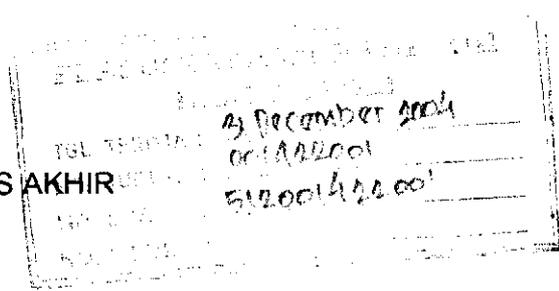


LAPORAN PERANCANGAN TUGAS AKHIR



PUSAT PERBELANJAAN DI RANTAU PRAPAT

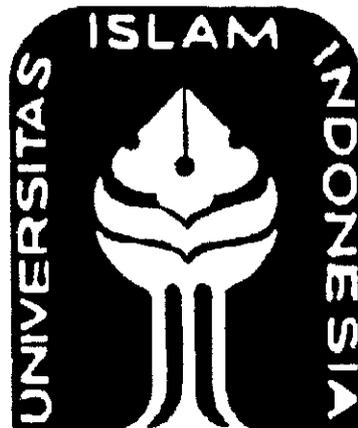
SUMATERA UTARA

“Perpaduan antara pusat perbelanjaan berkarakter modern dengan pasar tradisional dalam satu kesatuan bangunan “

SHOPPING CENTRE IN RANTAU PRAPAT

NORT SUMATERA

“The unity of modern shopping centre and traditional shopping centre in a single building”



disusun oleh :

**SILVANI
99512233**

Handwritten notes and signatures on the right side of the page, including a date '31 December 2004' and some illegible text.

**LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR**

**PUSAT PERBELANJAAN
DI RANTAUPRAPAT, SUMATERA UTARA**



Disusun oleh:

Silvani

99 512 233

Mengetahui:

**(Ir. Fajriyanto, MTP)
Dosen Pembimbing**



**(Ir. Revianto BS, M. Arch)
Ketua Jurusan Arsitektur
FTSP UII**

HALAMAN PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya kecilku ini buat
kedua orang tuaku tercinta, kakakku yang paling cantik,
serta kedua adikku yang sangat kusayangi.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT, sang maha segala-galanya, yang atas berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul Pusat Perbelanjaan di Rantauprapat, Sumatera Utara. Serta shalawat dan salam semogaselalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad Saw, keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Selama mengerjakan tugas akhir hingga tersusunnya lporan ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa kemudahan, bimbingan, pengarahan, motivasi, kritik dan saran, dan segala bantuan dalam bentuk yang tidak tersampaikan.

Karenanya, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ir. Revianto Budi Santoso, M.Arch, selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
2. Ir. Fajriyanto, MTP, selaku dosen pembimbing yang telah sangat banyak memberikan bimbingan, pengarahan serta pelajaran yang sangat membantu dalam melaksanakan tugas akhir ini.
3. Ir. Iftironi selaku dosen penguji yang juga banyak memberikan kritik dan saran.
4. Dosen- dosen jurusan arsitektur UII yang juga memberikan bantuan. Pak Arman, dengan kritiknya, Pak Munichy, pinjaman bukunya, dan dosen yang lain.
5. Bapak dan mamak tercinta, yang telah memberikan sangat banyak dukungan buat aku, dalam segala bentuk, juga dengan tekun mendoakan aku agar berhasil. Juga adik-adikku, Ai dan Rendi atas cintanya selama ini. Cinta yang (kurasa) tak pernah ada habisnya.....
6. Kakakku yang paling kusayangi; Ina (ni keke). Thanks ya, untuk semuanya. Pijatannya yang meredakan lelah, kesediannya menemaniku mondar-mandir, marahnya yang menunjukkan jalan. ‘ Aku tau, itu tanda sayang kan?’

7. Mas Marwan 'Poepoet'. Special thanks 4 u. ' Makasih banget ya mas, semuanya! Mas memberikan sangat banyak utukku. Aku baru mengerti, cara menunjukkan perhatian yang mas ajarkan'. Semoga Allah membalas semua kebaikan mas, amin.
8. Abangku, yang diantara ada dan tiadanya selalu mendukungku, makasi ya. Juga bang Aslan, makasi udah mau ngerjain proyek thank you ini.
9. Om Ramin dan keluarga, juga uwak Syahrial effendi yang udah bantu cari dan ngumpulin data.
10. Buat temen-temen senasib. Su-Farid, kamu banyak beri semangat buat aku, thanks. Su-Lelel dan Su-On-on, lelucon segernya bikin fresh lagi. Su-Yuyun; Ime, 'kita akan selalu berteman kan im?' Juga semua temen-temen selama studio, kalian adalah semangatku, penghiburku,
11. Buat Ayu, Indah, Pipit, Ratna, Gagay, atas persahabatan yang tak terlupakan. Tova dan Ai', makasi banget ya maketnya. Kak Fin dan Evi di rumah. Untuk mba Mira dan Mas Ira, makasi ya pinjaman contoh laporan dan printer serta perhatiannya.
12. Serta untuk semua pihak yang telah banyak membantu, yang tidak mungkin tersebutkan satu- persatu dalam lembar yang sempit ini, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan ini dapat berguna bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 28 April 2004

Penulis



Silvani

ABSTRAKSI

Pusat Perbelanjaan di Rantauprapat, Sumatera Utara

Kota Rantauprapat yang berperan sebagai kota transit dan pusat pendistribusian barang di kabupaten labuhan batu membutuhkan tersedianya sarana perdagangan yang memadai. Pusat perbelanjaan merupakan salah satu wadah tempat terjadinya transaksi jual beli ini. Dalam pusat perbelanjaan yang menjadi proyek tugas akhir ini, terdapat dua karakter perdagangan di dalamnya, yakni perdagangan dengan karakter modern (dalam hal ini berupa mall) dan tradisional (berupa pasar tradisional). Karena perbedaan karakter inilah kemudian timbul beberapa permasalahan. Permasalahan itu disebabkan oleh perbedaan yang cukup signifikan antara keduanya, antara lain pengunjung, pedagang, fasilitas, suasana yang tercipta, materi perdagangan, cara berdagang serta nilai-nilai estetika di dalam bangunan itu.

Cara yang digunakan untuk menjawab permasalahan- permasalahan ini adalah dengan menganalisa perbedaan dan persamaan keduanya, dan kemudian menarik garis tengah dimana mereka dapat dipadukan dengan baik tanpa mengabaikan karakter masing-masing. Karena banyaknya masalah yang timbul, maka dalam tugas akhir ini ditekankan pada tata ruang serta sirkulasi

Konsep perancangan pusat perbelanjaan ini berupa konsep penggabungan ruang, antara wadah perdagangan berkarakter modern dengan tradisional, serta sirkulasi yang jelas dan nyaman bagi para pengguna bangunan, baik pengelola, pedagang, pengunjung mall maupun pasar tradisional. Selain itu, juga dirancang fasad yang merupakan perpaduan keduanya, dan didisain sedemikian agar tetap dapat mencitrakan bangunan mall serta pasar tradisional (dalam hal ini tradisional melayu) tanpa terlihat menempel.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	
ABSTRAKSI	
DAFTAR ISI	

BAB I PENDAHULUAN

1.1	PENDAHULUAN	1
1.1.1	Latar Belakang Proyek.....	1
1.2.2	Latar Belakang Permasalahan.....	4
1.2	PERMASALAHAN	5
1.2.1	Permasalahan Umum.....	5
1.2.2	Permasalahan Khusus.....	6
1.3	TUJUAN DAN SASARAN	6
1.3.1	Tujuan Pembahasan.....	6
1.3.2	Sasaran Pembahasan.....	6

BAB II. DASAR TEORI DAN STUDI BANDING

2.1	LANDASAN TEORI	7
2.1.1	Tinjauan Umum Pusat perbelanjaan.....	7
	A. Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	7
	B. Klasifikasi Pusat perbelanjaan.....	8
	C. Sistem Pelayanan Dalam Pusat Perbelanjaan.....	10
	D. Pelaku Dalam Pusat Perbelanjaan.....	11
	E. Kegiatan Dalam Pusat Perbelanjaan.....	11
	F. Jenis Fasilitas di Pusat Perbelanjaan.....	13
2.1.2	Tinjauan Umum <i>Mall</i>	14
	A. Pengertian Umum <i>Mall</i>	14
	B. Unsur-unsur dalam <i>Mall</i>	14
	C. Bentuk <i>Mall</i>	14

2.1.3	Tinjauan Umum Pasar Tradisional.....	14
	A. Pengertian Umum Pasar	14
	B. Pembagian Pasar	15
2.1.4	Tinjauan Fasilitas Rekreasi pada pusat Perbelanjaan	17
	A. Pengertian Umum Rekreasi dan Arena Rekreasi.....	17
	B. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi.....	17
2.1.5	Tinjauan Pusat Perbelanjaan Sebagai Studi Banding.....	18
	A. Kalibata Mall, Jakarta.....	18
	B. Citra Niaga Samarinda	19
	C. Mal Mangga Dua, Jakarta.....	20
2.2	DASAR-DASAR PERANCANGAN PUSAT PERBELANJAAN.....	21
2.2.1	Fungsi	21
2.2.2	Struktur.....	23
2.2.3	Utilitas.....	24
	A. Plumbing.....	24
	B. Sistem Bahaya Kebakaran.....	24
	C. Penangkal Petir.....	25
	D. Mekanikal Elektrikal.....	25
	E. Sistem Komunikasi	25
	F. Pencahayaan.....	26
	G. Penghawaan	26
2.2.4	Bentuk Dan Enclosure.....	27
	A. Citra.....	27
	B. Façad.....	28
2.2.5	Kebutuhan Ruang	29
	A. Pelaku kegiatan.....	29
	B. Karakter Kegiatan.....	30
2.2.6	Macam Dan Besaran Ruang	30
	A. Pusat Perbelanjaan.....	30
	B. Pada Pasar Tradisional.....	32
2.2.7	Perpaduan Dua Fungsi.....	34

BAB III	ANALISA DAN KONSEP	
3.1	LOKASI	36
3.2	SITE	37
3.2.1	Site Existing.....	37
3.2.2	Tata Guna Lahan.....	37
3.2.3	Batasan Site.....	38
3.2.4	Potensi.....	38
3.2.5	Hambatan.....	39
3.2.6	Analisa Sekitar Site.....	39
3.2.7	Analisa Sirkulasi Sekitar.....	40
3.3	ANALISA PELAKU DAN KEGIATAN	41
3.3.1	Pelaku.....	41
3.3.2	Analisa Kegiatan.....	42
3.3.3	Analisa Hubungan Ruang.....	44
3.3.4	Analisa Organisasi Ruang.....	45
3.3.5	Analisis Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	46
	A. Berdasarkan jangkauan pelayanannya.....	46
	B. Berdasarkan bentuk fisik.....	46
	C. Berdasarkan kuantitas barang.....	46
	D. Berdasarkan jenis barang yang dijual.....	46
3.3.6	Analisa Klasifikasi Pasar Tradisional.....	46
	A. Berdasarkan Lingkup Pelayanan.....	46
	B. Berdasarkan hirarki pelayanannya.....	47
3.4	ANALISA SISTEM PELAYANAN	47
3.5	ANALISA FASILITAS REKREASI	47
3.6	ANALISA PENGGABUNGAN	47
	A. Materi.....	47
	B. Pedagang.....	49
	C. Pengunjung atau konsumen.....	49
	D. Suasana.....	49
	E. Waktu kegiatan.....	50
	F. Kebutuhan ruang dan fasilitas pendukung.....	50
3.7	ANALISA PERSAMAAN DAN PERBEDAAN	52
3.8	ANALISA BENTUK PENGGABUNGAN	56
3.8.1	Secara Vertikal.....	56

3.8.2	Secara horizontal.....	56
3.8.3	Sirkulasi	56
3.8.4	Pola ruang dan organisasi ruana.....	57
3.9	ANALISA TIPOLOGI BANGUNAN.....	59
3.9.1	Pusat Perbelanjaan Modern.....	59
3.9.2	Pasar Tradisional.....	60
3.10	KONSEP.....	60
3.10.1	Konsep Penggabungan.....	60
	A. Bentuk penggabungan.....	60
	B. Sirkulasi.....	63
3.10.2	Penampilan Bangunan.....	64
3.10.3	Struktur bangunan.....	66
3.10.4	Utilitas.....	66
	A. Plumbing.....	66
	B. Sistem Bahaya Kebakaran.....	66
	C. Penangkal Petir.....	67
	D. Mekanikal Elektrikal.....	67
	E. Pencahayaan.....	68
	F. Penghawaan.....	68
BAB IV	LAPORAN PERANCANGAN.....	69
4.1	PENZONINGAN.....	69
4.2	BENTUK MASSA BANGUNAN.....	70
4.3	Penggabungan dua fungsi.....	70
4.3.1	Secara Horizontal.....	71
	A. Pada Site Plan.....	71
	B. Pada Denah.....	73
4.3.2	Secara Vertikal.....	78
	A. Tampak.....	78
	B. Potongan.....	79
4.4	AREA MALL.....	80
4.4.1	Tata ruang.....	80
4.4.2	Sirkulasi	81
4.4.3	Fasad bangunan.....	81
4.5	AREA PASAR TRADISIONAL.....	83

4.5.1	Tata Ruang.....	83
4.5.2	Sirkulasi.....	85
4.5.3	Fasad.....	86
4.6	SISTEM STRUKTUR.....	87
4.6.1	Jarak antar kolom.....	87
4.6.2	Shaft dan Ducting.....	89
4.7	UTILITAS.....	90
4.7.1	Pencahayaan.....	90
4.7.2	Penghawaan.....	91
4.7.3	Sistem Bahaya kebakaran	91

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 PENDAHULUAN

Fungsi utama kota Rantauprapat adalah sebagai pusat kegiatan pemerintahan, perdagangan, pengolahan hasil pertanian dan pendidikan dengan mengandalkan kegiatan agribisnis sebagai basis kegiatan perekonomian. Perkembangan fungsi utama di Rantauprapat dan kegiatan agribisnis di kabupaten Labuhanbatu secara keseluruhan, telah menempatkan kota Rantauprapat sebagai salah satu pusat pelayanan sekunder dalam Kawasan Pengembangan Rantauprapat-Kisaran dan sekitarnya (RAPKINS). Disamping itu letak kota Rantauprapat yang berada di jalur Lintas Timur Sumatera dan sebagai salah satu simpul penghubung kota-kota di bagian Timur Sumatera dengan kota-kota di Bagian Barat, menyebabkan kota Rantauprapat juga berperan sebagai terminal kolektor dan distribusi barang dan jasa.

1.1.1 Latar Belakang Proyek

Peran dan fungsi kota Rantauprapat, seperti yang disampaikan di atas akan meningkatkan aktivitas distribusi barang dan jasa. Hal ini menuntut adanya penyediaan fasilitas perdagangan yang memadai, seperti pasar dan pusat-pusat perbelanjaan.

Kota Rantauprapat memiliki luas wilayah 8.821 Ha. Terdiri dari 19 kelurahan dan desa dengan jumlah penduduk 92.112 jiwa pada tahun 2002. Fasilitas perdagangan yang ada di kota Rantauprapat masih kurang memadai bila dibandingkan dengan luas lahan dan kebutuhan penduduknya. Sekarang ini hanya ada 209 unit toko, 4 unit pasar dan hanya 2 yang berkembang dengan baik, serta 1 unit swalayan. Kondisi fasilitas perdagangan di kota Rantauprapat ini dapat dilihat pada table 1 lampiran.

Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang berjumlah 92.112 jiwa, maka luas lahan untuk fasilitas perdagangan pada tahun 2002 seharusnya mencapai 15,67 Ha. Dengan demikian fasilitas perdagangan yang ada hanya

memenuhi 33,12 % kebutuhan tempat berdagang yang diperlukan. Sebagian besar atau 73,79% pusat perbelanjaan yang ada tersebut milik PEMKAB, 15,33% pasar Inpres dan 10,88% partisipasi.

Secara kuantitas, jumlah pasar yang ada sudah mencukupi, tetapi kapasitas masing-masing pasar tersebut tidak mencukupi. Bahkan pasar Sigambal dan Bakaranbatu yang seharusnya tumbuh sebagai pasar lingkungan dan pusat pertumbuhan BWK (Bagian Wilayah Kota) tidak berkembang sebagaimana mestinya. Sehingga aktifitas perdagangan khususnya perdagangan eceran tradisional masih terpusat di pusat kota terutama di Pasar Baru. Akibatnya, dengan luas Pasar Baru yang hanya 15.360 m² harus menampung 1.300 pedagang, bahkan kegiatan perdagangan sudah mencapai tepi jalan Diponegoro sehingga mengganggu kelancaran arus lalu lintas di sekitar jalan tersebut.

Sebagaimana telah diuraikan diatas, bahwa salah satu fungsi primer kota Rantauprapat adalah sebagai pusat kegiatan perdagangan dan jasa, khususnya yang berorientasi ekonomi. Berdasarkan hal tersebut, maka kegiatan utama pengembangan dalam sektor perdagangan adalah membuka kesempatan usaha perdagangan, terutama usaha memperlancar penyaluran barang dan menambah kapasitas pasar maupun pertokoan.

Dari hasil perhitungan pada RUTRK Rantauprapat tahun 1993-2014, pertumbuhan penduduk kota Rantauprapat hanya 1,25% per tahun. Angka pertumbuhan ini relatif rendah dan pada tahun 2014 diproyeksikan jumlah penduduk kota Rantauprapat lebih besar dari angka proyeksi tersebut, seperti dijelaskan dibawah ini. Hal ini mengingat kedudukan kota Rantauprapat secara strategis berperan sebagai simpul distribusi barang dan jasa, baik dalam skala wilayah Kabupaten Labuhanbatu maupun regional. Dengan demikian jumlah penduduk yang menggunakan fasilitas kota baik sebagai pekerja, transit maupun kegiatan ekonomi lainnya secara de facto bertambah besar dari angka proyeksi tersebut. Diperkirakan, secara de facto penduduk kota Rantauprapat akan mencapai 150.000-200.000 orang pada tahun 2014, maka kebutuhan lahan untuk fasilitas perdagangan sampai tahun 2014 akan mencapai 44,25 Ha (lihat lampiran, table : 1.2). Sedangkan menurut RUTRK Kota Administratif Rantauprapat tahun 1993-2014, kebutuhan lahan untuk fasilitas perdagangan

akan mencapai 68,06 Ha. Jika dibandingkan dengan kondisi fasilitas perdagangan di Rantauprapat pada tahun 2002, yaitu seluas 5,19 Ha sebagaimana yang disajikan dalam tabel 2 lampiran, maka pemenuhan fasilitas perdagangan untuk Rantauprapat hanya 15,16% dari total kebutuhan yang diperlukan hingga tahun 2014 (tidak termasuk warung).

Kebutuhan fasilitas perdagangan di Rantauprapat sampai tahun 2014 diperhitungkan mencapai luas lahan 442.000 m², dengan jumlah warung 2000 unit, pertokoan 1000 unit, pasar 7 unit dan pusat perbelanjaan 2 unit. Perhitungan ini dapat dilihat pada lampiran, table 2. Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan fasilitas perdagangan di Rantauprapat khususnya pertokoan, pasar dan pusat perbelanjaan masih sangat memungkinkan, bahkan dapat dikatakan sebagai kebutuhan yang mendesak untuk segera dipenuhi.

Hal lain yang melatarbelakangi perlunya proyek ini adalah belum tersedianya wadah perdagangan bagi para pedagang yang memiliki modal menengah ke atas. Sementara ini, para pedagang yang bermodal menengah ke atas sebahagian besar berdagang di toko-toko milik pribadi maupun menyewa milik orang lain atau pemerintah daerah, sebahagian lagi berdagang di pasar dengan menyewa kios. Sarana perdagangan seperti ini tentu kurang efisien bagi para konsumen, sebab untuk mencari berbagai macam barang yang berbeda mereka harus berpindah dari satu toko ke toko lain yang terkadang jaraknya cukup jauh hingga harus ditempuh lagi dengan kendaraan. Belum lagi apabila ternyata barang yang mereka butuhkan tidak tersedia atau kehabisan stock di toko tersebut, tentunya akan sangat merugikan waktu dan tenaga.

Pedagang dengan modal menengah ke atas ini biasanya berdagang barang kebutuhan sekunder dan tersier, hingga para konsumen mereka juga sebahagian besar adalah masyarakat ekonomi menengah ke atas. Dengan ketidakefektifan gaya berbelanja ini, maka masyarakat kalangan menengah ke atas- terutama kalangan atas- lebih memilih berbelanja ke luar kota, yakni ke kota Medan. Disana mereka dapat berbelanja di berbagai mall dan *shopping center*, yang lebih memudahkan mereka dalam berbelanja, sekaligus

menawarkan suasana yang nyaman dan rekreatif, yang tidak mereka dapatkan di kota Rantauprapat.

Dengan demikian, kota Rantauprapat disamping memerlukan penambahan pasar tradisional, juga sudah membutuhkan adanya sebuah pusat perbelanjaan modern seperti mall atau sejenisnya. Untuk itu, proyek ini akan menggabungkan keduanya yakni pusat perbelanjaan modern serta pasar tradisional dalam satu kompleks bangunan.

1.1.2 Latar Belakang Permasalahan

Latar belakang permasalahan adalah adanya perbedaan karakteristik yang cukup besar antara pasar tradisional dengan pasar modern. Perbedaan karakter ini antara lain dalam hal wadah atau sarana perdagangannya, cara berdagang, jenis dan sifat barang atau jasa yang diperdagangkan, konsumen atau pelanggan serta waktu kegiatan.

Pasar tradisional biasanya membutuhkan wadah yang sederhana, seperti kios atau los, menggunakan pencahayaan dan penghawaan alami. Cara perdagangannya tradisional dengan transaksi secara langsung antara pedagang dengan pembeli melalui tawar menawar. Materi yang diperdagangkan biasanya barang kebutuhan sehari-hari, seperti hasil bumi dan ternak berupa sayuran, buah, ikan dan daging, serta sembako lainnya. Jasa yang dijual juga sederhana, seperti penjahit, servis elektronik, sepatu, sepeda dan alat-alat masak, tambal ban, tukang pangkas, dan sejenisnya. Konsumen atau pelanggan yang datang berbelanja pada pasar tradisional ini sebagian besar dari masyarakat golongan menengah ke bawah. Waktu kegiatan berkisar antara pukul 04.00 pagi sampai pukul 17.00 sore.

Sedangkan pada pusat perbelanjaan modern, dalam hal ini *mall*, wadah dan fasilitas penunjang yang dibutuhkan lebih kompleks, seperti ruang dagang yang dilengkapi dengan fasilitas penerangan serta penghawaan buatan juga alat komunikasi. Cara berdagang biasanya tidak melalui tawar menawar harga, pembeli memilih barang yang mereka butuhkan, kemudian membayarnya baik dengan menggunakan nota atau langsung. Barang yang dijual pada pusat perbelanjaan modern seperti *mall* ini bervariasi, mulai dari barang kebutuhan sehari-hari seperti bahan pangan, juga barang elektronik, pakaian dan

aksesorinya sampai barang- barang mahal seperti parfum, jam tangan, furnitur dan perhiasan, bahkan kendaraan. Jasa yang ditawarkan antara lain salon dan perawatan kecantikan, travel dan biro perjalanan, konsultan, fotografi dan sebagainya. Konsumen atau pelanggan sebahagian besar dari masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas. Waktu kegiatan pada mall berkisar dari pukul 09.00 pagi sampai 21.00 malam.

Selain beberapa hal di atas, latar belakang lain dari permasalahan ini adalah suasana yang sering kali hadir pada pasar tradisional adalah hiruk pikuk, hingga menimbulkan kejenuhan dan kebosanan dalam aktifitas perdagangan. Sementara di sisi lain, mall selalu dituntut untuk mampu memberikan suasana nyaman dan rekreatif.

1.2 PERMASALAHAN

1.2.1 Permasalahan Umum

Bagaimana merancang sebuah pusat perbelanjaan yang mewadahi kegiatan perdagangan berkarakter modern dengan perdagangan tradisional dalam satu kompleks bangunan yang terpadu tanpa mengabaikan karakternya masing-masing.

1.2.2 Permasalahan Khusus.

Bagaimana merancang pola tata ruang dan sistem sirkulasi yang mendukung dalam penggabungan pusat perbelanjaan modern dengan pasar tradisional yang memiliki karakter yang berbeda agar lebih kompak dan saling mendukung.

1.3 TUJUAN DAN SASARAN

1.3.1 Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan ini adalah merancang sebuah pusat perbelanjaan yang dapat mewadahi kegiatan perdagangan, baik bagi pusat perbelanjaan modern maupun pasar tradisional juga ruang perantara yang dapat digunakan bersama, dengan memperhatikan penataan modul dan tata ruang, serta penyelesaian penataan ruang yang nyaman sehingga dapat menciptakan keterpaduan dan suasana rekreatif.

1.3.2 Sasaran Pembahasan

Sasaran dari pembahasan ini adalah:

- Merancang sebuah pusat perbelanjaan yang dapat menjadi alternatif sarana perdagangan sekaligus sarana rekreasi keluarga.
- Merancang pusat perbelanjaan yang memiliki pola sirkulasi terpadu yang jelas dan cukup nyaman.
- Pembagian serta pengelompokan ruang yang jelas untuk tiap ruang dagang sesuai dengan sifat dan jenis materi dagangnya.
- Penataan ruang luar yang terpadu dan dapat mendukung fungsi bangunan, seperti sirkulasi kendaraan yang memudahkan akses, area parkir, area bongkar muat serta taman.





BAB II

DASAR TEORI DAN STUDI BANDING

1.4 LANDASAN TEORI

1.4.1 Tinjauan Umum Pusat perbelanjaan

A. Pengertian Pusat perbelanjaan

Beberapa pengertian pusat perbelanjaan:

Pusat perbelanjaan adalah sebuah kompleks toko-toko retail dan fasilitas yang berhubungan dengan itu yang direncanakan sebagai sebuah kelompok yang menyatu untuk memberikan kenyamanan maksimum dalam berbelanja untuk para pelanggan dan keterbukaan yang maksimum juga untuk barang dagangan (Chiara, 1999).

Pusat Perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (operational unit), berhubungan dengan lokasi, ukuran, jenis toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan jenis dan ukuran total dari toko-toko. (An No Name, 1977)

Pusat perbelanjaan adalah kumpulan yang menyatukan secara arsitektur perusahaan komersial pada site dengan perencanaan, pembangunan, kepemilikan, dan manajemen sebagai sebuah hubungan unit operasi di dalam lokasi tersebut, ukuran dan tipe pertokoan dengan area perdagangan merupakan unit pelayanan. Unit pelengkap adalah area parkir yang berhubungan langsung dengan tipe dan ukuran keseluruhan dari pertokoan tersebut. (Mc. Keever, J. Rose, 1977)

Secara Umum, pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan belanja atau transaksi jual beli, juga tempat untuk berkumpul atau berekreasi atau rileks. (Bedington, 1982)

Dapat disimpulkan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks bangunan komersial yang dirancang dan direncanakan beserta fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dalam aktifitas perdagangan yang diwadahnya.

B. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

1. Berdasarkan Skala Pelayanan (Gruend, 1973)

a. Pusat Perbelanjaan Local (*Neighbourhood Center*)

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.

b. Pusat Perbelanjaan Distrik (*Community Center*)

Jangkauan pelayanan antara 40.000-150.000 penduduk (skala wilayah). Luas areanya berkisar antara 100.000-800.000 sq.ft (9.290-27.870 m²). Terdiri dari *junior Department Store*, *Supermarket* dan toko-toko.

c. Pusat Perbelanjaan Regional (*Main Center*)

Jangkauan pelayanan antara 300.000-1.000.000 sq.ft (27.870-92.990 m²). Terdiri dari *Junior Department Store*, *Supermarket* dan berjenis-jenis toko.

2. Berdasarkan bentuk fisik (Bedington, 1982)

a. *Shopping street*

Deretan took-toko yang terencana di kedua sisi jalan, fasilitas parkir pengunjung dan arus barang di muka pertokoan menjadi satu dengan lalu lintas umum.

b. *Shopping Precinct*

Merupakan perkembangan dari toko berjejer, toko-toko berbentuk kelompok dengan ruangan bebas.

c. *Department Store*

Toko-toko berjejer yang berada dalam ruangan yang dikelalo oleh suatu badan. Barang yang diperdagangkan meliputi kebutuhan primer hingga tersier.

d. *Supermarket*

Merupakan ruang toko dengan ruangan luas yang menjual bermacam-macam barang yang diatur secara kelompok. Sifat bangunan berdiri sendiri atau merupakan bagian dari suatu bangunan. Fasilitas parkir berada di sekitar bangunan.

e. *Shopping Center*

Merupakan gabungan dari jenis perdagangan di atas merupakan perbelanjaan konsumen, mempunyai area yang strategis dan luas. Sifat bangunan permanent cenderung mewah. Di dalamnya selain ada supermarket juga ada fasilitas pendukung/pelengkap.

f. *Trade Center*

Merupakan wadah perdagangan yang lebih besar lagi. Pusat perdagangan mempunyai skala pelayanan yang lebih besar (skala kota). Pusat perdagangan mewadahi segala kegiatan dagang baik oleh lembaga yang terkait dalam suatu lingkungan yang terpadu, sehingga keberadaannya mendukung dan mempengaruhi pusat kota.

3. Berdasarkan Kuantitas barang yang Dijual

a. Toko grosir

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

b. Toko Retail (eceran)

Yaitu toko yang menjual barang relatif lebih sedikit atau persatu barang/ eceran. Lingkup sistem ini lebih luas dan fleksibel daripada

grosir. Selain itu toko eceran juga akan lebih menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

4. Berdasarkan bentuk organisasinya (National Economic development Office, 1971) :

a. *Department Store*

Pusat perbelanjaan yang diusahakan oleh suatu badan usaha yang menjual berbagai macam barang kebutuhan.

b. *Multiple Store*

Pusat perbelanjaan yang membeli barang dalam jumlah besar, sedangkan penjualan barang-barangnya dilakukan oleh toko-toko cabangnya.

c. *Cooperative Societies*

Bentuk organisasi yang bertujuan utama untuk memenuhi kebutuhan anggota atau untuk kesejahteraan anggota.

d. *Independent Trade*

Bentuk penjualan yang dimiliki dan diusahakan oleh satu pemilik.

5. Berdasarkan jenis barang yang dijual: (Chiara, 1983)

a. *Convience Store*

Yakni toko yang menjual barang pokok kebutuhan sehari-hari, seperti beras, bumbu dapur, sayuran, dll.

a. *Demand Store*

Yakni toko yang menjual barang kebutuhan pokok yang frekwensi pembeliannya tidak setiap hari, misalnya : pakaian, sepatu, tas, dll.

b. *Impulse Store*

Yakni toko yang menjual barang-barang mewah seperti perhiasan, parfum, mobil, dll.

C. Sistem Pelayanan Dalam Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan dapat dibagi atas : (Gruend, 1982)

1. *Personal service*

Pembeli dilayani oleh pramuniaga dari balik counter. Biasanya untuk barang-barang yang mahal dan eksklusif, seperti: jam tangan, perhiasan, kaca mata, parfum, kosmetik, dan sebagainya.

2. *Self Selection*

Pembeli mencari sendiri barang kebutuhannya, kemudian memilihnya dan memberitahukan pramuniaga agar mendapatkan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran.

3. *Self Service*

Pembeli menggunakan alat angkut barang perbelanjaan seperti *trolley* atau keranjang yang tersedia dan memilih barang yang dibutuhkan, kemudian membawanya menuju counter untuk melakukan pembayaran.

D. Pelaku Dalam Pusat Perbelanjaan

Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan : (Nugrahadi, 1997)

1. Konsumen / Pengunjung / Pembeli

Yakni orang yang datang untuk berbelanja ataupun hanya untuk melihat-lihat dan berekreasi.

2. Penyewa / Pedagang

Penyewa adalah orang yang menyewa ruang dagang, dapat sekaligus menjadi pedagang atau mempekerjakan orang untuk berdagang di kosnya.

3. Pengelola

Yakni orang yang mengelola pusat perbelanjaan.

4. Supplier

Yakni pihak yang mensuplai dan atau mengantar barang yang diperlukan para pedagang.

E. Kegiatan Dalam Pusat Perbelanjaan

1. Jenis Kegiatan

a. Kegiatan jual beli

- Kegiatan penyajian barang dan penyimpanan
- Kegiatan pelayanan jual beli
- Kegiatan promosi
- Kegiatan pergerakan
- Kegiatan distribusi barang (bongkar muat)

b. Kegiatan mengelola

- Kegiatan manajemen

- Kegiatan operasional dan pemeliharaan

2. Pola Kegiatan (Zahra, Ar, 2003)

a. Pola kegiatan mengenal area

Pola kegiatan ini pengunjung memikirkan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju, dalam hal ini memerlukan orientasi yang jelas.

b. Pengunjung telah mengenal medan

- Langsung ke tempat yang dituju apabila untuk keperluan khusus, maka perlu di beri jarak capai yang efektif
- Berkeliling apabil pengunjung ingin memilih barang atau sekedar melihat-lihat atau rekreasi.

c. Transaksi

Yaitu pengunjung langsung membayar harga yang dibeli pada kasir.

d. Rekreasi

Yaitu pengunjung dalam melakukan kegiatan berbelanja lama akan melelahkan dan akan membutuhkan suasana yang lebih kreatif, oleh karena itu perlu diberikan keleluasaan gerak.

e. Kedekatan Jarak

Pengunjung cenderung untuk mencari jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi, sehingga bentuk dan arah jalur dimungkinkan untuk mudah tercapai dan sederhana.

3. Sifat Kegiatan

Kegiatan utama pusat perbelanjaan adalah kegiatan jual beli dan kegiatan promosi yang bersifat rekreatif. Adapun sifat-sifat kegiatan tersebut adalah :

a. Sifat kegiatan jual beli

- Sifat dinamis yaitu suasana yang ramai karena adanya aliran pengunjung dalam memilih barang yang akan dibeli.
- Sifat terbatas berarti terdapatnya pembatasan. Walaupun semua orang bisa terlibat dalam kegiatan tersebut, namun hanya kalangan ekonomi tertentu yang mau dan mampu melakukannya.

b. Sifat Kegiatan Promosi

Diorientasikan pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang. Orientasi daya tarik lebih mengarah pada aspek visual atau penampakan barang yang langsung ditangkap oleh pengunjung. Sedangkan orientasi daya saing barang lebih mengarah pada aspek harga dan mutu serta pelayanan.

c. Sifat Kegiatan Rekreasi

- Non Formal, pengunjung datang untuk santai dan bersenang-senang serta melihat keramaian suasana.
- Dinamis, adanya pergerakan yang selalu mengalir dan yang dilakukan oleh pengunjung dari satu tempat ke tempat lain.

F. Jenis Fasilitas di Pusat Perbelanjaan

Jenis Fasilitas yang umumnya ada pada pusat perbelanjaan adalah sbb: (Beddington, 1982)

1. sport center
2. cinema
3. *medical center*
4. arena bermain anak

Sedangkan jenis fasilitas hiburan yang umumnya ada dipusat perbelanjaan adalah sbb:

1. bioskop
2. *children play ground*
3. supermarket
4. *Department store*
5. *Book Store*
6. Restoran

1.4.2 Tinjauan Umum Mall

A. Pengertian Umum Mall

Menurut Rinorthen (Rinorthen, 1997), *mall* dapat diartikan sebagai sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki (*a pedestrianniseel shopping street*) yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih , lebih berkualitas

dan lebih mewah daripada arcade-arcade (1. gang yang beratap, 2. gedung yang memiliki gang beratap biasanya ditempati toko-toko.

B. Unsur-unsur dalam Mall (Ibid)

1. *Anchor* (magnet)

Merupakan transformasi dari “ *nodes* “ dapat pula berfungsi sebagai *land mark* , perwujudannya berupa plaza dalam *shopping mall*.

2. *Secondary Anchor*

Merupakan transformasi dari “ *districts* “ perwujudannya berupa toko-toko pengecer, *retail store*, *supermarket*, *super store* dan bioskop.

3. *Street mall*

Merupakan transformasi dari “*paths*“, perwujudannya berupa pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.

4. *Landscaping* pertamanan

Merupakan transformasi dari “*edges*”, sebagai pembatas pertokoan dengan bagian luar.

C. Bentuk Mall (Maitland, B , 1987)

1. *Open Mall*

Mall tanpa pelingkup keuntungannya : kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah hingga biaya lebih murah. Kerugiannya : kendala climatic control berpengaruh terhadap kenyamanan dan kesan pewardahan kurang.

2. *Enclosed mall*

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

3. *Integrated Mall*

Penggabungan antara mall terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka.

1.4.3 Tinjauan Umum Pasar Tradisional

A. Pengertian Umum Pasar

1. Pasar adalah tempat orang jual beli, pekan tempat aneka pertunjukan, kedai, warung, kios dan sebagainya, lingkungan tempat suatu barang dagangan dapat laku atau tidak laku sama sekali, kurang baik barangnya. (Poerwodarminto, 1987)

2. Pasar adalah tempat berjual beli barang dagangan, tempat bertemunya penjual dan pembeli dan berlangsungnya transaksi jual beli. (William,1996)
3. Pasar adalah suatu tempat dimana barang dagangan diperagakan dalam suatu bangunan yang luas dalam suatu kota dan biasanya dengan los-los (Fulk and Wagnal Comp.)

Secara umum dapat disimpulkan pasar adalah suatu tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.

B. Pembagian Pasar

1. Menurut Lingkup Pelayanan (Golany, 1976)
 - a. Skala Lingkungan
 - melayani 5000 - 40.000 jiwa
 - bersifat pedagang eceran
 - b. Skala lokal
 - melayani 40.000 – 150.000 jiwa
 - adanya perluasan berupa penawaran ragam toko
 - c. Skala regional
 - lebih dari 150.000 jiwa
 - dibangun suatu department store dengan barang dagangan lebih beragam.
2. Menurut hirarki pelayanan (Soewito, 1977) Soewito membagi hirarki pelayanan perdagangan dengan spesifikasi fasilitas, populasi pelayanan, skala radius, perkiraan kepadatan dan status pasar sebagai berikut:
 - a. Pasar Kota Besar
 1. Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum (bank, kantor pos, dll) dan *Civic Center*.
 2. Populasi Pelayanan : kota dan regional
 3. Skala Radius Pelayanan : 5 – 10 km
 4. Perkiraan kepadatan : 300/Ha
 5. Status pasar : pasar kota

b. Pasar Kota Pembantu

1. Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran
2. Populasi pelayanan : Kota dan Regional
3. Skala Radius Pelayanan : 3 – 5 km
4. Perkiraan Kepadatan : 200 – 250 / Ha
5. Status : Pasar Kota

c. Pasar Wilayah

1. Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayan umum (bank, kantor pos, dll) dan *Civic Center*.
2. Populasi pelayanan : 250.000
3. Skala radius pelayanan : 2 - 3 km
4. Perkiraan kepadatan : 150-200/ Ha
5. Status pasar : pasar wilayah

d. Pasar Wilayah Pembantu

1. Fasilitas : Pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayan umum (bank, kantor pos, dll) dan *Civic Center*.
2. Populasi pelayanan : 70000 – 250.000
3. Skala radius pelayanan : 1,5 - 2 km
4. Perkiraan kepadatan : 100 – 150 /Ha
5. Status pasar : Pasar Wilayah Pembantu

e. Pasar Kecamatan

1. Fasilitas : Pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum (Bank, Kantor pos dll) dan *Civic Center*
2. Populasi pelayanan : 20.000 – 70.000
3. Skala Radius Pelayanan : s/d 1,5 km
4. Perkiraan Kepadatan : 80 – 100 / Ha
5. Status : Pasar Lingkungan

b. Kelompok Perumahan

1. Fasilitas : Warung-warung dan toko-toko kecil
2. Populasi pelayanan : kurang dari 500
3. Skala Radius Pelayanan : s/d 0,5 km
4. Perkiraan Kepadatan : 80 – 100 / Ha
5. Status : -

1.4.4 Tinjauan Fasilitas Rekreasi pada pusat Perbelanjaan

A. Pengertian Umum Rekreasi dan Arena Rekreasi

Rekreasi berasal dari kata “ *re-create* ” yang berarti menciptakan kembali ; maksudnya adalah menciptakan suasana baru. Dalam rekreasi ini tentu akan dibutuhkan adanya arena untuk berekreasi, dalam hal ini pusat perbelanjaan.

B. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi

1. Berdasarkan Sifat Kegiatan
 - a. *Entertainment* / kesukaan : restoran, *cafeteria*, *snack bar*, dsb.
 - b. *Amusement* / kesenangan : bioskop, *night club*, *art gallery*, *ball room*, teater, dsb.
 - c. *Recreation* / bermain dan hiburan : bowling, billiard, taman margasatwa, permainan dan ketangkasan seperti pin ball dan sebagainya.
 - d. *Relaxation* / santai : taman kota, *swimming poll*, *jeaside youthclub*, *cottage*, *beach* dsb.
2. Berdasarkan Jenis Kegiatan
 - a. Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti renang, golf, billiard, permainan / ketangkasan ; *video game*, *bom-bom car* dll.
 - b. Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerakan fisik seperti menonton bioskop, konser, drama dsb.
3. Berdasarkan Pola Kegiatan
 - a. Massal : pertunjukan film, konser, drama, dsb.
 - b. Kelompok Kecil : *billiard*
 - c. Perorangan : *bowling*, *pinball*.
4. Berdasarkan Waktu Kegiatan
 - a. Pagi hari : jalan-jalan di taman, olah raga di pusat kebugaran, dsb.
 - b. Pagi, siang, malam : bioskop, *billiard*, renang, *bowling*, dsb.
 - c. Malam hari : club malam, *discotic*, *cafe*.

1.4.5 Tinjauan Pusat Perbelanjaan Sebagai Studi Banding

A. Kalibata Mall, Jakarta.

Pusat perbelanjaan dan rekreasi yang terletak di jalan Kalibata, Jakarta Selatan ini menempati lahan seluas 2,2 Ha dari 4 Ha lahan yang ada. Luas lantai keseluruhannya 18.000 m². Kalibata mall ini mempunyai karakter yang agak berbeda dengan pusat-pusat perbelanjaan modern lainnya. Disana pengunjung tidak hanya berbelanja di dalam gedung, tetapi juga diluar gedung yang diolah sebagai mal dan plaza. Kalibata mall tidak hanya mengakomodasi kegiatan retail sektor modern / formal, pedagang informal juga diberi tempat dan diatur keberadaannya sehingga dapat terintegrasi secara wajar dengan kegiatan retail sektor modern. Pada pusat perbelanjaan ini terjadi penggabungan antara pedagang formal dengan karakter modern dengan pedagang informal dengan karakter tradisional.

Kalibata Mall terdiri dari 3 gugus massa, yaitu :

1. Bangunan *Superstore*
Terdiri dari 5 lapis termasuk satu lantai setengah basement yang juga dimanfaatkan sebagai ruang belanja.
2. Bangunan *Supermall*
Terdiri dari 4 lapis termasuk satu lantai setengah basement yang digunakan sebagai tempat parkir.
3. Ruko
Terdiri dari 3 lapis berorientasi pada mall yang ada.

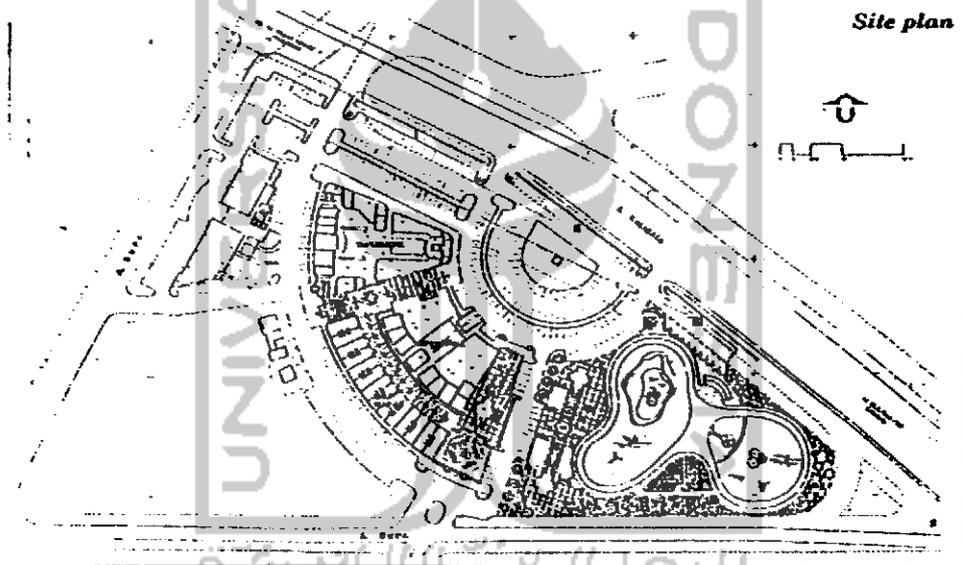
Ketiga gugus massa ini membentuk suatu kesatuan massa setengah lingkaran. Ruang antara ketiga gugus massa ini diolah sehingga terdiri 2 buah mall :

- Mall antara bangunan *supermall* dan ruko
- Mall antara bangunan *superstore* dan *supermall* dengan ruko.

Para pedagang sektor informal yang diberi tempat didaerah sepanjang mall terdiri dari pedagang barang kerajinan, buah-buahan dan makanan tradisional. Sektor ini mendukung suasana bazar informal yang memang ingin diwujudkan di Pusat Perbelanjaan Kalibata ini. Penempatan *anchor tenant* (magnet) pada bangunan *superstore* (di lantai 3 dan 4) dan

dibangunan *supermall* (di lantai dasar berupa *book center* dan lantai atas berupa bioskop)

Penataan parkir berkapasitas 600 kendaraan terletak di halaman dan dapat terlihat langsung oleh calon pengunjung. Hal ini akan lebih menunjang dilihat dari segi pemasaran karena pengunjung tidak ragu-ragu untuk masuk apabila melihat tempat parkir yang cukup luas. Penggabungan kedua sektor perdagangan ini punya keuntungan dan kelemahan. Keuntungannya yaitu pedagang kaki lima di sekitar kawasan bias ditampung dan dapat menghidupkan suasana mall yang ada. Kelemahan adalah mall menjadi kotor karena karena pembatasan jenis pedagang kaki lima tidak begitu jelas. (Konstruksi, 1991)



B. Citra Niaga Samarinda

Pusat perbelanjaan dan arena promosi ini berlokasi di Samarinda yang luas 2,7 Ha, merupakan proyek percontohan pasar di Samarinda. Proyek ini telah mewujudkan kenyataan bahwa pembenahan pusat kota dapat kota dapat dilaksanakan tanpa menggusur dan malahan mengikutsertakan para pedagang kaki lima yang ada sebagai satu kesatuan

pembangunan. Proyek ini terbagi dalam tiga tahap dimana jumlah keseluruhan ruko yang akan dibangun 141 unit, 79 kios dan 224 petak pedagang kaki lima. Luas unit : ruko= 60,70 dan 80 m², kios = 13,5 m² dan pondok kaki lima 3 x 3 m².

Konsep desain didasarkan pada prinsip pedestrianisasi dengan mempelajari tata cara pedestrian yang dirasakan penting dalam keberhasilan dalam upaya menunjang usaha pedagang kaki lima. Suatu jalan yang melengkung dimasukkan didalam desain untuk mengubah jalan-jalan grid yang monoton yang ada pada konsep pedestrianisasi tersebut, sehingga menjadi dasar dalam penataan ruang terbuka di dalam lingkungan, komponen sisi arena hiburan dan bentuk bangunan- bangunan lainnya. (Konstruksi,1987)

C. Mal Mangga Dua, Jakarta.

Mal mangga dua yang terletak tepat di seberang ITC Mangga Dua ini terdiri dari enam lantai plus satu lantai besmen dengan total luas bangunan 89.000 m². Karena warna dan bahasa arsitekturnya, fasilitas perbelanjaan ini memiliki penampilan cukup mencolok di lingkungannya.

Seperti halnya ITC Mangga Dua, Mal Mangga Dua ini juga dikonsepsikan untuk perdagangan ritel dan grosir, namun fasilitas perdagangan ini menggunakan AC. Berbeda dengan ITC Mangga Dua, Mal Mangga Dua selain terdiri dari kios-kios juga terdiri dari ruko. Kelima puluh unit ruko tersebut, terletak di sepanjang sisi utara atau sisi Jalan Mangga Dua Raya, dan sisi selatan. Dari sudut desain arsitektur, penggabungan antara ruko dan mal dalam satu kesatuan bangunan agak sulit, karena masing-masing fungsi memiliki tuntutan yang berbeda. Kendala pertama yang dihadapi sehubungan dengan konsep ketinggian bangunan. Berbeda dengan ruko, mal membutuhkan *floor to floor height (ffh)* yang cukup tinggi, sekitar 4,5 sampai 5 meter. Berda kebutuhan ffh antara mal dan ruko menjadi kendala karena dari awal diputuskan untuk membuat level lantai yang sama antara kedua fungsi tersebut untuk mengantisipasi bila pembeli ruko juga membeli kios yang ada di belakang ruko dan membuat satu hubungan. Bila ada perbedaan level, menjadi tidak

efisien karena akan memakan ruang untuk akses. Untuk itu, diambil jalan tengah, ruko didisain dengan ffh yang lebih tinggi dari ruko umumnya, sementara ffh mal sedikit lebih pendek dari kondisi idealnya. Ketinggian lantai dasar mal ini adalah 4,5 m, sementara lantai satu hingga lantai lima 4,2m. Ruko terdiri dari empat lantai.

Sementara, dalam upaya untuk mewujudkan konsep mal, perencana mendisaian void memanjang. Dengan begitu, sebahagian besar kios memiliki hadapan ke void dan aksesibilitas yang baik, disamping adanya suasana yang dinamis dan kontak visual antar lantai. Agar tidak kelihatan terlalu panjang, void didisain cukup besar. Selain itu, di sisi timur dan barat ditempatkan pintu masuk sehingga tidak buntu. Pada kedua sisi lainnya juga terdapat pintu masuk dan pintu masuk utama di sisi utara. Bentuk massa bangunan mal mengikuti kondisi tapak. Konsepnya, massa bangunan memanfaatkan lahan seoptimal mungkin. Mal ini berdiri di atas lahan seluas 24.000 m². (Konstruksi, 1996)

1.5 DASAR-DASAR PERANCANGAN PUSAT PERBELANJAAN

1.5.1 Fungsi

Sebagai bangunan komersial, pusat perbelanjaan ini berfungsi untuk memwadahi seluruh kegiatan komersial di dalamnya, antara lain transaksi jual beli, promosi dan rekreasi. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan sebuah pusat perbelanjaan dan pasar tradisional, antara lain:

A. Tata ruang

Penataan ruang pada pusat perbelanjaan perlu memperhatikan pengelompokan ruang dengan baik, yang disesuaikan dengan pola sirkulasi yang digunakan.

Pengelompokkan ruang

1. Berdasarkan Jenis Materi Perdagangan:

- Bahan pangan : hasil pertanian / perkebunan / palawija, sayuran, buah-buahan, hasil peternakan/ perikanan.
- Barang-barang kelontong/ grabatan
- Bahan sandang
- Perkakas rumah tangga

- Barang-barang klitikhkan : aksesori pakaian, onderdil,dll.
 - Barang-barang khusus/ mewah : perhiasan / elektronik/ kendaraan
 - Jasa : tukang jahit, servis elektronik, dll.
2. Berdasarkan Tingkat Urgensi Materi Perdagangan :
- *Convenience* : barang pokok kebutuhan sehari-hari seperti beras, sayuran, ikan , dll.
 - *Demand* : barang kebutuhan pokok yang pembeliannya tidak setiap hari , seperti pakaian, sepatu, dll.
 - *Impuls* : barang-barang mewah seperti parfum, perhiasan, dan mobil.
3. Berdasarkan Sifat Materi Perdagangan
- Bersih → kotor
 - Tidak Berbau → Berbau
 - Kering → basah
 - Tahan lama → tidak tahan lama
4. Berdasarkan Kwantitas Barang Dagangan
- Grosir : penjualan dalam jumlah besar
 - Retail : penjualan dalam jumlah kecil / eceran.

Luasan, kedalaman dan ketinggian bersih ruang

Luasan diperhitungkan sesuai dengan kebutuhan kapasitas di dalam ruang ditambah dengan sirkulasi di dalamnya. Pada ruang dagang, cara dan tempat penyajian barang, sangat mempengaruhi besaran ruang.

Kedalaman ruang ini kaitannya dengan besar kecilnya ruang yang dibutuhkan. Kedalaman ruang ini akan berpengaruh pada pencahayaan alami yang diterima ruang dari bukaan yang ada. Pada toko besar, biasanya 120 sampai 140 ft, sedangkan untuk toko kecil, bisa berkurang 20 sampai 25 %nya. (Chiara,1985)

Ketinggian bersih ruang berkisar dari 10 sampai 14 ft. Diatas ketinggian bersih ini akan ada ruang untuk ducting AC, lampu tanam, dan sistim struktur. (Chiara, 1985)

Efisiensi Bangunan

Pada bangunan komersial seperti pusat perbelanjaan dan pasar, maka perbandingan luasan antara ruang dagang yang disewakan atau dijual

dengan luasan ruang pendukung dan servis tidak lebih dari 3 :2, atau dengan kata lain, luas area yang dijual atau disewakan tidak kurang dari 60 % dari keseluruhan luas bangunan.

A. Sirkulasi

Pada pusat perbelanjaan

Pola sirkulasi yang biasanya digunakan pada pusat perbelanjaan dan mall adalah pola sirkulasi linier dan terkadang memusat yang kemudian menyebar secara linier. Hal ini dimaksudkan untuk membuat pergerakan pengunjung menjelajahi setiap ruang di dalam bangunan, sedangkan pusatnya adalah atrium. Untuk sirkulasi vertikal digunakan *escalator*, *lift* dan tangga, serta tangga darurat untuk bahaya kebakaran.

Pada Pasar tradisional

Pasar tradisional biasanya memiliki pola sirkulasi berbentuk grid. Hal ini dikarenakan adanya pengelompokan yang jelas untuk tiap jenis materi dagangan. Adanya pengelompokan ini akan lebih memudahkan pengunjung dalam berbelanja dan juga membuat pasar lebih tertata baik.

1.5.2 STRUKTUR

Struktur yang dipilih untuk membangun suatu pusat perbelanjaan selalu mempertimbangkan kebutuhan ruang didalamnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Jarak antarkolom.

Jarak antar kolom diperhitungkan sebaik mungkin karena kolom yang terdapat di dalam toko akan mengurangi efisiensi ruang dan nilai estetikanya. Untuk itu, pusat perbelanjaan biasanya mempunyai bentang antarkolom yang cukup besar. (Chiara, 1985)

2. *Ducting* dan *Shafts*

Pelingkup bangunan harus fleksibel untuk mengakomodasi setiap kebutuhan ruang sewa. Peletakan dan ukuran *ducting* dan *shaft* perlu direncanakan untuk menghindari terjadinya masalah peruangannya di

kemudian hari. Ducting selain berfungsi untuk saluran udara (AC), juga untuk saluran listrik dan komunikasi, serta pencegahan terhadap bahaya kebakaran. Shaft direncanakan untuk saluran utilitas seperti listrik, air bersih dan kotor serta telekomunikasi. (Chiara,1985)

3. Atap

Penutup atap pusat perbelanjaan biasanya menggunakan rangka baja atau berupa dak beton, sebab bentang yang besar sulit untuk menggunakan kayu. Atap pada pusat perbelanjaan juga hampir selalu menggunakan skylight dari bahan polikarbonat atau fiber untuk memasukkan cahaya ke dalam ruang, terutama untuk atrium.

1.5.3 UTILITAS

A. Plumbing

Air Bersih

Sistem pemipaan air bersih direncanakan mulai dari sumber utamanya sampai penyaluran ke dalam bangunan.

Air Kotor

Pemipaan air kotor mulai dari lavatory, saluran air hujan, sampai ke peresapan, septic tank atau riol kota. Saluran ini memisahkan saluran pembuangan menurut jenis air buangan.

B. Sistem Bahaya Kebakaran

Alat deteksi

1. Deteksi asap (smoke detector)

Detektor ini mendeteksi asap di dalam bangunan dengan alarm yang dibunyikan bila terdapat asap di dalam bangunan.

2. Deteksi nyala api (flame detector)

Mendeteksi nyala api dengan menangkap sinar ultraviolet yang dipancarkan nyala api.

3. Deteksi panas (heat detector)

Membedakan kenaikan temperatur (panas) yang terjadi di dalam ruangan.

Instalasi pemadam api

1. Pemadam api ringan dengan menggunakan tabung CO₂ dan tabung gas halon ditempatkan di dalam bangunan
2. Springkler otomatis, yang di tanam pada langit-langit gedung.
3. Hidrant di dalam dan luar gedung.

Tangga darurat

Tangga darurat harus aman dari api dan asap. Peletakan harus jelas dan mudah ditemukan. Jarak tangga darurat tidak terlalu jauh untuk dijangkau para pengguna bangunan. Pintu keluar dari tangga darurat ini harus langsung berhubungan ke luar bangunan, atau setidaknya sangat dekat dengan pintu keluar bangunan.

C. Penangkal Petir

Penangkal listrik dibutuhkan, terutama pada pusat perbelanjaan karena bangunan ini biasanya cukup tinggi, lebih dari satu lantai. Sistem penangkal petir yang sering digunakan adalah sistem Faraday dengan instalasi spit sebagai penangkal petir terletak di atap bangunan, kemudian disalurkan ke arde / tanah melalui kawat penghubung yang terbuat dari tembaga.

D. Mekanikal Elektrikal

Suplai arus listrik menggunakan arus listrik dari PLN dan sebagai cadangan digunakan genset yang secara otomatis diaktifkan bila terjadi pemutusan suplai arus listrik dari PLN. Ketersediaan genset ini sangat dibutuhkan karena jika tidak ada suplai arus listrik sama sekali, terutama pada malam hari, maka akan terjadi kekacauan dalam bangunan dan dapat mengganggu jalannya kegiatan dalam bangunan, karena hampir semua operasional bangunan menggunakan listrik. Genset ini diletakkan di bagian luar bangunan atau *basement*.

Sistem Komunikasi

Dalam bangunan

- *air phone* atau *intercome*
- *microphone* atau *carcall*
- CTV (*Central Television*) untuk keamanan

Keluar bangunan

- telepon sistem PABX(*Private Automatic Branch X'change*)
- telex

E. Pencahayaan

Pencahayaan alami, dengan memasukkan cahaya matahari ke dalam bangunan melalui bukaan, jendela kaca maupun *skylight*. Pencahayaan alamiah ini biasanya digunakan pada pasar tradisional, dengan pertimbangan menghemat energi yang berarti menghemat biaya.

Karenanya, bangunan pasar tradisional selalu bersifat terbuka, untuk memasukkan cahaya matahari juga untuk aliran udara.

Pada pusat perbelanjaan modern, pencahayaan alamiah jarang digunakan, hanya pada beberapa titik, seperti *skylight* di atas atrium. Hal ini disebabkan karena pusat perbelanjaan sifatnya tertutup untuk menghemat AC yang digunakan sebagai penghawaan buatan.

Pencahayaan buatan, dengan menggunakan lampu. Selain berfungsi untuk penerangan, lampu-lampu ini juga dapat berperan sebagai elemen dekoratif yang dapat membentuk suasana ruang.

Pada pasar tradisional lampu hanya difungsikan sebagai elemen penerangan dan digunakan pada waktu tertentu, berkisar antara jam 04.00-07.00.

Pada pusat perbelanjaan modern, lampu bukan hanya berperan sebagai elemen penerangan, tetapi juga sebagai elemen dekoratif yang dapat membentuk suasana ruang.

F. Penghawaan

Penghawaan ini sangat penting karena jumlah pengunjung yang relatif banyak, sehingga ruangan menjadi panas, sirkulasi udara dalam ruang harus berganti terus menerus.

Penghawaan alami

Penghawaan alami sangat jarang digunakan dalam bangunan pusat perbelanjaan modern seperti mall, karena bangunan ini sifatnya tertutup, maka sangat sulit memasukkan udara ke dalam bangunan. Selain itu,

bangunan ini juga merupakan bangunan yang sifatnya mewah, maka penghawaan alami jarang digunakan.

Pasar tradisional yang selalu menggunakan penghawaan alami dengan sifatnya yang tradisional dan terbuka, juga dapat menghemat biaya operasional

Penghawaan buatan (AC)

Penghawaan buatan hampir selalu digunakan pada pusat perbelanjaan modern. Penghawaan buatan ini menggunakan AC (Air Conditioning), yang dapat ditanam langsung dalam saluran udara (ducting) dioperasikan secara sentral yang didistribusikan ke dalam ruangan pada titik-titik tertentu dengan adanya inlet dan outlet AC pada langit-langit ruang, dengan jarak yang diperhitungkan sesuai dengan volume ruang. AC dapat juga berupa AC individual yang di pasang pada tiap ruang yang membutuhkan, seperti modul-modul kecil.

Pasar tradisional tidak menggunakan penghawaan buatan, karena sifatnya yang tradisional, terbuka, juga menghemat biaya operasional.

1.5.4 BENTUK DAN ENCLOSURE

Bentuk bangunan pusat perbelanjaan biasanya kompak, dengan satu atau beberapa buah atrium di dalamnya. Untuk bangunan komersial seperti pusat perbelanjaan, fasad atau bagian luar bangunan haruslah menarik untuk dilihat. Pada dinding luar, perlu dibuat bukaan-bukaan agar dapat terlihat barang-barang yang dijual, untuk keperluan promosi. Sedangkan untuk pintu masuk, hanya beberapa saja, dengan satu pintu utama dan satu pintu darurat. Peletakan entrance utama harus mudah dilihat dan dicapai, bila perlu dibuat mencolok agar mudah dikenali.

A. Citra

Citra arsitektur pada fasilitas perdagangan menurut King Charles (Charles King, 1978) dapat diciptakan melalui :

Clarity (kejelasan)

Memberikan kejelasan kepada seseorang untuk mengenali suatu fasilitas dengan cepat, hal ini ditransformasikan dengan bentuk, tekstur yang dominan di antara lingkungannya, bentuk yang komunikatif, arah

bangunan yang jelas, pintu masuk yang jelas, view tidak terhalang, akan mempermudah pencapaian dan merupakan daya tarik yang kuat terhadap pengunjung.

Boldness (kemencolokan)

Merupakan penjelasan pada seseorang dengan suatu yang lain dari yang lain dengan bentuk yang kompleks dibandingkan dengan bangunan yang lain. Kemencolokan atau kekontrasan sering dimaksudkan juga sebagai iklan komersial, sehingga orang dapat dengan mudah mengingatnya. Kekontrasan dapat dicapai melalui bentuk, bahan, letak, warna, dll.

Intimacy (keakraban)

Mempertimbangkan penjelasan fisik demi terciptanya suasana yang membuat orang merasa betah, yaitu dengan membuat skala manusia pada beberapa bagian bangunan. Elemen ini pada bangunan menciptakan kesan alami serta vegetasi transparan pada lansekap dan tangkapan visual dari pusat perbelanjaan.

Complexity (kompleksitas)

Menciptakan sesuatu yang dinamis, variatif dan tidak monoton, berupa bentuk-bentuk massa yang variatif sehingga menciptakan sesuatu yang khas pada pusat perbelanjaan.

Flexibility (Fleksibilitas)

Memperhatikan kemudahan penglihatan guna dan citra dengan membuat peruangan yang universal, suasana yang dapat berubah dan dibentuk oleh karakter yang kuat.

Inventiveness (kebaharuan)

Perlunya tatanan fisik yang inovatif, ekspresif, dan spesifik untuk mencegah kebosanan dan memberi atmosfer yang khas pada suasana fasilitas perdagangan.

B. Façad

Unsur –unsur yang harus diperhatikan dalam pengelompokan dan pengolahan fasad adalah sebagai berikut : (Hazel Conway and Rowan Roenisch, 1994)

1. Skala dan Proporsi, dapat digunakan untuk menekankan tampilan tertentu bangunan
2. Irama, yang ditampilkan dalam pengolahan fasad bangunan dapat menambah suatu penekanan ke arah kepentingan dan citra yang ingin ditampilkan dari penampilan suatu bangunan.
3. Tekstur, mempunyai kekuatan untuk mengubah penampilan bangunan dengan mengurangi atau menambah kesan yang ditimbulkan oleh fasad secara umum.
4. Warna, dapat membangkitkan perasaan terhadap bangunan lewat indra visual. Warna-warna mempunyai asosiasi citra tertentu sehingga dengan pemakaian warna yang tepat citra suatu bangunan dapat diperkuat.

1.5.5 KEBUTUHAN RUANG

A. Pelaku kegiatan

Pengelola bangunan

Yakni orang-orang yang mengelola dan mengatur manajemen penggunaan dan pemeliharaan bangunan, termasuk juga satpam dan *cleaning service*.

Pedagang atau penjual jasa

Yakni orang-orang yang berdagang baik barang maupun jasa pada ruang dagang yang telah disediakan. Biasanya pedagang ini sekaligus menjadi penyewa atau pembeli ruang dagang, namun ada juga hanya bekerja pada penyewa atau pembeli ruang dagang tersebut.

Pengunjung

Yakni orang-orang yang datang berkunjung ke bangunan untuk berbagai kepentingan, baik belanja, berekreasi maupun hanya sekedar melihat-lihat barang yang dipamerkan atau dijual pada bangunan tersebut.

Supplier

Yakni orang yang mensuplai barang untuk diperdagangkan.

B. Karakter Kegiatan

Kegiatan pengelola bangunan

Karakter kegiatan para pengelola ini bersifat statis dan monoton. Setelah tiba, mereka biasanya langsung menuju ruang/ area kerjanya masing-masing, dan tetap di situ sampai berakhir jam kerja. Biasanya mereka hanya keluar dari area kerjanya untuk keperluan tertentu. Berbeda untuk para *cleaning service* dan satpam atau keamanan, mereka beraktifitas secara sangat dinamis.

Kegiatan pedagang

Kegiatannya bersifat non formal dan relatif statis. Pedagang biasanya hanya beraktifitas di dalam tokonya, hanya sesekali keluar untuk keperluan seperti ke toilet, mushalla dan makan.

Kegiatan Pengunjung/pembeli

Karakter kegiatan pengunjung sangat dinamis. Bergerak dan mengalir terus mengikuti alur, untuk melihat-lihat, mencari barang atau sekedar mencari hiburan.

Selain itu, kegiatan ini juga bersifat rekreatif, karena sebahagian pengunjung hanya datang untuk melihat-lihat dan berekreasi.

Kegiatan Suplier

Kegiatan supplier mempunyai karakter yang statis, datang, dropping barang, kemudian pulang.

1.5.6 MACAM DAN BESARAN RUANG

A. Pusat Perbelanjaan

No	Kelompok ruang	Kebutuhan ruang	Luas (m ²)	Jumlah (unit)	Total luas (m ²)
1.	Ruang utama	Toko retail :			
		- modul besar	36	35	1260
		- modul kecil	12	60	720
		jumlah		95	1980
		<i>Department store</i>	1296	1	1296

		<i>Supermarket</i>	900	2	1800
		Atrium mall	300	1	300
		R. permainan anak	400	1	400
		<i>Food Court</i>	245	1	245
		Cafetaria	340	1	340
		Restoran <i>Fast Food</i>	160	2	320
		<i>Happy Land</i>	81	1	81
		<i>Book Store</i>	324	1	324
		jumlah			7086
2.	Ruang Pendukung	R. Direksi	25	1	25
		R. Sekretaris	9	1	9
		R. Staff	40	1	40
		R. Rapat	16	1	16
		R. Tamu	6	1	6
		T. Penitipan Anak	144	1	144
		ATM	6	1	6
		Kantin karyawan	18	1	18
		R. Karyawan	9	1	9
		R. Dapur	9	1	9
		Gudang	24	2	48
		R. Stok barang	24	3	72
		Lavatory	9	8	72
		Mushalla	36	1	36
		T. Wudhlu	4.5	1	4.5
		jumlah		27	514.5
3.	Ruang Servis	R. Keamanan (CCTV)	9	1	9
		Pos Satpam	6	1	6
		R. Genset	110	1	110
		R. Trafo	50	1	50
		R. Gardu PLN	50	1	50
		R. Pompa dan tangki	100	1	100
		R. MEE	36	1	36

	R. Teknisi	18	1	18
	R. Cleaning Service	7	1	7
	R. AHU	36	2	72
	R. Chiller	30	1	30
	Gudang	24	1	24
	Parkir			900
		jumlah	13	1412
			jumlah	9012.5

B. Pada Pasar Tradisional

No.	Ruang	Jenis Dagangan	Luas (m ²)	Jumlah (unit)	Total luas (m ²)
1.	Kios :				
	Kel. Basah	Sayur-sayuran	9	12	108
		Buah-buahan	9	6	54
		Daging	9	8	72
		Ayam	9	8	72
		jumlah		34	306
	Kel. Semi Kering	Bumbu Dapur	9	10	90
		Kedai Sampah	9	30	270
		Kelontong	9	25	225
		Jumlah		65	585
	Kel. Kering	Ikan Asin (Kering)	9	5	45
		Pecah Belah	9	12	108
		Pakaian dan kain	9	25	225
		Pakaian Bekas	9	8	72
		Emas	9	5	45
		Kaset/CD/buku	9	8	72
		Rokok	9	3	27
		Topi, jam, ikat pinggang, sepatu	9	5	45

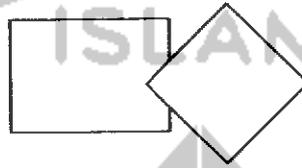
		Jasa	9	10	90
			Jumlah	81	729
	Kel. Makanan dan minuman	Makanan dan minuman	9	25	225
			Jumlah	180	1845
2.	Loods :				
	Kel. Basah	Sayur-sayuran	4	50	200
		Buah-buahan	4	12	48
		Ikan Basah	4	40	160
		Daging	4	6	24
		Ayam	4	6	24
			Jumlah	114	456
	Kel. Semi Kering	Bumbu Dapur	4	3	12
		Ikan Asin (kering)	4	5	20
			Jumlah	8	12
	Kel. Kering	Kain dan Kaos kaki	4	3	12
			jumlah	3	12
3.	Pedagang kaki lima	Variatif	3	20	60
			jumlah	20	60
			Jumlah ruang dagang	145	560
4.	Kantor Pengelola	-	15	1	15
5.	Pos Keamanan	-	4	1	4
6.	Toilet Umum	-	9	4	36
7.	Gudang	-	9	2	18
8.	Area Sampah	-	25	1	25
9.	Dok Bongkar muat	-	54	1	54
10.	Parkir	-	472.5	1	472.5
			jumlah	11	624.5
			Jumlah total	156	1184.5



1.5.7 Perpaduan Dua Fungsi

Ada beberapa cara dalam memadukan dua fungsi, antara lain dengan ruang perantara (ching, 1999). Dalam bukunya disebutkan, jika dua buah ruang yang terbagi oleh jarak dapat dihubungkan atau dikaitkan satu sama lain oleh ruang ketiga yaitu ruang perantara. Hubungan kedua ruang akan tergantung pada sifat ruang ketiga, dimana ruang tersebut menempati satu ruang bersama-sama.

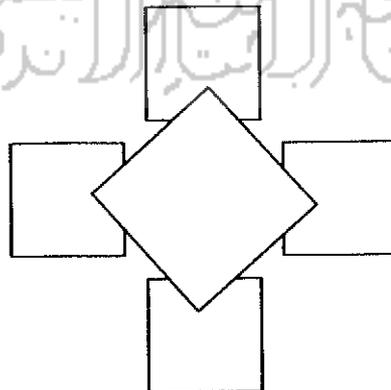
Suatu hubungan ikatan ruang yang terdiri dari dua buah ruang kawasannya bersatu membentuk suatu daerah ruang bersama.



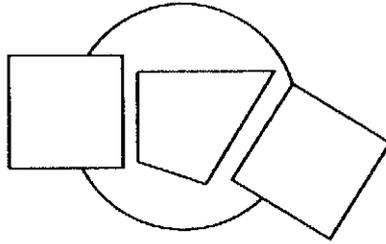
Ruang perantara dapat berbeda dalam bentuk dan orientasi dari kedua ruang lainnya untuk menunjukkan fungsi ruang.



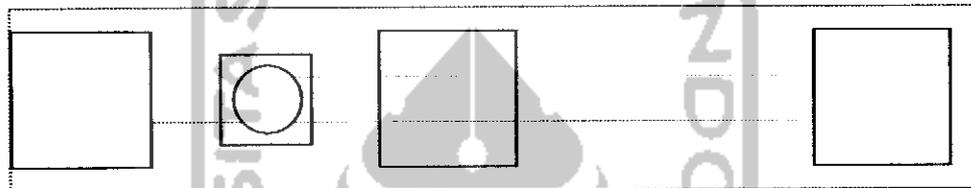
Jika ruang cukup besar, maka ruang perantara dapat menjadi ruang yang dominan dan mampu mengorganisir sejumlah ruang.



Bentuk ruang perantara ditentukan hanya oleh bentuk dan orientasi dari kedua ruang yang dihubungkan atau dikaitkan.



Kedua ruang yang dihubungkan, seperti juga ruang perantaranya dapat setar dalam wujud dan ukuran dan membentuk urutan linier.



Dari studi banding yang ada di lapangan, maka dapat disimpulkan ada beberapa cara untuk menggabungkan dua atau lebih fungsi bangunan, yakni:

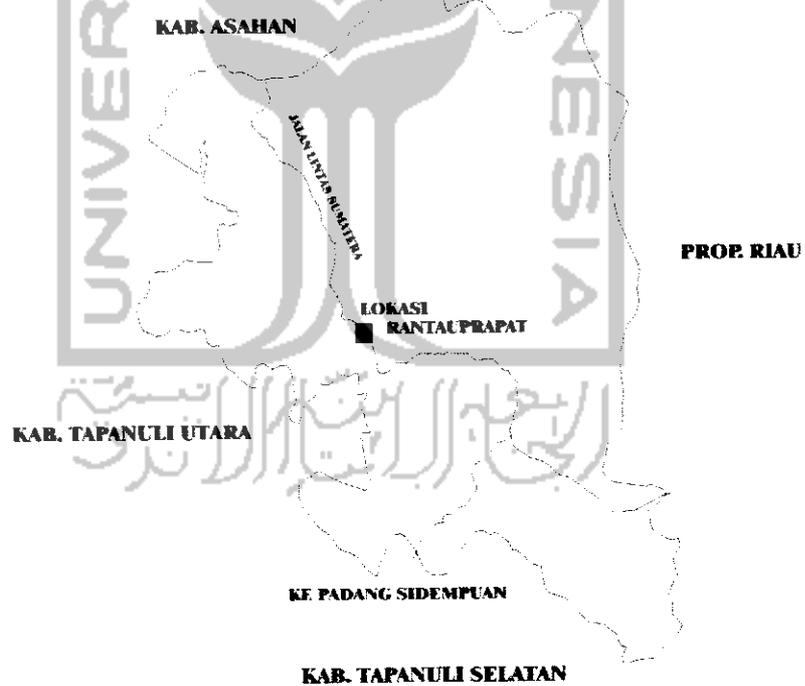
- dengan menggabungkannya dalam satu kompleks bangunan. Kedua fungsi ini dapat menyatu dan saling mendukung tanpa mengabaikan karakter masing-masing. Penyatu antara dua fungsi yang ditempatkan pada masing-masing area ini antara lain dapat berupa ruang perantara, sirkulasi, ataupun area parkir bersama.
- dengan menggabungkannya dalam satu kesatuan bangunan. Hambatan yang timbul karena perbedaan tuntutan ini dapat diatasi dengan mengambil jalan tengah untuk menghubungkan kedua fungsi ini.

BAB III

ANALISA DAN KONSEP

3.1 LOKASI

Pusat Perbelanjaan ini berlokasi di jalan Gelugur, kota Rantauprapat, kabupaten Labuhanbatu, propinsi Sumatera Utara. Lokasi ini sangat potensial untuk didirikan bangunan komersial sejenis pusat perbelanjaan, karena salah satu fungsi utama kota ini adalah sebagai pusat kegiatan perdagangan. Di samping itu, letak kota Rantauprapat yang berada di jalur lintas Timur Sumatera Utara dan sebagai salah satu simpul penghubung kota-kota di bagian timur Sumatera dengan kota-kota di bagian barat, menyebabkan kota Rantauprapat juga berperan sebagai terminal kolektor dan distribusi barang dan jasa.



3.2 SITE

3.2.1 Site Existing

Site yang memiliki luas $\pm 13.000 \text{ m}^2$ ini cenderung datar. Site dikelilingi oleh jalan, tiga ruas jalan di sebelah utara, timur dan baratnya memiliki lebar $\pm 6 \text{ m}$ dan DMJ nya $\pm 10 \text{ m}$, sedangkan di sebelah selatan jalannya belum diaspal, hanya diberi perkerasan batu yang direncanakan akan diaspal. Site yang letaknya strategis ini menuntut penentuan entrance yang tepat dan orientasi bangunan yang menghadap ke beberapa sisi.

3.2.2 Tata Guna Lahan

Site yang dipilih sesuai dengan peruntukan lahan, yakni sebagai area pemukiman, perkantoran dan perdagangan, dengan BCR (Building Coverage Ratio) maksimal 80%, dan tinggi bangunan maksimal 4 lantai.

3.2.3 Batasan Site

Proyek pusat perbelanjaan ini berlokasi di jl. Gelugur, kota Rantauprapat, kabupaten Labuhanbatu, propinsi Sumatera Utara. Site yang dipilih memiliki luas $\pm 13.000 \text{ m}^2$ sebagaimana yang terdapat dalam lampiran, dengan batas-batas :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kantor Dinas Pasar dan Kebersihan Kabupaten Labuhanbatu dengan pembatas jalan Glugur.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan lahan kosong dengan pembatas jalan dengan perkerasan batu.
- Sebelah Timur berbatasan dengan pemukiman penduduk dengan pembatas jalan aspal.
- Sebelah Barat berbatasan dengan pemukiman penduduk dengan pembatas jalan aspal.

Foto : site dari sebelah utara, terlihat dua ruas jalan yang mengapit site, di utara dan barat.



Foto: Site dengan jalan yang mengapitnya disisi timur



Foto : Site dengan jalan di sebelah baratnya



3.2.4 Potensi

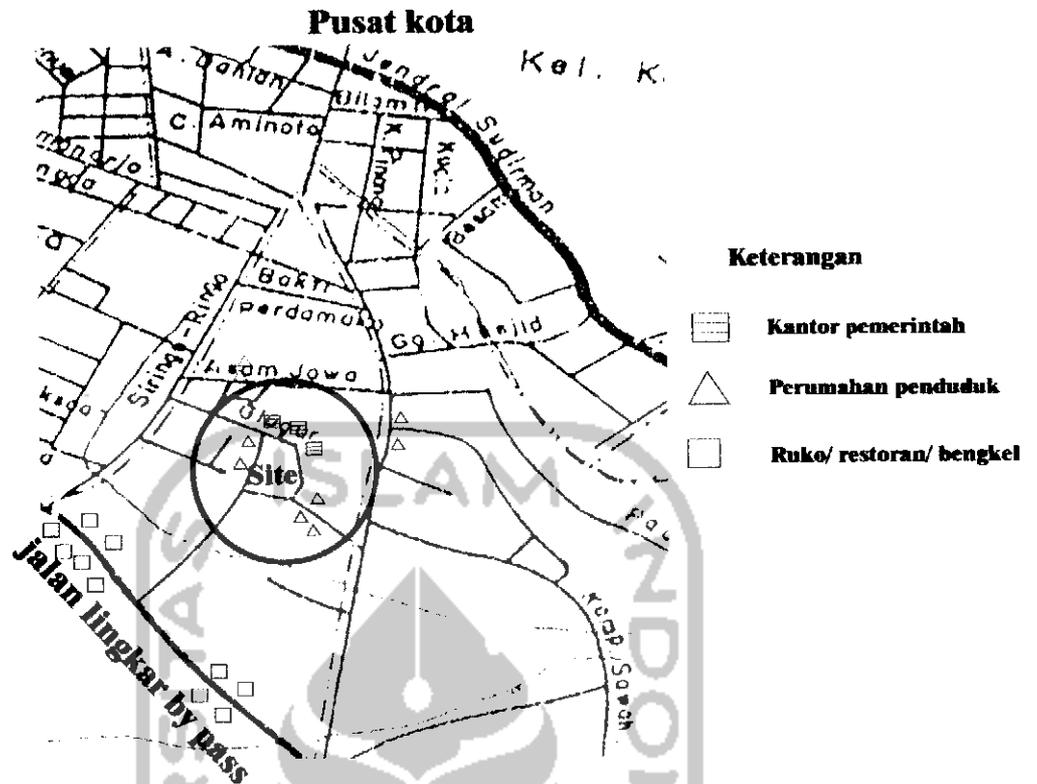
Potensi yang dimiliki oleh site ini antara lain adalah letaknya yang dikelilingi oleh jalan, hingga nantinya bangunan ini dapat menjadi *land mark* dan *point of interest* bagi daerah ini. Dari aksesibilitasnya, lokasi site ini juga cukup strategis, walaupun tidak berada di pusat kota namun pencapaian ke lokasi sangat mudah dengan jarak ke pusat kota ± 2 km dan lokasi ini dekat dengan jalan *by pass* antar propinsi yakni berjarak ± 700 m. Jarak dari lokasi dengan pusat kota dapat ditempuh dengan perjalanan menggunakan kendaraan bermotor ± 10 menit, sedangkan dari lokasi ke jalan *by pass* ± 5 menit. Pemerintah daerah kabupaten Labuhanbatu juga telah merencanakan pelebaran jalan penghubung antara lokasi dengan pusat kota serta lokasi dengan jalan *by pass* ini hingga memiliki DMJ 26 m. Dengan adanya pelebaran jalan ini, maka daerah di sekitar lokasi akan menjadi poros penghubung pusat kota dengan pinggir kota. Di lokasi ini juga telah terdapat jaringan listrik, air bersih dan telepon hingga akan lebih memudahkan dalam penyediaan sarana utilitas.

3.2.5 Hambatan

Hambatan yang didapati pada lokasi ini adalah area sekitarnya yang merupakan perkantoran dan pemukiman penduduk, dianggap kurang mendukung sebagai daya tarik lain dari bangunan pusat perbelanjaan ini nantinya.

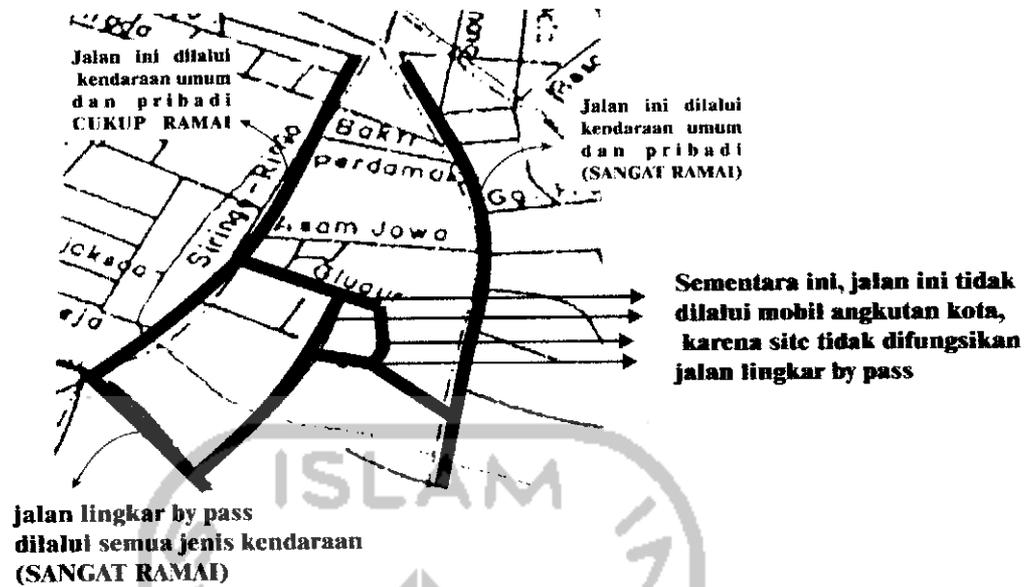
3.2.6 Analisa Sekitar Site

Site yang dikelilingi oleh jalan ini berbatasan pemukiman dan perkantoran pemerintah. Daerah sekitarnya, terutama di pinggir jalan *By Pass* adalah merupakan area komersial yang sudah banyak didirikan bangunan perdagangan seperti ruko, restoran dan bengkel.



3.2.7 Analisa Sirkulasi Sekitar

Sirkulasi sekitar site sangat lancar, karena sarana dan prasarana transportasi sudah memadai. Jalan yang berbatasan langsung dengan site sementara ini masih jarang dilalui kendaraan karena site tidak difungsikan. Angkutan yang melalui area sekitar site adalah kendaraan pribadi seperti mobil, motor dan sepeda, serta angkutan umum berupa becak dan mobil angkutan kota.



3.3 ANALISA PELAKU DAN KEGIATAN

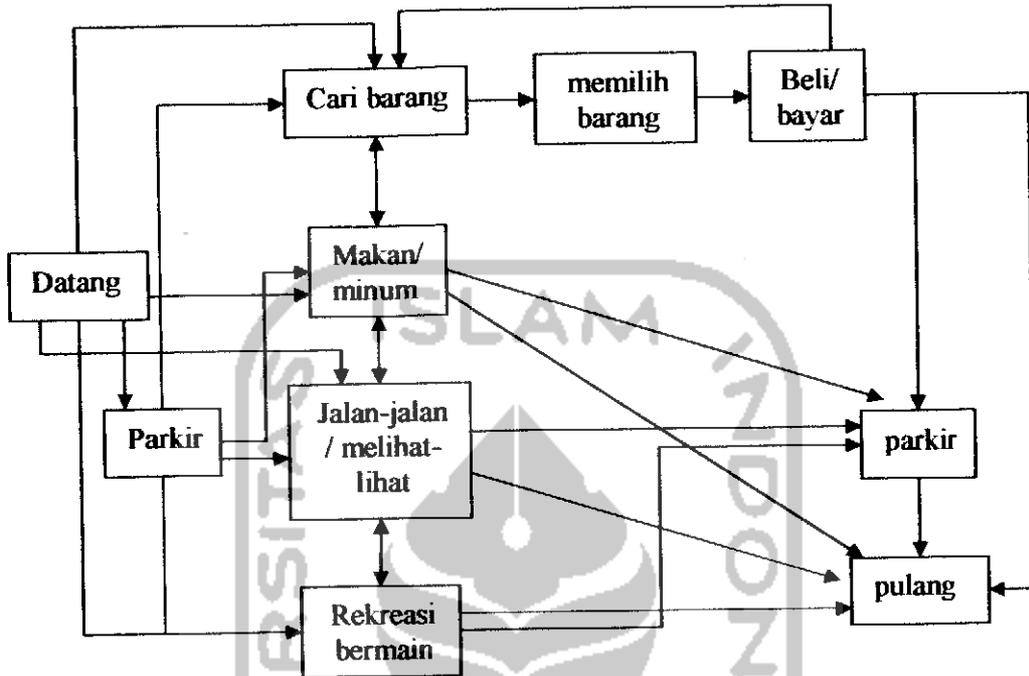
3.3.6 Pelaku

- Pengelola bangunan → mengurus manajemen penggunaan dan pemeliharaan bangunan.
- Pembeli atau penyewa ruang dagang → yang telah membeli atau menyewa ruang untuk berdagang
- Pedagang → melakukan perdagangan baik barang atau jasa. Biasanya pedagang sekaligus merupakan pembeli atau penyewa ruang dagang
- Pengunjung → orang yang berkunjung baik untuk melakukan transaksi maupun rekreasi.
- Supplier → pemasok barang dagangan

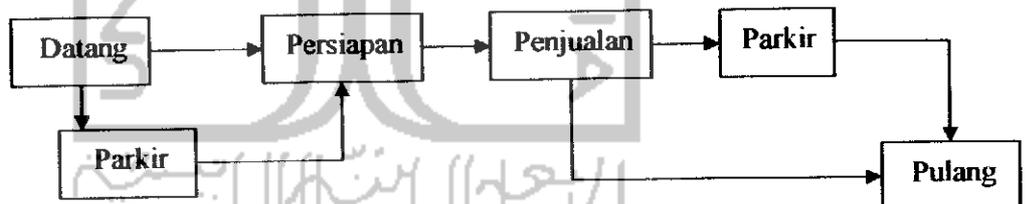
3.3.7 Analisa Kegiatan

A. Pada Pusat Perbelanjaan modern

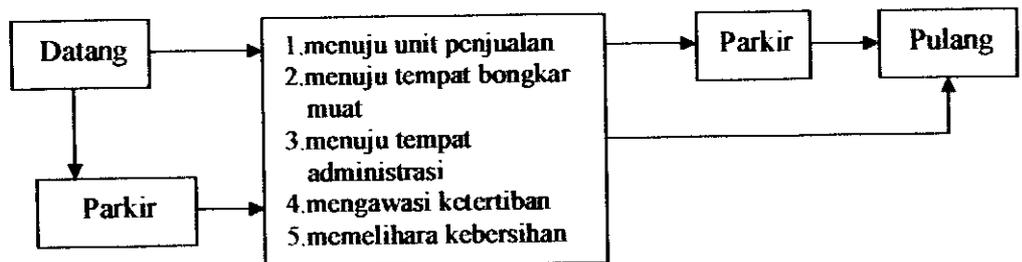
1. Pergerakan Pengunjung



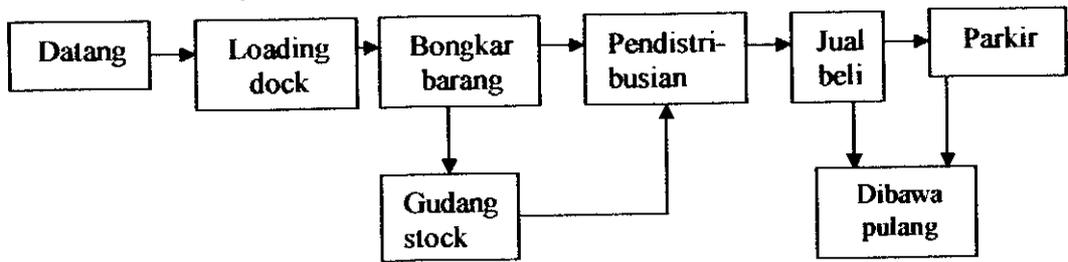
2. Pergerakan Pedagang



3. Pergerakan Pengelola

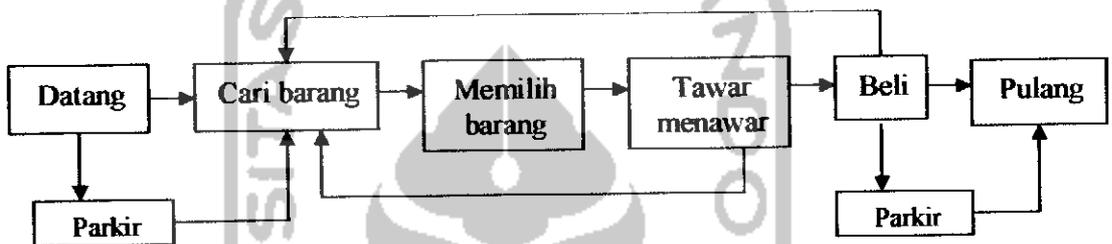


4. Pergerakan Barang

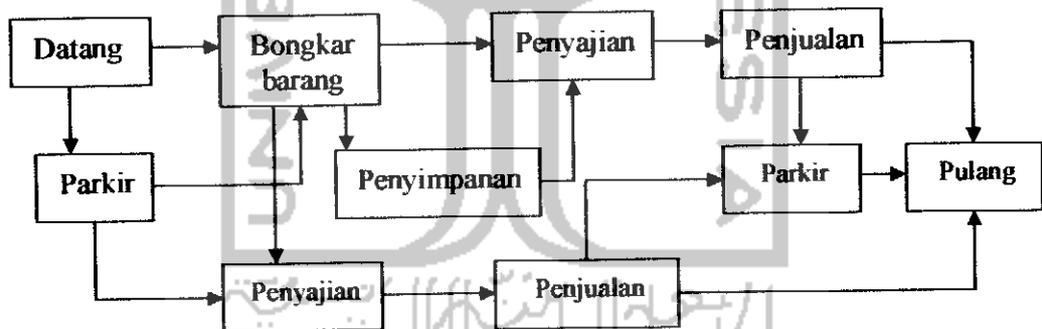


B. Pada Pasar Tradisional

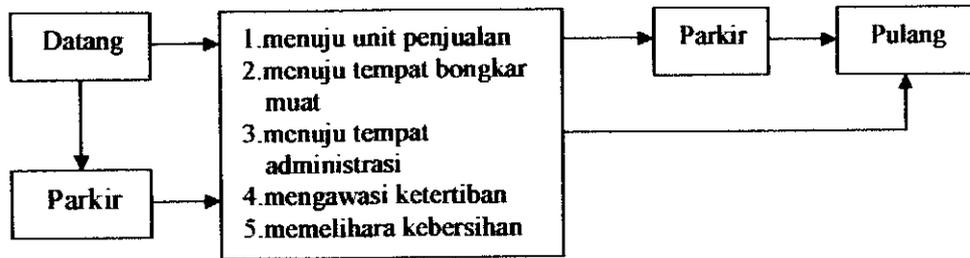
1. Pergerakan Pengunjung



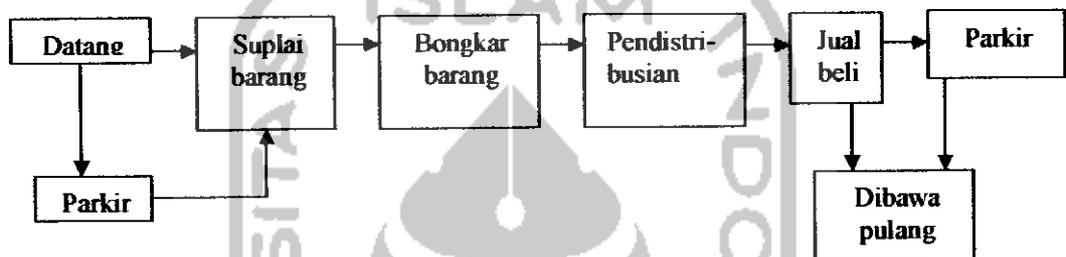
2. Pergerakan Pedagang



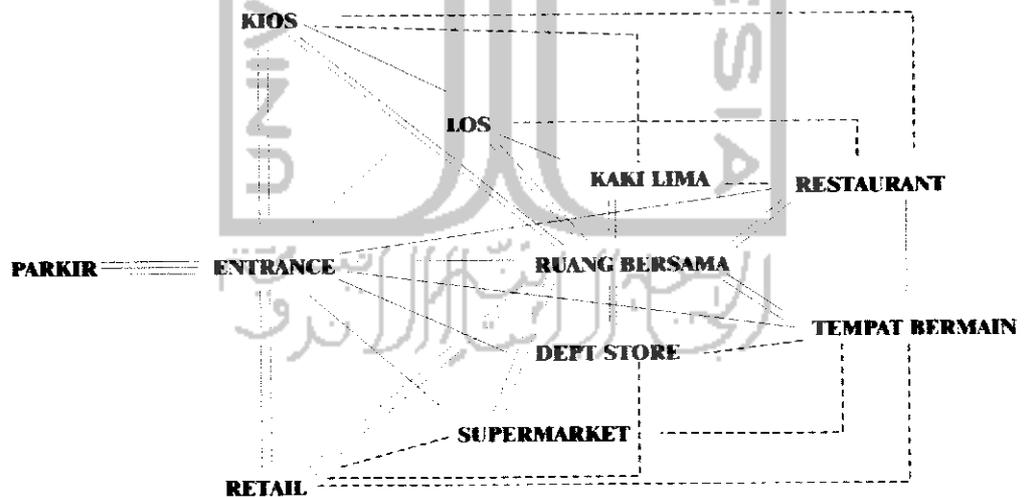
3. Pergerakan Pengelola



4. Pergerakan Barang



3.3.8 Analisa Hubungan Ruang



KETERANGAN

- HUB. SANGAT ERAT
- HUB. ERAT
- KURANG ERAT

3.3.9 Analisa Organisasi Ruang

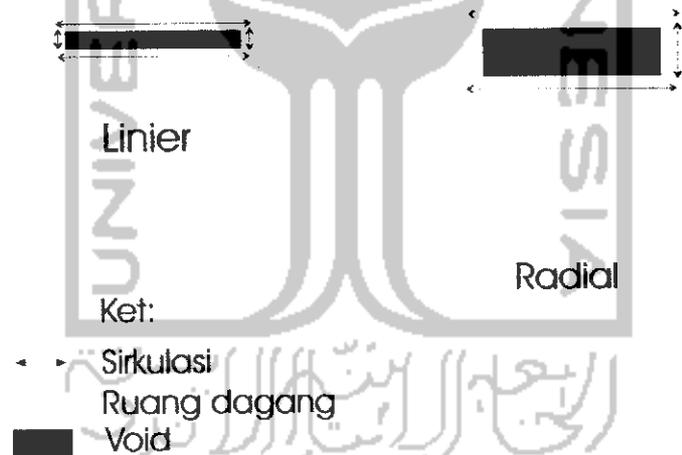
Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan antara lain:

- Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi ruang (kegiatan yang akan diwadahi .)
- Sirkulasi harus menciptakan nilai strategis yang sama terhadap semua ruang dagang.
- Kemudahan pencapaian ke segala arah
- Sirkulasi dapat mendukung kenyamanan.

Organisasi ruang yang sesuai dengan karakter tersebut adalah :

A. Pada pusat perbelanjaan modern

Terdapat sederetan ritel, serta supermarket dan *department store* serta void dan atrium sebagai pusatnya, hingga sirkulasi yang terbentuk adalah linier dan radial.



B. Pada Pasar Tradisional

Terdapat kios dan loos yang ditata dan dikelompokkan dengan pola tertentu, hingga organisasi ruang yang mendukung adalah grid

3.3.10 Analisis Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

A. Berdasarkan jangkauan pelayanannya:

Pusat perbelanjaan ini direncanakan akan melayani antara 100.000 sampai 150.000 penduduk, dengan perkiraan luasan 10.197 m². Yang sesuai dengan ini adalah pusat perbelanjaan distrik (*Community Center*) yang memiliki jangkauan pelayanan antara 40.000-150.000 penduduk (skala wilayah). Luas areanya berkisar antara 100.000-800.000 sq.ft (9.290-27.870 m²). Terdiri dari *junior Department Store*, *Supermarket* dan toko-toko.

B. Berdasarkan bentuk fisik

Pusat perbelanjaan ini direncanakan akan berupa *took-toko*, *supermarket*, dan *department store*. *Shopping center* ini merupakan perbelanjaan konsumen, mempunyai area yang strategis dan luas dengan sifat bangunan permanent cenderung mewah. Di dalamnya selain ada *supermarket* juga ada fasilitas pendukung / pelengkap.

C. Berdasarkan kuantitas barang

Direncanakan berupa pusat perbelanjaan yang memperdagangkan barang secara grosir atau eceran, karena perdagangan ini lebih fleksibel dan banyak dibutuhkan.

D. Berdasarkan jenis barang yang dijual

Memperdagangkan berbagai jenis barang, mulai dari barang kebutuhan pokok yang frekwensi pembeliannya tidak setiap hari (*demand*) sampai barang mewah (*impuls*)

3.3.6 Analisa Klasifikasi Pasar Tradisional

A. Berdasarkan Lingkup Pelayanan

Pasar ini direncanakan menjadi pasar dengan skala lingkungan yang melayani antara 5000 sampai 40.000 jiwa, dengan sifat perdagangan eceran.

B. Berdasarkan hirarki pelayanannya

Berdasarkan hirarki pelayanannya, pasar ini merupakan pasar kecamatan, dengan fasilitas pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum dan *civic center*. Populasi pelayanannya 20.000 - 70.000 jiwa, skala radius sampai dengan 1,5 km, perkiraan kepadatan 80-100 / Ha., dan status pasar adalah pasar lingkungan.

3.4 ANALISA SISTEM PELAYANAN

Sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional bervariasi, mulai dengan personal service, yakni pembeli dilayani oleh pramuniaga dari balik counter, self selection: pembeli mencari sendiri barang kebutuhannya, kemudian memilihnya dan memberitahukan praluniaga agar mendapatkan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran dan self service: pembeli menggunakan alat angkut barang perbelanjaan seperti trolley atau keranjang yang tersedia dan memilih barang yang dibutuhkan, kemudian membawanya menuju conter untuk melakukan pembayaran.

3.5 ANALISA FASILITAS REKREASI

Fasilitas rekreasi yang akan disediakan pada pusat perbelanjaan ini antara lain: restoran, cafeteria, , food court, arena bermain keluarga. Fasilitas ini menyatu dengan fasilitas perdagangan hingga waktu operasinya juga sama, yakni antara jam 09.00 pagi sampai 21.00 malam.

3.6 ANALISA PENGGABUNGAN

Faktor yang mempengaruhi penggabungan

A. Materi

Materi yang diperdagangkan akan mempengaruhi penggabungan antara pusat perbelanjaan modern dengan pasar tradisional

MATERI	PUSAT PERBELANJAAN MODERN	PASAR TRADISIONAL
a. Jenis barang	- barang kebutuhan sehari-hari, misalnya : makanan dalam kemasan, buah dan sebagainya.	- bahan makanan, baik mentah, olahan maupun jadi, misalnya : sayur mayur, ikan, mic, buah, lauk-pauk, dsb.
	- bahan sandang, seperti pakaian, tekstil, sepatu, pecah belah, dsb.	- bahan sandang, seperti pakaian, sepatu dan tekstil
	- barang mewah, misalnya : parfum dan perhiasan	- bahan kebutuhan rumah tangga, seperti kelontong, pecah belah, dll.
b. Sifat	- bersih - tidak berbau - kering - tahan lama	- bersih sampai kotor - tidak berbau sampai bau - kering sampai basah - tahan lama sampai tidak tahan lam
c. Tingkat pemakaian	- convenience : sehari-hari - demand : tidak setiap hari, tetapi cukup sering digunakan - impulse : barang mewah, frekwensi pemakain / pembeliannya tidak setiap hari	- convenience : sehari-hari - demand : sering digunakan, tidak setiap hari
d. Kualitas	- kualitas barang mulai menengah sampai paling baik	- kualitas mulai paling rendah sampai

		menengah
e. Jenis Jasa	<ul style="list-style-type: none"> - kecantikan → salon - studio foto - servis elektronik - dll 	<ul style="list-style-type: none"> - reparasi alat-alat rumah tangga, dan sejenisnya - tukang jahit

B. Pedagang

Pedagang dapat dibedakan berdasarkan besar kecilnya modal. Pada pusat perbelanjaan modern, umumnya pedagang memiliki modal menengah sampai besar. Sedangkan pada pasar tradisional, umumnya bermodal kecil sampai menengah.

C. Pengunjung atau konsumen

PENGUNJUNG	PUSAT PERBELANJAAN MODERN	PASAR TRADISIONAL
Tingkat sosial	- menengah sampai atas	- bawah sampai menengah
Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> - melihat-lihat - berkreasi - makan minum - berbelanja 	<ul style="list-style-type: none"> - berbelanja - makan minum

D. Suasana

Suasana yang dirasakan pada setiap tempat perbelanjaan ini berbeda, antara lain ditimbulkan oleh sistem pelayanan, cara transaksi, kegiatan yang dilakukan, sarana dan prasarana, fasilitas pendukung, dan sebagainya. Pada pasar tradisional, sistem pelayanan secara langsung dan transaksi dengan tawar-menawar menimbulkan suasana ramai. Kegiatan yang dilakukan juga hanya jual-beli (berbelanja) hingga terkesan monoton. Dengan keadaan pasar yang biasanya kurang

teratur menambah suasana semrawut dan kurang nyaman. Sedangkan pada pusat perbelanjaan modern, sistem diatur hingga suasana yang timbul adalah suasana yang nyaman untuk berbelanja, berekreasi, makan minum maupun sekedar melihat-lihat. Sarana dan fasilitas pendukung menambah suasana nyaman dan santai. Kegiatan yang bervariasi, bukan hanya berbelanja tetapi juga rekreasi memberikan suasana yang tidak monoton.

E. Waktu kegiatan

Pada pusat perbelanjaan modern, kegiatan berlangsung mulai pukul 09.00 sampai 21.00 WIB. Diawali dengan kegiatan persiapan terlebih dahulu, dan setengah jam kemudian dibuka untuk umum. Pada pasar tradisional, kegiatan berlangsung dari jam 04.00 sampai 17.00 WIB. Biasanya diawali dengan bongkar barang dan persiapan para pedagang, dan para pengunjung mulai berbelanja setengah jam kemudian.

F. Kebutuhan ruang dan fasilitas pendukung

PUSAT PERBELANJAAN MODERN	PASAR TRADISIONAL
<p>- Kel. Ruang Utama (ruang dagang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toko retail → modul kecil, menengah dan besar 2. <i>Supermarket</i> 3. <i>Department Store</i> 4. Restoran 5. <i>Food Court</i> 6. Arene Permainan Anak 7. Cafetaria 8. <i>Book Store</i> 9. <i>Electronic Center</i> 10. <i>Toys Center</i> 	<p>- Kel. Ruang utama (ruang dagang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kios <ul style="list-style-type: none"> - kel. Semi kering - kel. Kering - kel. Makanan dan minuman 2. Loos <ul style="list-style-type: none"> - kel. Basah - kel. Semi kering - kel. Kering 3. Kaki lima

<p>- Kel. Ruang Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang Pengelola: <ul style="list-style-type: none"> -ruang direksi -ruang sekretaris -ruang tamu -ruang staff -ruang rapat 2. - <i>ATM Corner</i> 3. Ruang karyawan: <ul style="list-style-type: none"> -ruang ganti -kantin -dapur 4. Gudang 5. Mushalla dan tempat wudhlu 6. Lavatory 7. Ruang stok barang 	<p>- Kel. Ruang Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang pengelola 2. Pos keamanan 3. Toilet
<p>- Kel. Ruang Servis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang keamanan 2. R. Genset 3. R. Trafo 4. R. Pompa dan tangki 5. R. MEE 6. R. AHU dan <i>Chiller</i> 7. R. Teknisi 8. R. <i>Cleaning service</i> 9. R. <i>Water treatment</i> 10. <i>Loading dock</i> 11. Area parkir 	<p>- Kel. Ruang Servis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Loading dock 2. Area sampah 3. Toilet umum 4. Area Parkir 5. Pos Keamanan

3.7 ANALISA PERSAMAAN DAN PERBEDAAN

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi penggabungan pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional, dapat diambil persamaan dan perbedaan untuk dapat menggabungkan keduanya dengan baik, tanpa mengabaikan karakteristik khusus masing-masing fungsi.



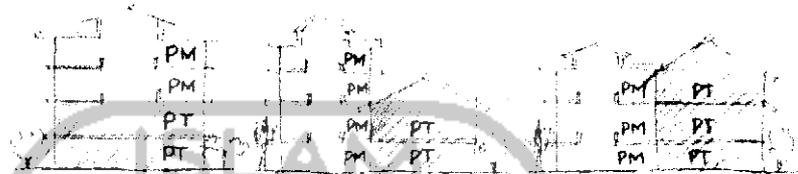
FAKTOR PEMBANDING	PERSAMAAN	PERBEDAAN		KETERANGAN
		PASAR TRADISIONAL	PUSAT PERBELANJAAN MODERN	
A. Materi perdagangan 1. jenis barang dagangan	<ul style="list-style-type: none"> - barang kebutuhan sehari-hari, seperti: buah - bahan sandang : tekstil, pakaian jadi - barang pecah belah 	<ul style="list-style-type: none"> - perhiasan - makanan jadi - bahan makanan, baik mentah, olahan maupun jadi, misalnya: ikan, sayur mayur, mie olahan, lauk pauk, dsb. 	<ul style="list-style-type: none"> - barang kebutuhan sehari-hari sampai barang mewah - bila digabungkan pada jenis dagangan bahan sandang tidak akan mengganggu, bahkan bisa menjadi pilihan bagi pembeli. 	<ul style="list-style-type: none"> - barang kebutuhan sehari-hari sampai barang mewah - bila digabungkan pada jenis dagangan bahan sandang tidak akan mengganggu, bahkan bisa menjadi pilihan bagi pembeli.
2. sifat barang	<ul style="list-style-type: none"> - bersih, kering, tidak berbau dan tahan lama. Misalnya : bahan sandang, pecah belah, perhiasan, dsb. 	<ul style="list-style-type: none"> - kotor- bersih - berbau- tidak berbau - basah- kering - tahan lama- tidak tahan lama 	<ul style="list-style-type: none"> - bersih - tidak berbau - kering - tahan lama 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengabungan dapat dilakukan pada sifat barang dagangan yang sama.

3. tingkat pemakaian	- convience: sehari-hari, dan demand : tingkat pembeliannya tidak setiap hari. demand	- convience: sehari-hari, dan demand : tingkat pembeliannya tidak setiap hari. demand	-demand : tingkat pembeliannya tidak setiap hari, impulse : barang mewah	
4. kualitas	- menengah	- rendah sampai menengah	- menengah sampai yang paling baik	
5. jenis jasa		- reparasi alat-alat rumah tangga - penjahit	- studio foto - salon kecantikan - servis elektronik	- karena tidak ada persamaan , maka penggabungan keduanya akan saling melengkapi kekurangan dan kelebihan masing-masing
B. Pedagang	- modal menengah	- modal kecil sampai menengah	- modal menengah sampai besar	
C. Pengunjung/ konsumen	- menengah	- golongan ekonomi bawah sampai menengah	- golongan Ekonomi menengah sampai atas	

2. motivasi	- berbelanja - makan/ minum	- melihat-lihat - berekreasi - makan/ minum	
D. Suasana	- ramai - hiruk pikuk - semrawut - agak monoton	- ramai - rapi - nyaman	
E. Waktu kegiatan	- pukul 09.00-17.00 WIB	- 04.00-17.00 WIB	-09.00-21.00 WIB
F. Kebutuhan ruang	Tidak ada	(lihat tabel kebutuhan ruang pasar tradisional)	(lihat tabel kebutuhan ruang mall)

3.8 ANALISA BENTUK PENGGABUNGAN

3.8.1 Secara Vertikal



3.8.2 Secara horizontal

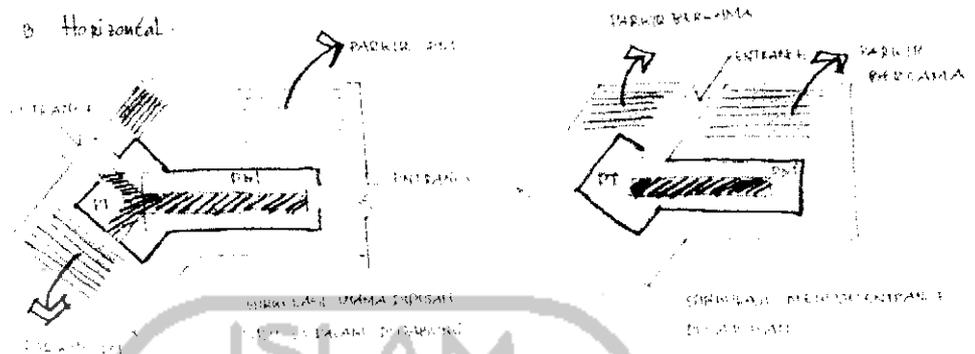


3.8.3 Sirkulasi

A. Vertikal



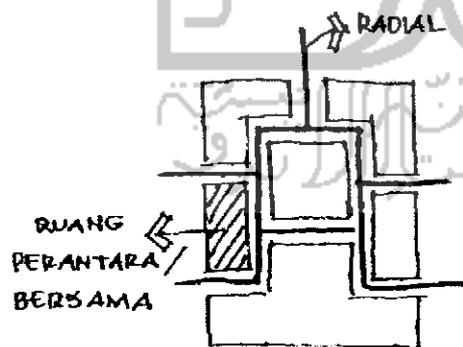
B. Horizontal



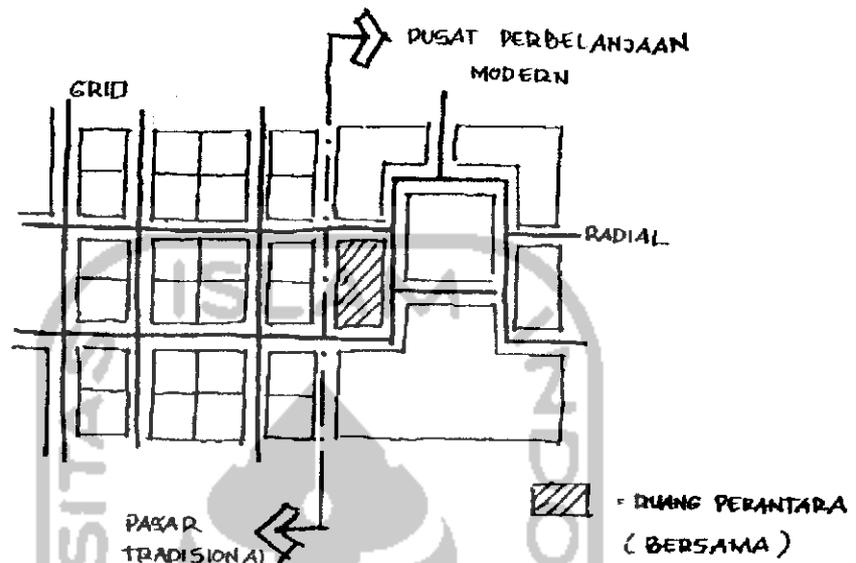
3.8.4 Pola ruang dan organisasi ruang

Perpaduan antara pusat perbelanjaan modern dengan pasar tradisional harus tetap mampu menghadirkan karakternya masing-masing, selain juga ada beberapa yang dipadupadankan dengan beberapa penyesuaian. Salah satu cara penggabungannya adalah :

- organisasi ruang pada pusat perbelanjaan modern yang umumnya berbentuk linier dan radial tetap dipertahankan, salah satu cabang sebarannya merupakan ruang bersama (perantara) dengan pasar tradisional.



- Organisasi ruang pada pasar tradisional yang berbentuk grid juga dipertahankan, dan salah satu gridnya adalah ruang bersama (perantara) dengan pusat perbelanjaan modern.

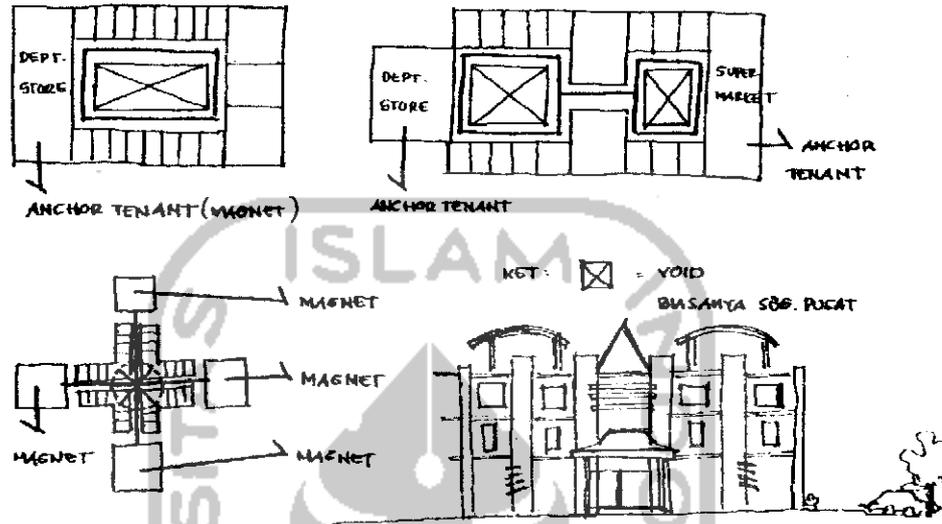


Pola sirkulasi dan organisasi ruang yang terbentuk dari penggabungan ini adalah perpaduan grid dan radial.

3.9 ANALISA TIPOLOGI BANGUNAN

3.9.1 Pusat Perbelanjaan Modern.

A. Ada beberapa tipologi bentuk bangunan yang sering diterapkan antara lain:



B. Kualitas ruang dalam

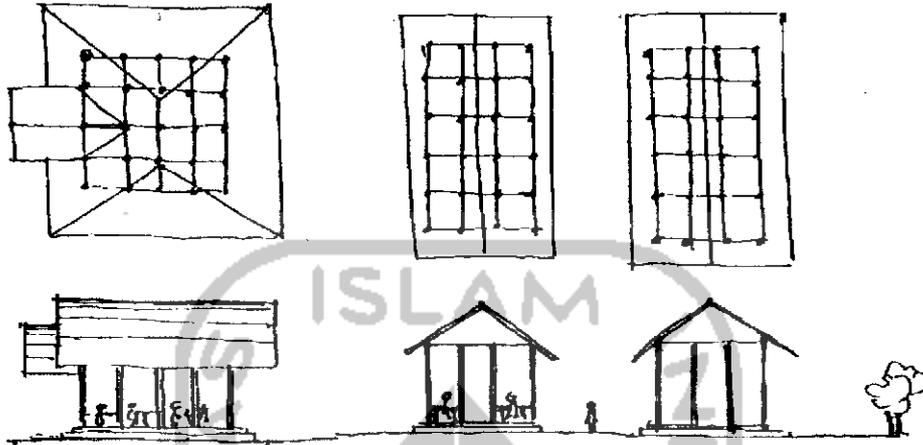
Umumnya ruang dalam pada pusat perbelanjaan modern diolah secara maksimal hingga menciptakan ruang dalam yang cenderung mewah dan menarik hingga pada detil-detilnya. Penataan cahaya buatan juga memberikan nilai estetika dan bukan hanya fungsional. Pengolahan ruang dalam dilakukan juga untuk membentuk suasana ruang.

C. Penataan ruang luar

Ruang luar umumnya dimanfaatkan sebagai area parkir dan taman. Alur sirkulasi manusia dan kendaraan ditata dengan baik pada ruang luar dengan berbagai ornamen estetis.

3.9.2 Pasar Tradisional

- A. Bentuk bangunan umumnya terdiri dari satu massa yang terbuka atau beberapa massa kecil yang juga terbuka.



- B. Kualitas ruang dalam

Ruang dalam pada pasar tradisional diolah dan ditata secara fungsional, dan tidak terlalu memberikan fungsi estetis. Biasanya hanya terdapat kios atau los dengan tempat pajangan barang dagangan.

- C. Penataan ruang luar.

Ruang luar pada pasar tradisional umumnya ditata untuk area sirkulasi kendaraan, parkir, serta area bagi pedagang kaki lima. Jarang sekali ditemukan penataan taman pada ruang luar pasar tradisional.

3.10 KONSEP

3.10.1 Konsep Penggabungan

Dari hasil analisis ditemukan beberapa konsep untuk menggabungkan fungsi perbelanjaan berkarakter modern dengan tradisional.

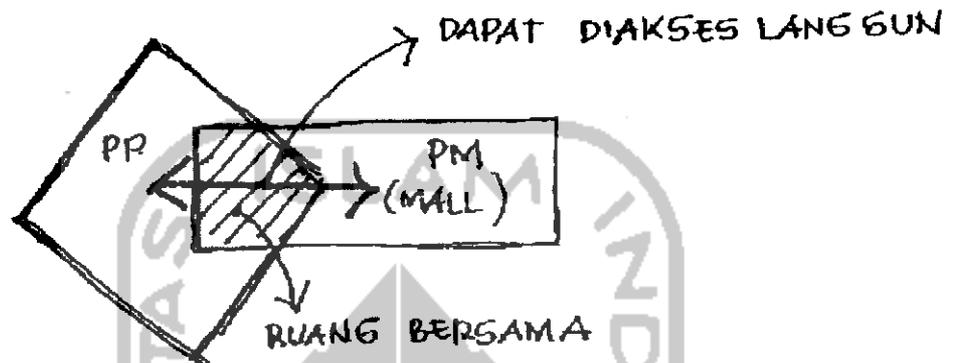
- A. Bentuk penggabungan

Vertikal

Dipilih bentuk penggabungan yang setiap lantai dibagi dua fungsi, untuk mewadahi perdagangan berkarakter modern dengan tradisional.

Horizontal

Bentuk penggabungan dengan melekatkan keduanya secara langsung, hingga terdapat pertemuan antara keduanya. Ruang ini nantinya dijadikan sebagai ruang yang dapat digunakan bersama antara pengunjung pusat perbelanjaan modern dengan pasar tradisional.



Penggabungan dua fungsi pada satu bangunan ini menuntut penatan ruang yang tepat agar masing-masing fungsi dapat terlaksana dengan baik dan dapat saling mendukung antar fungsi yang satu dengan yang lain. Fungsi perbelanjaan berkarakter modern yang dituangkan dalam sebuah mall didisain sesuai dengan karakternya yang cenderung mewah, dengan alur sirkulasi berbentuk linier dan radial. Sedangkan perbelanjaan berkarakter tradisional dituangkan dalam sebuah pasar tradisional didisain sesuai dengan karakternya yang terbuka, dengan alur sirkulasi yang berbentuk grid.

Untuk penggabungan keduanya, ada beberapa masalah yang timbul dan berdasarkan hasil analisa dapat diantisipasi, antara lain masalah kebisingan, kotor dan basah, serta bau yang terjadi umumnya pada area



pasar, yang akan berpengaruh pada mall yang menuntut ketenangan, kebersihan dan kenyamanan. Kondisi ini diantisipasi dengan beberapa cara, antara lain:

- **Kebisingan**

Antara area pasar dan area mall didisain ruang sirkulasi sekaligus ruang perantara untuk peralihan kedua fungsi yang berbeda ini, hingga kebisingan dari area pasar tidak langsung sampai ke area mall. Selain itu, disain mall yang tertutup juga dapat mengantisipasi kebisingan hingga tidak masuk ke area mall.

- **Kotor dan basah**

Pasar tradisional umumnya kotor dan basah diakibatkan sifat dari materi dagangannya. Untuk mengantisipasi ini, maka area perdagangan untuk barang dagangan yang sifatnya basah di letakkan pada lantai paling dasar pasar (lantai semi basement). Lantai ini satu level dengan area parkir mall dan tidak berhubungan langsung dengan area mall, hingga diharapkan kondisi kotor dan basah ini tidak akan mempengaruhi mall. Selain itu, pada area pasar basah ini didisain memiliki lantai dengan kemiringan 2 derajat dan dibuat semacam selokan tertutup sebagai aliran air, hingga lantai pasar ini akan tetap kering.

- **Bau**

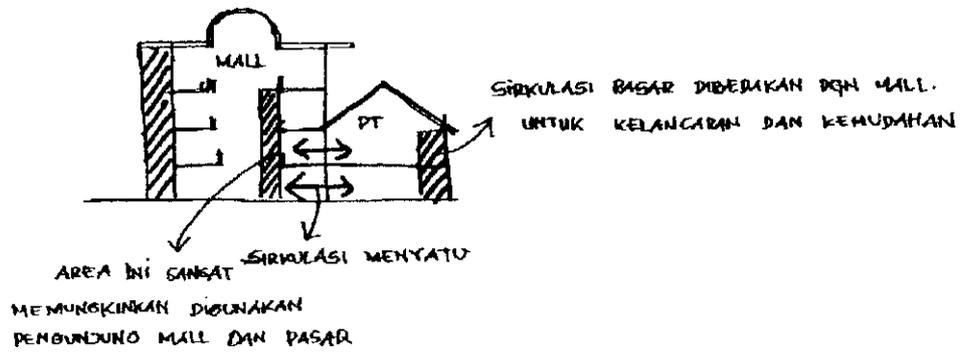
Bau yang berasal dari pasar tradisional diantisipasi agar tidak masuk ke area mall karena dapat mengganggu suasana mall. Cara

yang dilakukan adalah dengan mendisain pintu otomatis pada pintu masuk yang menggabungkan antara area mall dan pasar. Pintu ini kan membuka dan menutup sendiri hanya bila ada orang yang akan lewat. Pada area pintu ini juga dibuat hembusan angin (air screening) yang akan menahan udara dari luar (pasar) yang akan masuk ke mall. Selain itu, area mall yang menggunakan penghawaan buatan, dan berhawa lebih dingin akan memiliki tekanan udara yang lebih tinggi dibandingkan area pasar yang menggunakan penghawaan alami. Berdasarkan prinsip fisika, bahwa udara akan mengalir dari tekanan yang lebih tinggi ke tekanan yang lebih rendah, maka udara dari pasar tidak akan masuk ke dalam mall.

B. Sirkulasi

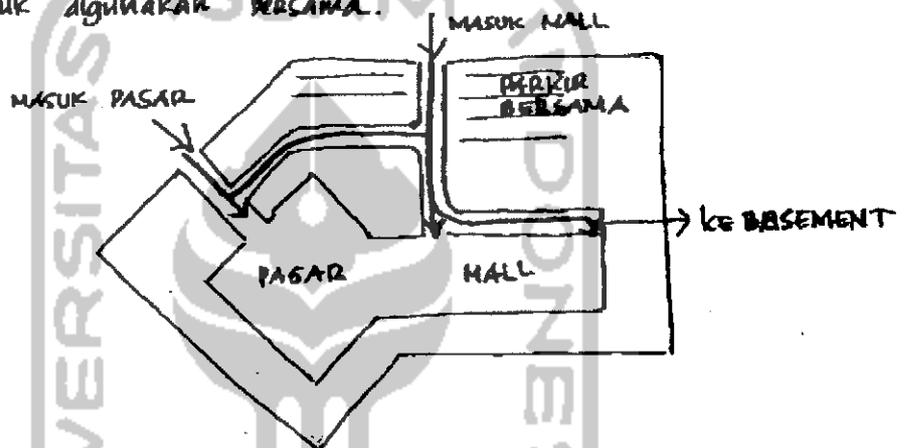
- Vertikal

Untuk fungsi pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional masing-masing memiliki sirkulasi vertikal sendiri, tetapi ini bukan bertujuan memisahkan, melainkan untuk kemudahan sirkulasi masing-masing. Keadaan ini juga tidak menutup kemungkinan pengunjung pasar tradisional menggunakan escalator yang berada pada area pusat perbelanjaan modern (dalam hal ini mall) karena secara horizontal sirkulasi keduanya menyatu.



- Horizontal

untuk digunakan bersama.



Terdapat dua buah pintu gerbang, dimana yang satu khusus untuk mall dan yang satunya dapat digunakan bersama, baik pengunjung mall maupun pasar. Area parkir kendaraan juga demikian halnya, ada dua area parkir yang salah satunya berada di lantai basement, khusus untuk untuk pengunjung (termasuk karyawan dan pengelola) mall, dan satu lagi diluar (parkir out door) untuk digunakan bersama

3.10.2 Penampilan Bangunan

Penampilan bangunan didisain untuk mencitrakan bangunan komersial modern dengan fungsi sebagai bangunan pusat perbelanjaan (mall). Bangunan komersial sejenis mall ini biasanya memiliki fasad yang

sebahagian besar digunakan untuk peletakan billboard. Pada bangunan ini, penempatan iklan selain dari luar bangunan, juga ada yang dapat dipasang dari dalam, yakni dengan mendisain dinding kaca pada retail.

Penampilan pasar tradisional didisain tidak mencitrakan bangunan tradisional sepenuhnya, untuk menghindari kesan menempel pada fasad bangunan. Fasad pasar dan mall mengambil beberapa ornamen bangunan tradisional melayu, yang merupakan bangunan tradisional di lokasi tersebut.



3.10.3 Struktur bangunan

Struktur bangunan menggunakan struktur rangka beton bertulang, dengan jarak antar kolom 6- 9 meter. Atap bangunan keseluruhan menggunakan atap dak beton dan pada beberapa bagian menggunakan atap dengan rangka baja dan penutup dengan material polikarbonat untuk memasukkan cahaya ke dalam bangunan.

3.10.4 Utilitas

A. Plumbing

Air Bersih

Sistem pemipaan air bersih dari sumber utamanya yakni dari PDAM dan sumur kemudian disalurkan ke *water tank* di basement yang selanjutnya dipompakan ke *water tower*. Seterusnya air akan dialirkan ke dalam bangunan dengan sistem *up down* melalui shaft.

Air Kotor

Pemipaan air kotor mulai dari lavatory, saluran air hujan, dialirkan ke peresapan, septic tank dan peresapan melalui saluran di dalam shaft. Saluran ini memisahkan saluran pembuangan menurut jenis air buangan, yakni kotoran padat, cair, air hujan dan kotoran yang mengandung lemak

B. Sistem Bahaya Kebakaran

Alat deteksi

Alat deteksi yang digunakan adalah deteksi asap (*smoke detector*) Detektor ini mendeteksi asap di dalam bangunan dengan alarm yang dibunyikan bila terdapat asap di dalam bangunan.

Instalasi pemadam api

1. Pemadam api ringan dengan menggunakan tabung CO₂ dan tabung gas halon ditempatkan di dalam bangunan
2. Springkler otomatis, yang di tanam pada langit-langit gedung dengan jarak antar sprinkler 4m dan radius putar 8 m.

3. Hidrant di dalam dan luar gedung.

Tangga darurat

Bangunan ini memiliki dua tangga darurat yang diletakkan dekat dengan area sirkulasi hingga mudah terlihat. Jarak tangga darurat kurang lebih 30 m hingga mudah dijangkau para pengguna bangunan. Pintu keluar dari tangga darurat langsung berhubungan ke luar bangunan yakni ke sebelah timur bangunan.

C. Penangkal Petir

Sistem penangkal petir yang digunakan adalah sistem Faraday dengan instalasi spit sebagai penangkal petir terletak di atap bangunan, kemudian disalurkan ke arde / tanah melalui kawat penghubung yang terbuat dari tembaga.

D. Mekanikal Elektrikal

Suplai arus listrik menggunakan arus listrik dari PLN dan sebagai cadangan digunakan genset yang secara otomatis diaktifkan bila terjadi pemutusan suplai arus listrik dari PLN. Genset ini diletakkan di *basement*.

Sistem Komunikasi

Dalam bangunan

- *air phone* atau *intercome*
- *microphone* atau *carcall*
- CTV (*Central Television*) untuk keamanan

Keluar bangunan

- telepon sistem PABX(*Private Automatic Branch X'change*)
- telex

E. Pencahayaan

Pencahayaan alami

Pencahayaan alamiah ini digunakan pada pasar tradisional, dengan pertimbangan menghemat energi yang berarti menghemat biaya.

Pada pusat perbelanjaan modern, pencahayaan alamiah jarang digunakan, hanya pada beberapa titik, seperti skylight di atas atrium. Hal ini disebabkan karena pusat perbelanjaan sifatnya tertutup untuk menghemat AC yang digunakan sebagai penghawaan buatan.

Pencahayaan buatan

Pencahayaan buatan digunakan pada area mall, sebab selain berfungsi untuk penerangan, lampu-lampu ini juga dapat berperan sebagai elemen dekoratif yang dapat membentuk suasana ruang.

Pada pasar tradisional lampu hanya difungsikan sebagai elemen penerangan dan digunakan pada waktu tertentu, berkisar antara jam 04.00-06.00.

F. Penghawaan

Penghawaan alami

Penghawaan alami digunakan pada area pasar tradisional yang sifatnya terbuka hingga dapat menghemat biaya operasional

Penghawaan buatan (AC)

Penghawaan buatan digunakan pada area mall. Penghawaan buatan ini menggunakan AC (Air Conditioning), yang ditanam langsung dalam saluran udara (ducting) dioperasikan secara sentral yang didistribusikan ke dalam ruangan pada titik-titik tertentu dengan adanya inlet dan outlet AC pada langit-langit ruang, dengan jarak yang diperhitungkan sesuai dengan volume ruang.

Pasar tradisional tidak menggunakan penghawaan buatan, karena sifatnya yang tradisional, terbuka, juga menghemat biaya operasional.

BAB IV

LAPORAN PERANCANGAN

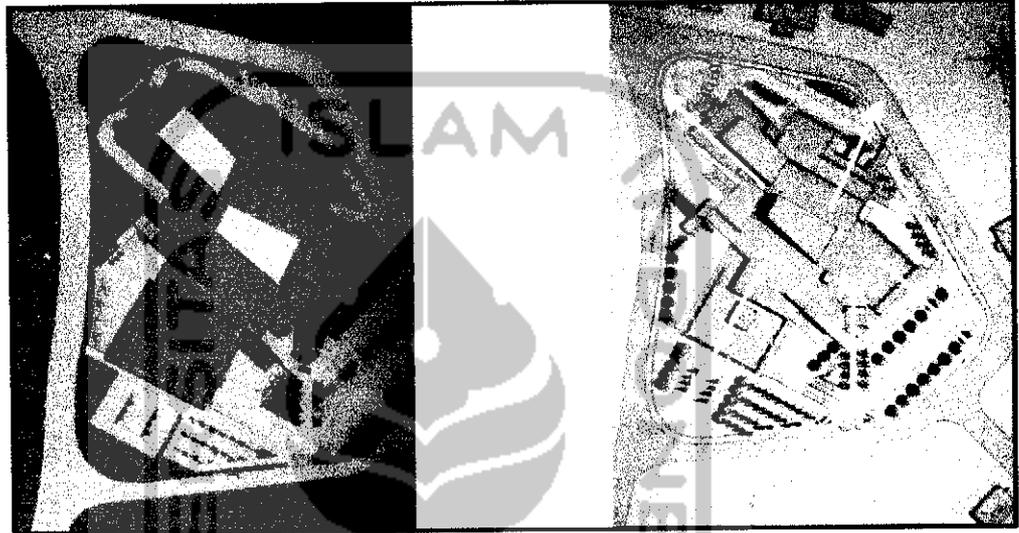
4.1 Penzoningan

Penzoningan area mall dan pasar di dasarkan pada posisi site. Site yang dikelilingi jalan ini menuntut penataan yang baik. Karenanya, bagian sebelah utara dan timur site yang dibatasi jalan yang cukup ramai dijadikan area mall untuk menarik perhatian, sedangkan bagian site sebelah selatan yang dibatasi jalan yang sepi dijadikan area parkir. Untuk area pasar, dipilih bagian site sebelah barat yang juga cukup ramai. Pintu gerbang masuk ke mall di letakkan di sebelah timur, dan gerbang untuk digunakan bersama terletak di sebelah selatan.



4.2 Bentuk massa bangunan

Bentuk massa bangunan juga menyesuaikan bentuk dan kondisi site yang dikelilingi jalan. Massa dibentuk agar bangunan memiliki facad di keempat sisi jalan, dan tidak akan ada bagian yang menjadi belakang bangunan.



4.3 Penggabungan dua fungsi

Bangunan yang akan difungsikan sebagai pusat perbelanjaan berkarakter modern dan pasar tradisional ini memiliki beberapa strategi penggabungan, antara lain:



4.3.1 Secara Horizontal

A. Pada Site Plan

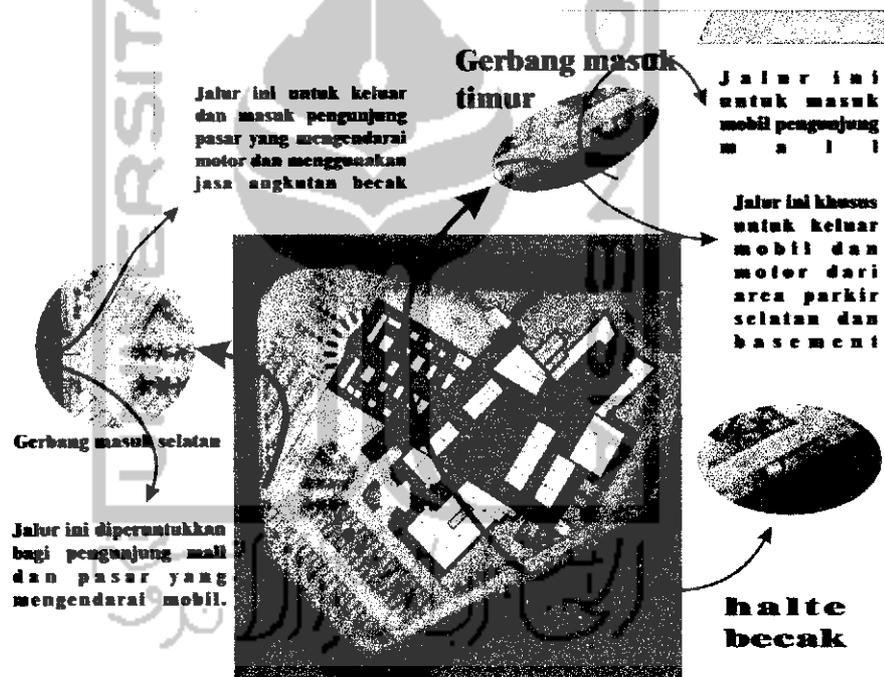
Perencanaan tapak untuk bangunan ini dipengaruhi oleh kondisi bangunan yang akan difungsikan ganda, yakni sebagai pusat perbelanjaan berkarakter modern dengan pasar tradisional. Sirkulasi dan area parkir menjadi penekanan utama dalam perencanaan tapak bangunan ini.

Gerbang Masuk dan Keluar

Untuk bangunan ini didisain dua gerbang masuk dan keluar. Gerbang yang pertama diletakkan di sebelah selatan site. Gerbang ini memiliki dua jalur. Jalur yang satu diperuntukkan sebagai jalur masuk bagi pengunjung pasar dan mall yang menggunakan kendaraan mobil, sekaligus jalur masuk kendaraan pemasok barang untuk pasar dan yang satu lagi diperuntukkan sebagai jalur keluar masuk bagi pengunjung pasar yang menggunakan motor dan becak. Mobil

pengunjung pasar dan mall ini kemudian akan diparkir pada area parkir selatan, sedangkan motor serta becak pengunjung pasar disediakan parkir di sebelah barat.

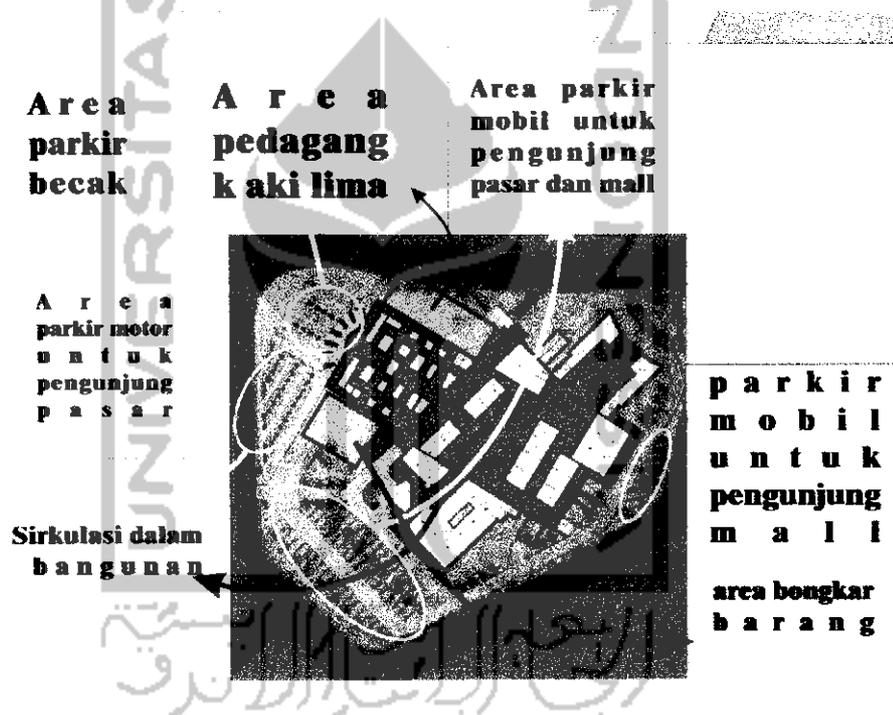
Gerbang yang kedua diletakkan di sebelah timur site. Gerbang ini juga memiliki dua jalur. Jalur yang satu diperuntukkan sebagai jalur untuk keluar mobil pengunjung mall dan pasar dari area parkir selatan juga dari basement. Jalur yang satu lagi diperuntukkan sebagai jalur masuk pengunjung mall yang menggunakan mobil dan motor dan diparkir di area parkir mobil timur dan area parkir basement.



Area Parkir

Disediakan empat blok area parkir pada bangunan ini. Yang pertama terletak di sebelah timur site, area ini khusus untuk mobil pengunjung mall, dapat menampung 8 mobil. Area yang kedua terletak di sebelah

selatan site, yang dikhususkan bagi mobil pengunjung mall dan pasar yang masuk melalui gerbang selatan. Area ini dapat menampung 50 mobil. Area yang ketiga terletak di sebelah barat site, yang diperuntukkan bagi motor pengujung pasar serta parkir becak yang masuk melalui gerbang selatan. Area ini dapat menampung 126 motor dan 42 becak. Area parkir yang keempat terdapat pada basement bangunan, yang diperuntukkan bagi pengunjung mall dan pengelola bangunan. Area ini dapat menampung 40 mobil dan 145 motor.



B. Pada Denah

Penggabungan dua fungsi pada satu bangunan ini menuntut penatan ruang yang tepat agar masing-masing fungsi dapat terlaksana dengan baik dan dapat saling mendukung antar fungsi yang satu

dengan yang lain. Fungsi perbelanjaan berkarakter modern yang dituangkan dalam sebuah mall didisain sesuai dengan karakternya yang cenderung mewah, dengan alur sirkulasi berbentuk linier dan radial. Sedangkan perbelanjaan berkarakter tradisional dituangkan dalam sebuah pasar tradisional didisain sesuai dengan karakternya yang terbuka, dengan alur sirkulasi yang berbentuk grid.

Untuk penggabungan keduanya, ada beberapa masalah yang timbul dan berdasarkan hasil analisa dapat diantisipasi, antara lain masalah kebisingan, kotor dan basah, serta bau yang terjadi umumnya pada area pasar, yang akan berpengaruh pada mall yang menuntut ketenangan, kebersihan dan kenyamanan. Kondisi ini diantisipasi dengan beberapa cara, antara lain:

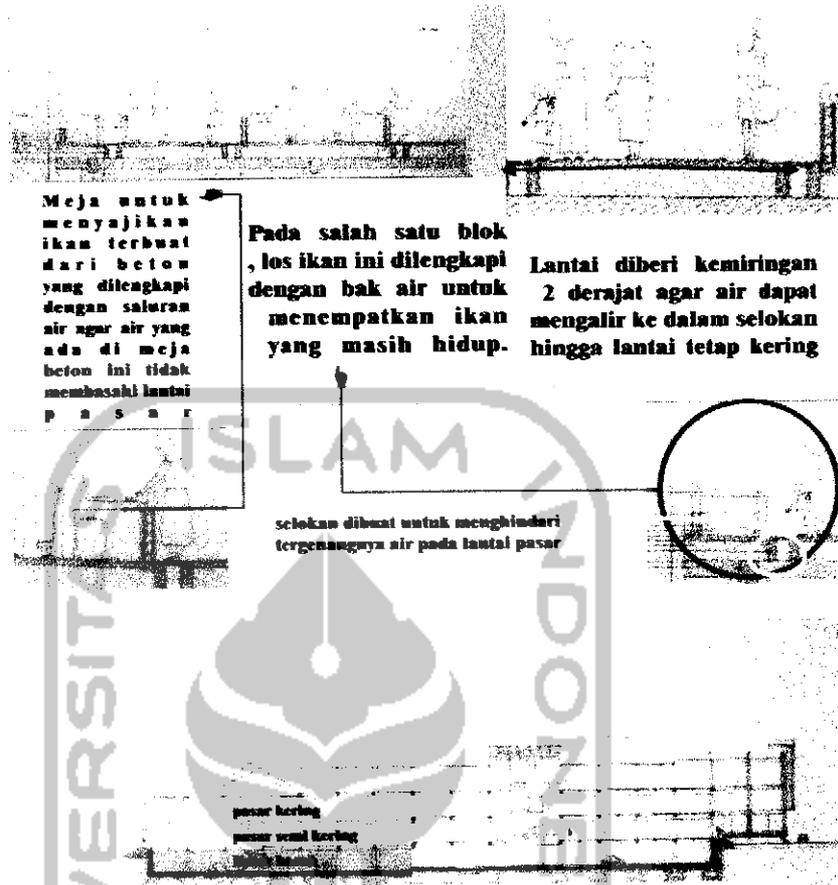
- **Kebisingan**

Antara area pasar dan area mall didisain ruang sirkulasi sekaligus ruang perantara untuk peralihan kedua fungsi yang berbeda ini, hingga kebisingan dari area pasar tidak langsung sampai ke area mall. Selain itu, disain mall yang tertutup juga dapat mengantisipasi kebisingan hingga tidak masuk ke area mall.



- **Kotor dan basah**

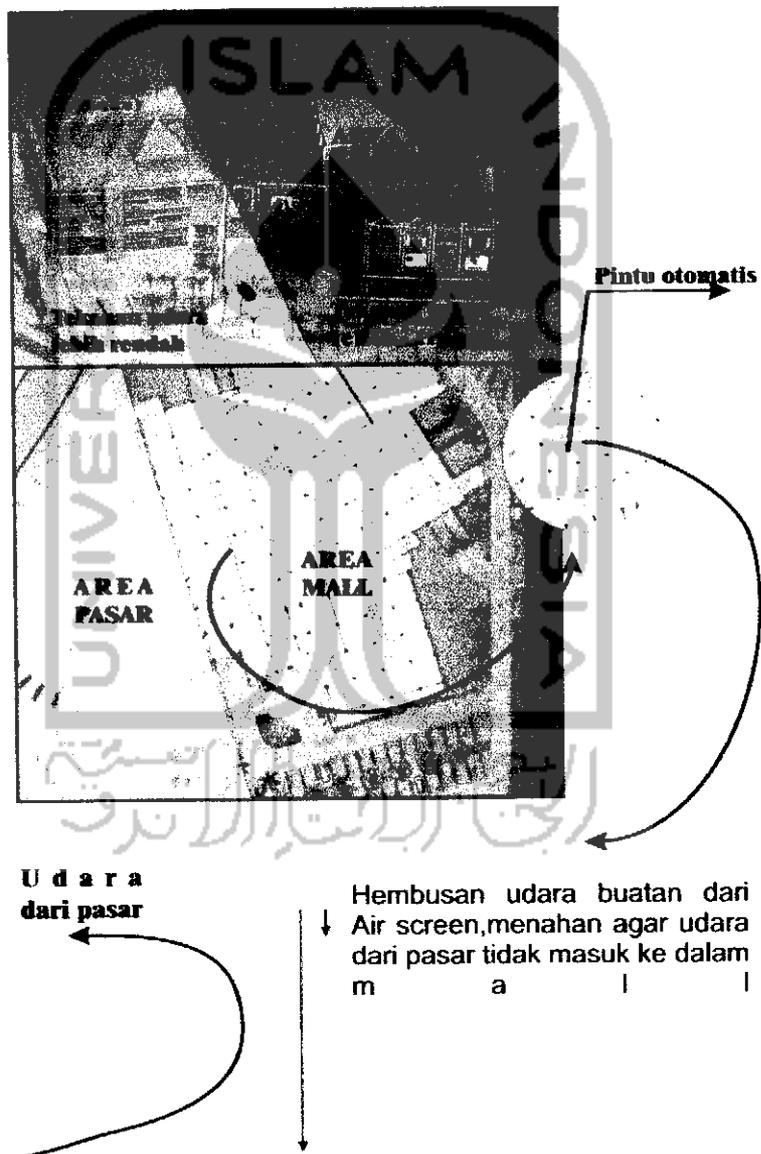
Pasar tradisional umumnya kotor dan basah diakibatkan sifat dari materi dagangannya. Untuk mengantisipasi ini, maka area perdagangan untuk barang dagangan yang sifatnya basah di letakkan pada lantai paling dasar pasar (lantai semi basement). Lantai ini satu level dengan area parkir mall dan tidak berhubungan langsung dengan area mall, hingga diharapkan kondisi kotor dan basah ini tidak akan mempengaruhi mall. Selain itu, pada area pasar basah ini didisain memiliki lantai dengan kemiringan 2 derajat dan dibuat semacam selokan tertutup sebagai aliran air, hingga lantai pasar ini akan tetap kering.



Bau

Bau yang berasal dari pasar tradisional diantisipasi agar tidak masuk ke area mall karena dapat mengganggu suasana mall. Cara yang dilakukan adalah dengan mendisain pintu otomatis pada pintu masuk yang menggabungkan antara area mall dan pasar. Pintu ini akan membuka dan menutup sendiri hanya bila ada orang yang akan lewat. Pada area pintu ini juga dibuat hembusan angin (air screening) yang akan menahan udara dari luar (pasar) yang akan masuk ke mall. Selain itu, area mall yang menggunakan

penghawaan buatan, dan berhawa lebih dingin akan memiliki tekanan udara yang lebih tinggi dibandingkan area pasar yang menggunakan penghawaan alami. Berdasarkan prinsip fisika, bahwa udara akan mengalir dari tekanan yang lebih tinggi ke tekanan yang lebih rendah, maka udara dari pasar tidak akan masuk ke dalam mall.





4.3.2 Secara Vertikal

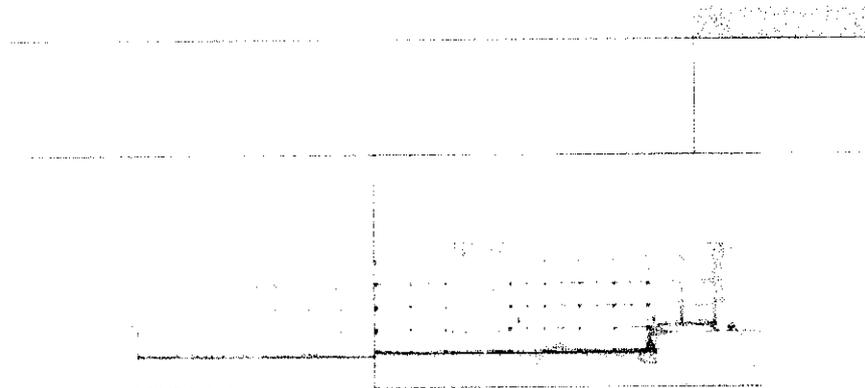
A. Tampak

Tampak bangunan secara keseluruhan didisain mencitrakan bangunan komersial. Pada fasad mall didisain sebagai bangunan modern dengan boldness (kemencolokan), berbeda dengan bangunan lain di sekitarnya, baik dari bentuk, warna maupun dengan iklan-iklan. Area mall ini menggunakan atap dak beton dan pada beberapa bagian menggunakan atap rangka baja dengan penutup atap dari bahan polikarbonat. Fasad pasar didisain terbuka dengan rooling door sebagai penutup kios. Area pasar ini juga menggunakan atap dak beton, dan pada salah satu bagian menggunakan atap berbentuk limasan yang menggunakan rangka baja dan penutup atap dari bahan polikarbonat. Secara keseluruhan, bangunan ini mencitrakan bangunan modern dengan beberapa ornamen tradisional melayu untuk mencirikan kekhasan bangunan.



B. Potongan

Secara vertikal, bangunan dipadukan secara bersebelahan. Sirkulasi vertikal tersedia pada masing-masing area. Area mall memiliki sarana transportasi vertikal tersendiri yang dapat di akses hanya dari area mall, demikian juga dengan area pasar, memiliki sarana transportasi vertikal tersendiri yang juga hanya dapat diakses dari area pasar. Dengan kata lain, secara horizontal, area mall dan area pasar tidak menyatu.



transportasi vertikal pada area pasar transportasi vertikal pada area mall

Secara vertikal area pasar dan mall diletakkan bersebelahan

4.4 Area Mall

4.4.1 Tata ruang

Bentuk penataan ruang pada bangunan mall ini adalah linier dan radial. Area mall didisain memiliki dua pintu masuk utama (main entrance) dan dua pintu masuk samping (side entrance). Pintu masuk utama terletak pada sebelah utara dan selatan, sedangkan pintu masuk samping terletak pada sebelah timur dan barat. Pada mall ini terdapat dua buah atrium yang menjadi pusat pergerakan pengunjung. Sirkulasi dalam bangunan berbentuk radial dengan atrium sebagai pusatnya. Retail- retail kecil dan menengah ditata sepanjang alur sirkulasi, dan sebagai magnetnya maka pada ujung cabang radial ini diletakkan modul-modul besar seperti *department store*, *swalayan*, *restoran*, *time zone*, *salon*, *book store* dan *toys store*.

4.4.2 Sirkulasi

Secara horizontal, sirkulasi dalam bangunan berbentuk radial dengan atrium sebagai pusatnya. Sirkulasi ini didisain dengan lebar yang cukup lega untuk orang berlalu lalang.

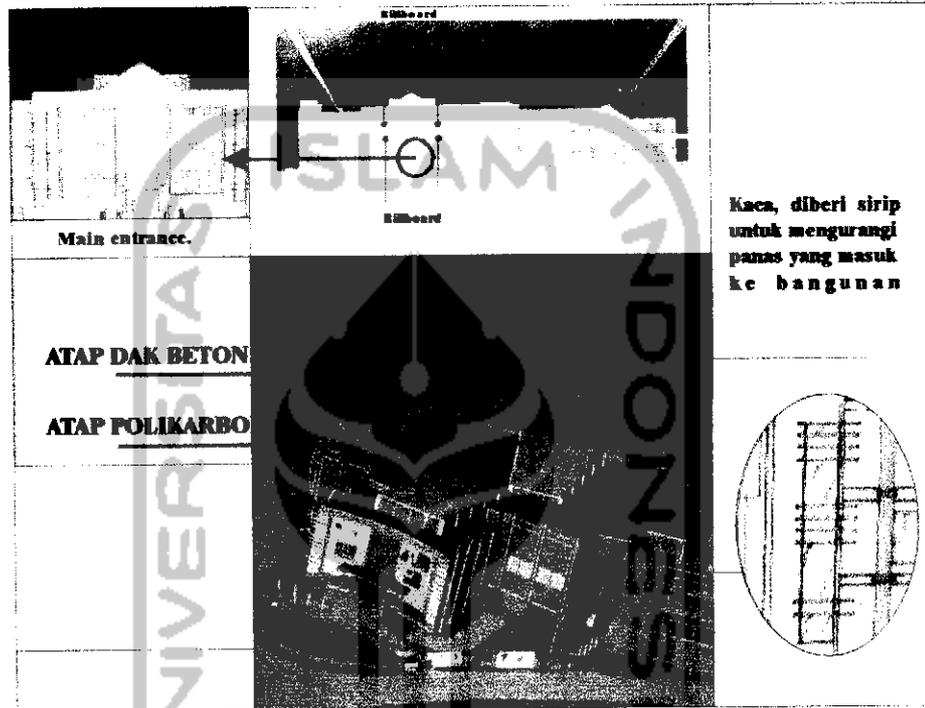
Secara vertikal, area mall ini menggunakan tangga konvensional, escalator serta lift sebagai sarannya. Ketiga sarana ini diletakkan pada titik-titik yang berbeda pada atrium. Escalator naik terletak pada atrium utara, sedangkan escalator turun, lift dan tangga terletak pada atrium selatan (*food court*).

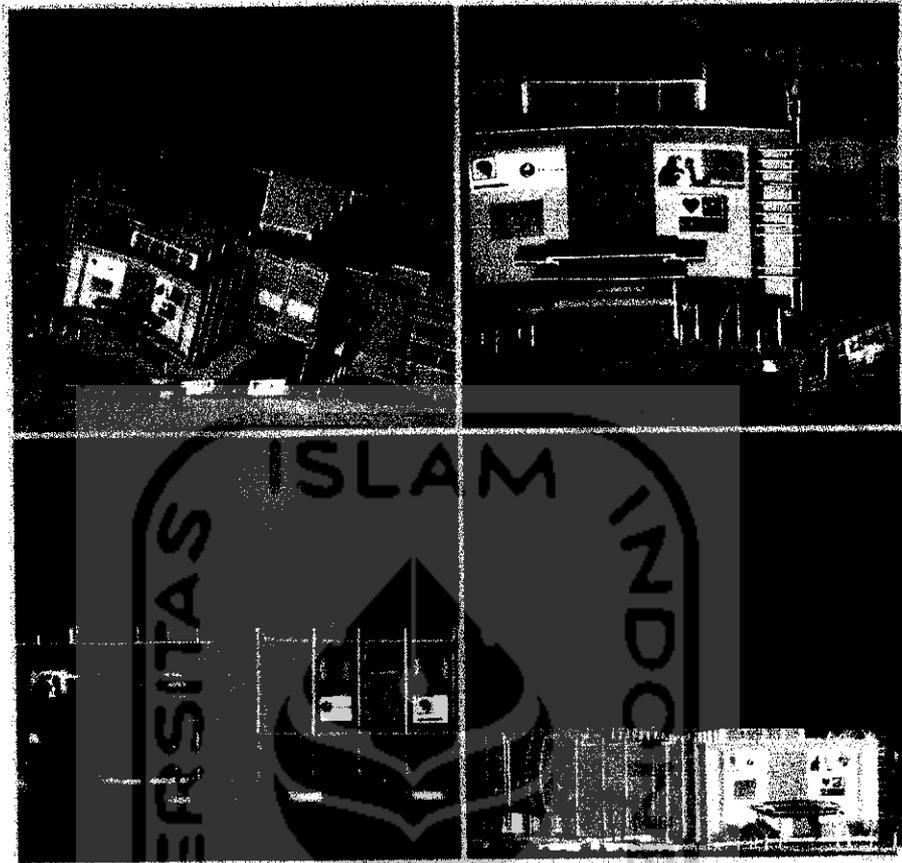


4.4.3 Fasad bangunan

Fasad bangunan pada area mall ini mencitrakan bangunan modern dengan dinding beton dan beberapa material kaca untuk peletakan iklan dari dalam bangunan. Atap yang digunakan adalah atap dak beton, dan pada atrium menggunakan atap dengan material polikarbonat agar dapat

memasukkan cahaya ke dalam bangunan. Pada sisi timur dan selatan, didisain selasar yang menggunakan ornament yang diambil dari ornamen tradisional melayu, yakni pada roster dan selembayung pada topong bagian atap bangunan.





4.5 Area Pasar Tradisional

4.5.1 Tata Ruang

Secara horizontal

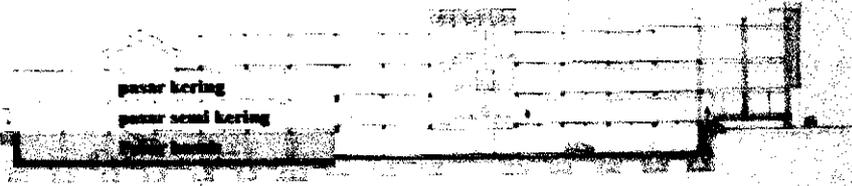
Bentuk penataan ruang pada area pasar ini adalah grid. Pasar yang terbuka ini memiliki beberapa pintu masuk, dengan satu buah pintu masuk utama. Dari lantai paling dasar (semi basement) , pasar dapat diakses dari berbagai arah, karena pasar ini didisain terbuka. Untuk lantai dasar, ada tiga pintu masuk yakni dari pintu masuk utama di sebelah barat, dan dua pintu masuk samping di sebelah utara dan selatan. Tiap ruang dagang

ditata per blok berdasarkan materi dagangannya. Untuk jenis dagangan yang sama, diletakkan pada blok yang sama untuk memudahkan pembeli mencari barang dagangan, serta membuat tatanannya lebih rapi.



Secara Vertikal.

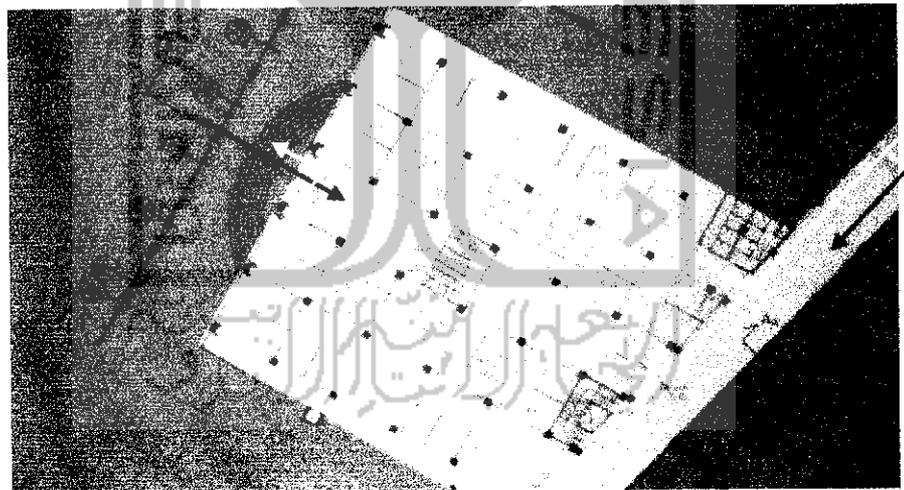
Pembagian ruang dagang per lantai dibedakan juga berdasarkan materi dagangannya. Pada area pasar lantai paling dasar (lantai semi basement) adalah area pasar basah, dan materi dagangan yang dijual bersifat basah. Pada lantai dasar merupakan area pasar semi kering, dan materi dagangannya bersifat semi kering. Sedangkan untuk lantai paling atas adalah area pasar kering yang materi dagangannya bersifat kering.



4.5.2 Sirkulasi

Secara horizontal, sirkulasi pada pasar ini berbentuk grid sesuai dengan susunan ruang dagangnya. Lebar area sirkulasi ini cukup untuk orang berlalu lalang, yakni 3 sampai 6 m. Pada area pasar ini terdapat dua buah tangga dengan jarak keduanya 15m.

Secara vertikal, sirkulasi pada area pasar ini menggunakan tangga konvensional untuk pengunjung dan ramp untuk transportasi barang.



4.5.3 Fasad

Fasad bangunan pada area pasar ini didisain terbuka dengan atap dak beton dan pada area tangga diberi atap dengan bahan polikarbonat untuk memasukkan cahaya. Pada fasad juga digunakan sirip yang terbuat dari beton. Penampilan modern pada fasad pasar tradisional ini diimbangi dengan penggunaan ornamen tradisional melayu untuk mengurangi kesan modernnya. Ornamen ini terletak pada topeng di bagian atap bangunan yang menggunakan selembayung. Selain itu, fasad juga menampilkan *rooling door* yang lazim dipakai sebagai penutup kios pada pasar tradisional untuk menimbulkan kesan tradisionalnya.

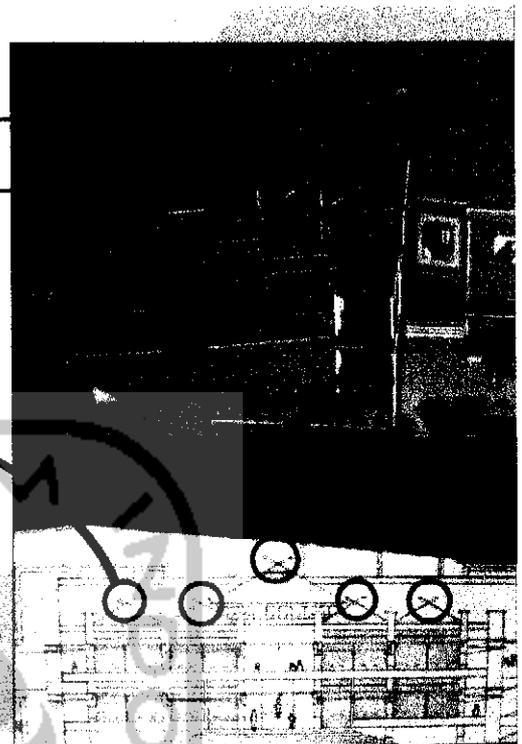


ATAP DAK BETON

ATAP POLIKARBONAT



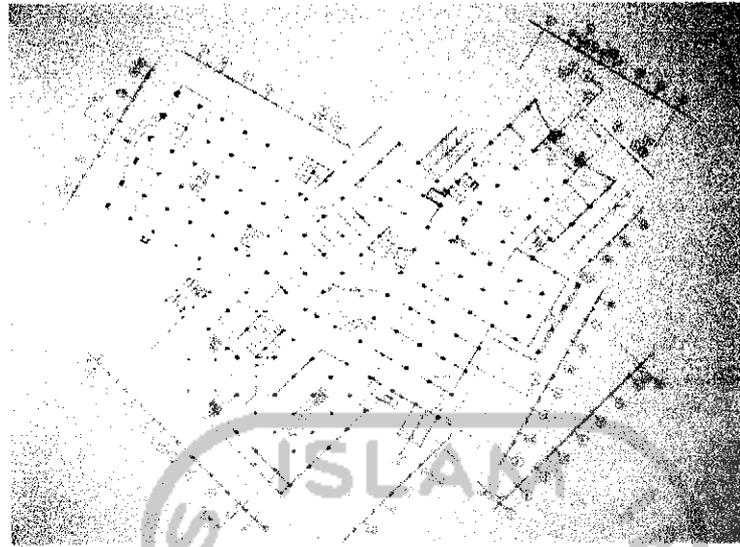
Mengambil bentuk
atap tradisional
melayu.



4.6 SISTEM STRUKTUR

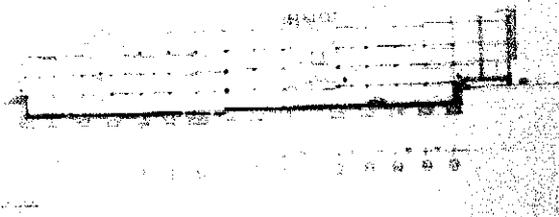
4.6.1 Jarak antar Kolom

Sistem struktur yang digunakan adalah system rangka berton betulang, dengan jarak antar kolom 6 meter, dan pada beberapa bagian mengecil dan membesar antara 4 sampai 10 meter. Karena bentang bangunan yang cukup lebar, maka digunakan delatasi dengan membaginya menjadi empat bagian bangunan.



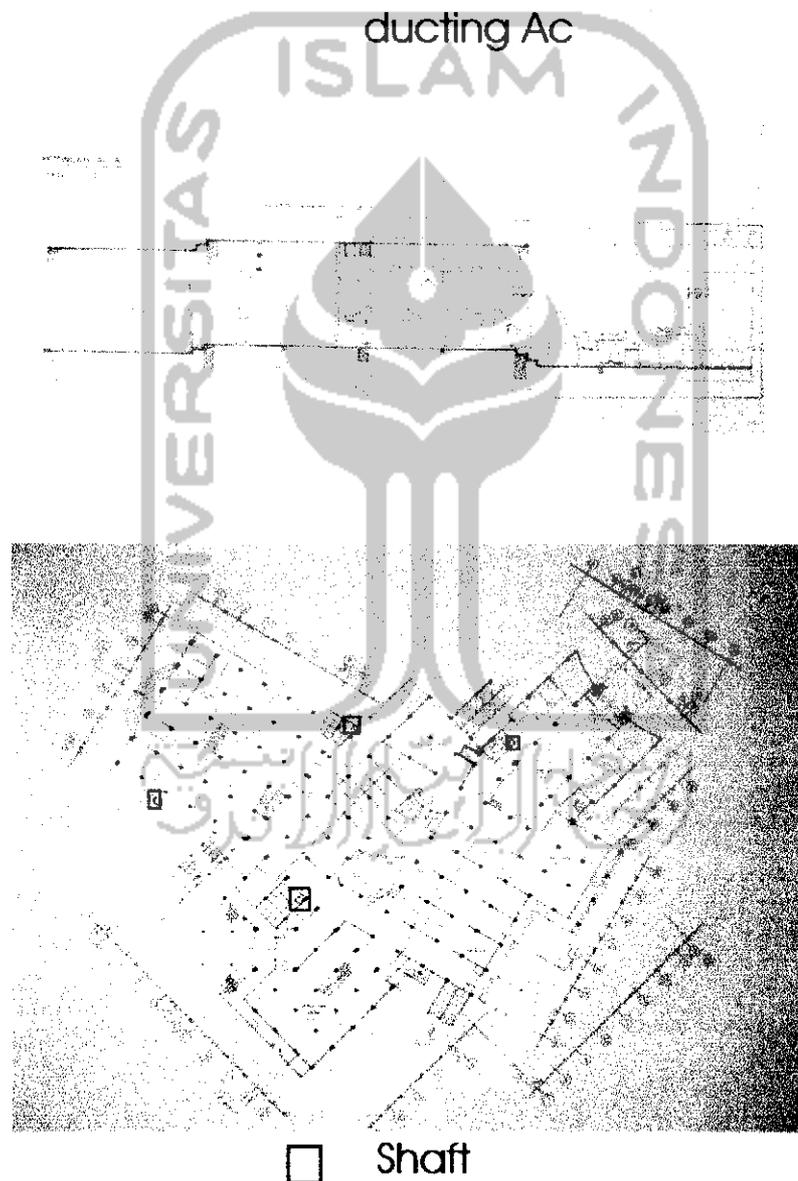
Delatasi berupa pemisahan kolom

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية



4.6.2 Shaft dan ducting

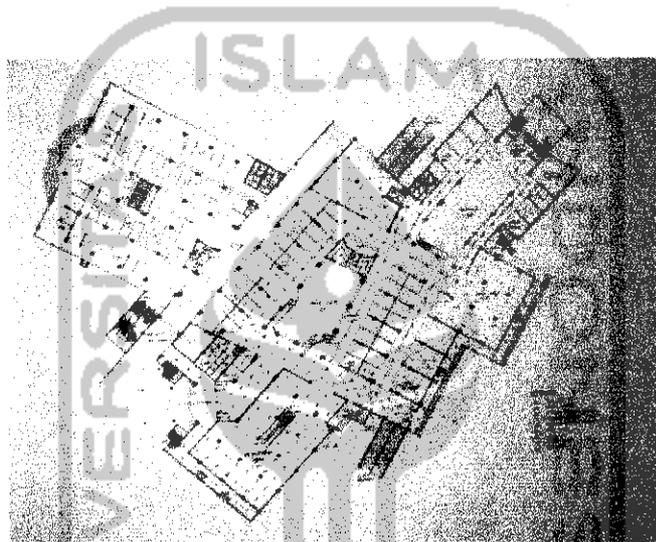
Pada bangunan ini didisain empat buah shaft pada area mall yakni shaft listrik, shaft air kotor dan bersih, shaft AHU, serta shaft sampah, masing-masing dua unit, selain shaft AHU. Sementara untuk area pasar hanya ada dua buah shaft, yakni shaft sampah dan shaft air kotor dan bersih. Ducting didisain untuk penghawaan dan pencahayaan buatan.



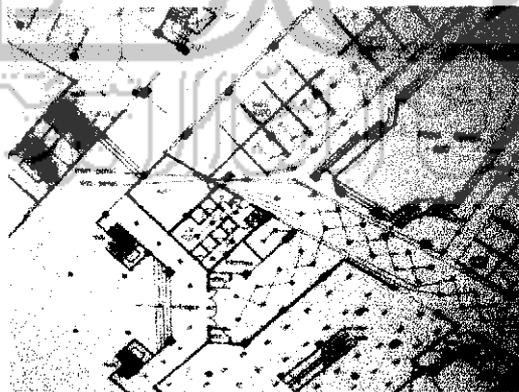
4.7 UTILITAS

4.7.1 Pencahayaan

Pencahayaan alami digunakan pada area pasar. Area pasar hanya menggunakan pencahayaan buatan antara jam 04.00 - 06.00 pagi. Area mall menggunakan pencahayaan buatan yang dipasang atau ditanam pada plafond dan pada beberapa kolom.



Denah titik lampu

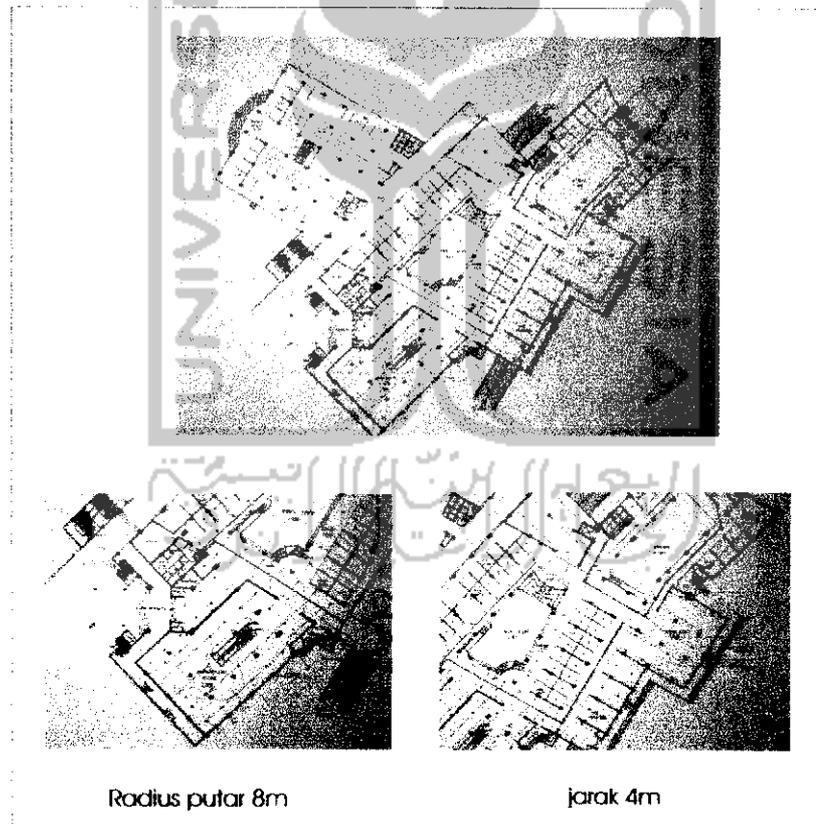


4.7.2 Penghawaan

Area pasar menggunakan penghawaan buatan, yakni menggunakan AC dengan menggunakan system AC central menggunakan ducting. Penghawaan alami digunakan pada area pasar.

4.7.3 Sistem Bahaya kebakaran

Alat deteksi yang digunakan adalah detector asap (*smoke detector*). Instalasi pemadam api menggunakan sprinkler otomatis (khusus pada area mall) dengan radius putar 8 meter dan jarak antar sprinkler 4 meter. Selain itu disediakan juga portable fire protection, serta hydrant untuk seluruh bangunan.







DAFTAR PUSTAKA

- Andika, Rian, *Tugas Akhir Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia ; Perencanaan Kembali Pasraya I di Salatiga*, Jogjakarta, 1998
- Conway, Hazel and Rowan Roenisch, *Understanding Architecture: An Introduction for Architecture and Architecture Story*, Routledge, London, 1994; 100
- De Chiara, Joseph and John Callender, *Time-Saver-Standart for Building types second Edition*; 716-729
- D.K Ching, Francis, *Arsitektur- Bentuk, Ruang dan Tatahan*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000
- King Charles, *Building for Cemmerce and Industry*, 1978
- Maitland, B, *Shopping Malls Planning and Design*, Nichols Publishing Co., New York, 1987; 9
- Rinorthen, Sc, *A Developer Guide to Planning and Design*, Colledge of Estate Management, 1997
- Uno, Debby Arum Sari, *Tugas Akhir Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada, ; Pusat Perbelanjaan di Manado*, Jogjakarta, 1999
- Urban Land Institude, *Shopping Centers Development Handbook*, Community Builders Handbook series, Washington, 1977 ;43
- Victor Gruen, *Center for the Urban Environment : Survival of the Cities*, NY, Van Nostrand Reinhold Co. 1973;
- Zahra, Alfiati, *Tugas Akhir Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada, ;Integrated Mall di Kawasan Wonocatu Jogjakarta*, Jogjakarta, 2003

LAMPIRAN

Tabel 1: Kondisi Fasilitas Perdagangan di Rantauprapat tahun 2002

Jenis Fasilitas Perdagangan	Jumlah (unit)			Luas lahan (m ²)
	Toko	Kios/los	Swalayan	
Pertokoan	209	-	-	25.080
Pasar				
-pasar Lama	-	314	-	7.200
-pasar Baru	-	749	-	15.360
-pasar Sigambal	-	48	-	2.500
-pasar Bakaran Batu	-	20	-	800
Pusat perbelanjaan	-	-	1	1.000
Jumlah	209	1.131	1	51.940

Sumber : BPS Kabupaten Labuhanbatu

Tabel 2: Kebutuhan Fasilitas Perdagangan di Rantauprapat sampai tahun 2014

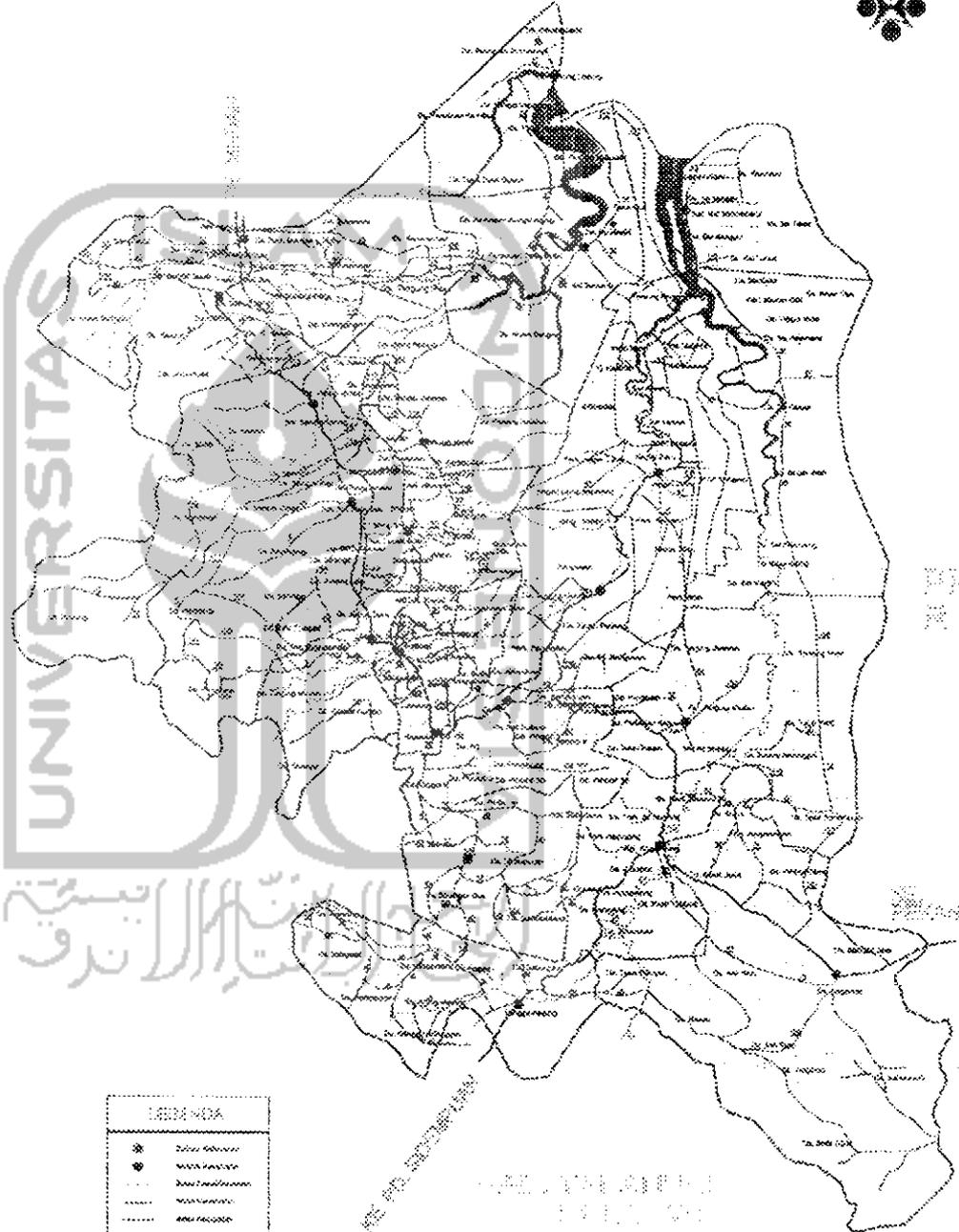
Jenis fasilitas perdagangan	Min. penduduk pendukung (jiwa)	Standart luas lahan(m ² / jiwa)	Luas per unit (m ²)	Jumlah (unit)	Total luas lahan (m ²)
warung	100	0,50	50	2.00	100.000
pertokoan	200	1,00	200	1.000	200.000
Pasar	30.000	0,45	13.500	7	94.500
Pusat perbelanjaan	120.000	0,20	24.000	2	48.000
					442.000

Sumber : Hasil perhitungan dan review RUTRK Kota Administratif Rantauprapat 1995-2014

Peta Kabupaten Labuhanbatu

PETA KAB. LABUHAN BATU

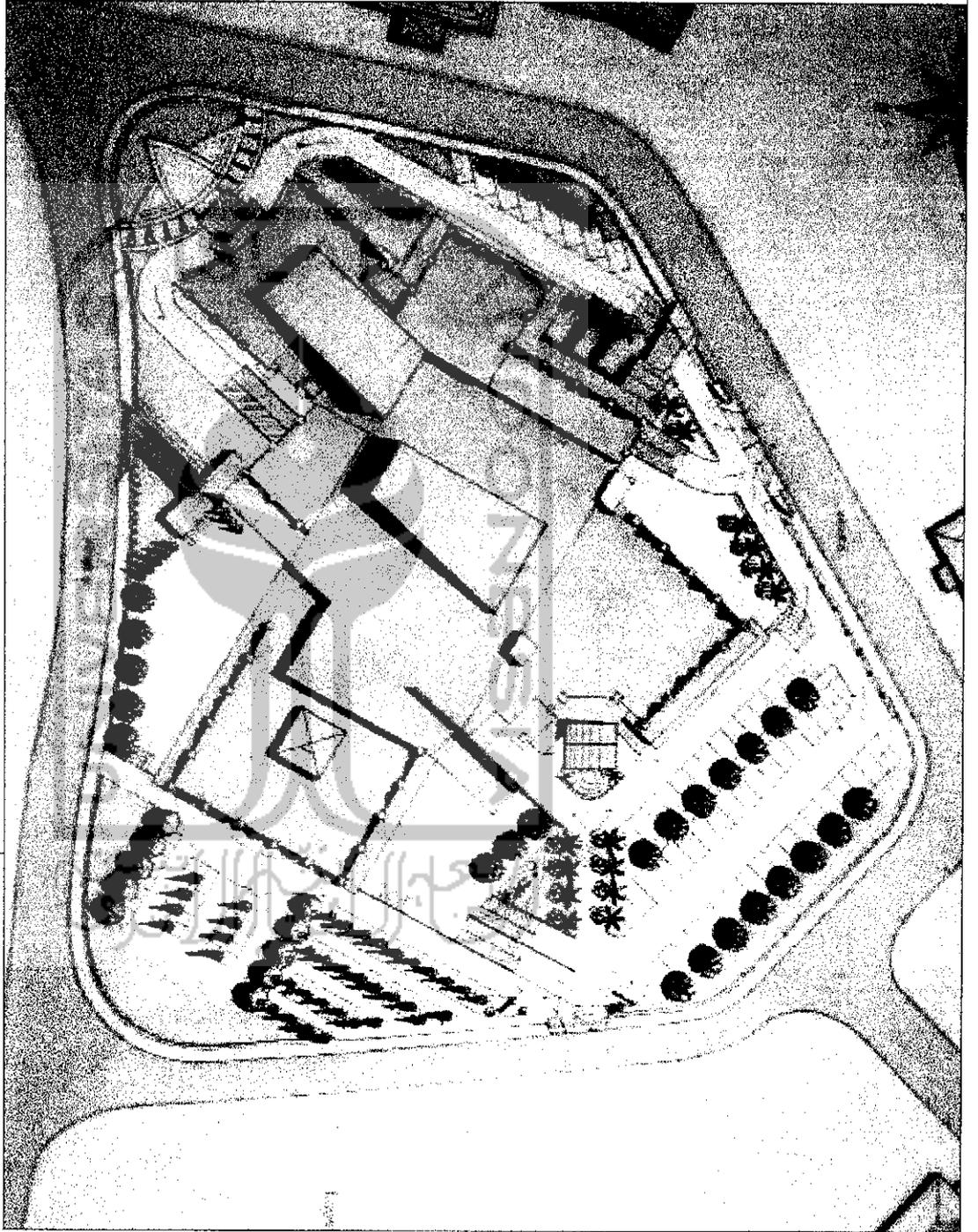
Skala 1 : 500.000

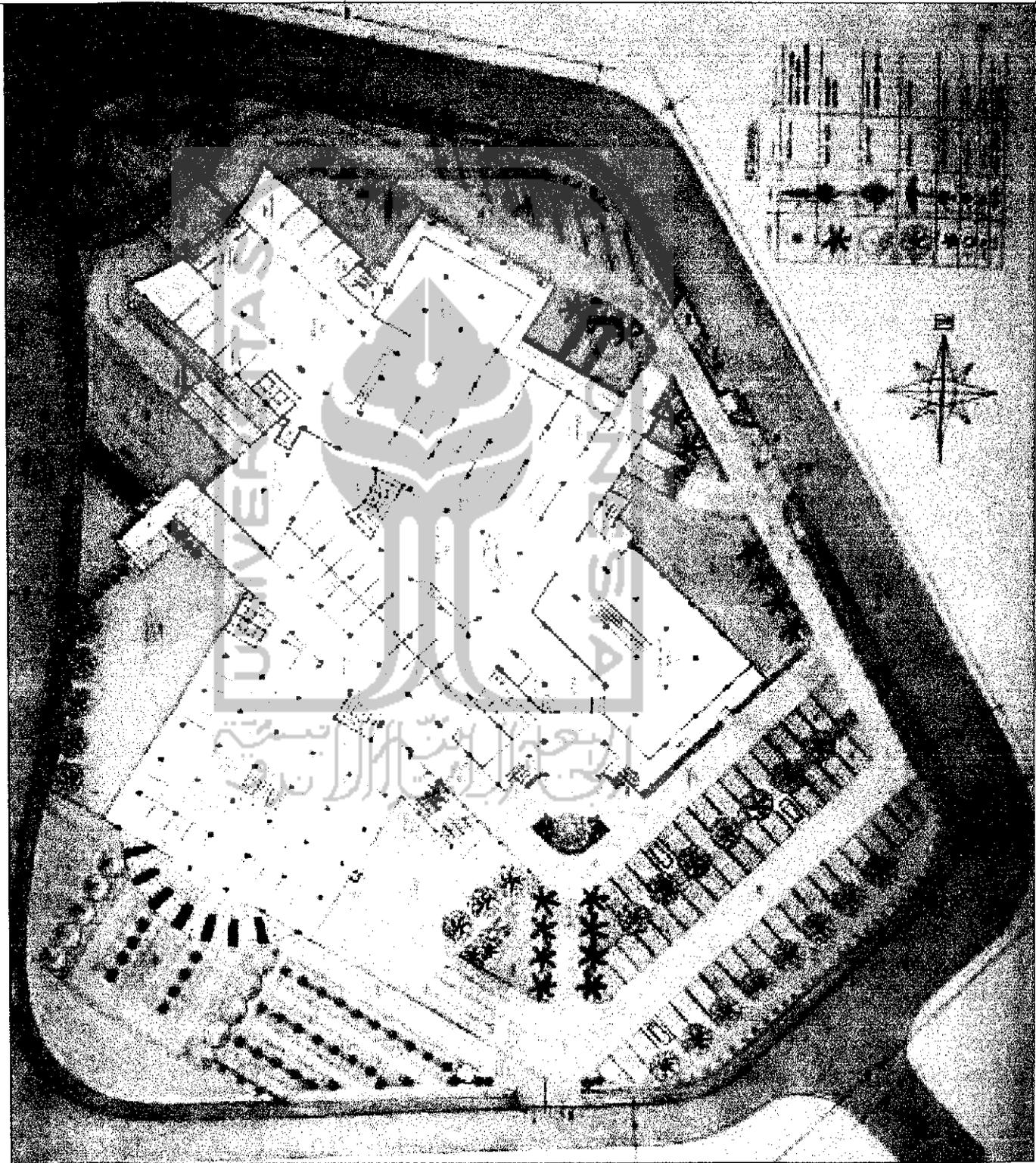


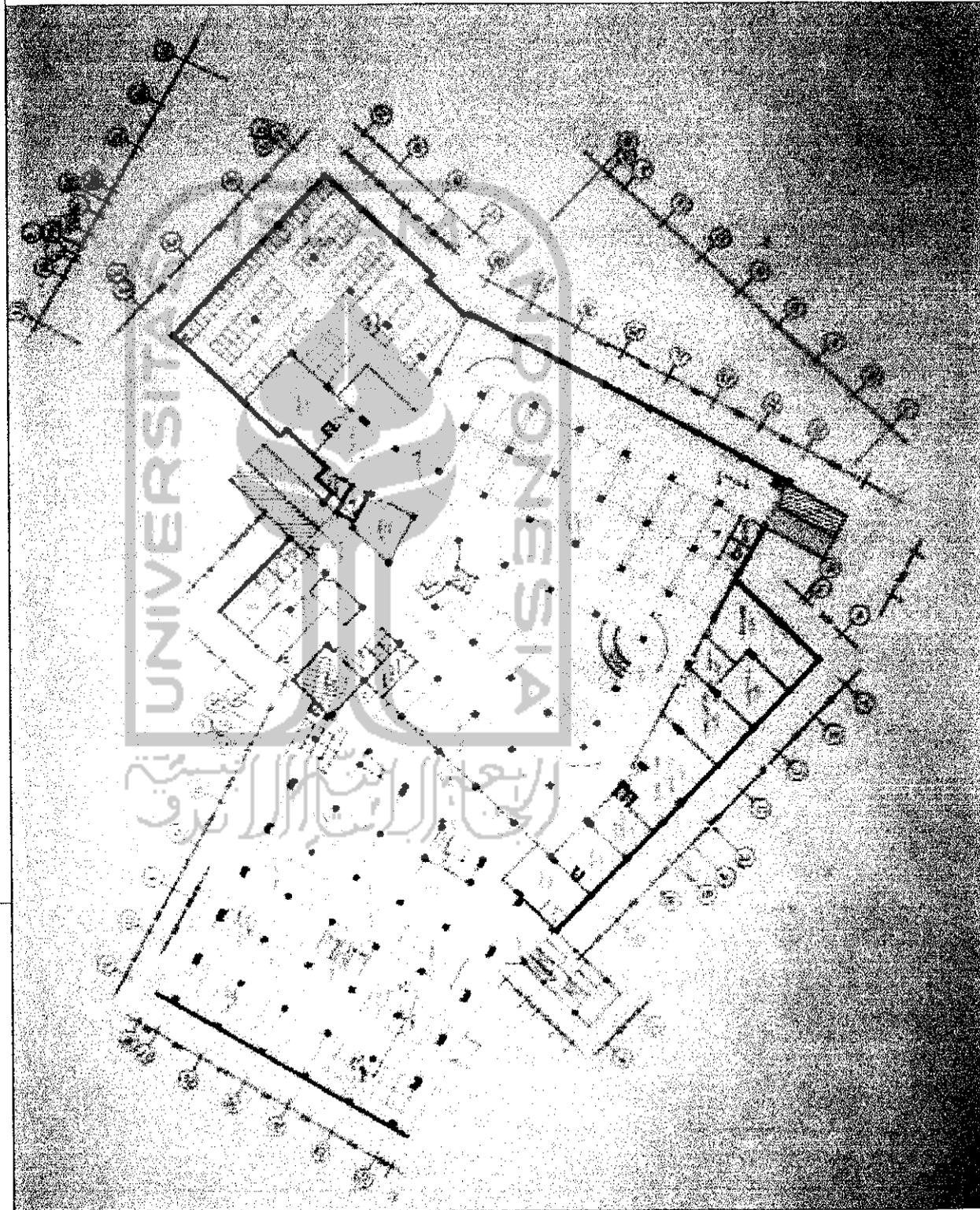
LEGENDA	
●	Kantor Gubernur
●	Kantor Bupati
—	Batas Kabupaten
—	Batas Kecamatan
—	Jalan Nasional
—	Jalan Provinsi
—	Jalan Kabupaten
—	Jalan Desa
—	Sungai
—	Saluran Irigasi

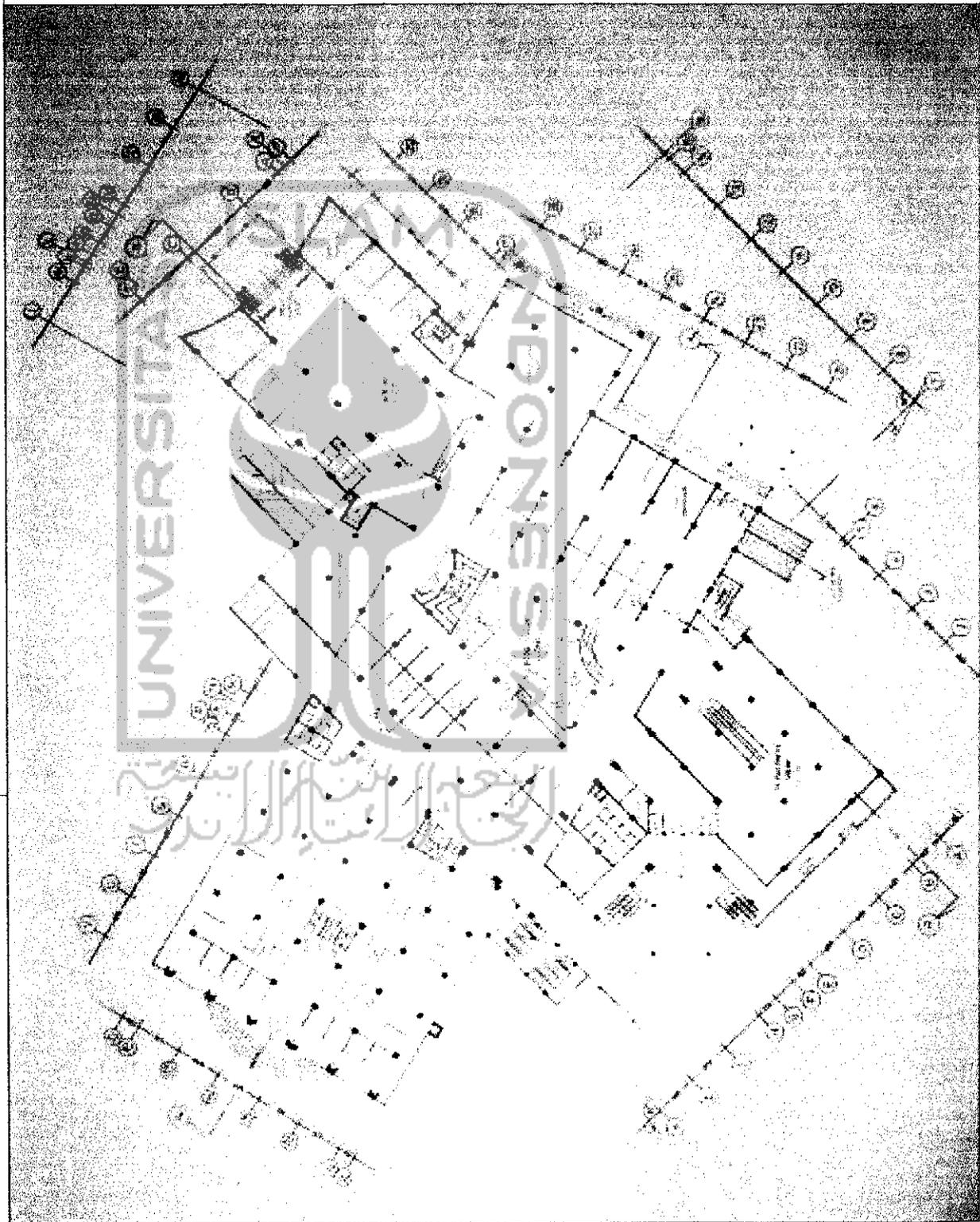


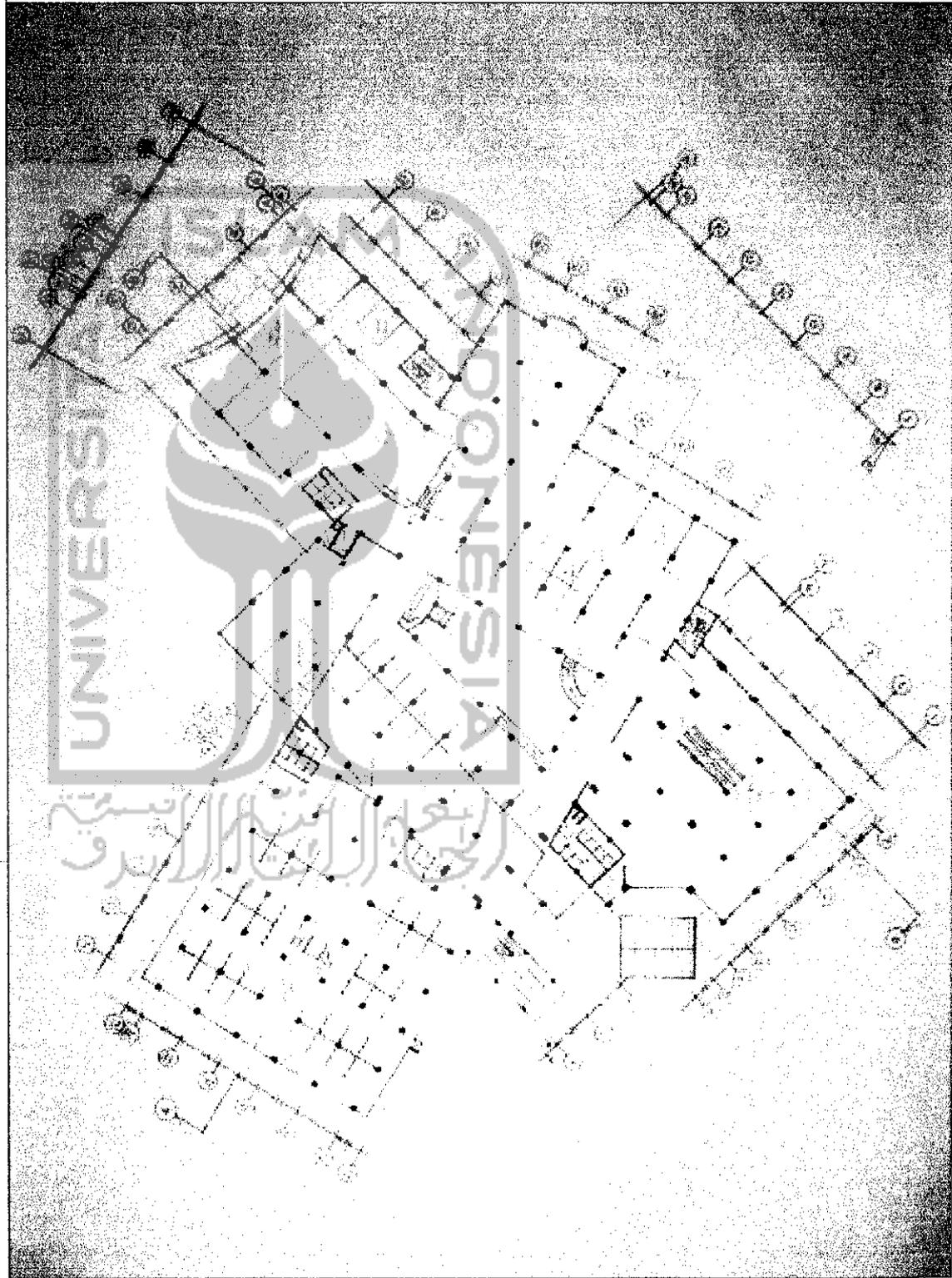
UNIVERSITAS ISLAM AL-FURQAN

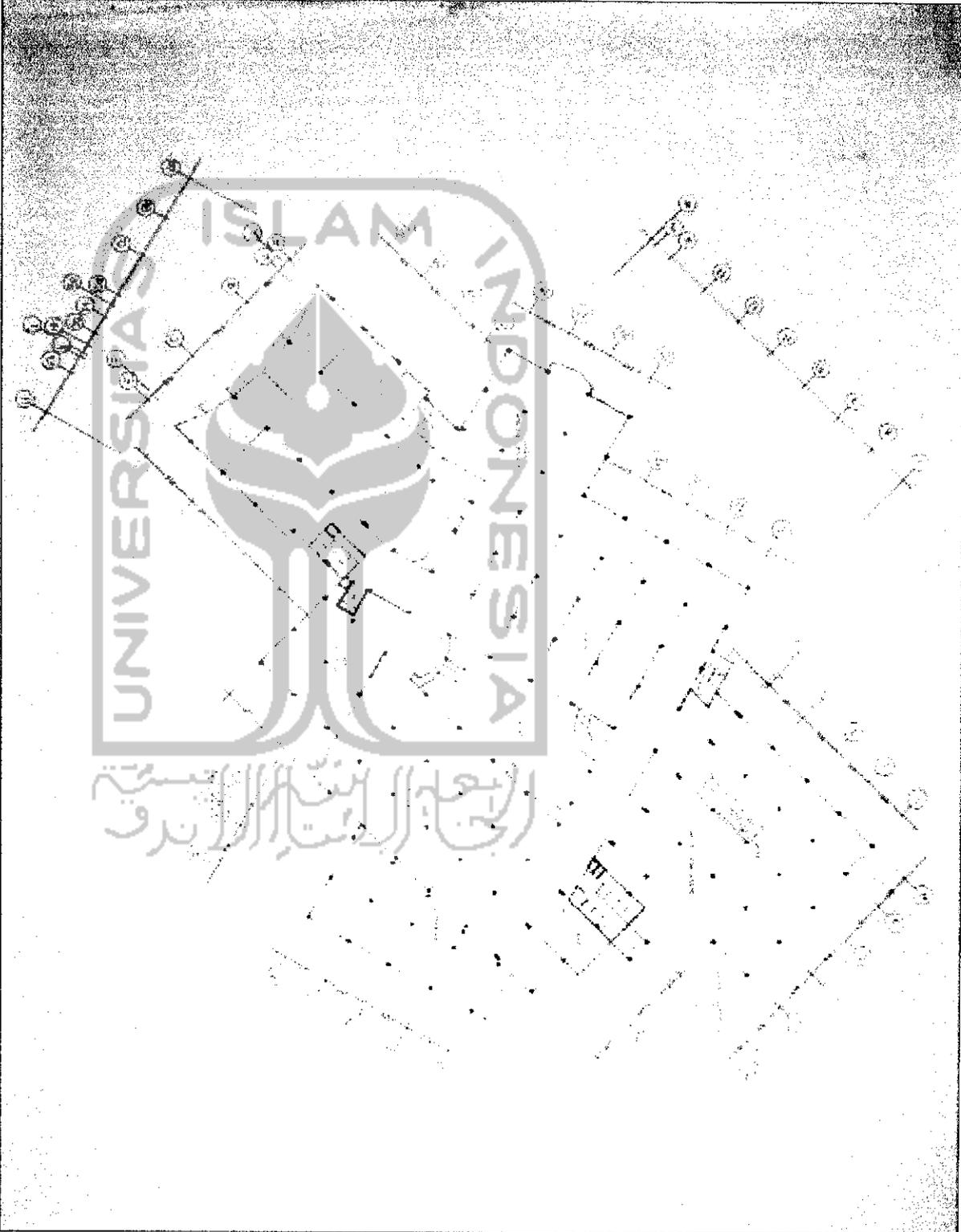










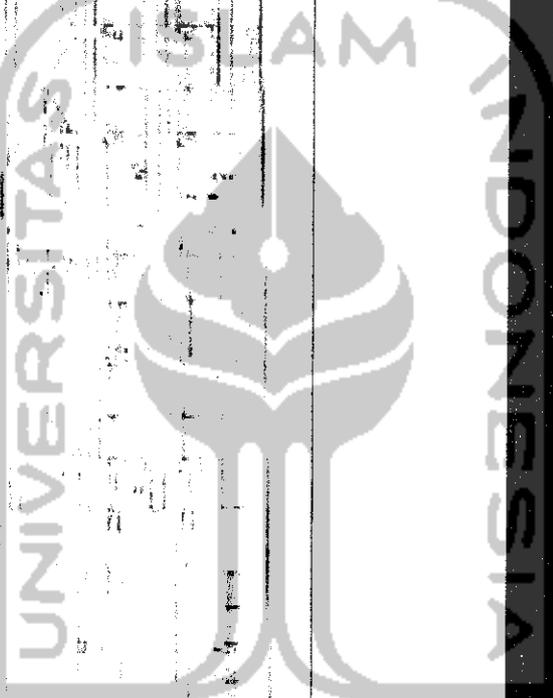


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

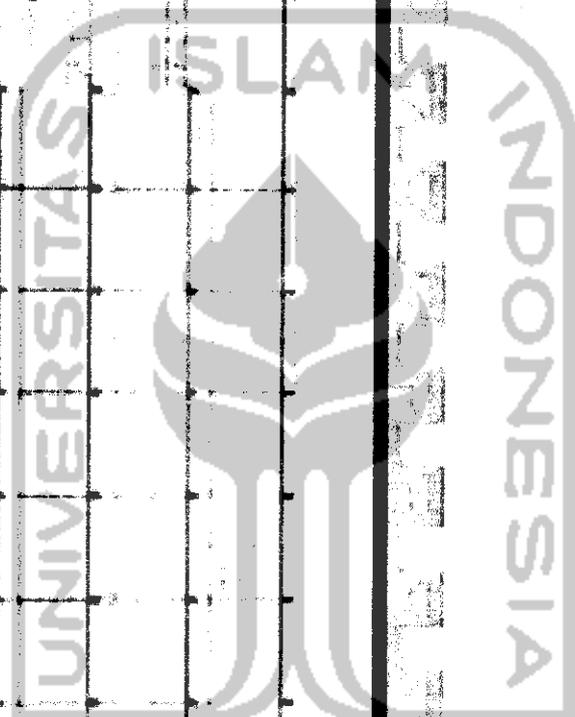
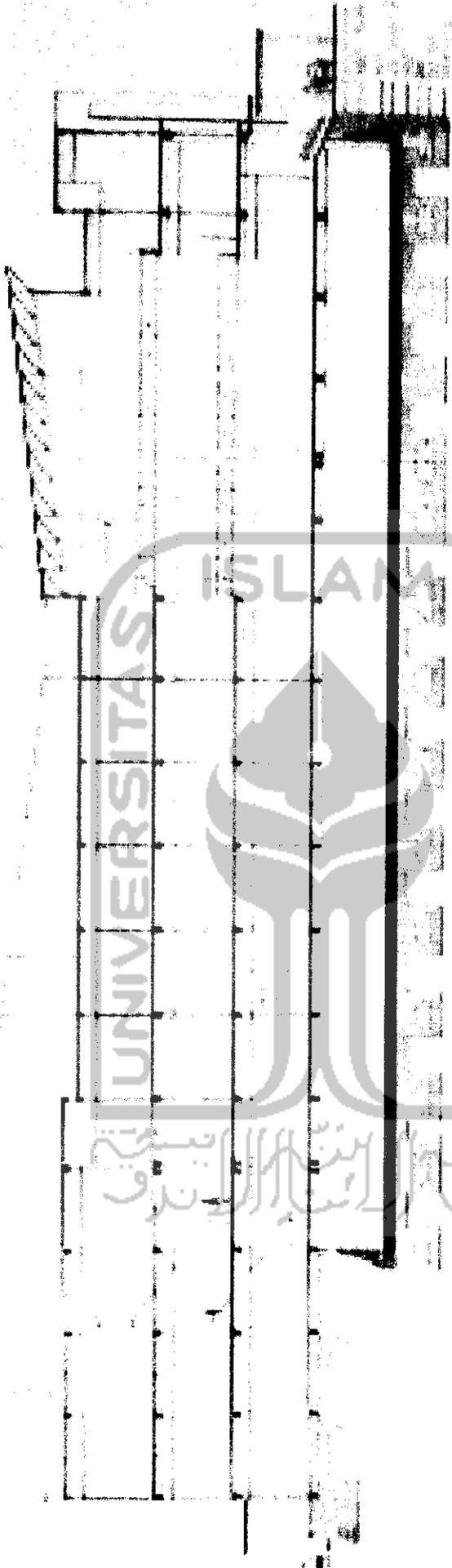
جامعة الإسلام في اندونيسيا



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

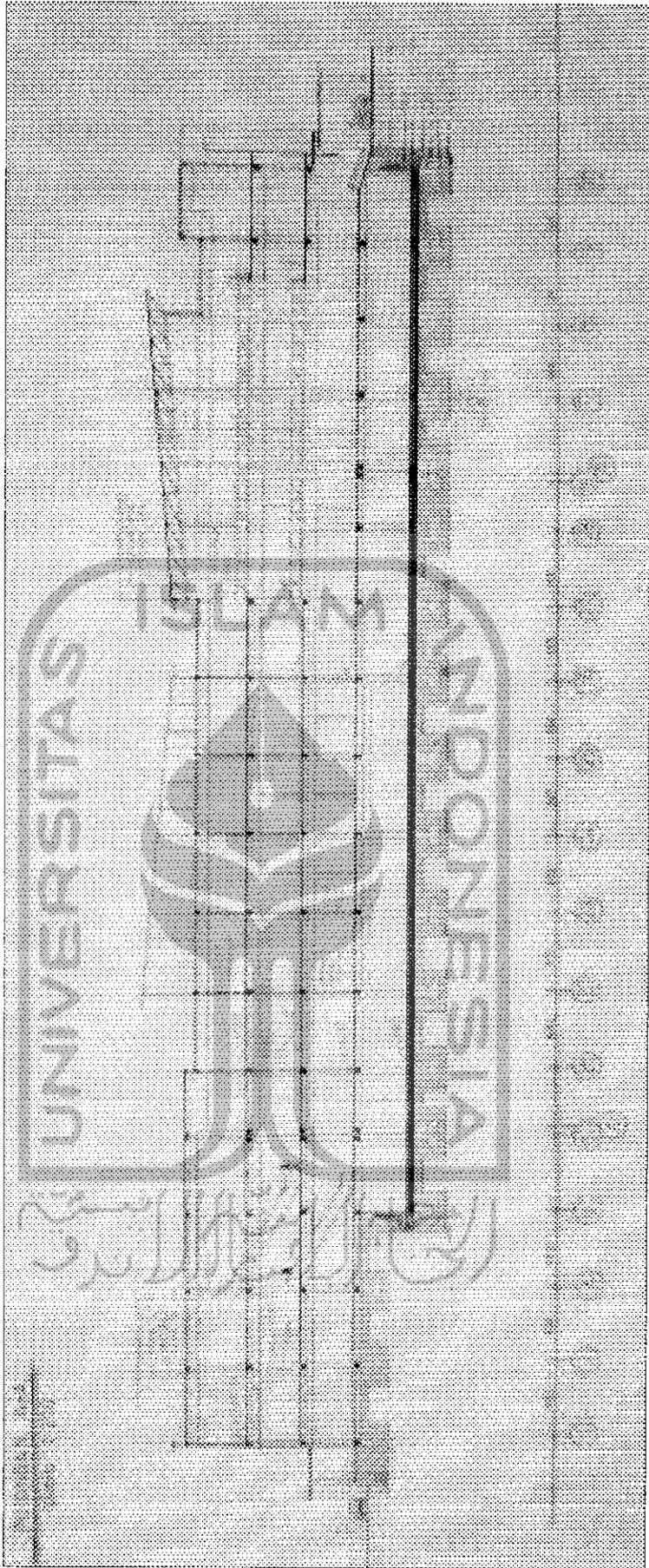


جامعة الإسلام
الاندونيسية

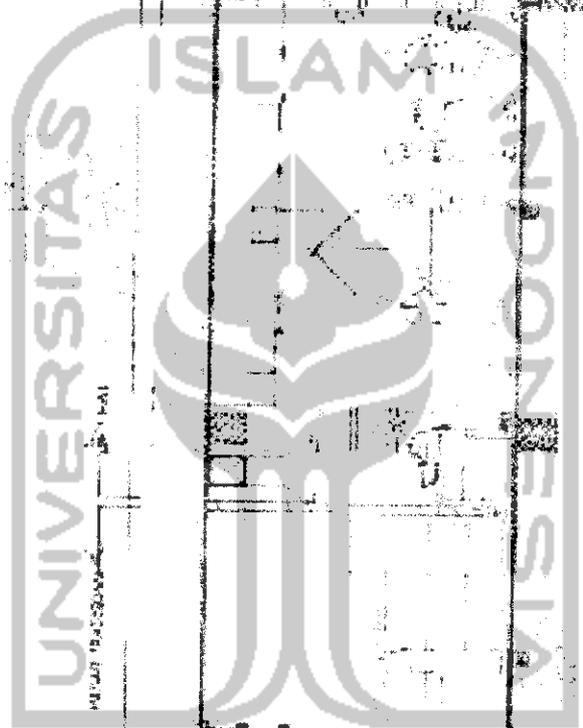


جامعة الإسلام في
إندونيسيا

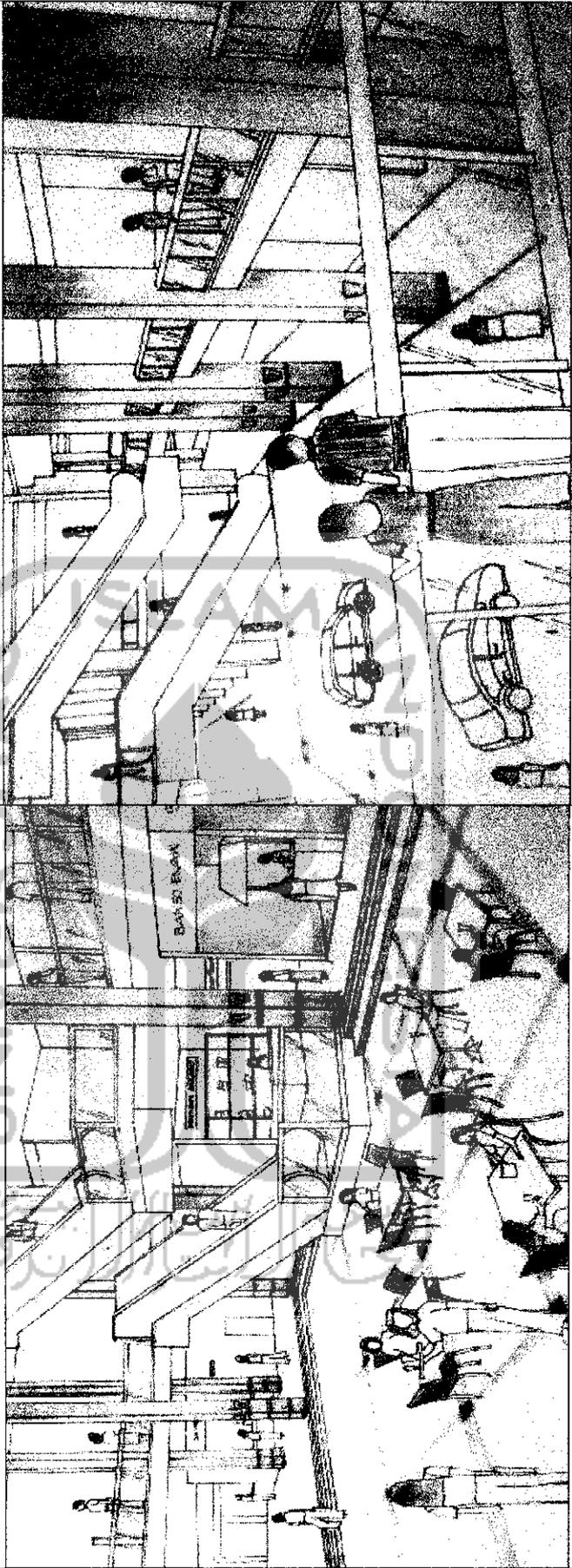
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



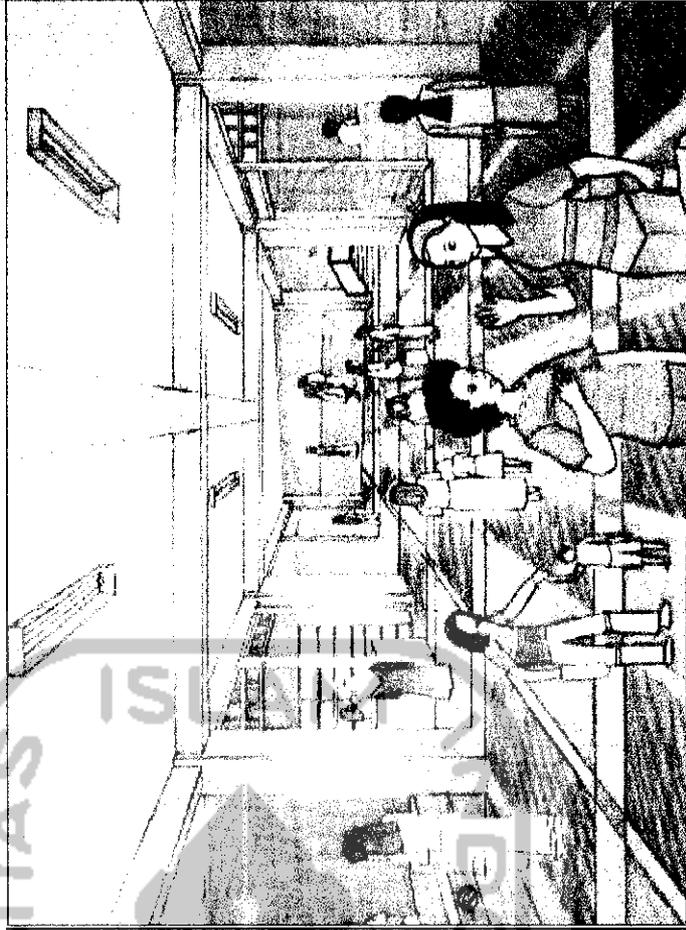
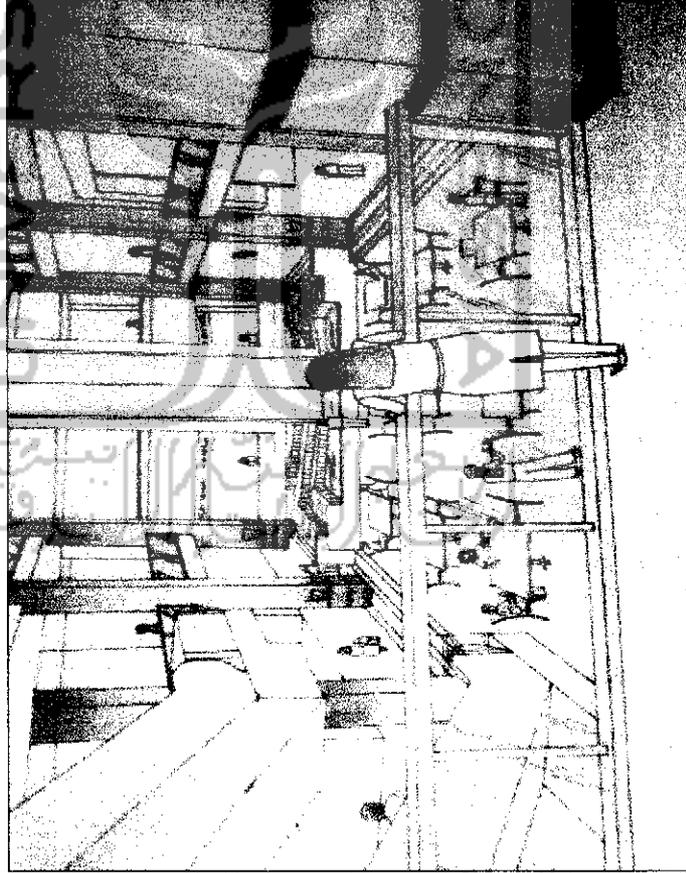
DIKONGKAN 4. 4
SABER 1. 50

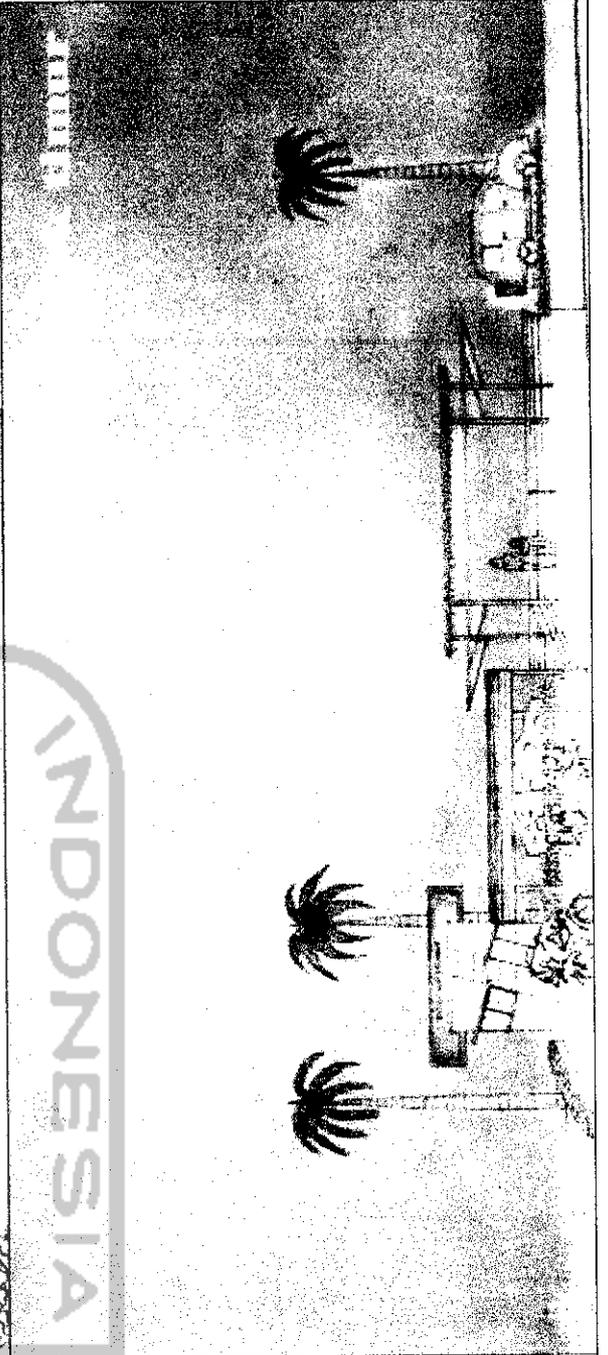
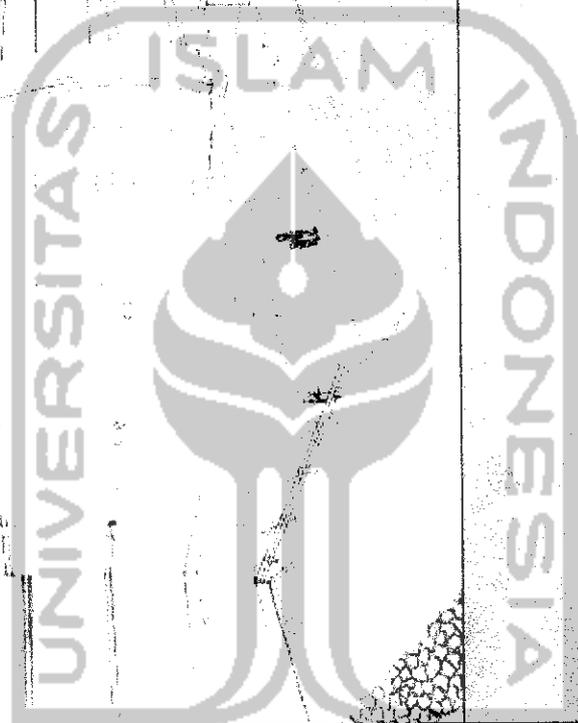
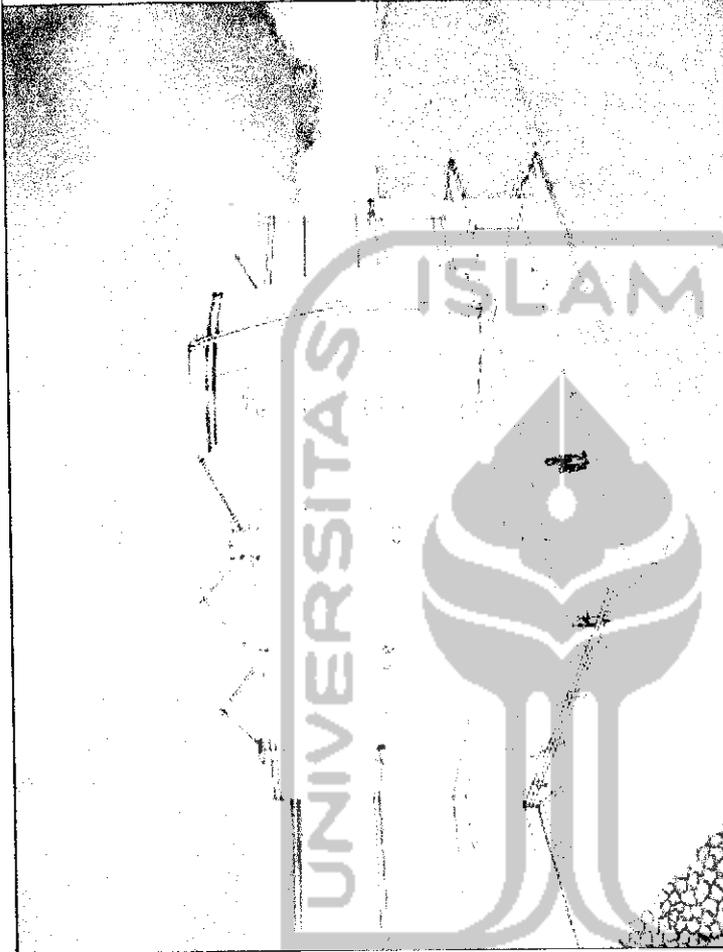


الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

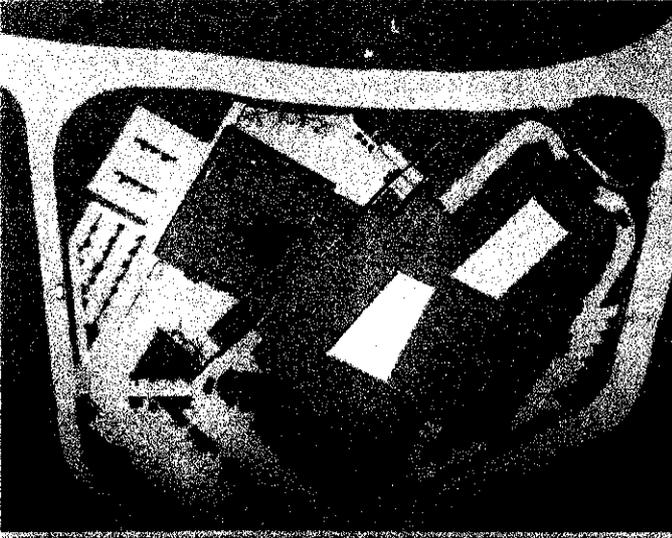


Perspektif food court

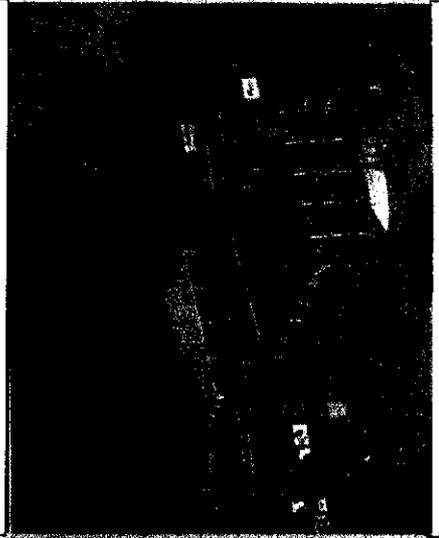




جامعة الإسلام
الاندونيسية



MAKET



TERJAM

