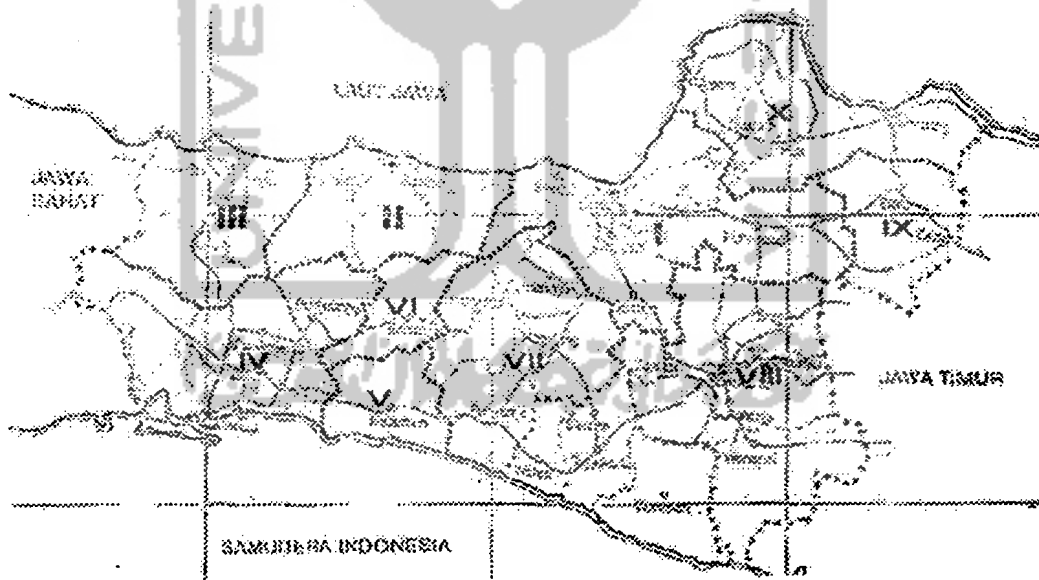


## BAB I PENDAHULUAN

### I.1. LATAR BELAKANG

Dalam sistim Perwilayahan Pembangunan Regional Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap diarahkan menjadi Pusat Pertumbuhan Wilayah Pembangunan IV dengan wilayah cakupan pada Kabupaten-Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas dan Cilacap.<sup>1</sup> Keadaan yang demikian ini memicu pesatnya pertumbuhan di kota Cilacap. Pertumbuhan-pertumbuhan tersebut meliputi hampir pada keseluruhan sektor dan khususnya pada sektor-sektor strategis prioritas, yang terdiri dari sektor pertanian, sektor perdagangan, sektor pariwisata, sektor pertambangan atau perindustrian serta sektor pemukiman.<sup>2</sup>

**Gambar I.1.**  
**Peta Pembagian Wilayah Pembangunan Jawa Tengah**



Sumber: Evaluasi/Revisi

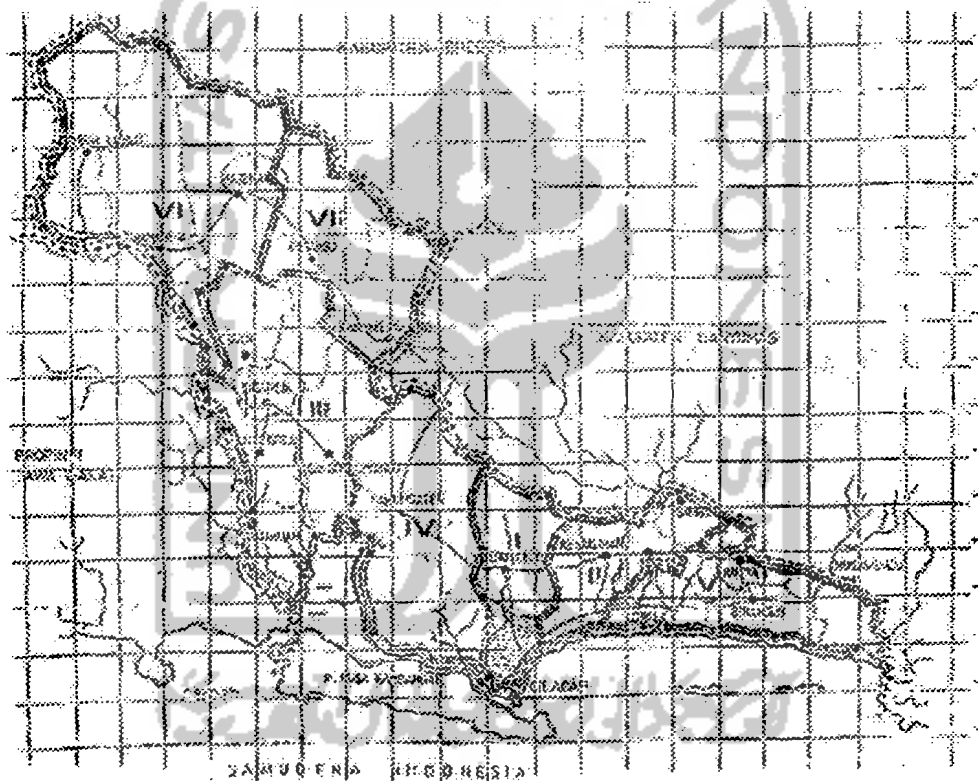
Rencana Tata Ruang Kota Cilacap Tahun 1993/1994 – 2003/2004

<sup>1</sup>) Rencana; Evaluasi dan Revisi RTRK Cilacap tahun 1993/1994 – 2003/2004, p. 25

<sup>2</sup>) Kompilasi data; Evaluasi dan Revisi RTRK Cilacap tahun 1993/1994 – 2003/2004, p. I-5

Menurut kebijaksanaan Perwilayahan Pembangunan Kabupaten Daerah Tingkat II Cilacap sendiri diarahkan dengan meningkatkan 7 pusat pembangunan, dimana salah satunya adalah Sub Wilayah Pembangunan I yang mencakup kecamatan-kecamatan di wilayah Kotip Cilacap dan Kecamatan Jeruklegi, dengan pusat pengembangan di kota Cilacap, dimana diantaranya memiliki potensi dalam pengembangan industri dan perdagangan.<sup>3</sup>

**Gambar I.2.**  
**Peta Sub Wilayah Pembangunan Kabupaten Cilacap**

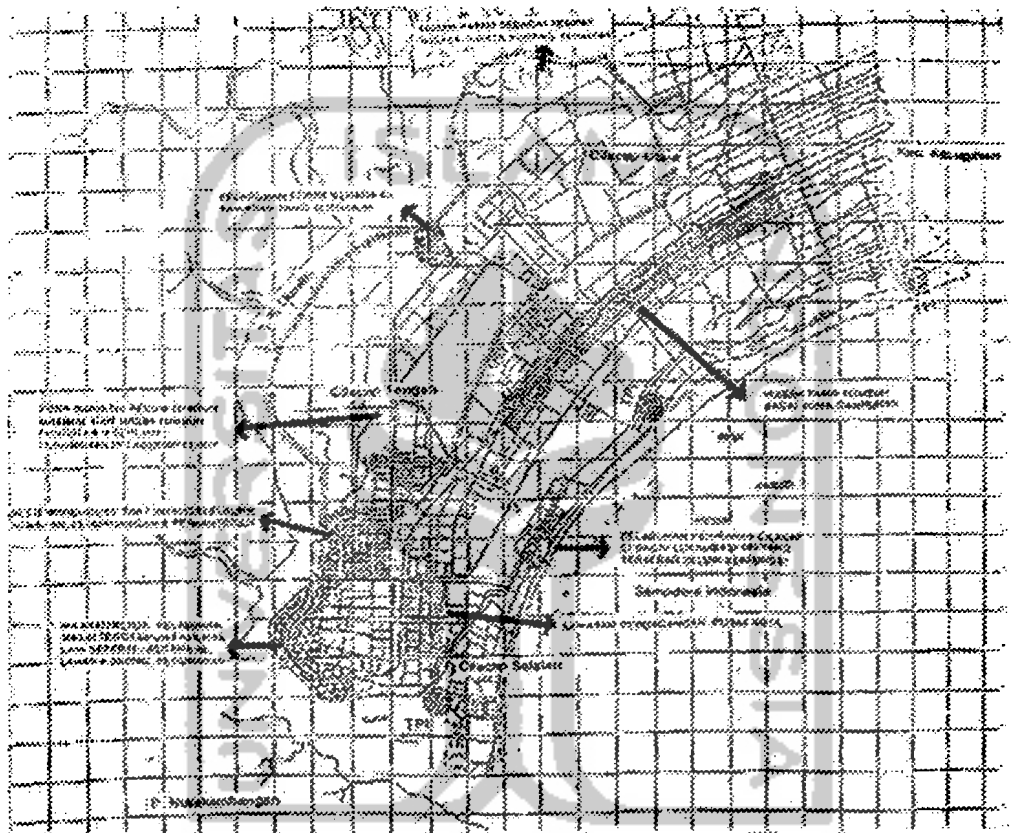


Sumber: Evaluasi/Revisi  
Rencana Tata Ruang Kota Cilacap Tahun 1993/1994 – 2003/2004

<sup>3</sup>) *Kompilasi data; Evaluasi dan Revisi RTRK Cilacap tahun 1993/1994 – 2003/2004, p. III-2*

Selain dari itu menurut analisa potensi kegiatan kota berdasarkan Evaluasi / Revisi RTRK Cilacap, menerangkan adanya potensi kegiatan perdagangan pada kawasan perdagangan di pusat kota.<sup>4</sup>

**Gambar I.3.**  
**Peta Potensi Kegiatan Kota**



Sumber: Evaluasi/Revisi  
Rencana Tata Ruang Kota Cilacap Tahun 1993/1994 – 2003/2004

Seiring dengan perkembangan kota yang pesat dan modern menuntut semakin bertambahnya fasilitas kota pada keseluruhan sektor. Sektor perdagangan yang menjadi salah satu sektor yang berpotensi di kota Cilacap, sudah barang tentu akan sangat membutuhkan bertambahnya fasilitas perdagangan sebagai sarana perbelanjaan yang modern dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat kota. Selain pertimbangan perlunya

<sup>4</sup>) Rencana; Evaluasi dan Revisi RTRK Cilacap tahun 1993/1994 – 2003/2004, p. lampiran no. peta R-06

pengembangan fasilitas dalam skala kota tersebut, fasilitas perdagangan yang akan direncanakan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor penting lain, diantaranya adalah faktor kependudukan dan perekonomian, tingkat pendapatan perkapita masyarakat, faktor kualitas dan kuantitas fasilitas perdagangan yang telah ada, serta pola kehidupan masyarakatnya.

#### I.1.1. Tingkat Pertumbuhan Penduduk di Cilacap

Berdasarkan perhitungan Badan Statistik pertumbuhan penduduk di kota Cilacap mencapai 3,48% per tahun. Apabila dilihat dari pertumbuhan rata-rata penduduk Indonesia yang mempunyai rata-rata 2,34 % per tahun, maka Cilacap dapat dikategorikan sebagai kota yang memiliki pertumbuhan penduduk cukup besar (Cilacap Dalam Angka).

**Tabel I.1.**  
**Jumlah Penduduk Cilacap Tahun 1995-2000**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penduduk Kabupaten Cilacap</b>	<b>Jumlah Penduduk Kotatip Cilacap</b>
1996	1.444.529	212.119
1997	1.494.513	212.606
1998	1.503.829	212.765
1999	1.512.713	213.826
2000	1.526.986	214.863

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan penduduk baik di wilayah Kabupaten Cilacap maupun Kotatip Cilacap dari tahun-ketahunnya semakin meningkat. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh luas wilayah Kabupaten Cilacap yang luas dengan penyebaran penduduk yang hampir merata pada seluruh Kecamatan yang ada di Wilayah Kabupaten Cilacap. Dengan berdasarkan angka rata-rata pertumbuhan penduduk Cilacap sebesar 3,48 dapat di perkirakan pertumbuhan penduduk pada akhir tahun 2004 adalah sebesar 305.547 jiwa (Cilacap Dalam Angka).

### I.1.2. Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Cilacap

Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang mempunyai potensi kegiatan khusus di bidang Perindustrian, baik dalam skala kecil (industri rumah tangga) maupun dalam skala besar (pabrik). yang selalu tumbuh dan berkembang hingga saat ini. Sektor industri yang mendominasi dan terbukti memberikan sumbangan pendapatan regional kota Cilacap paling besar dan memacu tumbuhnya sektor perekonomian kota, selain itu pesatnya pertumbuhan ini sudah barang tentu akan meningkatkan pendapatan atau tingkat ekonomi masyarakatnya. Cilacap yang diarahkan menjadi pusat pertumbuhan Wilayah Pembangunan IV dengan cakupan pada Kabupaten-Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas dan Cilacap, sehingga keseluruhan sektor kehidupan perkotaan diharapkan dapat dikembangkan secara maksimal pada kota ini, dimana termasuk didalamnya adalah sektor perdagangan.

Perkembangan kota Cilacap sendiri tidaklah terlepas dari kondisi pendanaan yang ada pada Kabupaten Cilacap.

**Tabel I.2.**

**PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku di Kotip Cilacap  
Tahun 1995-1999 (Dalam Jutaan Rupiah)**

No	Sektor Lapangan Usaha	1995	1996	1997	1998	1999
1	Pertanian	740.094,22	845.165,41	871.070,52	1.990.680,96	2.228.292,36
2	Pertambangan	47.495,50	61.522,63	75.889,40	84.336,59	102.421,24
3	Industri	2.452.431,43	2.621.918,23	3.072.663,95	4.906.218,64	5.837.136,07
4	Listrik	15.545,98	18.727,04	25.786,09	35.697,90	42.200,90
5	Bangunan	71.719,15	85.046,17	100.750,22	107.853,54	131.827,35
6	Perdagangan	1.791.374,76	1.948.176,41	2.126.592,46	3.551.490,01	4.059.187,27
7	Transportasi	64.166,38	71.607,33	98.993,13	171.723,65	233.551,75
8	Keuangan	95.619,99	113.695,10	156.062,20	199.592,66	218.268,29
9	Pemerintahan	181.850,74	216.826,85	235.588,69	317.634,79	396.336,17

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

Sumber dana pemerintah daerah Cilacap berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut harga konstan, yang dapat terlihat pada tabel diatas, dimana dapat diketahui bahwa sektor perdagangan menempati urutan kedua setelah sektor industri, sebagai sumber dana kota Cilacap. Selain dari pada itu sektor perdagangan tersebut apabila dilihat dari tahun-ketahunnya selalu mengalami peningkatan.

### I.1.3. Tingkat Pendapatan Perkapita Masyarakat di Cilacap

Kota Cilacap sebagai kota industri memberikan dampak terhadap peluang pekerjaan bagi masyarakat Cilacap, dimana pada akhirnya hal tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan bagi masyarakatnya. Selain itu Cilacap juga mempunyai potensi dari sektor kegiatan perdagangan, pertanian dan perikanan yang juga dapat semakin mendukung peningkatan pendapatan perkapita bagi masyarakatnya.

**Tabel 1.3**  
**Pendapatan Perkapita Masyarakat Kotatip Cilacap**  
**(Dalam Rupiah)**

No	Tahun	Rata-rata pendapatan/tahun (Rupiah)	Pendapatan <300 rb/bln (%)	Pendapatan 300-750 rb/bln (%)	Pendapatan >750 rb/bln (%)
1	1995	3.835.437,66	63,32	26,45	10,23
2	1996	4.150.960,57	52,24	33,12	14,64
3	1997	5.716.434,72	44,06	41,19	14,75
4	1998	6.938.364,63	33,31	47,58	19,11
5	1999	7.319.742,93	32,93	45,61	21,46

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

Dari data tersebut diatas dapat dikategorikan tingkat pendapatan penduduk Kotatip Cilacap yaitu sebagai berikut:

- Pendapatan <300 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat bawah
- Pendapatan 300-750 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat menengah
- Pendapatan >750 ribu/bulan merupakan pendapatan masyarakat atas

Dengan pengkatagorian ini, maka dapat dilihat dari data tersebut mengenai tingkat pendapatan masyarakat, dimana dari tahun-ketahunnya prosentase tingkat pendapatan untuk kategori menengah dan atas semakin mengalami penambahan diiringi dengan semakin berkurangnya tingkat pendapatan bawah.

#### I.1.4. Fasilitas Perdagangan di Cilacap

Sampai dengan saat ini jumlah fasilitas perdagangan yang ada di kota Cilacap didominasi oleh pasar umum dan toko, warung atau kios, yang secara kualitatif sarana perdagangan tersebut masih bersifat tradisional, sehingga dalam perkembangannya sangat dibutuhkan adanya penambahan fasilitas perdagangan yang kualitatif sebagai sarana perbelanjaan yang modern.

**Tabel 1.4.**  
**Fasilitas perdagangan di Kotip Cilacap**

NO	Kelurahan	Pasar Umum	Pasar Ikan	Toko/kios Warung	Department store dan supermarket
<b>Kecamatan Cilacap Utara</b>					
1	Gumilir	1	0	122	0
2	Mertasinga	1	0	63	0
3	Tritih Kulon	1	0	35	0
4	Karang Talun	0	0	59	0
JUMLAH		3	0	279	0
<b>Kecamatan Cilacap Tengah</b>					
1	Donan	0	0	268	0
2	Gunung Simping	1	0	72	0
3	Lomanis	0	0	32	0
4	Sidanegara	1	0	170	0
JUMLAH		2	0	542	0
<b>Kecamatan Cilacap Selatan</b>					
1	Tambakrejo	1	0	724	0
2	Sidakaya	0	0	133	0
3	Cilacap	0	0	143	1
JUMLAH		1	0	1000	1
<b>KOTATIP CILACAP</b>		<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1821</b>	<b>1</b>

Sumber: Kecamatan Dalam Angka

---

Fasilitas perdagangan berupa sarana perbelanjaan yang modern ini dibutuhkan karena memang keberadaannya belum ada juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kota yang semakin maju (terutama pada sektor perdagangan), selain itu fasilitas perdagangan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana pebelanjaan yang lengkap dan sekaligus memberikan kemudahan, kenyamanan, serta mempunyai daya tarik tersendiri dalam berbelanja. Satu-satunya fasilitas perdagangan di Cilacap yang berupa *Department Store*, keberadaannya masih jauh dalam pelayanannya bagi masyarakat kota Cilacap, sehingga untuk memenuhi kebutuhan berbelanja seringkali masyarakat harus mengadakan perhitungan dan waktu khusus hanya untuk mendatangi sarana perbelanjaan yang lengkap yang sesuai dengan keinginannya tersebut yaitu dengan cara berbelanja diluar kota Cilacap.

#### I.1.5. Pola kehidupan masyarakat

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia yang diiringi dengan meningkatnya pendapatan atau tingkat ekonomi masyarakat Cilacap serta kemajuan pola kehidupan yang menjadikan pola pikir masyarakat yang semakin modern dan konsumtif yang semakin menuntut kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk dalam kegiatan berbelanja. Pola kehidupan dan pola pikir yang modern tersebut menumbuhkan kecenderungan baru dalam berbelanja. Cara berbelanja pada masyarakat tersebut sudah mulai berubah ke pusat-pusat perbelanjaan yang lebih lengkap. Pada sarana perbelanjaan, masyarakat sebagai konsumen tidak lagi hanya sekedar berbelanja, akan tetapi ingin menikmati suasana dan fasilitas lain yang ada.

Dengan melihat keseluruhan faktor-faktor tersebut diatas baik maka dipandang perlu adanya sarana perbelanjaan yang modern sebagai fasilitas pendukung perdagangan yang ada dikota Cilacap.

Pusat perbelanjaan yang akan direncanakan ini, selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan melengkapi fasilitas perdagangan di kota Cilacap juga merupakan sarana perbelanjaan yang lengkap, dan memberikan kemudahan, kenyamanan, serta berusaha menggunakan unsur-unsur alam sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalamnya.



## I.1.6. Tinjauan pustaka

### I.1.6.1. Tinjauan pusat perbelanjaan

#### A. Pengertian pusat perbelanjaan

Pengertian pusat perbelanjaan menurut beberapa buku dapat diartikan beragam. Salah satu pengertian tentang pusat perbelanjaan yaitu bahwa pusat perbelanjaan merupakan pertokoan eceran yang bermacam-macam dan menceritakan rencana fasilitas-fasilitas sebagai pemersatu kelompok untuk memberikan tempat perbelanjaan yang baik secara maksimal kepada pemakai atau konsumen dan pembukaan maksimal untuk barang-barang yang diperdagangkan.<sup>5</sup> Untuk pengertian tentang pusat perbelanjaan yang lain akan dibahas pada tahap berikutnya.

#### B. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

##### B.1. Berdasarkan skala pelayanan<sup>6</sup>

1. Pusat perbelanjaan lokal
2. Pusat perbelanjaan distrik
3. Pusat perbelanjaan regional

##### B.2. Berdasarkan bentuk fisik<sup>7</sup>

1. *Shopping street*
2. *Shopping center*
3. *Department store*
4. *Supermarket*
5. *Department store dan supermarket*
6. *Super store*

#### C. Unsur-unsur pada pusat perbelanjaan

##### C.1. Berdasarkan kuantitas barang yang diperdagangkan

1. Toko grosir
2. Toko eceran

<sup>5</sup>) Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA: Mc. Graw Hill, 1990), p.779

<sup>6</sup>) Victor Gruen, *Centers for The Urban Enviroment: Survival of The Cities* (New York: Van Nostrand Reinhold Co, 1973), p. 23

<sup>7</sup>) Nadine Bedington, *Design for Shopping Centers*, (New York: Butterworth Design Series, 1982), p. 14

C.2. Berdasarkan variasi barang yang diperdagangkan

1. *Specialty shop*
2. *Variety shop*

C.3. Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan<sup>8</sup>

1. *Personal service*
2. *Self selection*
3. *Self service*

D. Materi yang diperdagangkan pada pusat perbelanjaan

D.1. Berdasarkan jenis materi yang diperdagangkan<sup>9</sup>

1. *Demands goods*
2. *Convenience goods*
3. *Impulse goods*

D.2. Cara penyajian materi yang diperdagangkan<sup>10</sup>

1. Bentuk tempat penyajian barang
2. tempat untuk menampung kegiatan dan standar

D.3. Sifat materi yang diperdagangkan

1. Bersih, meliputi barang yang diperdagangkan dan tempatnya
2. Tidak berbau, untuk barang yang berbau ditempatkan dan dilakukan dengan pengemasan khusus
3. Tidak mudah busuk

E. Identitas kegiatan pada pusat perbelanjaan

E.1. Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan pada pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi<sup>11</sup>

1. Konsumen atau pembeli
2. Pedagang
3. Pengelola
4. Supplier

<sup>8</sup>) Victor Gruen, *Shopping Town USA: The Planning of Shopping Centers*, (New York: Van Nostrand Reinhold Co, 1960), p. 23

<sup>9</sup>) Joseph De Chiara, *Time Saver Standart for Building Types*, (USA: Mc. Graw Hill, 1983), P. 731

<sup>10</sup>) Ernst Neufert, *Data Arsitek, Jilid I*, Edisi kedua, (Jakarta: Erlangga 1995), p. 190-196

<sup>11</sup>) Aria Nugrahadi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah* (Yogyakarta: TA UII, 1997), p.18

## E.2. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi pada pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan perdagangan (jual beli) yang meliputi
2. Kegiatan pengelolaan yang meliputi
3. Kegiatan pengadaan barang yang meliputi

## E.3. Pola Kegiatan

1. Pola kegiatan konsumen
2. Pola kegiatan pedagang
3. Pola kegiatan pengelola
4. Pola kegiatan *supplier*

### I.1.6.2. Tinjauan suasana rekreatif

Rekreatif berasal dari kata rekreasi yang berarti penyegaran kembali badan dan pikiran atau sesuatu yang menggembirakan hati dan menyegarkan seperti hiburan, piknik.<sup>12</sup>

Definisi rekreatif adalah sesuatu yang tidak membosankan, tidak monoton, dapat memberikan kesenangan tersendiri sesuatu yang dapat menghibur.<sup>13</sup>

Dari pengertian diatas, terdapat banyak unsur yang dapat dimanfaatkan dalam menciptakan suasana rekreatif pada ruang dalam, selain sifat rekreatif pada pusat perbelanjaan pada umumnya adalah sifat rekreatif yang dibentuk oleh adanya fasilitas-fasilitas perbelanjaan itu sendiri (bermacamnya hal-hal yang ditawarkan atau diperdagangkan dan kegiatan didalamnya). Serta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya.

### I.1.6.3. Unsur alam sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam

Unsur-unsur alam yang digunakan sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang pada ruang dalam pusat perbelanjaan, diantaranya adalah unsur alam yang berupa sinar matahari, air dan tumbuhan.

<sup>12)</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), p. 829

<sup>13)</sup> Francis J. Geck, M.F.A., *Interior Design and Decoration*, (New York: WM. G. Briwn Company Publisher, 1984)

## 1. Sinar matahari

### ▪ Pemanfaatan sinar matahari

Bagi sebagian orang sinar matahari dengan cahayanya dapat memberikan kesenangan, lebih dari itu sinar matahari memberikan ketentraman pada suatu tempat dan waktu. Ketika menerapkannya dengan pertimbangan untuk psikologi dan kebutuhan fisiologis, sinar matahari dapat menciptakan ruang dalam yang nyaman, menyenangkan dan produktif.<sup>14</sup>

Dalam pemanfaatan sinar matahari ini juga harus memperhatikan sifat sinar matahari itu sendiri, dimana sifat dari cahaya-kilaunya dapat menjadikan ketidak-mampuan dan ketidak-nyamanan dalam penglihatan.<sup>15</sup>

Menggunakan sinar matahari dan menghadirkannya ke ruang dalam diharapkan akan semakin menambah suasana rekreatif pada pusat perbelanjaan ini, karena masuknya sinar matahari yang tidak secara langsung (sudah melewati media tertentu) pada ruang-ruang tertentu akan memberikan rasa tidak terkurung, terang alami dan perasaan menyatu dengan alam luar (atas, langit).

### ▪ Material yang dapat meneruskan sinar matahari

Kaca atau plastik tembus cahaya dapat digunakan untuk pelapis luar sebuah bangunan sebagai jendela, *skylight* atau sebagai panel pada sistim dinding penutup, untuk memasukan cahaya siang hari kedalam ruang dalam.<sup>16</sup>

## 2. Air

Wujud kondisi fisik air mempunyai kekuatan untuk menciptakan suatu suasana dan kesan melalui pesonanya.<sup>17</sup>

<sup>14</sup>) William M.C. Lam, *Sunlighting as Formgiver for Architecture*, 1986, p. 3

<sup>15</sup>) Ernst Neufert, *Data Arsitek Jilid I, Edisi kedua*, (Jakarta: Erlangga, 1995), p. 32

<sup>16</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-2

<sup>17</sup>) Charles. W. Moore and Jane Lidz, *Water + Architecture*, (London: Thames and Hudson Ltd, 1994) p. 22

Bernard Forest de Belidor dalam *Architecture Hydraulique* yang dipublikasikan antara tahun 1737 dan 1753, sebagai ensiklopedi dalam *Water + Architecture* yang digunakan hingga saat ini, membagi cara pengolahan air berdasarkan bentuk dan karakternya dengan:<sup>18</sup>

- *Jet d'eau*
- *Barceau*
- *Nappe*
- *Cascade*
- *Basin*
- *Grilles*

### 3. Tumbuhan

Tumbuhan dapat menjadi hal yang betul-betul perlu dipertimbangkan dalam sebuah desain, lebih dari sekedar penghias, ketika tumbuhan dengan jumlah yang banyak sebagai pembentuk dinding sebuah ruang dan kanopi.<sup>19</sup>

Tumbuhan juga mempunyai kemampuan untuk menciptakan suatu keindahan dalam pandangan, ketika tumbuhan tersebut ditata, diatur dengan baik pada suatu lahan.<sup>20</sup>

Penggunaan unsur tumbuhan sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam ini, diolah sedemikian rupa sehingga menciptakan ruang dalam yang tidak monoton, membosankan dan dapat sebagai pelindung baik sinar matahari maupun percikan air yang diolah pada ruang dalam.

## I.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana merancang Pusat Perbelanjaan di Cilacap-Jawa Tengah, dengan menggunakan unsur alam sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam.

<sup>18</sup>) Charles.W. Moore and Jane Lidz, *Water + Architecture*, (London: Thames and Hudson Ltd, 1994) p. 44-45

<sup>19</sup>) Robert L. Zion, *Tree for Architecture an Landscape*, Second Edition, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1995), p. 152

<sup>20</sup>) Robert L. Zion, *Tree for Architecture an Landscape*, Second Edition, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1995), p. 155

### I.3. TUJUAN DAN SASARAN

#### I.3.1. Tujuan

Merancang Pusat Perbelanjaan di Cilacap-Jawa Tengah dengan menggunakan unsur alam sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam.

#### I.3.2. Sasaran

- Mempelajari dan melakukan studi pusat perbelanjaan.
- Mempelajari dan melakukan studi kota Cilacap-Jawa Tengah.
- Mempelajari unsur-unsur alam yang berupa sinar matahari, air dan tumbuhan.
- Mempelajari bentuk suasana rekreatif pada pusat perbelanjaan.
- Mempelajari ruang dalam pada pusat perbelanjaan.

### I.4. LINGKUP PEMBAHASAN

#### I.4.1. Arsitektural

Lingkup pembahasan diarahkan pada masalah arsitektur dalam kaitannya dengan fungsi bangunan yang menampung kegiatan perdagangan pada pusat perbelanjaan di Cilacap. Pusat perbelanjaan yang akan dirancang merupakan pusat perbelanjaan regional yang terdiri dari toko-toko *retail*, *department store* dan *supermarket*. Suasana rekreatif pada ruang dalam pusat perbelanjaan ditambah dengan menggunakan unsur-unsur alam, dimana pembahasan unsur alam hanya dilakukan terhadap unsur alam yang berupa sinar matahari, air dan tumbuhan.

#### I.4.2. Non- Arsitektural

Pembahasan masalah diluar lingkup disiplin ilmu arsitektur, sejauh masih melatar belakangi dan mendasari perancangan fisik, diusahakan dengan pendekatan asumsi dan logika sederhana. Dalam perancangan pusat perbelanjaan ini diasumsi sebagai konsumennya adalah kalangan yang berstatus sosial menengah ke atas meskipun tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat menengah kebawah.

## I.5. METODA

### I.5.1. Pengumpulan Data

#### A. Wawancara

Melakukan kegiatan wawancara (interview) terhadap seseorang yang dianggap dapat memberikan keterangan-keterangan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dan dapat dipercaya serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Wawancara dilakukan dengan Kepala Bapeda Cilacap.

#### B. Pengamatan langsung (observasi)

Pengamatan terhadap obyek studi untuk mendapatkan data, baik data keadaan kota Cilacap itu sendiri maupun data pendukung dari pusat perbelanjaan dan fasilitas perdagangan modern lain yang telah ada.

#### C. Studi Literatur

Mempelajari teori-teori yang ada baik berupa referensi buku, hasil-hasil tulisan atau penelitian pemerintah maupun perorangan, untuk mendapatkan data pendukung yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

#### D. Analisis

Menggunakan metoda analisis yang berfungsi sebagai pendekatan pemecahan permasalahan khusus:

- Kualitatif: Dengan menggunakan analisa berupa diskripsi atau uraian-uraian yang mempunyai kekuatan argumentasi.
- Kuantitatif: Dengan menggunakan analisa dari hasil perhitungan-perhitungan.

## I.6. SISTEMATIKA PENULISAN

### BAB I : Pendahuluan

Mengungkapkan latar belakang permasalahan, perumusan permasalahan, tujuan dan sasaran pembahasan, lingkup pembahasan, metoda, sistimatika penulisan serta keaslian penulisan.

## **BAB II : Tinjauan Pusat Perbelanjaan dan Suasana Rekreatif**

Mengemukakan tentang tinjauan pusat perbelanjaan itu sendiri dan suasana rekreatif yang terbentuk, serta unsur alam yang akan digunakan sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalamnya.

## **BAB III : Analisis**

Mengungkapkan analisis tentang pusat perbelanjaan yang ideal di Cilacap dan analisis unsur alam tersebut yang digunakan sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalamnya, yang kemudian menyimpulkannya sebagai masukan dasar pada tahap berikutnya.

## **BAB IV : Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan**

Berisikan konsep dasar perencanaan dan perancangan pusat perbelanjaan yang digunakan sebagai langkah awal untuk menuju ke arah transformasi desain.

