

---

## BAB II

### TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN DAN SUASANA REKREATIF

#### II.1. TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN

##### II.1.1. Pengertian pusat perbelanjaan

Menurut peraturan atau ketentuan di lingkungan Departemen Perdagangan yang disampaikan oleh Direktur Bina Sarana Perdagangan kepada Kepala Kantor Wilayah Departemen Perdagangan Propinsi Jawa Tengah melalui surat No. 09/Bsp-2/11/94, tanggal 24 Februari 1994, perihal: penjelasan tentang definisi istilah-istilah perpasaran, yang menjelaskan bahwa Pusat Perbelanjaan / Pusat perdagangan adalah suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan ini terdapat *Department Store*, *Supermarket* dan toko-toko yang menjual berbagai produk. Dalam pusat perbelanjaan biasanya dilengkapi oleh sarana hiburan, perkantoran dan restoran. Pusat perbelanjaan kadang-kadang disebut juga dengan istilah asing: mall, plaza atau shopping center. Gedungnya biasanya megah atau mewah dan dilengkapi dengan AC, lift, eskalator, tempat parkir yang luas dan sebagainya. Pusat perbelanjaan ini termasuk pasar modern.

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>21</sup> Dari hal ini dapat diketahui bahwa, sebuah pusat perbelanjaan haruslah direncanakan dan dirancang dengan selalu memperhatikan fasilitas-fasilitas pendukung, baik dalam konteks pemaksimalan barang-barang atau hal-hal yang diperdagangkan maupun konteks pemaksimalan ruang-ruang yang mewadahi pergerakan manusia sebagai pengunjung dalam sistem perbelanjaan modern.

---

<sup>21</sup>) Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA: Mc Graw - Hill, 1990), p.779

Pengertian yang lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah sebagai sekelompok satuan 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 itu juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.<sup>22</sup>

Pusat perbelanjaan dapat pula diartikan sebagai suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuannya adalah memetik keuntungan.<sup>23</sup>

Pusat perbelanjaan menggunakan kata pusat karena pusat perbelanjaan merupakan suatu komplek pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual (klasifikasi Pusat Perbelanjaan berdasarkan bentuk fisik).<sup>24</sup>

## II.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

### II.1.2.1. Berdasarkan skala pelayanan<sup>25</sup>

#### 1. Pusat perbelanjaan lokal

Pusat perbelanjaan lokal ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 500 s/d 40.000 penduduk. Luas arealnya berkisar antara 30.000 s/d 100.000 sq ft (2.787 s/d 9.290 m<sup>2</sup>) dengan unit terbesar berupa *supermarket*.

#### 2. Pusat perbelanjaan distrik

Pusat perbelanjaan distrik ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 40.000 s/d 150.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas arealnya berkisar 100.000 s/d 300.000 sq ft (9.290 s/d 27.870 m<sup>2</sup>) yang terdiri dari *junior department store*, *supermarket* dan toko-toko.

<sup>22</sup>) Urban Land Institute, *Shopping Centers Development Handbook*, (Washington: Community Builders Handbook Series, 1977), p. 43

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

<sup>24</sup>) Nadine Bedington, *Design of Shopping Center*, (New York: Butterworth Design Series, 1982), p. 14

<sup>25</sup>) Victor Gruen, *Centers for The Urban Enviroment: Survival of The Cities* (New York: Van Nostrand Reinhold Co, 1973), p. 23

3. Pusat perbelanjaan regional

Pusat perbelanjaan regional mempunyai jangkauan pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas arealnya antara 300.000 s/d 1.000.000 sq ft (27.870 s/d 92.990 m<sup>2</sup>) yang terdiri dari junior departement store, departement store dan jenis toko-toko.

II.1.2.2. Berdasarkan bentuk fisik<sup>26</sup>

1. *Shopping street*

Toko yang berderet di sepanjang jalan dan membentuk pola pita.

2. *Shopping center*

Komplek pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau di jual.

3. *Department store*

Suatu toko besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus untuk memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m<sup>2</sup>.

4. *Supermarket*

Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*. Dari area penjualan dengan luas area berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

5. *Department store dan supermarket*

Merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan di atas.

6. *Super store*

Merupakan toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

<sup>26</sup>) Nadine Bedington, *Design for Shopping Centers*, (New York: Butterworth Design Series, 1982), p. 14

---

### II.1.3. Unsur-unsur pada pusat perbelanjaan

#### II.1.3.1. Berdasarkan kuantitas barang yang diperdagangkan

##### 1. Toko grosir

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

##### 2. Toko eceran

Merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah relatif sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.

#### II.1.3.2. Berdasarkan variasi barang yang diperdagangkan

##### 1. *Specialty shop*

Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya: toko pakaian, toko sepatu, toko kacamata, toko perhiasan dan sebagainya.

##### 2. *Variety shop*

Merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontong.

#### II.1.3.3. Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan<sup>27</sup>

##### 1. *Personal service*

Pembeli atau konsumen dilayani oleh pramuniaga dari belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif.

##### 2. *Self selection*

Pembeli atau konsumen memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran pada kasir.

---

<sup>27)</sup> Victor Gruen, *Shopping Town USA: The Planning of Shopping Centers*, (New York: Van Nostrand Reinhold Co, 1960), p. 23

### 3. *Self service*

Pembeli atau konsumen dengan membawa keranjang atau *trolley* yang tersedia, memilih barang yang dibutuhkan dan dibawa menuju kasir untuk membayar barang yang telah diambilnya.

## II.1.4. Materi yang diperdagangkan pada pusat perbelanjaan

### II.1.4.1. Berdasarkan jenis materi yang diperdagangkan<sup>28</sup>

#### 1. *Demands goods*

Barang-barang pokok yang diperlukan sehari-hari.

#### 2. *Convenience goods*

Barang-barang yang sering dibutuhkan tetapi bukan merupakan kebutuhan pokok dan bukan tidak dibutuhkan sehari-hari.

#### 3. *Impulse goods*

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks, digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan. Misalnya: perhiasan, asesoris dan sebagainya.

### II.1.4.2. Cara penyajian materi yang diperdagangkan<sup>29</sup>

#### 1. Bentuk tempat penyajian barang

- *Table fixture*: bentuk meja menerus.
- *Counter fixture*: bentuk almari rendah.
- *Cases fixture*: bentuk almari transparan.
- *Box fixture*: kotak-kotak terbuka.
- *Back fixture*: rak-rak almari yang terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai penyimpan.
- *Hanging case*: lemari penggantung.
- *Etalase* (jendela peraga): merupakan salah satu komponen penyajian barang yang letaknya diluar toko, mempunyai fungsi sebagai alat promosi untuk mengenalkan barang-barang yang dijual kepada konsumen sebelum masuk toko.

<sup>28</sup>) Joseph De Chiara, *Time Saver Standards for Building Types*, (USA: Mc Graw - Hill, 1983), P. 731

<sup>29</sup>) Ernst Neufert, *Data Arsitek, Jilid I*, Edisi kedua, (Jakarta: Erlangga 1995), p. 190-196

2. tempat untuk menampung kegiatan dan standar

- Lay out toko (*retail*)
- Lay out toko besar (*department store dan supermarket*)

Bentuk wadah penyajian barang atau tempat untuk menampung kegiatan, tidak semua digunakan pada pertokoan tetapi hanya digunakan sebagai standar dengan barang-barang yang akan dijual dan disusun berdasarkan suasana yang diinginkan.

II.1.4.3. 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.

II.1.5. Identitas kegiatan pada pusat perbelanjaan

II.1.5.1. Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan pada pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi:<sup>30</sup>

1. Konsumen atau pembeli

Konsumen atau pembeli adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa dengan melakukan transaksi serta melakukan kegiatan rekreasi di dalam pusat perbelanjaan. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat sosial ekonominya, semakin tinggi pula tuntutan kualitas pelayanan kebutuhannya. Di dalam pusat perbelanjaan ini konsumen atau pengunjung memperoleh banyak pilihan barang dan pelayanan maksimal dalam melakukan transaksi serta menikmati suasana yang menyenangkan dan rekreatif.

<sup>30</sup>) Aria Nugrahadi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah* (Yogyakarta: TA UII, 1997), p.18

## 2. Pedagang

Pedagang pada pusat perbelanjaan ini sebagai penyewa atau pembeli ruangan yang disediakan oleh investor sebagai tempat untuk menjual barang dagangannya. Pelaku kegiatan ini berkemauan untuk memperoleh sewa ruang yang menguntungkan usahanya dan dapat memasarkan barang dagangannya secara efektif. Pedagang yang menyewa pusat perbelanjaan biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

## 3. Pengelola

Pengelola disini menginginkan dapat menyediakan fasilitas yang menguntungkan pedagang yang terlibat melakukan kegiatan di dalam pusat perbelanjaan.

## 4. Supplier

Pengisi barang dagangan di dalam pusat perbelanjaan yang diperlukan oleh pedagang atau penjual.

### II.1.5.2. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi pada pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut:

#### 1. Kegiatan perdagangan (jual - beli) yang meliputi:

- Kegiatan penyajian barang
- Kegiatan pergerakan
- Kegiatan pelayanan

#### 2. Kegiatan pengelolaan yang meliputi:

- Kegiatan operasional
- Kegiatan manajemen
- Kegiatan maintenance

#### 3. Kegiatan pengadaan barang yang meliputi:

- Dropping (bongkar muat barang) dan distribusi barang
- Kegiatan penyimpanan

#### 4. Kegiatan rekreatif

- Kegiatan jalan-jalan
- Kegiatan menikmati fasilitas yang ada

---

## II.2. TINJAUAN SUASANA REKREATIF PUSAT PERBELANJAAN

### II.2.1. Pengertian rekreatif

Rekreatif berasal dari kata rekreasi yang berarti penyegaran kembali badan dan pikiran atau sesuatu yang menggembirakan hati dan menyegarkan seperti hiburan, piknik.<sup>31</sup>

Definisi rekreatif adalah sesuatu yang tidak membosankan, tidak monoton, dapat memberikan kesenangan tersendiri sesuatu yang dapat menghibur.<sup>32</sup>

Dari pengertian diatas, terdapat banyak unsur yang dapat dimanfaatkan dalam menciptakan suasana rekreatif pada ruang dalam, 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.

### II.2.2. Karakter rekreatif pada ruang dalam

Karakter rekreatif dapat tercermin pada beberapa hal, antara lain:

#### 1. Keanekaragaman ruang

Untuk menciptakan karakter rekreatif pada ruang dalam memerlukan adanya keanekaragaman dari beberapa hal yang digunakan pada suatu perancangan, dengan cara mengkomposiskannya. Keanekaragaman akan lebih terasa dalam menciptakan karakter rekreatifnya jika dibandingkan dengan hal-hal yang bersifat monoton.<sup>33</sup>

#### 2. Warna

Warna adalah unsur yang paling mencolok, yang dapat membedakan suatu bentuk terhadap lingkungannya. Warna juga dapat mempengaruhi bobot visual suatu bentuk.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup>) *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), p. 829

<sup>32</sup>) Francis J. Geck, M.F.A, *Interior Design and Decoration*, (New York: WM. G. Briwn Company Publisher, 1984)

<sup>33</sup>) Edward T. White, *Concept Sourcebook, a Vocabulary of Architecture Form*, (Bandung: Intermatra, 1990)

<sup>34</sup>) Francis D.K. Ching, *Bentuk Ruang dan Susunannya*, (Jakarta: Erlangga, 1996), p. 50



### 3. Material

Material adalah karakter permukaan suatu bentuk tekstur yang dapat mempengaruhi baik perasaan kita waktu menyentuh maupun kualitas pemantulan cahaya yang menimpa permukaan bentuk tersebut.<sup>35</sup>

### 4. Dekorasi

Merupakan suatu olahan pada elemen ruang, dapat berupa dekorasi tempelan ataupun dekorasi langsung. Dekorasi berfungsi untuk memperindah atau menciptakan suasana ruang yang menyenangkan pada suatu ruang terutama pada ruang dalam.

#### II.2.3. Tuntutan kegiatan rekreatif

Bila seseorang berada pada sirkulasi linier yang lurus, akan membuat seseorang merasa bosan atau enggan untuk menyusuri, apabila seseorang tidak yakin akan adanya sesuatu yang benar-benar dibutuhkan di ujung perjalanan.

Sedangkan menurut (Morkhis Ketchum, 1957)<sup>36</sup> menyatakan bahwa “Tuntutan kegiatan rekreatif yang mengiginkan adanya suatu bentuk yang lain supaya tidak membosankan dan adanya keenganan perlu sistim pergerakan yang mendukung, yaitu menurut kimenatika gerak antara lain:

- Gerakan berjalan
- Gerakan berhenti sejenak
- Gerakan berhenti lama
- Gerakan istirahat
- Gerakan menikmati view sekeliling

<sup>35</sup>) Francis J. Geck, M.F.A, *Interior Design and Decoration*, (New York: WM. G. Briwn Company Publisher, 1984), p. 6

<sup>36</sup>) Achid Zudhirianto, *Shopping Center di Kawasan Pasar Wates*, (Yogyakarta: TA UII, 2000), p. 7

---

## II.3. UNSUR ALAM SEBAGAI PENAMBAH SUASANA REKREATIF PADA RUANG DALAM

Unsur alam yang akan digunakan sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam pusat perbelanjaan ini adalah: Sinar matahari, air dan tumbuhan dimana hal ini merupakan olahan elemen pada ruang dalam yang berupa dekorasi langsung.

### II.3.1. Sinar matahari

#### II.3.1.1. 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>37</sup>

Matahari selain memberikan panas (radiasi) juga memberikan sinar (cahaya). Mengingat sinar matahari pada siang hari adalah merupakan sinar yang bermanfaat sekali bagi semua kehidupan baik di darat maupun di air, maka sinar matahari sangat diperlukan khususnya dalam pencahayaan bangunan. Tujuan pemanfaatan sinar matahari sebagai penerangan alami dalam bangunan adalah sebagai berikut.<sup>38</sup>

- Menciptakan ruang yang sehat mengingat sinar matahari mengandung ultraviolet yang memberikan efek psikologis bagi manusia dan memperjelas kesan ruang.
- Menggunakan sinar matahari sebagai cahaya alami sejauh mungkin kedalam bangunan, baik sebagai sumber penerangan langsung maupun tak langsung.
- Menghemat energi dan biaya operasional bangunan.

Pemanfaatan sinar matahari ke ruang dalam dapat dilakukan dengan berbagai cara, dilihat dari arah jatuhnya sinar matahari dan komponen atau bidang-bidang yang membantu memasukan dan dan memantulkan sinar matahari.

---

<sup>37</sup>) William M.C. Lam, *Sunlighting as Formgiver for Architecture*, 1986, p. 3

<sup>38</sup>) Dwi Tangoro, *Utilitas Bangunan*, (Jakarta: UI-Press, 1999), p. 66-67

Pada umumnya sinar matahari yang jatuh pada permukaan tanah atau bangunan dapat dinyatakan sebagai berikut:<sup>39</sup>

- Sinar matahari langsung jatuh pada bidang kerja.
- Refleksi atau pantulan sinar matahari dari benda, bidang yang berada diluar bangunan dan masuk melalui bukaan.
- Refleksi atau pantulan sinar matahari dari halaman, yang untuk kedua kalinya dipantulkan kembali oleh langit-langit dan dinding kearah bidang kerja.
- Sinar yang jatuh di lantai dan dipantulkan lagi oleh langit-langit.

Dalam pemanfaatan sinar matahari ini juga harus memperhatikan sifat sinar matahari itu sendiri, dimana sifat dari cahaya-kilaunya dapat menjadikan ketidakmampuan dan ketidak-nyamanan dalam penglihatan.<sup>40</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) secara besar-besaran pada ruang-ruang tertentu akan memberikan rasa tidak terkurung, terang alami dan perasaan menyatu dengan alam luar (atas, langit).

### II.3.1.2. 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>41</sup>

#### 1. Kaca

- *Float glass*, terdiri dari:<sup>42</sup>
  - *Clear float glass*, dapat meneruskan 80-90 persen sinar, tergantung dari ketebalannya.

<sup>39</sup>) Dwi Tangoro, *Utilitas Bangunan*, (Jakarta: UI-Press, 1999), p.68

<sup>40</sup>) Ernst Neufert, *Data Arsitek Jilid I, Edisi kedua*, (Jakarta: Erlangga, 1995), p. 32

<sup>41</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-2

<sup>42</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-4

- *Tinted glass*, juga dikenal sebagai kaca penyerap panas, adalah digunakan untuk memantulkan dan menyerap sinar matahari.
- *Coated glass*, merupakan kaca pemantul sinar (*reflective glass*) dan kaca rendah pancaran sinar (*low-emissivity glass*), yang kesemuanya diperuntukan bagi tipe yang khusus bagi pengkacaan dan memiliki bentuk sangat tipis, menggunakan lapisan tembus cahaya yang menyerupai logam (*metallic*) untuk satu sisi permukaannya. Hal ini digunakan untuk sifatnya yang meneruskan dan memantulkan sinar.
- *Laminated glass*, adalah dibuat dari dua atau lebih lapisan dari kaca.<sup>43</sup>
- *Heat treated glass*, terdiri dari:<sup>44</sup>
  - *tempered glass*, adalah kaca yang dapat menerima suhu kira-kira pada 1300°F yang kemudian dengan cepat dapat mengurangi suhu dari yang diterimanya. Kaca ini juga tahan terhadap beban angin (defleksi).
  - *Heat strengthened glass*, adalah kaca yang dapat menerima suhu lebih rendah dari *tempered glass*.
  - *Spandrel glass*, merupakan salah satu dari *tempered* atau *heat strengthened glass*, yang berlapisan keramik dengan bermacam warna permanen yang digabungkan untuk permukaan interior atau dalamnya. Digunakan untuk penutup sebagai dinding.

## 2. Plastik

- *Acrylic glazing*, terbuat dari *polymethyl methacrylate (PMMA)*. Meskipun mudah tergores, *acrylics* mempunyai daya tahan terhadap cuaca, garam dan korosi. Penambahan plastik dapat digunakan untuk meningkatkan daya tahannya, akan tetapi *acrylics* akan rentan terhadap kerusakan.<sup>45</sup>
- *Polycarbonate glazing*, terbuat dari bahan *polycarbonate (PC)* yang memiliki daya tahan yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan *acrylics*.

<sup>43</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-5

<sup>44</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-5

<sup>45</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-6

Sinar dapat diteruskan sebesar 82-90% dan dikombinasikan dengan penerusan infra merah yang rendah. Hal ini dapat menstabilkan suhu dengan melawan sinar *ultraviolet* ketika digunakan pada sisi luar.<sup>46</sup>

- *Fiberglass reinforced polyester (FRP) glazing*, dapat meneruskan sinar lebih dari 85%. Jenis ini lebih kuat dari pada *acrylics* akan tetapi tidak lebih kuat dari *polycarbonate*.<sup>47</sup>
- *Twin wall glazing*, dikembangkan untuk menciptakan suhu yang baik. Material yang digunakan bisa *acrylic*, *polycarbonate*, dan *fiberglass reinforced polyester*. Lebih dapat mengantisipasi radiasi panas sinar matahari dan dapat dibentuk melengkung (fabrikasi).<sup>48</sup>

### II.3.2. Air

Banyak studi dan pembahasan yang dilakukan terhadap arti dan tradisi dasar dari keajaiban air, yang itu tidak akan terlepas dari pesona fisik dan alami dari air itu sendiri. Ketika bagian bagian dari arsitektur mengolah dan menelusuri potensi-potensi dan efek yang ditimbulkan dalam batasan tertentu, maka dunia air akan memberikan banyak ragam terhadapnya, yang itu kembali pada fisik dan daya alami air. Banyak contoh yang muncul ketika desain dalam arsitektur melibatkan air, yaitu dengan banyaknya respon yang dimunculkan terhadap desain itu, mulai dari taman Jepang, taman Texas dan *landscape* di Inggris, yang kesemuanya itu muncul seperti halnya respon terhadap bangunan tinggi di Hongkong, lingkungan di Venesia dan villa desa di Prancis. Ketika respon itu muncul terhadap desain yang melibatkan air, terutama berangkat dari wujud kondisi fisik air, maka air ini mempunyai kekuatan untuk menciptakan suatu suasana dan kesan melalui pesonanya.<sup>49</sup>

Bernard Forest de Belidor dalam *Architecture Hydraulique* yang dipublikasikan antara tahun 1737 dan 1753, sebagai ensiklopedi dalam *Water + Architecture* yang

<sup>46</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-6

<sup>47</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-6

<sup>48</sup>) Donald Watson, *Time Saver Standards for Building Materials & Systems*, (USA: Mc Graw – Hill Companies, Inc, 2000), p. B2.7-6

<sup>49</sup>) Charles W. Moore and Jane Lidz, *Water + Architecture*, (London: Thames and Hudson Ltd, 1994) p. 22

---

digunakan hingga saat ini, membagi cara pengolahan air berdasarkan bentuk dan karakternya dengan:<sup>50</sup>

- *Jet d'eau* merupakan pengolahan air yang ditembakkan vertikal dari bawah, dan secara alami dengan kekuatannya air akan berkembang secara horisontal. *Jet d'eau* akan berbentuk garis lurus keatas dengan bunga air dipuncaknya.
- *Barceau* merupakan pengolahan air yang ditembakkan juga, akan tetapi tidak secara vertikal. *Barceau* ditembakkan dengan membentuk parabola, dan berkembang ketika membentur atau mengenai tujuannya.
- *Nappe* merupakan pengolahan air yang pergerakannya lebih halus, dimana air yang mengalir secara horisontal dijatuhkan hingga menimbulkan efek gerak dan berkembang.
- *Cascade* air dijatuhkan dengan efek gerak yang ditimbulkan lebih keras. *Cascade* terbagi dalam 2 jenis yaitu *cascade waterfall* dengan efek jatuhnya yang berulang-ulang dan *cascade plume* merupakan olahan air alami (air terjun).
- *Basin* merupakan kolam yang terdiri dari *jet d'eau, cascade dan nappe*, dimana terjadi pergolakan dan pertemuan efek gerak dari air dan menimbulkan benturan-benturan dalam wujud ombak dengan efek jatuhnya air pada puncak gelombang secara halus.
- *Grilles* merupakan *barceau* dalam jumlah yang banyak, akan tetapi lebih halus efek jatuhnya air, karena efek jatuh diharapkan pada kedalaman kolam.

---

<sup>50</sup>) Charles. W. Moore and Jane Lidz, *Water + Architecture*,  
(London: Thames and Hudson Ltd, 1994) p. 44-45

### II.3.3. Tumbuhan

Tumbuhan dapat menjadi hal yang betul-betul perlu dipertimbangkan dalam sebuah desain, lebih dari sekedar penghias, ketika tumbuhan dengan jumlah yang banyak ssebagai pembentuk dinding sebuah ruang dan kanopi.<sup>51</sup>

Penanaman tumbuhan pada tempat yang terkena sinar matahari akan memberikan suatu keistimewaan, baik bagi manusia maupun bagi tumbuhan itu sendiri. Tumbuhan ini akan menyaring sinar matahari dan memberikan keteduhan.<sup>52</sup> Tumbuhan juga mempunyai kemampuan untuk menciptakan suatu keindahan dalam pandangan, ketika tumbuhan tersebut ditata, diatur dengan baik pada suatu lahan.<sup>53</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.

## II.4. STUDI LITERATUR PUSAT PERBELANJAAN

### II.4.1. Melbourne Central

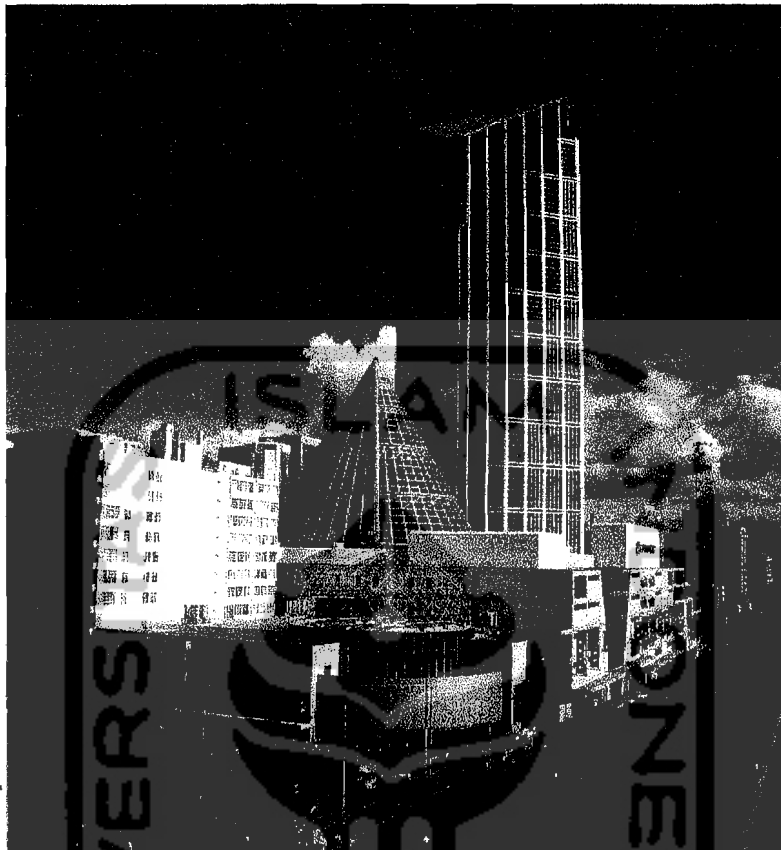
Melbourne Central terselesaikan pada tahun 1991 merupakan hasil desain yang inofatif dari Dr. Kisho Kurokawa. Ini adalah sebuah *private development* terbesar di Australia, terdiri atas tiga susun atau tingkat *retail*, yang menampung lebih dari 180 *specialty shop*, Daimaru *department store* yang berada sampai tingkat keenam, dan *office tower* sebanyak 55 tingkat dengan luas ruang kantornya sebesar 65.000 m<sup>2</sup>.

<sup>51</sup>) Robert L. Zion, *Tree for Architecture an Landscape*, Second Edition, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1995), p. 152

<sup>52</sup>) Robert L. Zion, *Tree for Architecture an Landscape*, Second Edition, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1995), p. 154

<sup>53</sup>) Robert L. Zion, *Tree for Architecture an Landscape*, Second Edition, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1995), p. 155

**Gambar II.1**  
**Melbourne Central**



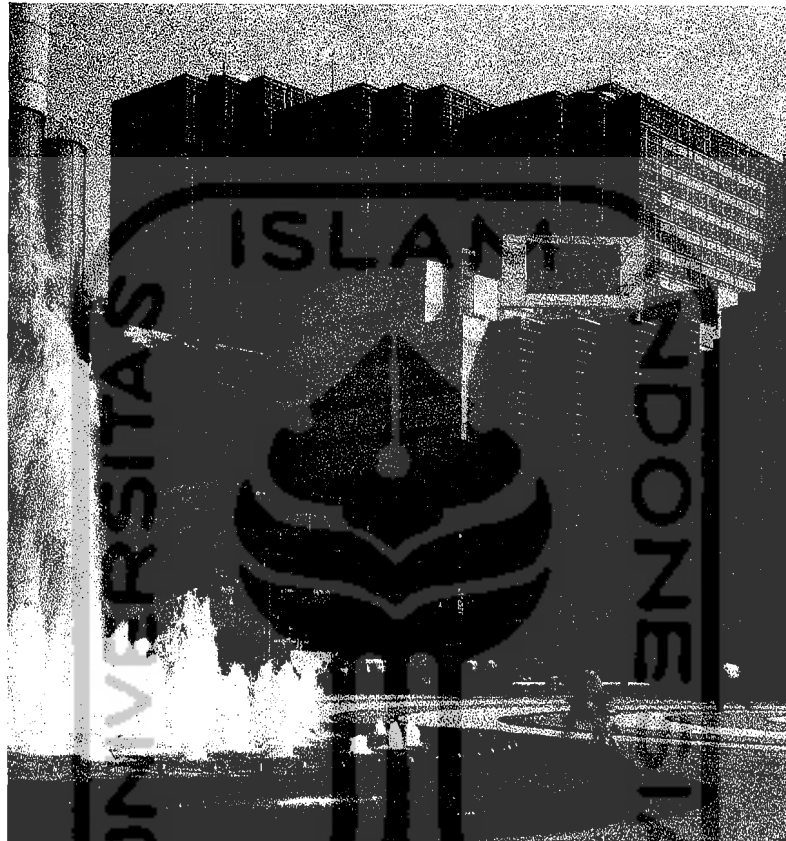
Sumber: Melbourne Central, 1992

Bangunan ini mempunyai keistimewaan yang luar biasa dengan perpaduan spektakuler antara bangunan tua dan bangunan baru dan menjadikannya kekuatan dan keindahan yang jarang dijumpai pada pembangunan di pusat kota. Poin utama pada Melbourne Central yaitu adanya peninggalan sebuah bangunan tua yang disebut dengan *shot tower* yang kemudian ditutup dengan gelas kaca yang berbentuk kerucut (*glass cone*) yang menghasilkan perpaduan teknologi sebagai contoh yang sempurna dari perlindungan bangunan tua dengan bangunan muda. Kerucut tersebut memiliki tipe struktur gelas kaca yang terbesar di dunia, dengan jumlah 924 gelas kaca dan beratnya 490 ton dengan sistim desain mekanis yang khusus menjadi kreasi besar internasional yang menarik.



## II.4.2. Metropolitan Plaza Tobu

**Gambar II.2**  
**Metropolitan Plaza Tobu**

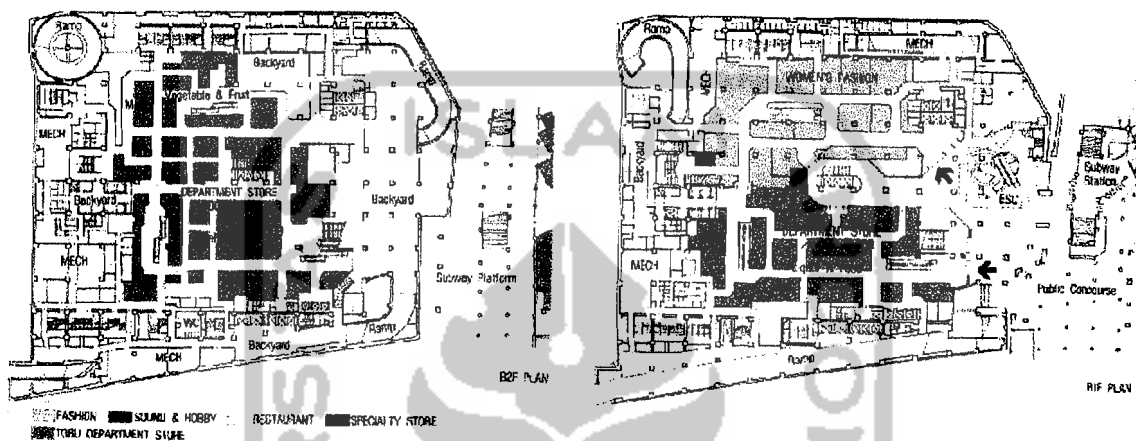


Sumber: Commercial Kompleks

Metropolitan Plaza Tobu dibangun berhubungan dengan stasiun kereta api Ikebukuro, Inti dari Metropolitan Plaza Tobu sebagai salah satu pusat perbelanjaan di Tokyo adalah adanya Tobu department store, Metropolitan Plaza Tobu juga terdiri dari specialty shop, bank, pedagang, berbagai perkantoran dan museum, dengan total luas area lantai 132.000 m<sup>2</sup>. Konsep desain bangunan ini adalah sederhana yaitu sebagai department store yang baik dengan karakteristik penekanan perletakan proyek tersebut pada daerah yang menyenangkan dan merupakan tempat umum. Berhubungan dengan stasiun, sebuah atrium dan tempat terbuka pada stasiun kereta harus ditempatkan secara

hati-hati untuk pengunjung yang menggunakan fungsi lantai department store Tobu, dimana didesain berbeda pada perbedaan lantainya untuk karakter yang dimiliki oleh kereta api cepat. Ini merupakan sistem yang benar-benar baru untuk berbagai macam proyek pertokoan di Jepang.

**Gambar: II.3**  
**Denah Metropolitan Plaza Tobu**



Sumber: Commercial Complexs

## II.5. KESIMPULAN

Pusat perbelanjaan yang akan dirancang merupakan pusat perbelanjaan dengan skala pelayanan regional, hal ini disesuaikan dengan jumlah penduduk Cilacap yang masih dalam skala pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk pada skala wilayah. Pusat perbelanjaan tersebut terdiri dari toko *retail*, *department store* dan *supermarket*, sebagai toko eceran (bukan toko grosir). Toko *retail* merupakan *specialty shop* sedangkan *department store* dan *supermarket* merupakan *variety shop*. Untuk toko *retail* dan *department store* menggunakan sistem pelayanan *personal service* dan *self selection*, sedangkan untuk *supermarket* menggunakan sistem pelayanan *self service*. Pusat perbelanjaan ini memperdagangkan jenis materi berupa *demands goods*, *convenience goods*, dan *impulse goods*. Dengan cara penyajian yang beragam.

Pada pusat perbelanjaan memiliki jenis kegiatan berupa kegiatan perdagangan, kegiatan pengelolaan, kegiatan pengadaan barang dan kegiatan rekreatif, dengan pelaku kegiatan konsumen, pedagang, pengelola, dan *supplier*.

Pusat perbelanjaan yang akan dirancang merupakan pusat perbelanjaan yang selain berfungsi sebagai tempat berbelanja juga diharapkan dapat memberikan suasana rekreatif yang maksimal, oleh karena itu maka pusat perbelanjaan ini akan berusaha menambah suasana rekreatif pada ruang dalamnya dengan menggunakan unsur alam, diman unsur alam yang akan digunakan adalah unsur alam yang berupa sinar matahari, air dan tumbuhan.

