

BAB II

TINJAUAN TEORITIS SHOPPING MALL

2.1 Tinjauan Teoritis Shopping Mall.

2.1.1 Definisi Pusat Perbelanjaan.

a. Definisi

Secara umum mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan suatu kota atau lingkungan setempat, dimana pusat perbelanjaan merupakan sarana-prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan, pembelian atau penjualan barang dan jasa. Juga mempunyai fungsi sosial sebagai salah satu lingkungan untuk berkomunikasi, berkumpul dan berekreasi.

Definisi Pusat perbelanjaan lebih lanjut adalah :

1. Pusat perbelanjaan merupakan kegiatan jual beli yang berorientasi ke dalam karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada di dalam bangunan.
2. Pusat perbelanjaan merupakan suatu kelompok fasilitas pertokoan dalam suatu bangunan yang direncanakan sebagai area jual beli, area untuk berjalan-jalan, istirahat, area bermain bagi anak-anak, dan pola paving yang menarik.
3. Pusat perbelanjaan adalah sebuah tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial.
4. Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi 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.

(Sumber : An no name, Community Builders Handbook, 1977)

b. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan

Penampilan visual penting artinya bagi pusat perbelanjaan, guna memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan pusat perbelanjaan tersebut.

Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan mempunyai sifat :

1. *Clarity* (kejelasan), yaitu sifat dari penampilan visual yang dapat menunjukkan gambaran mengenai fungsi fasilitas tersebut. Maksudnya adalah visual pusat perbelanjaan harus dapat menunjukkan dengan jelas fungsi bangunan bahwa bangunan merupakan pusat perbelanjaan.
2. *Boldness* (menonjol), yaitu sifat yang menunjukkan kesan menonjol. Jadi suatu pusat perbelanjaan penampilannya harus menonjol dari lingkungan sekitarnya agar fasilitas perdagangan tersebut dapat menarik perhatian dari pembeli/pengunjung.
3. *Intimacy* (akrab), yaitu sifat penampilan visual yang menunjukkan keakraban bangunan dengan lingkungan sekitar.
4. *Flexibility* (Fleksibilitas), yaitu suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra dan alih waktu serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapatkannya.
5. *Complexity* (kompleksitas), Yaitu suatu citra penampilan bangunan yang tidak monoton.
6. *Efficiency* (efisiensi), Adalah suatu citra penggunaan yang optimal dari setiap jengkal ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan.
7. *Investinese* (kebaruan), yaitu suatu sifat penampilan pusat perbelanjaan yang memberikan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

(Sumber : Hoyte, 1978).

2.1.2 Jenis Pusat Perbelanjaan

a. Berdasarkan Jangkauan Pelayanan :

1. Pusat Perbelanjaan *Lokal*, total area yang digunakan 2.787-9.290m² dengan tingkat layanan 5.000-40.000 orang.
Jenis fasilitas : supermarket, toko-toko tunggal (shop unit).
2. Pusat Perbelanjaan *Distrik*, total area yang digunakan 9.290-27.870m² dengan tingkat layanan 40.000-150.000 orang.
Jenis fasilitas : departement store, variety store, yunior departement store, super market dan toko-toko tunggal.
3. Pusat Perbelanjaan *Regional*, area yang digunakan 27.870-92.900m² dengan tingkat layanan 150.000-400.000 orang.
Jenis fasilitas : junior departement store, departement store dan toko.

(Sumber : Saifullah, Ahmad, M.T. Superblok Apartemen, Pusat Belanja & Perkantoran, Jogjakarta : UGM).

b. Berdasarkan Standart ULI (Urban Land Institute).

1. Neighborhood Center.
Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 5.000 m².
contoh fasilitas : Supermarket.
2. Community Center.
Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 15.000 m².
contoh fasilitas : Junior Departement Store, Supermarket.
3. Regional Center.
Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 40.000 m².
contoh fasilitas : dua atau lebih Departement Store.

c. Berdasarkan Bentuk Fisik :

1. *Shopping Street* yaitu sederetan pertokoan disepanjang sisi jalan. Contoh : pertokoan di sepanjang jalan Mallioroboro.
2. *Shopping Center* yaitu komplek pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.
3. *Shopping Precint* yaitu komplek pertokoan dengan stan toko menghadap ke ruang terbuka yang terbebas dari kendaraan.
4. *Departement Strore* yaitu suatu toko besar terdiri dari beberapa lantai dan menjual berbagai macam barang.
Peletakan barang memiliki tata letak yang memudahkan sirkulasi dan kejelasan akses.
Luas lantai 10.000-20.000m².
Contoh : Matahari.
5. *Supermarket* yaitu toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan sendiri dan penjualan bahan makanan tidak melebihi 15 % dari seluruh area penjualan.
Luas lantai berkisar 1.000-2.500m².
Contoh : Mirota Kampus.
6. *Departement Store dan Supermarket* yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan departement store dan supermarket).
Contoh : Mallioboro Mall.
7. *Super Store* yaitu Toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri, dengan lahan yang terbatas.
Luas lantai berkisar 5.000-7.000 m².

d. Berdasarkan Kuantitas Barang

1. Toko Grosir
Yaitu toko yang menjual barang-barang dalam jumlah besar.
2. Toko Eceran
Yaitu toko yang menjual barang-barang persatuan barang.

2.1.3 Tinjauan Pelaku dan Kegiatan Fasilitas Perbelanjaan

a. Pelaku Kegiatan

Pola kegiatan dalam pusat perbelanjaan dibedakan atas:

1. Pengunjung/konsumen/pembeli.

Yaitu masyarakat/obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan jasa, barang, dan rekreasi .

2. Penyewa/pedagang.

Yaitu pemakai ruang dengan menyewa atau membeli dari pengelola pusat perbelanjaan untuk digunakan sebagai tempat barang-barang dagangannya kepada konsumen.

3. Pengelola.

Yaitu memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang mewadahi pedagang yang menyewa area pusat perbelanjaan.

4. Supplier.

Yaitu pengisi / pengantar barang yang diperlukan pedagang.

Jenis pengunjung pusat perbelanjaan :

1. Pengunjung tradisional.

Yaitu pengunjung yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Mereka mementingkan kuantitas dengan harga relatif murah dari pada kualitas dengan harga relatif mahal. Pengunjung seperti ini tetap ada di daerah pertokoan dan terutama di Pedesaan. Tempat bagi kelompok ini adalah tempat yang sederhana dan bebas berinteraksi dengan sesama pembeli atau penjual termasuk tawar menawar.

2. Pengunjung modern.

Yaitu pengunjung yang berbelanja juga untuk kebutuhan aktualitas diri. Mereka lebih menyukai barang berkualitas tinggi walaupun harganya mahal. Tempat bagi mereka adalah tempat yang berbentuk modern, eksklusif dan lengkap. Disamping itu mereka juga membutuhkan tempat sarana untuk

ajang rekreasi dan hiburan. Pengunjung seperti banyak terdapat di kota-kota besar.

3. Pengunjung Transisi.

Pengunjung transisi adalah peralihan antara pengunjung tradisional dengan pengunjung modern, dengan sifat gubahan diantara keduanya. Tempat bagi kelompok ini adalah tempat dengan sistem modern dan lengkap tetapi tidak eksklusif dan glamour. Pengunjung seperti ini ada di kota besar dan kecil.

4. Pengunjung Wisatawan.

Pengunjung wisatawan berbelanja pada suatu tempat perbelanjaan dengan sifat musiman. Dalam berbelanja mereka berbelanja mencari barang khas daerah tersebut, yang tidak melihat harga dan kualitas. Pusat perbelanjaan yang cocok bagi mereka adalah pusat perbelanjaan yang menjual barang-barang souvenir khas daerah tertentu.

(Sumber : Anwar, 1988)

b. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi dalam kegiatan pusat perbelanjaan yaitu kegiatan jual beli dan kegiatan pengelolaan.

1. Kegiatan Jual Beli, kegiatan yang diwadahi antara lain :

- Kegiatan pelayanan jual beli
- Kegiatan penyajian barang dan penyimpan
- Kegiatan promosi
- Kegiatan pergerakan
- Kegiatan distribusi barang

2. Kegiatan Pengelolaan.

- Kegiatan manajemen
- Kegiatan operasional dan pemeliharaan

c. Pola Kegiatan Pengunjung

Pola kegiatan yang terdapat pada pusat perbelanjaan, yaitu :

1. Pola kegiatan mengenal area

Disini pengunjung memerlukan orientasi yang jelas, sehingga pengunjung dapat memperkirakan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju.

2. Pengunjung telah mengenal area

Pengunjung langsung ke tempat yang dituju apabila ada keperluan khusus, sehingga diperlukan pola pencapaian yang efektif.

Pengunjung berkeliling jika ingin memilih barang atau sekedar melihat-lihat atau ingin berekreasi.

3. Pola transaksi

Dalam transaksi pengunjung langsung membayar harga barang yang dibeli pada kasir.

4. Pola rekreatif

Pengunjung dalam melakukan kegiatan berbelanja lama akan melelahkan dan membutuhkan suasana yang lebih rekreatif oleh karena itu dibutuhkan keleluasaan gerak.

5. Pola sirkulasi

Pola sirkulasi disini adalah pola sirkulasi yang mudah dibaca dan sederhana, karena pengunjung cenderung untuk jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi.

d. Sifat Kegiatan

Dalam pusat perbelanjaan ada tiga kegiatan yang diwadahi dan sifatnya adalah :

1. Kegiatan jual beli, mempunyai sifat : dinamis, dan terbatas.
2. Kegiatan promosi, mempunyai sifat : dari segi visual barang dagangan mempunyai daya tarik dan dari segi daya saing mengarah pada aspek harga, mutu serta pelayanan.
3. Kegiatan rekreasi, mempunyai sifat : non formal, dan dinamis.

2.1.4 Tinjauan Teoritis Sektor Perdagangan Pada Pusat Perbelanjaan

Ada dua macam sektor perdagangan, yaitu sektor perdagangan formal dan sektor perdagangan informal, sedangkan pusat perbelanjaan termasuk dalam sektor perdagangan formal.

a. Definisi Sektor Perdagangan Formal.

Sektor perdagangan formal adalah kegiatan jual beli yang 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 yang cukup besar.

b. Klasifikasi Sektor Perdagangan Formal

1. Pasar

Adalah suatu pengelompokan fasilitas-fasilitas perbelanjaan yang sederhana berupa kios-kios. Barang-barang yang diperjual belikan biasanya adalah barang-barang kebutuhan primer. Pasar tumbuh dan bersifat strategis dari segi aksesibilitas.

(Sumber : Wiryadi, 1980).

2. Pusat perbelanjaan

Yaitu sekelompok sarana perbelanjaan yang biasanya terdiri dari toko-toko, kios-kios, dan los-los. Dikelola dengan manajemen yang lebih teratur, dengan pertimbangan faktor kenyamanan bagi pengunjung.

c. Materi Sektor Perdagangan Formal

Jenis materi perdagangan berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya :

1. Demand goods (barang-barang Kebutuhan pokok yang dibutuhkan setiap hari).
2. Convenience goods (barang kebutuhan sekunder, tidak pokok dan tidak dibutuhkan setiap hari).
3. Impuls good (barang kebutuhan mewah)

Cara Penyajian Materi Perdagangan :

1. Dalam kotak terbuka
2. Meja menerus
3. Almari transparan
4. Almari rendah
5. Rak-rak almari yang terbuka /transparan
6. Lemari penggantung
7. Etalase

Sifat Materi Perdagangan merupakan sifat fisik dari barang dagangan, yaitu meliputi :

1. Barang bersih
2. Barang tidak tahan lama, wadahnya tahan lama
3. Barang tahan lama
4. Barang tak berbau

Cara Penyajian dalam perdagangan formal :

1. Personal service
2. Self selection (pembeli memilih barang sendiri, kemudian diberi tanda terima/nota)
3. Self service (pembeli tanpa dilayani dalam pemilihan barang, kemudian membayar dikasir)

d. **Karakteristik Pola Kegiatan Sektor Perdagangan Formal**

Kegiatan pada lingkup sektor ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemilik, penjaga toko, pengunjung dan kegiatan distribusi barang. Rata-rata jumlah pekerja pada sektor perdagangan formal relatif cukup banyak.

Pola Kegiatan Pemilik dan Pelayan Toko

Datang → Bekerja/menunggu pembeli → Simpan → Pulang

Pola Kegiatan Distribusi Barang

Datang → Distribusi → Simpan → Sajikan

Pola Kegiatan Pengunjung

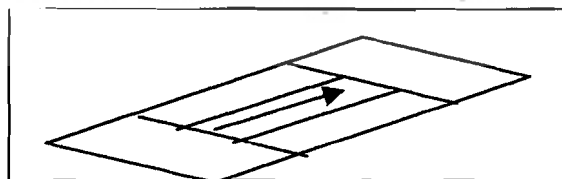
Datang → Memilih/membeli → Membayar → Pulang

2.1.5 Definisi Shopping Mall

- a. *Shopping* adalah hal berbelanja, menurut :
1. Aktifitas, dilakukan secara rutin/insidental untuk memenuhi kebutuhan, kesenangan sosial atau memanfaatkan waktu luang.
 2. Sifat, distribusi barang secara langsung oleh penjual untuk memenuhi permintaan konsumen yang bersifat komersial meliputi penyediaan, penyimpanan dan penjualan barang.
 3. Pewadahan, bangunan tempat serangkaian aktifitas jual beli barang dilakukan.
- b. *Mall* adalah tempat berjalan atau pedestrian.
1. Makna asal mall yaitu area yang biasanya dilingkupi oleh pepohonan, digunakan sebagai tempat jalan-jalan/open space yang terbentuk dari ruang antar bangunan yang digunakan sebagai tempat sirkulasi pejalan kaki di luar bangunan.



2. Makna luas mall yaitu suatu area pergerakan linear pada suatu pusat usaha yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang tertentu dilengkapi unsur dekoratif.



Pergerakan
Linear
Untuk
Pejalan Kaki

Dari uraian diatas di peroleh gambaran Shopping Mall adalah sebagai wadah kegiatan komersial dengan publik space atau mall yang dirancang khusus bagi pejalan kaki (pedestrian), dengan deretan toko disetiap sisi jalan, tempat orang melakukan aktivitas berbelanja, atau sekedar jalan-jalan menikmati suasana, terpisah

dari lalu lintas kendaraan, memiliki akses mudah dari jalan umum, dilengkapi unsur dekoratif dan kenyamanan.

Karakter dasar Shopping Mall

1. Mall Terbuka

Adalah Mall tanpa pelingkup. Keuntungannya kesan yang ditimbulkan luas, perencanaan teknis mudah sehingga biaya murah. Kerugiannya kesulitan Climatic control (berpengaruh terhadap kenyamanan)

2. Mall Tertutup

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

3. Komposit Mall

Merupakan gabungan antara mall yang terbuka dengan tertutup dimana sebagian terbuka dan bagian lainnya tertutup.

Variasi bentuk mall

1. Mall Tipikal

2. Mall Melebar Keatas

3. Mall Menyempit Keatas

4. Mall Menggunakan Koridor



2.1.6 Persyaratan Shopping Mall

Persyaratan Shopping Mall

1. Persyaratan Umum

a. Lokasi

Hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi, adalah :

- Tempat-tempat yang sudah tentu ramainya, seperti pusat kota, dimana banyak orang lalu lalang (posisi strategis).
- Mudah dicapai baik oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Transportasi mudah, prasarana memadai.

b. Jalan Masuk (Akses)

Pembagian Jalan masuk

- Untuk pejalan kaki, kendaraan pribadi dan mobil barang sebaiknya terpisah.
- Ada jalan pintas (terlindung dari sinar matahari dan hujan) yang menghubungkan tempat-tempat parkir dan pertokoan.

c. Pengaturan Pembagian Ruang

Pertokoan besar, dilengkapi ruang aula dan peragaan, restoran, kedai minum, tempat bermain, bank, kantor pos, biro perjalanan, bioskop, dan taman.

d. Tempat penjualan

Ruang bawah tanah lebih baik dipergunakan untuk tempat penjualan dibandingkan dengan lantai tambahan di atasnya.

e. Tinggi lantai

Untuk unit besar antara 4m-5m. Untuk unit kecil 3m tergantung pada jenis pelayanannya. Pada ruang-ruang yang terlalu tinggi, biasanya agak membuat pengunjung menjadi segan. Unit-unit pertokoan tidak menggunakan pencahayaan alami, melainkan memanfaatkan pencahayaan buatan dengan ventilasi mekanik.

f. Pergerakan Antar Lantai

- Tangga

Letak tangga harus dibuat agar mudah dilihat dan dicari. Apabila tangga dimaksudkan juga sebagai jalan darurat, sebaiknya direncanakan dekat dengan pintu keluar.

- Elevator

Mudah dilihat dari pintu masuk. Di letakkan ditengah-tengah bangunan dengan jarak tak lebih dari 50 m dari bagian penjualan pada masing-masing lantai.

- Eskalator

Memasang eskalator pada suatu tempat tertentu akan mengirangi lebar efektif mall (yang merugikan sejumlah penyewa tertentu). Akan lebih baik jika ditempatkan pada suatu koridor layan pada secondary mall dan harus ditandai secara jelas.

2. Persyaratan Khusus

a. Tata letak Bangunan

Hirarki dari penyewa yang terbesar dan terpenting (major tenants, anchor tenants). Suatu pusat dengan satu penyewa tunggal mungkin cukup memiliki konfigurasi sirkulasi linear. Fasilitas dengan tiga atau lebih penyewa utama membutuhkan loop atau kelompok-kelompok jalur sirkulasi. Perlu memperhatikan pintu samping, pintu darurat dan juga untuk pintu servis/dropping/logistik.

b. Kenyamanan pengunjung

Pengunjung pada umumnya akan berada 1,5 jam-2 jam dalam fasilitas tersebut ketika berjalan.

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam menanggulangi kelelahan :

- Bahan lantai, jangan terlalu licin sehingga enak untuk berjalan
- Fasilitas yang bervariasi, bisa pada ruang, dekor, cahaya dan sebagainya sehingga membuat nyaman

c. Keamanan

Fasilitas keamanan yang memadai sangat diperlukan baik terhadap aksi kekerasan yang serius maupun pencurian

d. Karakter bangunan

Karakter bangunan yang bersifat komunikatif dan komersial, untuk mewujudkannya dibutuhkan perancangan ruang yang memberi kesan terbuka, menerima serta kemungkinan pengaruh lingkungan sekitarnya.

e. Efisiensi Pemakaian Ruang

Perencanaan dan perancangan ruang yang efisien tanpa mengorbankan faktor-faktor penting lainnya diperlukan karena harga tanah yang tinggi sedangkan fasilitas komersial ini harus mendapat untung sebesar-besarnya.

3. Persyaratan Standar

a. Anchor Tenant

Kunci sukses sebuah mall adalah masalah perencanaan Key tenants yaitu pemilihan dan penempatan anchor tenants. Penyewa utama seperti Departement Store, supermarket penempatannya harus mampu menjadi magnet bagi pengunjung.

b. Atrium

Sebagai pusat dari mall yang merupakan tempat berkumpul dan pusat dari orientasi dari semua fungsi komersial yang ada. Juga dapat juga digunakan sebagai tempat pameran atau pedagang kaki lima menggelar barang dagangannya.

c. Koridor

Ciri utama yang membedakan mall perbelanjaan dengan pusat perbelanjaan yang lainnya adalah bentuk koridornya tunggal dengan atrium di sepanjang koridor, dengan lebar 8 - 16 m. Dengan perletakan anchor tenant pada ujung-ujungnya, atrium sebagai pusat, mau tidak mau mengarahkan pengunjung untuk melewati koridor tersebut ke arah daerah magnet, sehingga semua toko terlewati.

d. Struktur

Pada dasarnya ada tiga alternatif struktur bangunan, dengan bentang yang ideal di perkirakan antara 12-15m. Adapun alternatif tersebut adalah :

- Rangka baja struktural
- Rangka kayu struktural laminated
- Rangka beton, yang mungkin pra cetak, atau cetak ditempat

e. Utilitas

Material Instalasi listrik

- Masing-masing petak dilayani oleh panel/circuit breaker tersendiri
- Dengan bus dues, yang fleksibel namun kurang ekonomis

Pengkondisian udara

- Central Plant. Modal awal lebih tinggi, perawatan tak terlalu tinggi, membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan total, kontrol multizone akan mahal dan rumit, membutuhkan ruang tersendiri dan hilangnya area sewa.
- Individual units. Modal awal lebih rendah, perawatan tinggi, tidak membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan sebagian, tidak kehilangan area sewa, namun perlu ada hubungan ke atap & struktur khusus

f. Material Lantai dan dinding

- Area sewa. Lazimnya diserahkan pada penyewa dalam bentuk lantai semen datar dan licin. Finishing merupakan tanggungan penyewa.
- Area mall. Di finishing dengan terrazza atau buatan semacamnya dimana pertimbangannya adalah ketahanan, kekuatan, harga dan perawatan.
- Area layanan. Lazimnya dalam bentuk lantai semen biasa, yang mungkin di finishing dengan warna dan sebagainya.

Dinding eksterior, interior sekitar area pelayanan, partisi interior antar petak. Secara umum, untuk lantai dan dinding berlaku pertimbangan : Biaya awal dan perawatan, Usia material dan dampak penggantian, Kemungkinan penggantian material baru di masa mendatang

g. Storefront dan Dekor

Storefront sebagai bagian dari pembentukan karakter/ suasana mall. Penyewa melihatnya sebagai bidang terpenting untuk menarik pelanggan. Harus dirancang dengan cemat, termasuk signband dan berbagai tanda/grafis. Meski demikian, imajinasi individual penyewa harus diperbolehkan, termasuk untuk menghidupkan suasana mall.

Dekor untuk memberikan suasana dapat meliputi berbagai jenis ; lantai, dinding, langit-langit, pencahayaan, storefront, singband, sign tegak.

Elemen-elemen lainnya ; Peralatan tengah, area terbenam air, air mancur, tempat-tempat duduk, patung, artwork, tanaman, kios-kios, supergrafik, fasilitas-fasilitas umum (telepon, pemadam kebakaran, dan lain sebagainya)

h. Tanaman

Tanaman artifisial atau alami dalam ruangan, ada beberapa persyaratannya sebagai berikut : Cocok untuk di dalam

ruangan, Sesuai untuk iklim lokasi yang bersangkutan, Harus disirami cukupdan sekaligus membersihkan debu, Harus memiliki tanah dan pupuk yang cukup, Membutuhkan cahaya alami, dekat jendela atau dibawah tingkap langit, Perlu sedikit kelembapan dalam pengkondisian udara.

i. Standar Ruang, berdasarkan jenis kegiatan, terdapat bermacam ruang sebagai berikut :

- Kegiatan perbelanjaan

Fungsi utama Pertokoan (Supermarket, Dept. Store) : ruang jual/retail space, ruang pengelola/pemilik/karyawan, ruang servis, gudang. Fungsi Penunjang Pujasera dan restoran : dapur, servis, gudang, ruang pengelola, ruang duduk, counter

- Kegiatan Parkir

Fungsi parkir pada fasilitas perbelanjaan dan hiburan memegang peranan penting. Fungsi parkir sangat mempengaruhi minat kedatangan pengunjung, kenyamanan dan efisiensi waktu pengunjung. Penyelesaian fasilitas parkir meliputi : Parkir basement, Di luar bangunan

j. Program Ruang berdasarkan hubungan ruang antar kegiatan, sifat, jenis dan sasaran pelayanan, dapat dikelompokkan :

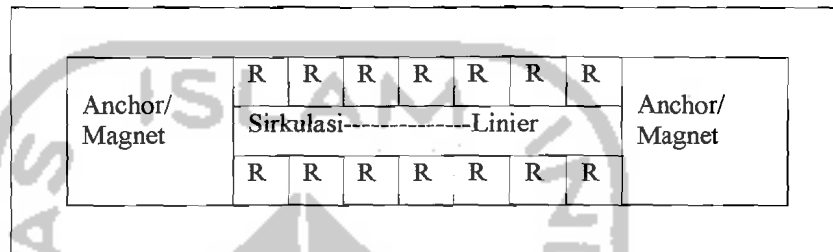
- Zona Publik (Plasa, trotoar, jembatan penghubung, parkir)
- Zona Semi publik (ruang jual beli, servis(lavatory), mall)
- Zona Semi privat (restoran, area bermain anak, musholla)
- Zona Privat (r.pengelola, mekanikal elektrik, gudang).

2.1.7 Prinsip Shopping Mall

Prinsip shopping mall terletak pada peran dan pola hubungan antara unit retail dan mall. Keberhasilan shopping mall dipengaruhi oleh :

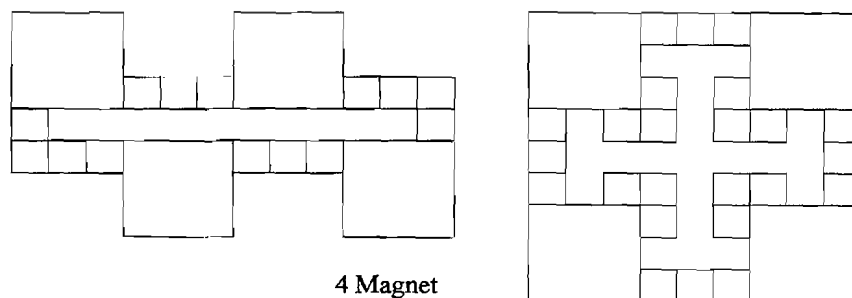
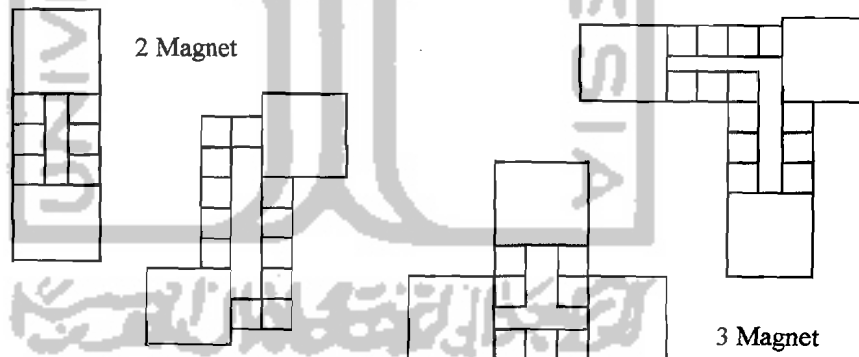
a. *Desain Kontrol Zone.*

1. *Pola Mall* : Linear sederhana dengan satu jalur utama tanpa pembagi, agar semua ruang sewa strategis dan orientasi sirkulasi jelas.



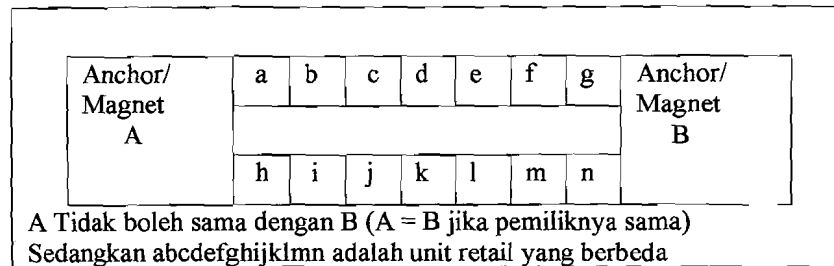
2. *Magnet/Anchor* : Berada di ujung mall merupakan unit utama sebagai penarik pengunjung.

Sehingga terjadi sirkulasi linear menuju Anchor/magnet agar pengunjung melewati semua retail.



3. *Standar Pembatasan lebar mall* : Panjang mall 80 m - 240 m. Dengan pertimbangan kenyamanan pejalan kaki.

- b. *Tenant Mix* : Pengelompokan magnet dan unit retail berdasarkan jenis materi dagangan agar tidak menimbulkan persaingan.



- c. *Desain Kriteria* : Pada shopping mall desain dari masing-masing unit sewa telah ditentukan sebelumnya kepada tenant, menyangkut perwujudan fisik seperti ketentuan mengenai bahan, warna, desain interior dan lain-lain dengan tetap mengutamakan kesatuan.

2.1.8 Sistem Pelayanan Shopping Mall

Sistem pelayanan yang terapat pada shopping mall meliputi :

1. *Personal servise system*

Adalah sistem pelayanan dengan menggunakan cara tawar-menawar antara pedagang dan konsumen dimana pelayanan kepada konsumen dilayani pramuniaga.

2. *Self service system*

Adalah sistem pelayanan dimana konsumen diberi kebebasan memilih dan mengambil barang yang diinginkan dengan harga yang pasti.

3. *Self selection system*

Adalah sistem pelayanan dimana konsumen memilih dan mengambil barang kemudian menyerahkannya ke pramuniaga

4. *Vending Machine system*

Adalah sistem pelayanan dimana konsumen dilayani dengan menggunakan peralatan mekanis

5. *Order system*

Adalah sistem pelayanan dimana konsumen dilayani dengan cara memesan barang melalui sarana komunikasi (telepon,dll).

2.1.9 Pelaku Dan Kegiatan Shopping Mall

Pelaku kegiatan yang direncanakan pada shopping mall meliputi :

1. Pengunjung

Pengunjung adalah orang atau sekelompok orang yang kedatangannya bertujuan untuk berbelanja atau sekedar berekreasi. Pengunjung shopping mall dapat dibedakan menjadi tiga tipe berdasarkan tujuan kedatangannya yaitu:

- a. tujuannya hanya untuk berbelanja
- b. tujuannya untuk berbelanja dan berekreasi
- c. tujuana hanya untuk rekreasi atau sekedar berjalan-jalan

2. Penyewa

Yang dimaksud penyewa disini adalah orang atau sekelompok orang yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan dalam melakukan kegiatan jual beli barang atau jasa.

3. Pengelola

Yang dimaksud dengan pengelola disini adalah indiviu yang tergabung dalam suatu badan yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan pengelolaan yang terdapat dalam shopping mall. Adapun orang-orang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan shopping mall meliputi :

a. Manajer Shopping Mall

Orang yang terlibat dan bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan pengelolaan yang ada dalam shopping mall baik kegiatan pengelolaan yang interen maupun eksteren

b. Kepala divisi

Orang yang bertanggung jawab atas divisi yang terdapat dalam shopping mall. Adapun divisi-divisi yang terdapat dalam shopping mall meliputi :

- divisi sumber daya manusia
- divisi operasional
- divisi keuangan

- divisi pemasaran
- divisi promosi

c. Staff

Yang dimaksud dengan staff adalah orang yang mengelola segala kegiatan yang ada dalam shopping mall baik kegiatan intern maupun ekstern. Staf-staf ini di kelompokkan lagi dalam seksi-seksi sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing.

Adapun seksi-seksi yang terdapat dalam shopping mall meliputi :

- seksi mekanikal & electrical
- seksi keamanan
- seksi personalia
- seksi administrasi

d. Karyawan

Orang yang bertugas mengerjakan segala sesuatu untuk kelancaran kegiatan dalam shopping mall

e. *Cleaning service*

Yang dimaksud dengan cleaning service adalah orang yang bertanggung jawab secara langsung memelihara kebersihan dari bangunan shopping mall

f. *Security*

Yang dimaksud dengan security adalah orang yang bertanggung jawab dalam menjaga dan memelihara keamanan shopping mall

3. Pemilik (investor)

Merupakan pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial dari shopping mall, dimana dalam hal ini sasaran langsung mereka adalah para penyewa dan sasaran tidak langsungnya adalah pengunjung shopping mall

2.1.10 Jenis Barang Shopping Mall

Jenis barang

1. Berdasarkan variasi barang yang dijual antara lain :
 - a. Toko serba ada (*Variety shop*) yang menjual makanan ataupun bukan makanan dengan *system self selection*
 - b. Toko yang menjual barang kebutuhan sandang (*speciality shop*), dengan *system self service*.
2. Berdasarkan kuantitas barang :
 - a. Toko grosir, Toko yang menjual barang dalam jumlah besar, di mana barang-barang tersebut biasanya disimpan ditempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.
 - b. Toko eceran, Toko yang menjual barang dalam per satuan barang.

2.2 Tinjauan Teoritis Rekreasi

2.2.1 Pengertian Rekreasi

Rekreasi berasal dari kata *re-create* yang secara harfiah berarti mencipta kembali. Rekreasi merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan sendiri atau bersama orang lain untuk menciptakan kembali suasana baru melalui kesibukan-kesibukan yang menyenangkan, hiburan pelengah waktu dan kesenangan. (Sumber : Clarendon Press, Oxford, The Oxford English Dictionary, 1993)

Pengertian rekreasi pada dasarnya berarti hiburan. Dalam makna yang lebih dalam, rekreasi berarti mencari hiburan, bermain-main, santai atau bersenang-senang. (Sumber : Kamus Besar Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1988)

Rekreasi adalah bersifat luwes atau fleksibel, ini berarti rekreasi tidak dibatasi oleh tempat ataupun fasilitas dan alat tertentu. Alat dan fasilitas adalah sarana yang mendukung berlangsungnya kegiatan rekreasi. (Sumber : Drs. Wing Haryono, MED, Pariwisata, Rekreasi, dan Entertainment, 1978 Ilmu Publisher, Bandung).

Dari beberapa pernyataan tentang rekreasi dapat disimpulkan bahwa rekreasi merupakan kegiatan untuk mencari hiburan baik bersifat fisik maupun emosional yang dilakukan sendiri atau bersama-sama dengan bantuan alat dan fasilitas atau tidak.

2.2.2 Ciri-ciri Rekreasi

Menurut Maithesen & Wall, 1982, rekreasi mempunyai beberapa ciri sebagai berikut :

1. Rekreasi adalah suatu aktivitas. Kegiatan tersebut bersifat fisik, mental, maupun emosional. Rekreasi menghendaki aktivitas dan tidak selalu non aktif.
2. Aktifitas rekreasi tidak mempunyai bentuk dan macam tertentu, semua kegiatan yang dapat dilakukan dalam waktu senggang serta dapat dilakukan dalam memenuhi tujuan dan maksud-maksud positif dari rekreasi.
3. Rekreasi dilakukan karena terdorong oleh keinginan atau mempunyai motif. Motif tersebut sekaligus memilih gerakan atau bentuk dan macam kegiatan yang hendak dilakukan.
4. Rekreasi hanya dilakukan pada waktu senggang (leisure time), itu berarti bahwa semua kegiatan yang dilakukan tidak dalam waktu senggang tidak dapat digolongkan sebagai kegiatan rekreasi.
5. Rekreasi dilakukan bebas dari segala bentuk dan macam paksaan.
6. Rekreasi bersifat universal, dimana rekreasi telah menjadi bagian dari kehidupan manusia.
7. Rekreasi dilakukan secara sungguh-sungguh dan mempunyai maksud-maksud tertentu guna mendapatkan kepuasan dan kesenangan.
8. Rekreasi bersifat fleksibel, berarti rekreasi tidak dibatasi oleh tempat (indoor & out door), rekreasi dapat dilakukan perorangan/ kelompok dan tidak dibatasi oleh apapun.

2.2.3 Klasifikasi Rekreasi

Rekreasi dapat diklasifikasikan menurut aktivitas/ kegiatan, jenis kegiatan, obyek kegiatan, bentuk pewardahan, tempat kegiatan, sifat kegiatan, pola kegiatan, dan waktu kegiatan.

Menurut Aktivitas/kegiatan, rekreasi dikelompokkan :

1. Rekreasi berupa kegiatan yang dilakukan di dalam atau di sekeliling rumah, seperti membaca buku, menonton TV, dan mengerjakan kegiatan yang menjadi hobi.
2. Rekreasi berupa kegiatan dengan kepuasan tinggi, misalnya makan-makan di luar, atau bercanda/ bersenda gurau dengan rekan-rekan sekelompok.
3. Rekreasi berupa kegiatan budaya dan seni, misalnya mengunjungi museum, menonton teater, melihat-lihat pameran budaya, dan lain sebagainya.
4. Rekreasi berupa kegiatan olahraga, seperti berenang, sepakbola, tenis, basket, dan lain sebagainya.
5. Rekreasi berupa kegiatan/aktivitas di luar yang tidak resmi, seperti piknik, jalan-jalan, berbelanja, keliling kota dengan kendaraan, dan lain sebagainya.

Berdasarkan sifat kegiatannya, rekreasi digolongkan :

1. Entertainment/kesukaan, yang tergolong dalam entertainment, misalnya pergi ke restoran, cafetaria, snack bar, fast fod, dan lain sebagainya.
2. Amusement/kesenangan, yang tergolong dalam amusement, misalnya nonton bioskop, ke night club, art galery, teater, konser, dan sebagainya.
3. Recreation/ bermain dan hiburan, yang tergolong dalam recreation ini, misalnya olahraga, permainan ketangkasan seperti pinball, ke taman margastwa.
4. Relaxation/santai, yang tergolong dalam hal ini misalnya pergi ke taman kota, kolam renang, ke cottage, dan lain sebagainya.

Menurut jenis kegiatan, rekreasi dikelompokkan :

1. Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik dimana orang yang melakukannya ikut serta dan kegiatan-kegiatan obyek, seperti olahraga, permainan/ketangkasan..
2. Pasif : Kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerakan fisik dimana orang hanya dengan menikmati seperti menonton bioskop, konser, drama, jalan-jalan.

Menurut bentuk pewartannya, rekreasi digolongkan :

1. Rekreasi Tertutup, yaitu rekreasi yang dikerjakan di dalam ruangan (indoor), seperti makan dan minum di restoran/kafe, berbelanja di toko/mall, bersantai/ beristirahat di lobby, olahraga di ruangan tertutup, menonton bioskop/teater/drama, dan lain sebagainya
2. Rekreasi Terbuka, yaitu rekreasi yang dilakukan di luar ruangan (out door), misalnya berjalan-jalan menyusuri pantai, naik gunung, panjat tebing, menonton pertunjukkan di panggung terbuka, olahraga di luar ruangan dan lain sebagainya.

Berdasarkan pola kegiatan, rekreasi dibedakan :

1. Massal, yaitu kegiatan yang dilakukan bersama-sama oleh orang yang banyak, misalnya menonton pertunjukkan film, konser, drama, dan sebagainya.
2. Kelompok kecil, yaitu kegiatan rekreasi yang dilakukan bersama-sama dalam kelompok yang lebih kecil/sedikit, misalnya bilyard, ke restoran/kafe.
3. Perorangan, yaitu kegiatan rekreasi yang dilakukan sendiri, misalnya olahraga, melakukan permainan.

2.2.4 Karakter Kreatif

Menurut Franciss DK. Ching, dalam bukunya *Form, Space and Order*, ada beberapa hal yang dapat menjadi karakter kreatif, yaitu :

1. Adanya Pola/pattern yang digunakan untuk menciptakan suasana yang kreatif pada suatu ruangan, yaitu :
 - √Pola linier, yaitu suatu urutan linier dari ruang-ruang yang berulang. Terpusat/memusat, yaitu suatu ruang dominan dimana pengelompokan sejumlah ruang-ruang sekunder dihadapkan.
 - Radial/menyebar, yaitu sebuah ruang pusat yang menjadi acuan organisasi-organisasi ruang yang linier berkembang menyerupai berbentuk jari-jari.
 - Grid, yaitu ruang-ruang diorganisir dalam kawasan grid struktural atau grid tiga dimensi yang lain.
 - Cluster, yaitu ruang-ruang dikelompokkan berdasarkan adanya hubungan atau bersama-sama memanfaatkan ciri atau hubungan visual.Dalam mewujudkan karakter kreatif itu sendiri perlu adanya komposisi dari beberapa pola/pattern, sehingga tidak monoton.
2. Adanya Sistem. Sistem merupakan urutan-urutan yang jelas, dimana sistem yang dipakai disesuaikan dengan kebutuhan pada bangunan yang bersangkutan.
3. Adanya Suasana/Kualitas Ruang. Dalam mewujudkan suasana pada suatu ruangan perlu memperhatikan proporsi, bentuk, warna, material, tekstur, dekorasi, pencahayaan, dan penghawaan.

Menurut Edward T. White, dalam bukunya *Concept Sourcebook, a Vocabulary of Architecture Forms*, yang dapat menjadi karakter kreatif yaitu adanya keanekaragaman. Keanekaragaman disini untuk menciptakan karakter kreatif baik pada ruang dalam maupun ruang luar, dengan menciptakan keanekaragaman dari beberapa hal yang digunakan pada suatu perancangan, yaitu dengan cara mengkomposisi sikannya. Keanekaragaman akan lebih terasa dalam menciptakan karakter kreatifnya jika dibandingkan dengan hal-hal yang tak beragam/monoton.

2.3 Tinjauan Teoritis Modern

2.3.1 Definisi Modern

Menurut pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dept. RI), kata Modern berarti terbaru, mutakhir atau sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai dengan tuntutan jaman.

Sehingga Modern dalam arsitektur dapat diartikan sebagai salah satu style gaya arsitektur yang paling baru yang tercipta berkat kemajuan teknologi baik dalam hal penemuan bahan atau stuktur yang baru dengan konsep pemikiran atau pertimbangan fungsional dan estetika yang tinggi.

2.3.2 Citra Modern

Citra modern disini tidak menunjuk pada salah satu style dalam arsitektur (arsitektur Modern, Post-Modern, Dekonstruksi dan lain-lain) melainkan merupakan suatu gambaran (image) seseorang tentang Shopping Mall (fungsi komersial) dengan penekanan pada kemutakiran bentuk bangunan yang erat kaitannya dengan dengan teknologi dan bahan pada masa kini.

Citra tersebut ditampilkan untuk menunjang fungsi bangunan yaitu bangunan komersial yang menghendaki suatu bentuk-bentuk baru yang tidak kaku untuk dapat menarik pengunjung.

2.3.3 Kesan Modern

Kesan modern dapat ditampilkan melalui permainan bentuk, struktur bangunan dan warna-warna yang berani. Kesan ini dapat menampilkan bangunan tampil menarik dan menonjol sehingga dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Hal tersebut dapat tercipta jika arsitektur tidak hanya tampil fungsional tetapi juga estetis.

Sehingga bangunan dapat bebas berekspresi karena bebas dari konsep-konsep yang kaku. Bangunan juga mudah dalam beradaptasi dengan lingkungannya yang bergaya apapun.

2.4 Tinjauan Teoritis Kontekstual

2.4.1 Definisi Kontekstual

Konteks berarti sesuatu yang mendahului, hal ini berarti mengambil sikap peduli akan bentuk eksisting yang sudah ada baik itu berupa bangunan buatan manusia ataupun lingkungan alam. Arsitektur kontekstual adalah hubungan atau integrasi yang mempunyai makna selaras, menyatu dan mempunyai keterkaitan yang berhubungan secara visual dengan lingkungan sekitar yang telah ada sehingga tercapai kontinuitas visual (Wondoamiseno 1992, Arsitektur Kontekstual)

Teori perancangan arsitektur kontekstual menurut Partawijaa

- a. Tema lingkungan sebagai pendekatan kontekstual :
 - lingkungan yang mempunyai historis tinggi
 - lingkungan yang mempunyai jiwa tempat dan karakter kota
 - lingkungan yang mempunyai kontinuitas visual
- b. Elemen pendekatan
 - Pendekatan pola perletakan bangunan yaitu memperhatikan dan melakukan dialog antara perletakan bangunan/ kompleks baru dengan bangunan/lingkungan sekitar yang terlebih dahulu ada.
 - Pendekatan pola hubungan ruang adalah dialog antara penataan ruang luar dengan lingkungan yang sudah ada.
 - Pendekatan pola ruang dalam yang terjadi pada bangunan.
 - Fasade, adalah keterkaitan bentuk dan fasade bangunan baru dengan bangunan atau lingkungan yang telah ada.
 - Pendekatan visual merupakan pendekatan perancangan bentuk yang memperhatikan kemungkinan diterima oleh masyarakat terhadap suatu tempat, maka apabila penafsiran sesuai dengan makna tempat tersebut, maka hal inilah yang disebut dengan kesesuaian visual atau *apropriatness*.
- c. cara pendekatan
sangat dipengaruhi oleh pribadi dan kreativitas arsitek serta aliran atau style-nya serta situasi dan kondisi setempat atau lingkungan.

2.4.2 Penyesuaian Kontekstual

Menurut Brollin, kontekstual atau kontrasnya bangunan dengan lingkungan merupakan sebuah harmoni, bentuk kontekstual pada bangunan, dapat diadaptasikan dengan memasukkan bentuk perulangan yang hal ini biasanya disebut dengan link. Terdapat beberapa bentuk dari link ini, beberapa bentuk perulangan yang benar-benar mirip, atau bentuk set back dari bidang fasad dengan ukuran yang beragam. Link juga bisa sama besar dengan bangunan lama atau baru, namun merupakan bentuk material yang benar-benar berbeda dari keduanya.

Cara lain yang umum digunakan dalam penyesuaian konteks bangunan adalah ornamen. Secara umum ornamen adalah bukanlah unsur utama yang mendapat perhatian oleh praktisi arsitek dalam menghubungkan antar bangunan baru dengan konteksnya. Sebuah asumsi yang berhubungan bahwa substansi kemiripan umum antar bangunan baru dengan konteksnya, seperti kemiripan dasar, material, bentuk akan memberikan hubungan yang ramah.

Hal tersebut diatas dapat dilakukan dengan studi terhadap penampilan bangunan secara detail melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- Membuat gambaran penampilan bangunan yang mencakup seluruh permukaan lantai, dinding dan atap yang menjelaskan pertimbangan-pertimbangan potensi visual pengamat
- Mencari tanda-tanda visual setempat yang didapat dari studi terhadap elemen bangunan/lingkungan meliputi : ritme veertikal/horisontal, garis skyline, detail dinding, komposisi bukaan (pintu dan jendela)
- Mencari keterkaitan terhadap lingkungan dan bangunan sekitarnya.
- Menguji antar petunjuk-petunjuk tersebut dengan tujuan yang diinginkan, pada suatu sintesa untuk mendapatkan konklusi desain.

2.4.3 Evaluasi Desain Kontekstual

Menurut Brolin, tidak ada suatu kriteria yang baku suatu bangunan bisa selaras dengan yang lain, karena itu diperlihatkan kreativitas arsitektur dalam mengelola memenuhi persyaratan tersebut. Mengevaluasi desain yang konteks, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu general attributes dan historical/non historical attributes yaitu :

a. General Attributes

Dalam kesimpulannya, Brollin mengatakan general attributes bangunan yang didesain mirip atau berbeda dengan lingkungannya dapat dilihat dalam :

- Setback (jarak dari jalan)
- Jarak antar bangunan
- Massin (komposisi massa baru dengan massa lama)
- Skala ketinggian bangunan
- Proporsi fasade bangunan
- Raut atau silhouette
- Disposisi pintu dan jendela
- Dimensi dan proporsi pintu dan jendela
- Materila, warna dan skala bangunan terhadap manusia.

b. Historical dan Non historical Attributes

Adalah membahas mengenai permasalahan ornamen dalam desain, hal ini merupakan skala prioritas dalam rancangan, hanya hal ini merupakan cara yang paling mudah dalam membuat hubungan antara bangunan baru dengan konteksnya serta memberikan suasana pada wujud lingkungan secara menyeluruh.

2.4.4 Sikap Terhadap Kontekstual

Arsitektur kontekstual dalam hubungannya dengan lingkungan mempunyai 2 (dua) sikap yaitu :

a. Kontras

Adalah satu bentuk yang banyak dipegang oleh kaum modernis dimana sikap ini cocok untuk menciptakan bangunan yang khusus diantara lingkungan yang telah ada, sikap ini memutuskan hubungan rantai sejarah yang telah berjalan. Bentuk lain dari pengaruh sikap kontras terhadap lingkungan adalah sikap ini menimbulkan bentuk shock pada lingkungan sekitarnya. Kontras tidak selamanya buruk, adakalanya muncul suatu keharmonisan yang dinamis dan dramatis. Pemutusan mata rantai sejarah secara visual terkadang diperlukan untuk menginterpretasikan nilai-nilai simbolis

b. Selaras

Adalah salah satu sikap yang mengambil dan menerapkan sikap arsitektur kontekstual yang memperhitungkan bentuk-bentuk yang terjadi dan eksist pada lingkungan. Sikap ini mencoba mengambil unsur pola-pola bangunan lama untuk dimasukkan dalam po;a bangunan baru sebelumnya sehingga sejalan.

Ada dua hal yang harus di telaah dalam melakukan pendekatan kontekstual terutama dalam lingkup visual, yaitu :

Elemen pendekatan, adalah unsur-unsur yang dapat digunakan agar suatu karya arsitektur konteks dengan lingkungan eksisting.

Cara pendekatan, adalah cara yang dapat digunakan agar suatu karya arsitektur konteks dengan sesuatu.

Hubungan atau penyesuaian antara bangunan baru dengan lingkungan yang telah ada dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

- Mengambil motif setempat
- Menggunakan bentuk-bentuk yang sama tetapi mengaturnya kembali sehingga mempunyai bentuk sendiri

- Melakukan pencarian bentuk-bentuk baru yang mempunyai efek visual yang sama atau mendekati dari bangunan/lingkungan lama.

Kesimpulan

Bentuk kontekstual bangunan tidak menyeluruh mengadopsi bentuk-bentuk yang ada pada lingkungan, bentuk tersebut bisa sangat kontras dengan lingkungan atau bentuk apa saja yang menjadi keinginan desainer. Yang terpenting dari arsitektur kontekstual adalah sejauh mana penyelesaian desain yang mampu menggunakan kelebihan lokasi terutama dari bentuk konteks lingkungan yang eksit.

Kontekstual dapat diukur melalui beberapa unsur bangunan yaitu :

- bentuk
- perletakan
- warna
- ornamen
- ukuran dan proporsi
- bahan material

Dari keenam unsur ini, sebuah bangunan dapat dikatakan kontekstual, sepenuhnya dinilai dari apakah unsur-unsur yang ada tersebut sesuai atau berlawanan secara ekstrim dengan eksistingnya.