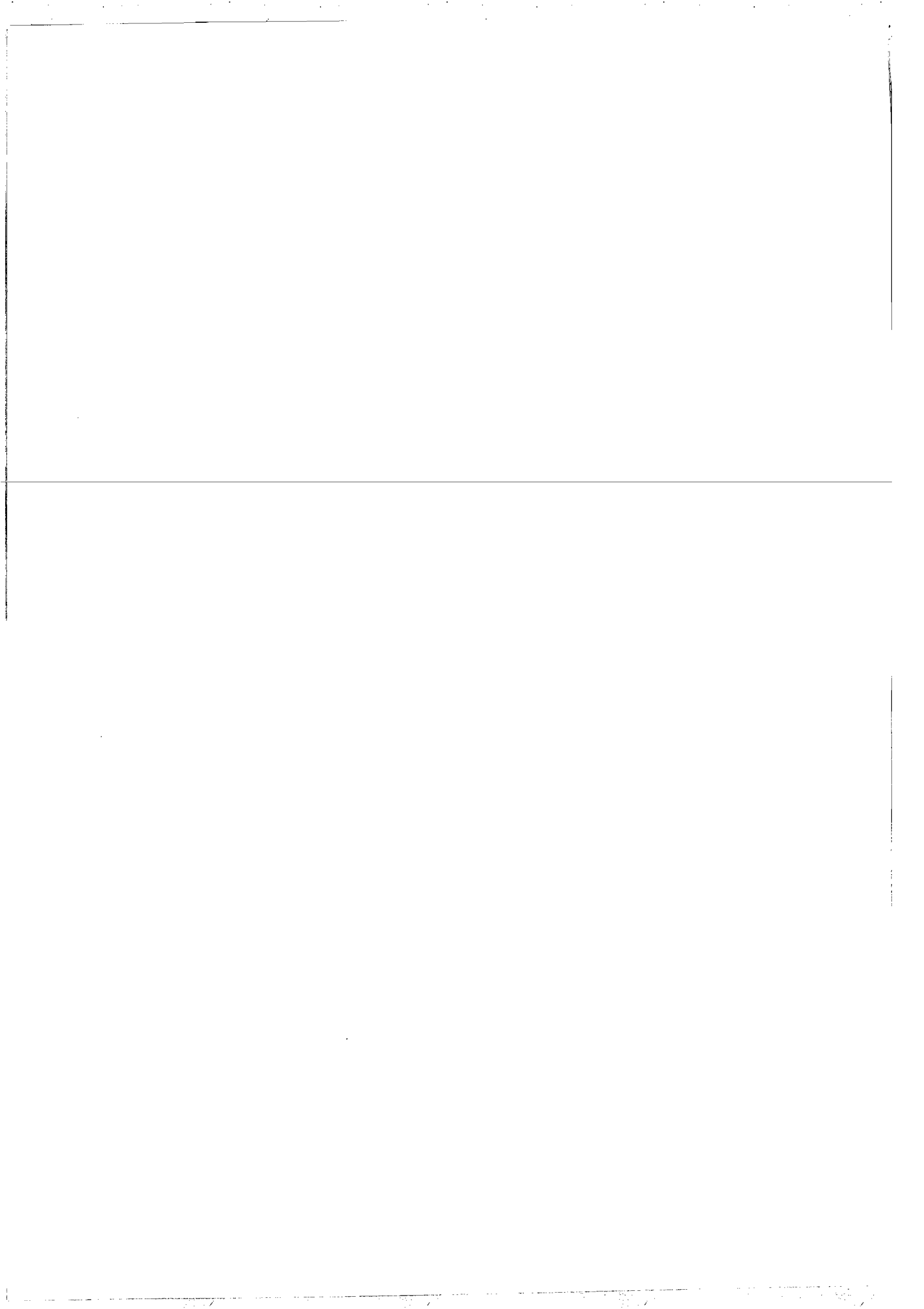
dekatkan Peletakan dan Orientasi Massa terhadap Site

Bentuk site memanjang dari arah Utara ke Selatan searah dengan jalan utama Ring Road barat, dengan ukuran panjang 200 m dan lebar 150 m. posisi bangunan memanjang mengikuti pola site, dengan orientasi fasad depan menghadap jalan utama (fasad menghadap timur).



Pertimbangan peletakan posisi bangunan, selain mengikuti pola site yang memanjang, juga pertimbangan peletakan fasad depan bangunan ke arah jalan utama (pertimbangan komersial dimana pengolahan fasad depan terhadap orientasi site memberi nilai lebih pada bangunan), juga memudahkan akses sirkulasi pengguna bangunan, baik sirkulasi konsumen maupun sirkulasi barang. konsekuensi peletakan bangunan terhadap aspek alami site, seperti radiasi matahari, view, arah angin diterima dengan pengolahan elemen bangunan.



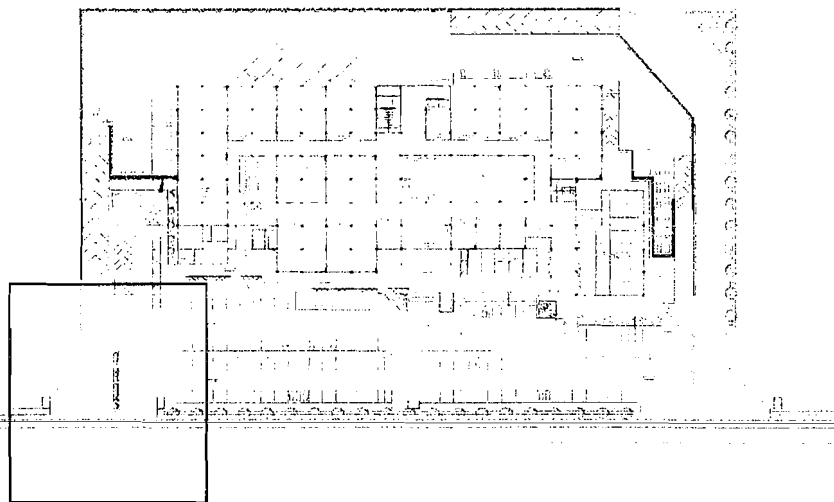


BAB IV
HASIL
PERANCANGAN BANGUNAN

IV.1. Ruang Luar Bangunan

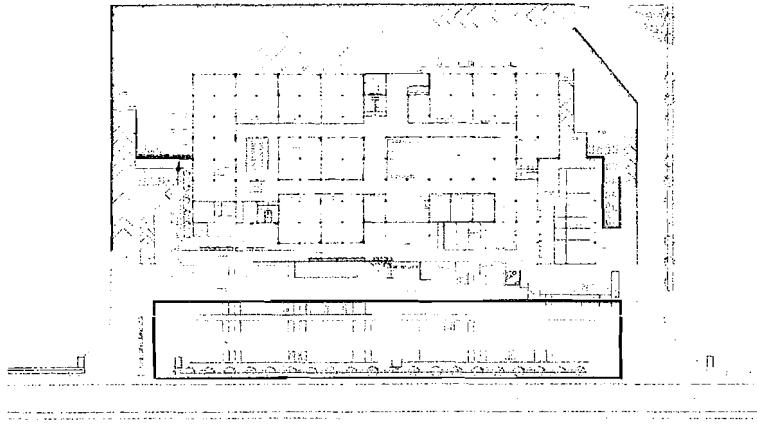
IV.1.1. Entrance, parking area, area bongkar muat.

Untuk entrance, terbagi menjadi dua bagian, pintu masuk yang di khususkan untuk pengunjung, dan pintu masuk yang di khususkan untuk kegiatan servis (pengantaran barang, sirkulasi karyawan). Pemisah sirkulasi di tandai dengan peninggian perkerasan lantai site 50 cm. Alur servis berada di sebelah selatan batas pemisah, dan alur pengunjung di sebelah utara pembatas dan langsung menuju area parkir. Pada bagian depan entrance terdapat 1 pos penjaga berukuran 2 x 2.5 cm. Lebar entrance untuk alur pengunjung 12 m, untuk jalur servis belokan pada entrance memiliki besar sudut 45 derajat, berfungsi mempermudah kendaraan angkut barang untuk berbelok dari jalan utama ke site.

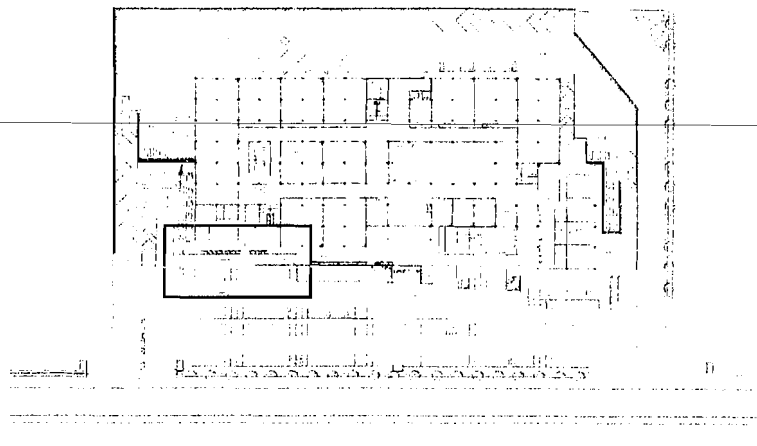


Parking area terbagi menjadi dua area, yaitu area parkir di luar bangunan dan parkir di basement. Untuk area parkir diluar bangunan, terletak tepat di sebelah timur dari bangunan, atau tepat di area fasad depan bangunan. Parkir mampu menampung 122 buah mobil dengan satuan jarak tempat peletakan mobil 2.5 m, dan panjang 5 m. jalur sirkulasi mobil antar tempat parkir berjarak 7.5 m, dengan jalur dua arah pergerakan mobil. Pada bagian peninggian perkerasan untuk jalur pedestrian pada area parkir, di sediakan jalan

khusus untuk jalur trolley dengan lebar 1.4 m, memudahkan pengunjung ketika membawa troli berisi barang bawaan dari bangunan ke area parkir menuju mobil.

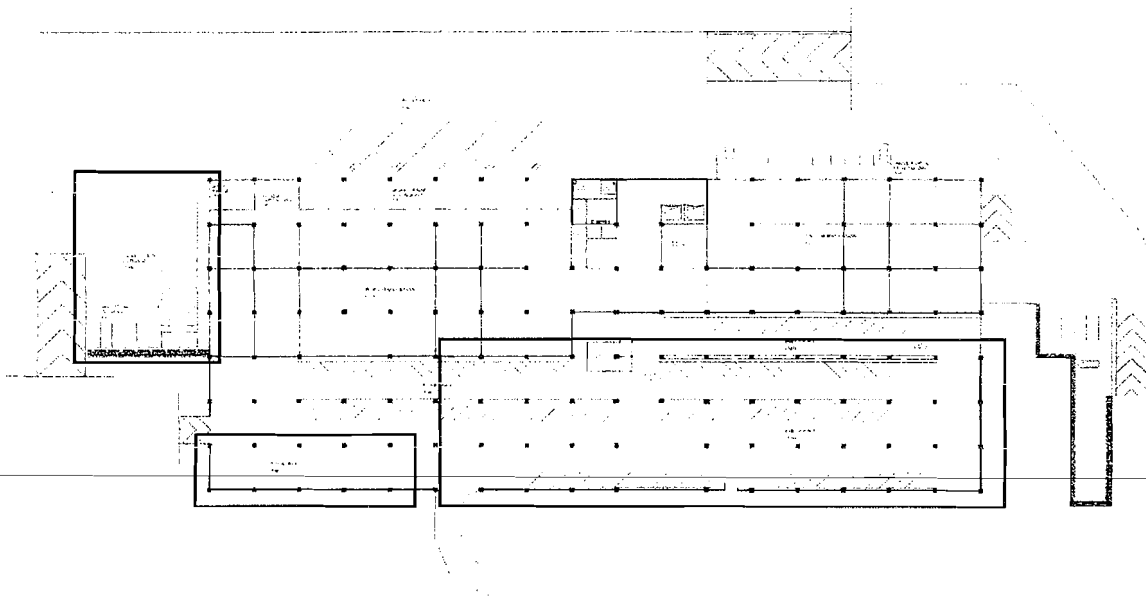


Perkerasan pada area parkir ini menggunakan paving blok dengan tujuan memperlancar sirkulasi peresapan air ke tanah. Peninggian jalur sirkulasi pedestrian dan trolley dari lantai dasar area parkir 0.2 m, sekaligus sebagai pembatas dan pengatur arah sirkulasi kendaraan. Terdapat area parkir yang di tujukan untuk pengunjung yang datang bukan dengan mobil pribadi. Area parkir ini di tutup oleh kanopi yang terhubung dengan entrance bangunan, salah satu tujuan pemberian kanopi ini untuk melindungi pengunjung dari cuaca yang mengganggu sirkulasi. Sebagian tempat parkir juga di gunakan untuk parkir bagi pengunjung yang ingin berinteraksi dengan kantor tempat pengelola dan pemasaran bangunan. Kanopi dengan tinggi 2.5 m tersusun dari bahan baja silinder sebagai tiang penyangga dan atap terbuat dari rangka baja di lapisi polikarbonat



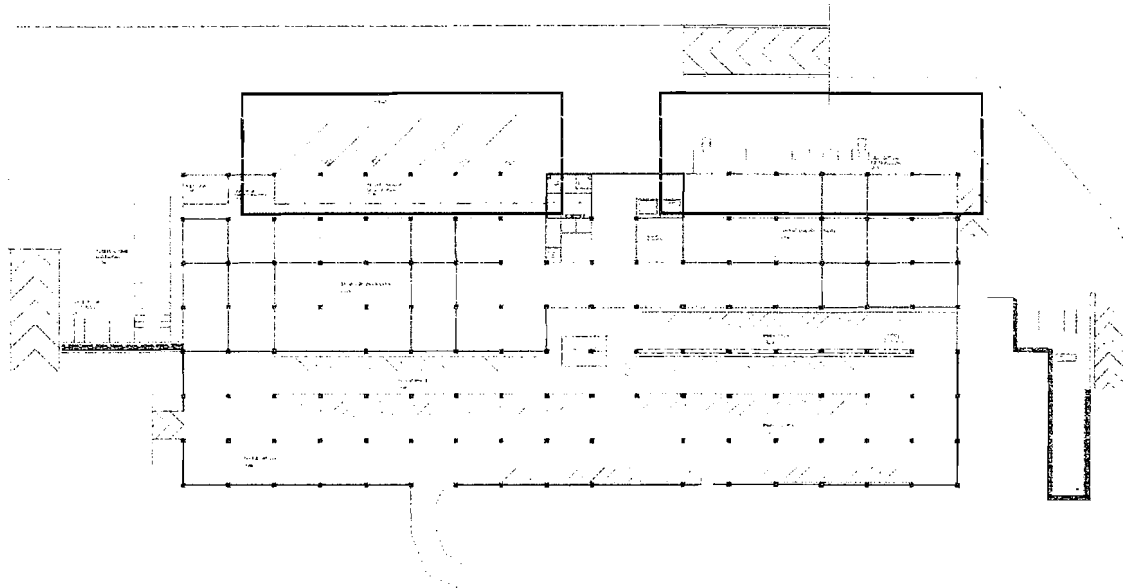
Untuk kendaraan karyawan / servis, area parkir di letakkan di daerah semi basement di sebelah selatan bangunan, dan sebagian kendaraan bongkar muat barang terletak di bagian utara bangunan. Area parkir ini terdiri dari tempat parkir mobil dan parkir kendaraan roda dua. Ada 40 tempat parkir bagi kendaraan oda dua dan 4 mobil bagi karyawan.

Untuk area parkir pengunjung yang lain terletak di bagian basement bangunan. Area parkir di basement terbagi menjadi dua bagian, yaitu area untuk kendaraan roda empat dan roda dua. Ketinggian ruang basement untuk area parkir ini 4 m. terdapat pula jalur khusus troli dan pedestrian pada area parkir ini. Jalur kendaraan roda empat di arahkan mulai dari ramp masuk di bagian selatan basement, menuju area parkir yang di sediakan, dan keluar melewati ramp bagian timur basement. jalur satu arah untuk pergerakan kendaraan di terapkan di sini, dengan maksud untuk mempermudah sirkulasi kendaraan. Jumlah tempat parkir mobil 121 buah, dan jumlah tempat kendaraan roda dua berjumlah 103 buah.



Area bongkar muat barang terletak di bagian belakang bangunan, pada daerah semi basement, di bagi menjadi dua macam area, bongkar muat barang dari truk furniture/trailer/container truck, dan area bongkar muat untuk barang yang akan diantar kepada konsumen dengan media pengantaran mobil bak / truk kecil. Perbedaan ini di dasarkan pada luasan area bongkar muat dan jenis kendaraan yang di gunakan. Area bongkar muat untuk kendaran berat terdiri dari 5 parking slot, dengan ukuran lebar 5m

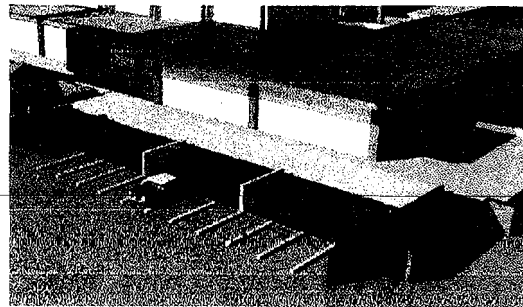
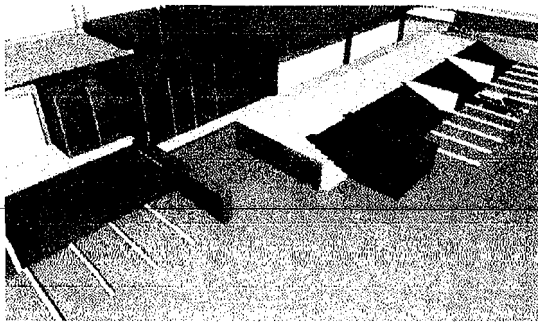
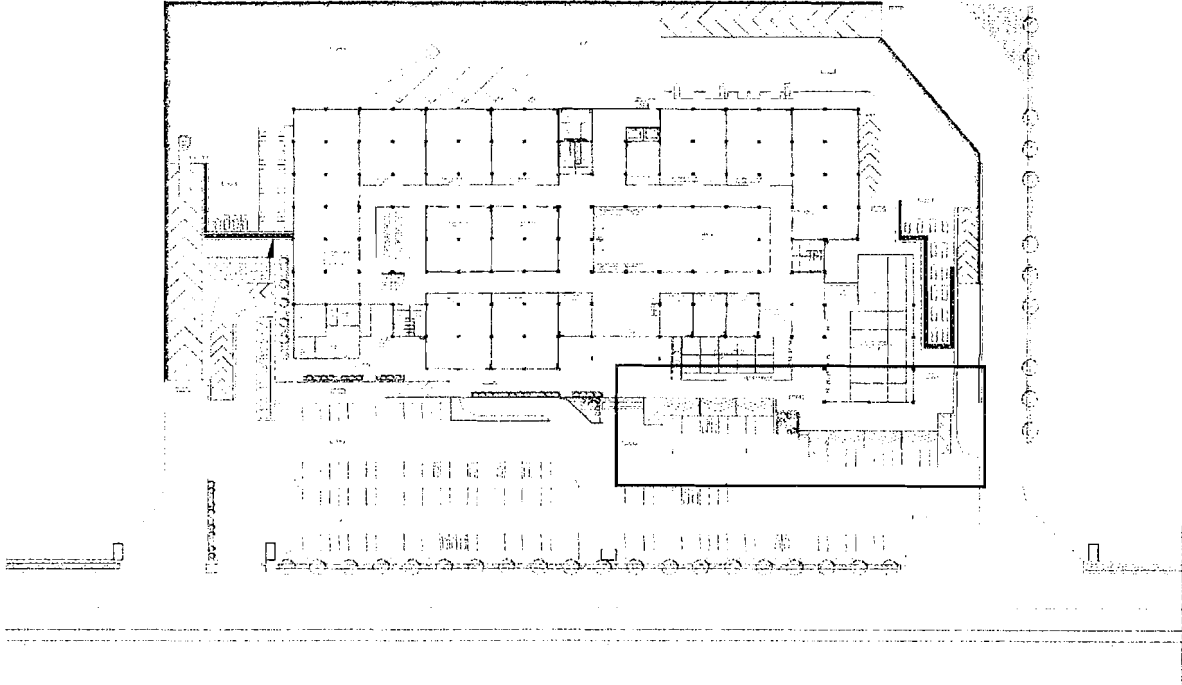
tiap slotnya, langsung terhubung dengan ruang penyimpanan barang di basement. Ketinggian perkerasan pada area bongkar muat adalah 5 m, dengan selisih dengan perkerasan aspal pada bagian jalan di area semi basement sebesar 1 m. tersedia pula tangga untuk naik ke area bongkar muat dari lantai jalan.



Area bongkar muat barang yang untuk kendaraan ringan terletak di sebelah belakang bagian utara bangunan, tersedia 8 slot parking untuk mobil bak terbuka / mini truck. Area ini juga langsung terhubung dengan ruang penyimpanan di basement. Barang yang di simpan di basement dapat langsung di distribusikan ke kendaraan yang parkir di slot, sedangkan barang yang di simpan di ruang penyimpanan groundfloor dapat di distribusikan melalui jalur ramp luar bangunan yang terhubung langsung ke basement. Lebar 4 slot masing masing 2.5 m, dan 4 slot lainnya terbagi menjadi dua, dengan masing-masing berukuran 5m, untuk memfasilitasi kendaraan yang lebih besar untuk dapat parkir di slot tersebut. Tinggi area bongkar muat ini 1 m dari perkerasan jalan semi basement belakang bangunan.

Pada bangunan, terdapat area khusus muat barang yang di tujukan bagi konsumen yang ingin langsung membawa barang yang telah di ambil di ruang penyimpanan groundfloor menuju kendaraan. Slot area muat barang ini terletak di bagian fasad depan bangunan, dan terhubung langsung dengan ruang penyimpanan groundfloor melalui ramp menurun dari bangunan. Area ini terbagi menjadi 2 bagian, tiap bagian mampu

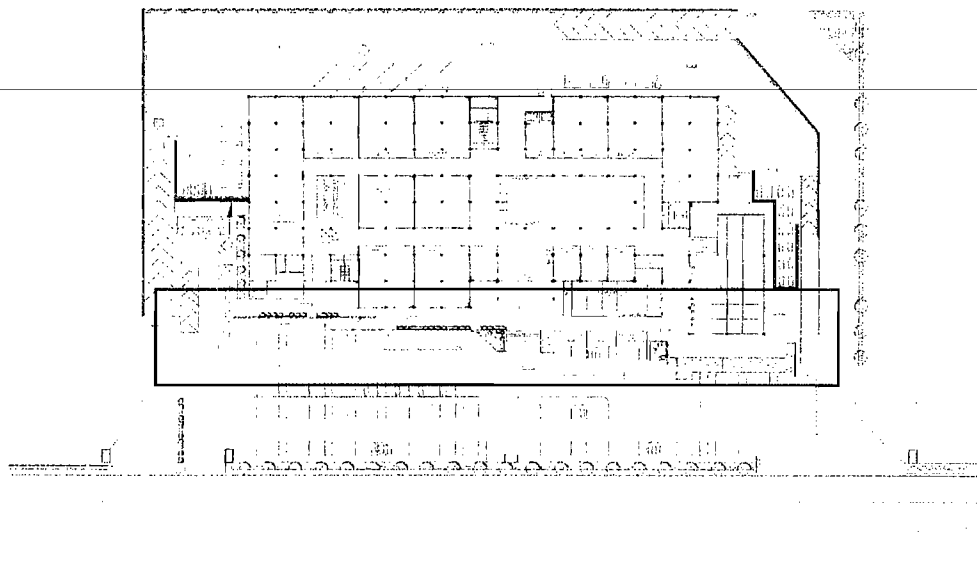
menampung 12 slot mobil. Konsumen yang membawa barang dapat menunggu kendaraan yang menjemputnya parkir di slot yang tersedia dengan berdiri di area tunggu di depan slot parkir, menaruh barang di kendaraan, dan pergi. Area tunggu bagi konsumen memiliki selisih ketinggian $- 1.1$ m dari teras bangunan, dan selisih $+ 0.4$ m dari perkerasan jalan. Dengan sudut kemiringan ramp 13 derajat, dan panjang ramp 4.2 m, lebar tempat penurunan barang 1 m, panjang tiap ramp 10 m.



IV.1.2. Teras Luar, Ramp dan Tangga

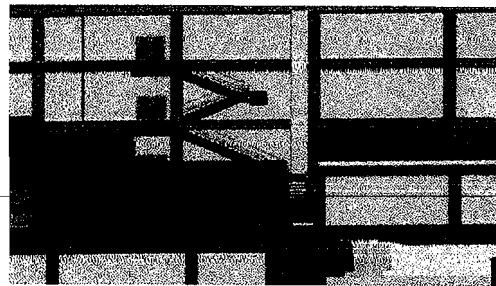
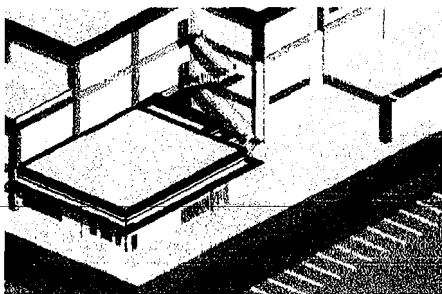
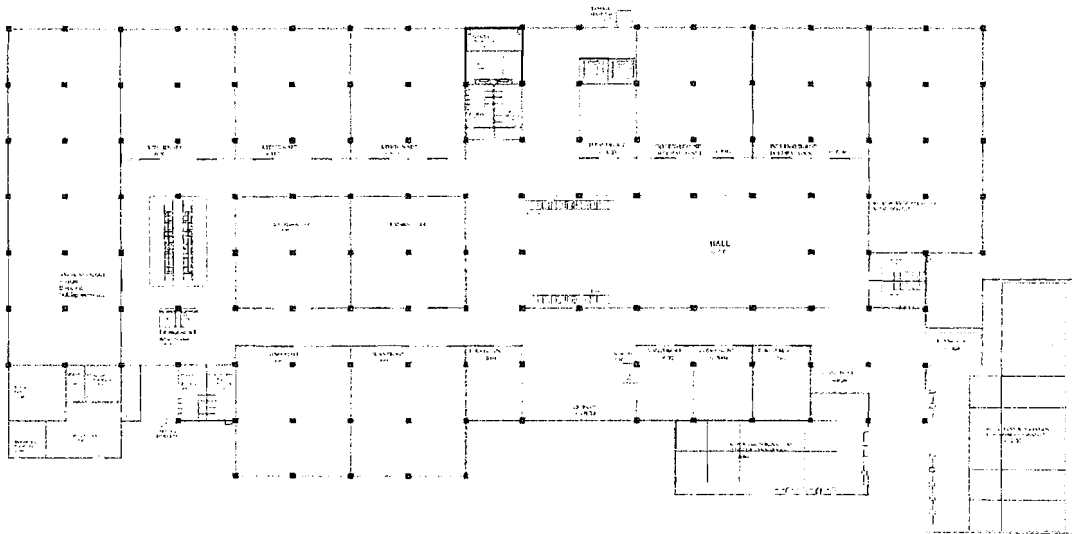
Teras luar memiliki ketinggian +1.5 m dari perkerasan jalan. Dengan ramp dan tangga sebagai penghubung dengan area parkir, teras mampu menampung pergerakan pengunjung dari area parkir ke bangunan. Tangga utama terletak di depan pintu masuk bangunan, selain itu, terdapat pula tangga penunjang yang memudahkan pengunjung mengakses bangunan, terletak di bagian tengah area muat barang di depan bangunan, untuk memudahkan pengunjung bergerak dari area parkir ke bangunan.

Ramp sebagai media akses pedestrian ke bangunan juga tersebar pada beberapa bagian luar bangunan, dengan panjang dan sudut kemiringan yang berbeda tiap satuan ramp. Ramp terletak antara lain di bagian selatan fasad bangunan, yang memfasilitasi pergerakan pengunjung dari area transit parkir menuju bangunan. Dengan panjang 17 m dan ketinggian 1.4 m dari jalan, membentuk sudut kemiringan 5 derajat. Ramp lain terletak di area muat barang pada fasad depan bangunan, dengan panjang 7.5 m, tinggi 1.5 m, kemiringan 11 derajat. Terdapat 2 jenis ramp yang sama pada area ini. Ada pula ram di bagian pojok depan bagian utara bangunan, di gunakan untuk sirkulasi karyawan dari area parkir – luar bangunan ke bangunan (terutama karyawan yang bertugas untuk distribusi pergerakan troli di area parkir). Panjang ramp 11 m, tinggi 1.5 m, kemiringan 8 derajat. Ramp lain yang di gunakan sebagai penghubung pergerakan antar area servis terletak pada bagian samping dan belakang bangunan, baik sebagai pergerakan kendaraan maupun pergerakan karyawan.



IV.1.3. Tangga Darurat

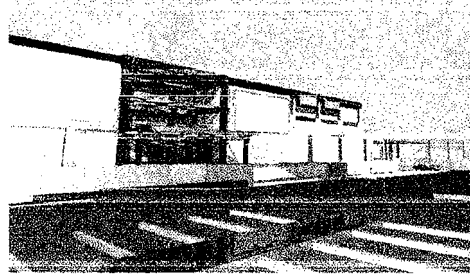
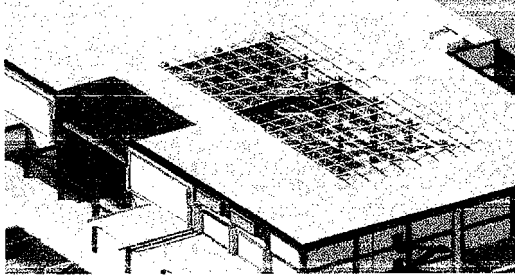
Tangga darurat tersebar di 3 bagian bangunan, yaitu bagian depan sebelah selatan bangunan, bagian samping / utara bangunan, dan bagian belakang bangunan. Keseluruhan tangga darurat ini di ekspos / terletak di bagian luar bangunan, selain untuk mempermudah sirkulasi, tangga darurat yang terbuat dari rangka baja baik rangka penyusun maupun plat pijakan tangga ini dapat mengurangi resiko pengguna berkaitan dengan bahaya kebakaran



IV.1.4. Fasad Bangunan.

Fasad bangunan, selain di gunakan sebagai penanda estetika pada bangunan, berfungsi sebagai area-area fungsional, seperti peletakan billboard sebagai media promosi produk yang di jual di bangunan, dan perletakan material-material pendukung bangunan (kanopi, bukaan). Pada fasad bangunan, bukaan di atur peletakannya pada lokasi

tertentu, tidak semua bagian fasad memiliki bukaan, dengan tujuan memfokuskan kegiatan jual beli yang terjadi di dalam bangunan. Alasan lain adalah dengan meletakkan bukaan pada spot – spot area tertentu, dapat membantu pemasukan pencahayaan alami pada bangunan, dan menjadikan spot area tersebut menjadi area yang menjadi penarik suasana pada ruang dalam bangunan.



Pada bagian entrance bangunan, di gunakan material baja profil ringan (steel zinalume dengan panjang per profil 9 m, di gabung dengan kawat sling baja diameter 3 cm sebagai struktur tarik yang mengikat profil baja, di susun sedemikian rupa membentuk shading menerus dari lantai satu sampai atap bangunan, dan di gunakan pula material kaca dengan pengikat system spider yang di hubungkan dengan profil baja dan sling. Sama halnya dengan kanopi pada entrance bangunan, dengan bahan profil baja yang sama dengan shading, disusun dan di gabung dengan material kaca dan sling kabel baja sebagai penguat, dan di topang dengan 3 kolom utama dengan bentang tiap kolom 9m yang terbuat dari profil baja.

Untuk lapisan luar dari struktur profil baja pada fasad, di gunakan lapisan plat metal zinc- aluminium dengan lebar 1 m, di hubungkan dengan pengikat pada profil baja.

Pada bagian lain dari fasad bangunan, yaitu pada bagian depan area penyimpanan barang, penutup kaca dengan profil baja sebagai struktur penguatnya, di gunakan sebagai pelingkup ruang dalam, juga sebagai ruang transisi antara ruang luar dan ruang dalam. tersedia dua pintu utama menuju ruang luar bangunan.

IV.2. Ruang Dalam pada Bangunan

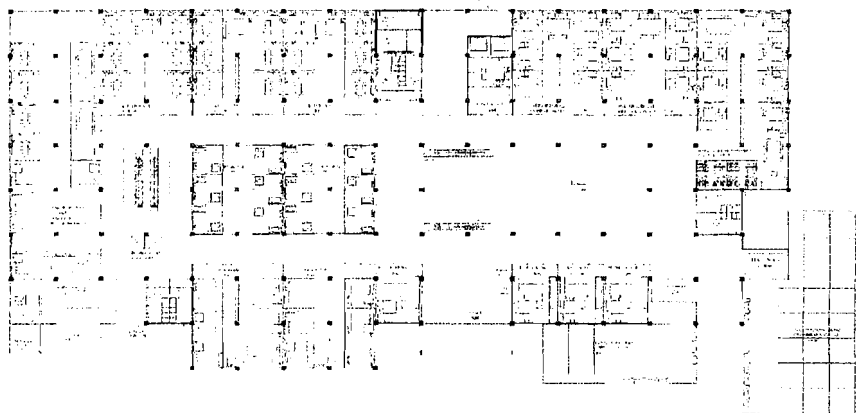
IV.2.1. Entrance Bangunan.

Entrance memiliki luasan 12x18 m, pada bagian dalam ruang di isi dengan lobby informasi, ruang penunjang berupa mesin ATM, dan elemen penunjang lain seperti media penunjuk letak retail dan arah, juga media informasi dan promosi. Bagian lantai satu dan dua pada entrance berupa void yang menerus ke atas, dengan profil baja yang di susun sebagai sebuah struktur sebagai pengisinya. Pada media profil baja ini juga di pasang lampu sebagai penerangan pada ruang entrance.

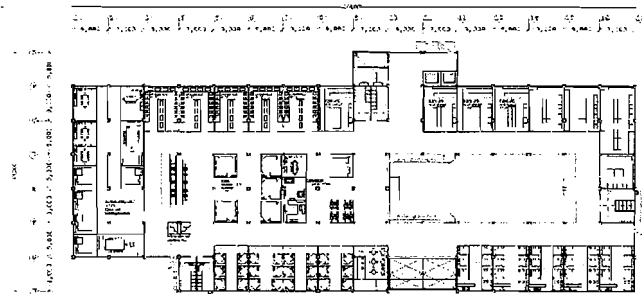


IV.2.2. Retail

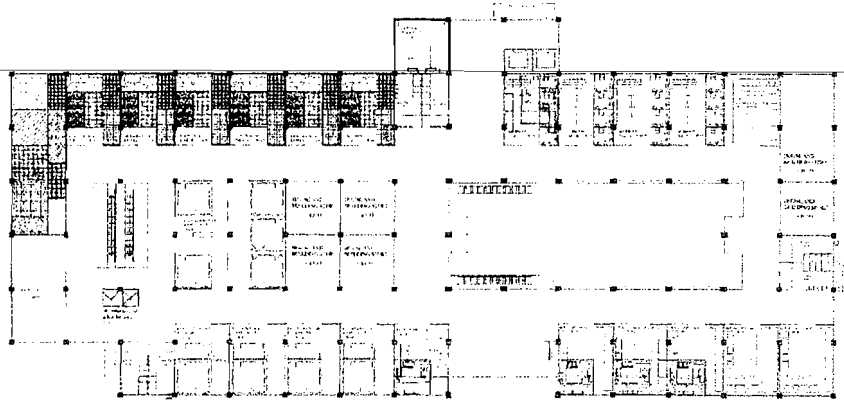
Retail tersebar pada tiap lantai bangunan, dengan ukuran yang berbeda di sesuaikan dengan zoning produk yang telah di tentukan. Pada groundfloor, terdiri dari 7 buah retail berukuran 18x21m, yang di gunakan untuk produk bedroom set, kitchen set, dan interior house decoration set. 2 ruang 18x18m untuk bathroom set, 5 ruang 12x 9 m untuk produk furniture set, 1 ruang 18x36 m untuk produk interior house decoration set, dan 1 ruang sebagai anchor tenant berisi produk house and building interior set berukuran 54x18 m.



Pada lantai satu, terdiri dari 20 ruang berukuran 12x 9 m, untuk produk furniture, paint and accessories, house and gardening compact tools, lightning fixture, doors and windows set. 2 ruang ukuran 18x18 m untuk produk lightning fixture dan doors – window set. 1 ruang sebagai anchortenant 2 berukuran 18x45 m untuk produk furniture, 1 ruang berukuran 18x 9 m untuk house, gardening and compact tools, 1 ruang berukuran 9 x 9 m untuk produk house, gardening and compact tools. Juga terdapat ruang berukuran 9 x 12 m sebagai retail penunjang berupa foodstore/caffe.



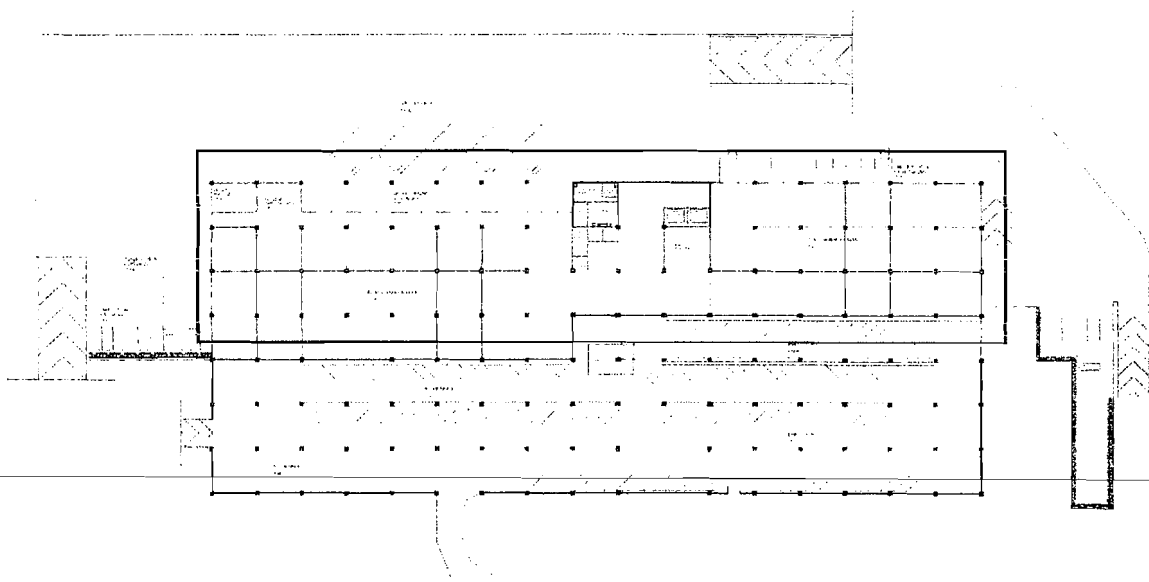
Pada lantai dua, terdiri dari 20 ruang berukuran 12x 9 m untuk produk keramik dan parket, bathroom fixture, house and building store, key, window and door fixture. 5 ruang berukuran 9x 9 m untuk produk house and building store, 1 ruang ukuran 18x18 m untuk produk key, window and door fixture, 1 ruang ukuran 18x 9 m untuk produk house and building store, 1 ruang ukuran 27x 9 m untuk produk keramik dan parket. Retail penunjang berupa foodstore/caffe dan bookstore masing-masing berukuran 12x 9 m dan 18x 9 m.



Tinggi ruang tiap retail setelah di beri plafond adalah 3.5 m, dengan pemberian fasilitas penerangan buatan berupa lampu, output ducting AC, dan penambahan panel instalasi listrik tambahan bagi tiap retail, dengan tujuan memudahkan penyewa retail untuk memodifikasi interior retail sebagai tempat simulasi dan memamerkan produk sesuai dengan fungsi dan tujuan masing-masing.

IV.2.3. Ruang Penyimpanan Produk

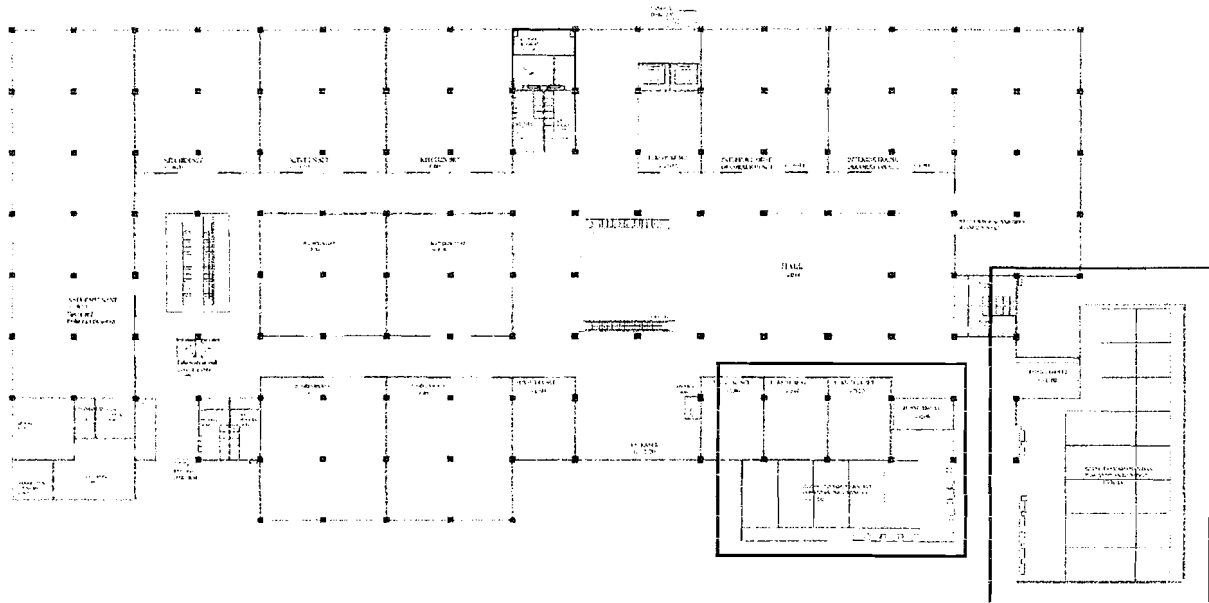
Ruang penyimpanan produk terbagi menjadi dua, pada bagian basement dan pada bagian groundfloor. Pada bagian basement, di khususkan menyimpan produk dengan kategori produk berat dan sebagian produk kategori sedang. Luasan ruang untuk produk berat 1782 m² dengan pembagian area per retail 18x 9 m termasuk sirkulasi, 11 area produk dapat di tampung. Luas ruang untuk produk kategori berat + sedang di basement adalah 1458 m². Ruang penyimpanan di basement ini terhubung ke ruang penyimpanan ke lantai dasar melalui ramp di luar bangunan. Tinggi ruang simpan 5 m.



Ruang penyimpanan di lantai dasar terbagi menjadi 2 buah, dengan pertimbangan kemudahan pembagian sirkulasi pengunjung dalam mengambil barang. Ruang penyimpanan di lantai dasar juga di fungsikan sebagai ruang pengambilan barang. Luas ruang penyimpanan 1 untuk peletakan produk 250 m², dengan pembagian 25m² per area

produk. Pada ruangan ini juga terdapat meja pelayanan pengambilan barang berjumlah 8 buah. Tinggi ruang ini 5m, menggunakan atap dak. Tersedia lemari penyimpanan yang disusun di dalam ruangan.

Ruang penyimpanan 2 untuk peletakan produk memiliki luas 525 m², dengan pembagian 25m² per area produk. meja pelayanan yang tersedia berjumlah 8 buah. Tinggi ruang 5m, penutup atap yang di gunakan berupa polikarbonat yang di topang oleh rangka ruang silinder, dengan bentang 24 m. tersedia lemari penyimpanan pada ruangan ini.



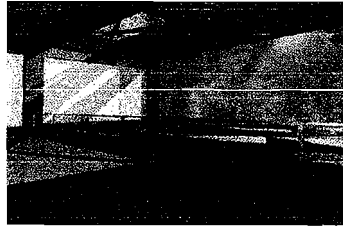
IV.2.4. Area penunjang di ruang dalam bangunan

Terdapat area penunjang kegiatan pengguna bangunan, antara lain information and advertise area yang terletak di dalam bangunan sebelah selatan. Area ini berupa rangkaian rangka baja profil dan sling baja yang dirangkai, dan di letakkan televisi layer datar pada bagian pinggir sebagai media informasi dan iklan bagi pengunjung. Area ini dapat di akses oleh pengunjung dengan mudah.



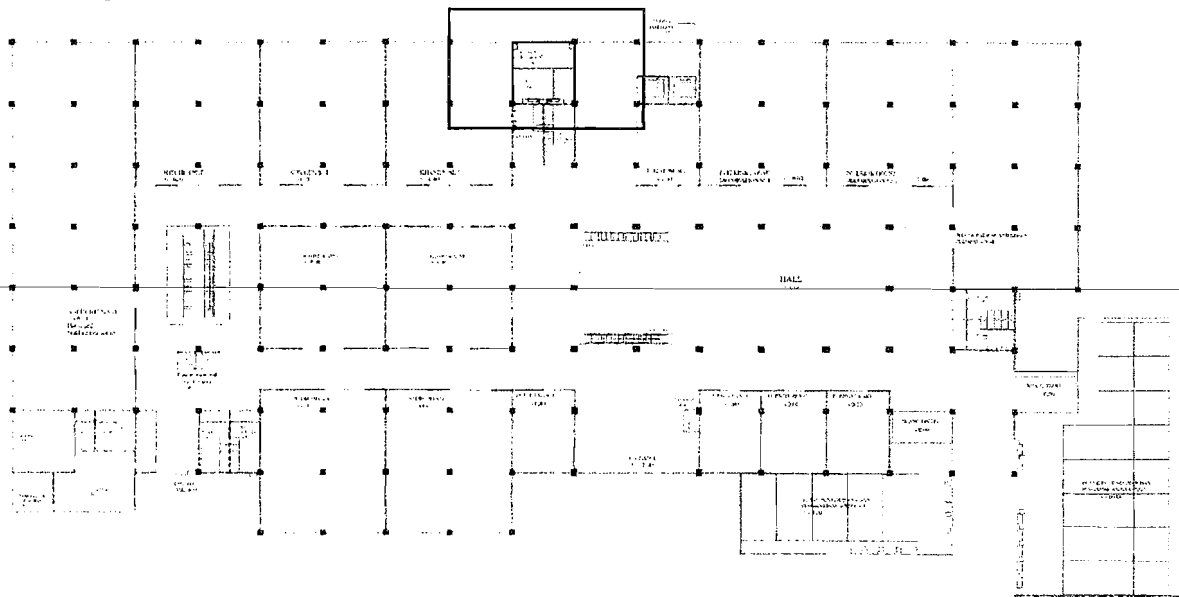
Area tengah bangunan pada bagian dalam entrance, yang terletak di lantai satu dan dua, dapat di manfaatkan pengguna sebagai rest area. Area ini memberikan daya tarik tersendiri bagi pengguna.

Untuk menunjang sirkulasi pengguna di dalam bangunan, di sediakan 8 eskalator yang terbagi di 2 area berbeda, masing masing 4 buah untuk akses vertikal pengguna.

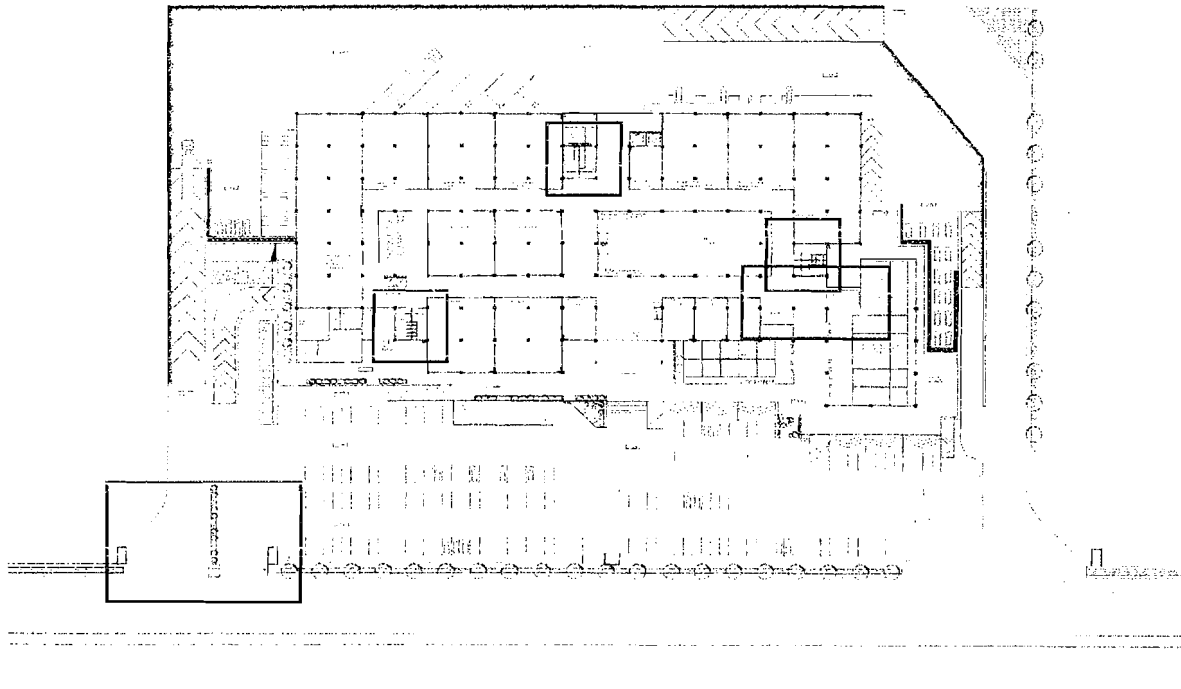


IV.2.5. Servis Area bangunan.

Area servis bangunan meliputi, ruang-ruang peletakan AHU yang terletak pada bagian barat dalam bangunan, terletak pada tiap lantai, ruang control panel yang mengatur system kelistrikan bangunan, ruang water plant yang terletak di basement yang berfungsi mendistribusikan air ke mesin AC, ruang water tank sebagai tempat penyimpanan air untuk sprinkler dengan system downfeed. Area servis ini terletak dalam satu bagian dari core bangunan.



Area servis lain adalah ruang water closet yang terletak tersebar pada bagian – bagian bangunan, dengan pertimbangan kemudahan akses pengguna terhadap area ini. Selain water closet, juga tersedia area peletakan troli yang mampu menampung 220 buah troli dalam dua area yang terpisah. servis area lain yang tersedia pada bangunan ini adalah area yang berkaitan dengan kegiatan karyawan, antara lain fasilitas ruang ganti karyawan, kantin, ruang penyimpanan peralatan, lift barang, pos satpam, tempat transit troli di luar bangunan.



IV.2.6. Area Kantor

Area yang di gunakan pengelola bangunan untuk berkegiatan, terdiri dari ruang-ruang antara lain ruang pimpinan dan wakil, ruang administrasi, ruang rapat, ruang bagian promosi dan pemasaran, ruang sekretasis, ruang tunggu pengguna. Area kantor ini terletak pada bagian depan sebelah selatan bangunan, akses ke area ini dapat di capai melalui luar bangunan melalui ramp yang tersedia.

