

TUGAS AKHIR

**PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI
DI BANDARLAMPUNG**

LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN



Oleh:

Sony Trianto

No. Mhs : 92 340 081

N I R M : 920051013116120076

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
1997**

TUGAS AKHIR

**PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI
DI BANDARLAMPUNG**

LANDASAN KONSEPSUAL PERANCANGAN

Oleh:

Sony Trianto

No. Mhs : 92 340 081

N I R M : 920051013116120076

Telah diperiksa dan disetujui pada tanggal : Maret 1997

Oleh :

Dosen Pembimbing I



Ir. AGUS SOEDIAMHADI

Dosen Pembimbing II



Ir. HASTUTI SAPTORINI, MA.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Islam Indonesia


Ir. WIRYONO RAHARJO, M.Arch.

Bismillahirrahmannirrahim

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan keluasaan waktu, limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga hanya karena kekuatan yang diberikan kepada penyusun, maka penyusun dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul: Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Bandar Lampung.

Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh jenjang sarjana Strata-1 pada jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.

Dalam kesempatan yang baik ini penyusun menyampaikan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan, baik langsung ataupun secara tidak langsung dalam penyusunan Tugas Akhir ini kepada :

1. Ir. Susastrawan, MS. selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
2. Ir. Wiryono Raharjo, M.Arch. selaku Ketua Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
3. Ir. Agoes Soediamhadi, selaku Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir.
4. Ir. Hastuti Saptorini, MA. selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir.
5. Ir. Amir Adenan, yang banyak memberi motivasi.
6. Boim, yang selalu menemani dan sering membuat jengkel, Alfa, yang sangat membantu mengatasi kerusakan komputer, Suri, yang selalu menemani dalam pencarian data di Lampung.
7. Rekan-rekan, dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu-persatu.

Akhir kata penyusun berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penyusun dan umumnya bagi rekan-rekan seprofesi.

Wassalammu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, Maret 1997
Penyusun,

Sony Trianto
92 340 081

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL,	i
HALAMAN PENGESAHAN,	ii
PRAKATA,	iii
DAFTAR ISI,	iv
DAFTAR TABEL,	v
DAFTAR GAMBAR,	vi
BAB I. PENDAHULUAN,	1
1.1. Latar Belakang,	1
1.2. Permasalahan,	3
1.3. Tujuan dan Sasaran,	3
1.3.1. Tujuan,	3
1.3.2. Sasaran,	4
1.4. Lingkup Pembahasan,	4
1.5. Metode Pembahasan,	4
1.6. Sistematika Pembahasan,	4
1.7. Telaah Penulisan,	5
BAB II. Tinjauan Teoritis dan Faktual Perdagangan di Bandar Lampung,	7
2.1. Tinjauan Pusat Perbelanjaan,	7
2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan,	7
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan, ...	8
2.2. Tinjauan Sektor Perdagangan Formal,	9
2.2.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal,	9
2.2.2. Klasifikasi Sektor Perdagangan Formal,	10
2.2.3. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal,	10
2.3. Tinjauan Sektor Perdagangan Informal,	12
2.3.1. Tinjauan Historis,	12
2.3.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal,	13
2.3.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal,	14
2.3.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal,	14
2.3.5. Karakteristik Pola Kegiatan Pedagang Kakilima,	16
2.4. Konsep Mall pada Pusat Perbelanjaan,	18
2.5. Unsur Rekreasi,	22
2.6. Tinjauan Faktual Perdagangan di Bandarlampung,	23
2.6.1. Kondisi Umum,	23
2.6.2. Kondisi Khusus Perdagangan,	24
2.6.3. Kegiatan Perdagangan dan Rekreasi di Bandarlampung,	26
BAB III. Analisis,	29
3.1. Kebutuhan Fasilitas Perbelanjaan,	29
3.2. Pedagang Formal VS Pedagang Informal,	30
3.2.1. Analisis Pewadahan Pedagang Formal dan Informal,	30

3.2.2.	Studi Penilaian Kualitatif.	31
3.3.	Usulan Integrasi Sektor Perdagangan Formal dan Informal pada Pusat Perbelanjaan,	34
3.3.1.	Jenis Fasilitas Pelayanan yang Disediakan,	34
3.3.2.	Karakter Pewadahan Fisik,	36
3.3.3.	Simpulan Penggabungan Pedagang Sektor Formal, dan Informal,	37
3.4.	Analisis Penggabungan Kegiatan Sektor Perdagangan Formal dan Informal,	38
3.4.1.	Analisa Kegiatan Pelaku sebagai Penentu Tata Ruang,	38
3.4.2.	Analisis pola Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal,	43
3.5.	Unsur rekreasi Pada Pusat Perbelanjaan,...	48
3.5.1.	Pengembangan Unsur Rekreasi,	48
3.5.2.	Tujuan dan Kecendrungan Pengunjung.	49
BAB IV.	Pendekatan Konsep Perencanaan dan Perancangan...	50
4.1.	Pendekatan Perencanaan Bangunan,	50
4.1.1.	Alternatif Pemilihan Lokasi,	50
4.1.2.	Alternatif Pemilihan Site Pada BWK Tanjung Karang,	51
4.1.3.	Analisa Site,	53
4.2.	Pendekatan Tata Ruang Luar dan Mall sebagai Ruang Perantara Pedagang Formal dan Informal,	53
4.3.	Pendekatan Kebutuhan Ruang Pusat Perbelanjaan,	60
4.3.1.	Pengelompokan Ruang,	60
4.3.2.	Skema Hubungan Ruang,	62
4.4.	Pendekatan Karakter Ekspresi Visual,	62
4.4.1.	Tampilan Bangunan,	63
4.4.2.	Mall,	65
BAB V.	Konsep Perencanaan dan Perancangan,	68
5.1.	Konsep Kebutuhan Luas Ruang,	68
5.2.	Konsep Perencanaan Lokasi,	68
5.3.	Konsep Bentuk dan Penampilan,	69
5.4.	Konsep Tata Ruang Luar,	70
5.4.1.	Pola Ruang Luar,	70
5.4.2.	Ruang Terbuka/ Plaza,	71
5.4.3.	Tata Vegetasi/Pertamanan,	74
5.5.	Konsep Tata Ruang Dalam,	75
5.5.1.	Pengelompokkan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang,	76
5.5.2.	Karakter dan Tuntutan Ruang,	77
5.5.3.	Organisasi Ruang pada Pusat Perbelanjaan,	79
5.6.	Konsep Pergerakan,	79
5.7.	Konsep Sistem Struktur dan utilitas,	81
5.7.1.	Sistem Struktur,	81
5.7.2.	Sistem utilitas,	82
DAFTAR PUSTAKA,	85
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel II.1.	Distribusi Persentase PDRB Kotamadya Dati II Bandar Lampung,	24
Tabel II.2.	Kelompok Pedagang di Bandar Lampung,	27
Tabel III.1.	Karakter Pewadahan Fisik,	37
Tabel III.2.	Analisis Pola Penggabungan Kegiatan Pedagang Formal dan Informal,	43
Tabel IV.1.	Analisis Sifat Ruang Perantara dan Ujudnya,	54
Tabel IV.2.	Skema Analisis Kontak Visual,	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1.	Penyajian Oleh Pedagang Tetap,	15
Gambar	2.2.	Penyajian Oleh Pedagang Tidak Tetap,	15
Gambar	2.3.	Pola Pelayanan,	17
Gambar	3.1.	Site Plan Kalibata Mall,	33
Gambar	3.2.	Site Plan Citra Niaga-Samarinda,	34
Gambar	3.3.	Macam-macam Lay Out Perabot pada Ruang Toko,	39
Gambar	3.4.	Studi Keseharian Pedagang Kakilima,	40
Gambar	3.5.	Alternatif Penggabungan Pedagang Formal dan Informal,	48
Gambar	4.1.	Alternatif Pemilihan Lokasi di Kawasan Perdagangan di Bandar Lampung,	50
Gambar	4.2.	Hirarki Ruang Luar,	55
Gambar	4.3.	Bentuk-bentuk Perhubungan Parkir dengan Bangunan,	56
Gambar	4.4.	Batas Fisik yang Tidak Membatasi Secara Visual,	56
Gambar	4.5.	Plaza yang Mempunyai Kesan Kuat,	57
Gambar	4.6.	Alternatif Unsur Titik pada Plaza Yang Memperkuat Ruang,	57
Gambar	4.7.	Macam-macam Tempat Untuk Duduk,	58
Gambar	4.8.	Alternatif Penempatan Pedagang Informal, ..	59
Gambar	4.9.	Penempatan Kios pada Mall,	60
Gambar	4.10.	Kriteria Pengelompokan Ruang,	61
Gambar	4.11.	Skema Hubungan Ruang,	62
Gambar	4.12.	Pertokoan di Bandar Lampung,	64
Gambar	4.13.	Morfologi Tempat Belanja,	65
Gambar	4.14.	Pengaruh Proporsi pada Karakter Ruang,	66
Gambar	4.15.	Bentuk-bentuk Mall yang Berhasil pada Umumnya,	67
Gambar	5.1.	Arahan Perencanaan Lokasi,	69
Gambar	5.2.	Bentuk Transformasi Arsitektural,	70
Gambar	5.3.	Pola Ruang Luar,	71
Gambar	5.4.	Kakilima dan Bak Tanaman,	72
Gambar	5.5.	Wadah Bagi Pejalan Kaki,	72
Gambar	5.6.	Kakilima dan Pengerasan di Sekeliling Bak,	73
Gambar	5.7.	Elemen-elemen Ruang Luar,	73
Gambar	5.8.	Tata Vegetasi pada Ruang Luar,	75
Gambar	5.9.	Perletakan Papan Nama Toko pada Pusat Perbelanjaan,	76
Gambar	5.10.	Organisasi Ruang Pusat Perbelanjaan,	79
Gambar	5.11.	Sirkulasi dan Pedagang Informal pada Mall Bangunan,	80
Gambar	5.12.	Sirkulasi Ruang Pusat Perbelanjaan,	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Proses jual beli berlangsung secara terus-menerus seiring dengan perkembangan peradaban dan pola berpikir manusia. Manusia berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik berupa kebutuhan sehari-hari (*daily need*) maupun kebutuhan yang bersifat *insidental*. Dalam hal ini peran pusat-pusat perbelanjaan dirasakan menjadi amat penting. (Gruen, 1960).

Dengan kata lain, pusat perbelanjaan merupakan wadah perbelanjaan sekaligus sarana rekreasi yang memfasilitasi kebutuhan berbelanja, keberadaannya dibutuhkan seiring dengan kebutuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah perkotaan.

Kotamadya Bandar Lampung merupakan pusat kegiatan retail dan menjadi pusat pelayanan hirarki pertama. Hal ini didukung oleh masyarakat pembelanja yang antusias dengan kegiatan belanja dan rekreasi.

Penduduk Kotamadya Bandar Lampung pada tahun 1990 berjumlah 628.418 jiwa (sensus) dan diperkirakan meningkat dengan 3,3% per tahun sampai dengan 1995, kemudian 3,1% per tahun sampai dengan tahun 2000 dan 2,7 % sampai dengan tahun 2005. Angka-angka pertumbuhan tersebut diperkirakan mencapai jumlah sebesar 796.000 jiwa pada tahun 1997 dan 920.000 jiwa pada tahun 2002. Pada tahun 2005 (12-13 tahun) jumlah penduduk diperkirakan mencapai 1.000.000 jiwa. (BPS, Dati II Bandar Lampung, 1992).

Kebutuhan akan fasilitas perbelanjaan akan meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi. Kotamadya

Bandar Lampung sendiri perkembangannya sangat pesat dan memiliki prospek ekonomi yang cerah karena fungsinya sebagai pintu gerbang ke Sumatera Selatan. Peranan utama kota ini adalah :

1. Pusat pengembangan regional, terutama dalam fungsi perdagangan dan jasa yang mendukung pengembangan pertanian dan agro industri di seluruh Indonesia.
2. Pusat pelabuhan dan perhubungan yang menghubungkan antara Pulau Jawa dan Pulau Sumatera melalui jalan lintas Sumatera.
3. Merupakan pusat-pusat pemerintahan, pendidikan, Kebudayaan, kepariwisataan dari Sumatera Bagian Selatan.
4. Pusat Industri yang berhubungan dengan daerah pertumbuhan industri di bagian barat Pulau Jawa.
(Studi perencanaan Kota dan Transportasi di Bandar Lampung ,Halcrow Fox And Associates,1993)

Perkembangan kegiatan pelayanan perdagangan bukan hanya berskala grosir dan eceran (*retail*) tetapi juga menengah, seperti pusat-pusat belanja, disamping pasar sebagai pusat jual beli yang sangat dominan. Intensitas kegiatan terutama dipusat kota dan berkembang menuju pinggiran kota.

Kehidupan moderen, membuat tuntutan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan khususnya dalam dunia perdagangan. Ada kecenderungan bahwa konsumen tidak lagi sekedar berbelanja namun juga ingin menikmati suasana khusus dan kenyamanan. Akibatnya, sistem wadah perbelanjaan mulai bergeser. Sistem pasar tradisional mulai ditinggalkan. Orang mulai beralih ke bentuk pusat-pusat perbelanjaan moderen yang tidak hanya menawarkan kelengkapan barang yang dijual tetapi juga kenyamanan, kemudahan dan efektifitas yang tinggi.

Pedagang kaki lima merupakan bagian dari sistem perdagangan yang tumbuh seiring dengan perkembangan suatu

kota, terutama pada negara-negara yang sedang berkembang. Pedagang sektor ini perlu dibina karena keberadaannya tetap dibutuhkan oleh sebagian masyarakat. (Dokumentasi kliping tentang sektor informal, Centre for Strategic and International Studies, 1987) Mereka bukan hanya mampu menyediakan wahana dialog dan komunikasi manusia pada saat tawar-menawar antar penjual dan pembeli yang merupakan kenikmatan tersendiri bagi sebagian masyarakat di Indonesia, tapi juga dengan pewadahan tempat yang lebih baik dan kemudahan pencapaian bukan tidak mungkin animo masyarakat akan meningkat untuk berbelanja di kaki lima.

Kondisi tersebut menuntut adanya konsep pusat perbelanjaan, yang melalui revitalisasi mall-nya, diharapkan mampu menampilkan perannya sebagai pusat perbelanjaan yang lebih sederhana, sehingga mampu untuk mewadahi sektor kegiatan perdagangan formal dan informal nyaman rekreatif dan familiar dengan kualitas lingkungan lebih lapang terbuka.

1.2 Permasalahan

Bagaimana konsep rancangan pusat perbelanjaan dan rekreasi dalam kota di Bandar Lampung, yang dapat menampung kegiatan berbelanja dan rekreasi, dalam satu fasilitas yang terpadu, menampung sektor perdagangan formal serta informal, dan konsep mall sebagai faktor pendekatan utama.

I.3 Tujuan dan Sasaran

I.3.1. Tujuan

Tujuan dari penulisan ini untuk mencari konsep fasilitas pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk berbelanja dan sekaligus berekreasi.

1.3.2. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai adalah perumusan perwujudan kegiatan belanja dan rekreasi, perumusan perancangan pusat perbelanjaan sebagai alternatif baru wadah sektor perdagangan formal dan informal di Bandar Lampung.

I.4. Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan dibatasi dalam disiplin ilmu arsitektur. Hal yang berkaitan pada studi perencanaan arsitektur dibahas dengan pendekatan dasar logika sederhana, untuk memperkuat analisis dari sudut pandang arsitektur.

1.5. Metode Pembahasan

Pembahasan menggunakan metode analisis-sintesis, yakni mengidentifikasi masalah, menganalisa variabel-variabel terkait dan pengkajian terhadap pusat-pusat perbelanjaan yang sudah ada sebagai bahan referensi. Melakukan pendekatan arsitektural dan menyusun konsep perancangan sebagai transformasi penerapan pemecahan masalah.

Perolehan data primer dan data sekunder dilakukan dengan study pustaka, study lapangan dan study kasus yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

1.6. Sistematika Pembahasan

1. Mengungkapkan latar belakang perumusan masalah, tujuan dan sasaran lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika pembahasan.
2. Mengungkapkan kajian potensi lokasi dan perkembangan pusat perbelanjaan di Bandar Lampung, tinjauan

teoritis dan faktual pusat perbelanjaan sebagai pusat belanja dan rekreasi, tinjauan sektor perdagangan formal dan informal, beserta sistem pewadahan dan jenis klasifikasi karakternya.

3. Menganalisa Kebutuhan (tipe mal) dan analisis komparatif perilaku pengunjung dan konsep mal terhadap beberapa pusat perbelanjaan di Indonesia, untuk memperoleh tata ruang dalam, tata ruang luar dan sirkulasi.
4. Melakukan pendekatan perencanaan dan perancangan.
5. Menyusun Konsep Perencanaan dan Perancangan.

1.7. Telaah Penulisan

1. Marsudi Yuwono, No. Mhs. : 89340012/TA/UIII/1994

Judul : *Shopping Centre dengan Preseden Arsitektur di Jawa Timur.*

Tugas Akhir ini membahas fasilitas Shopping Centre dalam hubungannya dengan design ungkapan fisik (bentuk) bangunan di Jawa Timur pada umumnya dan secara konstektual Madiun khususnya.

2. Winardi, No. Mhs. : 14910/TA/UGM/1993

Judul : *Pusat Perbelanjaan dan Hiburan di Kotamadya Bandung.*

Tugas Akhir ini membahas pengolahan tapak dan bangunan dengan menggunakan preseden karakteristik fisik perancangan Kota Bandung pada fasilitas perbelanjaan dan hiburan ini.

3. Titis Yulianto, No. Mhs. : 14842/TA/UGM/1993

Judul : *Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Klaten.*

Tugas Akhir ini membahas tentang akomodasi beberapa fungsi kegiatan, antara fasilitas perbelanjaan dan rekreasi yang bersifat moderen dengan pasar tradisional, dalam satu tatanan ruang sehingga terjadi hubungan yang saling menguntungkan.

4. Supartono, No. Mhs. : 13678/TA/UGM/1992

Judul : *Pusat Perbelanjaan di Kudus*

Tugas Akhir ini membahas tentang penggabungan antara pusat perbelanjaan moderen dan pusat perbelanjaan tradisional di Kudus dengan permasalahan pokok sistem sirkulasi.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS DAN FAKTUAL PERDAGANGAN DI BANDARLAMPUNG

2.1. Tinjauan Pusat Perbelanjaan

2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pusat Perbelanjaan adalah sekelompok bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operating unit*), berhubungan dengan lokasi, ukuran tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko (Urban Land Institute, 1977).

Pengertian yang lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan maksud memetik keuntungan (Gruen, 1973).

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

Dengan demikian pusat perbelanjaan memiliki pengertian kompleks perbelanjaan terencana, berupa penggabungan usaha-usaha retail individual (dalam unit sewa) dengan pengelolaan terpusat memiliki sistem *shopping mall*, sebagai ruang terbuka, tempat berekreasi.



2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

A. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi 3 tingkatan, yaitu (Gruen, 1960) :

1. Pusat perbelanjaan lokal (*neighborhood Centre*) :

Jangkauan pelayanan antara 5.000 - 40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas areanya berkisar antara 30.000 - 100.000 sq.ft. (2.787 - 9.290 M²). Unit terbesar berupa supermarket.

2. Pusat Perbelanjaan distrik (*community centre*) :

Jangkauan pelayanan antara 40.000 - 150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas areanya berkisar antara 100.000 - 300.000 sq.ft. (9.290 - 27.870 M²). Unit terbesar berupa junior departement store, supermarket dan toko-toko.

3. Pusat perbelanjaan regional (*main centre*) :

Jangkauan pelayanan antara 150.000 - 400.000 penduduk (skala lingkungan). Luas areanya berkisar antara 300.000 - 1.000.000 sq.ft. (27.870 - 92.990 M²). Unit terbesar berupa *junior departement store, supermarket*, dan berjenis-jenis toko.

B. Berdasarkan Bentuk Fisik

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam tujuh bentuk yaitu (Nadine, 1982) :

1. *Shopping street* : toko yang berderet disepanjang sisi jalan.
2. *Shopping centre* : komplek pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan/ dijual.
3. *Shopping precinct* : komplek pertokoan yang pada bagian depan stand (toko) menghadap ruang terbuka yang bebas dari segala macam kendaraan.
4. *Departement store* : merupakan suatu toko yang sangat

besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual macam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang-barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantai berkisar antara 10.000 - 20.000 M².

5. *Supermarket* : mempunyai toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service* dan area penjualan bahan makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan. Luas lantai berkisar 1.000 - 2.500 M².
6. *Departement store* dan *supermarket* : merupakan bentuk-bentuk perbelanjaan moderen yang umum dijumpai (gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan diatas).
7. *Super store* : merupakan toko satu lantai yang menjual maccam-macam barang kebutuhan dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar 5.000 - 7.000 M², dengan luas area penjualan minimum 2.500 M².

C. Berdasarkan Kuantitas Barang yang Dijual

1. Toko grosir : toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang-barang biasanya disimpan ditempat lain, dan yang terdapat ditoko hanya sebagai contoh saja.
2. Toko eceran (*retail*) : toko yang menjual barang dalam jumlah yang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem *retail* ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu toko eceran akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

2.2. Tinjauan Sektor Perdagangan Formal

2.2.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal

Perdagangan sektor formal adalah kegiatan jual beli

dilakukan oleh pedagang yang menyewa atau membeli ruangan pada pusat perbelanjaan yang disediakan investor, untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya. Pedagang formal yang menyewa pusat perbelanjaan biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

2.2.2. Klasifikasi Sektor Perdagangan Formal

Klasifikasi sektor perdagangan formal ini pembagiannya relatif sama dengan klasifikasi pusat perbelanjaan (dapat dilihat di Bab 2.1.2), yang dapat digolongkan berdasarkan skala pelayanan, bentuk fisik, dan kuantitas barang yang dijual.

2.2.3. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal

A. Jenis Materi Perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya, materi perdagangan di pusat perbelanjaan/ sektor perdagangan formal dapat dikelompokkan :

- *Demands Goods* :

Barang-barang pokok yang dibutuhkan sehari-hari.

- *Convinience Goods* :

Barang kebutuhan standar, perlu tetapi tidak pokok.

- *Impuls Goods* :

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks, yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misal : kalung, gelang, jam tangan, minyak wangi, dll.

B. Cara Penyajian Materi Perdagangan

Beberapa kemungkinan penyajian barang pada pusat perbelanjaan moderen :

- *Table Fixture* : Bentuk meja yang menerus.

- *Counter Fixture* : Bentuk almari rendah.

- *Cases Fixture* : Bentuk almari transparan.
- *Box Fixture* : Kotak-kotak terbuka.
- *Back Fixture* : Rak-rak almari terbuka/ transparan yang sekaligus sebagai penyimpanan.
- *Hanging Case* : Lemari penggantung.
- *Etalase* : Jendela peraga yang penyajian barangnya diluar toko, berfungsi sebagai alat promosi.

Tidak semua bentuk penyajian diatas digunakan pada setiap toko, hanya beberapa bagian yang sesuai dengan barang yang jual dan disusun berdasarkan suasana yang dikehendaki. Tapi untuk toko-toko besar yang menjual barang-barang lengkap seperti *Departement Store*, kemungkinan penyajian barang tersebut digunakan seluruhnya mengingat macam barang yang dijual sangat variatif. Penyusunan tersebut harus juga mendukung fungsi toko sebagai sarana rekreasi serta sirkulasi didalam toko tidak terhambat.

C. Sifat Materi Perdagangan

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik barang, digolongkan :

- Bersih, meliputi barang dan tempatnya.
- Tidak berbau
- Padat, paling tidak wadah luarnya.
- Kering, paling tidak wadah luarnya.
- Tidak mudah busuk (tahan lama).

D. Cara Pelayanan Untuk Mendapatkan Materi Perdagangan

- *Personal Service*

Pembeli dilayani oleh pramuniaga di belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif.

- *Self Selection*

Pembeli memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga

untuk diberikan tanda pembelian yang sekaligus kwitansi untuk membayar.

- *Self Service*

Pembeli dengan membawa keranjang atau trolley, mengamati barang kemudian dibawa kekasir untuk membayar barang-barang yang telah diambilnya.

2.3. Tinjauan Sektor Perdagangan Informal

Negara-negara berkembang disamping memiliki sektor ekonomi primer dan sekunder (berfungsi menghasilkan produk material) juga memiliki sektor tersier. Sektor tersier ini umumnya terdiri dari kaum pendatang, pedagang eceran dan jasa remeh seperti pedagang kaki lima, pedagang asongan, penjual makanan yang acapkali tak terdaftar, tak tersentuh oleh peraturan resmi penguasa disebut sektor informal

2.3.1. Tinjauan Historis

Kaki lima atau jalur pejalan kaki sudah dikenal sejak dulu. Di jaman penjajahan Inggris di Indonesia (1811-1816), gubernur Raffles menyatakan bahwa lima kaki di sebelah kiri dan kanan dari as jalan raya ditetapkan menjadi jalur untuk orang yang berjalan kaki. Jadi istilah kaki lima berasal dari "lima kaki (5 Feet)" yang merupakan batasan lebar jalur pejalan kaki pada saat itu. Ukuran lima kaki ini kurang lebih 1½ Meter. Terjadinya pembalikan kata menjadi kaki lima hingga sekarang belum diketahui. Tetapi kaki lima dalam pengertian sehari-hari adalah tepi jalan raya yang digunakan sebagai tempat berjalan kaki, berdagang.

Dengan berkembangnya kota-kota menjadi besar, tentunya hal ini tidak dapat diteruskan. Tetapi usaha kota-kota besar untuk menertibkan keadaan kaki lima ini harus disertai usaha

menciptakan suatu suasana yang lenih baik, suatu suasana yang lenih "human" dimana pejalan kaki merasakan suatu rasa aman, nyaman dan ramah dari sesama pejalan kaki lainnya dan dari mereka yang berkumpul disekitar kaki lima tersebut.

2.3.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal

Suatu sektor ekonomi *marginal* (kecil-kecilan) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Soetjipto W, 1985) :

- Pola kegiatannya tidak teratur, baik dalam arti, waktu permodalan, maupun penerimaan.
- Kurang tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan pemerintah.
- Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzetnya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian.
- Tidak mempunyai keterikatan dengan usaha lain yang besar.
- Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpenghasilan rendah.
- Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luwes bisa menyerap bermacam-macam tingkat pendidikan tenaga kerja.
- Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan tenaga yang sedikit dan dari lingkungan hubungan kenalan/ berasal dari daerah yang sama.
- Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan.

Khususnya mengenai pedagang kaki lima (PKL) dapat didefinisikan (Daldjoeni, 1987) :

" Pedagang kaki lima adalah mereka yang dalam usahanya menggunakan sarana dan atau perlengkapan yang mudah dibongkar pasang/ dipindahkan, serta menggunakan bagian jalan/ trotoar, tempat-tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan bagi tempat usaha, atau tempat lain yang bukan miliknya".

2.3.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal

A. Menetap

Sektor ini memerlukan suatu tempat yang sifatnya "statis" untuk tempat usaha, misal : warung makan, penjual barang produksi/ kerajinan, tukang tambal ban, dsb. Mereka biasanya membuat tenda-tenda, payung, atau membawa rak-rak barang.

B. Bergerak

Dalam melakukan kegiatan usahanya, biasanya berkeliling dalam suatu kawasan, misal : penjual makanan keliling, pedagang asongan, penjual jasa. Mereka biasanya memiliki gerobak dorong atau "dipanggul".

2.3.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal

A. Jenis Materi Perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya dapat dibedakan :

- *Demands Goods* :

Barang-barang pokok yang dibutuhkan sehari-hari.

- *Convinience Goods* :

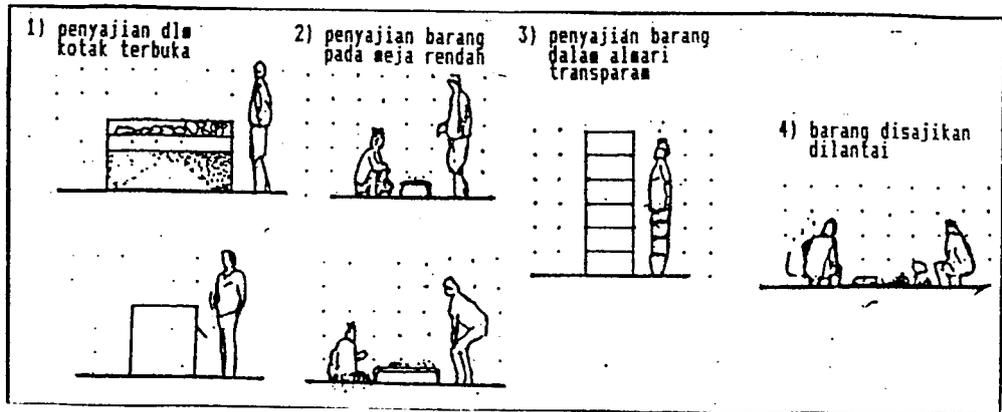
Barang kebutuhan sekunder, perlu tetapi tidak pokok, dan tidak dibutuhkan setiap hari, misal : pakaian, perkakas rumah, dsb.

B. Cara Penyajian Materi Perdagangan

Berdasarkan materi barang, terdapat beberapa kemungkinan cara penyajian :

1. Pedagang tetap

- Penyajian dalam kotak terbuka.
- Penyajian barang pada meja rendah.
- Penyajian barang dalam almari transparan.
- Barang disajikan di lantai.

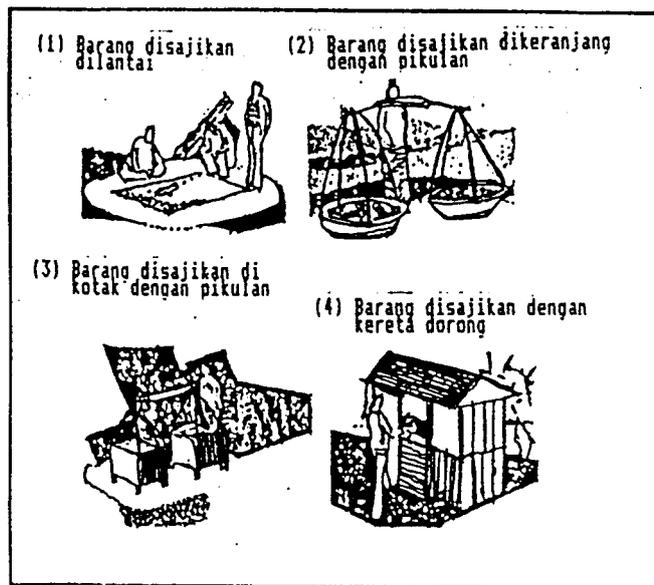


Gambar 2.1. : Penyajian oleh pedagang tetap
 Sumber : Pengamatan

2. Pedagang tidak tetap

- Barang disajikan dilantai.
- Barang disajikan dikeranjang dengan pikulan.
- Barang disajikan dikotak dengan pikulan.
- Barang disajikan dengan kotak dorong, dll.

Penyajian barang pada pedagang tidak tetap umumnya lebih sederhana dari pedagang tetap. Prinsip penyajian barang pada pedagang ini adalah kemudahan untuk diangkut atau dipindahkan.



Gambar 2.2. : Penyajian oleh pedagang tidak tetap.
 Sumber : Pengamatan

C. Sifat Materi Perdagangan

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung didalamnya, meliputi :

- Barang bersih hingga barang kotor.
- Barang basah hingga barang kering.
- Barang tahan lama hingga barang tidak tahan lama.
- Barang berbau hingga barang tidak berbau.
- Barang cair hingga barang padat.

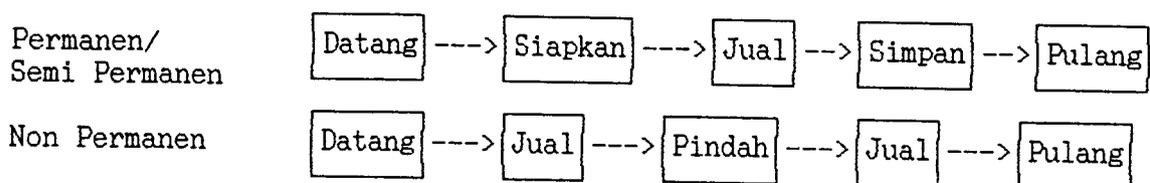
D. Cara Penyajian Untuk Mendapatkan Materi Perdagangan

Pelayanan jual beli pada sektor perdagangan informal ini antara lain :

- Pedagang berdiri pengunjung berdiri.
- Pedagang berdiri pengunjung duduk.
- Pedagang duduk pengunjung berdiri.
- Pedagang duduk pengunjung duduk.

2.3.5. Karakteristik Pola Kegiatan Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan pengamatan pada kegiatan pedagang kaki lima secara umum dapat digambarkan sebagai berikut :



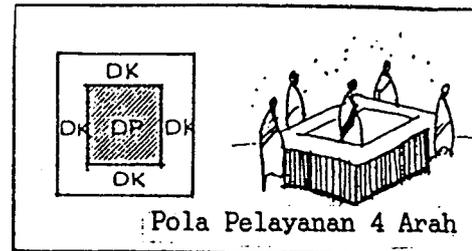
Pada dasarnya memang ada perbedaan karakteristik antara pedagang permanen/semi permanen dengan non permanen :

- Pedagang permanen/ semi permanen punya pola berpindah, cenderung pasif, tetapi membutuhkan ruang cukup besar untuk aktifitasnya.
- Pedagang non permanen umumnya punya pola berpindah, cenderung aktif, namun mempunyai ruang yang relatif sedikit untuk aktifitasnya.

Berdasarkan kegiatannya, pola pelayanan pedagang kaki lima dapat dibedakan menjadi 4 :

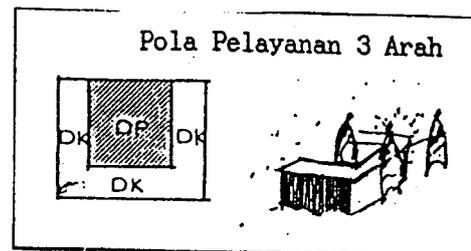
1. Pola pelayanan 4 arah :

- Daya tampung konsumen paling besar
- Kontrol paling sedikit
- Butuh ruang paling luas
- Ruang gerak penjual terbatas/sulit



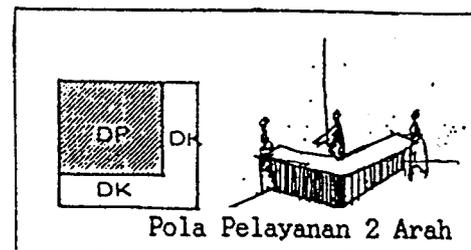
2. Pola pelayanan 3 arah :

- Daya tampung konsumen besar
- Kontrol paling sedikit
- Butuh ruang besar
- Ruang gerak penjual mudah



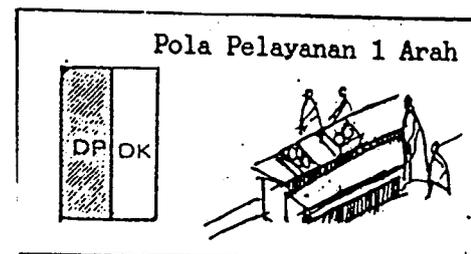
3. Pola pelayanan 2 arah :

- Daya tampung konsumen lebih kecil
- Kontrol lebih mudah
- Butuh ruang agak besar
- Ruang gerak penjual lebih mudah



4. Pola pelayanan 1 arah :

- Daya tampung paling kecil
- Kontrol terhadap pembeli paling mudah
- Besaran ruang paling kecil
- Ruang gerak penjual paling bebas



Keterangan :

DK : Daerah Konsumen

DP : Daerah Pelayanan

Gambar 2.3. : Pola Pelayanan
Sumber : Pengamatan

2.4. Konsep Mal pada Pusat Perbelanjaan

Mal dalam pusat perbelanjaan (*shopping mall*) memiliki peran lebih dari sekedar *street of shops*, melainkan sebagai penghubung, pengontrol, pengorganisir unit *retail* serta pengidentifikasi area (memberi kejelasan orientasi). Sedang unit *retail* berperan sebagai *space internal* pembentuk perimeter mal, berfungsi sebagai wadah kegiatan belanja pengendali flow/ arus pengunjung dan unit sewa. Peran tersebut memperlihatkan bahwa, mal dan unit *retail*, masing-masing merupakan elemen beridentitas dan berhubungan membentuk sistem pemusatan wadah perbelanjaan. Jadi mal merupakan *focal point*. Prinsip yang ditekankan oleh pola hubungan tersebut adalah :

1) *Design control zone*

Zone yang terbentuk merupakan jaringan terkontrol dari *space internal* yakni ruang sewa. *Control zone* bertujuan mencapai kontinuitas arus pengunjung yang melalui efek pingpong sehingga semua ruang bernilai strategis sama, tidak terdapat daerah yang mati, agar efektifitas komersial tercapai. *Control zone* dicapai melalui :

a. Pola Mal,

Pola mall cenderung berbentuk linier, sederhana, dengan satu jalur utama tanpa pembagi agar semua ruang sewa strategis dan orientasi sirkulasi jelas.

b. *Magnet/ anchor*,

Magnet adalah unit utama sebagai objek penarik pengunjung, dapat berupa supermarket, bioskop, restoran, amusement, dll, terdapat pada tiap pengakhiran mal agar arus pengunjung berlangsung dari ujung ke ujung mal. Jumlah dapat lebih dari satu, tergantung pola mal.

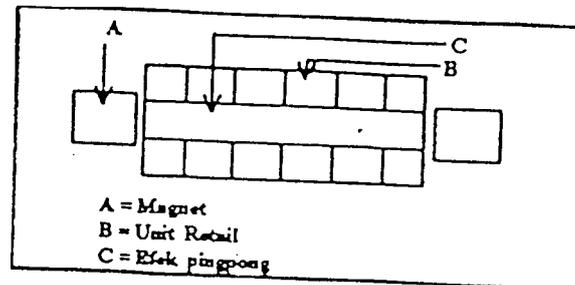
c. Pembatasan panjang dan lebar mal

Penggunaan batas pada mall mempertimbangkan kenyamanan

pejalan kaki dan komunikasi antar tenant.

d. **Pembatasan tinggi bangunan**

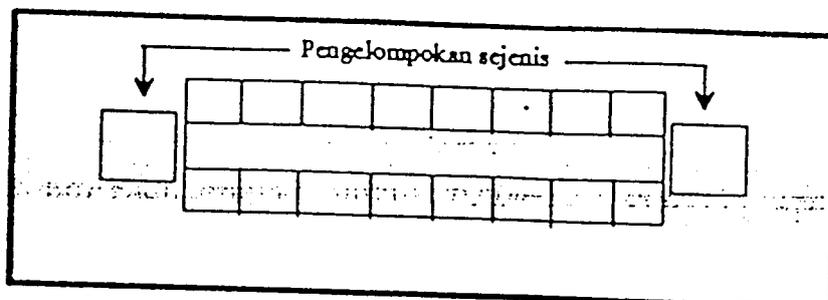
Dilakukan agar orientasi horisontal tercapai.



Gambar 2.4. : Skema Control zone
Sumber : Winardi, 1993

2) **Tenant Mix**

Pengelompokkan magnet dan unit retail berdasarkan jenis materi dagangan sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan persaingan yang mematikan. Berikut gambar tenant mix.



Gambar 2.5. Skema Tenant Mix
Sumber : Winardi, 1993

3) **Design Criteria**

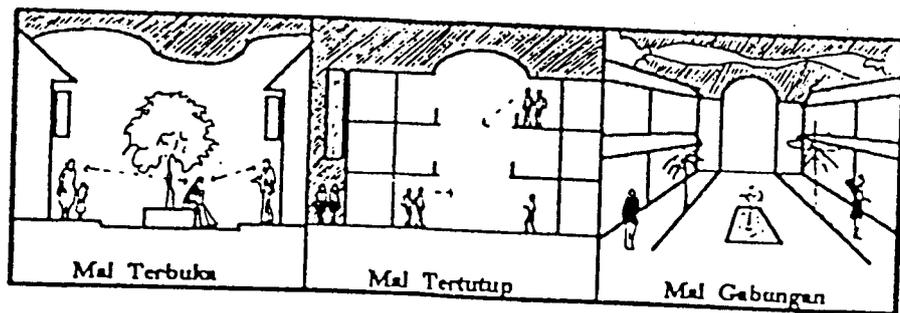
Pada pusat perbelanjaan dengan konsep mal, design masing-masing unit sewa telah ditentukan sebelumnya kepada para tenant, menyangkut perwujudan fisik seperti ketentuan mengenai bahan, warna, design interior, dll, yang mengutamakan kesatuan, bukan keseragaman.

C. Karakter Dasar

1) Bentuk Mal

Terdapat tiga bentuk umum mal dengan keuntungan dan kerugian tersendiri yakni (Maitland, 1985) :

- a. Mal terbuka (*open mall*), adalah mal tanpa pelingkup. Keuntungan adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya berupa kesulitan pengaturan *climatic control* (berpengaruh terhadap kenyamanan), dan kesan pewadahan kurang.
- b. Mal tertutup (*enclosed mall*), adalah mal dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan *climatic control*, sedang kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas.
- c. Mal terpadu, adalah golongan mal terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mal tertutup dengan akhiran mal terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap keborosan energi untuk *climatic control* serta mahalnya pembuatan dan perawatan mal tertutup. mal ini juga bertujuan mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mal tertutup.



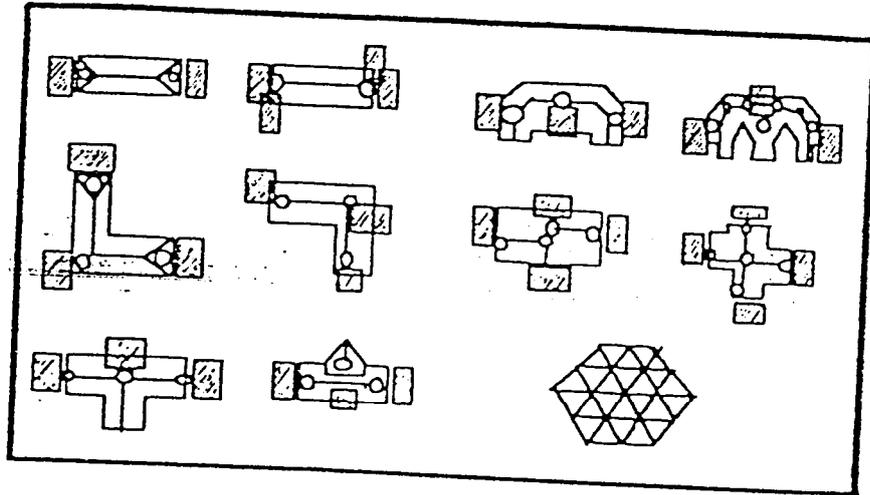
Gambar 2.6. : Bentuk Mal
Sumber : Penjelas dari penulis

2) Pola Mal

Mall mempunyai pola dasar berbentuk linier, dengan



variasi untuk menghindari *monoton view* tanpa mengurangi kesederhanaan dan kejelasan. Mal menghubungkan magnet pada ujung-ujungnya dengan menekankan hubungan horizontal. Pola awal adalah *dumb-bell* yakni mal linier menghubungkan dua magnet diujung-ujungnya.



Gambar 2.7. : Pola Mal
Sumber : Majalah Asri No. 85, 1990

3) Standar

- a. Berkoridor tunggal lebar 8-16 m.
- b. Jumlah lantai tidak tinggi, maksimal tiga lantai. Standar ini tidak berlaku kaku, selama tidak mengurangi orientasi horizontal.
- c. Terdapat magnet pada tiap akhir mal. Jarak antar magnet 100-200 m, atau sepanjang memungkinkan kenyamanan pejalan kaki.
- d. Parkir disekeliling bangunan dengan akses mudah ke mal yang menghubungkan dengan magnet.
- e. Pintu masuk dapat dicapai dari segala arah.
- f. Atrium disepanjang koridor.

Standar tersebut memperlihatkan perbedaan sistem dengan sistem plaza. Perbedaan utama adalah orientasi magnet pada plaza yang vertikal (atas-bawah) dan bukan horizontal

antar ujung mal seperti shopping mal.

Berdasarkan prinsip design dan karakter dasarnya maka spesifikasi pusat perbelanjaan dengan konsep mal ini adalah pusat perbelanjaan dengan sistem elemen utama mal sebagai pembentuk tata ruang dalam, berupa koridor tunggal bagi pejalan kaki, yang menghubungkan/ mengorganisir unit sewa pada tiap sisi dan karakter tertentu.

2.5. Unsur Rekreasi

Rekreasi merupakan salah satu pembentuk unsur rekreatif pada pusat perbelanjaan. Kegiatan rekreasi merupakan kebutuhan manusia yang mempunyai perilaku sebagai suatu curahan/ pelepasan yang kurang dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan sosialnya.

A. Pengertian Rekreasi

Rekreasi berasal dari kata dasar bahasa Inggris "re-creat" yang berarti bersenang-senang, mencipta kembali (Echols, 1976), maksudnya adalah menciptakan suasana baru dan cocok untuk melakukan tugas seperti sedia kala, setelah bekerja keras, baik secara fisik maupun mental. Definisi rekreasi oleh kamus oxford adalah : "*The action or fact of being recreated by some pleasant occupation, past time or amusement*".

B. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi

1) Berdasarkan Sifat Kegiatan

- a. Kesukaan/ *entertainment* : restoran, kafetaria, kedai makanan kecil.
- b. Kesenangan/ *ammusement* : bioskop, klub malam, art gallery, ruang bola, konser, teater, dsb.
- c. Bermain/hiburan/*recreation* : bowling, bilyard, taman margasatwa, permainan ketangkasan/ pin ball, dsb.

d. Santai/*relaxation* : tanaman kota, kolam renang, jeaside youthclub, cottage, beach, dsb.

2) Berdasarkan Jenis Kegiatan

a. Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti renang, golf, senam, bowling, dsb.

b. Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan getaran fisik seperti nonton bioskop, konser, dsb.

3) Berdasarkan Pola Kegiatan

a. Massal : pertunjukan film, konser, drama dsb.

b. Kelompok kecil : bilyard

c. Perorangan : bowling, pinball

4) Berdasarkan Waktu kegiatan

a. Pagi hari : jalan-jalan ditaman

b. Pagi/Siang/Malam : Bioskop, bilyard, renang, bowling.

c. Malam hari : klub malam, disko.

2.6. Tinjauan Faktual Perdagangan di Bandar Lampung

2.6.1. Kondisi Umum

A. Fisik Kota

Kotamadya Bandar Lampung secara geografis terletak diantara $5^{\circ}20'$ - $5^{\circ}31'$ Lintang selatan, $105^{\circ}28'$ - $105^{\circ}37'$ Bujur Timur, dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara, berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Daerah Tingkat II Lampung Selatan.
- Sebelah Selatan, berbatasan dengan Kecamatan Padang Cermin, Ketibung dan Teluk Lampung.
- Sebelah Barat, berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin, Kabupaten Daerah Tingkat II Lampung Selatan.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Daerah Tingkat II Lampung Selatan.

Daerah Tingkat II Kotamadya Bandar Lampung mempunyai luas wilayah 192,2 Km² atau 19.220 Ha terdiri 9 buah Kecamatan dan 84 Kelurahan. Secara topografis, Bandar Lampung terdiri dari daerah daratan pantai, berbukit, dan dataran tinggi, teluk dan pulau-pulau kecil. (Dinas Tata Bangunan Kodya Bandar Lampung).

B. Penduduk

Penduduk Kotamadya Dati II Bandar Lampung (RIK 1984 - 2004 tabel IV-3), pada tahun 1995 berjumlah 745.300 jiwa dengan tingkat pertumbuhan penduduk rata-rata 3,11% pertahun, hingga tahun 2004 akan mencapai 981.840 jiwa.

C. Kegiatan Perekonomian

Perkembangan menunjukkan bahwa, prioritas kegiatan perekonomian mengarah pada sektor perdagangan dan jasa, pemerintahan serta industri.

Tabel II.1 : Distribusi Persentase PDRB Kotamadya Dati II Bandar Lampung.

No.	SEKTOR	Persen
01.	Pertanian	
02.	Penggalian	3,05%
03.	Industri Pengolahan	0,03%
04.	Listrik dan Air Minum	16,49%
05.	Bangunan dan Konstruksi	0,39%
06.	Perdagangan, Restoran & Hotel	3,71%
07.	Pengangkutan dan Komunikasi	24,23%
08.	Bank dan Lembaga Keuangan	13,43%
09.	Sewa Rumah	11,55%
10.	Pemerintahan dan pertanahan	3,22%
11.	Jasa-jasa	21,31%
		2,05%
	J U M L A H	100,00%

Sumber : Buku Repelita VI Kodya Dati II Bandar Lampung

2.6.2. Kondisi Khusus Perdagangan

Salah satu fungsi utama kota Bandar Lampung menurut Rencana Induk Kota (RIK) adalah pusat perdagangan, dengan

lingkup pelayanan lokal/ kota, regional dan internasional.

A. Perkembangan Kegiatan

Kegiatan yang berkembang bukan hanya grosir dan eceran (retail) tetapi juga menengah, seperti pusat-pusat belanja, di samping pasar sebagai pusat jual beli yang sangat dominan. Intensitas kegiatan terutama dipusat kota dan berkembang menuju pinggiran. Pusat perdagangan di Bandar Lampung berkembang dari tiga kota, yakni Tanjungkarang sebagai pusat perdagangan, Teluk Betung dan Panjang sebagai sub-pusat perdagangan.

B. Sebaran Kegiatan Dalam Organisasi Keruangan

Sebaran kegiatan tersebar baik jenis kegiatan grosir dan eceran. Menyebar, namun dalam pertumbuhannya mengelompok pada poros-poros tertentu, berakseibilitas tinggi dan tumbuh linier mengikuti struktur jalan, menciptakan pola ruang dan jaringan transportasi berbentuk radial. Berdasarkan hal tersebut maka rencana pengembangan fasilitas di wilayah Bandar Lampung di bedakan atas :

1. Kegiatan perdagangan eceran

Khusus untuk yang mempunyai skala pelayanan kota (pertokoan, pasar) dikonsentrasikan di kawasan Tanjungkarang sebagai pusat kegiatan di wilayah kota Bandar Lampung. Sedangkan untuk skala pelayanan lokal didistribusikan sesuai dengan jenjang lingkungan pelayanan perumahan.

2. Kegiatan perdagangan besar

Kegiatan ini dikonsentrasikan di kawasan Teluk Betung dengan memanfaatkan akses terhadap lokasi pergudangan besar serta pelabuhan di kawasan Panjang.

3. Kegiatan jasa

Kegiatan jasa bersifat umum seperti Perbankan, Restoran, perbengkelan, dan lain-lain yang lebih banyak

mengandalkan pada kekuatan perdagangan besar dan eceran masih dapat ditampung pada kawasan Tanjungkarang dan kawasan Telukbetung.

2.6.3. Kegiatan perdagangan dan Rekreasi di Bandar Lampung

A. Kegiatan Perdagangan dan Potensi

Kawasan Tanjung Karang merupakan kegiatan retail terbesar di Bandar Lampung, dan menjadi pusat pelayanan hirarki pertama. Hal ini didukung oleh masyarakat pembelanja yang antusias dengan kegiatan belanja dan rekreasi. Masyarakat pembelanja ini sebagian besar dari golongan transisi, yang sangat membutuhkan sarana yang memadai untuk kegiatan belanja dan rekreasi. Adapun pusat-pusat belanja yang ada yaitu : pusat belanja Bambu Kuning, pusat belanja Artomoro, pusat belanja King, dan Gelael. Luasan pada pusat belanja masih tergolong neighborhood centre, luas area penjualan \pm 3.000 - 5.000 M².

Jumlah penduduk yang perlu dilayani 745.300 jiwa, pada tahun 1995 dengan tingkat pertumbuhan penduduk rata-rata 3,11% pertahun. Perkiraan jumlah penduduk yang sudah terserap oleh pusat perbelanjaan dan pertokoan yang ada secara keseluruhan \pm 400.000 jiwa. Sedang yang diperkirakan oleh pemerintah diusahakan dapat memenuhi jumlah penduduk yang ada dan pertambahannya (Dinas Tata Bangunan, Kodya Dati II Bandar Lampung, 1995).

Rencana pengembangan berkonsep desentralisasi, yaitu mengarahkan daerah ekstensi inti pusat komersial baru berskala lokal, sehingga konsentrasi di inti pusat akan terdistribusi. Sedang perencanaan sektoral perdagangan dalam aspek ruang kota adalah rehabilitasi fasilitas serta bagi penggunaan ruang yang dianggap tidak sesuai serta konservasi pada

bagian kawasan kota. Rencana penggunaan lahan sampai dengan tahun 2004, untuk luas wilayah perdagangan mencapai 351,55 Ha dengan kebutuhan ruang : warung/kios 2079 unit dengan luas 20.788 M2, pertokoan, 208 unit dengan luas 25.985 M2, pusat perbelanjaan lingkungan 17 unit dengan luas 23.380 M2, pusat perbelanjaan dan niaga (kecil) 5 unit dengan luas 15.588 M2, pusat perbelanjaan dan niaga (besar) 2 Unit dengan luas 20.788 M2 (RDTRK Bandar Lampung, 1995).

B. Kegiatan Rekreasi

Kegiatan rekreasi merupakan kebutuhan bagi setiap orang, sehingga fasilitas untuk ini sangat diperlukan. Di Tanjungkarang fasilitas rekreasi sangat terbatas. Dari pengamatan menunjukkan bahwa kegiatan rekreasi yang ada hanya berupa restoran, kafetaria, pub, pujasera, bioskop, bilyard. Kegiatan rekreasi ini sebagian menyatu dengan bangunan pusat belanja ataupun bangunan sendiri. Adapun rekreasi yang lain adalah rekreasi ke pantai, yang mana sudah dianggap sebagai hal yang biasa.

C. Kajian Sektor Informal

Sektor perdagangan informal adalah sektor perdagangan tanpa badan hukum/ usaha seperti pedagang kaki lima (PKL), kios/ warung kecil. PKL adalah pedagang yang menjajakan dagangannya menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah di bongkar pasang, pada trotoar, tempat-tempat umum, yang bukan diperuntukkan baginya (Bappeda Tk.II B.Lampung, 1995)

Tabel II.2 : Kelompok Pedagang di Bandar Lampung

No.	KELOMPOK PEDAGANG	1993 / 1994
1.	Pedagang kecil/ lemah	3.096
2.	Pedagang Menengah	882
3.	Pedagang Besar	365
	J U M L A H	4.343

Sumber : Bappeda Tk.II Bandar Lampung.

PKL tidak dapat diabaikan karena merupakan alternatif lain bagi pemenuhan kebutuhan dan keuntungan nilai jual rendah. Dampak positifnya adalah penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan, pengembangan wiraswasta dan pemberi ciri khas kota, maka prospeknya cukup baik. Masalah yang timbul umumnya berupa gangguan lalu lintas, kebersihan dan estetis lingkungan. Pola sebaran PKL berorientasi pada pusat-pusat keramaian seperti pasar bawah, fasilitas umum (stasiun) dan simpul-simpul jalan.



Gambar : 2.8. : Contoh PKL di Bandar Lampung
Sumber : Pengamatan

Konsep penanganan PKL oleh Pemda adalah rencana pengaturan kembali lokasi dengan prioritas lokasi penting (jalan protokol, perkantoran penting, lokasi dengan dampak negatif tinggi).

BAB III

ANALISIS

Analisis yang dilakukan bertujuan untuk membantu proses penguraian variable permasalahan seperti yang telah disebutkan pada pendahuluan. Oleh karena itu hal-hal yang akan dibahas dibatasi :

- a. Analisis kebutuhan pusat perbelanjaan
- b. Tinjauan terhadap pusat-pusat perbelanjaan yang mawadahi kegiatan sektor formal dan informal.
- c. Integrasi sektor perdagangan formal dan informal.
- d. Pendekatan penggabungan kegiatan sektor perdagangan formal dan informal dengan menganalisis kegiatan pelaku sebagai penentu tata ruang serta pola penggabungan kegiatan formal dan informal.
- e. Pengembangan unsur rekreasi pada pusat perbelanjaan.

3.1. Kebutuhan Fasilitas Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan ini direncanakan mempunyai lingkup pelayanan kota dan diperkirakan dapat melayani masyarakat pembelanja di Bandar Lampung. Dengan jumlah penduduk Bandar Lampung yang terus meningkat, daya serap pusat-pusat perbelanjaan semakin meningkat pula (Bab II.6). Luasan pada pusat-pusat belanja di Bandar Lampung pada tahun 1995 berkisar antara 2.500 s/d 9.000 M² (RDTRK Bandar Lampung) dan tergolong *neighborhood centre* (luas area penjualan antara ± 2.787 - 9.290 M²). Untuk melayani penduduk Bandar Lampung sejumlah 981.840 jiwa, hingga tahun 2004, pemerintah menyediakan area perdagangan mencapai 351,55 Ha dengan kebutuhan ruang : warung/kios 2079 unit dengan luas 20.788 M², pertokoan, 208 unit dengan luas 25.985 M², pusat berbelanjaan lingkungan 17

unit dengan luas 23.380 M² pusat perbelanjaan dan niaga (kecil) 5 unit dengan luas 15.588 M² pusat perbelanjaan dan niaga (besar) 2 Unit dengan luas 20.788 M² (RDTRK Bandar Lampung, 1995).

Mengingat cakupan area layanan yang cukup luas, pusat pokok yang dikembangkan adalah klasifikasi *Community Centre* dengan luas area penjualan minimal 9.290 M² dengan lingkup layanan 40.000 - 150.000 orang (Gruen, 1960).

3.2. Pedagang Formal VS Pedagang Informal

3.2.1. Analisis Pewadahan Pedagang Formal dan Informal

Keberadaan pedagang informal (pedagang kaki lima) cenderung berkonotasi negatif, kotor, jelek dan semrawut. Hal ini merupakan salah satu masalah perkotaan yang masih terus diperdebatkan. Ada dugaan kuat bahwa PKL masih dibutuhkan dan akan dibutuhkan oleh masyarakat kota, terutama untuk golongan berpenghasilan rendah. Lagipula sesuai dengan kekhasan manusia Indonesia yang konon memiliki *outdoor personality*, kesempatan tawar-menawar di udara terbuka merupakan kenikmatan tersendiri (Budiharjo, 1984). Dialog dan komunikasi akrab antara penjual dan pembeli merupakan kebutuhan tersendiri bagi masyarakat yang belum terbius "*sindrome individualistis*".

Tetapi pada sebagian masyarakat terutama dikota besar ada "budaya malu", malu bila dianggap kolot, ketinggalan jaman apabila masih memanfaatkan jasa PKL. Akibatnya dalam perencanaan dan pembangunan kota yang digalakkan adalah pembangunan yang bergaya "wah" seperti *plaza, shopping centre, selected mini shop* dan sebagainya. Akibatnya para pedagang lesehan, asongan, gendongan, warungan dan sebagainya yang termasuk kerabat PKL tidak mendapat tempat dimana-mana.

Padahal kalau diamati, pada negara paling majupun masih dijumpai adanya PKL di Hyde Park (pusat kota London), setiap akhir pekan dipenuhi PKL yang menjajakan dagangan dengan digelar begitu saja di trotoar, atau digantung dipagar taman sepanjang tepi jalan. Selain itu banyak pula pasar-pasar tiban dalam bentuk *bazar* atau *Sunday Market* yang menempati sepotong jalan tertentu dengan menutup arus lalu lintas.

PKL mencerminkan ciri khas cukup menarik, hendaknya diberi kesempatan bersentuhan dengan kegiatan ekonomi formal. Keberadaan pusat perbelanjaan moderen tidak perlu mematikan kegiatan retail sektor informal. Suasana yang diciptakan juga menjadi berbeda dan bervariasi karena barang yang diperdagangkan di dua tempat tersebut juga berbeda. Masyarakat membutuhkan kedua sektor tersebut dan tidak perlu dipenuhi dalam tempat yang terpisah. Memisahkan kedua sektor tersebut justru tidak relevan, karena ada bagian yang hanya dijual oleh sektor moderen dan ada yang hanya dijual oleh sektor informal, sehingga kalau disatukan justru akan saling mengisi.

Jenis sektor informal yang akan ditampung (klasifikasi menetap/ semi menetap) pada wadah yang direncanakan terutama yang sesuai dengan suasana "*shopping*" yang rekreatif, misalnya: penjual makanan tradisional, penjual buah-buahan, barang kerajinan dan souvenir.

3.2.2. Studi Penilaian Kualitatif

▪ Kalibata Mall

Pusat perbelanjaan dan rekreasi yang terletak di jalan Kalibata, Jakarta Selatan ini menempati lahan seluas 2,2 Ha dari lahan 4 Ha yang ada. Luas lantai keseluruhannya 18.000 M².

Kalibata Mall ini punya karakter agak berbeda dengan pusat-pusat perbelanjaan moderen lainnya. Disana pengunjung tidak hanya berbelanja didalam gedung, tetapi juga diluar gedung yang diolah sebagai mal dan plaza. Kalibata Mall tidak hanya mengakomodasi kegiatan retail sektor moderen/formal, pedagang informal juga diberi tempat dan diatur keberadaannya sehingga dapat terintegrasi secara wajar dengan kegiatan retail sektor moderen.

Kalibata Mall ini terdiri dari 3 gugus massa, yaitu:

a. Bangunan *Superstore*

Terdiri dari lima lapis termasuk satu lantai setengah basement yang juga dimanfaatkan sebagai tempat/ruang belanja.

b. Bangunan *Supermall*

Terdiri dari 4 lapis termasuk satu lantai setengah yang dimanfaatkan sebagai tempat parkir.

c. Ruko

Terdiri dari 3 lapis, berorientasi pada mall yang ada.

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

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

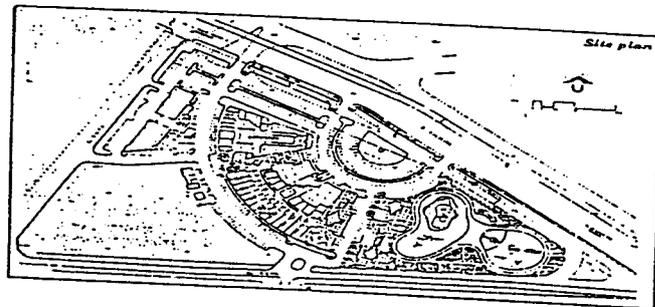
Para pedagang sektor informal yang diberi tempat didaerah sepanjang mall tersebut terdiri dari pedagang barang kerajinan, buah-buahan dan makanan tradisional. Sektor ini mendukung suasana bazar informal yang memang ingin diwujudkan di Pusat Perbelanjaan Kalibata Mall ini.

Penempatan *anchor tenant* (magnet) pada bangunan *superstore* (dilantai 3,4) dan dibangun *supermall* (yaitu dilantai

dasar berupa *book centre* 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 kakilima disekitar kawasan bisa ditampung dan dapat menghidupkan suasana mall yang ada. Kelemahannya adalah mall menjadi kotor karena pembatasan jenis pedagang kakilima tidak begitu jelas.



Gambar 3.1. Site Plan Kalibata Mall
Sumber : Majalah Konstruksi, Agustus 1991

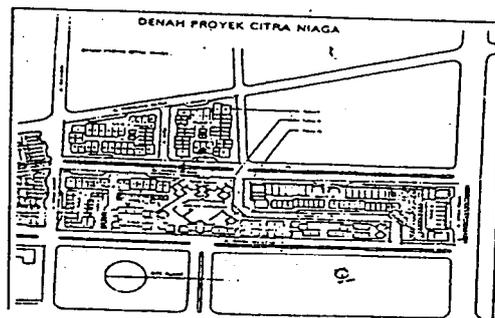
▪ Citra Niaga Samarinda

Pusat perbelanjaan dan arena promosi ini berlokasi disalah satu tanah negara di Samarinda yang luasnya 2,7 hektar, merupakan proyek percontohan pasar di Samarinda. Proyek ini telah mewujudkan kenyataan bahwa pembenahan pusat kota dapat dilaksanakan tanpa menggusur dan malahan mengikutsertakan para pedagang kakilima 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 kakilima. Luas tiap unit :

ruko	----> 60, 70, dan 80 M2
kios	----> 13,5 M2
pondok kakilima	----> 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 kakilima. 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 didalam lingkungan, komposisi arena hiburan dan bentuk bangunan-bangunan lainnya.



Gambar 3.2. Site Plan Citra Niaga - Samarinda
Sumber : Majalah Konstruksi, Oktober 1987

3.3. Usulan Integrasi Sektor Perdagangan Formal dan Informal pada Pusat Perbelanjaan

3.3.1. Jenis Fasilitas Pelayanan yang Disediakan

Fasilitas pelayanan pada pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi 3 macam area yang berdasarkan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan. Macam area tersebut dapat dicermati seperti uraian berikut :

- a. Area yang tidak produktif (*non productive building area*)

- yaitu area terbangun yang meskipun penting untuk penggunaan dan penikmatan suatu sentra komersial namun tidak menghasilkan pemasukan. Termasuk disini adalah pedestrian malls, pelataran/plaza, teras, taman rekreasi tempat duduk-duduk, hall, dan fungsi-fungsi service seperti: truck loading decks, truck service road, menara service, ruang mekanikal dan elektrikal, dsb.
- b. **Area yang menghasilkan pemasukan (*Income producing building area*)** Yaitu area terbangun pada sentra tersebut yang menghasilkan pemasukan, namun tidak diharapkan dapat mengembalikan modal awal yang telah dikeluarkan. Termasuk disini adalah : area parkir, kios/pondok untuk pedagang kaki lima, lavatory umum, dsb.
- c. **Area yang menghasilkan keuntungan (*revenue-producing building area*)** yaitu area terbangun pada sentra tersebut yang dapat dijual dan disewakan oleh developer kepada pembeli atau penyewa, termasuk disini adalah :
- **Fasilitas pelayanan untuk pedagang formal**
 - Toko/pertokoan yaitu tempat pembelanjaan eceran yang dapat berdiri sendiri maupun kelompok dengan sifat pelayanan langsung antara penjual dan pembeli.
 - Supermarket yaitu sarana perbelanjaan eceran yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*.
 - Departement store yaitu toko besar yang terdiri beberapa lantai yang menjual macam-macam barang termasuk pakaian.
 - **Fasilitas pelayanan untuk pedagang informal**
Fasilitas ini dibatasi hanya untuk pedagang kaki lima yang menunjang suasana shopping yang rekreatif. Termasuk disini adalah :

- Pujasera (pusat jajan serba ada) yang merupakan tempat ideal bagi pedagang kaki lima untuk menjajakan makanan khasnya. Hal ini juga ditunjang oleh kebiasaan masyarakat Indonesia yang cenderung suka jajan dan menyukai pilihan makanan yang bermacam-macam.
 - Kios-kios barang seni dan kerajinan (souvenir) akan memberikan suasana tersendiri pada mal yang ada.
 - Kios-kios penjual tanaman hias, bunga dan buah-buahan yang diletakkan pada lokasi tersendiri juga merupakan sarana rekreatif bagi pengunjung pusat perbelanjaan.
- **Fasilitas rekreasi**
 - restoran/*cafeteria*
 - bioskop
 - billyard
 - fitness centre
 - pub
 - karaoke
 - **Fasilitas komersial yang lainnya**
 - travel biro
 - mini bank
 - salon

3.3.2. Karakter Pewadahan Fisik

Karakter pewadahan fisik sektor perdagangan formal dan sektor perdagangan informal serta rekreasi ini berbeda-beda sesuai dengan tuntutannya. Untuk kegiatan sektor formal menuntut karakter pewadahan fisik dinamis, terbatas, dan promotif, dan untuk kegiatan sektor informal dan rekreasi menuntut karakter pewadahan fisik dinamis, non formal, adanya keterbukaan dan akrab. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel III.1. Karakter Pewadahan Fisik

Karakter	Kegiatan Formal	Perdagangan Informal	Kegiatan Rekreasi
Dinamis	x	x	x
Non Formal		x	x
Keterbukaan		x	x
Akrab		x	x
Terbatas	x		
Promotif	x		

Sumber : Pemikiran

3.3.3. Simpulan Penggabungan Pedagang Sektor Formal dan Informal

Bertitik tolak dari anggapan bahwa sektor informal yang masuk dalam satu sistem fasilitas komersial diharapkan dapat memberikan keragaman kegiatan berbelanja, maka arahan penggabungan kedua sektor ini antara lain :

- Pedagang kaki lima yang menempel pada pusat (formal) harus diusahakan menjadi "penghias" lingkungan kota yang diolah secara menarik, cantik dan meninggalkan kesan teratur. Kesan teratur dapat dicapai dengan pengelompokan pedagang sesuai jenis barangnya. Seperti: pengelompokan pedagang makanan pada pujasera, pengelompokan pedagang barang seni dan kerajinan pada mall yang ada, pengelompokan pedagang tanaman dan buah-buahan pada plaza, dan sebagainya. Wadah untuk pedagang kaki lima yang permanen/semi permanen berupa pondok-pondok dan kios-kios yang telah disiapkan oleh pengelola, sedangkan untuk pedagang kaki lima yang non permanen disediakan gerobak/ shelter yang didesign secara khusus dan terbuat dari bahan-bahan yang sederhana.
- Memperhatikan tingkatan (*staging*) dan jenis kegiatan informal. Untuk pedagang informal yang memiliki kemampuan finansial relatif tinggi (non makanan) dapat menyewa tempat-

tempat disepanjang pedestrian mall dan lokalisasi pedagang kaki lima di beberapa ruang terbuka yang dilalui jalur sirkulasi, dibedakan antara pedagang yang bergerak (dengan kereta dorong dsb) dan pedagang menetap.

- Usaha preventive untuk tidak mengundang pedagang kaki lima baru/ liar dengan cara dibuat "green belt" yang berfungsi ganda sebagai pengaman (*amenity*) dan pencegah masuknya pedagang kaki lima liar atau perluasan area kaki lima yang tidak terkontrol.

3.4. Analisis Penggabungan Kegiatan Sektor Perdagangan Formal dan Informal

3.4.1. Analisa Kegiatan Pelaku sebagai Penentu Tata Ruang

a. Pedagang Formal

Pelaku pada sektor perdagangan formal ini umumnya terdiri dari oleh pedagang dengan modal cukup kuat dengan sasaran konsumen terbatas pada masyarakat golongan ekonomi menengah keatas.

Berdasarkan pengamatan pada pusat-pusat perbelanjaan yang ada, pelaku pada sektor perdagangan formal ini terdiri dari :

1) Penjaga toko

Kegiatan yang dilakukan oleh penjaga toko ini merupakan faktor yang paling dominan karena jumlahnya relatif besar. Mereka datang pada waktu-waktu tertentu, yaitu saat datang dipagi hari, saat adanya pergantian penjagaan (*shift*) dan pada waktu pulang bekerja. Umumnya datang dengan menggunakan kendaraan umum, sepeda/sepeda motor atau diantar.

Oleh karena itu hendaknya pusat perbelanjaan yang direncanakan ini juga menyediakan fasilitas khusus untuk karyawannya seperti kantin dan parkir khusus kendaraan karya-

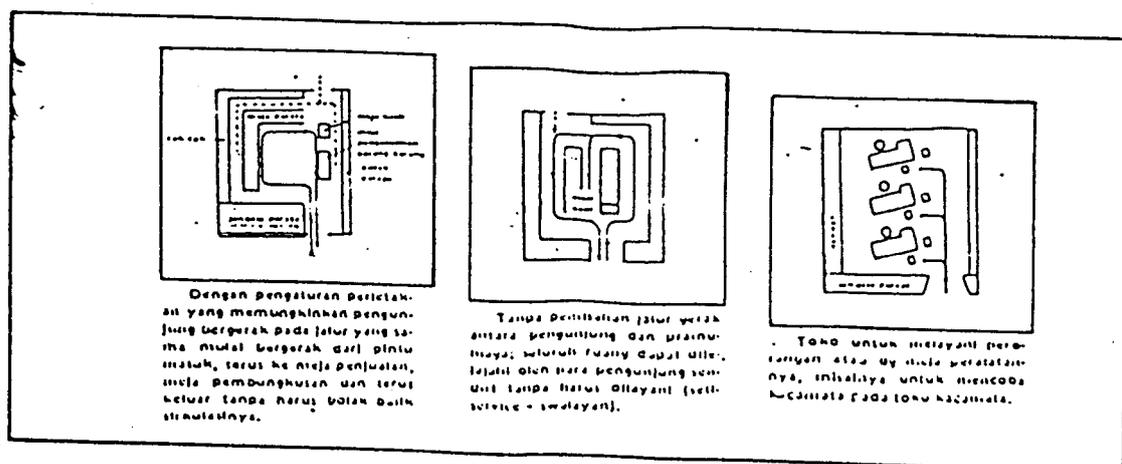
wan.

2) Pemilik toko

Pemilik/penyewa ruangan umumnya menghendaki :

- pemanfaatan ruang/interior toko yang efisien, dalam arti terdapat ruang yang cukup untuk aktifitas pelayanan, sekaligus mampu menampung pengunjung semaksimal mungkin.
- kemudahan dan kelancaran bagian service (pelayanan, persiapan, dan penyimpanan).
- segi visual/penampakan barang pada etalase toko yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing, sehingga pengunjung tidak hanya lewat, tapi tertarik untuk masuk kedalamnya.

Dari kehendak pemilik toko diatas maka pewardahan untuk pelaku ini harus benar-benar memperhitungkan aliran pengunjung dan aliran barang (pengudangan/penyimpanan, distribusi) agar tidak terjadi *overlapping* kegiatan yang saling mengganggu. Selain itu pengaturan interior toko yang efektif dan penyajian barang yang bersifat promotif sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah toko.



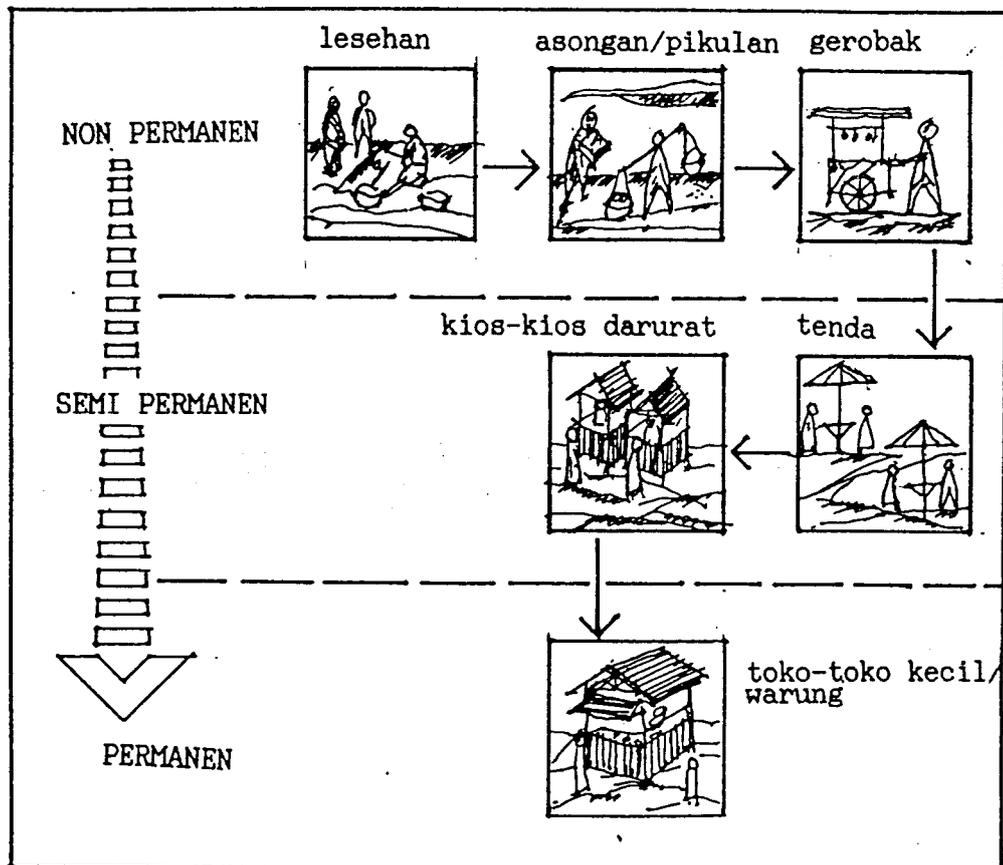
Gambar 3.3. Macam-macam Lay-out Perabot pada Ruang Toko
(Sumber : Neufert, 1986)

b. Pedagang Informal

Pedagang informal di pusat perbelanjaan ini dibatasi

bagi pedagang yang dapat menunjang suasana yang santai dan rekreatif. Selain itu juga dengan mempertimbangkan jenis barang pedagang informal yang umumnya ada pada pusat-pusat perbelanjaan besar dan tidak mengganggu kegiatan perdagangan formal yang ada. Pedagang informal/kaki lima yang ada terdiri dari pedagang makanan/jajanan, souvenir, kerajinan, majalah/koran.

Salah satu cara pendekatan perancangan fasilitas kegiatan bagi mereka di pusat perbelanjaan yang direncanakan adalah dengan studi perilaku keseharian pedagang kakilima dan perkembangannya.



Gambar 3.4. Studi Keseharian Pedagang Kaki Lima dan Perkembangannya
(Sumber : Pengamatan)

Dari contoh-contoh operasi pedagang kakilima tersebut dapat ditarik simpulan kegiatan kesehariannya secara umum, antara lain :

- 1) pola perdagangan eceran.
- 2) lokasi bersifat *parisitis* (menempel pada pusat keramaian lain).
- 3) *decersitas* (keanekaragaman) dari barang yang diperdagangkan tinggi.
- 4) kegiatan tawar-menawar merupakan ciri khas pedagang kaki-lima.
- 5) adanya ruang tempat berinteraksi langsung antara penjual dan pembeli merupakan prasyarat utama.

Masalah-masalah yang dapat timbul akibat adanya pedagang kakilima ini adalah :

- bangunan temporer pedagang kakilima merusak citra lingkungan.
- pejalan kaki terganggu oleh pembeli dan barang dagangan kakilima.
- peningkatan jumlah pedagang kakilima yang tidak terencana (bersifat spontan) sehingga dapat terjadi peluberan kegiatan.

Dari studi mengenai kegiatan pedagang kakilima dan masalah-masalah yang dapat timbul, maka upaya penanganan yang harus dilakukan antara lain:

- ruang kakilima diberi batasan yang jelas.
- pembatasan jumlah, jenis barang dan lokasi pedagang kakilima pada penggal-penggal tertentu.
- mendorong sektor informal/kakilima yang ada menjadi usaha formal dengan penyediaan fasilitas yang menunjang, misal:

warung nasi	----->	restoran/pujasera
pedagang semi permanen	----->	toko
pedagang asongan	----->	kios
- ciri-ciri pedagang kakilima yang terbuka, berkesan akrab/rekreatif dan biasa menempati ruang-ruang dipinggir jalan/jalur pedestrian dapat tetap dipertahankan sebagai ciri khas lingkungan, tetapi pewadahnya berupa kios,

shelter, gerobak dibuat oleh pengelola dengan desain khusus dengan bahan-bahan sederhana agar tidak terkesan semrawut/merusak lingkungan.

c. Pengelola

Pelaku ini pada dasarnya tidak banyak mempengaruhi tata ruang yang ada karena jumlah pelaku yang terlibat relatif sedikit dan tidak berhubungan langsung dengan kegiatan perbelanjaan dan rekreasi di pusat perbelanjaan. Pengelola umumnya menginginkan keuntungan maksimal dengan cara menggunakan jumlah area yang dijual (*rentable area*) seluas-luasnya.

d. Pengunjung

Konsumen/pengunjung adalah masyarakat yang membutuhkan barang dan ingin berekreasi. Pada pusat perbelanjaan dan rekreasi ini pengunjung menginginkan memperoleh banyak pilihan barang, pelayanan yang maksimal dalam transaksi maupun parkir, serta suasana yang menyenangkan dari penampilan ruang dan bangunan.

Keinginan-keinginan tersebut menimbulkan tuntutan-tuntutan sebagai berikut:

- pola sirkulasi ruang yang tidak mengikat agar pengunjung dapat bebas berkeliling/berbelanja, melihat-lihat atau berekreasi.
- pencapaian yang mudah kesegala arah serta pola sirkulasi yang jelas dan sederhana agar pengunjung tidak mudah kehilangan arah/orientasi.

e. Simpulan Analisa Kegiatan Pelaku sebagai Penentu Tata Ruang

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa segmen kegiatan pedagang formal dan informal merupakan faktor kegiatan yang penting dan spesifik pada pusat perbelanjaan, karena

tujuan utama perencanaan ini adalah menggabungkan kedua sektor ini kedalam satu kesatuan. Kedua sektor perdagangan ini punya tuntutan sendiri-sendiri yang terkadang dapat saling mendukung atau bertentangan. Dalam hal ini pengunjung juga merupakan faktor yang turut menentukan dalam upaya pewadahan kedua sektor ini. Pada pembahasan selanjutnya akan dianalisa lebih lanjut mengenai tuntutan-tuntutan yang beragam dari pelaku-pelaku tersebut serta analisa faktor pendukung dan penghambat penggabungan kegiatan perdagangan formal dan informal.

3.4.2. Analisis Pola Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal

a. Perbedaan-perbedaan antara kegiatan perdagangan formal dan informal serta upaya penyelesaiannya

Perbedaan-perbedaan yang ada antara kegiatan perdagangan formal dan informal akan dianalisa lebih lanjut pada tabel III.2. berikut ini, dan untuk mendapatkan cara pemecahan masalahnya.

Tabel III.2. Analisis Pola Penggabungan Kegiatan Pedagang Formal dan Informal

KOMPONEN	PERDAGANGAN INFORMAL	PERDAGANGAN FORMAL	KETERANGAN	PENYELESAIAN
Jenis Barang	terutama bahan pangan, souvenir, kerajinan, dll.	terutama bahan, sandang, pangan, dll.	(+) melengkapi banyak pilihan	jenis barang sama ---> dijauhkan jenis barang berbeda ---> didekatkan
Sifat Barang	kotor-bersih	bersih	(-) mengganggu	- dibatasi - pengendalian sampah
Kualitas Barang	rendah-sedang	sedang-tinggi	(+) melengkapi banyak pilihan	pengelompokan
Wadah Barang	disajikan seadanya (pada lantai, gerobak, dsb)	disajikan dengan baik (promotif)	(+) pilihan suasana	pengelompokan
Jenis Pedagang	temporer	tetap	(+) suasana berbeda	pengelompokan

berlanjut ke halaman berikutnya :

Lanjutan Tabel III.2. :

KOMPONEN	PERDAGANGAN INFORMAL	PERDAGANGAN FORMAL	KETERANGAN	PENYELESAIAN
Modal Pedagang	modal kecil	modal besar	(+) modal besar membantu modal kecil	subsidi silang
Sosial Ekonomi Ekonomi	menengah kebawah	menengah keatas	(+) Akumulasi pembeli	dimanfaatkan keduanya
Motivasi Konsumen	kontak sosial	rekreasi	(+) pilihan suasana	penyediaan fasilitas belanja dan rekreasi
Pelayanan Jual Beli	personal service	- self selection - self servive	(+) pilihan suasana	pengelompokan
Cara Jual Beli	tawar menawar	harga mati	(+) pilihan suasana	pengelompokan
Kegiatan Jual Beli	relatif ramai dan ruwet	relatif tenang dan teratur	(-) menggangu	pemisahan kegiatan yang saling meng-gangu

Sumber : Analisa

Keterangan (+) ---> mendukung bila digabungkan
 (-) ---> tidak mendukung bila digabungkan

b. Pengolahan ruang dan sirkulasi secara global

Berdasarkan studi kelayakan pada pusat-pusat perbelanjaan yang menggabungkan kedua sektor ini (antara lain, Citra Niaga - Samarinda, Kalibata Mall - Jakarta), maka perletakan sektor perdagangan informal diarahkan terutama pada lantai dasar dan diluar bangunan utama. Hal ini juga sesuai dengan tuntutan kegiatannya yang bercirikan keterbukaan fisik dan visual (kedekatan dengan ruang luar).

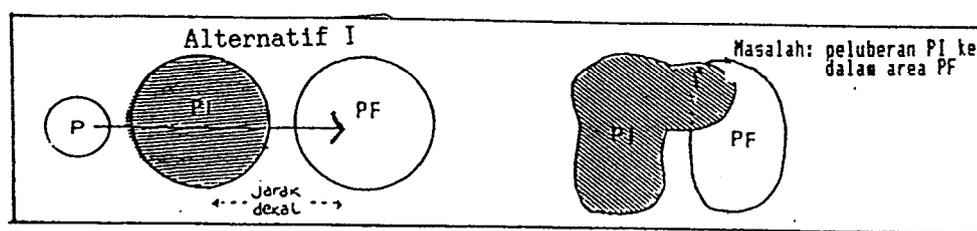
Dari analisis diatas didapat faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penggabungan. Untuk mendapatkan penggabungan yang optimal ada beberapa alternatif pengolahan ruang dan pola sirkulasi dengan masing-masing keuntungan dan kerugiannya.

▪ Alternatif I:

Meletakkan sektor perdagangan informal berdampingan dengan sektor perdagangan formal di dalam/luar bangunan tanpa pemisahan yang jelas (jarak keduanya relatif dekat)

Keuntungan : terdapat kontinuitas/hubungan erat antara pedagang formal dan informal, sehingga saling melengkapi.

Kerugian : kegiatan pedagang kakilima/sector informal yang dapat mengganggu kegiatan pedagang formal, misalnya peluberan jumlah pedagang kakilima sehingga masuk ke area yang dituju-kan untuk pedagang formal, serta terjadi persaingan apabila jenis barang yang dijual sama.



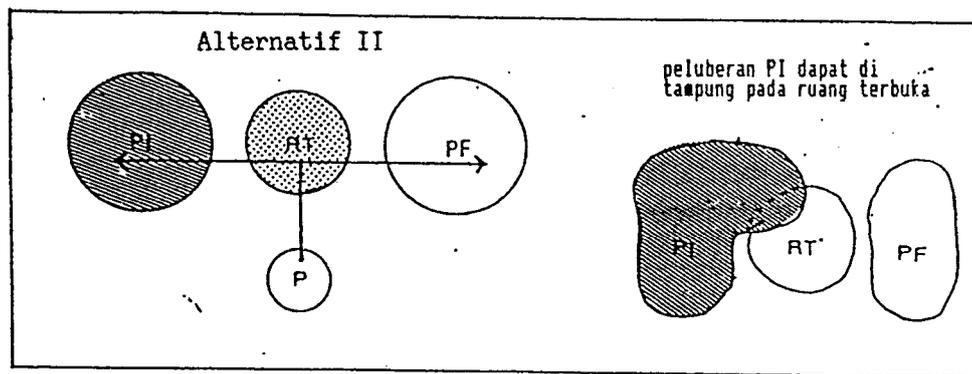
▪ Alternatif II:

Meletakkan ruang terbuka di antara kelompok pedagang formal sebagai ruang transisi/perantara (jarak keduanya relatif jauh)

Keuntungan : - kegiatan pedagang kaki lima yang relatif ramai tidak mengganggu kegiatan pedagang formal yang relatif lebih tenang/teratur
 - peluberan jumlah pedagang kakilima dan pengunjung dapat ditampung sementara pada ruang terbuka yang ada.
 - tidak terjadi persaingan yang menyolok bila terdapat jenis barang yang dijual sama.
 - peruangan bagi pedagang kakilima menjadi jelas

Kerugian : pemisahan yang cukup tegas dengan jarak antar

kegiatan yang relatif jauh dibanting alternatif I dapat mengakibatkan kecendrungan sirkulasi pengunjung yang hanya ingin ke sektor perdagangan formal saja. Hal ini terutama akan terjadi apabila tidak ada pengarah yang jelas dan daya tarik visual pada kelompok pedagang kakilima ini.



▪ Alternatif III

meletakkan sektor perdagangan informal pada jalur sirkulasi pengunjung didalam/luar bangunan

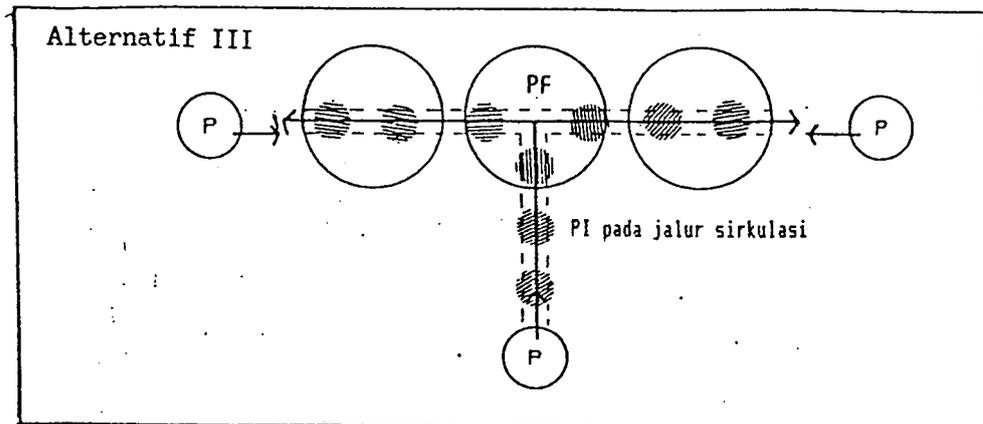
Keuntungan : - ciri-ciri pedagang kakilima yang biasa menempati ruang-ruang dipinggir jalan dapat tetap dipertahankan

- menimbulkan suasana rekreatif dan akrab antara pengunjung dan perdagangan kakilima

Kerugiannya : - pejalan kaki dapat terganggu oleh pembeli dan barang dagangan kakilima bila tidak ada pengaturan/batasan yang jelas

- perletakan kios/area pewadahan sektor perdagangan informal disepanjang pedestrian dapat merusak daya tarik visual pusat perbelanjaan bila tidak didesain dan ditata

dengan baik.



Keterangan :

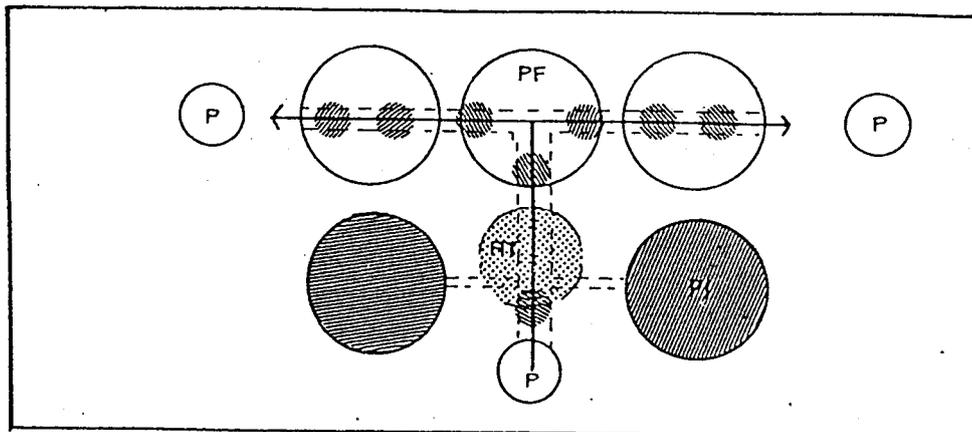
PF : Pedagang Formal
 PI : Pedagang Informal
 P : Parkir
 : Jalur sirkulasi pedestrian
 RT : Ruang Terbuka

Untuk mendapatkan penggabungan yang optimal maka alternatif yang akan dipakai adalah alternatif II dan III, yaitu meletakkan sektor perdagangan formal pada ruang terbuka yang ada dan pada jalur sirkulasi pengunjung (dalam hal ini adalah "mall"). Alternatif perletakan ini juga mempertimbangkan penempatan area parkir pada kawasan.

Berdasarkan tabel III.2. alternatif penggabungan ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- Pedagang informal pada jalur sirkulasi --> (+)
 khusus untuk pedagang yang jenis barangnya berbeda dengan pedagang formal, sifat barang bersih (non-makanan) dan tidak mengganggu.
- Pedagang informal yang terpisah dari pedagang formal -> (-)
 khusus untuk pedagang yang butuh pengelompokan tersendiri karena dapat mengganggu kegiatan pedagang formal (termasuk pedagang makanan).

Bila digambarkan alternatif penggabungannya adalah sebagai berikut:



Gambar 3.5. Alternatif Penggabungan Pedagang Formal dan Informal
Sumber : Analisa

e. Simpulan Bentuk Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa ruang terbuka dan mall merupakan ruang penting bagi upaya penggabungan kegiatan sektor perdagangan formal dan informal. Ruang terbuka dapat berupa area parkir dan plaza sebagai ruang transisi antara kedua sektor tersebut. Oleh karena itu pada sub-bab berikut akan dibahas mengenai karakteristik ruang terbuka dan mall pada bangunan pusat perbelanjaan berkenaan dengan fungsinya sebagai ruang transisi.

3.5. Unsur Rekreasi Pada Pusat Perbelanjaan

3.5.1. Pengembangan Unsur Rekreasi

Pengembangan unsur rekreasi pada pusat perbelanjaan ini berdasarkan sifat kegiatan rekreasi, jenis kegiatan, pola kegiatan, waktu kegiatan. Dari sifat kegiatan, diusulkan jenis fasilitas rekreasi yang disediakan antara lain : kesukaan/ *entertainment*, kesenangan/ *ammusement*, Bermain/hiburan/

recreation, santai/ *relaxation*, agar tersedia variasi pilihan dengan pemilihan jenis kegiatan yang sudah dikenal luas oleh masyarakat. Untuk pola kegiatan diusulkan prioritas kegiatan perorangan dan kelompok kecil, karena kecenderungan yang terjadi kegiatan rekreasi bersifat individu atau kelompok kecil. Waktu kegiatan diutamakan setiap saat, dengan beberapa kegiatan berlangsung secara periodik, misalnya bioskop periodik, sedang restoran kontinyu, tetapi memiliki *peak hours* tertentu. Dipilih waktu kegiatan yang berlangsung setiap saat, juga mempertimbangkan efektifitas komersial bangunan.

3.5.2. Tujuan dan Kecenderungan Pengunjung

Tujuan pengunjung adalah berekreasi melepas stress/ ketengan dan mencari kesenangan. Untuk itu ada beberapa kecenderungan permintaan pengunjung, yakni :

- Kelengkapan fasilitas rekreasi, yang memungkinkan keleluasaan pilihan bagi pengunjung.
- Kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan seperti tersedianya fasilitas umum (toilet, ruang istirahat, dan lain-lain), pencapaian mudah.
- Pemandangan yang rekreatif dan menarik.

BAB IV

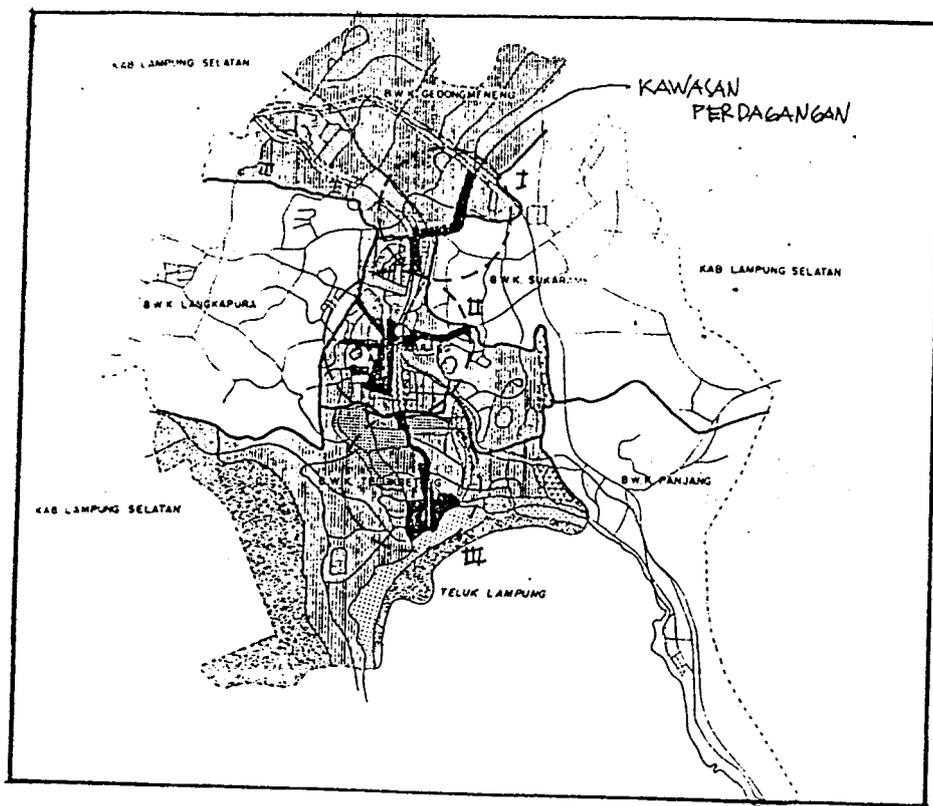
PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1. Pendekatan Perencanaan Bangunan

4.1.1. Alternatif Pemilihan Lokasi

Kriteria pemilihan lokasi yang direncanakan adalah:

- a. Sesuai dengan rencana Dinas Tata Kota Bandar Lampung, yaitu bagi kegiatan perdagangan.
- b. Luasan memadai
- c. Aksesibilitas baik
- d. Punya nilai strategis



Keterangan : I : BWK Gedong Meneng
II : BWK Tanjung Karang
III : BWK Teluk Betung

Gambar 4.1. Alternatif Pemilihan Lokasi
di Kawasan Perdagangan di Bandar Lampung
Sumber : RDTRK Bandar Lampung

Dari gambar 4.1. tersebut diatas dapat dilihat ada tiga alternatif lokasi pusat perbelanjaan di Bandar Lampung yaitu :

1. BWK Gedong Meneng
2. BWK Tanjung Karang
3. BWK Teluk Betung

Dari tiga alternatif lokasi tersebut, terlihat bahwa BWK Tanjung Karang terletak diantara BWK Gedong Meneng dan BWK Teluk Betung. BWK Gedung Meneng terletak disebelah Utara BWK Tanjung Karang, dan BWK Teluk Betung terletak disebelah Selatan BWK Tanjung Karang. Bila BWK Tanjung Karang dipilih sebagai lokasi pusat perbelanjaan yang direncanakan, maka akan menguntungkan sebab :

1. Pencapaian yang mudah dan tidak terlalu jauh, baik dari BWK Gedung Meneng, maupun dari BWK Teluk Betung.
2. Tanjung Karang sebagai pusat kegiatan retail terbesar di Bandar Lampung (RDTRK Bandar Lampung, 1995)

Sebaliknya bila lokasi pusat perbelanjaan yang direncanakan pada BWK Teluk Betung atau BWK Gedung Meneng, maka pencapaian antara BWK Teluk Betung dan BWK Gedung Meneng akan sangat jauh, dan akan mengurangi minat pembeli karena pencapaian yang terlalu jauh.

Dari hal tersebut diatas maka ditetapkan BWK Tanjung Karang sebagai lokasi pusat perbelanjaan yang direncanakan.

4.1.2. Alternatif Pemilihan Site Pada BWK Tanjung Karang

Alternatif site diperoleh :

1. Pertigaan Jl Raden Intan dan Jl. Tulang Bawang

Luasan tanah memadai, ± 1,9 ha. Perencanaan tata guna tanah kota sebagai kegiatan perdagangan. Memiliki aksesibili-

tas baik, dilalui transportasi umum satu jalur (ke Telukbetung dari Tanjungkarang), jalan satu arah. Representatif karena dekat dengan pusat kegiatan, yakni area perdagangan, pusat pemerintahan, pendidikan, dekat dengan pemukiman menengah.

2. Pertigaan Jl. Kartini dan Jl. Cut Nya Dien

Luasan tanah memadai $\pm 2,2$ ha. Perencanaan tata guna tanah kota sebagai kegiatan perdagangan. Aksesibilitas baik, dilalui transportasi umum (empat jalur, dari Sukarame, Pahoman, Telukbetung, dan kemiling menuju Tanjungkarang), jalan satu arah. Representatif karena terletak di area perdagangan, jasa, dekat dengan pusat pemerintahan, pendidikan. Keberadaannya akan meningkatkan daya tarik komersial lingkungan.

3. Pertigaan Jl. Imam Bonjol dan Jl. Kartini

Luasan tanah memadai $\pm 1,9$ ha. Perencanaan tata guna tanah kota kegiatan perdagangan. Aksesibilitas baik, dilalui transportasi umum (empat jalur), jalan satu arah, dapat dicapai dengan mudah tetapi jalur lalu lintas yang padat. Masalah area berupa keberadaan PKL, kesemrawutan kondisi lingkungan. Dampak dapat mewedahi sebagian PKL yang sesuai dan memperbaiki visual lingkungan. Dampak negatif adalah persaingan langsung dengan pertokoan sekitar.

Dari kriteria yang disebutkan diatas, ternyata nilai terbesar pada alternatif site 2, yaitu Jl. Kartini pertigaan Jl. Cut Nya Dien, dengan pertimbangan juga pemilihan site ini dapat mengurangi kepadatan PKL di Jl. Imam Bonjol pertigaan Jl. Kartini. Permasalahan teknis seperti penguasaan tanah diasumsikan melalui pembelian dengan pertimbangan mengikutsertakan secara kooperatif pada para pedagang dilokasi. Kerjasama kooperatif ini didukung kenyataan bahwa pedagang disite tergolong golongan menengah yang memerlukan sarana

yang lebih baik bagi usahanya.

4.1.2. Analisa Site

Luas site \pm 2,2 ha, koefisien dasar bangunan (KDB) 60-80% dan koefisien luas bangunan (KLB) 2-6 dengan intensitas tinggi (RDTRK Bandar Lampung). Batasan site disebelah Utara Jl. Cut Nya Dien, Selatan daerah pertokoan, sebelah Barat lingkungan perumahan, sebelah Timur berbatasan dengan Jl. Kartini. Arus padat di Jalan Kartini pada waktu tertentu yakni jam 07.⁰⁰-09.⁰⁰ dan 12.⁰⁰-14.⁰⁰. Gambar alternatif site ada pada lampiran

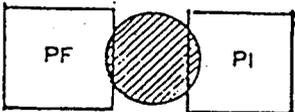
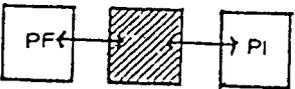
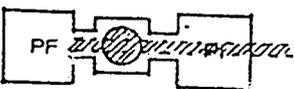
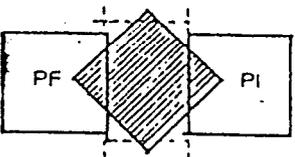
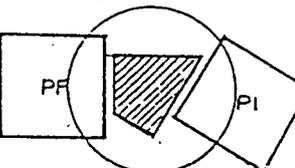
Bentuk-bentuk kegiatan yang ada disekitar lokasi site adalah, pertokoan berskala menengah, jasa komersial, pemukiman golongan menengah keatas, dekat perkantoran pemerintahan, dan pendidikan.

Waktu kegiatan berlangsung pada jam-jam tertentu yaitu, pertokoan pada 09.⁰⁰-14.⁰⁰ dan pada 17.⁰⁰-20.⁰⁰, kantor pemerintah dan pendidikan pada 07.⁰⁰-14.⁰⁰, jasa komersial 08.⁰⁰-17.⁰⁰, pemukiman berlangsung sepanjang hari (frekuensi rendah saat penghuni bekerja sekitar 08.⁰⁰-17.⁰⁰). Intensitas kegiatan terbesar berada di segitiga Jl. A.Yani, Jl. Kartini dan Jl. Raden Intan (RDTRK Bandar Lampung).

4.2. Pendekatan Tata Ruang Luar Dan Mall Sebagai Ruang Perantara Pedagang Formal dan Informal

Ruang untuk pedagang formal dan informal dapat dikaitkan satu sama lain oleh ruang perantara yang berupa ruang terbuka dan mall. Hubungan antara ruang untuk pedagang formal dan ruang untuk pedagang informal tergantung pada sifat ruang yang menghubungkannya (Ching, 1984).

Tabel IV.1. Analisis Sifat Ruang Perantara dan Ujudnya

	Sifat Ruang Perantara	Ujud Ruang Perantara
	ruang perantara dapat berbeda dalam bentuk dan orientasi dari kedua ruang lainnya untuk menunjukkan fungsi pendukungnya	Ruang Terbuka
	kedua ruang seperti juga ruang perantara dapat setara dalam ujud dan ukuran dan membentuk urutan-urutan linier ruang	Ruang Terbuka
	ruang perantara dapat menjadi linier dalam bentuk untuk menghubungkan kedua ruang yang berjauhan satu sama lain atau menyambung seluruh deretan ruang yang tidak punya hubungan langsung	Mall
	ruang perantara jika cukup besar dapat menjadi ruang yang dominan dalam hubungan dan mengorganisir sejumlah ruang-ruang yang mengikutinya	Ruang Terbuka
	bentuk ruang perantara dapat ditentukan hanya oleh bentuk-bentuk dan orientasi dari dua ruang yang dihubungkan	Ruang Terbuka

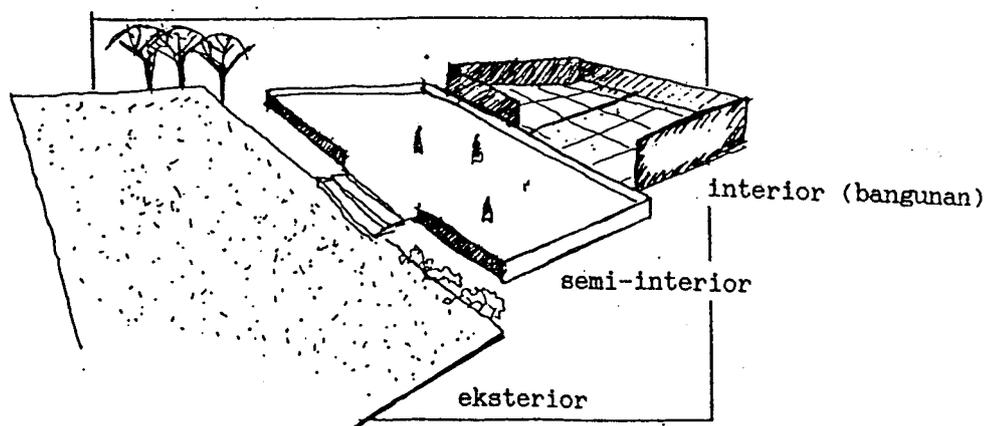
Sumber : Analisa

Keterangan : PF = Pedagang Formal
PI = Pedagang Informal

a. Ruang Terbuka

Ruang terbuka yang dimaksudkan disini terdiri dari ruang parkir dan plaza. Ruang parkir bisa dikelompokkan menjadi eksterior dan plaza bisa dikelompokkan dalam semi interior (Ashihara, 1974).

Pendekatan perencanaan yang berbeda pada masing-masing ruang sangat dibutuhkan untuk pergerakan dari ruang-ruang yang bersifat umum (eksterior) menuju kesemi umum (semi interior) dan kemudian menuju ke ruang privat (interior/bangunan)



Gambar 4.2. Hirarki Ruang Luar
Sumber : Ashihara, 1974

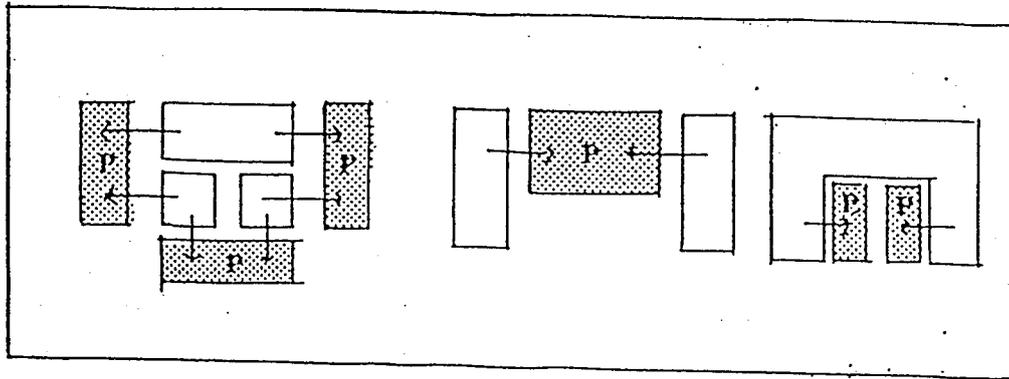
Berikut akan diuraikan arahan pengembangan ruang terbuka berdasarkan fungsinya dan arahan yang menunjang pergerakan/hirarki ruang luar.

(1) Ruang Parkir

Ruang parkir ini terutama berfungsi sebagai fasilitas penunjang sektor perdagangan formal.

Berdasarkan tuntutan kegiatan pelaku, arahan pengembangan ruang parkir adalah:

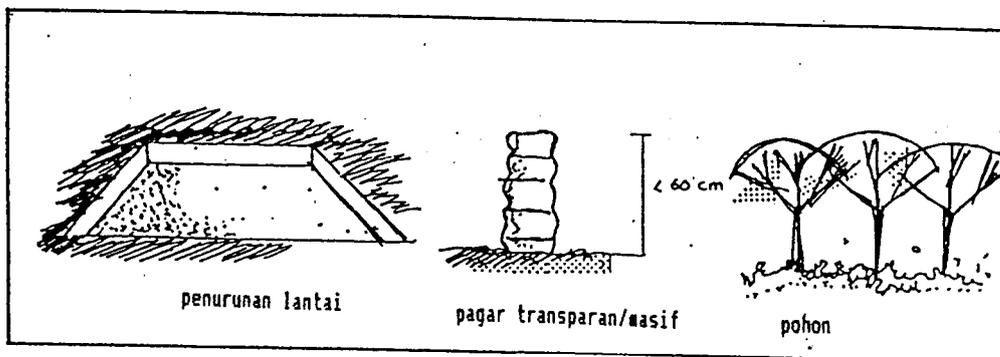
- merupakan daerah transisi antara jalur umum (jalan) dengan bangunan.
- penataan parkir pada ruang luar dan basement sebagai alternatif pemenuhan lahan parkir.
- pemisahan fasilitas parkir untuk pengunjung dan karyawan toko
- dapat menjadi arah orientasi bangunan atau sebagai penyatu massa bangunan
- alternatif pola parkir kendaraan: seri, paralel, gabungan, dan diagonal.



Gambar 4.3. Bentuk-bentuk Perhubungan Parkir dengan Bangunan
Sumber : Pemikiran

Sebagai ruang eksterior, ruang parkir yang direncanakan harus :

- berupa ruang lebar dengan perbandingan D/H relatif besar
- permukaan relatif kasar
- membutuhkan batas fisik, tetapi tidak membatasi secara visual



Gambar 4.4. Batas Fisik yang Tidak Membatasi Secara Visual
Sumber : Pemikiran

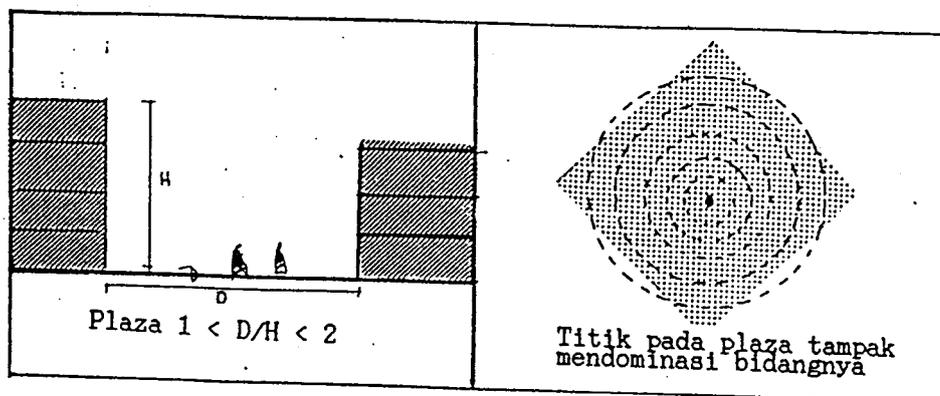
(2) Plaza

Plaza yang berfungsi sebagai penyatu dan orientasi massa bangunan untuk pedagang formal dan informal harus:

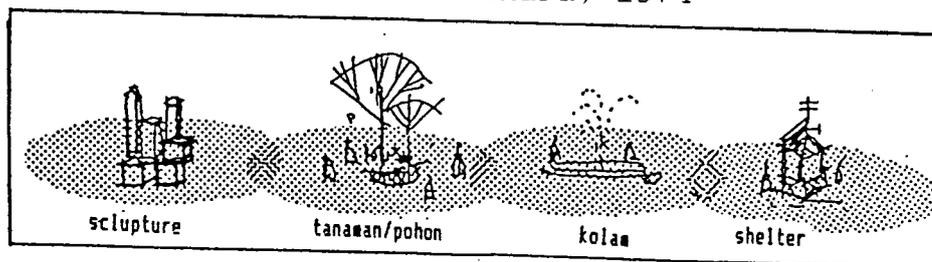
- Mempunyai kesan yang kuat agar dapat memenuhi fungsinya tersebut. Menurut Camilo Sitte, agar plaza yang dicipta-

kan menjadi kuat perlu diperhatikan lebar minimum plaza sama dengan tinggi bangunan utamanya tidak boleh dua kali tingginya, kecuali desainnya memberikan kemungkinan pada plaza tersebut menjadi lebih besar lagi.

- Besar plaza: $1 < D/H < 2$ (Ashihara, 1974)
- Perletakan unsur titik pada plaza membuatnya menjadi lebih kuat. Unsur titik ditengah-tengah suatu lingkungan tampak stabil dan diam memimpin unsur-unsur disekelilingnya, sehingga titik itu sendiri tampak mendominasi bidangnya (gambar 4.5. dan 4.6.)



Gambar 4.5. Plaza yang Mempunyai Kesan Kuat
Sumber : Ashihara, 1974



Gambar 4.6. Alternatif Unsur Titik pada Plaza yang Memperkuat Ruang
Sumber : Ashihara, 1974

Sebagai ruang semi interior, plaza disusun dengan material lebih baik dan D/H lebih kecil dibanding ruang eksterior.

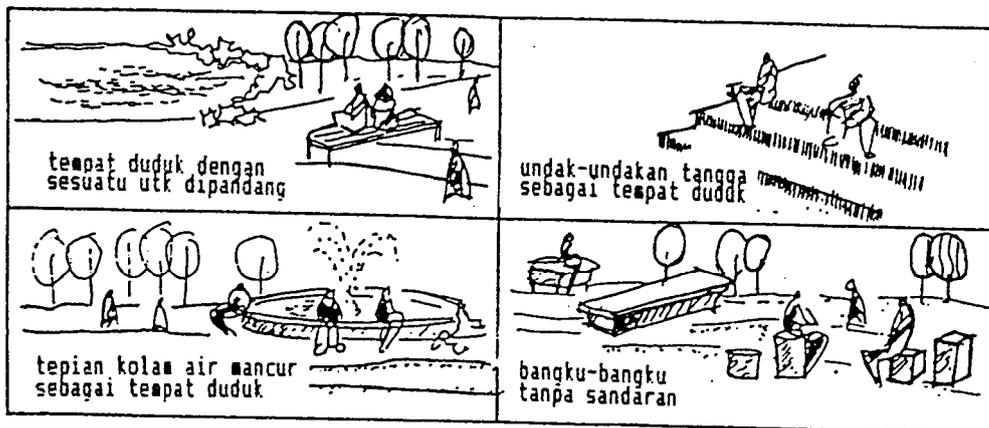
Plaza dapat juga berfungsi sebagai :

- Tempat bergerak (manusia berjalan kaki)

Penggunaan material permukaan dapat mempengaruhi kesan pergerakan, misal: perkerasan aspal dan beton cor memberi kesan cepat, permukaan kerikil mengesankan pergerakan lambat untuk jalan santai.

- Tempat istirahat

Apabila tempat istirahat ini tidak terpisah dari tempat bergerak, maka ruang ini sukar mempunyai suasana bebas yang dikehendaki. Tempat duduk merupakan pemecahan kebutuhan untuk istirahat dalam situasi tertentu, tetapi mungkin saja untuk duduk tanpa adanya tempat duduk sama sekali. Suatu rancangan tempat duduk tanpa sandaran mungkin tidak nyaman bila dipakai untuk jangka waktu lama, tetapi tempat duduk ini cocok di plaza karena mempunyai aspek bermacam-macam arah (*multidirectional*) yang cocok untuk situasi-situasi tertentu (Lourie, 1990). Tempat duduk yang terlalu nyaman kurang cocok diterapkan karena pengunjung akan duduk terlalu lama dan enggan untuk berjalan kembali (Gambar 4.7.)



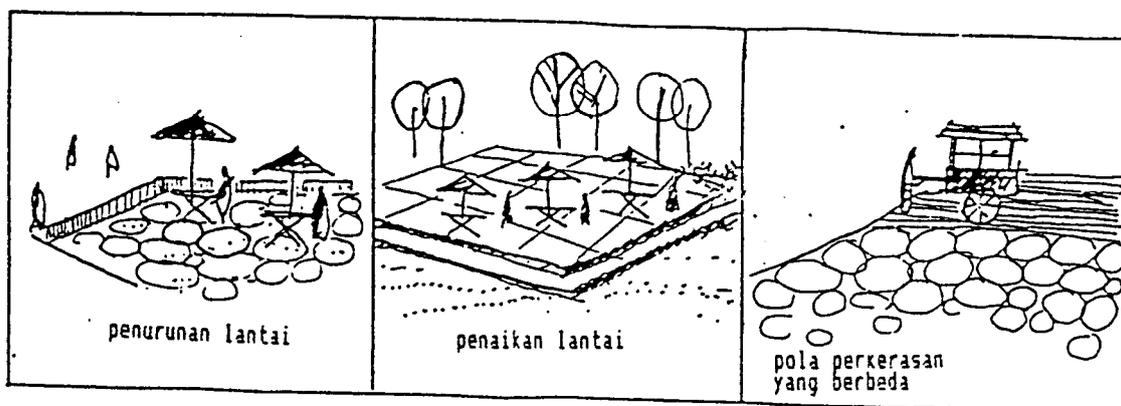
Gambar 4.7. Macam-macam Tempat Untuk Duduk
Sumber : pemikiran

- Tempat Pedagang Informal

Untuk membedakan area pedagang informal dengan ruang

untuk bergerak/beristirahat dapat dengan :

- Penurunan lantai: dapat mempertegas daerah areal pedagang informal, tetapi tetap merupakan satu kesatuan dari ruang sekitarnya.
- Penaikan Lantai: memberi kesan seperti terpisah dari ruang yang ada disekelilingnya, tetapi dapat meningkatkan nilai bangunan diatasnya.
- Pola perkerasan yang berbeda: dapat menegaskan suatu daerah ruang untuk fungsi tertentu, tapi tetap menyatu dengan ruang disekitarnya.



Gambar 4.8. Alternatif Penempatan Pedagang Informal
Sumber : Pemikiran

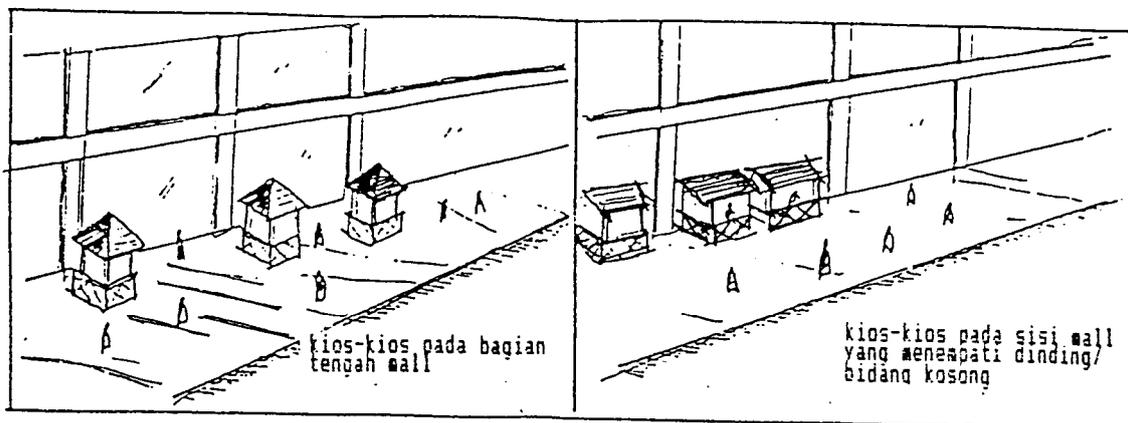
b. Mall

Pada Mall hubungan formal dan informal lebih erat sifatnya karena berjarak relatif dekat. Pedagang informal untuk jenis barang tertentu yang tidak menimbulkan sampah (non-makanan) ditampung pada kios-kios sepanjang mal. Kios-kios ini merupakan faktor penarik bagi pengunjung dan memberi variasi bagi suasana mall. Alternatif penempatan pedagang informal pada mall:

- tengah -> keuntungan: daerah pelayanan bisa lebih banyak (4/3/2 arah)
kerugian: mengganggu sirkulasi pengunjung, bila dimensi mal terlalu sempit.

- sisi mall-> keuntungan: tidak mengganggu sirkulasi
kerugian: daerah pelayanan terbatas $\frac{1}{2}$ arah saja

Kedua alternatif ini akan dipertimbangkan dengan menyesuaikan tata ruang dalam kebutuhan daerah pelayanan pedagang informal



Gambar 4.9. Penempatan Kios Pada Mall
Sumber : Pemikiran

Fungsi Mall sebagai jalur sirkulasi dan ruang bagi pedagang informal menimbulkan syarat-syarat:

- Dimensi mall harus diperhitungkan agar penempatan kios pedagang informal tidak mengganggu sirkulasi pengunjung (hubungan p,l dan t).
- Variasi perletakan area bagi pedagang formal dan informal agar suasana mall tidak monoton.

4.3. Pendekatan Kebutuhan Ruang Pusat Perbelanjaan

4.3.1. Pengelompokan Ruang

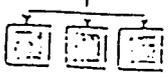
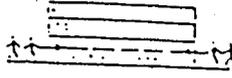
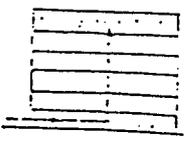
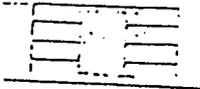
Sistem peruangan pada pusat perbelanjaan dibagi menjadi 4 bagian menurut fungsinya, yaitu:

- a. Kelompok ruang pelayanan pembelian
- b. Kelompok ruang pelayanan rekreasi/hiburan

- c. Kelompok ruang pelengkap (pengelola, bank, agen dll)
- d. Kelompok ruang pendukung (parkir, lavatory, utilitas)

Perbandingan area untuk pedagang sektor formal dan informal diasumsikan sebesar 75% : 25%. Perbandingan ini didapat setelah melihat kebutuhan ruang masing-masing pedagang untuk melakukan kegiatannya. Pedagang kakilima membutuhkan ruang yang relatif lebih kecil karena sarana yang dibutuhkan berupa kios-kios dan gerobak saja. Selain itu angka tersebut ditentukan setelah melihat contoh pusat-pusat perbelanjaan yang menggabungkan sektor formal dan informal yang sudah ada (antara lain: Kalibata Mall, Citra Niaga-Samarinda).

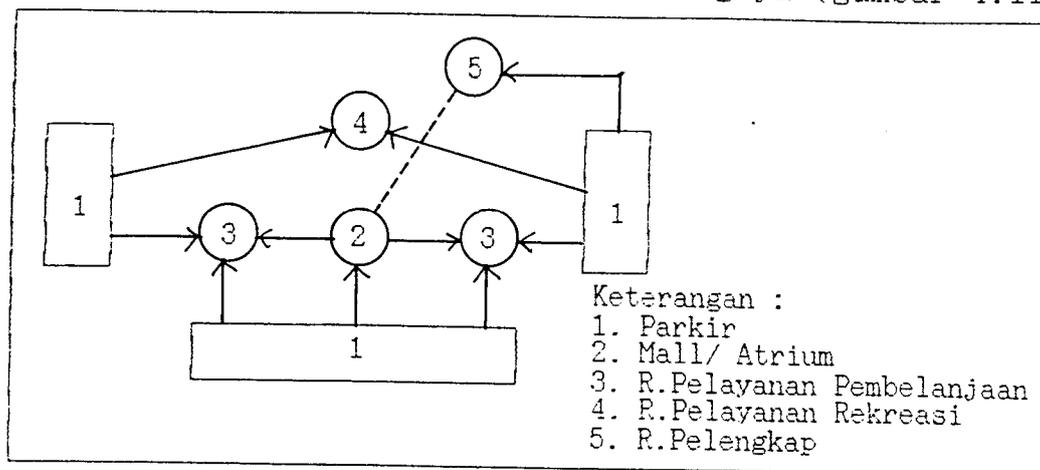
Pengelompokan ruang dalam bangunan mempertimbangkan beberapa faktor antara lain (gambar 4.10)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruang-ruang yang mempunyai hubungan kegiatan yang erat sebaiknya diletakkan berdekatan 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruang-ruang yang membentuk jaringan utilitas yang sama sebaiknya diletakkan berdekatan 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruang-ruang yang membutuhkan kesan utk menarik pengunjung diletakkan pada tempat yang strategis 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruang-ruang yang mempunyai kegiatan yang lebih singkat diletakkan pada lantai bawah, diimbangi dengan kegiatan yang ada diatas yang masih aktif, sehingga suasana bangunan tetap hidup 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruang yang membutuhkan bentangan lebar sebaiknya diletakkan pada lantai atas 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interaksi, komunikasi antar tiap lantai dalam bangunan perlu diciptakan guna kesatuan kegiatan dalam bangunan. 	

Gambar 4.10. Kriteria Pengelompokan Ruang
Sumber : White, 1985

4.3.2. Skema Hubungan Ruang

Secara makro dibuat skema hubungan ruang untuk memperkirakan sirkulasi dan perletakan ruangnya (gambar 4.11.)



Gambar 4.11. Skema Hubungan Ruang
Sumber : Pemikiran

4.4. Pendekatan Karakter Ekspresi Visual

Pendekatan karakter familiar ini, dilakukan melalui ekspresi visual ruang yang penting, dalam membentuk persepsi visual pengunjung. Seleksi ruang penting dilakukan melalui penelusuran proses kegiatan pengamatan visual pengunjung, seperti skema berikut ini.

Tabel IV.2. Skema Analisis Kontak Visual

PROSES	KEGIATAN	KONTAK VISUAL & FREKUENSI
LINGKUNGAN	Mempertimbangkan dan memutuskan untuk masuk	CUKUP
RUANG LUAR	Parkir	Sekilas dan sebentar
Entrance	Masuk/ Keluar	Sekilas
M A L L	Berjalan-jalan Menikmati suasana	Seksama dan Berulang-ulang
R e t a i l	Berbelanja, Melihat barang	Sekilas dan Lama

Sumber : Nuryadi Arief, 1995

Dari skema tersebut diatas, memperlihatkan adanya dua ruang penting yang membentuk persepsi pengunjung:

- 1) **Mal**, adalah ruang dengan tingkat aktifitas dan jumlah pelaku tinggi. Ruang ini akan sangat kuat membentuk persepsi pengunjung.
- 2) **Tampilan bangunan**, adalah unsur pembentuk kontak visual paling awal dengan pelaku, dimana persepsi yang terbentuk olehnya akan sangat menentukan keputusan pengunjung untuk berkunjung atau tidak.

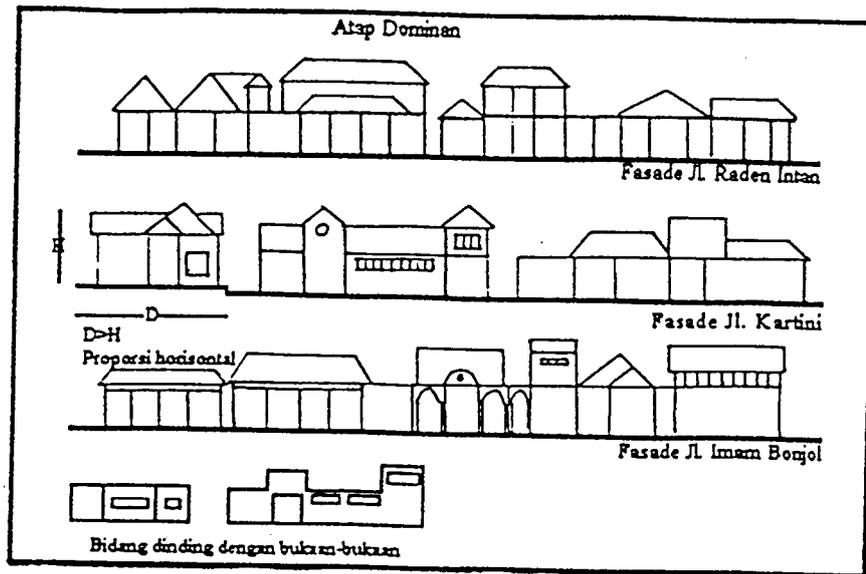
4.4.1. Tampilan Bangunan

Citra rekreatif dalam fasade dikomunikasikan melalui pengembangan fasade yang membentuk persepsi dinamis, yakni melalui tahap-tahap analisis berupa pengambilan sampel, analisis dan tipologi fasade.

Unsur yang dianalisis adalah *figur facade*, berdasarkan pendapat Setiadji (1978), bahwa: salah satu bentuk yang paling mudah ditangkap oleh persepsi visual seorang pengamat adalah gambaran dasar atau *figur*.

Pengambilan sampel bangunan dibatasi pada bangunan komersial, khususnya pertokoan, yang karakter visualnya merupakan elemen penting, rekreatif/dinamis dan memiliki kedekatan dengan karakter awak konsep mal, yakni *shopping street*.

Analisis ditekankan pada pola-pola dominan pembentuk *figur facade*, yaitu, *shape*, proporsi dan ornamentasi.



Gambar 4.12. Pertokoan di Bandar Lampung
Sumber : Pengamatan

Analisis Figur Facade

(a) **proporsi**, umumnya memiliki proporsi bangunan dengan dimensi horizontal lebih besar dari dimensi vertikal, (b) **shape**, komposisi masa bangunan terdiri dari bidang atap limasan/miring, datar dan bidang dinding dengan bukaan-bukaan. Masa berukuran sedang, terdiri dari masa-masa tunggal tersusun linier sepanjang jalan, (c) **ornamentasi**, berkesan sederhana dan efisien, dengan elemen menyolok berupa *sign-board*

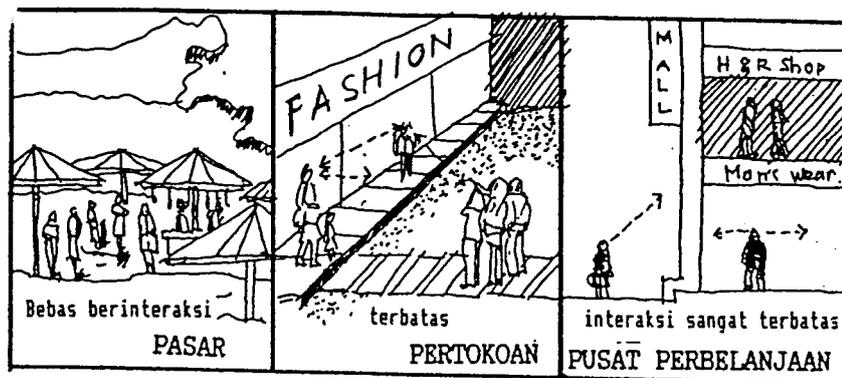
Arahan pengembangan fasade dilakukan melalui rancang ulang pada pusat perbelanjaan yang mengacu pada pola-pola dominan tersebut dengan kemungkinan pengembangan melalui refleksi, duplikasi dan pengambilan detail sebagai referensi.

4.4.2. Mall

Dengan arah pendekatan yang sama, karakter rekreatif pada mall dikomunikasikan melalui pengembangan *figur mall*, yang berekspressi dinamis/rekreatif.

A. Bentuk Dasar Mall

Sebagaimana telah dipaparkan pada 2.5.C, ada tiga bentuk dasar mall menurut pelingkupnya yakni, mall terbuka (*open mall*), mall tertutup (*enclosed mall*) dan mall gabungan. Pada mall tertutup, mall sepenuhnya terlingkupi dan tertutup dari lingkungan luar, sehingga aktifitas didalamnya tidak bisa dirasakan dari luar. Pada mall terbuka, interaksi visual antara pusat kegiatan dengan lingkungan tidak dibatasi. *Privacy* beraktifitas dan *climatic control* sulit tercapai. Sebagai perbandingan morfologi, dapat dilihat pada kasus antara pasar tradisional, pertokoan dan pusat belanja modern.



Gambar 4.13. Morfologi Tempat Belanja
Sumber: Pengamatan

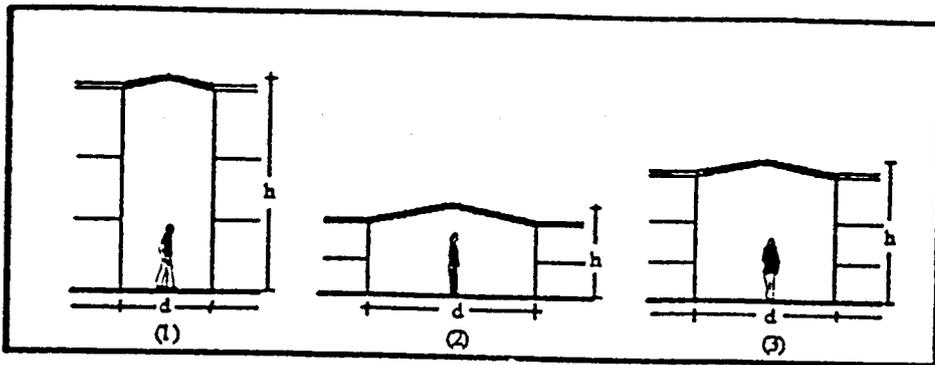
Uraian tersebut menghasilkan arahan pengembangan bentuk dasar mall, yakni mall gabungan, dimana selain terdapat mall tertutup juga terdapat mall terbuka sebagai interaksi antara pusat kegiatan dengan lingkungan, agar tercapai suasana rekreatif.

B. Proporsi Mall

Proporsi/ perbandingan skala, secara psikologis sangat

mempengaruhi pembentukan kesan akrab pada mall.

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



Gambar 4.14. Pengaruh Proporsi pada Karakter Ruang

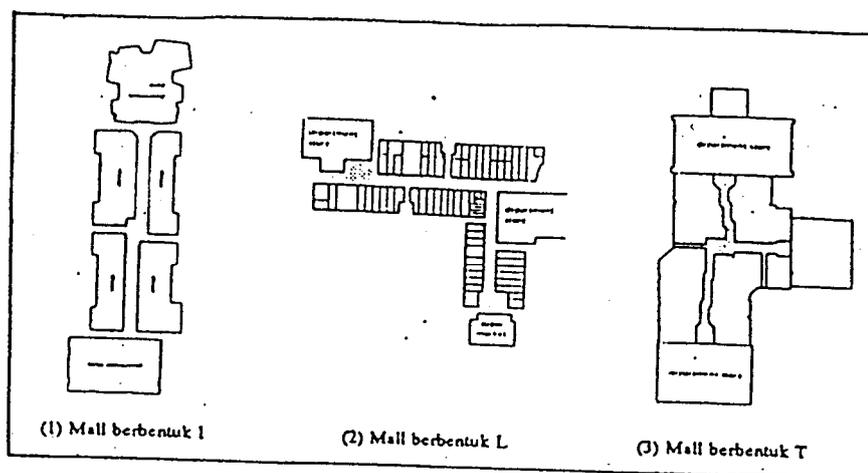
Sumber : Pemikiran

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

C. Pola Mall

Pola mall sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah pusat perbelanjaan yang memakai konsep mall. Dari bermacam-macam pola mall yang ada (Gambar 2.7.), umumnya tata letak yang paling berhasil adalah yang berbentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T, dan L (Frics, Northen dan Haskoll, 1977). Hal ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko/tempat yang ditujunya. Bentuk mall yang paralel (*double coridor*) atau tata letak berbentuk

kompleks lainnya umumnya kurang sukses, dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang. Contoh *Shopping Mall* yang sukses dengan tata letak sederhana antara lain: (1) Explanade Oxnard, California dengan mall berbentuk I, (2) Yorkdale, Toronto dengan mall berbentuk L, (3) Franklin Park Mall, Toledo, Ohio dengan mall berbentuk T.



Gambar 4.15. Bentuk-bentuk mall yang berhasil pada umumnya
Sumber : Maitland, 1987

BAB V

KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

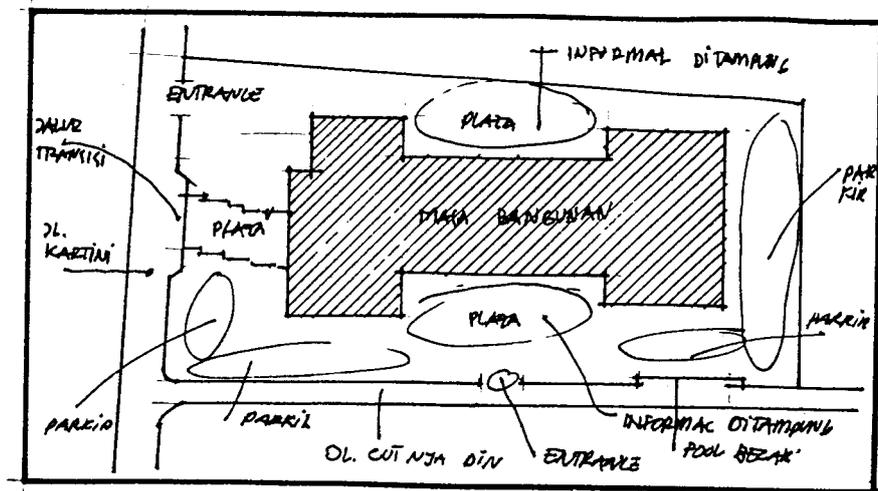
Konsep perencanaan dan perancangan sebagai tahapan akhir penulisan, merupakan arahan-arahan menuju transformasi ke bentuk rancangan fisik. Tahapan ini masih memiliki kemungkinan untuk dievaluasi kembali guna mendapatkan umpan balik yang berguna pada setiap tahap perancangan.

5.1. Konsep Kebutuhan Luas Ruang

Kebutuhan luas ruang berdasar pada kebutuhan luas pusat perbelanjaan di Bandar Lampung sampai dengan tahun 2004 yaitu 20.788 M^2 . Sedangkan berdasarkan luas site yang ada (2,2 ha), dari koefisien dasar bangunan 60 - 80% (diasumsikan 80%), dapat ditemukan luas dasar bangunan yang dapat dibangun sebesar $\pm 17.600 \text{ M}^2$, dengan 3 lantai + 1 basement maka luas total lantai bangunan $\pm 70.400 \text{ M}^2$.

5.2. Konsep Perencanaan Lokasi

Untuk meningkatkan kualitas daya dukung lahan serta memberi nilai baru pada lokasi, maka dilakukan pengembangan pencapaian ke site secara aman dan nyaman, antara lain melalui pemberian jalur transisi pada pencapaian dari jalan berlalulintas padat, memberi alternatif lain dan peningkatan kondisi jalan lingkungan, pengalokasian kembali fungsi-fungsi yang dinilai kurang mendukung, seperti pangkalan becak, sektor informal yang mengganggu, kemungkinan alih fungsi ruang disekitar lokasi dengan memperhatikan kebutuhan ruang dan perkembangan kegiatan pada sekitar lingkungan. Garis besar arahan peningkatan kualitas lingkungan dapat digambarkan sebagai berikut:

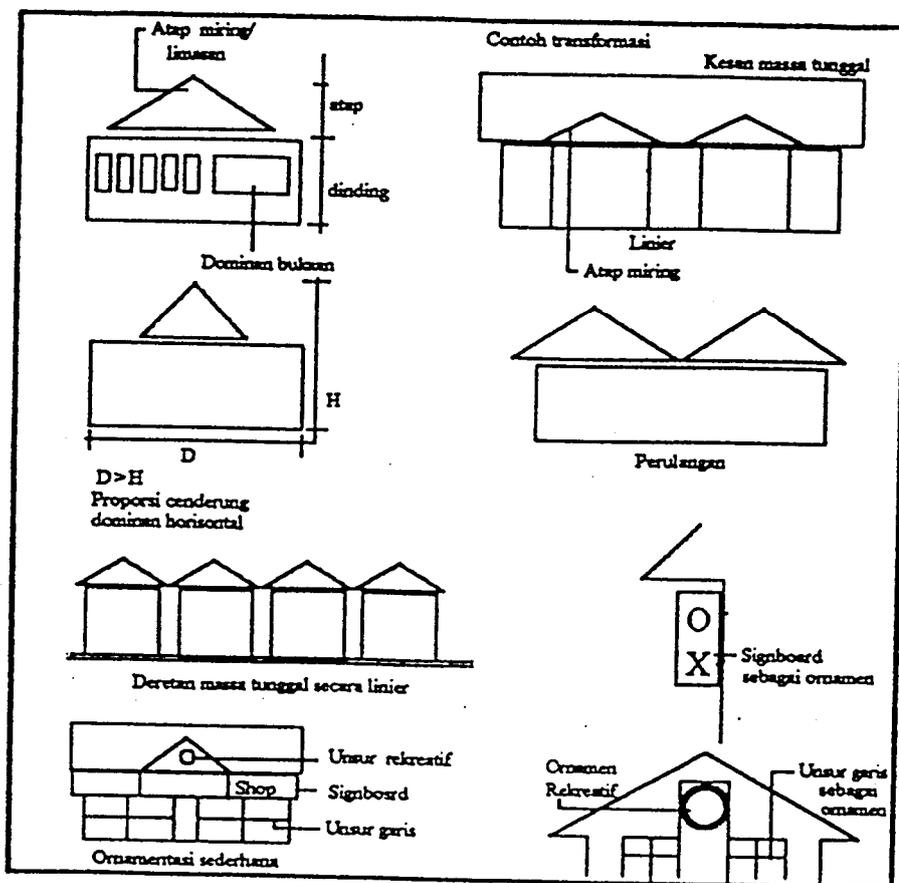


Gambar 5.1. Arahana Perencanaan Lokasi
Sumber : Analisa

5.3. Konsep Bentuk dan Penampilan Bangunan

Secara garis besar, penyelesaian bentuk dan ekspresi arsitektural mengacu pada unsur rekreatif, sebagai tuntutan dominan pengunjung dan tautan fungsional bangunan sebagai fasilitas komersial dan rekreasi. Untuk mengungkapkan unsur rekreatif sebagai ekspresi arsitektural, perancangan bangunan menggunakan karakteristik arsitektural fasade bangunan dari hasil interpretasi karakter bangunan-bangunan komersial yang rekreatif bagi pengunjung, yaitu pertokoan linier. Karakteristik arsitektural sebagai arahan perancangan meliputi komposisi bidang atap dan dinding, dimensi horizontal massa yang dominan, perulangan dan penerapan detail serta ornamentasi secara sederhana dengan mempertimbangkan ekspresi estetika bangunan, diwujudkan secara fisik sebagai berikut: (A) bidang atap, tampil dominan dengan bentuk dasar limasan dan pengembangannya, (B) bidang dinding, permukaan dinding didominasi bidang bukaan, (C) proporsi vertikal-horizontal, penampilan bangunan membentuk pola masa linier dengan perbandingan

dimensi horizontal lebih dominan dibanding dimensi vertikal bangunan, (D) ornamentasi, penerapan prinsip ornamentasi secara sederhana namun kreatif, termasuk tampilan *signboard* yang cukup menonjol pada fasade. Bentuk transformasi arsitektural dapat digambarkan sebagai berikut ini:



Gambar 5.2. Bentuk Transformasi Arsitektural
Sumber : Analisa

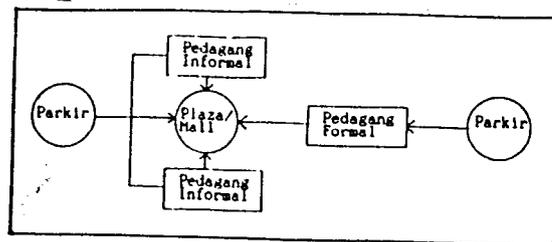
5.4. Konsep Tata Ruang Luar

5.4.1. Pola Ruang Luar

Ruang luar pada tapak ditujukan serta dimanfaatkan antara lain untuk :

- ruang tangkap visual

- pendukung penampilan bangunan dan pembentuk suasana
- pengarah sirkulasi kendaraan dan pedestrian
- ruang interaksi antar kegiatan dan komunitas pemakai yang beragam



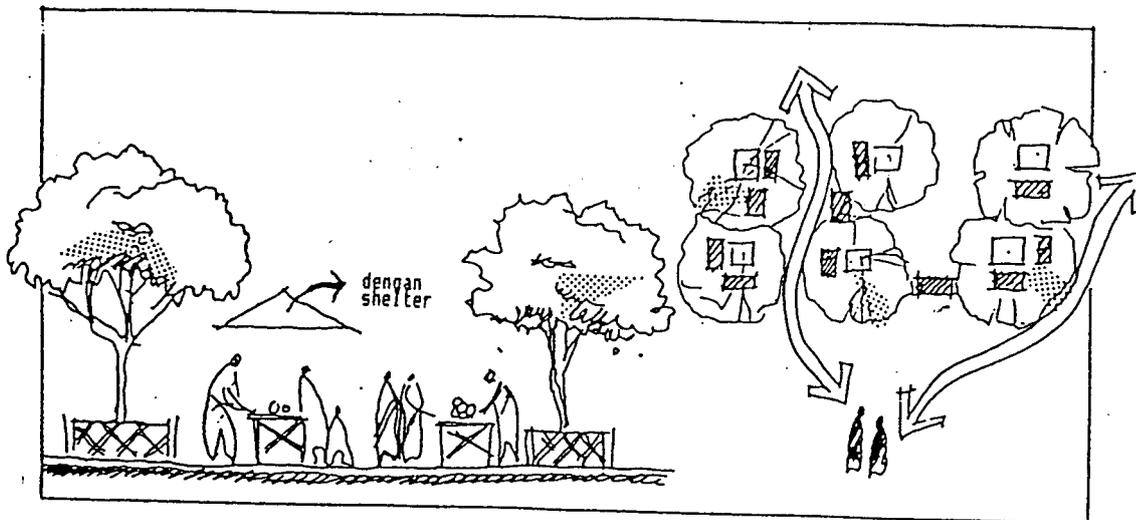
Gambar 5.3. Pola Ruang Luar
Sumber : Pemikiran

5.4.2. Ruang Terbuka/ Plaza

Ruang terbuka sebagai ruang "penangkap" dan "penerima" pejalan kaki, maka letaknya pada ujung-ujung tapak atau dekat titik-titik pengaliran pengunjung.

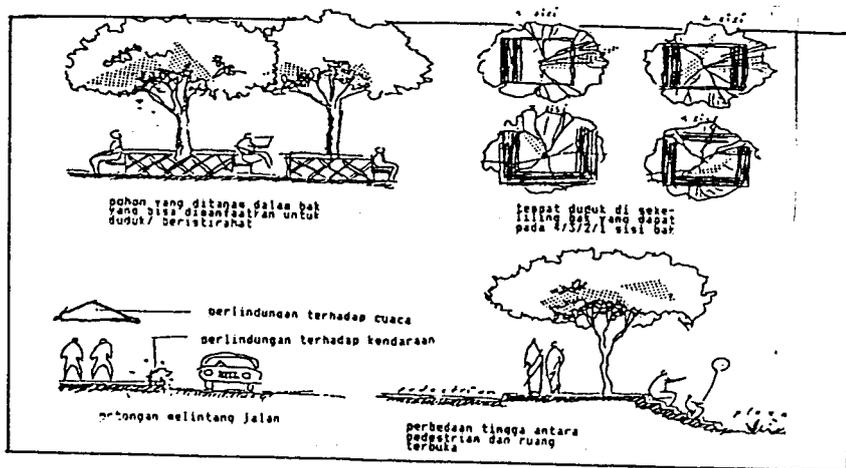
Penataan fisik ruang luar terutama ditekankan pada penataan ruang-ruang terbuka (parkir dan plaza) serta tata vegetasi. Selain itu mengingat kegiatan pengunjung dan pedagang informal yang diakomodasikan, maka konsep ruang luar yang dirancang:

- Memberikan wadah bagi pedagang informal dengan persyaratan-persyaratan tertentu, antara lain:
 - Separuh dari ruang ini adalah hijau, yang memiliki bak besar untuk semak-semak dan bunga, separuhnya merupakan plaza terbuka untuk kakilima non-permanen yang diteduhi pohon-pohon didalam bak tanaman. pengaturan kakilima ini mengikuti perletakan dari bak, pada satu sisi menghadap jalur pejalan kaki.



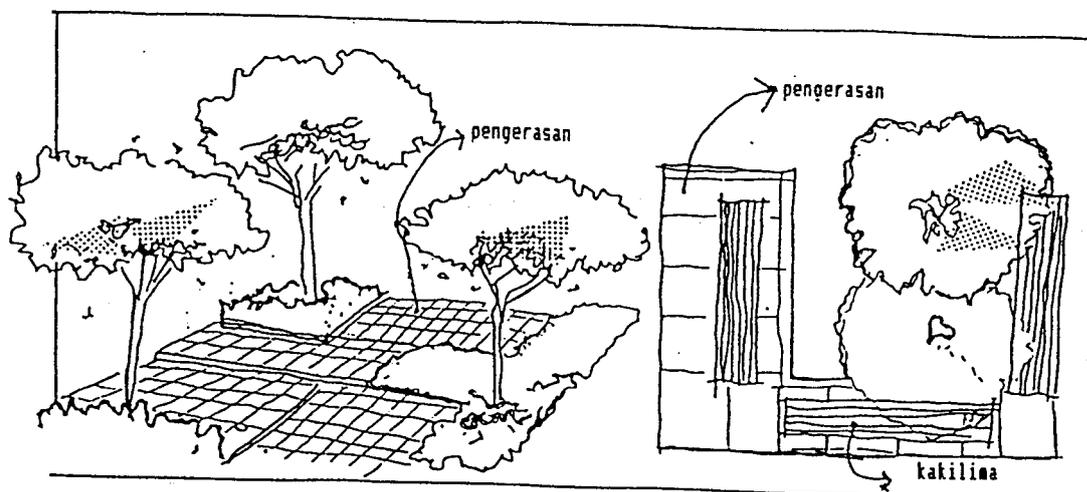
Gambar 5.4. Kakilima dan Bak Tanaman
Sumber : Pemikiran

- b. Memberikan wadah yang optimal, nyaman dan aman bagi pejalan kaki antara lain dengan cara sebagai berikut:



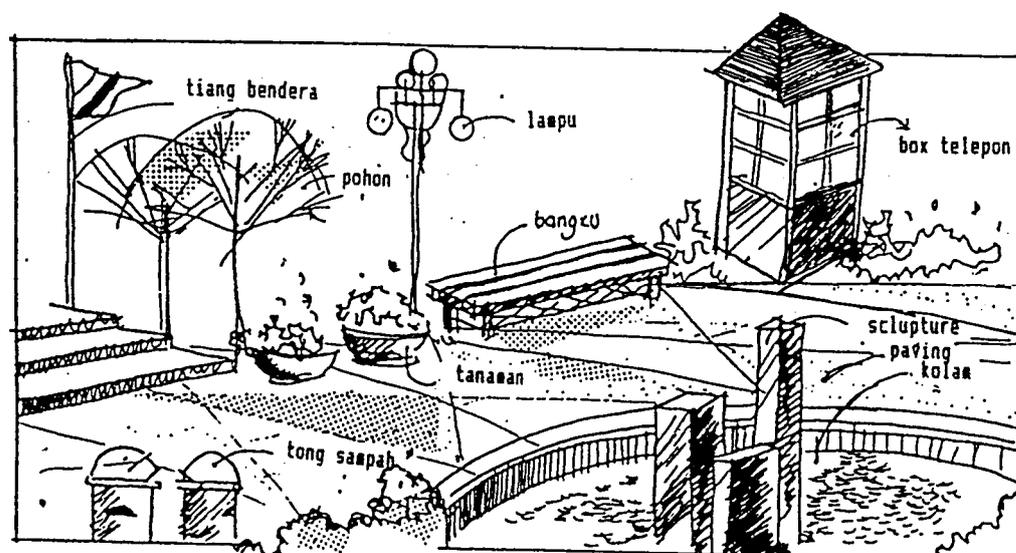
Gambar 5.5. Wadah Bagi Pejalan Kaki
Sumber : Pemikiran

- Kakilima hanya boleh diatas pengerasan dibawah pohon disekeliling bak tanaman



Gambar 5.6. Kakilima dan Pengerasan di Sekeliling Bak
Sumber : Pemikiran

- c. Menambahkan elemen-elemen ruang luar (*street-furniture*) yang dapat memberi kesan keruangan yang lebih baik. Elemen elemen ini selain berfungsi sebagai pelengkap ruang dan informasi visual, dapat juga berfungsi sebagai titik orientasi. Elemen ini antara lain terdiri dari perkerasan (*paving*), tanaman, lampu, desain grafis, *sculpture*, kolam, bangku-bangku, *shelter*, kios, telepon umum.



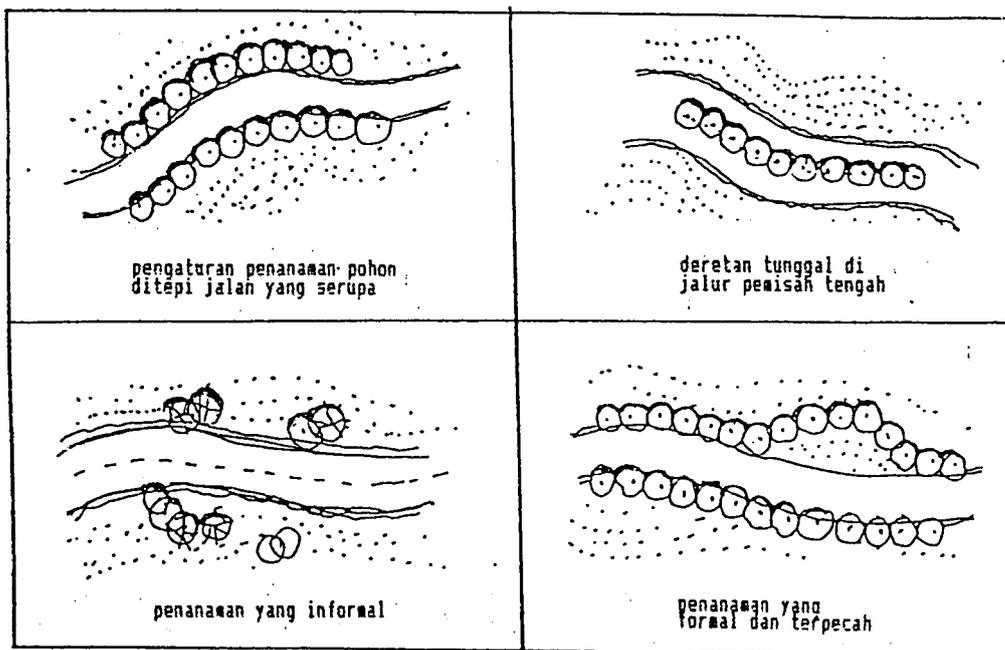
Gambar 5.7. Elemen-elemen Ruang Luar
Sumber: Rubenstein, 1978

5.4.3. Tata Vegetasi/Pertamanan

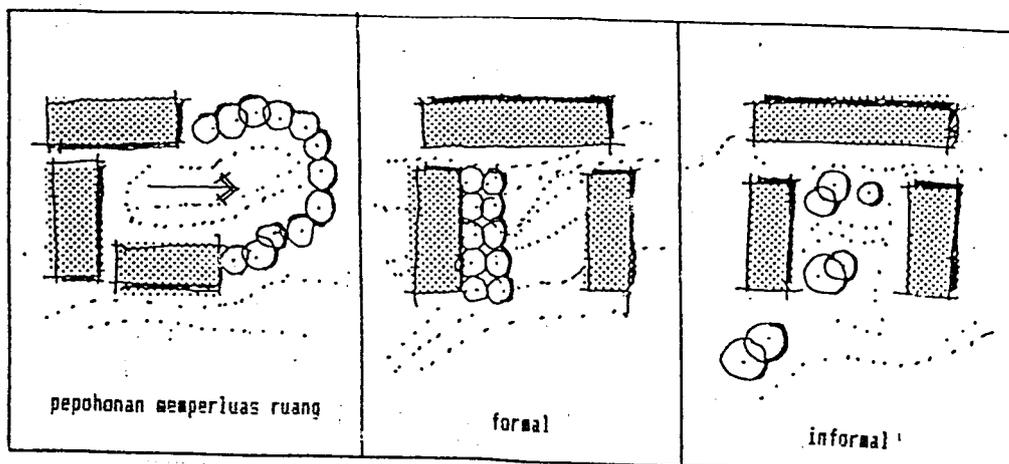
Konsep tata vegetasi/pertamanan dibedakan untuk ruang luar dan ruang dalam.

a. Tata vegetasi pada ruang luar

Tata vegetasi pada ruang luar diatur untuk, memberi arah, menyediakan perlindungan terhadap iklim, sebagai *screening*/membatasi pandangan dari pemandangan yang tidak dikehendaki dan mereduksi polusi suara/bau. Oleh karena itu direncanakan suatu rencana penanaman diagramatis yang terdiri dari pepohonan, penutup permukaan (*ground cover*) dan rerumpun-tan untuk tujuan diatas.



(1) Tata Vegetasi pada Jalur Pedestrian



(2) Tata Vegetasi pada Plaza

Gambar 5.8. Tata Vegetasi pada Ruang Luar
Sumber : Unterman, 1986

b. Tata vegetasi pada ruang dalam

Pertamanan pada ruang dalam ini diarahkan penempatannya pada mall yang ada karena mempertimbangkan cahaya matahari (melalui skylight) dan perawatannya. Jenis tanaman-tanaman yang bisa digunakan dalam pusat perbelanjaan dan sifatnya dapat dilihat pada tabel di lampiran.

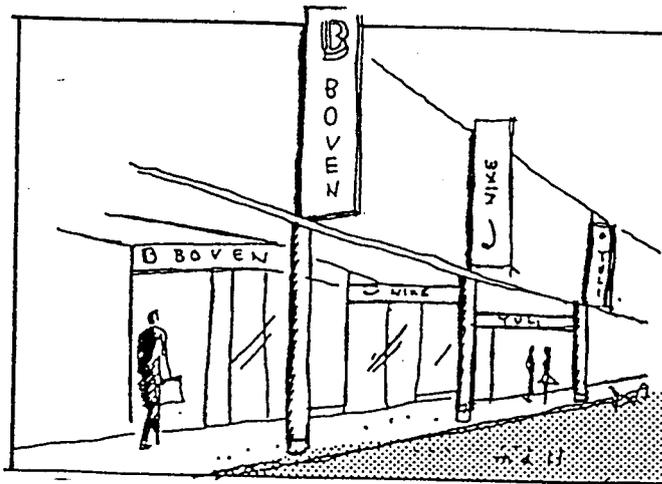
5.5. Konsep Tata Ruang Dalam

Konsep tata ruang dalam ini disusun dengan mengingat kegiatan pelaku yang ditampung. Konsep ruang-ruang pada pusat perbelanjaan ini antara lain:

- organisasi ruang yang sederhana yang memudahkan pencapaian.
- arahan sirkulasi yang jelas dan terdapat perluasan pada beberapa jalur sirkulasi untuk variasi dan perletakan fasilitas-fasilitas tertentu (bangku, tanaman, dsb)
- perletakan kakilima kering (souvenir, bunga, buah, jajanan, koran, softdrink, snack) yang semi permanen pada kios-kios dan mall; kakilima yang menjual makanan porsi (bakso,

es, soto, dsb) pada pujasera serta kakilima non permanen (penjual balon, es krim, mainan anak, tanaman) pada ruang terbuka yang ada.

- d. menempatkan ruang yang sifatnya privat (ruang pengelola, administrasi) terpisah dengan ruang-ruang yang bersifat umum (toko, bioskop, dsb)
- e. perletakan papan nama toko dapat secara horizontal atau vertikal dengan ketinggian dan ukuran tertentu agar membentuk kesatuan (gambar 5.9.)



Gambar 5.9. Perletakan Papan Nama Toko pada Pusat Perbelanjaan
Sumber : Pemikiran

5.5.1. Pengelompokan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang

Sistem peruangan pada pusat perbelanjaan dibagi menjadi 4, yaitu:

a. Kelompok ruang pelayanan pembelian

- pertokoan
- supermarket/pasar swalayan
- departement store
- kios-kios kakilima

b. Kelompok ruang pelayanan rekreasi/hiburan

- bioskop
- restoran, cafetaria dan coffe shop
- pujasera
- fitness centre
- amusement centre (arena hiburan dan bermain/ketangkasan)
- diskotik, karaoke
- billyard, dll.

c. Kelompok ruang pelengkap

- bank
- warparpostel
- salon
- agen penerbangan, biro perjalanan
- kantor pengelola/administrasi

d. Kelompok ruang pendukung

- parkir
- lavatory
- penjagaan keamanan
- gudang
- servis (sirkulas, komunikasi, pengkondisian ruang, sanitasi, MEE)

5.5.2. Karakter dan Tuntutan Ruang

Tuntutan dan karakter berbagai ruang berbeda menurut jenis serta sifat kegiatan yang berlangsung didalamnya. Berbagai tuntutan yang meliputi persyaratan suasana dan persyaratan fungsional pada beberapa ruang kegiatan di antaranya:

a. Ruang Pelayanan Pembelanjaan (Kegiatan Komersial)

Ruang-ruangnya yang meliputi toko-toko, kios-kios kakilima, *Super Market* dan *Departement Store* harus mempunyai pencapaian yang mudah dari segala sisi, baik oleh pengunjung yang berjalan kaki atau membawa kendaraan. Selain itu ruang-ruang ini harus bersifat menarik, terbuka, memperhatikan kenyamanan dan keamanan; serta memiliki kejelasan sirkulasi yang bisa mengarahkan pengunjung tapi tetap memberikan kebebasan untuk memilih toko yang ditujunya.

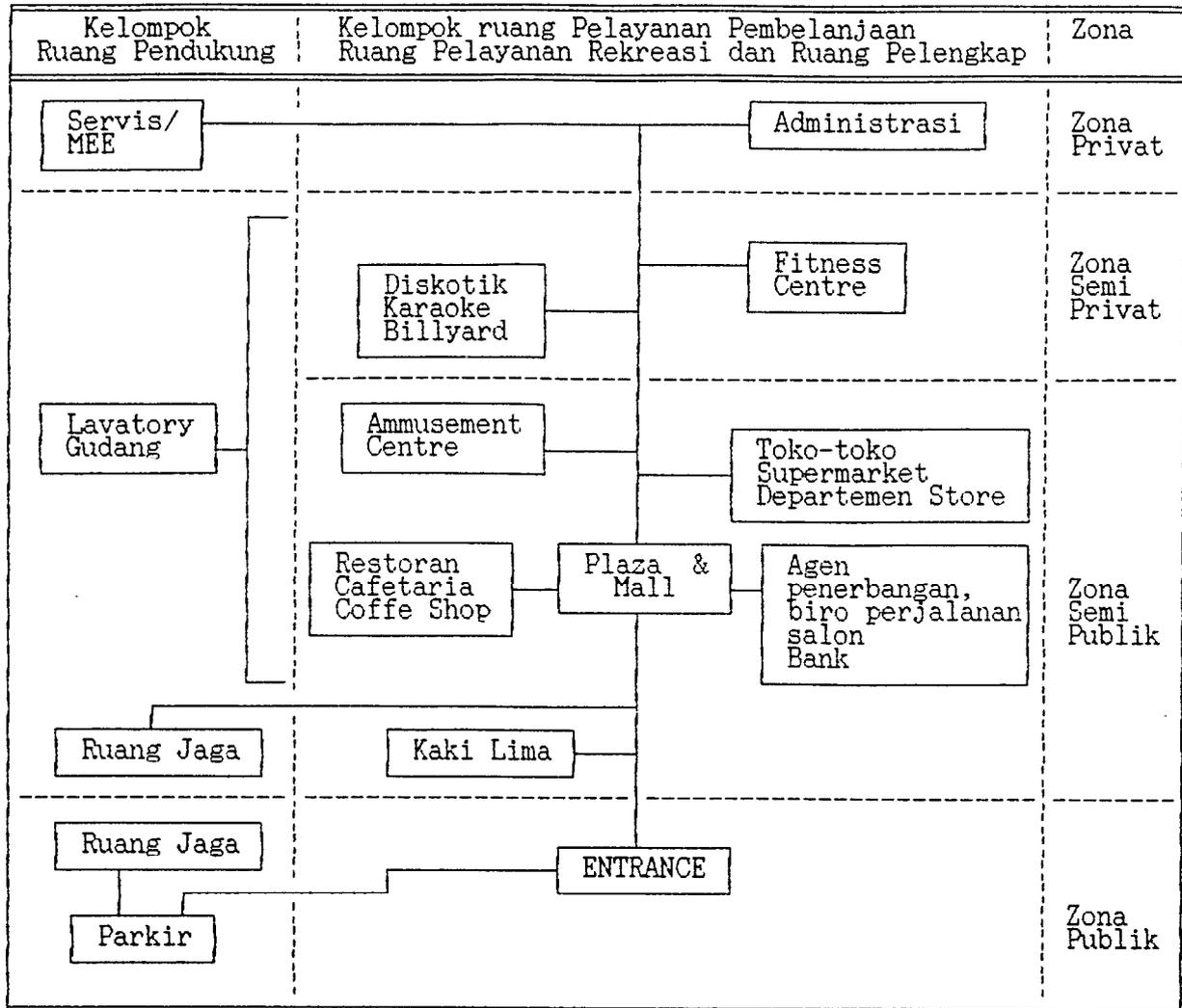
b. Ruang Pelayanan Rekreasi/Hiburan

Ruang-ruang ini diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Pusat Perbelanjaan ini. Oleh karena itu ruang-ruang pelayanan rekreasi ini harus ditata sedemikian pada titik-titik tertentu yang akan dilewati pengunjung, sehingga secara tidak langsung juga mengarahkan pengunjung untuk masuk dan berbelanja pada toko-toko di sekitarnya.

c. Ruang Pelengkap

Ruang pelengkap seperti bank, salon dan biro perjalanan merupakan ruang semi publik. Khusus untuk bank membutuhkan syarat keamanan yang lebih dibanding ruang lainnya, hal ini dicapai antara lain dengan meletakkan pada zone tersendiri pada bangunan. Kantor pengelola termasuk privat, sehingga perletakannya pada bangunan harus memungkinkan adanya *privacy*, ketenangan bekerja serta keamanan, disamping tetap memiliki kemudahan kontrol terhadap ruang-ruang pelayanan.

5.5.3. Organisasi Ruang pada Pusat Perbelanjaan



Gambar 5.10. Organisasi Ruang Pusat Perbelanjaan
Sumber : Pemikiran

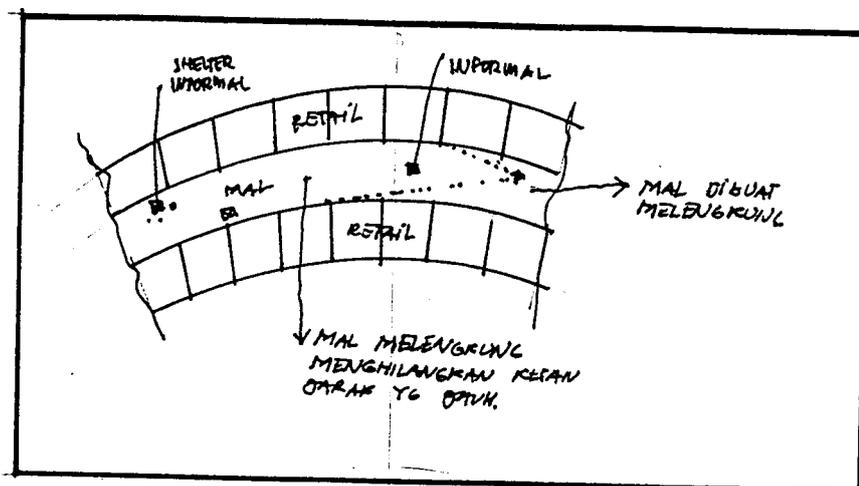
5.6. Konsep Pergerakan

Konsep pergerakan pada tapak dibedakan menjadi 2:

a. Sirkulasi pejalan kaki

- Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat disekeliling tapak.
- Jalur pedestrian ada dua macam yaitu terbuka (tanpa atap, berupa mall terbuka) dan tertutup (dalam bangunan, berupa mall tertutup), tetapi keduanya saling berhubungan erat dan bersifat menerus.

- Perkerasan dengan bahan dan pola tertentu disekitar tapak dapat mengarahkan arus pengunjung ke tempat yang diinginkan
- Sistem sirkulasi dibuat sederhana agar tidak membingungkan dan memungkinkan pengunjung cepat mencapai fasilitas yang diinginkan.
- Pada sirkulasi dalam bangunan (mall), dimensi mall harus dipertimbangkan benar agar penempatan kakilima tidak membuat sempit/mengganggu sirkulasi. Oleh karena itu pedagang informal pada mall diarahkan agar mempunyai pola pelayanan maksimal 3 arah.
- Sistem sirkulasi pada mal dibuat melengkung untuk menimbulkan kesan jarak yang dekat dan tidak melelahkan secara psikologis.



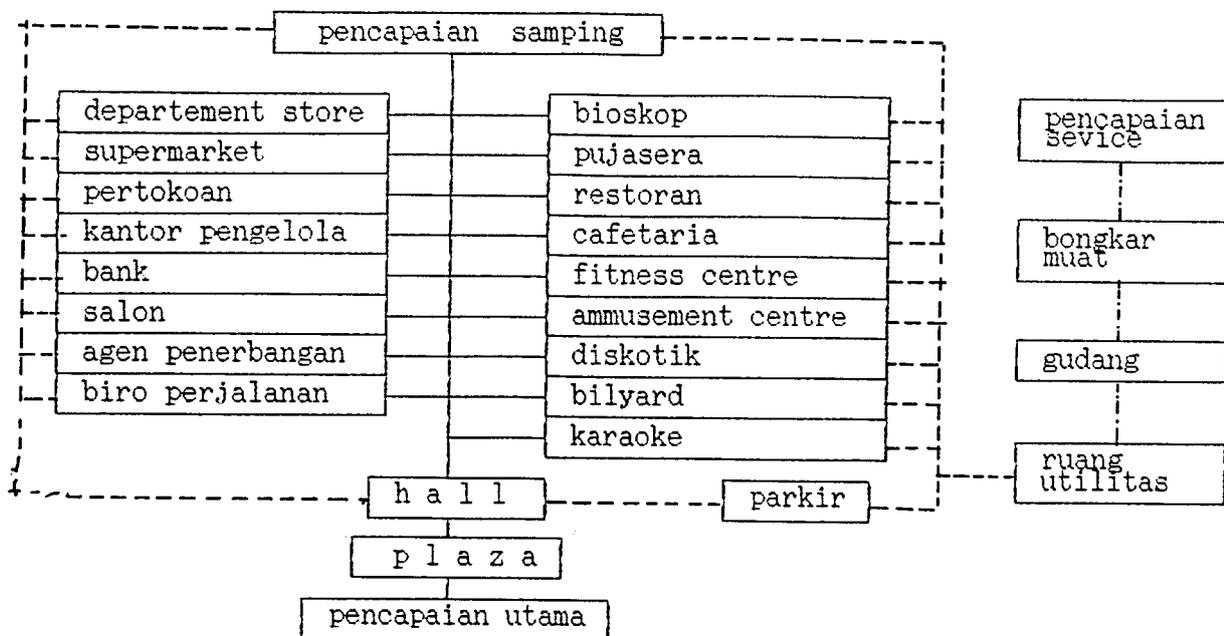
Gambar 5.11. Sirkulasi dan Pedagang Informal pada Mall Bangunan
Sumber : Pemikiran

b. Sirkulasi Kendaraan

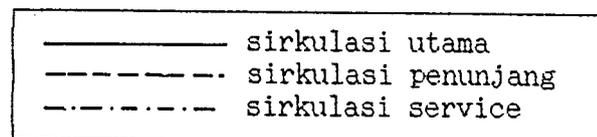
- Pencapaian utama melalui entrance pintu masuk utama, dan diusahakan pusat perbelanjaan memiliki minimal 2 entrance.
- Jalur perencanaan kendaraan barang/service dibuat terpisah agar tidak mengganggu sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan pengunjung.
- Parkir terletak mengelilingi bangunan dan dapat dicapai dari beberapa sisi dan diarahkan membentuk "parkir taman".

Perletakan area parkir ini dipertimbangkan terhadap kemudahan pencapaian menuju fasilitas pusat perbelanjaan.

Berdasarkan karakter/tuntutan ruang dan organisasi ruang pusat perbelanjaan maka dapat diperkirakan sirkulasi pada pusat perbelanjaan secara global serta pengembangan pencapaian dan sirkulasi menuju tapak.



Keterangan:



Gambar 5.12. Sirkulasi Ruang Pusat Perbelanjaan
Sumber : Pemikiran

5.7. Konsep Sistem Struktur dan Utilitas

5.7.1. Sistem Struktur

Struktur atas bangunan (*upper structure*) pusat perbelanjaan ini menggunakan sistem rangka konstruksi beton bertulang. Bentang kolom diperkirakan akan berkisar antara 8-12 meter (berangkat dari standar *retail shop* yang sepanjang 4 meter). Untuk bangunan kios-kios kakilima digunakan konstruk-

si kayu, karena bentangnya relatif kecil dan hanya satu lantai.

Struktur bawah pondasi (*sub structure*) menggunakan pondasi dalam/tiang pancang, Penggunaan pondasi dangkal terlalu riskan terhadap perbedaan penurunan pada masing-masing kolom mengingat beban yang diterima dan bentang kolom cukup besar.

5.7.2. Sistem Utilitas

a. Penghawaan

Sistem penghawaan dibuat dengan mempertimbangkan kenyamanan bagi pengunjung/pemakai bangunan. Oleh karena itu ruang-ruang komersial dalam pusat perbelanjaan menggunakan penghawaan buatan berupa AC sentral, sedangkan untuk kios-kios kakilima dan pedestrian terbuka menggunakan penghawaan alami. Penggunaan penghawaan buatan juga diterapkan pada ruang-ruang pengelolaan serta ruang-ruang yang membutuhkan suhu stabil bagi instrumen tertentu.

b. Pencahayaan

■ Pencahayaan Alami

Diutamakan optimalisasi pemanfaatan cahaya alami melalui pengaturan bidang bukaan pada dinding maupun atap (*skylight* dan *void*). Pada bangunan ini terutama bagian mall-nya akan menggunakan sistem pencahayaan alami dengan *skylight*. Namun penyinaran secara langsung harus diperhatikan agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap barang-barang yang terkena sinar. Penggunaan *skylight* tidak menyebabkan terjadinya peningkatan beban energi untuk AC karena *skylight* menggunakan kaca ganda sehingga panas matahari tidak dapat merambat ke dalam ruangan.

▪ Pencahayaan Buatan

Pemakaiannya perlu mempertimbangkan daya efisiensi, warna dan efek kesan cahaya yang diinginkan, bentuk dan penampilan armatur, distribusi cahaya (silau/kontras).

c. Elektrikal

Kebutuhan elektrikal dipenuhi dari dua sumber daya yaitu PLN dan Genset untuk keadaan darurat. Sistem distribusi jaringan elektrikal harus diperhatikan agar tidak mengganggu visual kegiatan. Perletakan ruang genset dan lainnya juga diperhatikan agar tidak menimbulkan kebisingan terutama terhadap area pertokoan dan hiburan.

d. Transfortasi

Sistem transfortasi vertikal yang digunakan dalam bangunan adalah tangga, tangga berjalan (escalator) paralel dan lift panoramic pada area khusus, untuk distribusi barang, digunakan lift barang, direncanakan alur sirkulasi pejalan kaki (pedestrian) dan kendaraan (*drive way, loading dock*).

e. Sistem Jaringan Air Bersih, Air Kotor, Air Kotoran dan Sampah

- Kebutuhan air bersih dilayani oleh dua sumber PAM dan sumur dalam. Pendistribusian air menggunakan sistem *downfeed distribution*.
- Jaringan air kotor dialirkan secara gravitasi menuju sumur resapan setelah adanya pengolahan air kotor. Jaringan drainase direncanakan mampu menampung air hujan dan menyalurkankannya ke saluran drainase perkotaan.
- Jaringan air kotor menggunakan tangki septic dan sumur resapan. Air kotor dialirkan secara gravitasi dengan penggelontoran ke buangan akhir.
- Sampah pada bangunan melalui shaft sampah, kemudian dikumpulkan ketempat penampungan sementara. Pembuangan akhir

menuju TPA yang telah disediakan oleh Pemda.

f. Sistem Keamanan

Jenis serta jumlah perlengkapan keamanan dipilih sesuai standart yang telah disyaratkan untuk bangunan publik. Keamanan pada bangunan meliputi keamanan terhadap kebakaran (*fire protection*), bahaya petir dan kriminilitas.

g. Sistem Komunikasi dan Tata Suara

Menggunakan sistem *PABX* (*private auto branch exchange*), *intercom* untuk hubungan intern dua arah dan *CCTV* (*close circulation TV*) untuk keamanan. Penyediaan sarana komunikasi lain seperti telepon umum, *telex* dan *faxcimile* disediakan oleh warpostel.

DAFTAR PUSTAKA

1. Bendington, Nadine, *Design For Shopping Centre*, Butterworth Design Series, 1982.
2. Frics, Northen dan Haskoll, *Shopping Centres. A Developers Guide Top Planning and Design*, College of Astate Management, 1977.
3. Geck, Francis J, *Interior Design & Decoration*, Brown company publiser, 1977.
4. Gruen, Victor, *Shopping Town USA. The Planning of Shopping Centres*, Reinhold Publishing, Co, NY, 1960.
5. John Ormsbee, *Landscape Architecture USA*, The Mc. Graw Hill Book Co. Inc, 1961.
6. Mangkunegoro, A.A. Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, PT. Eresco, Bandung, 1988.
7. Mangunwijaya, YB. SJ. *Wastu Citra*, Gramedia, Jakarta, 1988.
8. Maitland, Barry, *Shopping Malls : Planning and Design*, Construction Press, Bandung, 1985.
9. Sahman, Humar. *Estetika. Telaah Sistematis dan Historik*. Ikip Semarang Press, 1993.
10. Snyder, James. *Pengantar Kepada Arsitektur*, Terjemahan Intermatra, Bandung, 1975.
11. Suptandar, Parmudji, *Interior Design*, Untar, Usakti, 1982.
12. Panero, Julius, *Human Dimension & Interior Space*. Architectural Press, London, 1980.
13. Rubenstein, Harvey M. *Central City Malls*. John Willey and Sons, New York, 1981.
14. Urban Land Institute, *Shopping Centres Develloping Handbook*. Community Builders Handbook series, Washington, 1977.
15. Ching Francis DK, *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya*. Terjemahan, Paulus H. Erlangga, Jakarta, 1985.
16. Van De Ven, *Ruang dalam Arsitektur*, PT. Gramedia Jakarta, 1991.
17. Wilkening Fritz, *Tata Ruang*, Terjemahan, Wiedar K, Kani-sius, 1987.
18. Marsudi Yuwono, *Shopping Centre dengan Preseden Arsitektur Jawa Timur di Madiun*. Tesis, TA, UII, 1994.
19. Winardi, *Pusat Perbelanjaan dan Hiburan di Kotamadya Bandung*. Tesis, TA, UGM, 1993.
20. Titis Yulianto, *Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Klaten*. Tesis, TA, UGM, 1993.
21. Supartono, *Pusat Perbelanjaan di Kudus*. Tesis, TA, UGM, 1992.
22. Pemda Tk. I Lampung, *Pola Dasar Pembangunan Daerah Tk. I Lampung*, 1993.
23. Halcrow and Associates dan Pt. Hasfarm Dian Konsultan, *Studi Perencanaan Kota dan Transfortasi di Bandar Lampung*, 1993.

LAMPIRAN

Prakiraan Kebutuhan Luas Ruang

Kebutuhan luas ruang perbelanjaan berdasar pada kebutuhan luas perbelanjaan niaga besar di Bandar Lampung sampai dengan tahun 2004 yaitu $\pm 20.788 \text{ M}^2$ (RDTRK Bandar Lampung, 1995). Luas tapak keseluruhan = 22.000 M^2 (2,2 ha) dengan KDB 80%, maka luas lantai dasar maksimal $22.000 \times 80\% = 17.600 \text{ M}^2$.

Berdasarkan prakiraan, fasilitas untuk pedagang informal sebesar 25% dari fasilitas pedagang formal, jadi fasilitas untuk pedagang informal $\pm 5.197 \text{ M}^2$.

Luas area perdagangan formal dan informal diperkirakan 25.985 M^2 .

Pewadahnya berupa bangunan tiga lantai, jadi luas area perdagangan tiap lantai $\pm 6.930 \text{ M}^2$.

Luas Mal diperkirakan $\pm 13\% \times 25.985 = 3.378 \text{ M}^2$.

Area service diperkirakan $\pm 7\% \times 25.985 = 1.818 \text{ M}^2$.

Luasan diatas baru merupakan luasan secara global sarana perbelanjaan yang didasarkan atas kebutuhan sarana perbelanjaan niaga besar di Bandar Lampung. Berikut ini hasil perhitungan sederhana untuk mendapatkan luas lantai kegiatan tiap ruang dengan cara menerapkan standard kegiatan dan perkiraan luas.

1. Kelompok Ruang Pelayanan Pembelanjaan

Asumsi ---> retail : magnet (supermarket dan departement store) = 40 : 60

a) Pertokoan

Luas Area total 8.315 M^2 (40% dari sarana pembelanjaan formal), dengan perincian::

- Unit Toko ($30\text{M}^2 - 100\text{M}^2$) = $70\% \times 8.315 = 5.820 \text{ M}^2$

- Gudang = $10\% \times 8.315 = 831 \text{ M}^2$

- Sirkulasi dan service = $20\% \times 831 = 1.662 \text{ M}^2$

b) Supermarket & Departemen Store

Luas area total 12.472 M^2 (60% dari sarana pembelanjaan formal)

Asumsi ---> Supermarket : Departement Store = 30 : 70

* Supermarket

- Unit penjualan $30\% \times 12.472 = 3.741 \text{ M}^2$

- Gudang $10\% \times 3.741 = 374 \text{ M}^2$

- Sirkulasi dan service $20\% \times 3.741 = 748 \text{ M}^2$

* Departement Store

- Unit penjualan $70\% \times 12.472 = 8.730 \text{ M}^2$

- Gudang = $10\% \times 8.730 \text{ M}^2 = 873 \text{ M}^2$

- Sirkulasi dan service $20\% \times 8.730 = 1.746 \text{ M}^2$

2. Kelompok Ruang Pelayanan Rekreasi dan Hiburan

a) Bioskop

- Ruang auditorium (4 buah) kapasitas @150 orang, asumsi $1,5 \text{ M}^2$ per penonton = $4 \times 150 \times 1,5 = 900 \text{ M}^2$

- Ruang Proyektor @ 30 M^2 , maka $4 \times 30 = 120 \text{ M}^2$

- Lobby untuk 300 orang (@ $0,6 \text{ M}^2$), maka $300 \times 0,6 = 180 \text{ M}^2$

- Ruang loket (@ 6 M^2) maka $4 \times 6 = 24 \text{ M}^2$

- Cafetria = 30 M^2

- Ruang karyawan (15 orang @ 2 M^2) = 30 M^2

- Ruang administrasi (8 orang @6 M²) = 54 M²
 - Gudang dan bengkel = 50 M²
 - Luas total bioskop = 1.388 M²
 - b) Restoran
 - Ruang makan dan minum untuk 400 orang (@2 M²) = 800 M²
 - Dapur, gudang, ruang karyawan = 25%x800 = 200 M²
 - Sirkulasi dan service = 20%x800 = 160 M²
 - Luas area restoren = 1.190 M²
 - c) Cafeteria dan Coffe Shop
 - Ruang makan dan minum untuk 150 orang (@1,5 M²) = 225 M²
 - Dapur, gudang, ruang karyawan = 25% x 225 = 56,25 M²
 - Sirkulasi dan service = 20% x 225 = 45 M²
 - Luas area cafeteria dan coffe shop = 326 M²
 - d) Pujasera
 - Ruang makan dan minum untuk 400 orang (@1,5 M²) = 600 M²
 - Dapur, gudang, ruang karyawan = 25% x 600 = 150 M²
 - Sirkulasi dan service = 20% x 600 = 120 M²
 - Luas Area pujasera = 870 M²
 - e) Fitness center
 - Ruang latihan untuk 100 orang (@2.0 M²) = 200 M²
 - Hall utama = 20 M²
 - Ruang sauna, ruang pijat, ruang dokter = 65 M²
 - Ruang ganti dan ruang istirahat = 70 M²
 - Cafeteria = 10 M²
 - Ruang pengelola, karyawan, gudang = 60 M²
 - Luas total fitness centre = 426 M²
 - f) Amusement Centre
 - Ruang bermain anak 100 orang (@3 M²) = 300 M²
 - Ruang bermain ketangkasan terdapat 30 alat (@4 M²) = 30 x 4 = 120 M²
 - Ruang administrasi = 25 M²
 - Gudang dan sirkulasi = 90 M²
 - Luas area amusement centre = 545 M²
 - g) Diskotik
 - Area disco untuk 120 orang (@3,5 M²/pasang) = 210 M²
 - Lounge untuk 120 orang (@1,5 M²) = 150 M²
 - Bar = 26 M²
 - Stage = 35 M²
 - Hall penerima dan ticket counter = 25 M²
 - Luas area diskotik = 546 M² ditambah sirkulasi dan utilitas 20% = 546 M²
 - h) Bilyard
 - Ruang bermain untuk 10 Meja (@10 M²) = 100 M²
 - Ruang pengelola, toilet, administrasi = 50 M²
 - Ruang cafeteria = 40 M²
 - Luas area bilyard = 190 M²
3. Kelompok Ruang Pelengkap
- a) Bank
 - Ruang kerja fungsional diasumsikan 150 M²
 - Sirkulasi utama dan service 40% x 150 = 60 M²
 - Luas keseluruhan = 210 M²
 - b) Salon
 - Ruang kerja fungsional diasumsikan 100 M²
 - Sirkulasi dan service 40% x 100 = 40 M²

- Luas keseluruhan = 140 M²
- c) Agen Penerbangan dan biro perjalanan
 - Ruang kerja fungsional diasumsikan = 36 M²
 - Sirkulasi utama 30% x 36 = 10,8 M²
 - Luas keseluruhan 46,8 M²
- d) Kantor Pengelola
 - Ruang administrasi untuk 20 orang (@5,5 M²) = 110 M²
 - Ruang direksi = 50 M²
 - Ruang Tunggu = 20 M²
 - Luas keseluruhan ruang pengelola 180 M²

4. Kelompok Pendukung

a) Parkir

Asumsi density 8 M²/orang

$$\begin{aligned} \text{Prakiraan jml pengunjung} &= \frac{(\text{luas lantai penjualan} + \text{jalur sirkulasi})}{\text{density}} \\ &= (25575 + 3378) \div 8 \\ &= 3.619 \text{ orang} \end{aligned}$$

Asumsi pengunjung menaiki mobil 30%, sepeda motor 40%, kendaraan umum 20%, lain-lain 10%.

- Kebutuhan parkir mobil

Pengunjung bermobil 30% x 3.619 = 1.085 orang.

Asumsi density 5 orang/mobil.

Jumlah mobil 1.085 ÷ 5 = 217 mobil.

Standar 20 M²/mobil, maka 20 x 217 = 4.340 M²

- Kebutuhan parkir sepeda motor

Pengunjung bersepeda motor 40% x 3.619 = 1.447 orang.

Asumsi density 2 orang/motor

Jumlah sepeda motor 1.447 ÷ 2 = 724 motor

Standar 1,5 M²/motor, maka 1,5 x 724 = 1.086 M²

- Kebutuhan kantong parkir

Pengunjung berkendara umum 20% x 3.619 = 724 orang

Penumpang taxi diasumsikan 15% x 724 = 108 orang

Diasumsikan mewadahi 50%-nya, asumsi density 3 orang/taxi.

Luas kantong parkir taxi 50% x 36 x 20/M² = 360 M²

Penumpang becak asumsi 30% x 724 = 217 orang

Diasumsikan mewadahi 50%-nya, dan density 2 orang/becak

Banyak becak (108x50%)x2 M²/becak = 108 M² becak

Penumpang angkota diasumsikan 40% x 724 = 289 orang

Banyak shelter diasumsikan 1 buah/75 orang, jadi banyak shelter = ± 3 buah

b) Utilitas = 2% x 39.600 = 792 M²

LUASAN BEBERAPA PUSAT BELANJA DI PUSAT KOTA

01. Sarinah	Thamrin	21.000 M ²
02. Duta Merlin	Gajah Mada	13.000 M ²
03. Gajah Mada Plaza	Gajah Mada	38.000 M ²
04. Metro Pasar Baru	Pasar Baru	16.000 M ²
05. Harco Pasar Baru	Pasar Baru	20.000 M ²
06. King's Plaza	Pasar Baru	20.000 M ²
07. Plaza Indonesia	Thamrin	42.000 M ²
08. Istana Pasar Baru	Pasar Baru	20.000 M ²
09. Metro Atom	Pasar Baru	20.000 M ²
10. Golden Truly	Gunung Sahari	20.000 M ²
11. Atrium	Senen	32.550 M ²
12. Mal Ciputra	Grogol	70.000 M ²
13. ITC Roxy Mas	Roxy	30.000 M ²
14. Harco Mg. Dua	Mangga Dua	32.000 M ²
15. Plaza Senayan I	Sudirman	80.000 M ²
16. Mal Mangga Dua	Mangga Dua	45.000 M ²
17. Mega ITC Cempaka	Cempaka Putih	60.000 M ²
18. Mal Ambassador I	Jl. Satrio	15.000 M ²
19. Plaza Kota BNI	Sudirman	50.000 M ²
20. Plaza Indonesia II	Thamrin	20.000 M ²

Sumber : Majalah Properti, Februari 1997

Lampiran : Perhitungan Kebutuhan Listrik, Air Bersih, Urinoir Closet, dan Wastafel

1. Kebutuhan Tenaga Listrik

Berdasarkan prakiraan luasan lantai pusat perbelanjaan yang direncanakan sebesar 70.400 M² (Eab 5.1.) maka dapat diperkirakan kebutuhan daya yang diperlukan sebesar (Poerbo, hartono, 19..) :

Pemakaian	Luasan (M ²) x Daya	Total
Pencahayaan	70.400 x 30 watt	2.112 kw
Air Conditioning	70.400 x 60 watt	4.224 kw
Rupa-rupa	70.400 x 10 watt	704 kw
Jumlah kebutuhan keseluruhan		7.040 kw

2. Kebutuhan Air Bersih

Berdasarkan prakiraan luasan lantai pusat perbelanjaan yang direncanakan sebesar 70.400 M² maka dapat diperkirakan kebutuhan air bersih sebesar (Poerbo, hartono, 19..): 0.5 M³/100 M²/hari x 70400 M² = 352 M³/hari.

3. Kebutuhan Closet/ Wastafel/ dan urinoir

Pemakaian	Pemakai / Density	Total
Closet	3.217/40 org/closet	80 Closet
Wastafel	3.217/30 org/wastfl	107 Wastafel
Urinoir	3.217/40 org/urinoir	80 Urinoir

Catatan : Sumber Angka Density : Poerbo, hartono

