

TUGAS AKHIR

SHOPPING CENTER

**CITRA KOMERSIAL MODERN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA
TARIK MELALUI PERPADUAN KEGIATAN PROMOSI, TRANSAKSI DAN
REKREASI DI KAWASAN PASAR TRADISIONAL JUANA**



Disusun oleh :

Isman Zamroni

95340077

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

1999

PERSEMBAHAN

***Sesungguhnya, Sesudah Kesulitan itu ada Kemudahan,
Maka apabila kamu telah selesai dari suatu Urusan,
Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh Urusan yang lain,
Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya Kamu Berharap.***

QS : AL – Insyirah (6-8)

LAPORAN SKRIPSI TUGAS AKHIR INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA

- Ibu dan Bapak yang kuhormati dan kusayangi, yang telah memberikan segalanya, dapatkah aku membalas kebaikan dan ketulusanmu, semoga Allah selalu menyertaimu.
- Kakak-kakakku, mba' tutik, mas bedi, dan adikku luthfi serta keponakanku fadhil dan kakak iparku mas yuny, yang kusayangi dan kuhormati, yang telah ikut memberikan segalanya kepadaku.
- Pak Saifullah dan Bu Rini, yang telah secara tulus memberikan bimbingan skripsi tugas akhir ini sampai selesai, semoga Allah membalas atas kebaikanmu.
- Nida yang kusayangi dan kucintai, terima kasih atas perhatian dan kebaikanmu selama ini didalam masa-masa sulit penulisan, semoga yang menjadi keinginanmu dapat dikabulkan oleh Allah.
- Teman-teman dekat saya: turino, adi ben, tito, indra, alun, jono, dini, luluk, defri, akhsin, nunung, ersyad, vivin, pian, andi, didit, dan banyak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah mempengaruhi perjalanan hidupku di Arsitektur.
- Segenap Sivitas Akademika Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah akhirnya serangkaian proses penulisan skripsi tugas akhir dengan judul SHIOPPING CENTER (Citra Komersial Modern Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Melalui Perpaduan Kegiatan Promosi, Transaksi dan Rekreasi di Kawasan Pasar Tradisional Juana) telah selesai dilakukan. Mulai dari perijinan birokrasi sampai dengan survey lapangan, berakhir pada penulisan dan studio tugas akhir ini, dapat berjalan dengan lancar tanpa halangan yang berarti.

Selesainya skripsi tugas akhir ini tidak terlepas dari unsur berbagai pihak, yang memberikan bantuan dan dukungan secara ikhlas baik moril maupun materiil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Ir. H. Munichy B.E, M.Arch, selaku Ketua Jurusan Arsitektur UII.
- Bapak Ir. Ahmad Saifullah, MJ, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan perhatian selama penulisan skripsi tugas akhir.
- Ibu Ir. Hj. Rini Darmawati, MT, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan perhatian selama penulisan skripsi tugas akhir.
- Segenap sivitas akademika di Jurusan Arsitektur UII, mulai dari dosen, karyawan studio dan perpustakaan serta TU yang sangat membantu kelancaran dalam urusan birokrasi dan kelengkapan literatur.
- Kepada Kepala Bappeda baik Tingkat I Jawa Tengah maupun Tingkat II Kabupaten Pati, beserta staf-stafnya yang telah memberikan ijin penelitian untuk terlaksananya penulisan skripsi tugas akhir.
- Kepada Kepala Dinas Pasar beserta staf-stafnya, Kepala Lurah Pasar Juana, yang dengan senang hati telah membantu kami memberikan semua informasi tentang Pasar Juana.
- Kepada para pedagang dan pengunjung pasar Juana yang telah bersedia memberikan bantuannya dalam pencarian data dan informasi lainnya.

- Kepada para pedagang dan pengunjung pasar Juana yang telah bersedia memberikan bantuannya dalam pencarian data dan informasi lainnya.
- Kepada ayah dan ibu tercinta dan kakakku mba' tutik, mas bedi dan adikku luthfi, serta keponakanku fadhil dan kakak iparku mas yuni, serta sayangku nida, yang selalu memberikan dorongan untuk tetap semangat menjalani kuliah, dan memberikan segala keperluan yang penyusun butuhkan untuk mendukung kelancaran proses kuliah di Arsitektur UII.
- Kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses skripsi tugas akhir ini baik langsung maupun tidak langsung, baik berupa materi maupun non materi yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan pengorbanannya mendapatkan balasan yang sepadan dari Allah SWT. Besar harapan penulis, semoga penulisan skripsi tugas akhir ini bermanfaat bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan khususnya Arsitektur. Walaupun penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini, disana-sini masih banyak sekali terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun tentunya sangat penulis harapkan, sehingga dalam tugas-tugas berikutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi.

Sekian dan sekali lagi terimakasih atas segala bantuan dan do'anya. Amin.

Yogyakarta, Desember 1999

Penyusun

Ttd

ISMAN ZAMRONI
95340077

SKRIPSI TUGAS AKHIR

SHOPPING CENTER

CITRA KOMERSIAL MODERN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK MELALUI PERPADUAN KEGIATAN PROMOSI, TRANSAKSI DAN REKREASI DI KAWASAN PASAR TRADISIONAL JUANA

OLEH

ISMAN ZAMRONI

No Mhs : 95340077

ABSTRAKSI

Kawasan pasar Tradisional Juana yang terletak dipusat kota dengan mengandalkan kegiatan pasar tradisional akan berpengaruh pada kawasan komersial yang kurang menguntungkan, dalam hal ini dilihat potensi untuk menciptakan fasilitas komersial modern didalam upaya meningkatkan citra sebagai daya tarik melalui shopping center di area kawasan pasar tradisional tersebut. Adapun keberadaan shopping center itu tidak mengganggu eksistensi pasar tradisional yang masih ada maka dilakukan pendekatan arsitektur melalui citra komersial modern sebagai upaya meningkatkan daya tarik melalui perpaduan kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi melalui penataan tata ruang dalam dan tata luar serta penampilan bangunan. Pendekatan tersebut ditinjau dari beberapa teori dan hasil survey lapangan tentang shopping center, pasar tradisional, citra komersial modern, daya tarik dan tinjauan kawasan pasar tradisional Juana, yang kemudian dilakukan penciptaan citra komersial modern melalui keberadaan lokasi dengan analisa kawasan dan site yang mengarah pada pemintakatan pada site, pengolahan ruang dalam yang memadukan kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi melalui pelaku, kebutuhan ruang, besaran ruang, pengelompokan ruang, pola pelaku, organisasi ruang, materi yang diperdagangkan, cara pelayanan dan penyajian barang untuk menciptakan tata ruang dalam dan tata ruang luar sebagai daya tarik citra komersial modern melalui sirkulasi dan pengolahan open space yang rekreatif. Penciptaan tersebut diaplikasikan ke dalam penampilan bangunan yang representatif dan komunikatif, penghawaan dan pencahayaan yang rekreatif dan nyaman serta sistem utilitas yang menunjang shopping center untuk meningkatkan daya tarik citra komersial modern. Dari hasil tersebut didapatkan konsep dasar perencanaan dan perancangan yang mencakup konsep site, tata ruang dalam, pola sirkulasi, tata ruang luar, penampilan bangunan, sistem pencahayaan dan penghawaan, sistem struktur dan sistem utilitas sebagai upaya perencanaan dan perancangan penciptaan citra komersial modern sebagai upaya meningkatkan daya tarik melalui perpaduan kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi di kawasan Pasar Tradisional Juana, yang keberadaannya sangat menunjang citra kawasan dan tidak mengganggu eksistensi pasar tradisional.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Batasan pengertian judul.....	1
1.2 Latar belakang permasalahan	
1.2.1 Tinjauan umum Juana.....	2
1.2.2 Kawasan pasar tradisional Juana.....	4
1.2.3 Citra komersial modern upaya peningkatan daya tarik.....	6
1.3 Permasalahan	
1.3.1 Permasalahan umum.....	8
1.3.2 Permasalahan khusus.....	8
1.4 Tujuan pembahasan	
1.4.1 Tujuan umum pembahasan.....	8
1.4.2 Tujuan khusus pembahasan.....	8
1.5 Sasaran pembahasan	
1.5.1 Sasaran umum pembahasan.....	9
1.5.2 Sasaran khusus pembahasan.....	9
1.6 Lingkup pembahasan	
A. Non arsitektural.....	9
B. Arsitektural.....	10

1.7	Metode pembahasan	
	A. Tahap identifikasi data.....	11
	B. Tahap analisa.....	11
	C. Tahap sintesa.....	11
1.8	Sistematika pembahasan dan keaslian penulisan.....	12
1.9	Kerangka berfikir.....	13

BAB II SHOPPING CENTER, PASAR TRADISIONAL, CITRA KOMERSIAL MODERN, DAYA TARIK, KEGIATAN KOMERSIAL DAN KONDISI PASAR JUANA

2.1	Shopping Center (Pusat Perbelanjaan)	
	2.1.1 Fungsi Shopping Center.....	15
	2.1.2 Kegiatan Yang Diwadahi.....	15
	2.1.3 Karakter Pewadahan Fisik Shopping Center.....	18
	2.1.4 Standart Materi Perdagangan.....	19
	2.1.5 Persyaratan Peruangan	20
2.2	Pasar Tradisional	
	2.2.1 Kegiatan Yang Diwadah.....	21
	2.2.2 Karakter Pewadahan Fisik Pasar Tradisional.....	23
2.3	Citra Komersial Modern, Daya Tarik dan Kegiatan Komersial	
	2.3.1 Citra komersial Modern	
	2.3.1.1 Citra Sebagai Bentuk.....	24
	2.3.1.2 Citra Sebagai Bahasa atau Alat Komunikasi.....	24
	2.3.1.3 Citra Sebagai Ekspresi atau Ungkapan Jiwa.....	25
	2.3.1.4 Citra Sebagai Simbol.....	26
	2.3.1.5 Citra Sebagai Ciri atau Karakter.....	26
	2.3.2 Daya Tarik	
	2.3.2.1 Kejelasan.....	29
	2.3.2.2 Kemencolokan.....	29
	2.3.2.3 Keakraban.....	30
	2.3.2.4 Fleksibilitas.....	30
	2.3.2.5 Kekomplekan.....	31

2.3.2.6 Efisiensi.....	31
2.3.2.7 Kebaharuan.....	31
2.3.3 Kegiatan Komersial	
2.3.3.1 Kegiatan Transaksi.....	32
2.3.3.2 Kegiatan Promosi.....	32
2.3.3.3 Kegiatan Rekreasi.....	33
2.4 Kawasan Pasar Tradisional Juana	
2.4.1 Tinjauan Umum Kecamatan Juana, Kabupaten Dati II Pati.....	35
2.4.2 Tinjauan Pasar Juana	
2.4.2.1 Alasan Pemilihan Pasar Juana.....	38
2.4.2.2 Eksistensi Pasar Juana.....	39
2.4.2.3 Perkembangan Sektor Ekonomi dan Sosial Kaitannya dengan Pasar Juana.....	39
2.4.2.4 Kegiatan Pasar Juana.....	40
2.4.2.5 Permasalahan yang Dihadapi Pasar Juana.....	41
2.4.3 Kajian Pembeding	
A. Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta.....	46
B. Blok M Mall Jakarta.....	48

BAB III PENCIPTAAN CITRA KOMERSIAL MODERN MELALUI PERPADUAN KEGIATAN PROMOSI, TRANSAKSI DAN REKREASI PADA SHOPPING CENTER DI KAWASAN PASAR TRADISIONAL JUANA

3.1 Lokasi dan Site	
3.1.1 Lokasi.....	51
3.1.2 Pemilihan Site di Kawasan Pasar Tradisional Juana.....	51
3.1.3 Analisa Site	
3.1.3.1 Analisa Kawasan Pasar Tradisional.....	52
3.1.3.2 Pemintakatan Pada Site.....	54
3.1.3.3 Tata Masa Bangunan.....	55
3.2 Pengolahan Ruang Dalam Melalui Perpaduan Kegiatan Promosi, Transaksi dan Rekreasi	
3.2.1 Pelaku.....	56

3.2.2	Kebutuhan Ruang.....	57
3.2.3	Besaran Ruang.....	59
3.2.4	Pengelompokan Ruang.....	60
3.2.5	Pola Pelaku.....	61
3.2.6	Organisasi Ruang.....	63
3.2.7	Materi Perdagangan Shopping Center.....	65
3.2.8	Cara Pelayanan dan Penyajian Materi Perdagangan Shopping Center.....	66
3.2.9	Penataan Tata Ruang Dalam Sebagai Daya Tarik Citra Komersial Modern	
3.2.9.1	Sirkulasi.....	68
3.2.9.2	Penataan Ruang Dalam Perbelanjaan.....	69
3.3	Pengolahan Ruang Luar Sebagai Daya Tarik Citra Komersial Modern	
3.3.1	Fungsi Ruang Luar.....	71
3.3.2	Pengolahan Area Parkir dan Open Space.....	72
3.4	Pengolahan Bangunan Shopping Center Sebagai Daya Tarik Citra Komersial Modern.....	74
3.5	Pencahayaan dan Penghawaan Sebagai Daya Tarik Citra Komersial Modern	
3.5.1	Pencahayaan.....	77
3.5.2	Penghawaan.....	79
3.6	Pengolahan Struktur.....	79
3.7	Analisa Sistem Utilitas.....	80

BAB IV KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1	Konsep Dasar Perencanaan Site	
4.1.1	Pencapaian Site.....	83
4.1.2	Pemintakatan Pada Site.....	83
4.1.3	Konsep Tata Masa Bangunan.....	84
4.2	Konsep Dasar Perancangan	
4.2.1	Konsep Tata Ruang Dalam.....	85
4.2.1.1	Pengelompokan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang.....	85

4.2.1.2	Besaran Ruang.....	86
4.2.1.3	Hubungan Ruang.....	87
4.2.1.4	Organisasi Ruang.....	87
4.2.2	Konsep Pola Sirkulasi	
4.2.2.1	Pola Sirkulasi di dalam Site	88
4.2.2.2	Pola Sirkulasi Kegiatan.....	89
4.2.3	Konsep Ruang Luar	
4.2.3.1	Pintu Masuk.....	91
4.2.3.2	Pedestrian.....	91
4.2.3.3	Ruang Parkir.....	91
4.2.3.4	Open Space.....	92
4.2.4	Konsep Dasar Penampilan Bangunan.....	93
4.2.5	Konsep Sistem Pencahayaan.....	95
4.2.6	Konsep Sistem Penghawaan.....	97
4.2.7	Konsep Dasar Sistem Struktur.....	97
4.2.8	Konsep Dasar Sistem Utilitas	
4.2.8.1	Jaringan Air Bersih.....	98
4.2.8.2	Jaringan Air Kotor.....	99
4.2.8.3	Jaringan Drainase.....	99
4.2.8.4	Jaringan Sampah.....	99
4.2.8.5	Pemadam Kebakaran.....	100
4.2.8.6	Sistem Komunikasi.....	100
4.2.8.7	Jaringan Listrik.....	100
	Daftar Pustaka.....	101
	Lampiran.....	102

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar II.1. Pola pergerakan barang.....	22
Gambar II.2. Chadstone Shopping Center Stage, Bentuk sebagai citra.....	24
Gambar II.3. Tustin Market Place, Citra sebagai bahasa atau alat komunikasi.....	25
Gambar II.4. Skylight Pacific Centre, Citra sebagai ekaspresi ungkapan jiwa.....	25
Gambar II.5. Bangunan Biro, Hamburg, Citra sebagai simbol.....	26
Gambar II.6. Eaton Centre Metrotown, Citra sebagai ciri atau karakter.....	26
Gambar II.7. Arden Fair Mall, Chicago, Olahan permukaan sebagai pembentuk citra.....	27
Gambar II.8. Prinsip-prinsip penyusunan komposisi sebagai pembentuk citra.....	28
Gambar II.9. Pintu utama sebagai unsur kejelasan.....	29
Gambar II.10. Bentuk fasade yang mencolok.....	30
Gambar II.11. Ornamentasi, proporsi dan skala.....	30
Gambar II.12. Ruang-ruang yang fleksibel.....	30
Gambar II.13. Sirkulasi yang rekreatif.....	31
Gambar II.14. Peruangan untuk kegiatan komersial.....	31
Gambar II.15. Kebaharuan dengan unsur-unsur inovasi baru.....	32
Gambar II.16. Posisi kecamatan Juana, Kabupaten Dati II Pati.....	35
Gambar II.17. Posisi Pasar Tradisional Juana di Pusat kota.....	38
Gambar II.18. Penampakan Pasar Juana.....	39
Gambar II.19. Bangunan kios.....	42
Gambar II.20. Bangunan los.....	42
Gambar II.21. Jalan pendukung pasar.....	43
Gambar II.22. Entrance pasar.....	43
Gambar II.23. Area parkir kawasan Pasar Juana.....	44
Gambar II.24. Area bongkar muat.....	44
Gambar II.25. Pengelompokan jenis dagangan.....	45
Gambar II.26. Area jual beli diluar pasar.....	45
Gambar II.27. Bangunan Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta.....	46

Gambar II. 28 Zoning bangunan pada Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta.....	47
Gambar II. 29 Skema ruang dalam bangunan renovasi Shopping Center Pasar Beringharjo.....	47
Gambar II. 30 Pola sirkulasi dari parkir ke Shopping Center.....	48
Gambar II. 31 Bangunan Blok M Mall.....	48
Gambar II. 32 Skema ruang dalam Blok M Mall.....	49
Gambar II. 33 Pola penggabungan kegiatan ruang dalam Blok M Mall.....	49
Gambar III.1 Lokasi kawasan pasar tradisional Juana.....	50
Gambar III.2 Pemilihan alternatif site.....	51
Gambar III.3 Analisa sirkulasi kawasan.....	53
Gambar III.4 Analisa orientasi bangunan.....	53
Gambar III.5 Koefisien dasar bangunan, sempadan bangunan dan ketinggian bangunan.....	54
Gambar III.6 Analisa jaringan utilitas yang ada dan mobil pemadam kebakaran.....	54
Gambar III.7 Pola pemintakatan pada site.....	55
Gambar III.8 Cerminan lantai bangunan secara axonometri.....	55
Gambar III.9 Skema pengelompokan ruang.....	60
Gambar III.9 Pengelompokan ruang shopping center secara vertikal dan horizontal.....	61
Gambar III.10 Pola pelaku pengunjung pedagang eceran.....	61
Gambar III.11 Pola pelaku masyarakat umum.....	62
Gambar III.12 Pola pelaku pengelola.....	62
Gambar III.13 Pola pelaku pedagang.....	62
Gambar III.14 Pola pelaku barang.....	62
Gambar III.15 Pola pelaku kendaraan pribadi.....	63
Gambar III.16 Pola pelaku kendaraan barang / service.....	63
Gambar III.17 Pola pelaku pejalan kaki.....	63
Gambar III.18 Skema analisa organisasi ruang perbelanjaan.....	64
Gambar III.19 Analisa organisasi ruang rekreasi.....	64

Gambar III.20 Pengelompokan materi perdagangan secara vertikal dan horizontal.	66
Gambar III.21 Cara pelayanan dan penyajian yang rekreatif.....	67
Gambar III.22 Pola sirkulasi ruang dalam.....	68
Gambar III.23 Ruang dalam yang rekreatif.....	69
Gambar III.24 Tata ruang dalam area pertokoan.....	69
Gambar III.25 Tata ruang dalam supermarket/department store.....	70
Gambar III.26 Tata ruang dalam pada kios.....	70
Gambar III.27 Tata ruang dalam pada los.....	71
Gambar III.28 Sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan.....	72
Gambar III.29 Analisa pola ruang luar.....	72
Gambar III.30 Ruang parkir untuk pengunjung berkendaraan.....	73
Gambar III.31 Elemen-elemen plaza (open space).....	73
Gambar III.32 Plaza sebagai penyatu masa dan simpul pergerakan.....	74
Gambar III.33 Analisa bentuk bangunan.....	75
Gambar III.34 Penyediaan untuk papan nama.....	75
Gambar III.35 Fasade bangunan dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur.....	75
Gambar III.37 Skala dan ornamentasi pada bangunan.....	76
Gambar III.38 Bentuk melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan.....	76
Gambar III.39 Analisa sistem pencahayaan alami dalam bangunan.....	77
Gambar III.40 Analisa pencahayaan buatan dala bangunan.....	78
Gambar III.41 Analisa penghawaan buatan dalam bangunan.....	79
Gambar III.42 Analisa struktur rangka pada pondasi, kolom, balok dan atap.....	80
Gambar III.43 Analisa skema jaringan air bersih.....	81
Gambar III.44 Analisa skema jaringan air kotor dan limbah bangunan.....	81
Gambar III.45 Analisa skema jaringan air hujan.....	81
Gambar III.46 Analisa skema jaringan sampah.....	82
Gambar IV.1 Konsep Pencapaian ke bangunan.....	83
Gambar IV.2 Konsep Pemintakatan pada site.....	84
Gambar IV.3 Cerminan lantai bangunan secara axonometri.....	84
Gambar IV.4 Konsep tata ruang dalam.....	85
Gambar IV.5 Konsep Organisasi ruang Shopping center.....	88

Gambar IV.6	Konsep pola sirkulasi fasilitas belanja.....	89
Gambar IV.7	Konsep pola sirkulasi fasilitas rekreasi.....	90
Gambar IV.8	Konsep ruang luar.....	90
Gambar IV.9	Konsep elemen-elemen luar.....	91
Gambar IV.10	Konsep Plaza atau open space.....	92
Gambar IV.11	Konsep bentuk bangunan.....	93
Gambar IV.12	Konsep untuk penyediaan papan nama.....	93
Gambar IV.13	Fasade bangunan dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur.....	94
Gambar IV.14	Skala dan ornamen pada bangunan.....	94
Gambar IV.15	Bentuk melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan.....	94
Gambar IV.16	Konsep sistem pencahayaan alami dalam bangunan.....	95
Gambar IV.17	Konsep pencahayaan buatan dalam bangunan.....	96
Gambar IV.18	Konsep penghawaan buatan dalam bangunan.....	97
Gambar IV.19	Konsep struktur rangka pada pondasi, kolom, balok dan atap.....	98
Gambar IV.20	Konsep skema jaringan air bersih.....	99
Gambar IV.21	Konsep skema jaringan air kotor dan limbah bangunan.....	99
Gambar IV.22	Konsep skema jaringan air hujan.....	99
Gambar IV.23	Konsep skema jaringan sampah.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Penilaian site.....	52
Tabel III.2	Kebutuhan ruang fasilitas perbelanjaan.....	57
Tabel III.3	Kebutuhan ruang fasilitas rekreasi dan promosi.....	58
Tabel III.4	Kebutuhan ruang kelompok kegiatan pendukung.....	59
Tabel III.5	Perbedaan materi perdagangan SC dan pasar tradisional.....	65
Tabel I. 1	Pertumbuhan penduduk kecamatan Juana tahun 1990 – 1994...(lamp II)	
Tabel I. 2	Klasifikasi pasar di Kota Juana..... (lamp II)	
Tabel I. 3	Materi yang diperdagangkan tuntutan pewadahan dan sifat..... (lamp III)	
Tabel I. 4	Proporsi mata pencaharian penduduk kota Juana.....(lamp II)	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Batasan Pengertian Judul

Shopping : *Berbelanja, pertokoan (Shadily Hasan, Kamus Inggris Indonesia, 1993, P : 522)*

Center : *Pusat*

Citra komersial : *gambaran (image), Sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan, pembeli atau penjual barang atau jasa. (Winardi, th 1992 : 205)*

Modern : *Terbaru, Mutakhir, sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai tuntutan jaman (Dept. RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia)*

Daya Tarik : *Kemampuan untuk menarik atau (memikat) perhatian (Ibid)*

Transaksi : *Pemberesan pembayaran, Persetujuan jual beli (perdagangan), (Kamus Bahasa Indonesia Terbaru)*

Promosi : *memperkenalkan suatu produk*

Rekreasi : *dari bahasa Inggris (Recreation ; kb), hiburan, rekreasi. (Kamus Inggris Indonesia, Gramedia)*

Kawasan : *Daerah, lingkungan (Kamus Bahasa Indonesia Terbaru)*

Pasar Tradisional Juana : *Pasar tradisional yang terdiri dari dua yaitu Pasar Juana Baru dan Pasar Porda berada di kota Juana.*

Kesimpulan batasan pengertian judul adalah :

Pusat perbelanjaan berupa citra komersial modern pada area perdagangan sebagai sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan modern, yang merupakan daya tarik dan berfungsi secara baik, melalui perpaduan

kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi, yang tempatnya terletak pada kawasan pasar tradisional Juana sebagai kawasan komersial.

1.2. Latar Belakang Permasalahan

1.2.1. Tinjauan Umum Juana

Juana merupakan kota kecamatan di Kabupaten Pati yang masih berkembang, ini dibuktikan dengan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang telah difungsikan secara baik antara lain dermaga pelabuhan Juana, Terminal antar Kota dan pasar umum Juana. Dari ketiga komponen ini adalah basis perekonomian kota Juana yang mengarah kekota perdagangan dan industri, (lihat lampiran 1, peta Juana)

Kebijaksanaan yang diambil oleh pemerintah dalam rangka pelaksanaan pembangunan perkotaan, diletakkan dalam sistem pembangunan kota yang mengarah pada pengembangan yang terpadu. Semakin pesat perkembangan kota yang mempunyai aneka ciri dan sifat penghidupan perkotaan, semakin perlu perencanaan tata kota. Pemanfaatan ruang kota yang mengarah pada keserasian, keseimbangan, dan keoptimalan yang merupakan tuntutan utama.¹

Perwujudan pemanfaatan ruang kota harus serasi dan seimbang dengan kebutuhan dan kemampuan daya dukung pertumbuhan dan perkembangan kota, antara lain wujud fisik secara horisontal dan vertikal, penanganan antara sektor ekonomi dan industri.²

Berdasarkan data yang ada jumlah penduduk di wilayah Kabupaten Pati tahun 1995 adalah 1.120.432 jiwa, dengan angka pertumbuhan rata-rata 1,6 % pertahun. Sedangkan jumlah penduduk di wilayah Kecamatan Juana tahun 1994 adalah 75.327 jiwa, dengan pertumbuhan penduduk tiap tahun

¹ *Rencana Umum Tata Ruang Kota*, Pemerintah Dati II Pati, 1997

² TA, UII, *Penataan Pasar Banjarsari Kodya Pekalongan*, 1998

sebesar 1,10 % untuk daerah perkotaan dan 2,02 % untuk daerah pedesaan (lihat tabel I.1; lamp 2).³

Dari data tersebut maka untuk wilayah Kota Juana yang terdapat 4 buah pasar dengan tingkatan klasifikasi (lihat tabel I.2; lamp 2) mempunyai perbandingan rasio didalam mengukur kemampuan pasar dalam melayani penduduknya pada kecamatan Juana dengan melihat ratio luas persil di banding jumlah penduduk :⁴

- Rasio luas persil yang diperhitungkan terhadap jumlah penduduk di wilayah Kecamatan Juana pada tahun 1994, adalah:

$$\frac{22010 + 1340 + 1225 + 3115}{75640} = 0,32 \text{ m}^2 / \text{orang}$$

- Sedangkan rasio menurut pedoman perencanaan lingkungan kota adalah $0,45 \text{ m}^2 / \text{orang}$

Dengan melihat perhitungan tersebut maka bahwa Kecamatan Juana masih di bawah standard perencanaan, yang menyebabkan perlu adanya peningkatan perencanaan dalam bentuk fasilitas komersial modern pada kawasan pasar Juana, didalam meningkatkan peranan kota Juana dalam mewadahi kegiatan di sektor perdagangan yang merupakan urutan kedua didalam kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Dati II Pati setelah sektor pertanian, sebesar 15,89 % pada tahun 1997.

Dilihat dari data PDRB tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi kabupaten Dati II Pati cukup tinggi. Di mana sektor perdagangan salah satu yang menunjukkan pertumbuhan yang mengalami peningkatan, sehingga pengembangan sarana dan prasarana perdagangan juga perlu mendapat perhatian.

³ Kantor Statistik Dati II Pati

⁴ Gus Amin, TA, UGM, 1997, *Penataan Pasar Juana*, Yogyakarta, hal 23

Melihat posisi kota Juana yang mempunyai letak strategis, yaitu berada pada jalur perdagangan utama Semarang dan Surabaya. Dimana keduanya mempunyai prospek untuk mempengaruhi kegiatan-kegiatan di Juana khususnya sektor perdagangan, dan akan berpengaruh juga pada Kabupaten Dati II Pati. Sehingga kota Juana perlu mempersiapkan diri dengan memanfaatkan seoptimal mungkin potensi dan letak yang strategis tersebut untuk mendukung kehidupan kota Juana.

1.2.2. Kawasan Pasar Tradisional Juana

Pasar sendiri selalu menjadi titik pusat dari kota, suatu pusat pertukaran barang. Perkembangan transportasi dan sistem keuangan menimbulkan pemindahan barang, dan sistem pertukaran berganti menjadi suatu bentuk eceran. Perluasan perdagangan menciptakan suatu kelas pedagang yang bergerak dalam pertukaran barang yang dihasilkan oleh orang lain.⁵

Kawasan Pasar Juana yang terletak di pusat kota dengan jangkauan pelayanan kota dan regional, sebagai pasar terbesar di wilayah Dati II Pati mempunyai peranan sangat penting dalam menyediakan kebutuhan 9 bahan pokok dan sarana penjualan hasil-hasil pertanian bagi daerah sekitar. Kawasan Pasar Juana terdiri atas Pasar Porda dan Pasar Juana baru, dimana pasar ini dibatasi oleh Jalan Utama Juana – Jepara (Jl Ki Hajar Dewantoro) pada sebelah utara, dan Jl Kemudo yang berada di tengah antara pasar Porda dan Pasar Juana Baru serta sebelah selatan dan timur berbatasan dengan permukiman penduduk. (lihat lamp 1)

Berdasarkan data yang ada bahwa luas keseluruhan kawasan pasar Juana adalah 22.010 m², dengan perincian luas pelayanan yang ditempati oleh pedagang sebagai berikut:

⁵Gallion & Eisner, 1994, *Pengantar Perancangan Kota*, Jilid 2, Jakarta, Erlangga, hal 51

	Pasar Juana Baru	Pasar Porda
Luas Persil	11.210 m ²	10.800 m ²
Luas Bangunan	5.726 m ²	5.400 m ²
Luas Bangunan Perdagangan	2.998 m ²	3.467 m ²
Jumlah pedagang	1.460 orang	112 orang

Sumber Dinas Pasar Juana, 1995

Berdasarkan data tersebut pasar Juana Baru melebihi kapasitas luasan berbanding jumlah pedagang sebesar 2,05 m²/ orang, sedangkan pasar Porda sebesar 30,96 m²/ orang, dengan standart pelayanan sebesar 4,2 m²/ orang.

Pasar Juana yang merupakan pasar tradisional dengan pelayanan sosial ekonomi. Pedagang eceran dalam jumlah besar terdapat di pasar-pasar tradisional yang nampaknya sudah merupakan ciri perdagangan di Indonesia. Walaupun suasana pasar tradisional dari waktu ke waktu tidak banyak mengalami perubahan.⁶

Sebagai fungsi sosial ekonomi, pasar tradisional mempunyai peranan penting di sektor perdagangan, ini dapat dilihat sebagai bentuk pola perdagangan sektor riil yang mengarah kepada peranan pasar tradisional untuk ditingkatkan dalam menghadapi pesatnya pertumbuhan fasilitas-fasilitas perdagangan lainnya, seperti departement store, super martket dan sebagainya. Dimana ada kemungkinan saling interaksi antara fasilitas komersial dan non komersial yang saling menguntungkan.

Untuk area pasar yang berada dipusat kota dan merupakan area strategis, didalam menghadapi pemadatan penggunaan lahan dikota, maka berbagai pasar tradisional seperti kawasan pasar Juana, harus dapat memenuhi kebutuhan dan perkembangan sebagai area perdagangan yang menunjang kegiatan perekonomian kota Juana. Merupakan kawasan komersial karena tingkat pertumbuhan kota yang semakin cepat dan tingkat perekonomian

⁶ Prisma, 1987 : 27 (TA, UGM, 1993, Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Klaten)

yang cocok bagi keberadaan shopping center sebagai fasilitas komersial modern. Dimana keberadaan fasilitas tersebut akan menambah peningkatan kawasan pasar padakhususnya dan kota Juana pada umumnya.

1.3. Permasalahan

1.3.1 Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan shopping center sebagai fasilitas komersial modern yang dapat meningkatkan daya tarik sekaligus sebagai fasilitas rekreasi yang dapat memenuhi tuntutan kebutuhan akan kegiatan transaksi, promosi dan rekreasi di kawasan pasar tradisional Juana

1.3.2 Permasalahan khusus

Bagaimana konsep perancangan citra komersial modern melalui tata ruang luar dan ruang dalam yang diolah berdasarkan perpaduan kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi yang akan meningkatkan daya tarik di dalam kawasan pasar Tradisional Juana, yang menunjang eksistensi fasilitas komersial dan pasar tradisional supaya bisa berjalan dengan selaras.

1.4. Tujuan Pembahasan

A. Tujuan Umum Pembahasan

Mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan shopping center di kawasan pasar tradisional Juana untuk meningkatkan daya tarik dan peningkatan fungsi kawasan komersial.

B. Tujuan Khusus Pembahasan

Mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan citra komersial modern di kawasan pasar tradisional sebagai upaya meningkatkan daya tarik melalui perpaduan kegiatan transaksi, promosi dan rekreasi melalui tata ruang dalam dan tata ruang luar terhadap program kegiatan komersial

1.5. Sasaran Pembahasan

A. Sasaran Umum Pembahasan

Upaya mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan shopping center di kawasan Pasar tradisional Juana yang dapat meningkatkan perekonomian dan perdagangan dengan analisis terhadap:

- a. Pengguna bangunan perbelanjaan yang meliputi jumlah pedagang, jumlah pembeli atau pengunjung dan jumlah pengguna jasa lainnya.
- b. Mengidentifikasi lokasi dan kondisi site untuk shopping center di kawasan pasar tradisional Juana.
- c. Identifikasi pelaku dan karakter kegiatan dalam shopping center.
- d. Penciptaan citra komersial modern sebagai daya tarik shopping center
- e. Jumlah kendaraan yang akan diwadahi sesuai dengan tuntutan kegiatan yang komersial.
- f. Peraturan – peraturan dan standart fasilitas shopping yaitu besaran ruang, luas ruang sirkulasi dan pola tata ruang.

B. Sasaran Khusus Pembahasan

Upaya mendapatkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan citra komersial modern sebagai upaya meningkatkan daya tarik melalui perpaduan kegiatan transaksi, promosi dan rekreasi melalui analisis terhadap citra komersial modern, kegiatan, tata ruang dalam dan tata ruang luar agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kota

1.6. Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan lebih diarahkan pada :

A. Non Arsitektural

- a. Ciri khas perdagangan pasar tradisional dan modern di Juana melalui karakter kegiatannya.
- b. Perhitungan pedagang dan luasan yang efisien.

B. Arsitektural

- a. Pendayagunaan secara optimal pemilihan tapak untuk fasilitas komersial pada kawasan pasar tradisional Juana.
- b. Pembahasan citra komersial modern sebagai daya tarik
- c. Pembahasan tentang pola tata ruang dalam maupun tata ruang luar yang akan mempengaruhi perilaku pengguna.
- d. Pembahasan pada area parkir dan open space sebagai ruang terbuka kawasan.
- e. Pembahasan pada pola tata ruang dalam dan ruang luar dan besaran ruang pada kawasan pasar tradisional Juana.

1.7. Metode Pembahasan

Secara keseluruhan merupakan cara untuk memperoleh data sebagai pendukung pembahasan dan metode yang digunakan di dalam menganalisa dan membahas permasalahan untuk mendapatkan pemecahannya di dalam perancangan dan perencanaan fasilitas komersial modern pada kawasan pasar tradisional Juana.

Cara memperoleh data :

1. Pengamatan/observasi terhadap obyek kawasan pasar Juana secara langsung dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan mendokumentasikan lokasi site dan bangunan serta sketsa – sketsa sebagai data primer.
2. Studi literatur yaitu mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan shopping center, pasar umum, citra komersial modern, daya tarik, kegiatan jual-beli, penataan ruang, pola sirkulasi orang dan kendaraan sebagai data sekunder.

Sedangkan metode yang digunakan yaitu metode deduksi yaitu dengan menguraikan permasalahan ke dalam pembahasan yang lebih mendalam yaitu dengan tahapan sebagai berikut:

A. Tahap identifikasi data

Dalam tahap ini adalah untuk menentukan data-data yang dibutuhkan sebagai acuan didalam proses awal didalam penulisan. Adapun data tersebut adalah:

- a. Kondisi Eksisting Kawasan Pasar Juana
- b. Prediksi jumlah pedagang
- c. Karakteristik perilaku cara berdagang dan pengguna lainnya
- d. Prediksi jumlah pengunjung pada Kawasan Pasar Juana

B. Tahap Analisa

Dalam tahap ini digunakan metode analisis untuk mendapatkan pendekatan- pendekatan pemecahan permasalahan, antara lain yaitu :

- a. Menganalisa di dalam penentuan site shopping center pada kawasan pasar tradisional Juana.
- b. Menganalisa kebutuhan pola kegiatan pada ruang-ruang shopping center.
- c. Menganalisa citra komersial modern sebagai daya tarik melalui bentuk, façade, tekstur, ornamentasi
- d. Menganalisa sistem pola tata ruang dalam dan tata ruang luar pada ruang-ruang dagang.
 - a. menganalisa sistem struktur, utilitas, pencahayaan dan penghawaan sebagai daya tarik dan fungsional.

Pada tahap analisa ini, data-data primer dan sekunder yang telah diperoleh sebelumnya digunakan sebagai acuan untuk menganalisa permasalahan.

C. Tahap Sintesa

Dari pendekatan pemecahan permasalahan pada tahap analisa yang telah dilakukan, diperoleh sintesa permasalahan berupa konsep perencanaan dan perancangan, yaitu antara lain:

- b. Konsep penataan lokasi site shopping center dalam kaitannya dengan upaya untuk mendapatkan lokasi yang memenuhi di dalam

mengantisipasi penambahan jumlah pedagang dan peningkatan ruang.

- c. Konsep sistem tata ruang dalam dan tata ruang luar sebagai sarana penunjang aktifitas shopping center.
- d. Konsep sistem struktur, utilitas, pencahayaan dan penghawaan sebagai daya tarik dan fungsional.

1.7. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan, membahas latar belakang, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika pembahasan, serta keaslian penulisan.

BAB II : Tinjauan Umum

Tinjauan teoritis tentang shopping center, pasar tradisional, citra komersial modern, daya tarik dengan segala aspek terkait dan tinjauan umum tentang potensi Juana, kondisi perekonomian dan perdagangan dan alasan pemilihan pasar Juana sebagai objek, juga mengemukakan permasalahan yang dialami pasar Juana.

BAB III: Analisa Kawasan Perencanaan

Berisikan analisa permasalahan yang ada kaitannya dengan data literatur / teori, sebagai alternatif pemecahan permasalahan ke arah tinjauan kawasan, tinjauan site dan tinjauan bangunan.

BAB IV: Konsep Perencanaan dan Perancangan

Menetapkan konsep perencanaan tapak dan konsep perancangan bangunan meliputi pola kegiatan, tata ruang dalam dan luar, citra komersial modern, pencahayaan dan penghawaan, sistem struktur dan sistem utilitas.

1.8. Keaslian Penulisan

Untuk menghindari duplikasi penulisan, terutama pada penekanan masalah. Berikut ini disebutkan beberapa thesis tugas akhir yang digunakan sebagai studi literatur dalam penulisan thesis ini.

1. *Penataan Pasar Tradisional Juwana*, TGA UGM, 1997.

Penekanan : menyediakan ruang – ruang jual beli yang optimal dengan pertimbangan kegiatan yang ada dan barang yang diperjual belikan.

2. *Pusat Perbelanjaan Di Pematang Siantar*, TA / UII, 1996.

Penekanan : ungkapan arsitektur lokal sebagai penentu penampilan bangunan.

3. *Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Di Klaten*, TA / UGM, 1993.

Penekanan : Bagaimana mengakomodasi beberapa fungsi kegiatan antara fasilitas perbelanjaan dan rekreasi yang bersifat modern dalam satu tatanan ruang sehingga terjadi hubungan yang saling menguntungkan dan eksistensi pasar tradisional tetap terjaga.

4. *Pusat Perbelanjaan dan hiburan di Kotamadya Bandung*, TA / UGM, 1993.

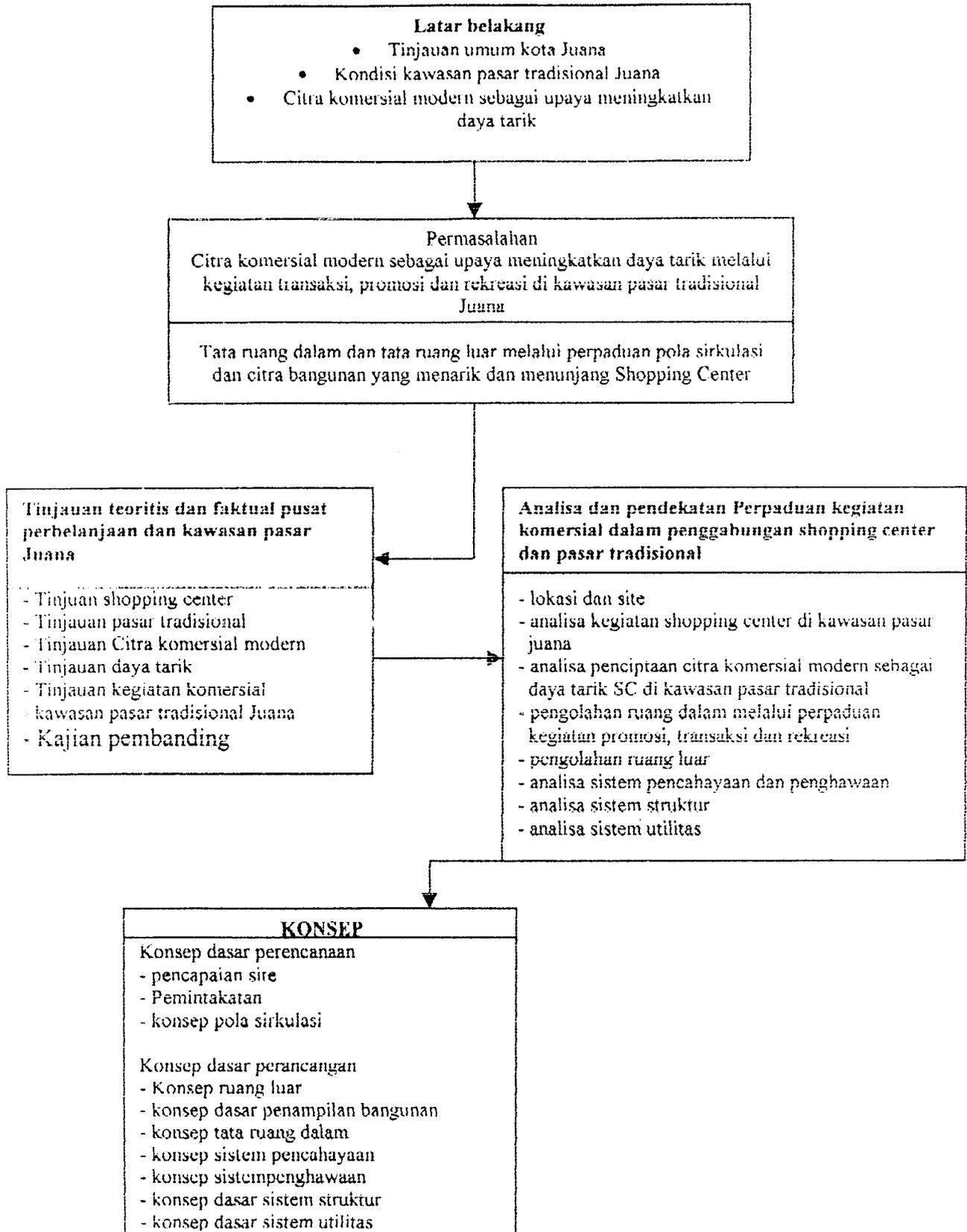
Penekanan : Pengolahan tapak dan bangunan dengan menggunakan preseden karakteristik fisik perancangan Lota Bandung pada fasilitas perbelanjaan dan hiburan.

5. *Pusat Perbelanjaan di Palasari Bandung*, TA / ITENAS, 1994.

Penekanan : pengembangan (redevelop) pusat perbelanjaan di Palasari Bandung dengan penekanan lebih ke hal-hal yang sifatnya skala pelayanan.

Dengan demikian terlihat perbedaan penekanan antara tugas akhir ini dengan tugas akhir seperti tersebut diatas. Adapun tugas akhir ini mengungkap permasalahan bagaimana menciptakan program kegiatan yang komersial yaitu promosi, transaksi dan rekreasi didalam penataan kawasan komersial tradisional Juana melalui pola sirkulasi ruang dalam dan ruang luar, yang menunjang eksistensi fasilitas komersial dan pasar tradisional supaya bisa berjalan dengan selaras.

1.9 Kerangka Berfikir



BAB II

SHOPPING CENTER, PASAR TRADISIONAL, CITRA KOMERSIAL MODERN, DAYA TARIK, KEGIATAN KOMERSIAL DAN KONDISI PASAR JUANA

2.1 Shopping center (Pusat perbelanjaan)

2.1.1 Fungsi shopping center

Shopping center adalah pusat perbelanjaan dengan sistem dan bentuk yang terbaru atau mutakhir, karena sistem dan bentuk yang terbaru dari pusat perbelanjaan mengacu pada negara barat terutama Amerika Serikat, maka batasan pengertian shopping center (pusat perbelanjaan) mengacu juga pada pengertian pusat perbelanjaan versi Amerika Serikat yaitu shopping center dengan batasan yaitu :¹⁰

- a. Sekelompok toko dan kios yang menjual belikan barang-barang secara eceran.
- b. Sekelompok toko atau kios tersebut direncanakan, dibangun dan dikelola sebagai suatu unit yang tak terpisahkan, terletak pada daerah urban atau sub urban serta melayani masyarakat yang tinggal di kota.
- c. Sekelompok toko dan kios tersebut menjual barang secara langsung kepada konsumen tanpa menuntut adanya interaksi secara langsung antara penjual dengan konsumen.

2.1.2 Kegiatan yang diwadahi

2.1.2.1 Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan dalam shopping center dapat dibagi atas :¹¹

1. Konsumen atau pembeli

Konsumen atau pembeli adalah masyarakat yang membutuhkan barang dan rekreasi. Pada shopping center ini konsumen atau pengunjung memperoleh banyak pilihan barang dan pelayanan maksimal dalam

¹⁰ William D. Hunt, *Encyclopedia of American Architecture*, MC. Grow-Hill, inc, United States of America, 1980, hal 479.

¹¹ Aria Nugrahadi, 1997, (Repi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar bawah*, TA UII, 1999, hal 18

transaksi maupun parkir, serta menikmati suasana yang menyenangkan dari penampilan ruang dan bangunan.

2. Pedagang atau penjual

Pedagang disini sebagai penyewa atau pembeli ruangan yang disediakan investor, untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya. Pelaku kegiatan ini berkemauan untuk memperoleh sewa ruang yang menguntungkan usahanya, dapat memasarkan secara efektif. Pedagang yang menyewa shopping center biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

3. Pengelola

Pengelola disini menginginkan bisa menyediakan fasilitas yang menguntungkan semua pihak yang terlibat.

4. Supplier

Pengisi barang yang dimintakan pedagang atau penjual.

2.1.2.2 Jenis kegiatan

a. Kegiatan pelayanan jual beli

1. Kegiatan penyajian barang
2. Kegiatan distribusi barang
3. Kegiatan promosi
4. Kegiatan penyimpanan barang
5. Kegiatan perpindahan dan pergerakan pelaku

b. Kegiatan pengelolaan

1. Kegiatan operasional
2. Kegiatan manajemen
3. Kegiatan maintenance

2.1.2.3 Pola kegiatan

Kegiatan-kegiatan yang diwadahi shopping center mempunyai pola-pola hubungan antar kegiatan. Kecenderungan yang terjadi dalam arus pengunjung dapat diterjemahkan ke dalam bentuk-bentuk atau pola siklusasi.¹²

¹² Repi, *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar bawah*, TGA, UII, 1999, hal 19.

1. Pola kegiatan mengenal medan
Pada bagian kegiatan ini pengunjung memikirkan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju. Pengunjung selalu mengutamakan pencapaian tercepat ke unit yang dituju, sehingga perlu diberikan kemungkinan pencapaian ke segala dan dari segala arah, dengan pola yang jelas.
2. Pengunjung yang telah mengenal medan
 - a. Langsung ketempat yang dituju, apabila untuk keperluan singkat dan khusus, Agar keinginan ini tercapai perlu diberikan kemungkinan jarak capai yang sama ke segala arah
 - b. Berkeliling, apabila pengunjung ingin memilih barang ataupun sekedar melihat-lihat (rekreasi). Pengunjung selalu mengutamakan pergerakan yang efektif yaitu satu perpindahan.
3. Transaksi
Dalam transaksi pengunjung langsung membayar harga barang yang dibelinya tanpa tawar menawar lagi.
4. Rekreatif
Pengunjung dalam melakukan kegiatan belanja yang panjang tentunya membutuhkan suatu perubahan suasana yang lebih rekreatif, sehingga perlu diberikan keleluasaan jarak atau tidak terikat jalur.
5. Kedekatan jarak
Pengunjung cenderung untuk mencari jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi, sehingga bentuk dan arah jalur dimungkinkan untuk saling berhubungan, mudah dicapai dan sederhana (pola sama dan menerus).

2.1.3 Karakter pewadahan fisik shopping center

Dari karakter pewadahan fisik shopping center diatas, kegiatan utama di dalamnya adalah kegiatan jual beli yang berkait erat dengan kegiatan promosi dan tak lepas dari aspek rekreasi. Dari ketiga unsur tersebut dapat ditelusuri sifat kegiatannya, yang dapat dikelompokkan menjadi :

1. Sifat kegiatan jual beli
 - a. Dinamis

Ramai dengan hilir mudiknya orang dalam memilih barang yang akan dibeli secara eceran.
 - b. Terbatas

Walaupun semua orang dapat terlibat dalam kegiatan ini, tidak semua orang yang mau dan mampu melakukannya, melainkan hanya dari masyarakat yang mempunyai tingkat ekonomi menengah ke atas.
2. Sifat kegiatan promosi

Sangat berorientasi pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang dagangannya.

 - a. Orientasi pada daya tarik, lebih mengarah pada segi visual atau penampakan barang, serta respon dari kesan penangkapan panca indera keseluruhan.
 - b. Orientasi pada daya saing, lebih mengarah pada aspek harga dan mutu barang serta mutu pelayanannya.
3. Sifat kegiatan rekreasi
 - a. Non formal

Pengunjung datang ke shopping center untuk kegiatan santai, menyenangkan dengan suasana ramainya kegiatan manusia terutama kegiatan para pengunjung sendiri.
 - b. Dinamis

Adanya pergerakan pengunjung yang mengalir tiada henti dari tempat ke tempat yang lainnya.

2.1.4 Standart Materi perdagangan

2.1.4.1 Jenis materi perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya, materi perdagangan di shopping center dapat dikelompokkan menjadi:¹³

¹³ Joseph de Chiara, *Time Saver Standart for Building Types*, MC Grow-Hill, USA, hal 731

1. *Demand goods*

Barang-barang pokok dan dibutuhkan sehari-hari

2. *Convience goods*

Barang kebutuhan standart, perlu tapi tidak pokok dan dibutuhkan sehari-hari.

3. *Impuls goods*

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

2.1.4.2 Cara penyajian materi perdagangan

Ada beberapa kemungkinan bentuk wadah cara penyajian barang dan tempat untuk menampung kegiatan pada shopping center :¹⁴ (lihat lamp IV)

1. Bentuk wadah penyajian barang

- a. *Table fixture* : bentuk meja menerus
- b. *Counter fixture* : bentuk almari rendah
- c. *Cases fixture* : bentuk almari transparan
- d. *Box fixture* : kotak-kotak terbuka
- e. *Back fixture* : rak-rak almari yang terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai penyimpan.
- f. *Hanging case* : lemari penggantung
- g. Jendela peraga (*etalase*), merupakan salah satu komponen penyajian barang yang letaknya di luar toko, mempunyai fungsi sebagai alat promosi, untuk memperkenalkan barang-barang yang dijual kepada pengunjung sebelum masuk ke toko.

2. Tempat untuk menampung kegiatan dan standart. (lihat lamp V)

- a. lay out toko
- b. lay out toko besar

¹⁴ Data Arsirek, 1991, hal 190, 192, 193, 195, 196

Bentuk wadah penyajian barang tersebut tidak semua digunakan pada setiap toko, hanya digunakan sebagai standart dan disesuaikan dengan barang yang di jual dan disusun berdasarkan suasana yang diinginkan.

2.1.4.3 Sifat materi perdagangan

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung di dalamnya, meliputi :

1. Bersih,(meliputi barang dan tempatnya)
2. Tidak berbau
3. Padat, (paling tidak wadah luarnya)
4. Kering, (paling tidak wadah luarnya)
5. Tidak mudah busuk, (tahan lama)

2.1.4.4 Cara pelayanan untuk mendapatkan materi perdagangan¹⁵

1. *Personal service*

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

2. *Self selection*

Pembeli memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan tanda pembelian yang sekaligus sebagai kuintansi untuk membayar.

3. *Self sevice*

Pembeli dengan membawa keranjang atau trolley, mengambil barang kemudian dibawa ke kasir untuk membayar barang yang telah diambilnya.

2.1.5 Persyaratan peruangan

Kenyamanan yang relatif tinggi bagi pengunjung dan pedagang, meliputi pemenuhan akan dua aspek kenikmatan, yaitu:¹⁶

- A. *Emosional need* (kualitatif), merupakan sesuatu yang dapat dihayati perasaan dan mempengaruhi emosi, seperti :

¹⁵ Victor Gruen,1982, hal 23

¹⁶ *Ibid*, hal 52

1. Lay out ruang
 2. Dimensi ruang
 3. Warna dan tekstur pembatas ruang
 4. Pengaturan perabot (tata letak)
- B. *Physikal need* (kuantitatif), sesuatu yang berpengaruh langsung dan dapat dirasakan oleh indera atau rasa manusia, seperti :
1. Pencahayaan (alami atau buatan)
 2. Penghawaan (alami atau buatan)
 3. Tata suara
 4. Dekorasi
 5. Pengendalian bau

2.2 Pasar tradisional

a. Kegiatan

1. Konsumen atau pembeli

Merupakan masyarakat yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan sosial. Menurut tingkat sosial ekonomi konsumen dibagi atas tingkat bawah, menengah dan atas.

2. Penjual

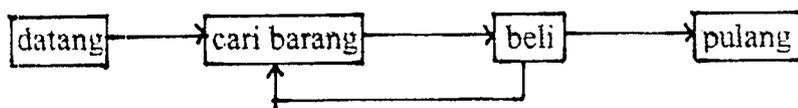
Dibedakan menjadi dua, yaitu :

- a. Pedagang tetap yaitu melakukan kegiatan setiap hari dan menempati ruang tetap dalam los.
- b. Pedagang tidak tetap atau temporer yaitu melakukan kegiatan tidak setiap hari, tidak punya ruang tetap.

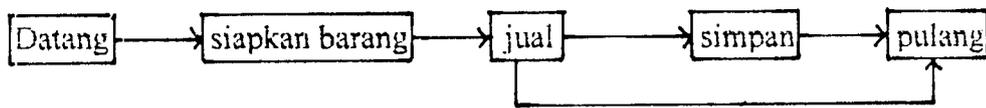
b. Jenis Kegiatan pada pasar tradisional dapat dibedakan atas:

1. Kegiatan utama, yaitu kegiatan jual beli yang meliputi :
 - a. Kegiatan jual beli antara pedagang dan konsumen
 - b. Kegiatan penyimpanan materi dagangan
 - c. Kegiatan pergerakan atau perpindahan pengunjung
2. Kegiatan penyaluran materi perdagangan, berupa :
 - a. Sirkulasi, transportasi dan dropping barang

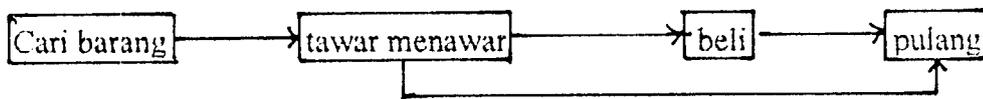
- b. Distribusi materi perdagangan ke unit-unit penjualan
- 3. Kegiatan transportasi dari dan ke pasar
- 4. Kegiatan pelayanan
 - a. pengolahan
 - b. pelayanan kebersihan
 - c. pelayanan pemeliharaan
- c. Pola kegiatan di lokasi pasar ditinjau berdasarkan :
 - 1. pergerakan pengunjung



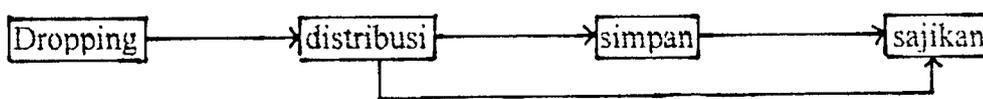
- 2. Pergerakan pedagang



- 3. Pergerakan Jual Beli



- 4. Pergerakan barang



Gambar II.1 Pola pergerakan barang
Sumber : Pengamatan

d. Sifat kegiatan pasar tradisional

Ada tiga sifat karakter kegiatan yang terjadi pada pasar tradisional antara lain yaitu:

- 1. Sifat kegiatan jual beli
 - a. Dinamis : Ramai, padat, hidup karena berbagai ragam kegiatan dan orang hilir mudik, berbicara, dan tawar menawar.

2.3 Citra Komersial Modern, Daya Tarik dan Kegiatan Komersial

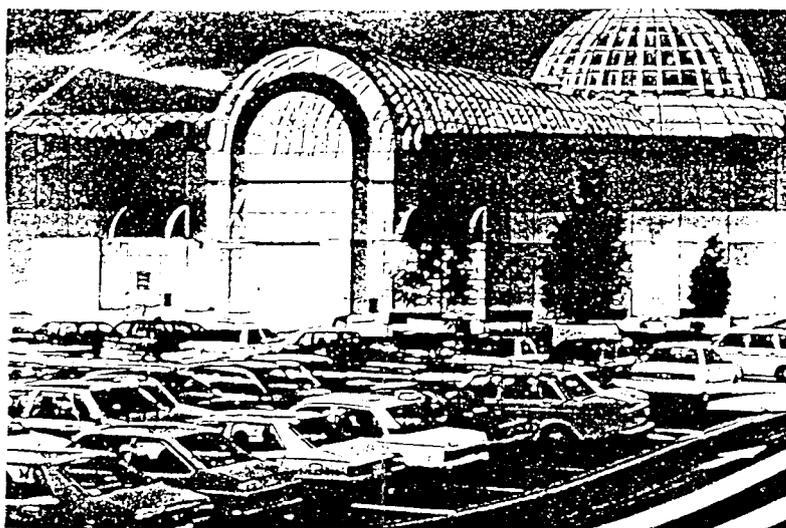
2.3.1 Citra Komersial Modern

Citra hanya menunjuk suatu “gambaran” (*image*) yaitu suatu kesan penghayatan yang menangkap arti bagi seseorang. Citra erat kaitannya dengan guna, citra menunjuk pada tingkat kebudayaan sedangkan guna lebih menuding dari segi ketrampilan atau kemampuan.¹⁷ Sedangkan komersial modern lebih mengarah kepada suatu gambaran atau image seseorang tentang shopping center (fungsi komersial).

Adapun citra itu sendiri adalah ungkapan bangunan yang diterima orang yang menangkap kesan atau pesan dari bangunan tersebut, yang ungkapannya dapat berupa:¹⁸

2.3.1.1 Bentuk sebagai citra

Bentuk bangunan sangat erat kaitannya dengan skala manusia, bentuk sendiri merupakan unit yang merupakan unit yang mempunyai unsur garis, lapisan, volume, tekstur dan warna.¹⁹



Gambar II.2 Chadstone Shopping Center Stage 5, Bentuk sebagai citra
Sumber : Rathbun, Davis, hal 201-203

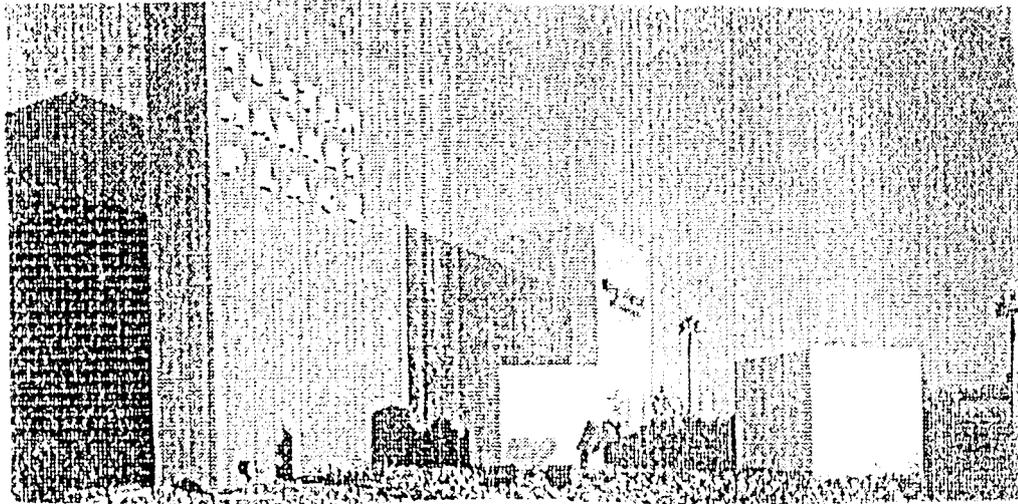
2.3.1.2 Citra sebagai bahasa atau alat komunikasi

Dimana citra sebagai bahasa bangunan yang mengkomunikasikan jiwa bangunan yang bisa ditangkap oleh panca indera manusia, hal ini

¹⁷ Mangunwijaya, YB, *Wastu Citra*, 1995

¹⁸ *ibid*

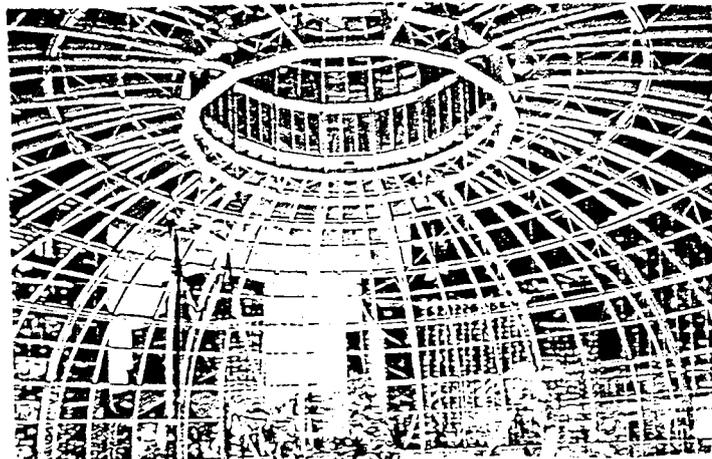
dimanifestasikan oleh tampilan visual bangunan. Adapun citra memberi kerangka komunikasi berdasar pengalaman bersama dan perasaan terhadap lingkungan.²⁰



Gambar II.3 Tustin Market Place, Citra sebagai bahasa atau alat komunikasi
Sumber : Rathbun, Davis, hal 176-180

2.3.1.3 Citra sebagai ekspresi atau ungkapan jiwa

Ungkapan ekspresi adalah kombinasi unsur-unsur bentuk (garis, lapisan, volume, texture dan warna). Adapun unsur pada bangunan selain berguna secara fungsional, tetapi menunjuk pada budaya manusia sebagai penghuni.



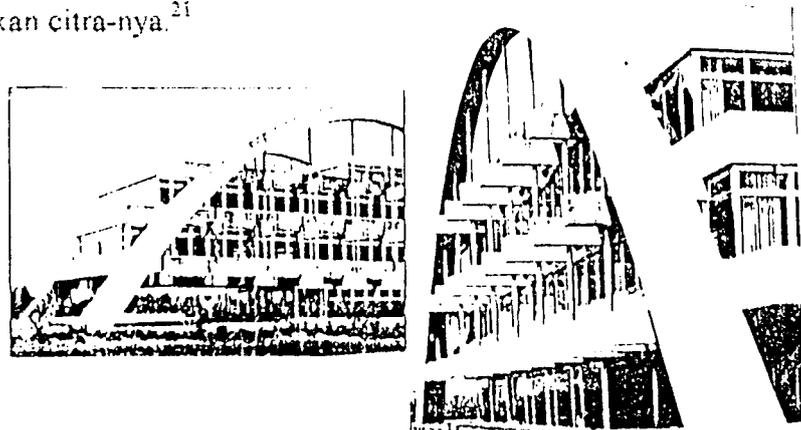
Gambar II.4 Skylight Pacific Centre, Citra sebagai ekspresi ungkapan jiwa
Sumber : Rathbun, Davis, hal 201-203

¹⁹ Sutedjo, *Peran, Kesan dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*, 1985, hal 8-11

²⁰ Mangunwijaya, YB, *Wastu Citra*, 1995

2.3.1.4 Citra sebagai simbol

Penyajian diri sebuah bangunan secara simbolis, jika bangunan itu menunjukkan sesuatu yang lebih tinggi dari keadaan fisiknya. Dimana bangunan tersebut cenderung untuk mewujudkan sebuah prinsip pengakuan umum atau *universal validity*. Para arsitek menggunakan bentuk simbol untuk menyajikan pengalaman keindahan yang mendalam sesuai dengan daya dan kemampuan mengungkapkan citra-nya.²¹



Gambar II.5 Bangunan Biro, Hamburg, Citra sebagai simbol
Sumber : Manguwijaya, YB, 1992

2.3.1.5 Citra sebagai ciri atau karakter.

Ciri atau karakter merupakan unsur pengungkapan jati diri, dalam hal ini lebih mengarah kebudayaan yang dapat diwujudkan melalui permasalahan-permasalahan dasar baik teknis, komfort maupun image wujud. Arsitektur dalam arti sebenarnya selalu berakar pada jati diri orang maupun kedaerahan dan nasional, untuk memperoleh perwujudan citra secara konsisten dan penuh makna.



Gambar II.6 Eaton Centre Melrotown, Citra sebagai ciri atau karakter
(Sumber : Rathbun, Davis, hal 195-200)

²¹ Sutedjo, Peran, *Kesan dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*, 1985, hal 36-42

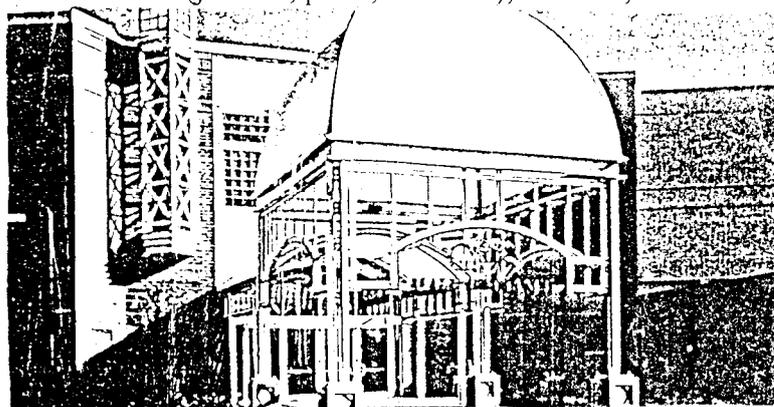
Sedangkan citra dapat terbentuk oleh ;²²

1. *Shape* (Bentuk, Raut)
2. *Color* (Warna)
3. Teksture
4. *Arrangement* (komposisi, susunan)
5. *Sensory quality* (Kualitas panca indera)

Citra juga dapat diwujudkan ke dalam bangunan dengan men-transformasikan dari lima elemen pembentuk kota yaitu:²³

1. *Paths* yaitu rute-rute sirkulasi yang menampung pergerakan orang, seperti jalan dan rel kereta api.
2. *Nodes* yaitu pusat-pusat aktifitas yang mana kita dapat masuk kedalamnya seperti : plaza, tempat-tempat aktifitas moda transportasi.
3. *Edges* yaitu batas area atau wilayah yang terkenal terhadap yang lainnya yaitu berupa sungai, jalan sebagai batas sebuah kota.
4. *Districts* yaitu pemisah antara bagian luar sebuah kota yang biasanya kerakarakteristik secara khusus
5. *Land mark* yaitu berupa objek fisik seperti bangunan, menara, tanda, kubah, gunung, bukit.

Olahan permukaan juga bisa sebagai pembentuk citra dalam hal ini melalui pengolahan bukaan-bukaan (jendela, pintu, ventilasi), teksture, dan olahan warna.

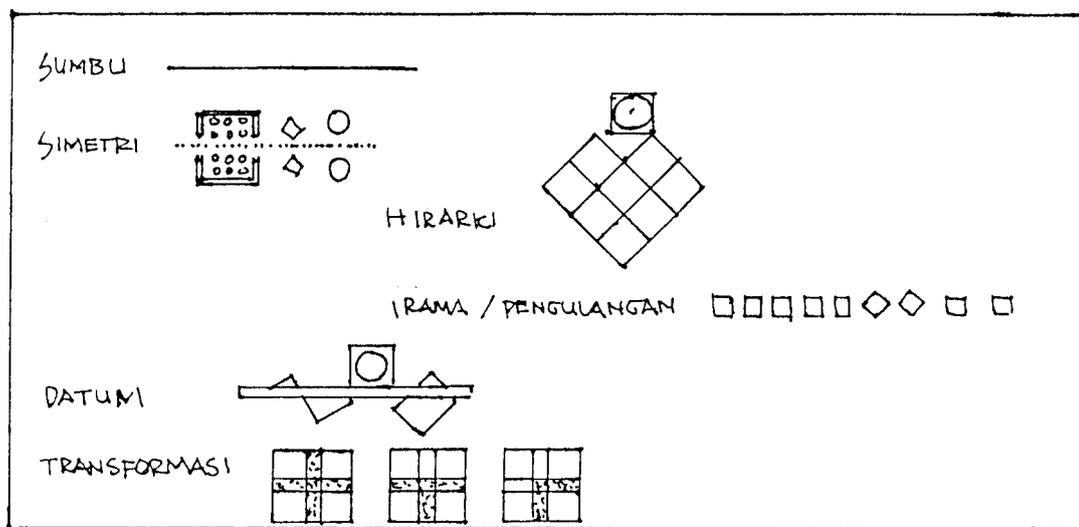


Gambar II.7 Arden Fair Mall, Chicago, Olahan permukaan sebagai pembentuk citra
Sumber : Rathbun, Davis, hal 164-167

²² Rubenstein, Harvey, *Central City Mall*, 1978, hal 25, 26

²³ *ibid*

Komposisi sebagai pembentuk citra dengan prinsip komposisi tanpa keanekaragaman dapat ber-citra monoton dan kebosanan, keanekaragaman tanpa aturan menimbulkan cita awut-awutan. Adapun untuk membuat komposisi sebagai alat visual yang memungkinkan bentuk-bentuk dan ruang-ruang yang bermacam-macam dari sebuah bangunan secara konsep dan persepsi di dalam satu kesatuan yang utuh. Adapun prinsip-prinsip komposisi itu adalah sumbu, simetri, hirarki, irama atau pengulangan, datum dan transformasi.²⁴



Gambar II.8 Prinsip-prinsip penyusunan Komposisi sebagai pembentuk citra
Sumber : DK. Ching, hal 333

2.3.2 Daya Tarik

Daya tarik ini lebih menekankan pada kemampuan menarik atau memikat dalam hal ini pasar (tenant dan publik) yang keduanya saling mempengaruhi. Apabila konsumen publik terpicat maka tenant (penyewa) meningkat dan begitu sebaliknya. Dimana citra modern sebagai salah satu penentu daya tarik pasar, dalam hal ini citra suatu produk yang tepat sesuai segmen pasarnya akan mampu meningkatkan produksi, maksudnya dengan citra modern tersebut diasumsikan mampu menarik pasar.

Keberadaan karya arsitektur hadir untuk memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakat, karena itu wajarlah bila selain karya arsitektur harus berfungsi sesuai

²⁴ Ching, DK, *Arsitektur Bentuk, Ruang & Susunannya*, 1991, hal 332-385

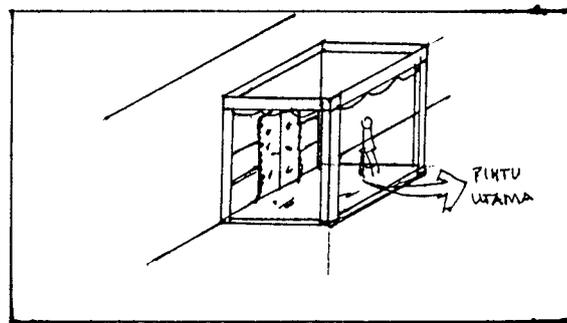
dengan kegunaannya, juga dari tampilan. Visual akrab atau dikenal oleh masyarakat komunikatif. Dalam bahasa arsitektur yang digunakan untuk berkomunikasi ialah bentuk. Dimana menurut (Henry Russel Hitchcock dalam buku: *Peran, Kesan dan pesan bentuk-bentuk arsitektur*) adalah “Bentuk-bentuk arsitekturlah yang pertama-tama dimengerti oleh orang-orang dan mempunyai nilai untuk bertahan”.

Untuk mendapatkan suatu yang indah, permainan bentuk harus semakin dipertajam. Keindahan berarti semi visual, alat terpenting untuk mencapai keindahan adalah bentuk selain faktor-faktor lainnya.²⁵

Pada bangunan komersial khususnya pertokoan komunikasi bentuk menjadi faktor penting karena penampilan bangunan dijadikan promosi sebagai upaya menjaring pengunjung sebanyak-banyaknya. Ada beberapa upaya pengolahan bentuk untuk memperoleh tampilan visual yang menarik dalam hal ini adalah sebagai berikut:²⁶

2.3.2.1 Kejelasan (*clarity*)

Kejelasan ini memerlukan penyelesaian dengan sesuatu yang sangat penting untuk dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan kepastian bagi seseorang mengenali suatu fasilitas dengan cepat, dapat mengenali pintu utama dengan segera dan dapat merasakan aktivitas kehidupan dari luar.



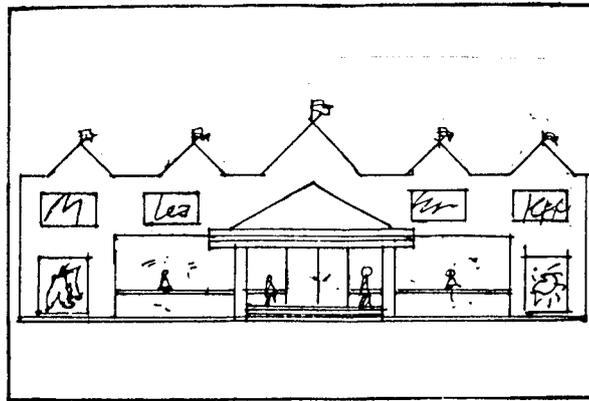
Gambar II.9 pintu utama sebagai unsur kejelasan

2.3.2.2 Kemencolokan (*boldness*)

Keberadaannya memberikan penyelesaian dengan membuat sesuatu yang atraktif dan rekreatif dalam bentuk fasade. Sehingga orang segera mengenali dan senantiasa mengingat sesuatu fasilitas dalam kenangannya.

²⁵ Sutedjo, *Peran, Kesan dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*, 1985, hal 1-11

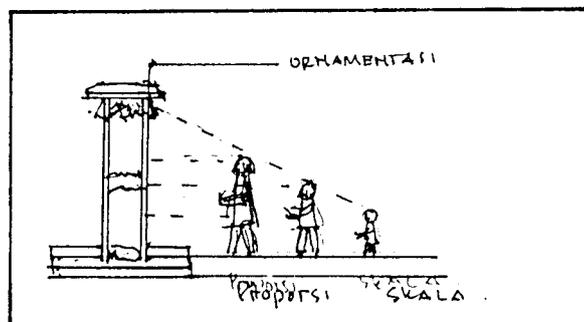
²⁶ Hoyt, 1978, hal 1-16



Gambar II. 10 bentuk fasade yang mencolok

2.3.2.3 Keakraban (*intlmacy*)

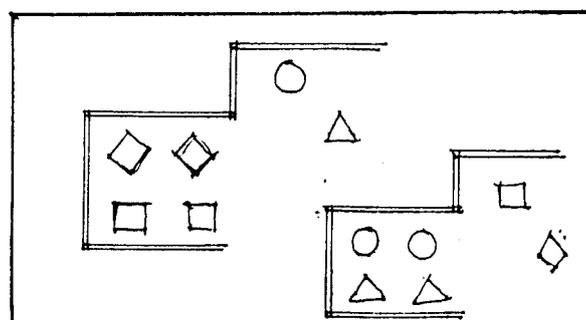
Adanya unsur-unsur ornamentasi yang jelas berdasarkan proporsi, skala dan bentuk dengan penyelesaian berupa fisik, yang memungkinkan suasana tersendiri dengan menjadikan pengguna ruang atau pengunjung kerasan.



Gambar II. 11 ornamentasi, proporsi dan skala

2.3.2.4 Fleksibilitas (*flexibility*)

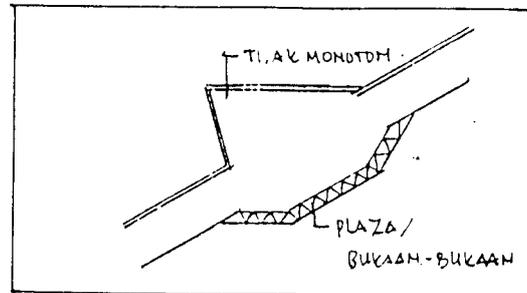
Pertimbangan aspek perencanaan dan perancangan yang memberikan kemungkinan alih guna, alih citra dan alih waktu, serta adanya situasi atau suasana yang dapat membawa pengunjung senantiasa mencari dan mendapatkan apa yang dicari.



Gambar II. 12 ruang- ruang yang fleksibel

2.3.2.5 Kekomplekan (*complexity*)

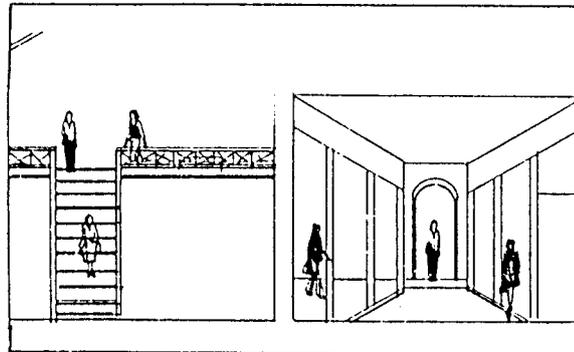
Sesuatu yang bervariasi dalam keberadaan kegiatan lingkungan dengan mempertimbangkan tuntutan penciptaan yang tidak berkesan monoton (adanya ruang peralihan, rute-rute sirkulasi, pemisah yang jelas), untuk menciptakan suasana yang lebih khas pada suatu fasilitas komersial.



Gambar II.13 sirkulasi yang rekreatif

2.3.2.6 Efisiensi (*efficiency*)

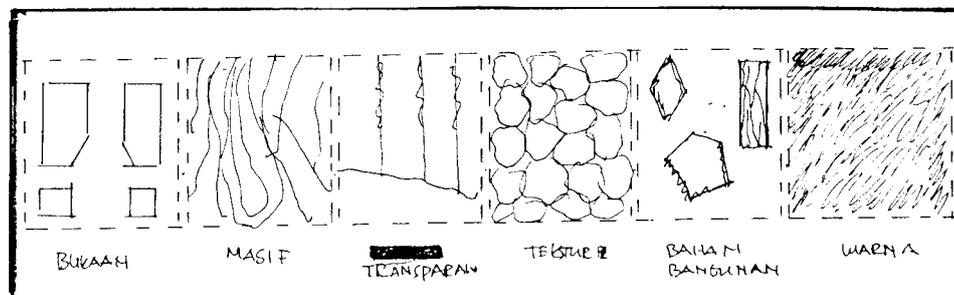
Perlunya tata ruang suatu fasilitas komersial berdasarkan tuntutan penggunaan yang optimal dari setiap ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan. Adapun bentuk dari efisiensi ini lebih mengarah pada perhitungan kegiatan yang komersial.



Gambar II.14 peruangan untuk kegiatan komersial

2.3.2.7 Kebaruan (*inventivness*)

Bentuk dan ekspresi ruang dan tatanan masa fasilitas dituntut adanya hal-hal yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik. Adapun ini mencakup unsur-unsur ruang, masa, bidang, tekstur, warna dan bahan bangunan. Dengan pertimbangan mencegah kebosanan dan memberikan sesuatu yang khas pada suasana fasilitas komersial.



Gambar II.15 kebaruan dengan unsur-unsur inovasi baru

2.3.3 Kegiatan komersial

a. Kegiatan Transaksi

Kegiatan transaksi merupakan kegiatan jual beli didalam suatu proses dari terciptanya hubungan antara penjual atau pedagang dengan pembeli atau konsumen. Dari kegiatan transaksi atau jual beli ini dapat dikelompokkan dalam dua kategori berdasarkan sifat kegiatan yaitu:²⁷

a. Dinamis

Ramai dengan hilir mudiknya orang dalam memilih barang yang akan dibeli secara eceran

b. Terbatas

Walaupun semua orang dapat terlibat dalam kegiatan ini, tidak semua orang yang mau dan mampu melakukannya, melainkan hanya dari masyarakat yang mampu tingkat ekonomi menengah ke atas

b. Kegiatan promosi

Promosi yang merupakan bentuk dari pameran yaitu : “ *To exhibit means to choose to display, to present a sample or an example. The imparting of information is the aim of every exhibition, and such information maybe a didactic, comercial or representational nature* ”.²⁸

Dapat disimpulkan, ruang pameran adalah suatu wadah untuk kegiatan peragaan tentang rencana atau hasil – hasil teknologi dan benda – benda nyata lainnya, yang bersifat promosi sekaligus dapat dijadikan sebagai sarana informasi dan tempat hiburan pada suatu pusat perbelanjaan

²⁷ Supartono, *Pusat Perbelanjaan di Kudus*, 1992, TA UGM, Yogyakarta, hal 37

²⁸ Darlow, Clive, *Enclosed Shopping Centers*, 1961, Arch Press, London, hal 13

Kegiatan ini sangat berorientasi pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang dagangannya di dalam proses pengenalan produk maupun transaksi, yaitu berupa :

- a. Orientasi pada daya tarik, lebih – lebih mengarah pada segi visual atau penampakan barang, serta respon dari kesan penangkapan panca indera keseluruhan.
- b. Orientasi pada daya saing, lebih mengarah kepada aspek harga dan mutu barang serta mutu pelayanannya.

c. Kegiatan rekreasi

Rekreasi merupakan salah satu kegiatan yaitu menciptakan suasana baru dan cocok untuk melaksanakan tugas seperti sedia kala, setelah bekerja keras baik secara fisik maupun mental. (*Echols, 1976; 471*)

1. Berdasarkan sifat kegiatan
 - *Entertainment* / kesukaan : restoran, cafetaria, snack bar.
 - *Amusement* / kesenangan : bioskop, night club, art gallery, ball room, teater, dan sebagainya.
 - *Recreation* / bermain dan hiburan : bowling, bilyard, taman margasatwa, permainan dan ketangkasan, dan sebagainya.
 - *Relaxation* / santai : taman kota, duduk – duduk, swimming poll, dsb.
2. Berdasarkan jenis kegiatan
 - Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti renang, bilyard, video games, bom – bom car dan sebagainya.
 - Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerakan fisik seperti menonton bioskop, drama, dan sebagainya.
3. Berdasarkan waktu kegiatan
 - Pagi hari : jalan – jalan di taman
 - Pagi / siang / malam : belanja, bioskop, renang
 - Malam hari : club malam, disko
4. Berdasarkan keberadaan kegiatan

2.4 Kawasan Pasar Tradisional Juana

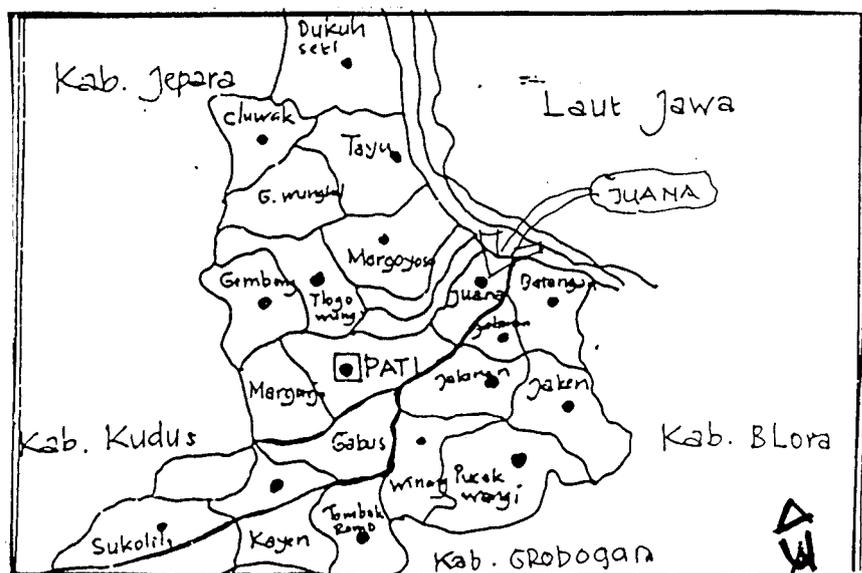
2.4.1 Tinjauan Umum Kecamatan Juana, Kabupaten Dati II Pati

a. Posisi Juana di Kabupaten Dati II Pati

Letak Kecamatan Juana yang sangat strategis bila ditinjau keberadaannya di Kabupaten Dati II Pati, yaitu dilalui jalur utama pantura (Semarang – Surabaya) yang bisa mempengaruhi kegiatan-kegiatan di Kecamatan Juana dan Kabupaten Pati pada umumnya.

Jalur pantura ini merupakan jalur perdagangan dan transportasi utama yang merupakan jantung dari kegiatan perekonomian daerah. Sedangkan keberadaan pelabuhan Juana sebagai transportasi laut pada kecamatan Juana sangat berpotensi mempengaruhi perkembangan perekonomian yang mengarah pada pusat perdagangan dan industri di daerah kabupaten Dati II Pati.

Sesuai dengan kebijaksanaan Kabupaten dati II pati dan hasil analisis rencana struktur tata ruang kabupaten pati, bahwa kecamatan Juana merupakan daerah wilayah pembangunan dengan pusat pertumbuhannya adalah kota Juana dan kota Pati



Gambar II.16 Posisi kecamatan Juana, Kabupaten Dati II Pati

b. Kondisi perekonomian Kecamatan Juana dan Kabupaten Dati II Pati

Indikator untuk mengetahui keberhasilan pembangunan ekonomi salah satunya adalah dengan menggunakan tingkat pertumbuhan ekonomi. Sebab

tingkat perekonomian yang tinggi dapat dipakai tolak ukur untuk mengetahui bahwa pembangunan perekonomian telah berhasil dengan baik, serta pertumbuhan ekonomi yang tinggi menunjukkan adanya peningkatan produksi masyarakat dalam bentuk riil yaitu peningkatan uang yang lebih tinggi dari tahun ke tahun. Perbandingan besarnya PDRB dari tahun ke tahun maka akan terlihat seberapa besar tercapainya pertumbuhan ekonomi.

Data PDRB tahun 1993 – 1997 adalah sebesar 13,03 % pertahun, hal ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi mengalami pertumbuhan yang baik dan positif. Pertumbuhan ekonomi secara relatif menurut harga berlaku dari tahun 1996 – 1997 tercatat 12,82 %. Menurut harga konstan tahun 1993; 3,87% relatif besar dibanding periode 1995 – 1996 yang hanya 0,36 %. Kenaikan riil ini cukup besar, disebabkan oleh kenaikan produksi padi, sektor perikanan dan perdagangan. Untuk lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini :

Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Dati II Pati Menurut PDRB
Harga Berlaku Dan Konstan Tahun 1993
Tahun 1993 – 1997

Tahun	Harga berlaku		Harga konstan	
	Nilai (000 Rp)	Pertumbuhan (%)	Nilai (000 Rp)	Pertumbuhan (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1993	874.419.641	.	874.419.641	.
1994	966.000.253	10,47	883.580.615	1,05
1995	1.126.377.080	16,60	922.699.699	4,43
1996	1.264.330.787	12,25	925.993.498	0,36
1997	1.432.114.045	12,82	927.935.284	3,87
Rata-rata	x	13,03	x	2,43

Tabel II.1 PDRB Kabupaten Pati, 1997

Sedangkan kontribusi dan laju pertumbuhan 9 sektor yang menunjang perekonomian kabupaten Dati II Pati, terdapat tiga besar yang memberikan kontribusi terhadap PDRB adalah sebagai berikut:

1. sektor pertanian, terutama pertanian tanaman pangan dimana kabupaten Dati II Pati sejak dahulu dikatakan sebagai lumbung padi bagi daerah pati dan Jawa Tengah.

2. Sektor perdagangan, dimana letak dan posisi kabupaten pati yang sangat strategis menyebabkan sektor perdagangan menjadi tulang punggung perekonomian setelah sektor pertanian, terutama untuk pemasaran hasil industri yang dihasilkan.
3. Sektor industri, khususnya industri pengolahan dimana kegiatan sektor ini yang cukup menonjol dan mempunyai jangkauan keluar kabupaten Dati II Pati yaitu industri logam kuningan, industri makanan dan agrobisnis industri.

Untuk lebih jelasnya gambaran sektor – sektor yang mendukung PDRB Kabupaten Dati II Pati dengan kontribusi dan laju pertumbuhannya dapat kita lihat tabel berikut ini :

Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto
Harga Konstan Tahun 1993, 1996 - 1997
(Prosen)

Lapangan Usaha	1996	1997
(1)	(2)	(3)
1. Pertanian	(5,48)	8,96
2. Pertambangan dan Penggalian	15,25	3,82
3. Industri Pengolahan	8,44	(7,22)
4. Listrik, Gas dan Air Bersih	8,46	15,57
5. Bangunan	10,84	(2,17)
6. Perdagangan	(4,37)	3,91
7. Pengangkutan dan Komunikasi	16,73	6,70
8. Lembaga Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	10,30	0,47
9. Jasa-jasa	2,32	4,39
Produk Domestik Regional Bruto	0,36	3,87

Tabel II.2 Tabel kontribusi dan laju pertumbuhan PDRB Pati, 1997

Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten Dati II Pati mengalami peningkatan, dimana salah satunya adalah sektor perdagangan. Sehingga pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang dari kegiatan perdagangan perlu mendapatkan perhatian dan prioritas utama didalam pembangunan di kabupaten Dati II Pati.

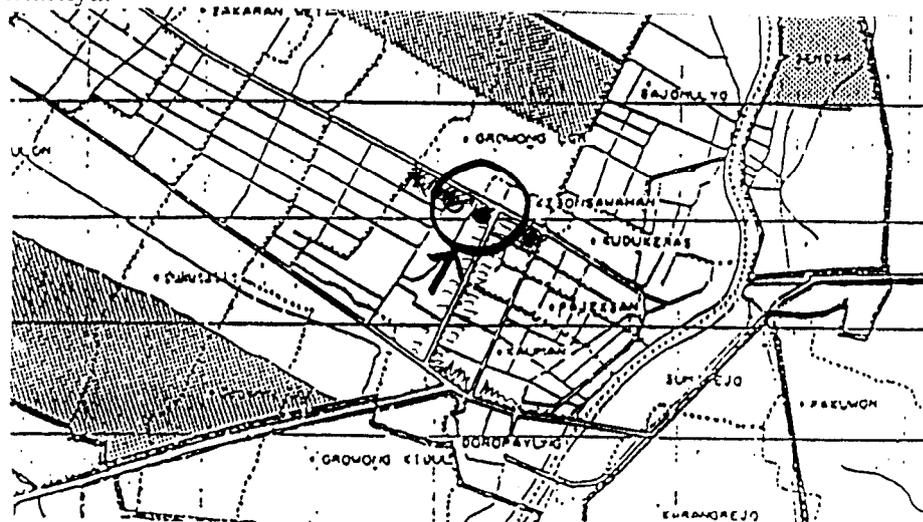
2.4.2 Tinjauan Pasar Juana

2.4.2.1 Alasan pemilihan kawasan pasar Juana sebagai pertimbangan site

Area kawasan pasar Juana yang terdiri dari dua pasar yaitu pasar Juana Baru dan pasar Porda. Dimana pertokoan dan kios – kios yang berada di sebelah utara dan antara pasar Juana Baru dan pasar Porda yang di pisahkan oleh Jl kemudo dari los pasar.

Dalam pemilihan lokasi kawasan pasar Juana sebagai objek pembahasan, dimana ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan di dalam kajian yaitu :

1. Pasar Juana merupakan pasar tradisional terbesar di Kabupaten Dati II Pati, baik ditinjau dari segi jumlahnya maupun letaknya yang sangat strategis di dalam pusat kota Juana yang mempunyai jangkauan yang merata terhadap bagian - bagian wilayah kota.
2. Sebagai daerah perdagangan baru, area pasar tradisional Juana ini yang merupakan daerah pengembangan kota, sangat potensial dalam perencanaan yang mengarah pada pusat perdagangan bagi eksistensi kota Juana.
3. Kekuatan pasar di kawasan ini cukup tinggi, terbukti dengan terus berkembangnya pertokoan di sekitarnya, yang merupakan perwujudan dari naiknya intensitas kegiatan dipasar tersebut.
4. Pasar tradisional Juana memiliki citra dan kharisma sebagai pusat perdagangan utama untuk kota di kalangan penduduk kota Juana dan sekitarnya.



Gambar II.17 Posisi pasar Tradisional Juana di pusat kota

2.4.2.2 Eksistensi pasar Juana

Pasar Juana berperan sebagai pasar induk dengan skala pelayanannya tingkat regional atau lingkungan maupun kota. Keberadaannya di pusat kota Juana dan merupakan kawasan perdagangan utama di dalam pengembangan kota Juana.

Hal itu menyebabkan Pasar Juana dituntut untuk tampil eksis dan konsisten baik ditinjau dari segi perdagangan maupun bila dikaitkan secara fisik dengan fasilitas lingkungannya. Sehingga perlu direncanakan dan ditata secara baik agar dapat saling mendukung dan menambah citra kota Juana.



Gambar II.18 Penampakan Pasar Juana

2.4.2.3 Perkembangan sektor ekonomi dan sosial kaitannya dengan pasar Juana

Keberadaan perkembangan perdagangan pasar Juana dari tahun ketahun cukup menonjol. Perkembangan ini terjadi pada sektor ekonomi yang berpengaruh pada sektor sosial budaya dan sektor lainnya, karena pertumbuhan pasar Juana ini secara langsung menumbuhkan daya tarik terhadap kesempatan kerja yang sangat besar, baik formal maupun informal.

Kecenderungan pasar Juana dijadikan sebagai sarana transaksi jual beli juga dapat dijadikan unsur rekreasi yang merupakan bentuk dari faktor sosial budaya masyarakat kota Juana yang berkembang. Hal ini menyebabkan potensi pasar Juana sebagai pusat perdagangan kota dan sarana rekreasi bagi penduduk kota sangatlah penting.

2.4.2.4 Kegiatan pasar Juana

Kegiatan dan aktivitas pada Pasar Juana sekarang ini dapat dikelompokkan dalam beberapa hal yang menyangkut tentang keberadaan fisik maupun non fisik dari kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pasar terhadap lingkungan

Kegiatan ini sudah sangat padat sekali dengan berbagai jenis dagangan kebutuhan dapur dan hasil bumi, menempati los – los pada pasar bagian dalam dan meluap sampai ketempat bongkar muat, bahkan pada hari – hari tertentu sampai pada tepi – tepi jalan. Untuk kegiatan ini perlu penertiban dan penataan kembali agar penjual maupun pembeli dapat aman dan nyaman dalam melakukan kegiatannya.

2. Kios – kios

Menempati kios – kios yang ada di sisi utara dan timur serta antara pasar Juana baru dan pasar Porda yang tengahnya adalah Jl. Kemudo. Kios – kios ini keberadaannya masih dibutuhkan yang dalam pengembangannya perlu penataan yang lebih baik.

3. Pertokoan

Pertokoan di sekitar pasar Juana merupakan toko barang – barang kebutuhan sekunder seperti pakaian, makanan kecil, onderdil kendaraan serta barang – barang kebutuhan lainnya. Perkembangan paling menonjol tersebut karena jangkauan pelayanannya lokal dan tingkat kota. Karena prospek ini sehingga mempengaruhi perkembangan kegiatan lingkungan sekitar di luar pasar.

4. Parkir dan bongkar muat barang

Kegiatan parkir dan bongkar muat barang di pasar Juana saat ini bukan merupakan tempat khusus tetapi menjadi satu kesatuan dengan jalan Kemudo dan Jl Sunan Ngerang, sehingga terlihat kurang tertata rapi dan kurang menunjang keamanan dan kenyamanan pemakai.

5. Kegiatan pengelola pasar

Aktifitas pengelola pasar pada Pasar Juana saat ini berada di entrance utama bangunan pasar Juana dengan fisik bangunan dua lantai.

2.4.2.5 Permasalahan yang dihadapi pasar Juana

1. Tuntutan masyarakat terhadap pasar Juana

Masyarakat dari waktu ke waktu akan selalu berkembang, yang akan berpengaruh pada tuntutan pemenuhan kebutuhan masyarakat bertambah. Begitu juga dengan tuntutan terhadap keberadaan Pasar Juana dengan kondisi sekarang ini.

Bagi pengelola :

Dengan kondisi area jual beli yang tidak teratur akan lebih lama dan sulit dalam melakukan pengelolaan maupun pengontrolan. Sehingga dengan keteraturan area jual beli akan lebih mudah dan tidak merepotkan pengelola dalam melakukan kegiatannya.

Bagi pedagang :

Para pedagang menginginkan tempat berjualan yang aman dan nyaman. Dengan kondisi jumlah pedagang yang terus membengkak, sedangkan area berjualan didalam pasar tidak dapat menampung lagi, sehingga mereka berjualan di luar pasar dan selasar pada los – los pasar dan trotoar sekitar pasar. Akibatnya sirkulasi pasar terganggu, membahayakan bagi pedagang dan pembeli, jalan tampak kotor dan berbau serta tidak indah di pandang. Sedangkan untuk bongkar muat barang dilakukan di jalan sekitar pasar pada tempat terdekat dengan lokasi perdagangan.

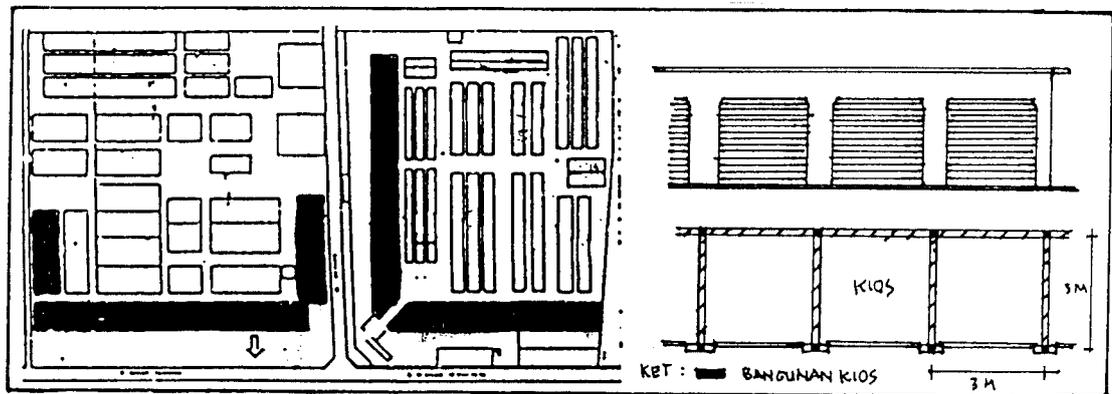
Bagi pembeli :

Akan merasa kurang nyaman dalam berbelanja karena sistem pengaturan area dagangan yang kurang jelas bercampur sehingga ada kemungkinan membingungkan. Selain itu pembeli menginginkan tempat untuk berbelanja yang bersih, nyaman dan aman.

2. Kondisi fisik dan visual pasar Juana

a. Bangunan kios

Kios permanen dengan konstruksi dinding batu bata dan atap plat beton. Sedangkan semi permanen dengan dinding kayu atau triplek, rangka atap kayu dan atap asbes gelombang.

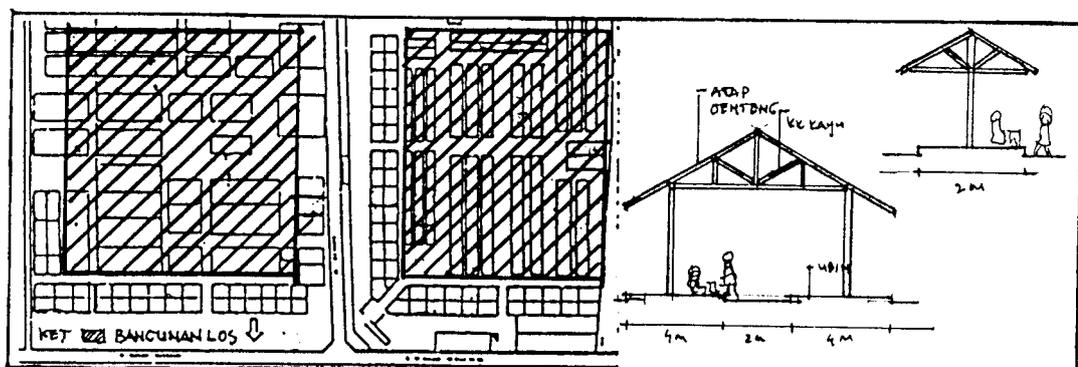


Gambar II.19 Bangunan Kios

Bangunan kios ini berada di sepanjang Jl Kemudo dan Jl Sunan Ngerang mengelilingi pasar Juana Baik Pasar Porda dan pasar Juana Baru. Konstruksi utama pada kondisi fisik kios masih cukup kuat tetapi bila ditinjau dari visual dan bentuknya kurang mendukung citra komersial dan kurang representatif, mengingat lokasinya di pusat kota. Begitu dilihat dari bentuknya kelihatan monoton yang dapat menyebabkan pengunjung merasa bosan dan kurang tertarik.

b. Bangunan los

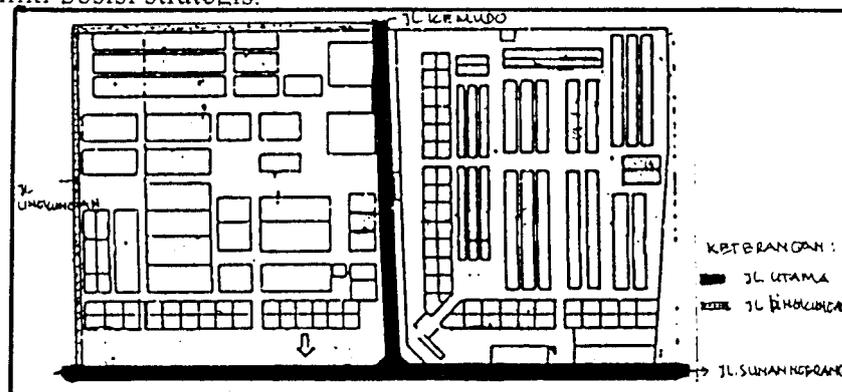
Berupa bangunan tanpa dinding dengan konstruksi lantai ubin, rangka atap kayu dan atap genteng. Sebagian besar konstruksi los perlu diperbaiki ataupun diperbaharui karena banyaknya los darurat yang dibangun sehingga menimbulkan kesan semprawut. Bangunan los berada di bagian tengah pasar dengan ukuran yang beragam, juga penempatan yang kurang tertata sehingga terlihat kurang rapi.



Gambar II.20 Bangunan los

c. Jalan pendukung

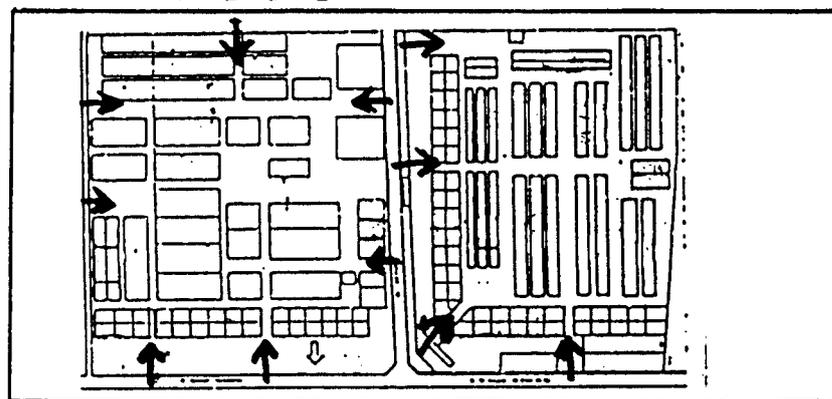
Pasar Juana yang terdiri dari pasar Juana Baru dan Pasar Porda berada di Jl Sunan Ngerang (arteri sekunder) dan ditengahnya terdapat Jl Kemudo yang memisahkan kedua pasar tersebut. Kedua jalan itulah yang mendukung keberadaan pasar Juana sebagai pusat perbelanjaan yang memiliki posisi strategis.



Gambar II.21 Jalan pendukung pasar

d. Pintu masuk

Untuk mencapai ruang dalam pasar terdapat beberapa pintu masuk baik utama maupun penunjang. Pintu masuk tersebut tersebar di berbagai tempat pada keliling pasar. Dengan keadaan seperti itu menyebabkan kurang terkontrolnya arus pengunjung.



Gambar II.22 Entrance Pasar

e. Area parkir

Parkir kendaraan pengunjung yang akan ke pasar diletakkan ditepi jalan jalur Jl. Kemudo dan Jl. Sunan Ngerang. Karena area parkir yang telah

3. Materi perdagangan Pasar Juana

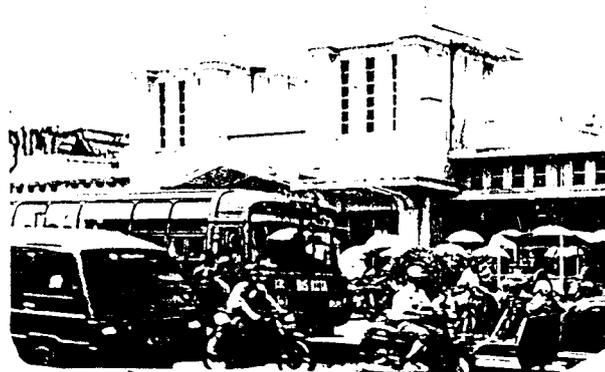
Materi barang dagangan yang diperdagangkan yaitu berupa barang kebutuhan primer (makanan, minuman, pakaian, dsb), barang kebutuhan sekunder (alat rumah tangga, barang kelontong, dsb) dan barang kebutuhan tertier (perhiasan, alat elektronika, dsb).

Materi perdagangan pasar Juana dengan segala macam kebutuhan sehari – hari dan juga kebutuhan pelengkap lainnya, baik itu dalam jumlah partai eceran maupun dalam partai besar.

3.4.3 Kajian pembandingan

A. Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta.

Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta adalah gabungan fungsi shopping center dan pasar tradisional serta parkir. Keberadaan shopping center ini akan sangat meningkatkan potensi kawasan Pasar Beringharjo yang berada di pusat perdagangan yaitu kawasan Jl. Malioboro. Gabungan fungsi ini yang merupakan penggabungan beberapa kegiatan baik itu transaksi, promosi dan rekreasi menuntut penyelesaian khusus agar sistem operasional peruangan masing – masing fungsi berjalan dengan baik.

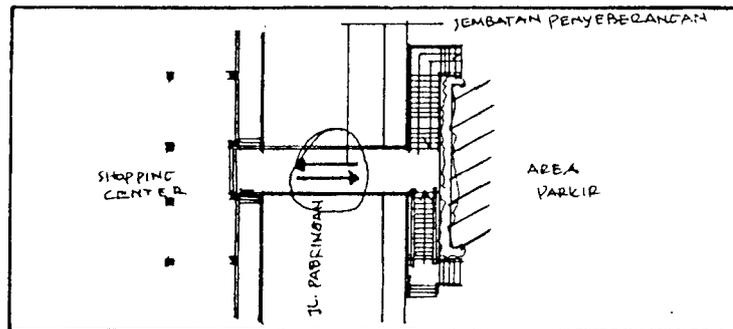


Gambar II.27 Bangunan Shopping Center Pasar Beringharjo Yogyakarta
Sumber : Isman Zamroni, POE Pasar Beringharjo, hal 52

- Pengelompokan ruang

Pengelompokan fungsi ruang didasarkan pada penzoningan fungsi kegiatan baik itu secara horizontal maupun vertikal. Untuk horizontal di

promosi, dan rekreasi yang disatukan. Baik itu fasilitas yang dimiliki yaitu parkir yang dihubungkan oleh jembatan penyeberangan yang memudahkan akses pencapaian dari parkir ke shopping center.



Gambar II.30 Pola sirkulasi dari parkir ke shopping center
Sumber : sketsa penulis

B. Blok M Mall Jakarta

Blok M Mall merupakan gabungan fungsi shopping mall, parkir dan terminal. Keberadaan pertokoan di bawah tanah merupakan keunikan dan akan menjadi daya tarik tersendiri sekaligus meningkatkan image terminal yang buruk. Gabungan fungsi ini juga menuntut penyelesaian khusus agar sistem operasional masing – masing fungsi.



Gambar II.31 Bangunan Blok M Mall
Sumber : Majalah Asri, No. 124, 1993

- Pengelompokan ruang

Fungsi dipisah oleh perbedaan lantai yang mana lantai dasar untuk terminal, 2 lantai basement untuk shopping mall, restoran dan parkir. Tautan kedua fungsi utama berada pada lobby terminal di basement, sebagai ruang bersama. Fungsi yang terletak pada suatu lantai dipisahkan oleh mall.

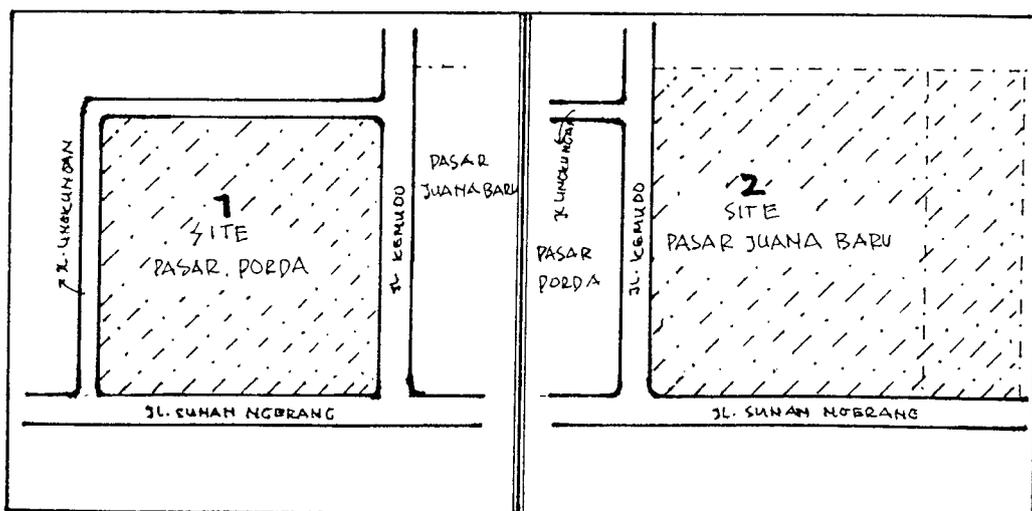
3.1.2 Pemilihan Site di Kawasan Pasar Tradisional Juana

Site 1 : Area Pasar Porda

Luasan tanah memadai $\pm 10.800 \text{ m}^2$. Menurut rencana tata guna tanah sebagai kegiatan perdagangan. Memiliki aksesibilitas cukup baik, dilalui transportasi umum dua jalur. Kedekatan dengan pusat kegiatan, yaitu area perdagangan, pendidikan dan pemukiman penduduk. Keberadaan bangunan akan meningkatkan daya tarik komersial lingkungan. Terhadap lalu lintas kota keberadaan pasar porda sebagai pasar dengan kegiatan sembako dan sayur – sayuran dalam partai besar sangat mengganggu arus lalu lintas kota, sehingga keberadaan pasar porda perlu dipindah ke luar kota untuk mempermudah jalur transportasi..

Site 2 : Area Pasar Juana baru

Luasan site ini $\pm 11.210 \text{ m}^2$ ditambah perluasan $\pm 5808 \text{ m}^2$, Menurut rencana tata guna tanah sebagai kegiatan perdagangan. Memiliki aksesibilitas cukup baik, dilalui transportasi umum dua jalur. Kedekatan dengan pusat kegiatan, yaitu area perdagangan dan pemukiman penduduk. Keberadaan bangunan diperuntukkan untuk pasar tradisional. Terhadap lalu lintas cukup baik karena area pasar ini untuk kegiatan eceran dalam jumlah kecil sehingga perlu dipertahankan keberadaan pasar ini didalam perpaduan di dalam penulisan ini.



Gambar III.2 Pemilihan alternative site

Sumber : Analisa

Tabel III.1
Penilaian site

Pertimbangan Penilaian	Bobot	Alternatif lokasi			
		1. Area Pasar Porda		2. Area pasar Juana Baru	
		Nilai	Jumlah Nilai	Nilai	Jumlah Nilai
Aksesibilitas	0,3	1	0,3	1	0,3
Dampak terhadap lalu lintas	0,25	1	0,25	0	0
Rencana tata guna lahan	0,15	1	0,15	1	0,15
Luasan	0,1	0	0	0	0
Kedekatan dengan pusat lingkungan	0,1	1	0,1	1	0,1
Dampak terhadap lingkungan	0,1	0	0	0	0
NILAI TOTAL	1		0,8		0.55

Sumber : Pemikiran
Indikator penilaian : 1 : Baik 0 : Cukup -1 : Kurang

Dari penilaian dan pertimbangan didalam pemilihan site di area Kawasan Pasar Tradisional Juana yang terpilih adalah site Pasar Porda. Pasar Porda yang ada sekarang dipindah ke lain lokasi yang lebih cocok yaitu diluar pusat kota.

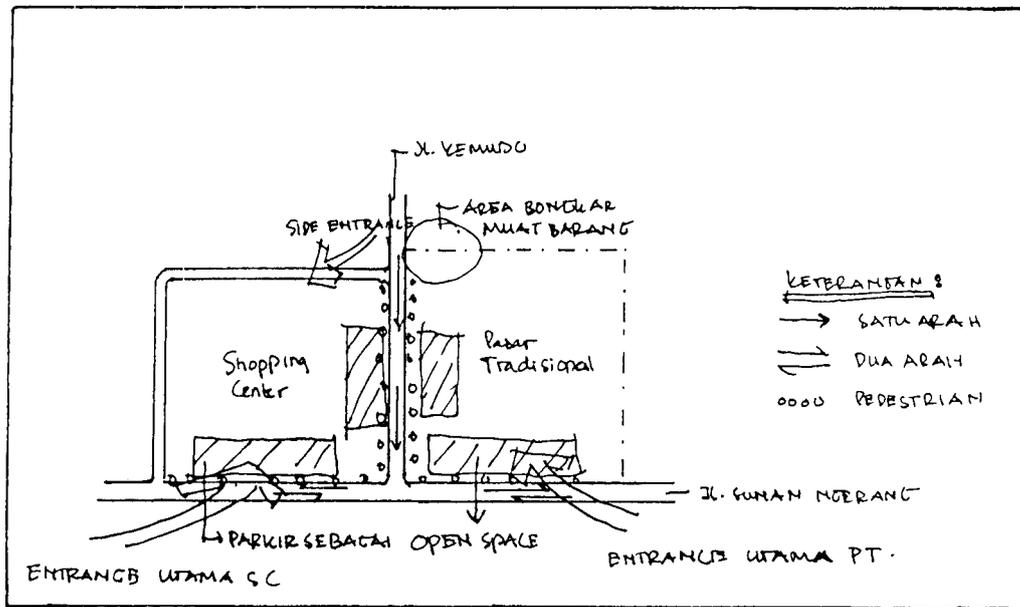
3.1.3 Analisa site

3.1.3.1 Analisa kawasan pasar tradisional

- Sirkulasi

Keberadaan pasar tradisional dikawasan pasar Juana dijadikan pertimbangan didalam penentuan jalur sirkulasi baik kendaraan maupun pejalan kaki. Dimana sirkulasi kendaraan baik barang maupun orang dan pejalan kaki dipisahkan melalui jalur pedestrian yang jelas dan mempunyai arah yang mudah untuk menunjang eksistensi shopping center maupun pasar tradisional.

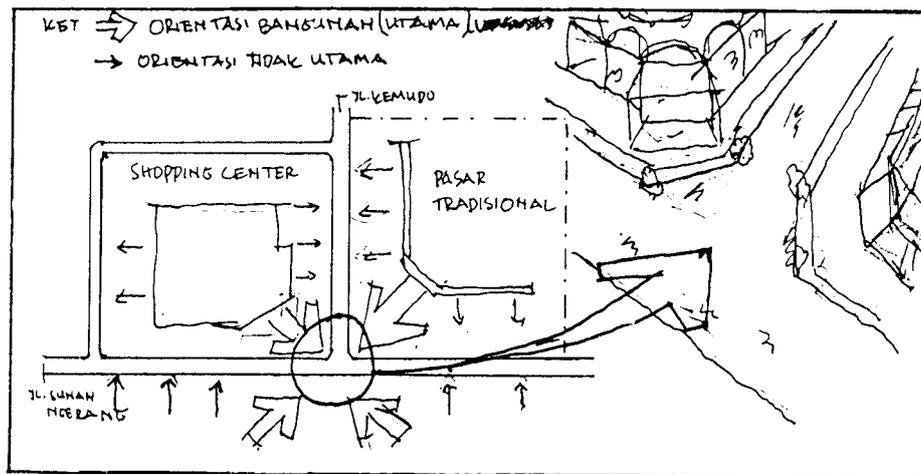
Kepadatan arus lalu lintas di pertigaan Jl Sunan Ngerang dan Jl Kemudo, untuk pencapaian ke lokasi perlu dipertimbangkan agar tidak terjadi crossing. Posisi pintu masuk untuk kemudahan pencapaian, keleluasaan pandangan bagi lalu lintas pertigaan, tempat parkir bangunan yang tidak membebani jalur transportasi kota.



Gambar III.3 analisa sirkulasi kawasan
Sumber : analisa

- Orientasi bangunan

Orientasi bangunan pada kawasan pasar tradisional ini mengarah ke pertigaan antara jalan Kemudo dan jalan Sunan Ngerang, karena letaknya yang strategis dan pandangan yang lebih leluasa baik dari dalam maupun luar bangunan. Berdasarkan analisa tersebut, maka untuk orientasi bangunan yang direncanakan tetap menghadap ke pertigaan baik itu shopping center maupun pasar tradisional. Sehingga area pertigaan itu menjadi open space yang menunjang eksistensi shopping center dan pasar tradisional.



Gambar III.4 analisa orientasi bangunan
Sumber : analisa

3.2 Pengolahan Ruang Dalam Melalui Perpaduan Kegiatan Promosi, Transaksi dan Rekreasi

3.2.1 Pelaku

Pelaku pada shopping center berdasarkan citra komersial modern sebagai daya tarik melalui perpaduan kegiatan transaksi, rekreasi dan promosi memiliki pelaku kegiatan yang berbeda-beda. Pelaku tersebut didasarkan pada lebar badan manusia, barang dagangan dan kegiatan yang terjadi. Adapun pelaku ini terdiri dari:

a. Manusia

Untuk manusia yang merupakan pelaku utama di dalam shopping center sangat dipengaruhi oleh citra komersial modern sebagai daya tarik, melalui unsur arsitektur berupa bentuk sirkulasi yang rekreatif, penampilan bangunan, berdasarkan pada aktifitas kegiatannya. Adapun pelaku manusia di shopping center ini terdiri dari:

- **Pengunjung**

Untuk pelaku pengunjung sangat mempengaruhi pola-pola tata ruang pada citra komersial modern berdasarkan aktifitas transaksi, promosi dan rekreasi yang berbeda-beda antara lain dari bentuk fisik shopping center, aktifitas dan cara penyajiannya sebagai daya tarik bagi pengunjung. Pengunjung ini dibedakan dua jenis yaitu pengunjung pedagang eceran dan masyarakat umum (sendiri, pasangan, keluarga dan rombongan).

- **Pedagang**

Berdasarkan pelaku pedagang pada shopping center dengan bentuk melayani pada setiap aktifitas kegiatan berdagang. Pedagang ini dibedakan pada kegiatan transaksi (swalayan (langsung) dan dilayani (tidak langsung)), promosi (menggelar dagangan dan etalase).

- **Pengelola**

Pelaku pengelola ini berdasarkan pada bentuk pelayanan kepada pembeli yang tidak terlalu banyak mempengaruhi tata ruang karena dilihat dari jumlah pelakunya dan kegiatannya yang bersifat privat.

b. Barang

Pelaku barang ini berdasarkan pada pelaku manusia dalam hal ini dropping barang, pendistribusiannya, penyimpanannya dan penyajiannya.

c. Kendaraan

Pelaku kendaraan ini berdasarkan pada kendaraan pribadi (pola pengunjung) dan kendaraan barang (pola pedagang dan pengelola) yang sebagai penunjang pelaku manusia.

3.2.2 Kebutuhan Ruang

Shopping center sebagai pusat perbelanjaan yang direncanakan adalah mewadahi tiga fungsi kegiatan yaitu sebagai tempat berbelanja (transaksi), sebagai arena promosi dan juga sebagai tempat untuk mendapatkan hiburan atau rekreasi. Kebutuhan ruang ini yang merupakan citra komersial modern sebagai daya tarik melalui bentuk yang fleksibel (dapat dirubah) dan efisien berdasarkan fungsi yang diwadahi, maka dapat diketahui pelaku kegiatan (pengunjung, pengelola dan pedagang) serta kegiatan yang akan berlangsung dalam bangunan.

Dari pelaku dan kegiatan yang berlangsung maka dapat ditentukan kebutuhan daripada ruangnya, dalam hal ini melalui pengelompokan kegiatan. Dengan penekanan pada materi yang diperdagangkan, sistem pelayanan serta pelaku kegiatan, dapat dilihat tabel berikut:

a. Kebutuhan Ruang Fasilitas Perbelanjaan

Tabel III.2 Kebutuhan Ruang Fasilitas Perbelanjaan
Sumber : Analisa

PENGELOMPOKAN JENIS DAGANGAN	KELOMPOK KEGIATAN PERBELANJAAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
<i>Convenience Goods</i> <i>Impuls Goods</i>	• Pertokoan	<ul style="list-style-type: none"> • Retail space (pedagang eceran) • Ruang pengelola • Gudang / penyimpanan barang
<i>Demand Goods</i>	• Pedagang kaki lima	<ul style="list-style-type: none"> • Kios dan los • Tempat penyimpanan barang dagangan
<i>Demand Goods</i> <i>Impuls Goods</i> <i>Convenience Goods</i>	• Departement store/super market	<ul style="list-style-type: none"> • Retail space • Ruang pengelola / administrasi • Ruang karyawan • Gudang / penyimpanan barang • Ruang service

b. Kebutuhan Ruang Fasilitas Rekreasi dan Promosi

Tabel III.3 Kebutuhan Ruang Fasilitas Rekreasi
Sumber : Analisa

MACAM KEGLATAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG	
<div data-bbox="288 510 470 548" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">REKREASI</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="603 510 869 555" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Permainan anak <li data-bbox="603 750 833 795" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Billiard center <li data-bbox="603 967 778 1012" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Bioskop <li data-bbox="603 1303 805 1348" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Fitnes center 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang mesin • Ruang duduk • Ruang permainan • Kafetaria • Ruang karyawan • Ruang service • Hall / lobby • Ruang kontrol • Ruang meja billiard • Ruang karyawan • Ruang service • Gudang • Hall / lobby • Ruang tiket • Ruang administrasi • Ruang karyawan • Ruang penonton • Ruang proyektor • Kafetaria • Ruang service • Gudang • Ruang tiket • Ruang pengelola • Fitnes room • Ruang duduk • Ruang ganti • Ruang loker • Ruang perawatan • Ruang service • Gudang
<div data-bbox="288 1624 427 1668" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">PROMOSI</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="603 1612 821 1653" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Promosi barang <li data-bbox="603 1653 810 1684" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Taman terbuka <li data-bbox="603 1684 742 1715" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Pujasera <li data-bbox="603 1715 746 1747" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">• Restoran 	

c. Kebutuhan Ruang Kelompok Kegiatan Pendukung

Tabel III.4 Kebutuhan Ruang Kelompok Kegiatan Pendukung
Sumber : Analisa

KEGIATAN	KARAKTERISTIK KEGIATAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
A. Pengelola	Pelayanan administratif Pengelola shopping center	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang informasi • Ruang tamu • Ruang staff • Ruang direksi • Gudang • Ruang service
B. Service	Pelayanan umum Pelayanan umum Pendistribusian barang	<ul style="list-style-type: none"> • Pos penjaga • Musholla • Utilitas • Ruang service ▪ Tempat parkir kendaraan bongkar muat barang. • Gudang (penampungan sementara)

3.2.3 Besaran Ruang

Dasar penentuan besaran ruang sebagai daya tarik citra komersial modern pada tiga kegiatan transaksi, promosi dan rekreasi dari shopping center, berdasarkan kebutuhan gerak bagi setiap kegiatan, jenis dagangan, sistem penyajian, sistem pelayanan, pelaku kegiatan, besaran furniture, yang menunjang kegiatan dan sirkulasi. Besaran ruang ini diasumsikan secara makro memiliki kebutuhan ruang:

a. Besaran ruang pada fasilitas perbelanjaan

• Pertokoan	= ± 17262 m
• Kios	= ± 684 m
• Los	= ± 168 m
• Departement store	= ± 780 m

Luas total shopping center = ± 19674 m

b. Besaran ruang pada fasilitas rekreasi dan promosi

• Billiard center	= ± 157 m
• Ruang permainan anak	= ± 296 m

• Restoran	= ±	217 m
• Pujasera	= ±	217 m
• Bioskop	= ±	439 m
• Fitnes center	= ±	539 m
Luas total	= ±	1965 m

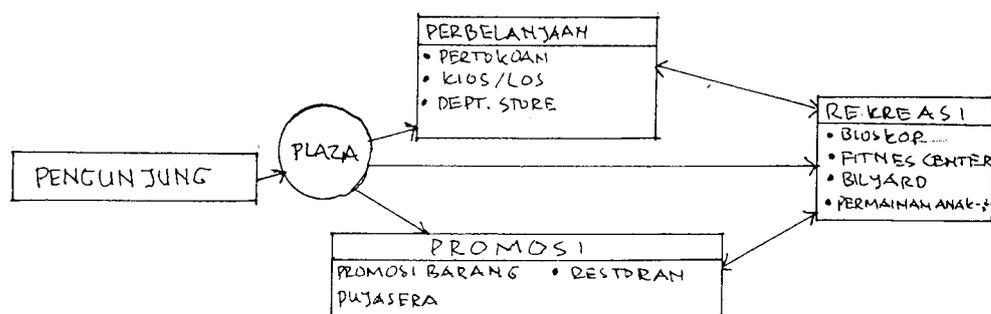
c. Besaran ruang kegiatan pegelola dan service

• Ruang fasilitas pengelola	= ±	102 m
• Ruang pelayanan umum	= ±	73 m
• Ruang utilitas	= ±	152 m
• Ruang plaza	= ±	480 m
• Ruang parkir	=	356 mobil dengan luasan ± 3115 m
Luas total keseluruhan	= ±	25183 m

Untuk lebih jelasnya lihat perhitungan secara terperinci dapat dilihat pada lamp; VIII

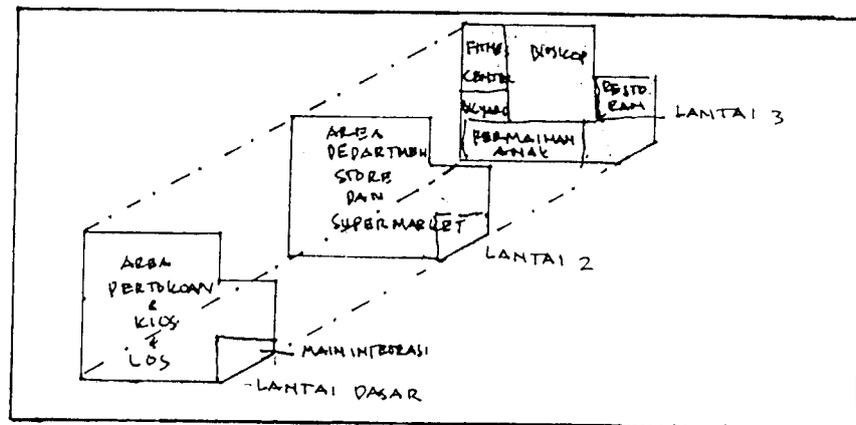
3.2.4 Pengelompokan ruang

Shopping center menampung pertokoan, department store, supermarket, dan fasilitas rekreasi sebagai tempat transaksi dan promosi dan rekreasi. Adapun perletakan fasilitas transaksi dan promosi dengan fasilitas rekreasi disusun berdasarkan tingkat kebutuhan pemakaian, barang dagangan yang ditawarkan yaitu *Demand goods, convinience goods, impuls goods.*(De Chiara, 1983 ; 731) Sebagai citra komersial modern untuk daya tarik pengunjung yang ingin memakai fasilitas rekreasi sebelumnya dilewatkan pada fasilitas perbelanjaan. Dengan ini pengunjung mempunyai kesempatan untuk melihat – lihat atau berbelanja sebelum ke fasilitas rekreasi atau sesudah dari fasilitas rekreasi.



Gambar III.9 skema pengelompokan ruang (Sumber : analisa)

Untuk menciptakan citra komersial modern sebagai daya tarik melalui pengelompokan ruang sesuai dengan analisa diatas, maka perletakan kedua fasilitas pada bangunan dapat dilakukan secara vertikal maupun horizontal yaitu dengan meletakkan fasilitas rekreasi berada atau melalui fasilitas perbelanjaan.



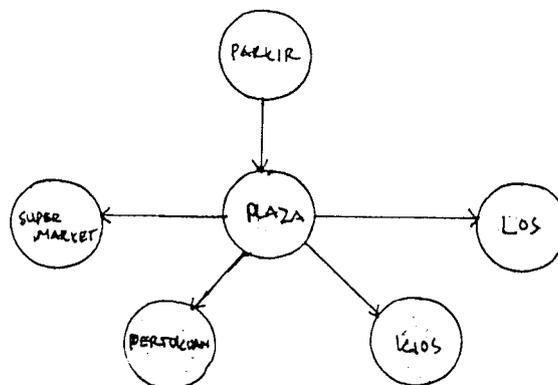
Gambar III.9 Pengelompokan ruang shopping center secara vertikal dan horizontal
(Sumber : analisa)

3.2.5 Pola pelaku

Pola pelaku ini dipengaruhi oleh pelaku kegiatan akan kebutuhan ruang, besaran ruang dan pengelompokan ruang yang berdasarkan pola sirkulasi kegiatan dari fasilitas shopping center. Untuk menciptakan citra komersial modern sebagai daya tarik maka pola pelaku ini perlu adanya sub integrasi (ruang bersama) berupa plaza pada kegiatan shopping center ini. Adapun pola tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pengunjung

- Pengunjung pedagang eceran



Gambar III.10 pola pelaku pengunjung pedagang eceran
(Sumber : analisa)

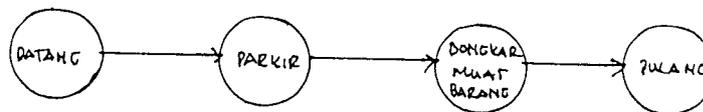
e. Kendaraan

- Kendaraan pribadi



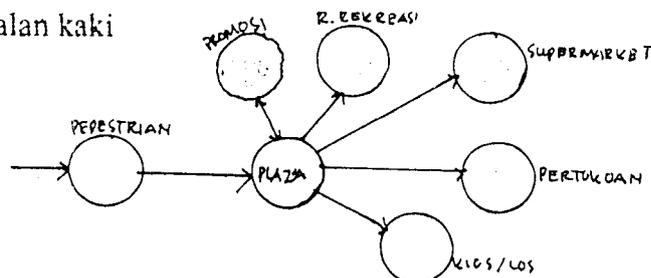
Gambar III.15 pola pelaku kendaraan pribadi
(Sumber : analisa)

- Kendaraan barang



Gambar III.16 pola pelaku kendaraan barang/service
(Sumber : analisa)

- Pejalan kaki



Gambar III.17 pola pelaku pejalan kaki
(Sumber : analisa)

3.2.6 Organisasi Ruang

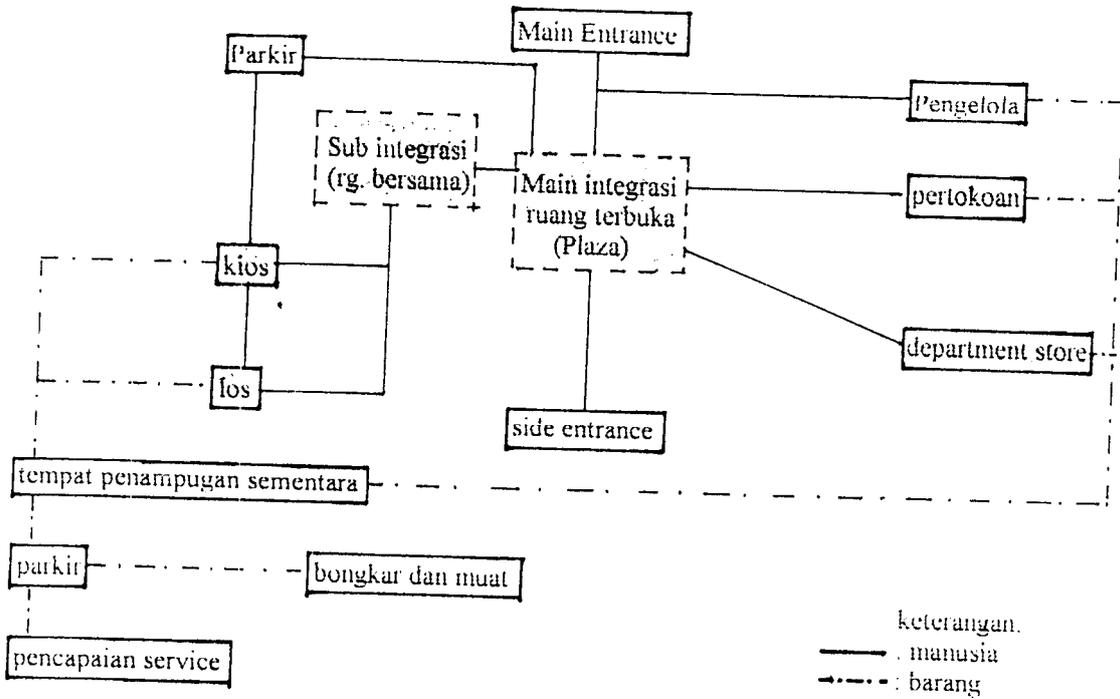
Organisasi ruang membutuhkan transmansi dari pola hubungan ruang yang lebih spesifik dari kegiatan yang di wadah. Dalam perencanaan pola organisasi ruang yang menjadi dasar pertimbangan adalah:

- Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi kegiatan yang diwadahi yaitu sebagai fasilitas belanja
- Sirkulasi harus menciptakan daya tarik dan nilai strategis yang sama terhadap semua ruang dagang

c. Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan suasana belanja konsumen dengan memberikan sirkulasi yang cukup.

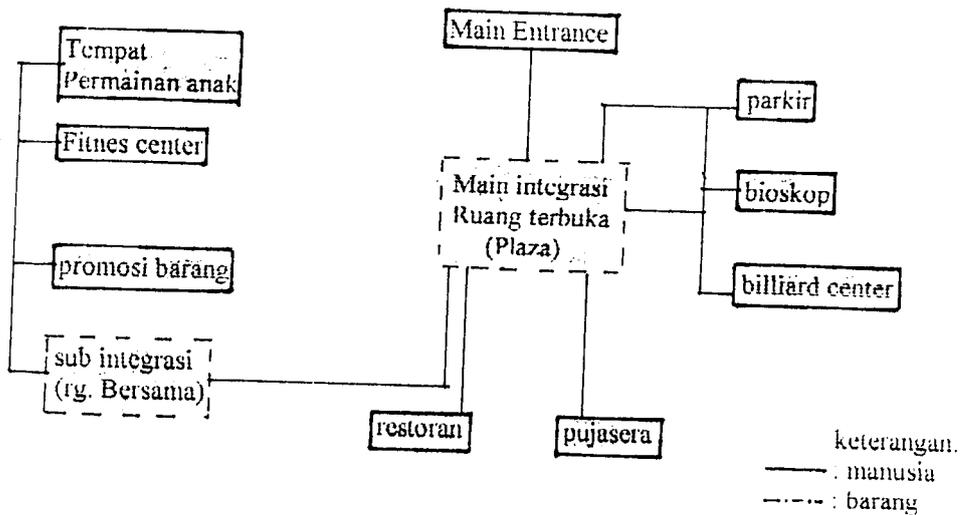
Adapun organisasi ruang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Organisasi ruang fasilitas perbelanjaan



Gambar III.18 skema analisa organisasi ruang perbelanjaan
Sumber : analisa

2. Organisasi ruang kegiatan rekreasi



Gambar III.19 Analisa analisa organisasi ruang rekreasi (Sumber : analisa)

3.2.7 Materi Perdagangan Shopping Center

Materi perdagangan berdasarkan teori yang dapat dikelompokkan menjadi *Demand goods*, *convinience goods*, dan *impuls goods* menurut (Joseph de Chiara, 1983, hal 731), dimana materi perdagangan tersebut yang diperdagangkan berupa barang kebutuhan primer (makanan, minuman, pakaian, dsb), barang kebutuhan sekunder (alat rumah tangga, barang kelontong, dsb) dan barang kebutuhan tertier (perhiasan, alat elektronika, dsb). Tetapi materi perdagangan pada shopping center ini yang terletak dikawasan pasar tradisional tidak mengganggu keberadaan pasar tradisional, dan bisa saling mendukung maka materi dagangan yang diperdagangkan pada shopping center dan pasar tradisional sebagai berikut:

Tabel III.5 Perbedaan materi perdagangan shopping center dan pasar tradisional
Sumber : Analisa

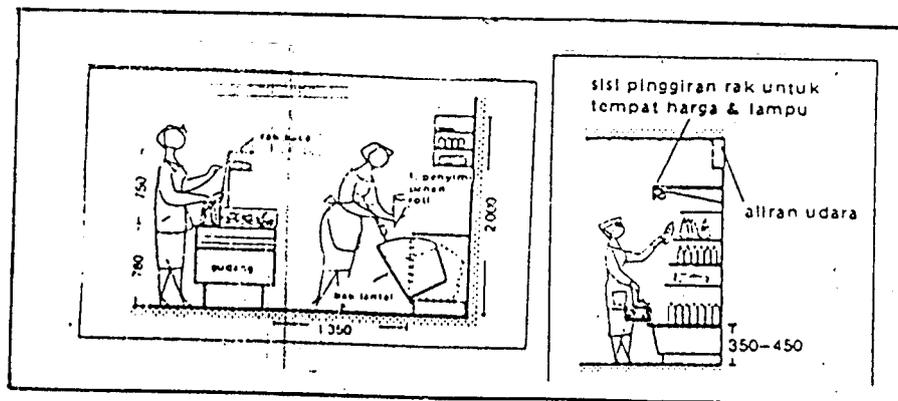
NO	JENIS DAGANGAN	SHOPPING CENTER	PASAR TRADISIONAL
	GRABATAN	—	Ikan, daging, bumbu, tembakau, gula, teh, tahu, tempe, garam
	HASIL BUMI	—	Beras, ketan, gandum, jamu, racikan, kedelai, ketela, jagung, buah-buahan, sayur-sayuran, bunga, janganan, sirih dll
	WARUNG MAKAN/MINUM	restoran, pujasera	Rantangan, warung tegal
	TEKSTIL/PAKAIAN	pakaian, lurik, batik, tekstil (bermerk terkenal)	Pakaian, lurik, batik, tekstil (tanpa merk/merk kurang terkenal)
	PANGANAN	makanan kecil, krupuk, roti, camilan lainnya (kemasan)	kacang, nasi, gorengan, dll (terbuka, tersaji)
	ALAT PERTANIAN		caping, topi, keping, tikar, sabit, cangkul, dll.
	BAHAN BANGUNAN	keramik, sanitair, wastafel,	Kayu, semen, gamping, besi, paku dll.
	ALAT ELEKTRONIK DAN PERHIASAN	tape, radio, alat-alat listrik, kaca mata, emas, jam (merk terkenal)	tape, radio, alat-alat listrik, kaca mata, emas, jam (merk kurang terkenal/tanpa merk)
	REKREASI	rumah makan, pujasera, billiard, mainan anak-anak, jalan-jalan, bioskop, fitness center dll	seni tradisional pertunjukan rakyat, jalan-jalan,

misalnya pakaian, keramik, perhiasan, elektronik, perkakas rumah tangga dan sebagainya.

Pelayanan jual beli pada shopping center ini mempertimbangkan keberadaan pasar tradisional yang dapat dibedakan menurut pelayanan dan penyajian yang merupakan modal awal untuk menarik. Adapun untuk pelayanan tersebut dapat dilihat berdasarkan kemampuan pelayanan pada pasar tradisional lebih ke *personal service* yaitu dengan cara tawar-menawar dan kegiatan sangat ramai dan kurang teratur, sedangkan Shopping center lebih ke *self service, self selection dan personal service*, tanpa tawar-menawar merupakan harga mati dan kegiatan jual belinya teratur serta cenderung tenang.

Cara pelayanan dan penyajian materi perdagangan yang mempengaruhi citra komersial modern sebagai daya tarik pada shopping center ini dilakukan dengan beberapa cara, disesuaikan dengan jenis barang dagangannya misalnya pakaian, keramik, perhiasan, elektronik dan sebagainya. Dimana cara penyajian berpengaruh juga pada cara pelayanan yang berdasar atas dimensi, resiko kerusakan barang dan sifat barang (bersih, tidak bau, padat, kering dan tahan lama).

Adapun cara pelayanan dan penyajian jual beli di dalam materi yang diperdagangkan supaya menarik dengan suasana akrab yaitu biasanya berupa pengunjung dengan pedagang yang sama – sama berdiri (pedagang yang menggunakan meja etalase, meja barang dan rak) atau pedagang berdiri dan pengunjung duduk (pedagang makanan). Dimana melalui bentuk meja etalase yang rekreatif dan mencolok, dengan warna yang cerah dan bahan dari kaca atau kristal yang tembus pandang.



Gambar III.21 cara pelayanan dan penyajian yang rekreatif (Sumber : analisa)

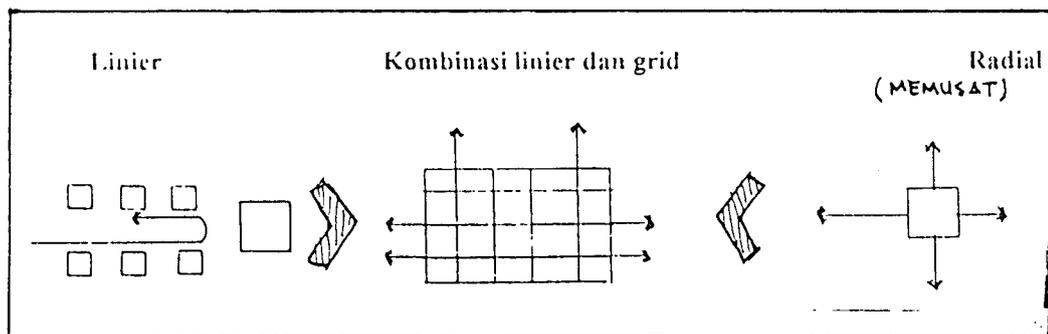
3.2.9 Penataan tata ruang dalam sebagai daya tarik citra komersial modern

3.2.9.1 Sirkulasi

Pengolahan sirkulasi pada tata ruang dalam dengan unsur-unsur pembentuk citra komersial modern berupa bentuk sebagai citra, citra sebagai bahasa atau alat komunikasi, citra sebagai ekspresi atau ungkapan jiwa, citra sebagai simbol dan citra sebagai ciri atau karakter, dengan daya tarik berupa kemencolokan, kejelasan, keakraban, fleksibilitas, kekomplekkan, efisiensi dan kebaruan melalui bentuk, warna, tekture serta bahan sebagai daya tarik tata ruang dalam. Adapun daya tarik tersebut terdapat pada:

- Pola sirkulasi

Pola sirkulasi citra komersial modern pada tata ruang dalam yang menarik melalui penataan tata ruang dalam diterapkan melalui konsep perpaduan sirkulasi ruang dalam linear dan memusat dengan variasi yang tidak monoton, yang dihubungkan dengan sirkulasi primer dan sekunder.



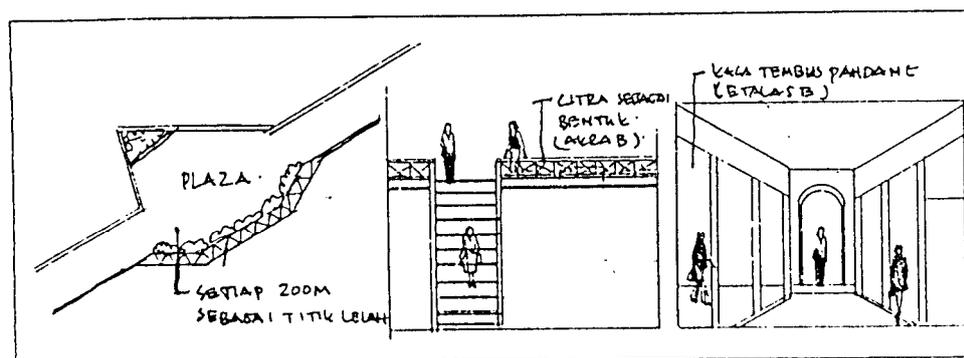
Gambar III.22 pola sirkulasi ruang dalam (Sumber : analisa)

- Pembentukan ruang dalam melalui sirkulasi yang rekreatif dan dimensi

Berdasarkan pertimbangan mengingat kondisi normal titik lelah manusia berjalan antara 200m-300m serta dimensi untuk pelaku pedagang eceran dan masyarakat umum, maka untuk pengolahannya dengan memberikan variasi suasana (berjalan-jalan, berhenti sejenak, berhenti lama, istirahat dan menikmati view sekeliling) dengan jarak titik lelah 0 – 200 m melalui fasilitas plaza, perubahan ketinggian lantai, penyempitan

dan pelebaran, permainan plafon, perubahan bentuk ruang dan dimensi sirkulasi berdasarkan pelaku.

Untuk variasi kegiatan (berhenti lama, istirahat dan menikmati view sekeliling) dengan jarak titik lelah lebih dari 200 m melalui fasilitas kegiatan rekreasi. Pengolahan sirkulasi pada shopping center sebagai sarana rekreasi yang menunjang kegiatan berdasarkan filosofi citra dan daya tarik dengan kekomplekan (*complexity*), kebaruan (*inventivness*), keakraban (*intimacy*) berdasarkan bentuk sebagai citra.

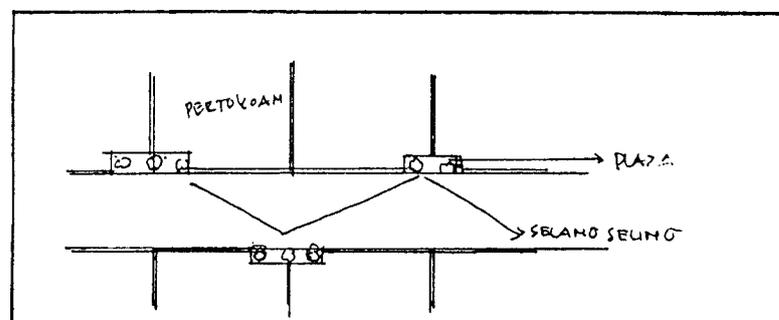


Gambar III.23 ruang dalam yang rekreatif (Sumber : analisa)

3.2.9.2 Penataan ruang dalam perbelanjaan

- Pertokoan

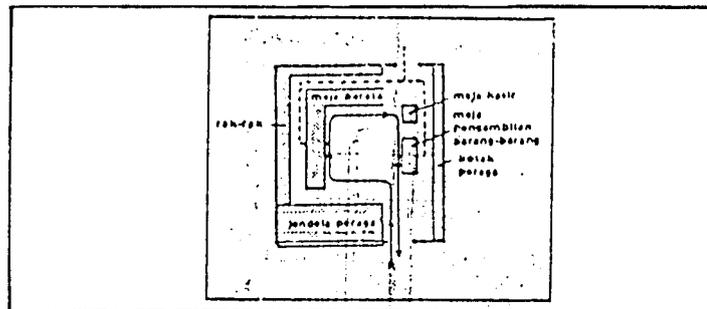
Area pertokoan dengan bentuk yang tidak monoton sebagai daya tarik, dengan penataan deretan toko yang rekreatif yaitu dengan pola selang-seling dan pemanfaatan pola itu dengan adanya plaza-plaza didepan area pertokoan yang diselang-seling serta etalase yang transparan.



Gambar III.24 tata ruang dalam area pertokoan (Sumber : analisa)

- Supermarket/department store

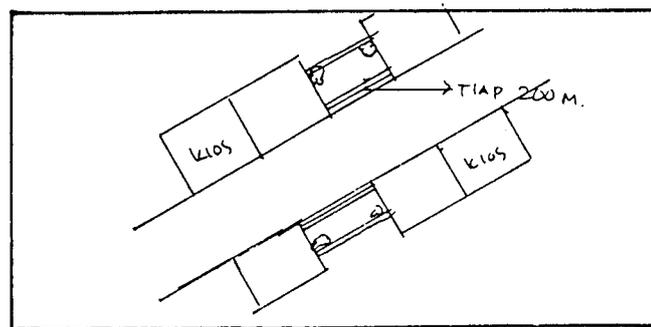
Penempatan ruang-ruang dagang yang mudah dijangkau dan area yang fleksibel untuk memudahkan alih guna, alih citra dan alih situasi dan suasana yang kompiek melalui bentuk-bentuk yang mudah dirubah dengan penyekatan serta bahan-bahan tembus pandang pada barang-barang pajangan dan pemilihan warna yang terang melalui unsur-unsur tekstur, bidang dan bahan bangunan.



Gambar III.25 tata ruang dalam supermarket/department store (Sumber : analisa)

- Kios

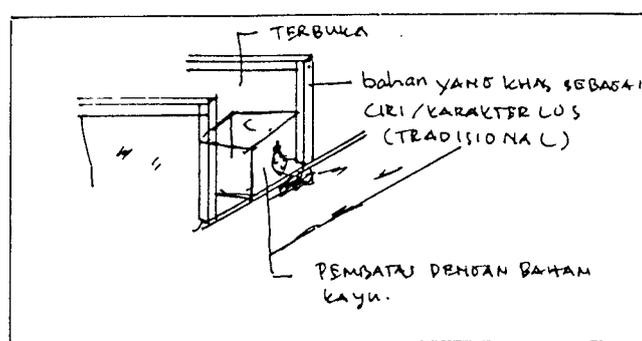
Pengolahan area kios dengan bentuk yang tidak monoton sebagai daya tarik, dengan penataan deretan kios yang rekreatif yaitu dengan pola selang-seling dan pemanfaatan pola itu dengan adanya pot-pot tanaman didepan area kios yang diselang-seling.



Gambar III.26 tata ruang dalam pada kios (Sumber : analisa)

- Los

Pengolahan pada los ini berdasarkan citra sebagai daya tarik melalui bentuk yang fleksibel dengan adanya alih guna, alih bentuk dan alih masa dengan unsur-unsur bahan bangunan, bidang dan masa yang efisien.



Gambar III.27 tata ruang dalam pada los (Sumber : analisa)

Kesimpulan

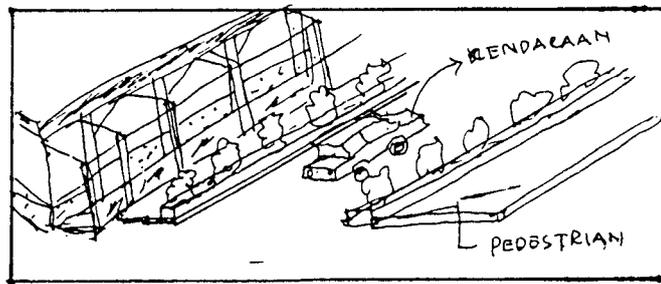
Berdasarkan analisa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur pembentuk citra komersial modern sebagai daya tarik pada tata ruang dalam melalui sirkulasi yang rekreatif (kemencolokan), bentuk-bentuk yang tidak monoton (kekomplekan), bahan-bahan yang baru (kebaharuan), dimensi yang optimal (efisiensi) berdasarkan pelaku, kebutuhan ruang, besaran ruang, pengelompokan ruang, organisasi ruang, materi perdagangan dan cara penyajian dan pelayanan.

3.3 Pengolahan Ruang Luar sebagai daya tarik citra komersial modern

Dalam pengolahan ruang luar sebagai daya tarik dari citra komersial modern, mempertimbangkan beberapa hal tentang analisa pengolahan ruang luar antara lain dengan unsur-unsur pembentuk citra komersial modern berupa bentuk sebagai citra, citra sebagai bahasa atau alat komunikasi, citra sebagai ekspresi atau ungkapan jiwa, citra sebagai simbol dan citra sebagai ciri atau karakter, dengan daya tarik berupa kemencolokan, kejelasan, keakraban, fleksibilitas, kekomplekan, efisiensi dan kebaruan melalui bentuk, warna, tekstur serta bahan sebagai daya tarik tata ruang luar. Adapun daya tarik tersebut terdapat pada:

3.3.1 Fungsi Ruang Luar

Fungsi ruang luar di dalam shopping center dengan pertimbangan citra komersial modern sebagai daya tarik melalui pemisahan dan pengaturan pola pergerakan kendaraan dan pejalan kaki, agar sirkulasi pejalan kaki aman dan nyaman pada jalur pedestrian.



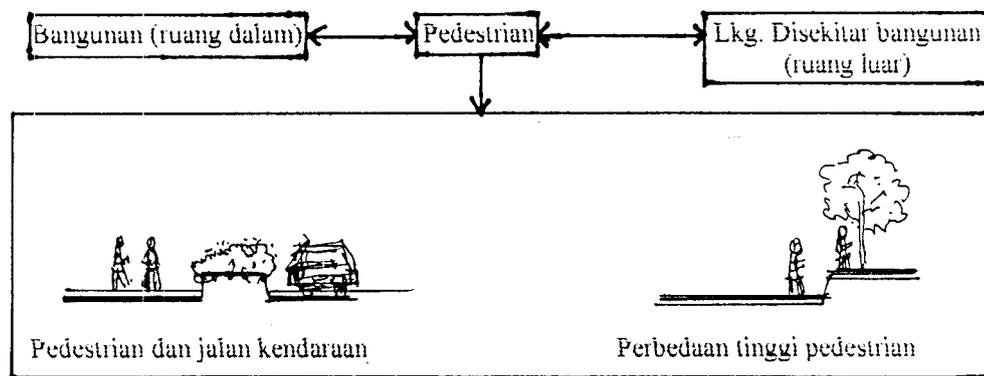
Gambar III.28 sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan
Sumber : analisa

Jalur pedestrian dapat menjadi unsur perekat antara jalan dan bangunan.

Penciptaan pedestrian ini dapat didasarkan atas perilaku manusia yang terdiri dari :

- Manusia suka melihat-lihat, sehingga tepian-tepian bangunan harus didesain agar pejalan kaki dapat melihat.
- Kebiasaan manusia adalah menyenangi kegiatan melihat-lihat ke pusat keramaian.
- Menciptakan ruang terbuka berupa plaza dengan lingkungan menarik.
- Elemen-elemen penting pendukung pedestrian dan plaza adalah bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh-tumbuhan dan sculpture.
- Memiliki orientasi yang jelas.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku pejalan kaki memiliki keterkaitan yang erat antara bangunan dengan lingkungan sekitar bangunan serta menjadi penghubung yang erat antara ruang dalam dan ruang luar.

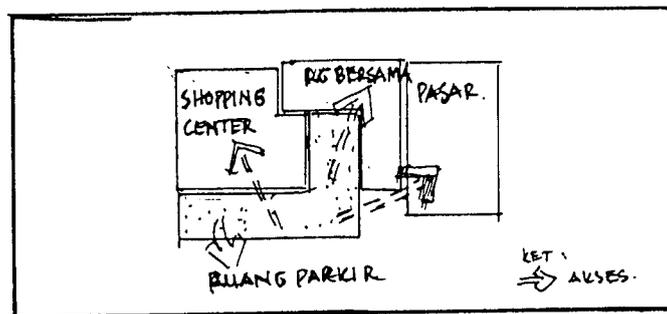


Gambar III.29 analisa pola ruang luar
Sumber : analisa

3.3.2 Pengolahan Area Parkir dan Open Space

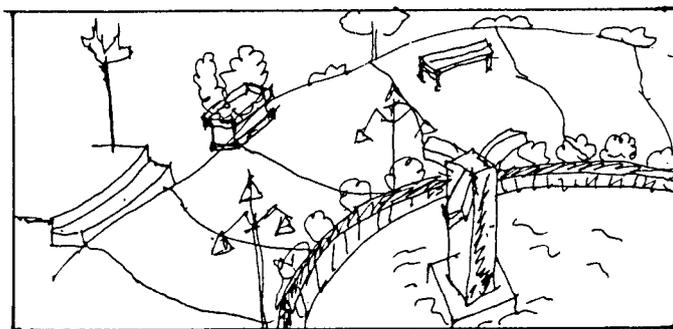
Pengolahan area parkir yang memang diperuntukkan untuk kegiatan perparkiran merupakan ruang luar yang tercipta. Ruang parkir sebagai fasilitas

pengunjung shopping center maupun pasar tradisional yang menggunakan kendaraan. Hal ini pada ruang parkir perlu pemanfaatannya dipertimbangkan secara optimal tanpa mengurangi kenyamanan dalam melakukan parkir. Perletakan parkir juga perlu dipertimbangkan agar tidak mengganggu lalu lintas maupun pejalan kaki.



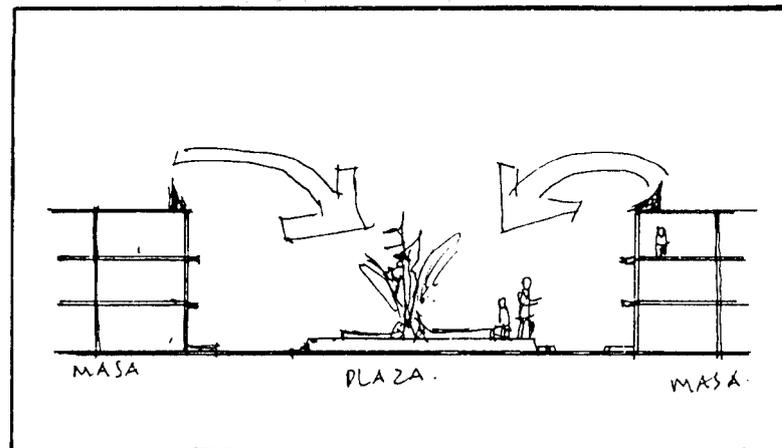
Gambar III.30 Ruang parkir untuk pengunjung berkendara
Sumber : analisa

Sedangkan untuk open space yang merupakan plaza dengan peruntukan bagi manusia, yang berfungsi sebagai area pergerakan. Pada plaza tersebut orang dapat melakukan pergerakan dengan bebas. Karena area tersebut sebagai area pergerakan maka memungkinkan bila pengunjung menginginkan untuk beristirahat sejenak melepas lelah ataupun sekedar duduk – duduk sambil santai. Maka fasilitas untuk istirahat tersebut memerlukan perencanaan, antara lain dengan adanya elemen – elemen : tempat duduk, peneduh, taman, dan penerangan.



Gambar III.31 elemen – elemen plaza (open space)
Sumber : analisa

Keberadaan open space tersebut yang berupa plaza dapat berfungsi sebagai penyatu masa bangunan, sebagai area peralihan antara shopping center dengan pasar tradisional. Merupakan simpul pergerakan pengunjung di dalam dan sebagai tempat area kontak sosial elemen masyarakat maupun untuk beristirahat.



Gambar III.32 Plaza sebagai penyatu masa dan simpul pergerakan
Sumber : analisa

Kesimpulan

Berdasarkan analisa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur pembentuk citra komersial modern sebagai daya tarik pada tata ruang luar melalui fungsi ruang luar seperti pembedaan jalur pedestrian dan kendaraan (keakraban dan kekomplekan), area parkir dengan dimensi yang optimal (efisiensi) dan open space melalui pedestrian dan plaza adalah bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh-tumbuhan dan sculpture (citra sebagai ciri dan ekspresi), berdasarkan perilaku manusia.

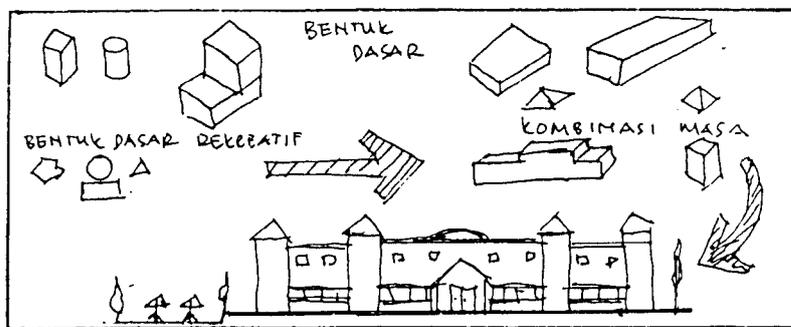
3.4 Pengolahan Bangunan Shopping Center sebagai daya tarik citra komersial modern

Suatu bentuk yang diciptakan, akan memperlihatkan sisi – sisi permukaannya, dan permukaan tersebut akan mempengaruhi penampilan bangunan. Faktor yang mempengaruhi penampilan permukaan tersebut adalah jenis material, warna, tekstur maupun pola yang di gunakan (*Ching, 1985 ; 95*)

Dalam tautan fungsional, penampilan tetap memperhatikan fungsi yang disandang sebagai fasilitas komersial dan rekreasi. Sebagai fasilitas komersial, penampilan mempertimbangkan unsur kejelasan, kemencolokan, keakraban dan lain – lain. Sedang sebagai fasilitas rekreasi, penampilan mencerminkan ungkapan bentuk yang lebih rekreatif (melalui detail dan ornamentasi).

1. Bentuk dasar

Pada pola dasar bangunan yaitu linear memusat dengan variasi yang tidak monoton, dengan menggunakan pola – pola pengulangan yang diterapkan pada bidang bukaan – bukaan

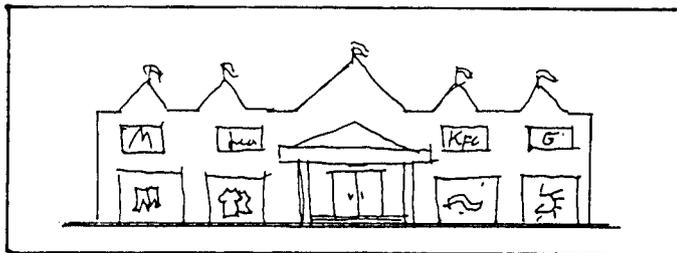


Gambar III.33 analisa bentuk bangunan (Sumber : analisa)

2. Penampilan bangunan

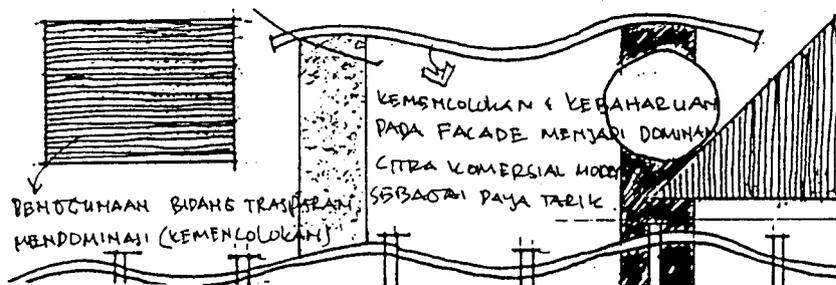
Penampilan bangunan yang merupakan bangunan komersial, didasari unsur-unsur dinamis dengan menciptakan bentuk-bentuk yang bervariasi, Membuat permainan bidang dengan pengulangan pada bidang bukaan-bukaan, agar menimbulkan kesan dinamis dan kreatif sehingga dapat menghilangkan kesan monoton, melalui:

- *clarity* (jelas), desain menjelaskan kualitas isi secara jelas dan cepat.



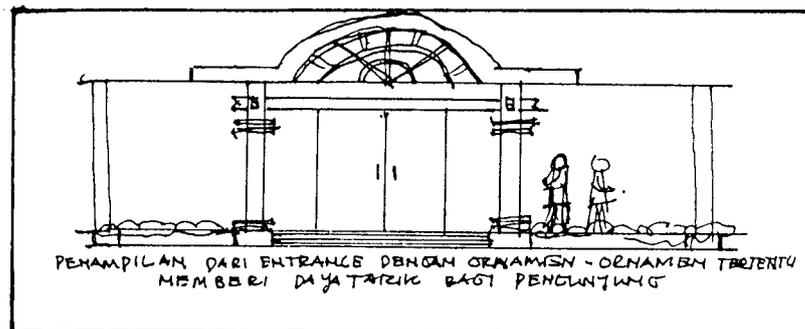
Gambar III.34 penyediaan untuk papan nama (Sumber : analisa)

- *Boldness* (mencolok) dimana desain mempunyai perbedaan yang atraktif sehingga merupakan cara pemahaman visual yang efektif. Pada prinsipnya kesan mencolok pada fasade bangunan yang memberikan pemahaman visual yang dapat dilihat dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur.



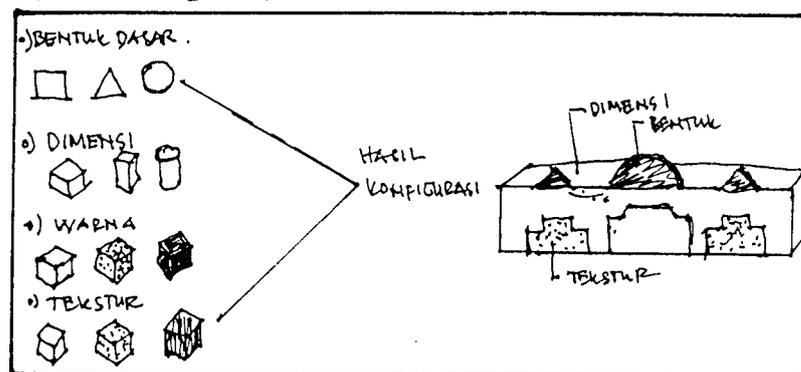
Gambar III.35 fasade bangunan dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur (Sumber : analisa)

- *Intimacy* (akrab), desain menampilkan keramaian dan mengundang pengunjung yaitu berupa ornamentasi pada fasade dengan perbandingan skala yang menentukan proporsi tertentu.



Gambar III.37 skala dan ornamen pada bangunan (Sumber : analisa)

- Kebaharuan (*inventivness*) dengan bahan-bahan baru dan bentuk baru sebagai daya tarik dari citra sebagai bentuk dan ciri. Melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan.



Gambar III.38 bentuk melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan (Sumber : analisa)

Berdasarkan analisa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penampilan bangunan pada shopping center di kawasan pasar tradisional, sebagai citra komersial modern untuk meningkatkan daya tarik melalui bentuk fasade dan tampilan bangunan, dengan unsur *clarity* (kejelasan), *boldness* (kemencolokan), *intimacy* (keakraban) dan *inventivnes* (kebaharuan). Penggunaan unsur tersebut dengan alasan pembentukan fasade bangunan menjadi lebih kreatif dan rekreatif sebagai simbol dan ciri dengan unsur-unsur kebaharuan pada citra komersial modern di area kawasan pasar tradisional.

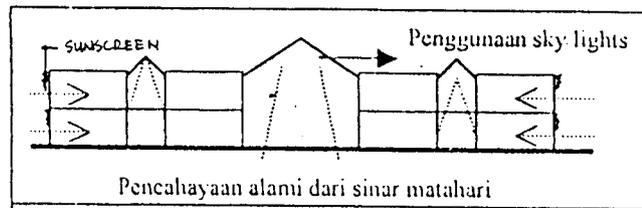
3.5 Pencahayaan dan Penghawaan sebagai daya tarik citra komersial modern

3.5.1 Pencahayaan

1. Pencahayaan pada ruang dalam

A. Pencahayaan alami

Pencahayaan alami dapat digunakan untuk penerangan seperti ruang service umum, selasar, plaza, ruang informasi, ruang promosi, fasilitas belanja berupa los dan kios yang menjadi daya tarik untuk memperjelas dan menerangi ruangan – ruangan tersebut. Yang mana dengan pengolahan bukaan – bukaan dari samping dan atas bangunan yang transparan serta penggunaan *sunscreen* sebagai pengatur tingkat pencahayaan yang diperlukan dan penghambat sinar matahari langsung pada jam – jam tertentu yang tidak dibutuhkan oleh tubuh manusia.



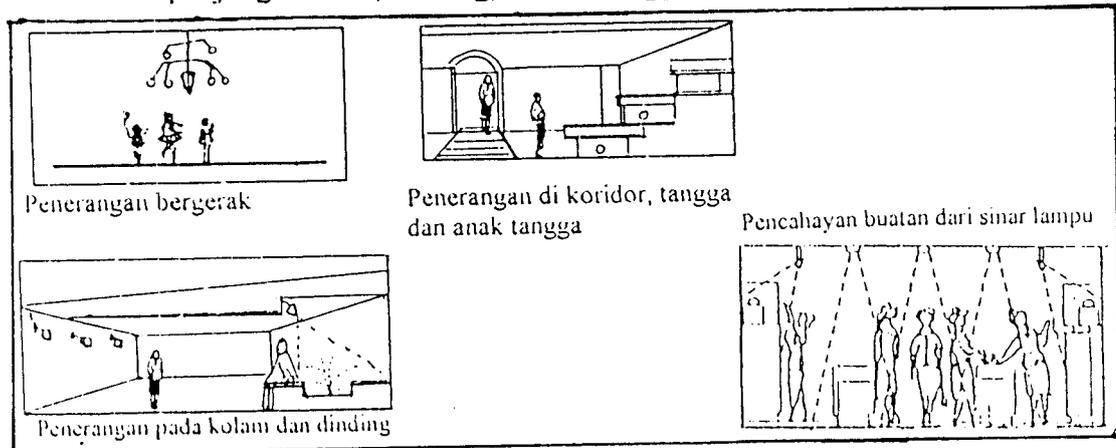
Gambar III.39 analisa sistem pencahayaan alami dalam bangunan (sumber : analisa)

B. Pencahayaan buatan

Sistem pencahayaan buatan dalam bangunan ini sebagai daya tarik didalam menimbulkan efek – efek pencahayaan buatan yang dapat diatur dengan saklar atau remote. sehingga dapat meningkatkan mutu barang dagangan bagi pedagang maupun dapat membuat pengunjung tertarik untuk singgah ke toko atau etalase tersebut untuk sekedar melihat – lihat atau membeli bila tertarik dengan barang dagangan tersebut.

Pencahayaan buatan pada bangunan shopping center berdasarkan perletakan yang terdapat pada :

- Etalase pertokoan dan department store, permainan cahaya yang menarik dapat dimanfaatkan dalam memberikan efek luks pada barang – barang display.
- Tempat penyajian berupa kotak kaca yang berisi makanan seperti pada supermarket.
- Fasilitas rekreasi berupa tempat bermain anak, bioskop, promosi barang, menggunakan berbagai ragam cahaya, warna dan penerangan yang bergerak, hal ini untuk menarik pengunjung.
- Disepanjang koridor, dinding, kolam, tangga dan anak tangga.



Gambar III.40 analisa pencahayaan buatan dalam bangunan (sumber : analisa)

2. Pencahayaan pada luar bangunan

A. Pencahayaan alami

Pada siang hari menggunakan sinar matahari secara langsung, untuk meredam cahaya matahari secara langsung terutama jalur jalan pejalan kaki dapat menggunakan pengaturan vegetasi sebagai kanopi.

B. Pencahayaan buatan

Pencahayaan buatan ini digunakan pada malam hari. Pencahayaan dapat memberikan kesan pada bangunan agar kelihatan menarik, selain diletakkan disepanjang koridor dan entrance juga digunakan pada jalan, taman. Pada jalan menggunakan penerangan yang cukup jelas yang dapat mengarahkan pengunjung kedalam bangunan. Sedangkan pada taman dapat bervariasi baik dari segi warna, maupun perletakkannya.

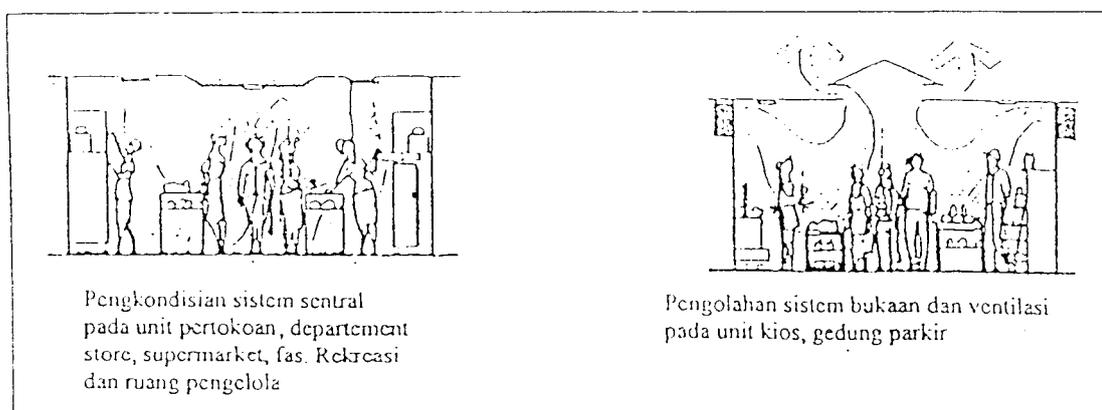
3.5.2 Penghawaan

Penggunaan sistem penghawaan dibuat dengan pertimbangan kenyamanan pengguna bangunan, sebagai daya tarik untuk menjaga mutu barang dagangan serta kemampuan finansial unit dagang, dengan penempatan unit – unit penghawaan baik alami maupun buatan. Sistem penghawaan yang menarik digunakan dapat dikelompokkan berdasarkan kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Kelompok kegiatan perbelanjaan
 - Unit los dan kios direncanakan dengan pengkondisian udara secara alami, yakni dengan pengolahan bukaan – bukaan dan ventilasi.
 - Unit pertokoan, departement store dan super market direncanakan dengan pengkondisian udara buatan (sistem sentral). Pengkondisian ini juga diterapkan pada ruang pengelolaan serta ruang–ruang yang membutuhkan suhu stabil.

- b. Kelompok kegiatan rekreasi

Kelompok kegiatan rekreasi direncanakan dengan pengkondisian udara buatan (sistem sentral)



Gambar III.41 analisa penghawaan buatan dalam bangunan (sumber : analisa)

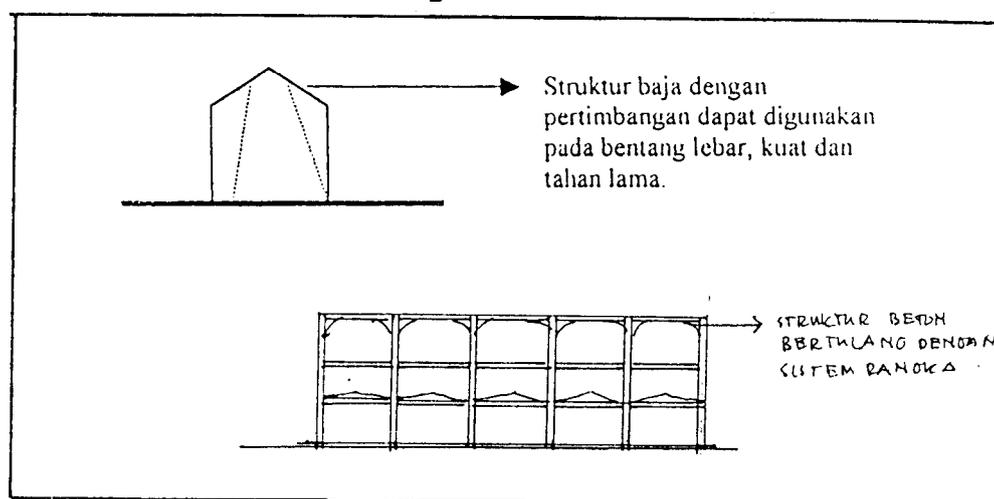
3.6 Pengolahan struktur

Pemilihan sistem struktur dan kontruksi dengan pertimbangan fungsi bangunan yang menampung berbagai kegiatan yang menuntut adanya flesibilitas penataan ruang dan pembebanan, juga dapat mencerminkan daya tarik pada bangunan dengan citra komersial modern melalui bentuk-bentuk struktur rangka yang dapat diekspose. Struktur utama pada bangunan shopping center ini menggunakan sistem

rangka. Selain pertimbangan diatas juga memperhatikan kemudahan dalam perawatan dan kemudahan operasional.

Sedangkan sistem struktur pondasi, berdasarkan pertimbangan kondisi tanah, flesibilitas pembebanan, kestabilan vertikal dan horisontal dipilih pondasi titik dengan pile cap dengan konstruksi beton bertulang kedap air. Untuk kolom dan balok dengan sistem rangka. Jarak antar kolom disesuaikan dengan modul ruang. Sedangkan dimensinya disesuaikan dengan jarak bentang.

Struktur atap menggunakan struktur baja dengan pertimbangan sebagai daya tarik dengan pengeksposan pada rangkanya, dapat digunakan pada bentang lebar, kuat dan tahan lama, dengan penutup transparan pada tempat tertentu, untuk memberikan cahaya alami dalam bangunan.

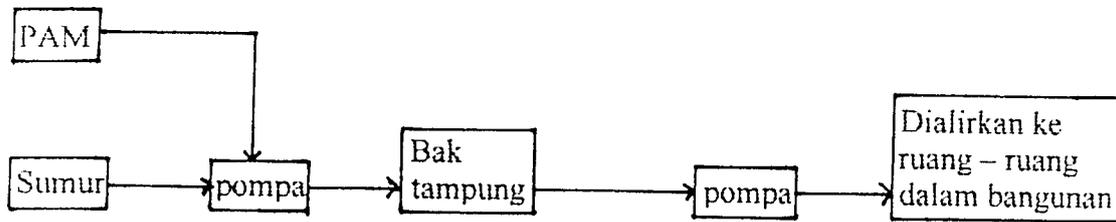


Gambar III.42 analisa struktur rangka pada pondasi, kolom, balok dan atap (sumber . analisa)

3.7 Analisa Sistem Utilitas

1. Jaringan Air Bersih

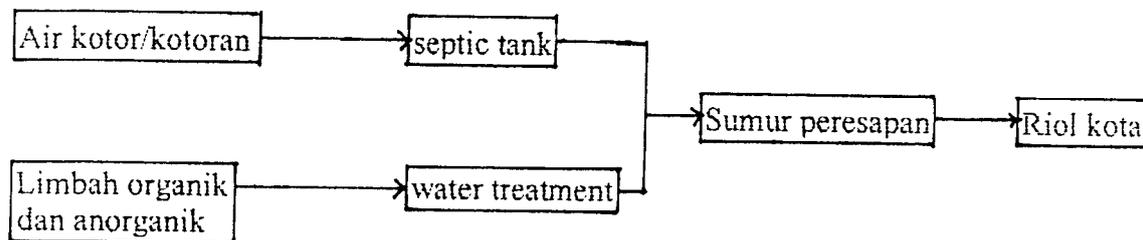
Air bersih digunakan untuk air minum, lavatori, penyiraman serta pemadam kebakaran. Jaringan air bersih ini bersumber dari sumur dalam dan PDAM. Pendistribusian air bersih menggunakan *down feed* sistem dengan pertimbangan lebih hemat energi, karena listrik hanya digunakan untuk menaikkan air dari *groun water tank* ke *roof storage tank*, dari *roof storage tank* air didistribusikan kebawah dengan gaya grafitasi.



Gambar III.43 analisa skema jaringan air bersih (sumber : analisa)

2. Jaringan Air Kotor

Jaringan air kotor dialiri dengan penggunaan sumur peresapan dan septic tank. Sistem ini terletak pada area – area publik, agar memudahkan maintenance dan kenyamanan.



Gambar III.44 analisa skema jaringan air kotor dan limbah bangunan (sumber : analisa)

3. Jaringan Drainase

Untuk saluran air hujan direncanakan berada disekeliling bangunan yaitu dari atap ke talang melalui pipa diteruskan kebawah dan ditampung oleh sumur peresapan dengan kedalaman \pm 15 m. sehingga masalah air hujan bisa langsung dimasukkan kedalam tanah.

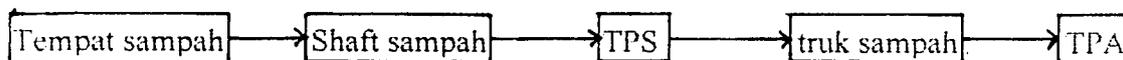


Gambar III.45 analisa skema jaringan air hujan (sumber : analisa)

4. Jaringan Sampah

Sistem pembuangan sampah ditetapkan dengan penyediaan tempat sampah pada tiap-tiap fasilitas, yang kemudian dikumpulkan ke TPS pada jam-jam tertentu. Dari tempat sampah pada lantai dasar diangkut secara langsung dengan gerobak ke TPS, sedangkan lantai-lantai atasnya dari tempat sampah

dimasukkan kedalam kantong plastik lalu dipindahkan kebawah melalui shaft sampah (shaft sampah kering dan basah), kemudian diangkut secara langsung ke TPS. Sistem pengangkutan dari tempat sampah dilantai dasar dan shaft ke TPS dengan menggunakan gerobak sampah. Dari TPS diangkut kendaraan truk sampah kota Juana ke TPA.



Gambar III.46 analisa skema jaringan sampah (sumber : analisa)

5. Pemadam Kebakaran

Sistem fire protection pada bangunan terdiri dari :

- Sistem sprinkler
Sistem ini bekerja setelah mendapat sinyal dari detector. Pemipaan menggunakan sistem dry pipe diman pipa tidak selalu terisi dengan pertimbangan tidak terlalu membebani bangunan. Sistem ini direncanakan dipasang pada detiap kegiatan di fasilitas shopping center.
- Sistem fire alarm
Merupakan alarm yang akan menyala jika ada sinyal gejala kebakaran dari detector.
- Sistem smoke detector
Detector yang digunakan untuk mendeteksi gejala kebakaran, yang kemudian mengirimkan ke operator.

6. Sistem Komunikasi

Hubungan ruang toko dan pengelola menggunakan telepon otomatic (PABX = private auto branch exchange)

7. Jaringan Listrik

Sistem jaringan listrik pada kondisi normal menggunakan sumber utama dari PLN, sedangkan untuk kondisi darurat menggunakan sumber dari genset.

BAB IV

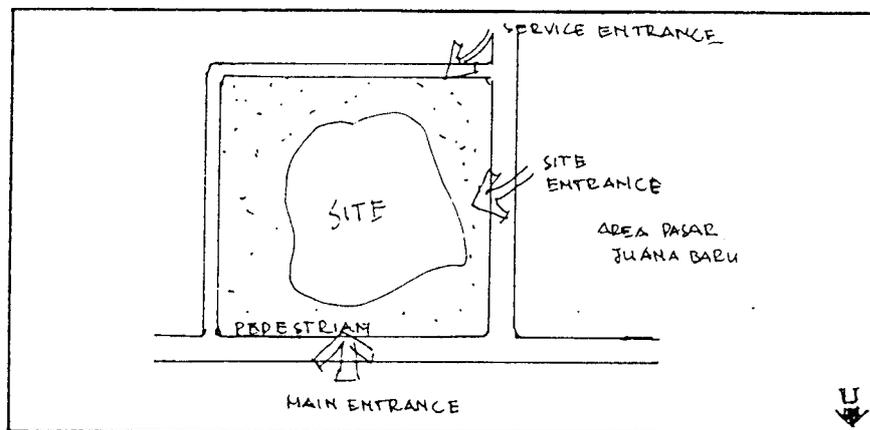
KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1 Konsep Dasar Perencanaan Site

4.1.1 Pencapaian Site

Pencapaian site melalui dua arah yaitu jalan arteri primer dan jalan arteri lokal primer. Pencapaian ke tapak ini dapat juga dengan mempertimbangkan pola sirkulasi dan kepadatan arus lalu lintas disekitar site.

- a. Main entrance direncanakan di bagian utara site (Jl. Sunan Ngerang) karena arus sirkulasi terbesar di jalur ini dan jalur Juana – Jepara yang memiliki akses ke pelabuhan dan terminal.
- b. Side entrance direncanakan pada Jl Kemudo yang membelah kawasan pasar Tradisional Juana.
- c. Service entrance direncanakan pada Jl Kemudo ke jalan lingkungan kawasan.

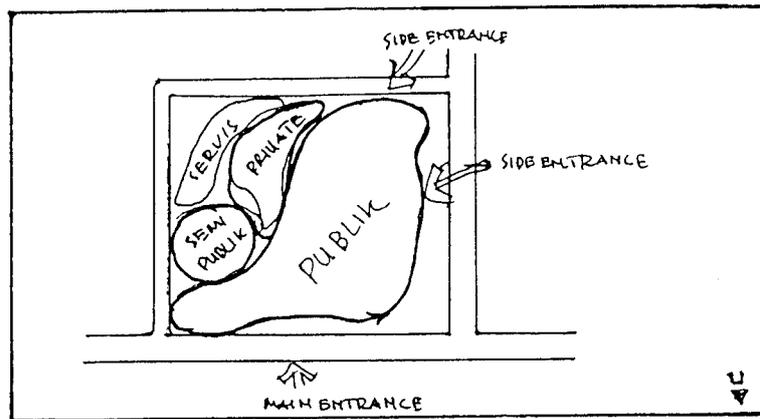


Gambar IV.1 Konsep pencapaian bangunan
Sumber : Pemikiran

4.1.2 Pemintakatan pada site

Dengan site yang ada dan pertimbangan sirkulasi lalu lintas, entrance, tempat parkir bangunan yang tidak membebani jalur transportasi kota, pemisahan sirkulasi

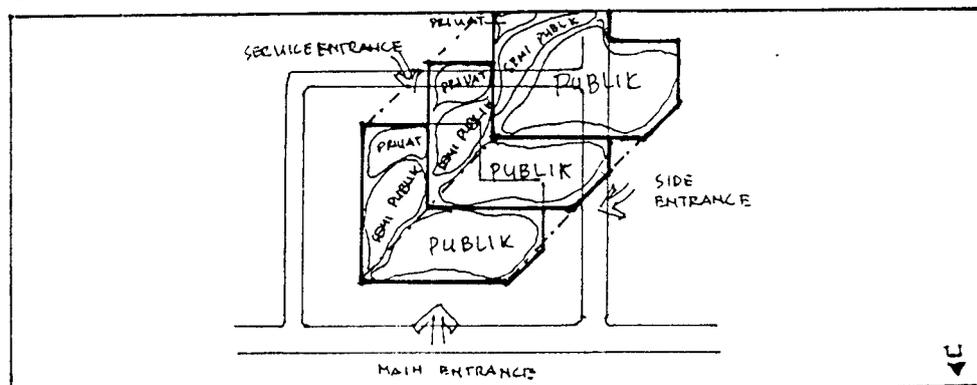
kendaraan dan pejalan kaki serta sistem utilitas, maka zoning pada site adalah sebagai berikut :



Gambar IV.2 Konsep pemintakatan pada site
Sumber : Pemikiran

4.1.3 Konsep tata masa bangunan

Tata masa bangunan di dalam site berdasarkan pola pemintakatan dan pendekatan akan kebutuhan ruang dalam shopping center agar tidak padat dan sesak maka pengembangannya secara vertikal. Adapun kebutuhan luasan lantai shopping center ini diasumsikan 24479 m². hal ini dapat disesuaikan dengan luasan site yang ada 10800 m², serta ketentuan tinggi bangunan pada kawasan site dengan ketinggian maksimal 4 lantai dengan KDB 80%. Maka jumlah lantai dapat diperkirakan 3 – 4 lantai. Pola tata masa ini untuk kegiatan dalam satu lantai menggunakan koridor dan selasar, sedangkan hubungan secara vertikal menggunakan tangga dan eskalator. Adapun pola tata masa bangunan pada site:

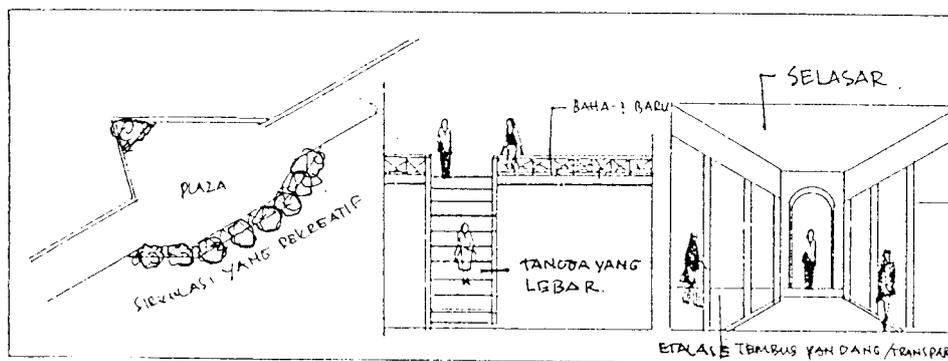


Gambar IV.3 Cerminkan lantai bangunan secara axonometri
Sumber : pemikiran

4.2 Konsep Dasar Perancangan

4.2.1 Konsep Tata Ruang Dalam

Konsep tata ruang dalam didasarkan pada citra komersial modern sebagai daya tarik melalui perpaduan tiga kegiatan promosi, transaksi dan rekreasi. Dimana unsur-unsur pembentuk citra komersial modern sebagai daya tarik pada tata ruang dalam melalui sirkulasi yang rekreatif (kemencolokan), bentuk-bentuk yang tidak monoton (kekompleskan), bahan-bahan yang baru (kebaharuan), dimensi yang optimal (efisiensi) berdasarkan perilaku, kebutuhan ruang, besaran ruang, pengelompokan ruang, organisasi ruang, materi perdagangan dan cara penyajian dan pelayanan



Gambar IV.4 konsep tata ruang dalam
Sumber : pemikiran

4.2.1.1 Pengelompokan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang

Sistem peruangan pada shopping center, dibagi menjadi 3, yaitu :

a. Kebutuhan ruang shopping center :

Dari berbagai macam kegiatan perbelanjaan pada shopping center yang ada, maka kebutuhan ruang kegiatan ini, antara lain :

- kios dan los
- pertokoan
- departement store
- supermarket

b. Kebutuhan ruang fasilitas rekreasi :

Dari berbagai macam kegiatan rekreasi yang ada, maka kebutuhan ruang kegiatan ini antara lain:

- Bioskop
 - Fitnes center
 - Billiard center
 - Permainan anak – anak
 - Promosi barang
 - Taman terbuka
 - Pujasera
- c. Kebutuhan ruang kegiatan pengelola dan service:

Dari berbagai macam kegiatan pengelola dan service yang ada, maka kebutuhan ruang kegiatan ini antara lain:

- Kelompok kegiatan pengelola berupa ruang pelayanan administrasi
- Kelompok kegiatan service berupa pelayanan umum dan pelayanan umum pendistribusian barang
- Plaza dan parkir yang merupakan tempat interaksi dari berbagai kegiatan

4.2.1.2 Besaran ruang

- a. Besaran ruang pada shopping center

Penentuan besaran ruang ini didasarkan pada pelaku dan jenis kegiatan yang di wadahi dan materi yang diperdagangkan pada shopping center. Besaran ruang ini diasumsikan secara makro memiliki kebutuhan ruang:

- Pertokoan $= \pm 17568 \text{ m}^2$
- Kios $= \pm 696 \text{ m}^2$
- Los $= \pm 174 \text{ m}^2$
- Departement store $= \pm 780 \text{ m}^2$
- Supermarket $= \pm 780 \text{ m}^2$

Luas total shopping center $= \pm 19998 \text{ m}^2$

- b. Besaran ruang pada fasilitas rekreasi

- Billiard center $= \pm 157 \text{ m}^2$
- Ruang permainan anak $= \pm 296 \text{ m}^2$
- Restoran $= \pm 217,5 \text{ m}^2$

- Pujasera = ± 217,5 m²
- Bioskop = ± 439 m²
- Fitnes center = ± 539 m²
- Luas total = ± 1965 m²

c. Besaran ruang kegiatan pegelola dan service

- Ruang fasilitas pengelola = ± 102 m²
- Ruang pelayanan umum = ± 73 m²
- Ruang utilitas = ± 152 m²
- Ruang plaza = ± 480 m²
- Ruang parkir = 356 mobil dengan luasan ± 3971 m²
- Luas total keseluruhan = ± 25183 m²

Untuk lebih jelasnya lihat perhitungan secara terperinci dapat dilihat pada lamp; VIII

4.2.1.3 Hubungan Ruang

Hubungan ruang shopping center :

1	Kegiatan perbelanjaan	
2	Kegiatan rekreasi	
3	Kegiatan parkir	
4	Kegiatan pengelola	
5	Kegiatan pelayanan (servis)	

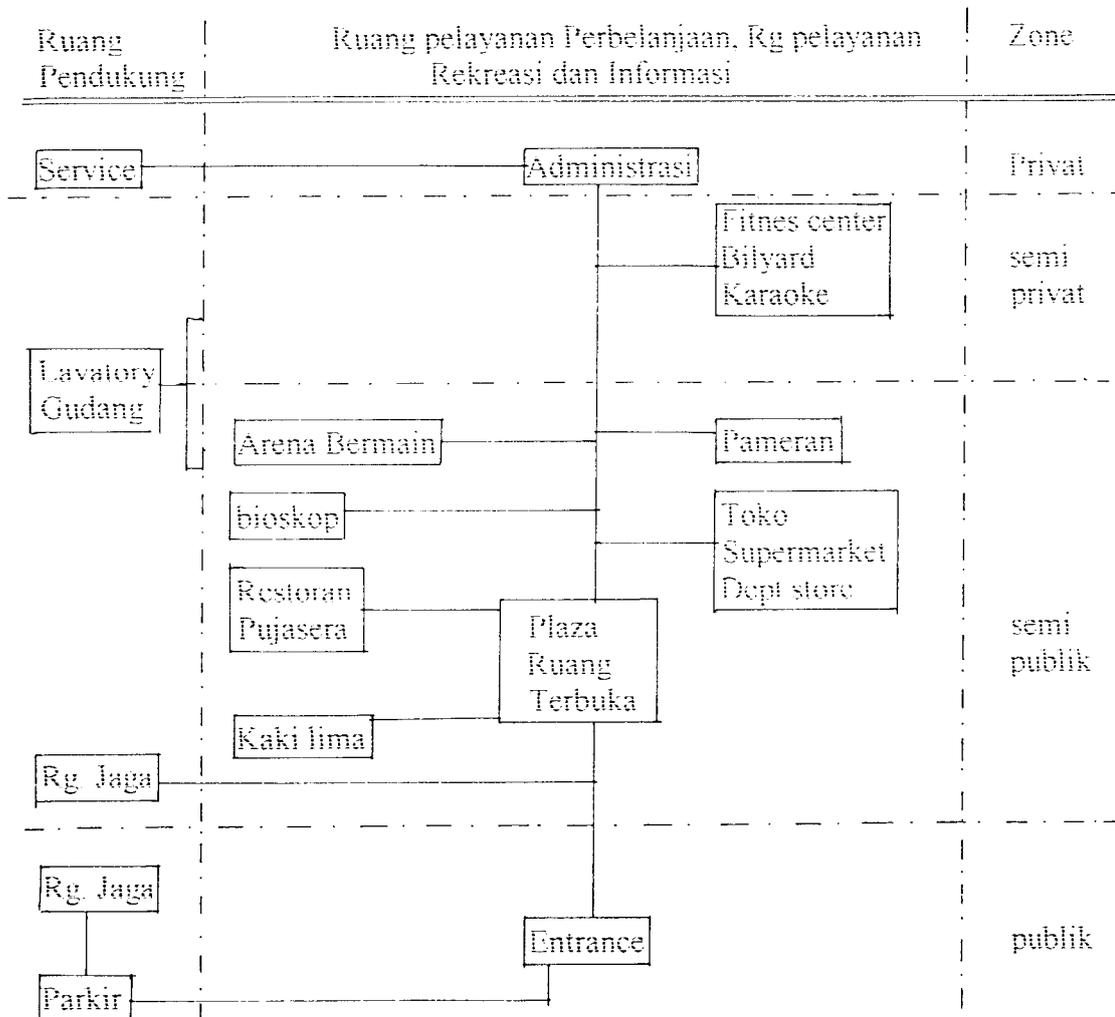
Keterangan :

- : Hubungan erat
- ⊙ : Hubungan kurang erat
- : Hubungan tidak erat

4.2.1.4 Organisasi Ruang

Penentuan organisasi ruang melalui perpaduan dari kegiatan berdasarkan kebutuhan ruang yang ada pada shopping center. Dimana tuntutan karakter berbagai ruang berbeda menurut jenis serta sifat kegiatan yang berlangsung di dalamnya. Berbagai tuntutan yang meliputi persyaratan suasana dan fungsional pada beberapa ruang kegiatan diantaranya ruang pelayanan perbelanjaan (kegiatan komersial), ruang pelayanan rekreasi dan

ruang pelengkap. Adapun organisasi ruang ini berdasarkan perpaduan dari kegiatan yang bersifat kegiatan untuk publik, semi publik, semi privat dan privat. Untuk itu dapat kita lihat konsep skema organisasi ruang pada shopping center sebagai berikut :



Gambar IV.5 Konsep organisasi ruang shopping center
Sumber : pemikiran

4.2.2 Konsep Pola Sirkulasi

4.2.2.1 Pola sirkulasi di dalam site

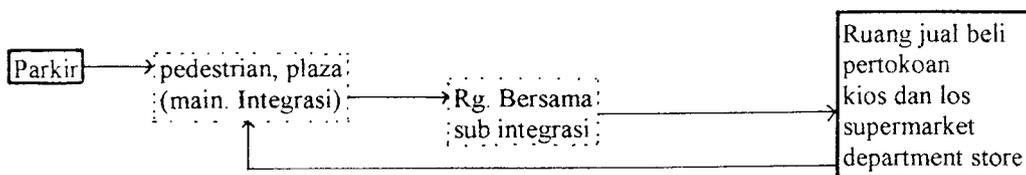
a. Sirkulasi pejalan kaki

- Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat di sekeliling tapak.
 - Jalur pedestrian yaitu terbuka (tanpa atap) dan tertutup (dalam bangunan), namun keduanya saling berhubungan erat dan bersifat menerus.
 - Perkerasan dengan bahan dan pola tertentu di sekitar site dapat mengarahkan pengunjung ke tempat yang diinginkan.
- b. Sirkulasi kendaraan
- Jalur sirkulasi kendaraan pengunjung dibuat terpisah dengan jalur kendaraan barang atau service.
 - Sirkulasi kendaraan harus jelas dan cukup luas serta mengarah agar tidak crossing.
 - Perletakan parkir dan open space pada ruang dari perpaduan dengan penggabungan shopping center dan pasar tradisional.

4.2.2.2 Pola sirkulasi kegiatan:

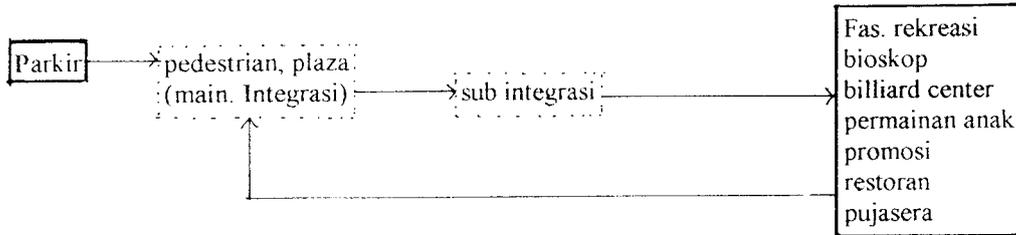
Konsep pola sirkulasi yang merupakan penggabungan tiap – tiap fasilitas kegiatan diwujudkan dalam bentuk sirkulasi main integrasi berupa plaza pada ruang dalam dan pedestrian pada ruang luar. Sedangkan penggabungan kegiatan pada lingkup yang lebih kecil yakni sirkulasi integrasi yang berupa ruang bersama, terdiri dari ruang duduk, hall, lobby dan lain – lain.

1. Fasilitas Belanja



Gambar IV.6 Konsep pola sirkulasi fasilitas belanja
Sumber : Pemikiran

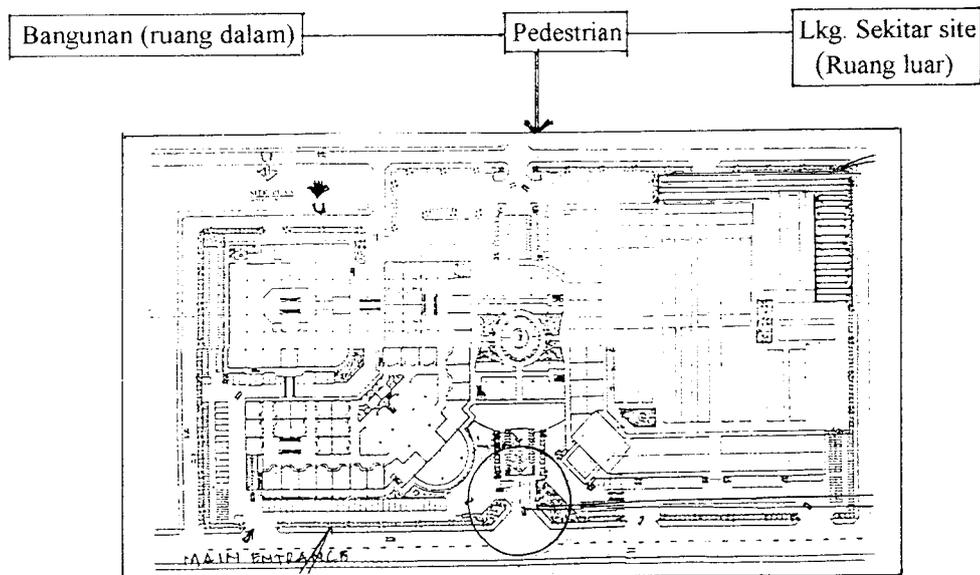
2. Fasilitas rekreasi



Gambar IV.7 Konsep pola sirkulasi fasilitas rekreasi
 Sumber : Pemikiran

4.2.3 Konsep Ruang Luar

Unsur-unsur pembentuk citra komersial modern sebagai daya tarik pada tata ruang luar melalui fungsi ruang luar seperti pembedaan jalur pedestrian dan kendaraan (keakraban dan kekomplekan), area parkir dengan dimensi yang optimal (efisiensi) dan open space melalui pedestrian dan plaza adalah bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh-tumbuhan dan sculpture (citra sebagai ciri dan ekspresi), berdasarkan pelaku manusia. Konsep penataan ruang luar yang terdiri dari pedestrian berupa jalur pejalan kaki, vegetasi dan open space yang dilengkapi dengan berbagai macam furniture. Yaitu antara lain:



Gambar IV.8 konsep ruang luar
 Sumber : pemikiran

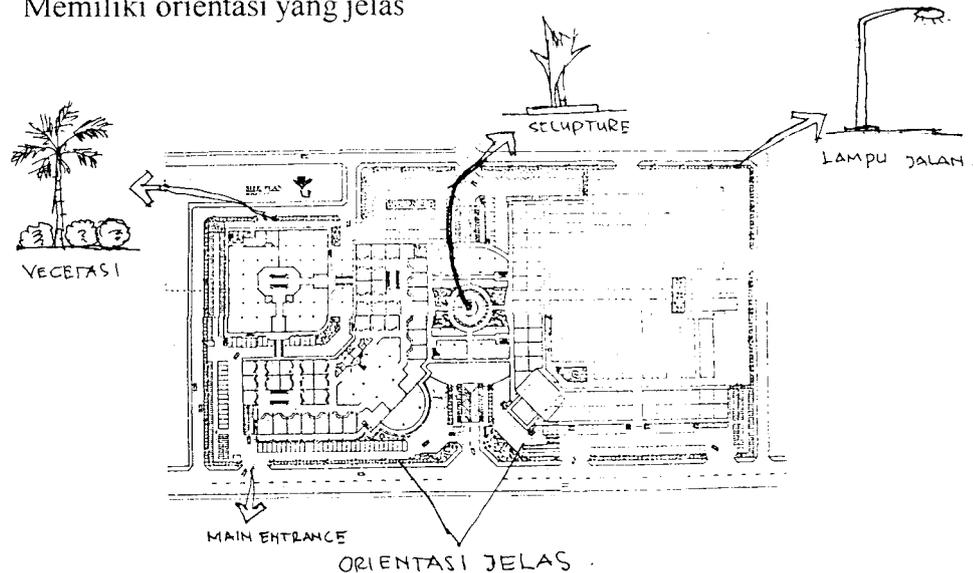
4.2.3.1 Pintu Masuk

Konsep pintu masuk yang merupakan penghubung ruang luar ke ruang dalam harus memiliki orientasi yang jelas, dalam hal ini berkaitan dengan kemencolokan (*boldness*) yaitu dengan ornamentasi dan citra sehingga menimbulkan pemahaman visual yang baik.

4.2.3.2 Pedestrian

Penghubungan ruang dalam dan ruang luar pada bangunan perpaduan dengan penggabungan ini adalah jalu pedestrian, dengan pengolahan sebagai berikut:

1. Tepian – tepian bangunan didesain agar pejalan kaki dilingkungan bangunan dapat melihat atau dilihat oleh pejalan kaki diluar lingkungan bangunan.
2. Menerapkan elemen – elemen penting, dalam mendukung pedestrian seperti bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh – tumbuhan, lampu taman, sculpture dan perkerasan.
3. Memiliki orientasi yang jelas



Gambar IV.9 Konsep elemen-elemen luar
Sumber : pemikiran

4.2.3.3 Ruang Parkir

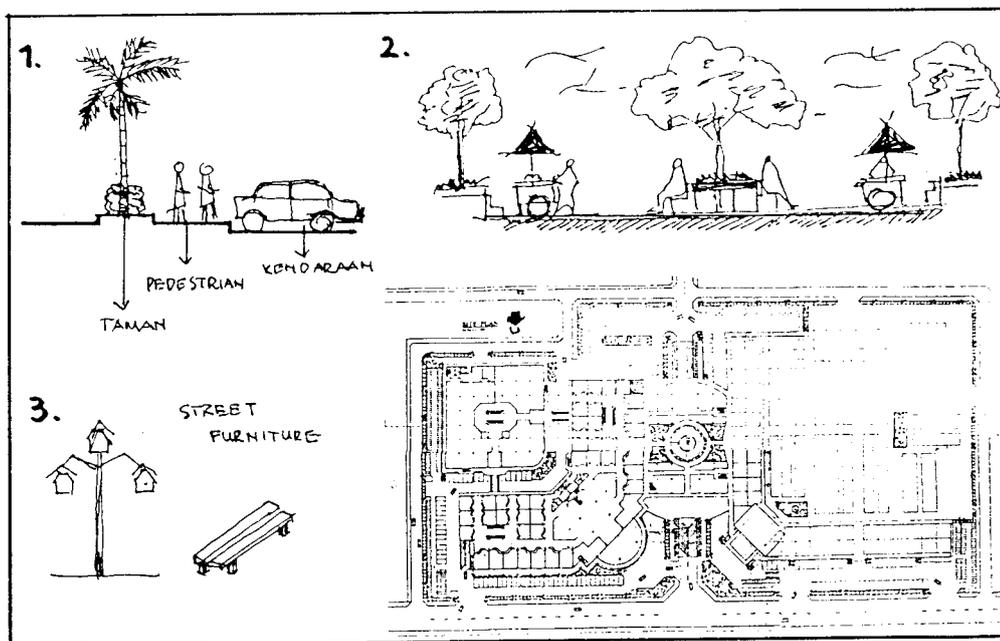
Penempatan ruang parkir menurut fungsi dan karakter berdasarkan orientasi yang menunjang kegiatan dan sebagai fasilitas, akan dipisahkan

dengan jalur pedestrian yang merupakan dua kepentingan yang berbeda. Pemanfaatan dari perpaduan ini yaitu adanya penempatan fasilitas parkir seoptimal mungkin pada dengan pertimbangan tidak mengganggu lalu lintas sekitar site dan pejalan kaki serta tidak mengganggu kenyamanan dalam melakukan parkir.

4.2.3.4 Open Space

Open space sebagai penyatu masa dan area peralihan di dalam perpaduan ini yang dapat digunakan bersama oleh shopping center maupun pasar tradisional sehingga perlu ditata sesuai dengan fungsinya yaitu simpul pergerakan dan arena kontak sosial (sosialisasi). Open space ini ditujukan serta dimanfaatkan antara lain:

1. Memberikan wadah yang optimal, nyaman dan aman bagi pejalan kaki.
2. Memberikan wadah bagi pedagang dengan persyaratan tertentu.
3. Menambah elemen – elemen luar (street furniture) memberikan kesan keruangan yang baik.



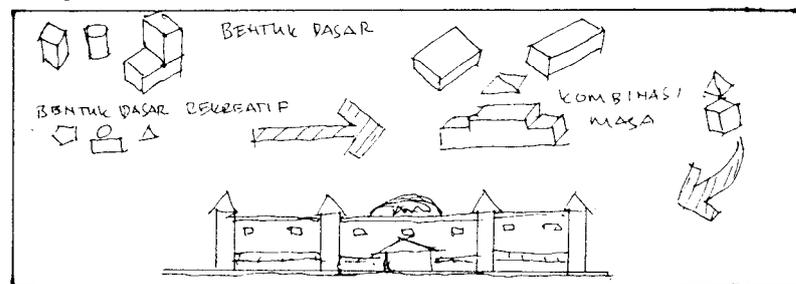
Gambar IV.10 konsep plaza atau open space
Sumber : pemikiran

4.2.4 Konsep Dasar Penampilan Bangunan

Dalam tautan fungsional, penampilan tetap memperhatikan fungsi yang disandang sebagai fasilitas komersial dan rekreasi. Sebagai fasilitas komersial, penampilan mempertimbangkan unsur kejelasan, kemencolokan, keakraban dan lain – lain. Sedang sebagai fasilitas rekreasi, penampilan mencerminkan ungkapan bentuk yang lebih rekreatif (melalui detail dan ornamentasi). adapun konsep penampilan bangunan adalah sebagai berikut:

a. Bentuk dasar

Pada pola dasar bangunan yaitu linear memusat dengan variasi yang tidak monoton, dengan menggunakan pola – pola pengulangan yang diterapkan pada bidang bukaan – bukaan

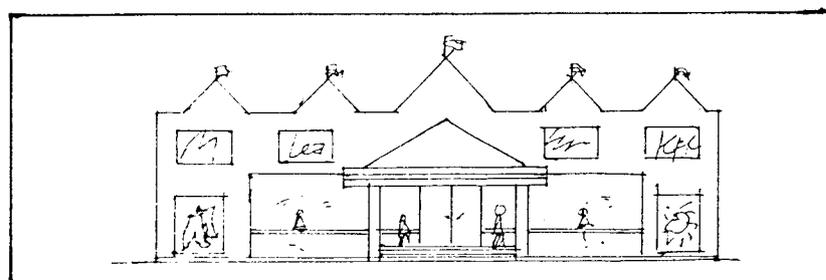


Gambar IV.11 konsep bentuk bangunan (Sumber : pemikiran)

b. Penampilan bangunan

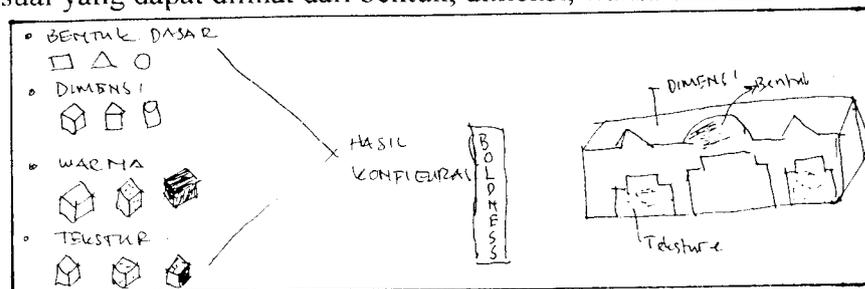
Penampilan bangunan yang merupakan bangunan komersial, didasari unsur-unsur dinamis dengan menciptakan bentuk-bentuk yang bervariasi, Membuat permainan bidang dengan pengulangan pada bidang bukaan-bukaan, agar menimbulkan kesan dinamis dan kreatif sehingga dapat menghilangkan kesan monoton, melalui:

- *clarity* (jelas), desain menjelaskan kualitas isi secara jelas dan cepat.



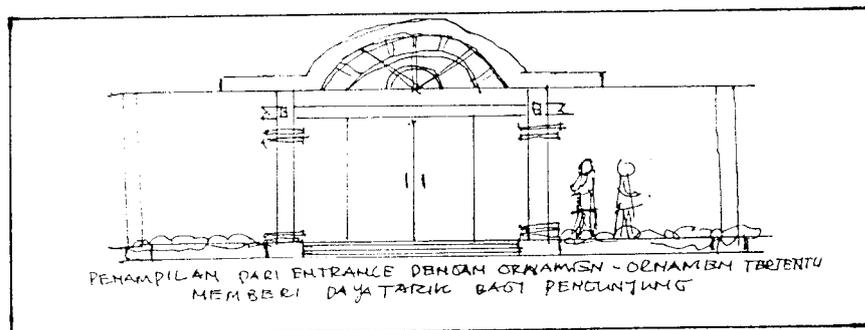
Gambar IV.12 konsep penyediaan untuk papan nama (Sumber : pemikiran)

- *Boldness* (mencolok) dimana desain mempunyai perbedaan yang atraktif sehingga merupakan cara pemahaman visual yang efektif. Pada prinsipnya kesan mencolok pada fasade bangunan yang memberikan pemahaman visual yang dapat dilihat dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur.



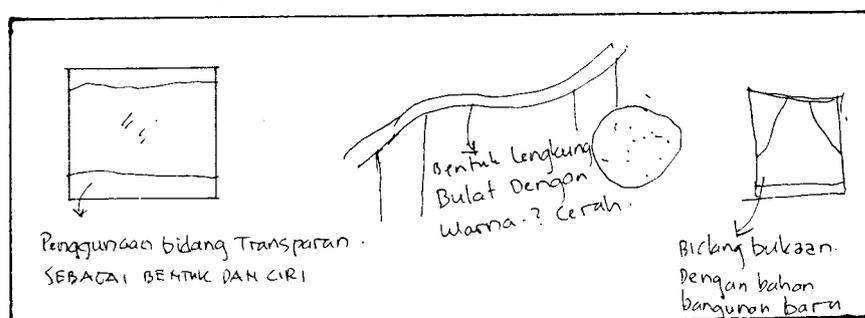
Gambar IV.13 fasade bangunan dari bentuk, dimensi, warna dan tekstur (Sumber : pemikiran)

- *Intimacy* (akrab), desain menampilkan keramaian dan mengundang pengunjung yaitu berupa ornamentasi pada fasade dengan perbandingan skala yang menentukan proporsi tertentu.



Gambar IV.14 skala dan ornamen pada bangunan (Sumber : pemikiran)

- *Kebaharuan* (*inventivness*) dengan bahan-bahan baru dan bentuk baru sebagai daya tarik dari citra sebagai bentuk dan ciri. Melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan.



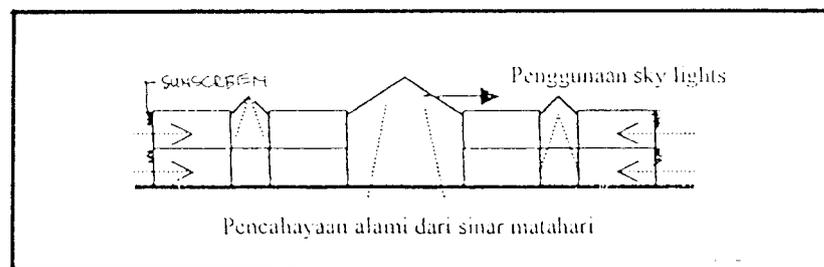
Gambar V.15 bentuk melalui tekstur, warna, bahan bangunan, bukaan (Sumber : pemikiran)

4.2.5 Konsep Sistem Pencahayaan

1. Pencahayaan pada ruang dalam

a. Pencahayaan alami

Pencahayaan alami dapat digunakan untuk penerangan seperti ruang service umum, selasar, plaza, ruang informasi, ruang promosi, fasilitas belanja berupa los dan kios yang menjadi daya tarik untuk memperjelas dan menerangi ruangan – ruangan tersebut. Yang mana dengan pengolahan bukaan – bukaan dari samping dan atas bangunan yang transparan serta penggunaan *sunscreen* sebagai pengatur tingkat pencahayaan yang diperlukan dan penghambat sinar matahari langsung pada jam – jam tertentu yang tidak dibutuhkan oleh tubuh manusia.



Gambar IV.16 konsep sistem pencahayaan alami dalam bangunan (sumber : pemikiran)

b. Pencahayaan buatan

Sistem pencahayaan buatan dalam bangunan ini sebagai daya tarik didalam menimbulkan efek – efek pencahayaan buatan yang dapat diatur dengan saklar atau remote. sehingga dapat meningkatkan mutu barang dagangan bagi pedagang maupun dapat membuat pengunjung tertarik untuk singgah ke toko atau etalase tersebut untuk sekedar melihat – lihat atau membeli bila tertarik dengan barang dagangan tersebut.

Pencahayaan buatan pada bangunan shopping center berdasarkan perletakan yang terdapat pada :

- Etalase pertokoan dan department store, permainan cahaya yang menarik dapat dimanfaatkan dalam memberikan efek luks pada barang – barang display.

- Tempat penyajian berupa kotak kaca yang berisi makanan seperti pada supermarket.
- Fasilitas rekreasi berupa tempat bermain anak, bioskop, promosi barang, menggunakan berbagai ragam cahaya, warna dan penerangan yang bergerak, hal ini untuk menarik pengunjung.
- Disepanjang koridor, dinding, kolam, tangga dan anak tangga.



Gambar IV.17 konsep pencahayaan buatan dalam bangunan (sumber : pemikiran)

2. Pencahayaan pada luar bangunan

a. Pencahayaan alami

Pada siang hari menggunakan sinar matahari secara langsung, untuk meredam cahaya matahari secara langsung terutama jalur jalan pejalan kaki dapat menggunakan pengaturan vegetasi sebagai kanopi.

b. Pencahayaan buatan

Pencahayaan buatan ini digunakan pada malam hari. Pencahayaan dapat memberikan kesan pada bangunan agar kelihatan menarik, selain diletakkan disepanjang koridor dan entrance juga digunakan pada jalan, taman. Pada jalan menggunakan penerangan yang cukup jelas yang dapat mengarahkan pengunjung kedalam bangunan. Sedangkan pada taman dapat bervariasi baik dari segi warna, maupun perletakkannya.

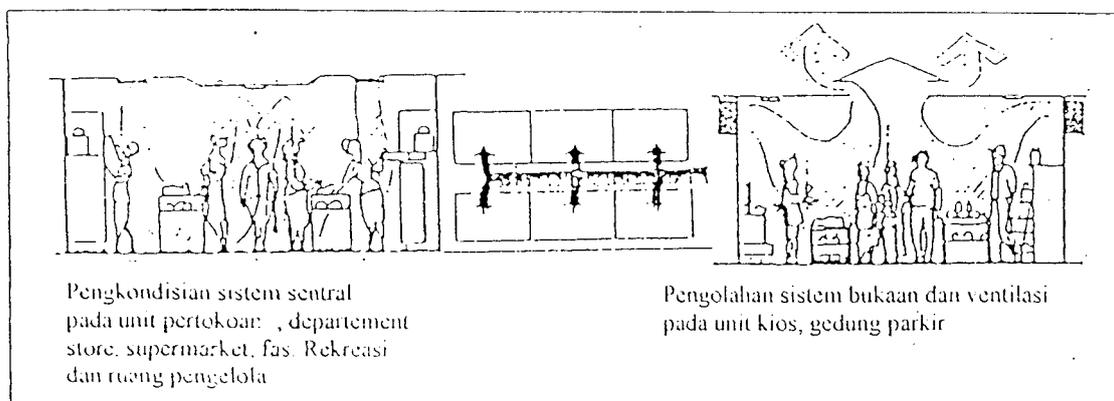
4.2.6 Konsep Sistem Penghawaan

Penggunaan sistem penghawaan dibuat dengan pertimbangan kenyamanan pengguna bangunan, sebagai daya tarik untuk menjaga mutu barang dagangan serta kemampuan finansial unit dagang, dengan penempatan unit – unit penghawaan baik alami maupun buatan. Sistem penghawaan yang menarik digunakan dapat dikelompokkan berdasarkan kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Kelompok kegiatan perbelanjaan
 - Unit los dan kios direncanakan dengan pengkondisian udara secara alami, yakni dengan pengolahan bukaan – bukaan dan ventilasi.
 - Unit pertokoan, departement store dan super market direncanakan dengan pengkondisian udara buatan (sistem sentral). Pengkondisian ini juga diterapkan pada ruang pengelolaan serta ruang–ruang yang membutuhkan suhu stabil.

- b. Kelompok kegiatan rekreasi

Kelompok kegiatan rekreasi direncanakan dengan pengkondisian udara buatan (sistem sentral)



Gambar IV.18 konsep penghawaan buatan dalam bangunan (sumber :pemikiran)

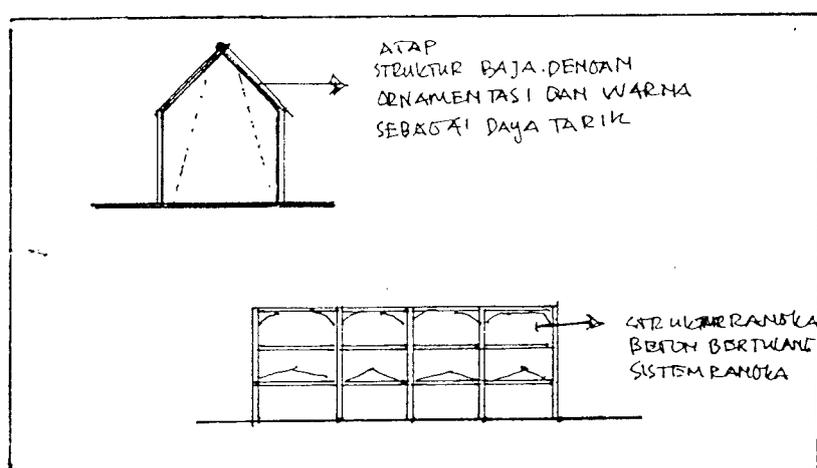
4.2.7 Konsep Dasar Sistem Struktur

Pemilihan sistem struktur dan kontruksi dengan pertimbangan fungsi bangunan yang menampung berbagai kegiatan yang menuntut adanya flesibilitas penataan ruang dan pembebanan, juga dapat mencerminkan daya tarik pada bangunan dengan citra komersial modern melalui bentuk-bentuk struktur rangka yang dapat diekspose. Struktur utama pada bangunan shopping center ini menggunakan sistem

rangka. Selain pertimbangan diatas juga memperhatikan kemudahan dalam perawatan dan kemudahan operasional.

Sedangkan sistem struktur pondasi, berdasarkan pertimbangan kondisi tanah, flesibilitas pembebanan, kestabilan vertikal dan horisontal dipilih pondasi titik dengan pile cap dengan konstruksi beton bertulang kedap air. Untuk kolom dan balok dengan sistem rangka. Jarak antar kolom disesuaikan dengan modul ruang. Sedangkan dimensinya disesuaikan dengan jarak bentang.

Struktur atap menggunakan struktur baja dengan pertimbangan sebagai daya tarik dengan pengeksposan pada rangkanya, dapat digunakan pada bentang lebar, kuat dan tahan lama, dengan penutup transparan pada tempat tertentu, untuk memberikan cahaya alami dalam bangunan.

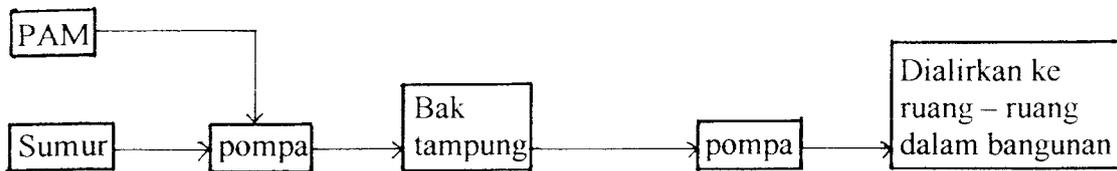


Gambar IV.19 konsep struktur rangka pada pondasi, kolom, balok dan atap
(sumber : pemikiran)

4.2.8 Konsep Dasar Sistem Utilitas

4.2.8.1 Jaringan Air Bersih

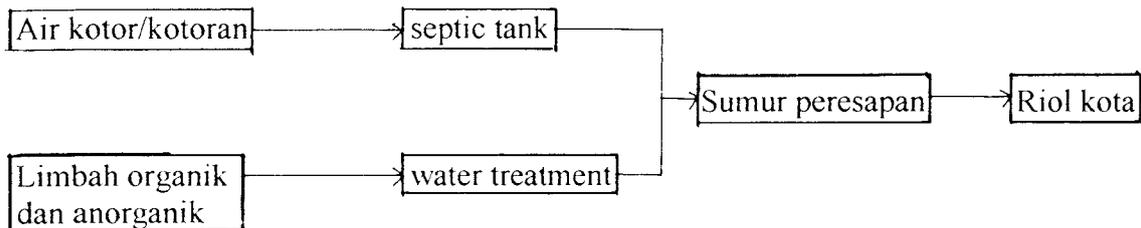
Air bersih digunakan untuk air minum, lavatori, penyiraman serta pemadam kebakaran. Jaringan air bersih ini bersumber dari sumur dalam dan PDAM. Pendistribusian air bersih menggunakan *down feed* sistem dengan pertimbangan lebih hemat energi, karena listrik hanya digunakan untuk menaikkan air dari *groun water tank* ke *roof storage tank*, dari *roof storage tank* air didistribusikan kebawah dengan gaya grafitasi.



Gambar IV.20 konsep skema jaringan air bersih (sumber : pemikiran)

4.2.8.2 Jaringan Air Kotor

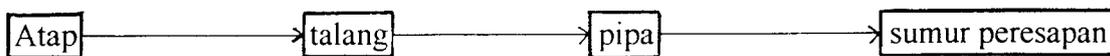
Jaringan air kotor dialiri dengan penggunaan sumur peresapan dan septic tank. Sistem ini terletak pada area – area publik, agar memudahkan maintenance dan kenyamanan.



Gambar IV.21 konsep skema jaringan air kotor dan limbah bangunan (sumber : pemikiran)

4.2.8.3 Jaringan Drainase

Untuk saluran air hujan direncanakan berada disekeliling bangunan yaitu dari atap ke talang melalui pipa diteruskan kebawah dan ditampung oleh sumur peresapan dengan kedalaman ± 15 m. sehingga masalah air hujan bisa langsung dimasukkan kedalam tanah.

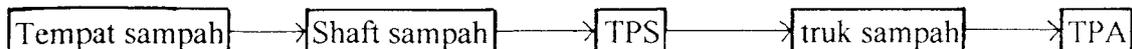


Gambar IV.22 konsep skema jaringan air hujan (sumber : pemikiran)

4.8.2 4 Jaringan Sampah

Sistem pembuangan sampah ditetapkan dengan penyediaan tempat sampah pada tiap - tiap fasilitas, yang kemudian dikumpulkan ke TPS pada jam – jam tertentu. Dari tempat sampah pada lantai dasar diangkat secara langsung dengan gerobak ke TPS, sedangkan lantai – lantai atasnya dari tempat sampah dimasukkan kedalam kantong plastik lalu dipindahkan

kebawah melalui shaft sampah (shaft sampah kering dan basah), kemudian diangkut secara langsung ke TPS. Sistem pengangkutan dari tempat sampah dilantai dasar dan shaft ke TPS dengan menggunakan gerobak sampah. Dari TPS diangkut kendaraan truk sampah kota Juana ke TPA.



Gambar IV.23 konsep skema jaringan sampah (sumber : pemikiran)

4.2.8.5 Pemadam Kebakaran

Sistem fire protection pada bangunan terdiri dari :

- Sistem sprinkler

Sistem ini bekerja setelah mendapat sinyal dari detector. Pemipaan menggunakan sistem dry pipe diman pipa tidak selalu terisi dengan pertimbangan tidak terlalu membebani bangunan. Sistem ini direncanakan dipasang pada detiap kegiatan di fasilitas shopping center.

- Sistem fire alarm

Merupakan alarm yang akan menyala jika ada sinyal gejala kebakaran dari detector.

- Sistem smoke detector

Detector yang digunakan untuk mendeteksi gejala kebakaran, yang kemudian mengirimkan ke operator.

4.8.2.6 Sistem Komunikasi

Hubungan ruang toko dan pengelola menggunakan telepon otomatic (PABX = private auto branch exchange)

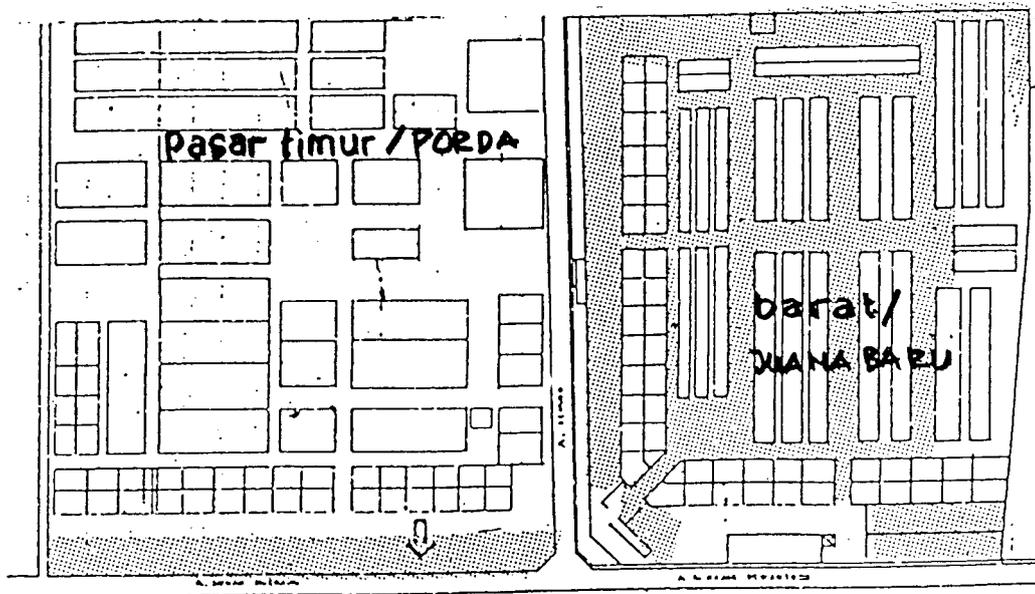
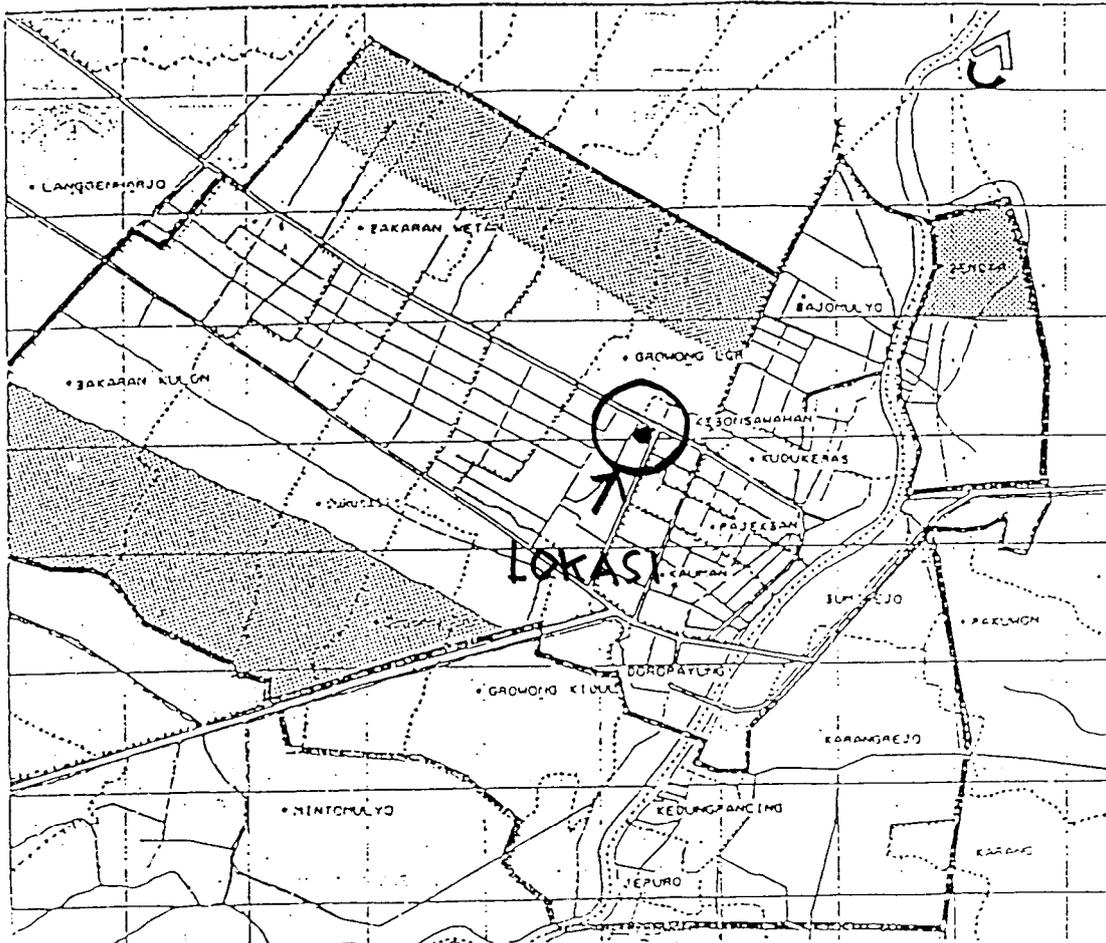
4.8.2.7 Jaringan Listrik

Sistem jaringan listrik pada kondisi normal menggunakan sumber utama dari PLN, sedangkan untuk kondisi darurat menggunakan sumber dari genset.

Daftar Pustaka

- Mangunwijaya, YB, *Wastu Citra*, 1995, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- John M Echols, Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, 1995, Gramedia, Jakarta
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, Depdikbud, Balai Pustaka, 1994, Jakarta.
- Rathbun Davis Robert, *Shopping Center and Mall, Retail*,
Suharto, Tata Iryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Terbaru*, 1989, Indah, Surabaya.
- Ching, F.D.K, *Arsitektur Bentuk, Ruang dan Susunannya*, 1991, Erlangga, Jakarta
- HK Ishar, *Pedoman Umum Merancang Bangunan*, 1989, Gramedia, Jakarta
- Ernst Neufert, *Data Arsitek*, Jilid I, 1991, Erlangga, Jakarta
- Arthur B. Gallion, FAIA dan Simon Eisner, APA, AICP, *Pengantar Perancangan Kota Desain dan Perencanaan kota*, 1994, Erlangga, Jakarta
- Rinothorn, *Shopping Centers a Development Guide to Planning and Design*, 1977, Colledge of Estate Management
- William D. Hunt, *Encyclopedia of American Architecture*, 1980, Mc. Grow-Hill, inc. United States of America
- Joseph de Chiara, *Time Saver Standart for Building Types*, 1983, Mc. Grow-Hill, inc, United States of America
- Rubenstein, Harvey, M, *Central City Mall*, 1978
- Sutedjo, B, Suwondo, *Peran, Kesan dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*, 1985, Djambatan, Jakarta
- Gruen, Victor, *Shopping Town USA, The Planning of Shopping Center*, 1960, Reinhold Publishing Cooperation, New York.
- Hoyt Charles King, AIA, *Buildings For Commerce and Industry*, 1978, Mc Grow-Hill. Inc, United States of America
- Darlow, Clive, *Enclosed Shopping Centers*, 1961, Arch Press, London
- Ketchum, Moris JR, 1957
- Repi , *Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah*, 1999, TA. UII, Yogyakarta
- Gus Amin, *Penataan Pasar Juana*, 1997, TA. UGM, Yogyakarta
- Titis Yulianto, *Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Klaten*, 1993, TA. UGM, Yogyakarta
- Supartono, *Pusat Perbelanjaan di Kudus*, 1992, TA. UGM, Yogyakarta
- Sutrisno, *Tourisme Harus Dikembangkan Dalam Kota*, September 1988, Majalah Asri
- Majalah Asri, No. 124, 1993
- Penataan Pasar Banjarsari Kodya Pekalongan*, 1998, TA. UII, Yogyakarta
- Bappeda, *Rencana Umum Tata Ruang Kota Juana*, 1997, Bappeda Dati II Pati

LAMPIRAN - LAMPIRAN



Pasar Juana

-  Los darurat
-  Los permanen

Tabel 1.1
Pertumbuhan penduduk kecamatan Juana tahun 1990 – 1994

No	Tahun	Jumlah penduduk (angka)
1.	1990	71.363
2.	1991	73.054
3.	1992	74.260
4.	1993	74.650
5.	1994	75.327
Jumlah	5 tahun	Rata – rata pertumbuhan 1,84 %

Sumber : Kantor Statistik Dati II Pati (Gus Amin, TA UGM, hal 22)

Tabel 1.2
Klasifikasi Pasar di Kota Juana

Nama Pasar	Jangkauan pelayanan	Luas persil (m ²)	Prosentase (%)
Pasar Juana	Kota	22.010	79,49
Pasar Bakaran	Lokal	1.340	4,84
Pasar Bajomulyo	Lokal	1.225	4,42
PasarDoropayung	Kecamatan	3.115	11,25
JUMLAH		27.690	100

Sumber : RUTRK 1990-2010 (Gus Amin, TA UGM, hal 22)

Tabel 1.4
Proporsi mata pencaharian penduduk kota Juana, 1997

No	Mata Pencaharian	Jumlah (angka)	Jumlah (%)	Menengah ke atas	
				%	jumlah
1.	Petani	260,09	17,34	30	5,2
2.	Pertambangan	0,0	0	0	0
3.	Nelayan	171,42	11,4	25	2,9
4.	Pengusaha	67,16	4,8	100	4,8
5.	Buruh indudstri	322,36	21,49	0	0
6.	Buruh bangunan	22,93	1,53	0	0
7.	Pedagang	385,52	25,7	20	5,1
8.	Pengangkutan	69,11	4,6	0	0
9.	PNS/ABRI	139,37	9,3	12	1,1
10.	Pensiunan	35,77	2,3	10	0,23
11.	Lain-lain	26,24	1,7	15	0,25
Jumlah		1500,00	100		19,58

Sumber : RUTRK, 1997, hal II – 4

TABEL 1.3
MATERI YANG PERDAGANGAN
TUNTUTAN PEWADAHAN DAN SIFAT

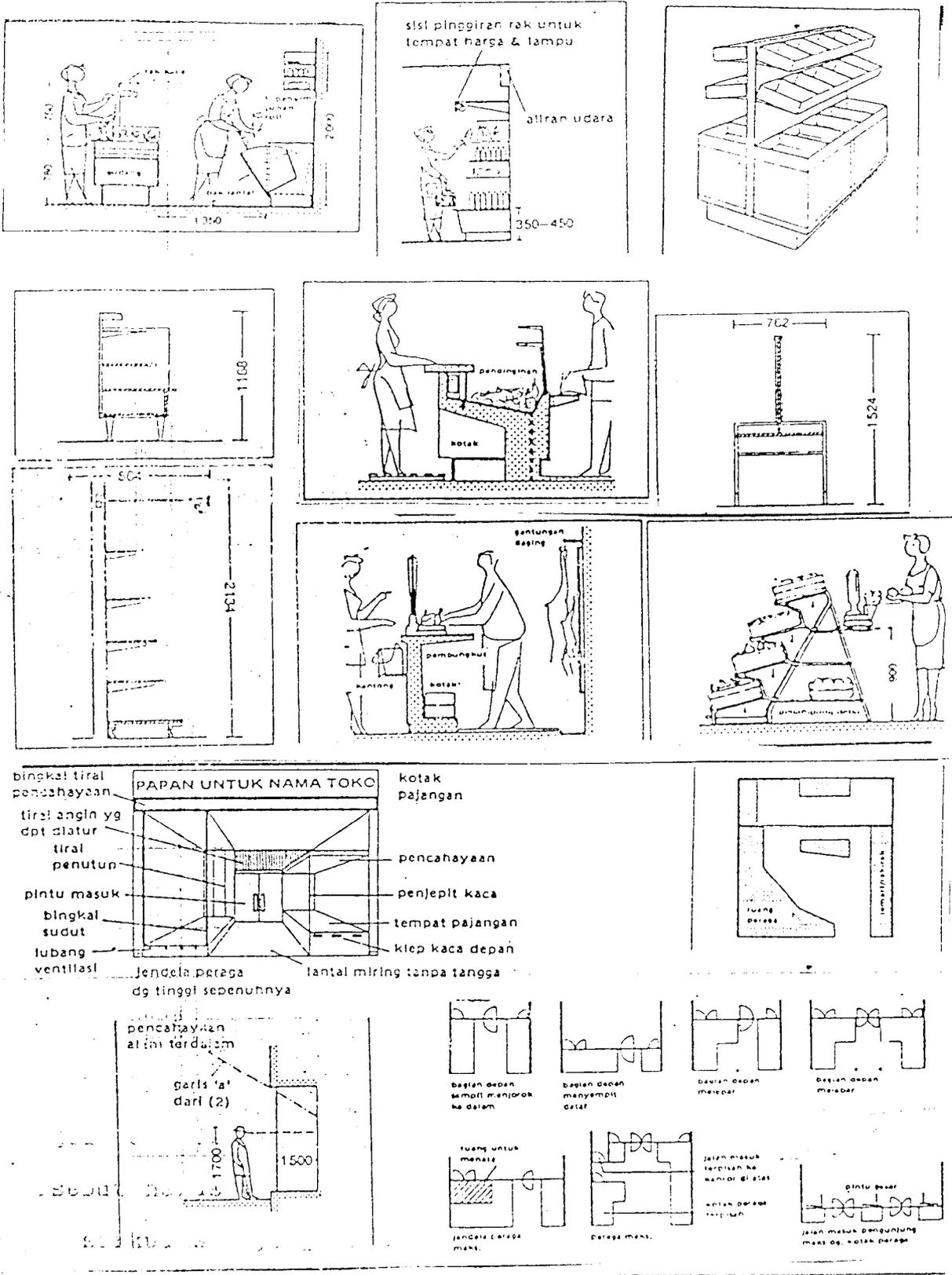
Jenis Dagangan	Nama Dagangan	Tuntututan Pewadahan					Sifat				
		Resiko		Sifat			Bersih	Tidak Bau	P a d a t	K e r i n g	Tahan lama
		Mudah pecah	Tidak mudah pecah	Besar > 0,25 m ²	Sedang 0,1-0,25 m ²	Kecil < 0,10 m ²					
Kebutuhan Sehari-hari	Bahan makanan	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓/x
	Makanan jadi	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓/x	✓/x
	Buah	✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	-
	Sayur	✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	-
	Daging	✓	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓/x	-
	Ikan	✓	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓/x	-
Kelontong Perabot dan Perkakas		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pakatan Sepatu Dll		-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		✓/x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Perhiasan Dan asesoris	Emas Optic dan arloji Parfum	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keramik Barang Pecah belah		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Electronik	TV, Tape, radio dll	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓

Sumber : analisa

V = Ya

X = Tidak

- = Nihil

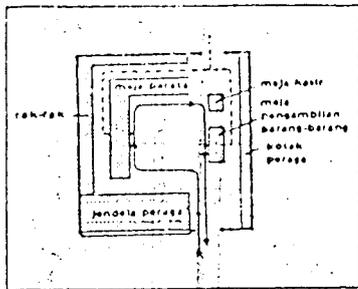


Bentuk wadah penyajian barang dan standur pada shopping center
 Sumber : Data Arsitek, 1991, hal 190, 193, 195, 196

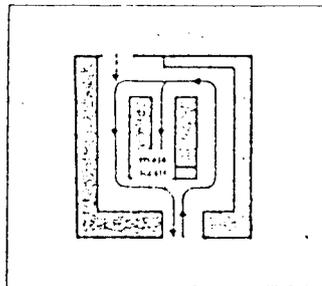
2. Tempat untuk menampung kegiatan

- a. lay out toko
- b. lay out toko besar

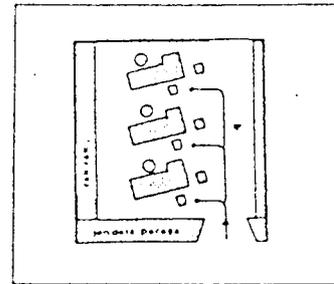
a) lay-out perabot toko



1. Dengan pengaturan perletakan yang memungkinkan pengunjung bergerak pada jalur yang sama mulai bergerak dari pintu masuk, terus ke meja penjualan, meja pembungkusan dan terus keluar tanpa harus bolak balik sirkulasinya.

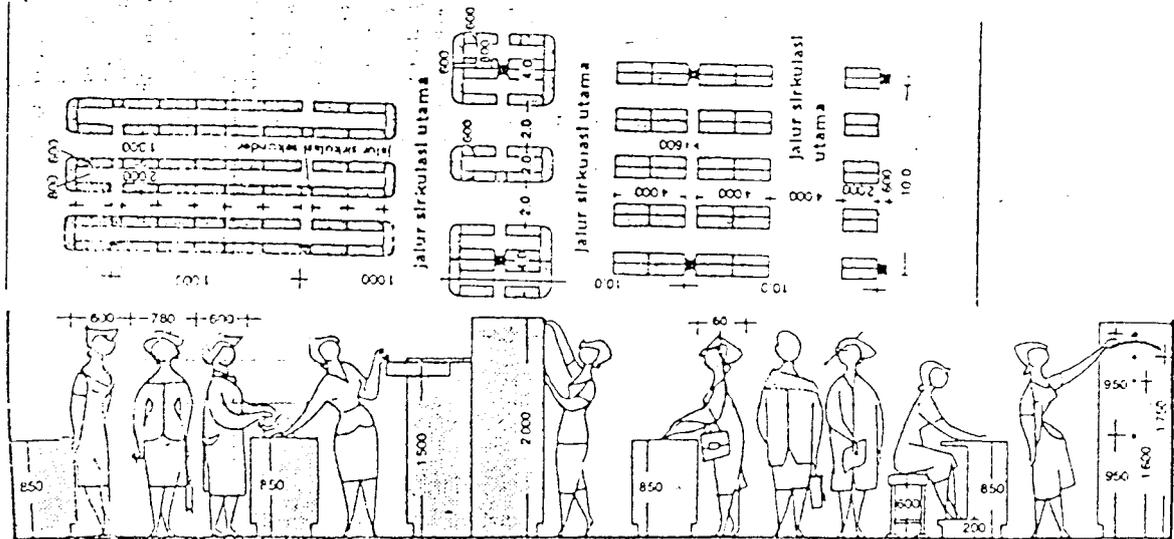


2. Tanpa pemisahan jalur gerak antara pengunjung dan pramuniaga; seluruh ruang dapat dijelajahi oleh para pengunjung sendiri tanpa harus dilayani (self-service = swalayan).



3. Toko untuk melayani perorangan atau dg meja peralatannya, misalnya untuk mencoba kacamata pada toko kacamata.

b) lay out perabot pada toko besar



lay out barang toko dan toko besar pada shopping center
Sumber : Data Arsitek, 1985, hal 192, 199

Perkiraan kuantitatif pengunjung yang diserap shopping center berdasarkan jangkauan pelayanan pada pasar tradisional.

- Perkiraan jumlah penduduk kecamatan Juana (tabel 1.1) untuk 10 - 15 tahun yang akan datang sebesar :

rumus ; $P_t = P_o (1 + r)^t$

P_t : tahun yang direncanakan
 P_o : tahun awal
 r : rata – rata pertumbuhan
 t : rata-rata tahun

$$P_{2014} = 75.327 (1 + 0,97)^5$$

$$= 123.027 \text{ jiwa.}$$

Jadi prediksi secara kuantitas untuk golongan menengah keatas berdasarkan tabel 1.4 jumlah penduduk kecamatan Juana pada tahun 2014, yang diserap oleh pelayanan shopping center adalah sebesar:

$$\frac{19,58}{100} \times 123.027 = 24.088 \text{ jiwa}$$

Sedangkan prediksi secara kuantitas untuk golongan menengah kebawah dengan jumlah penduduk kecamatan juana pada tahun 2014, yang diserap berdasarkan tabel 1.2 yang diserap oleh pelayanan pasar tradisional adalah sebesar:

$$\frac{79,49}{100} \times (123.027 - 24.088) = 78.646 \text{ jiwa}$$

dari prediksi tersebut maka dapat ditentukan kebutuhan besaran ruang yang akan menampung kegiatan transaksi, promosi dan rekreasi dengan pertimbangan luasan site dan jumlah pedagang yang dapat diserap oleh shopping center.



PEMERINTAH KABUPATEN DAERAH TINGKAT II PATI
DINAS PENGELOLAAN PASAR

Komplek Pasar Puri Baru Lantai 2

Jl. Kol. Sunandar Telp. 81423 P A T I - 59113

SURAT - KEBERANGKAIAN

Honor : 072/304

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. N a m a : Drs. IMAN SUGHIARMANO.
b. J a b a t a n : Kepala Dinas Pengelolaan Pasar
Kabupaten Dati II Pati.

dengan ini menerangkan bahwa :

- a. N a m a : IMAN ZARONI
b. Tempat/tanggal lahir : Pati, 01 Januari 1975
c. Kebangsaan : Indonesia
d. Pekerjaan : Mahasiswa (UII Yogyakarta)
e. A l a n a t : Ds. Tlogorun RE.03 RW.03
Kecamatan Welarijaksa.

2. Berdasarkan surat Kantor Sospol Kabupaten Dati II Pati nomor R/072/554/P/VIII/99 tanggal 28 Agustus 1999 bermaksud meng - adakan survey dalam rangka memenuhi tugas akhir dengan pro - posal berjudul " PENGEMBANGAN PENATAAN PASAR JUANA SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGGUNAAN PASAR SEBAGAI PENUNJANG EKONOMI MASYARAKAT " di lokasi Pasar Juana Baru terhitung dari tanggal 20 Agustus s/d 20 Hopenber 1999.

3. Berhubung dengan maksud tersebut diminta Kepala Pasar Juana Baru untuk dapat memberikan bantuan serta fasilitas seperlunya.

4. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pati, /September 1999

KEPALA DINAS PENGELOLAAN PASAR
KABUPATEN DATI II PATI

Drs. IMAN SUGHIARMANO

Penata M.I.

NIP. 500 046 119.

PERKIRAAN KEBUTUHAN BESARAN RUANG SHOPPING CENTER

Luas Bangunan

Luas site \perp 10800 m²

Rencana pelebaran jalan – jalan yang mengelilingi site disesuaikan dengan RUTRK tahun 1997 – 2007 :

- Jalan Kemudo dari 6 m menjadi 8 m
- Jalan Sunan Ngerang dari 6 m menjadi 10 m
- Jalan lingkungan site tetap

Luas site setelah adanya pemotongan karena pelebaran jalan menjadi \perp 10177 m²

KDB untuk jenis $= 80 \%$

Luas dasar bangunan $= 80 \% \times 10177 = 8141 \text{ m}^2$

Diasumsikan luas total lantai kebutuhan ruang shopping center = 25183 m²

Jumlah lantai = $25183 : 8141 = 3 - 4$ lantai

Jadi Jumlah lantai adalah = 3 lantai

Diasumsikan besaran ruang tiap kegiatan adalah:

1. Ruang fasilitas perbelanjaan

a. Pertokoan

Ruang penjualan diasumsikan pedagang tetap untuk 10 tahun yang akan datang sebanyak 574 unit (lihat hitungan)

- Unit toko 18 m² ; 50 % = 18 x 287 unit $= 5166 \text{ m}^2$
- Unit toko 36 m² ; 30 % = 36 x 172 unit $= 6192 \text{ m}^2$
- Unit toko 54 m² ; 20 % = 54 x 115 unit $= 6210 \text{ m}^2$

Luas total $= 17568 \text{ m}^2$

b. kios dan los

pedagang kaki lima, dengan jenis dagangan kebutuhan sehari – hari diasumsikan 20 % dari pedagang tetap

- 20% x 574 unit = 114,8 – 115 unit

- Kios 10 % dari 574 = 58 unit

. Ruang penyajian barang $= 8 \text{ m}^2$

. penyimpanan stok barang dagangan khusus $= 2 \text{ m}^2$

. Sirkulasi 20 % $= 2 \text{ m}^2$

Luas total $= 12 \text{ m}^2$

Jumlah kios 58 unit x 12 m² $= 696 \text{ m}^2$

- Los 10 % dari 574 unit = 57 unit

Modul yang digunakan 20m² tiap unitnya berukuran (1,25 m x 2 m) yang digunakan untuk 1 – 8 pedagang.

Ruang penyajian barang $= 2,5 \text{ m}^2$

Jumlah los 57 unit x 2,5m² $= 142,5 \text{ m}^2$

Sirkulasi 20 % $= 29 \text{ m}^2$

Luas total $= 174 \text{ m}^2$

- Departement store

Ruang penjualan diasumsikan 300 org (@ = 2m²)

300 x 2 $= 600 \text{ m}^2$

ruang karyawan dan gudang 10 % x 600 $= 60 \text{ m}^2$

	ruang sirkulasi dan service 20% x 600	=	120 m ²
	Luas total	=	780 m ²
-	Supermarket		
	Ruang penjualan diasumsikan 300 org (@ = 2m ²)		
	300 x 2	=	600 m ²
	ruang karyawan dan gudang 10 % x 600	=	60 m ²
	ruang sirkulasi dan service 20% x 600	=	120 m ²
	Luas total	=	780 m ²
	<i>Luas total fas perbelanjaan</i>	=	<i>19998 m²</i>
2.	Ruang fasilitas rekreasi		
a.	Billiard center		
-	Ruang bermain untuk meja 10 kursi @ 10 m ²	=	100 m ²
-	Ruang pengelola, administrasi dan service	=	20 m ²
-	Counter desk	=	6 m ²
-	Kafetaria	=	6 m ²
-	Lobby 25 % dari ruang bermain	=	25 m ²
	Luas total	=	157 m ²
b.	Ruang bermain anak		
-	Mesin 50 buah @ 2 m ²	=	100 m ²
-	Ruang duduk 50 @ 0,6 m ²	=	30 m ²
-	Ruang bermain 40 orang @ 2,5 m ²	=	100 m ²
-	Ruang administrasi	=	16 m ²
-	Ruang karyawan 10 @ 1,5 m ²	=	15 m ²
-	Kantin	=	15 m ²
-	Gudang dan sirkulasi = 20 % x 100	=	20 m ²
	Luas total	=	296 m ²
c.	Restoran		
-	Ruang makan dan minum 100 org @ 1,5 m ²	=	150 m ²
-	Ruang karyawan, dapur, gudang 25%x150	=	37,5 m ²
-	Sirkulasi dan service 20%x150	=	30 m ²
-	Luas total	=	217,5 m ²
d.	Pujasera		
-	Ruang makan dan minum 100 org @ 1,5 m ²	=	150 m ²
-	Ruang karyawan, dapur, gudang 25%x150	=	37,5 m ²
-	Sirkulasi dan service 20%x150	=	30 m ²
-	Luas total	=	217,5 m ²
	Luas total	=	888 m ²
3.	Ruang pengelola		
a.	Ruang manajemen		
-	ruang pimpinan 2 orang @ 6,25 m ²	=	12,50 m ²
-	ruang staff pimpinan 3 org @ 6,25 m ²	=	18,75 m ²
-	ruang rapat 15 orang @ 6,25 m ²	=	22,50 m ²
-	ruang karyawan 5 orang @ 6,25 m ²	=	31,25 m ²
	Luas Total	=	102 m ²
b.	Ruang pelayanan umum		
-	Pos jaga @ 4 m ²	=	8 m ²

- Mushola 25 org @ 0,92 m ²	=	23 m ²
- Ruang wudhu dan km/wc 25%x23	=	5 m ²
Luas total	=	36 m ²
c. Lavatory		
Luas total untuk pria dan wanita	=	36 m ²
d. Ruang utilitas		
- Ruang operator	=	4 m ²
- Ruang elektrik	=	18 m ²
- Ruang AHU	=	24 m ²
- Ruang cooling tower	=	12 m ²
- Ruang genset	=	42 m ²
- Ruang pompa	=	18 m ²
- Ruang storage tank	=	18 m ²
- Ruang penampungan sampah sementara	=	16 m ²
Luas total	=	152 m ²
Luas total	=	326 m ²

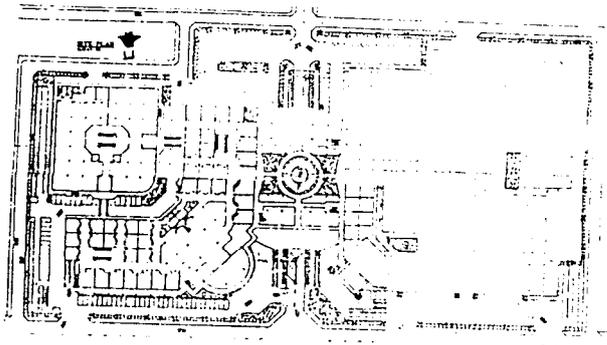
Parkir Dengan standard 60 m²/p. maka kebutuhan mobil = $21212 : 60 = 353$
 mobil 353 x @ 11,25 = 3971 m²

B. KONSEP TATA RUANG LUAR

Pemisahan jalur sirkulasi manusia dengan kendaraan yaitu pedestrian dan plaza secara jelas dengan elemen- elemen vegetasi untuk kenyamanan.

Ruang parkir yang mengelilingi kawasan sangat memudahkan akses dan berfungsi sebagai open space dengan main entrance di jalan utama sesuai dengan kapasitas kebutuhan parkir.

Open space sebagai ruang bersama untuk menjadi terpadu dengan sculpture dan taman serta untuk kegiatan pedagang kaki lima.



C. KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN

- Bentuk bangunan menggunakan pola linear memusat
- Adanya unsur kejelasan, kemencolokan, keakraban dan kebaruan dengan karakter bentuk-bentuk dan permainan bidang dan atap.
- Overlapping bentuk dari shopping center dan pasar tradisional pada ruang bersama (open space) sehingga terjadi keterpaduan antara modern dan tradisional sebagai unsur citra dari penampilan bangunan.



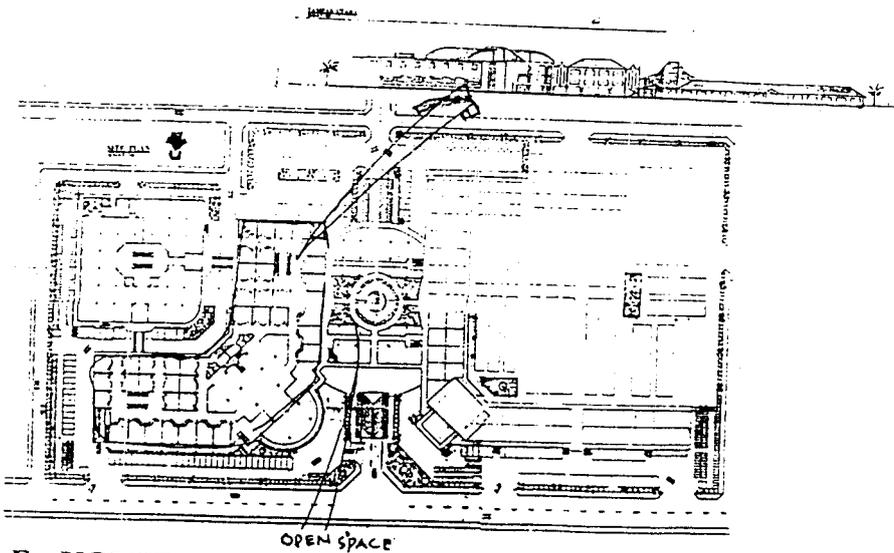
D. KONSEP SISTEM STRUKTUR

- Struktur atap menggunakan baja sebagai unsur kebaruan
- Menggunakan sistem struktur kolom dan balok dengan plat lantai.
- Menggunakan sistem pondasi basement dengan foot plat.



E. KONSEP PENCAHAYAAN DAN PENGHAWAAN

- Pencahayaan alami dengan bukaan-bukaan yang menggunakan penutup sunscreen untuk mengatasi sinar matahari langsung, penggunaan void pada eskalator dan exhibition hall serta plaza pada ruang bersama sebagai bentuk perpaduan.
- Pencahayaan buatan dengan efek pencahayaan lampu khususnya pada etalase sebagai unsur menarik pada fasilitas komersial.
- Penghawaan buatan menggunakan sistem AC central dengan kontrol pada AHU
- Penghawaan alami dengan bukaan jendela dan ventilasi.



F. KONSEP UTILITAS

- Unsur jaringannya menggunakan shaft-shaft sebagai tempat jaringan utilitas.
- Air bersih menggunakan down feed system dengan elevated water tank.
- Sistem bahaya kebakaran dengan tangga darurat dan fire protection
- Sistem komunikasi memakai PABX (private auto branch exchange)
- Jaringan listrik menggunakan tenaga PLN dan genset
- Sistem sampah menggunakan shaft sampah dan tempat pembuangan sementara dan tempat pembuangan akhir dengan truk sampah.