

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Prakata.....	v
Abstraksi.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Tinjauan Perekonomian di Semarang.....	1
1.1.2. Perkembangan Kawasan Perdagangan di Semarang..	3
1.1.3. Perkembangan Sistem Wadah Perbelanjaan.....	5
1.1.4. Pengembangan Wisata Dalam Kota.....	7
1.2. Permasalahan dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1. Area problem.....	7
1.2.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan dan Sasaran.....	9
1.3.1. Tujuan.....	9
1.3.2. Sasaran.....	9
1.4. Lingkup Pembahasan.....	9
1.5. Metode Pembahasan.....	10
1.6. Sistimatika Pembahasan.....	10

BAB II. SHOPPING MALL : TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN DAN REKREASI

2.1. Tinjauan Pusat Perbelanjaan.....	11
2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	11
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	12
2.2. Tinjauan Fasilitas Rekreasi.....	15
2.2.1. Pengertian Rekreasi.....	15
2.2.2. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi.....	15
2.3. Tinjauan Shopping Mall.....	16
2.3.1. Pengertian Shopping Mall.....	16
2.3.2. Karakteristik Shopping Mall.....	17
2.3.3. Mall Sebagai Ruang Penting Dalam Sopping Mall.	17
2.4. Simpulan Penggabungan Fasilitas Belanja dan Rekreasi Pada Shopping Mall.....	25

BAB III. SHOPPING MALL SEBAGAI WADAH SEKTOR PERDAGANGAN FORMAL DAN INFORMAL

3.1. Tinjauan Sektor Perdagangan Formal.....	26
3.1.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal.....	26
3.1.2. Klasifikasi Sektor Perdagangan Formal.....	26
3.1.3. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal.....	26
3.1.4. Karakteristik Pola Kegiatan Perdagangan Formal.....	29
3.2. Tinjauan Sektor Perdagangan Informal.....	29
3.2.1. Tinjauan Historis.....	30
3.2.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal.....	31
3.2.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal.....	32
3.2.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal.....	33
3.2.5. Karakteristik Pola Kegiatan Perdagangan Kaki Lima.....	37
3.3. Tinjauan perkembangan Perdagangan Sektor Informal di Indonesia.....	39
3.3.1. Relevansi Perwadahan Perdagang Formal dan Informal.....	40
3.3.2. Simpulan Penggabungan Sektor Perdagangan Formal dan Informal.....	42

BAB. IV STUDI PENGEMBANGAN SHOPPING MALL DI SEMARANG

4.1. Tinjauan Kota Semarang.....	44
4.1.1. Kondisi Umum Kota Semarang.....	44
4.1.2. Kondisi Khusus Perdagangan Kota Semarang.....	48
4.1.3. Kegiatan Perdagangan Kota Baru.....	50
4.2. Studi Pusat Belanja di Kota Baru.....	53
4.2.1. Analisis Karakter.....	53
4.2.2. Studi Penilaian Kualitatif.....	58
4.3. Studi Perilaku Pengunjung.....	70
4.3.1. Pendekatan Teoritik Segmentasi Pengunjung.....	71
4.3.2. Pendektan Sosio Budaya Pengunjung.....	73
4.4. Pengembangan Shopping Mall Sebagai Pusat Belanja dan Rekreasi yang Bercitra Familiar.....	76

BAB. V PENDEKATAN DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

5.1. Pendekatan Potensi Lokasi.....	78
5.1.1. Sektor Informal.....	78
5.1.2. Tinjauan Lokasi Jalan Mataram.....	82
5.1.3. Alternatif dan Pemilihan Site.....	83
5.1.4. Analisis Site.....	85
5.2. Pendekatan Penggabungan Kegiatan Sektor Perdagangan Formal dan Informal.....	87
5.2.1. Karakter Kegiatan Pelaku Sebagai Penentu Tata Ruang.....	87
5.2.2. Analisis Pola Penggabungan Kegiatan Formal dan Informal.....	93
5.2.3. Ruang Terbuka dan Mall Sebagai Ruang Perantara Pedagang Formal dan Informal.....	100
5.3. Pendekatan Kebutuhan Ruang.....	104
5.3.1. Pengelompokan Ruang.....	104
5.3.2. Hubungan Ruang.....	105
5.4. Pendekatan Karakter Ekspresi Visual.....	106
5.4.1. Tampilan Bangunan.....	107
5.4.2. Mall.....	109

BAB. VI KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

6.1. Konsep Dasar Pusat Belanja dan Rekreasi yang Menggabungkan Pedagang Formal dan Informal.....	116
6.2. Konsep Dasar Penampilan Bangunan.....	118
6.3. Konsep Dasar Tata Ruang Luar.....	119
6.3.1. Pola Ruang Luar.....	119
6.3.2. Ruang Terbuka.....	119
6.3.3. Tata Vegetasi/ Pertamanan.....	123
6.4. Konsep Dasar Tata Ruang Dalam.....	124
6.4.1. Pengelompokan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang...	125
6.4.2. Karakter dan Tuntutan Ruang.....	126
6.4.3. Organisasi Ruang Pada Shopping Mall.....	128
6.5. Konsep Dasar Pergerakan.....	129
6.6. Konsep Dasar Sistem Struktur dan Utilitas.....	131
6.6.1. Sistem Struktur.....	131
6.6.2. Sistem Utilitas.....	132

DAFTAR PUSTAKA.....	135
---------------------	-----

LAMPIRAN

KILAS UCAP

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Skema Perkembangan Kawasan Perdagangan di Semarang...	4
2.1. Shopping Street.....	14
2.2. Bentuk Bentuk Mall yang Berhasil Pada Umumnya.....	19
2.3. Beberapa Bentuk Tata Letak Shopping Mall.....	19
2.4. Variasi bentuk Mall.....	21
2.5. Sistem Penerangan Melalui Skylight.....	22
2.6. Contoh Penempatan Bangku Pada Area Mall.....	24
3.1. Pola Kegiatan Sektor Perdagangan Formal.....	29
3.2. Pedagang Kaki Lima.....	31
3.3. Penyajian Oleh Pedagang Tetap.....	33
3.4. Penyajian Barang oleh Pedagang Tidak Tetap.....	35
3.5. Pelayanan Jual Beli Sektor Perdagangan Informal.....	36
3.6. Pola Kegiatan Pedagangan Kaki Lima.....	37
4.1. Pola Ruang Kota Semarang.....	47
4.2. Skema Analisis Studi Pusat Belanja.....	56
4.3. Mickey Morse.....	58
4.4. Sistem Zoning dan Jalur Sirkulasi.....	59
4.5. Gajah Mada Plaza.....	60
4.6. Simpang Lima Plaza.....	62
4.7. Sri Ratu, Jl. Pemuda.....	64
4.8. Pola Sirkulasi dan Zoning.....	65
4.9. Sri Ratu Peterongan.....	67
4.10. Pertokoan, Jl. Pandanaran - A Yani.....	68
4.11. Asumsi Jenjang Ekonomi Asal.....	73
5.1. Perwadahan Sektor Informal di Mall Terbuka.....	80
5.2. Alternatif Perwadahan Pada Ruang Terbuka.....	80
5.3. Pengaruh Letak Sektor Informal dan Aliran Pengunjung.....	81
5.4. Hubungan dengan Sektor Informal.....	81
5.6. Pusat-pusat Kegiatan	82
5.7. Alternatif Site.....	86
5.8. Macam-macam Lay Out pada Ruang Toko.....	89
5.9. Variasi Fasade Toko yang Bersifat Promotif.....	89
5.10. Studi Keseharian Pedagang Kaki Lima dan Perkembangan.....	90
5.11. Alternatif I.....	94
5.12. Alternatif II.....	96
5.13. Alternatif III.....	97
5.14. Alternatif Penggabungan Pedagang Formal Dan Informal.....	98
5.15. Bentuk-bentuk Perhubungan Parkir dengan Bangunan.....	101
5.16. Plaza yang Mempunyai Kesan Kuat.....	102

5.17. Alternatif Unsur Titik Pada Plaza yang Memperkuat Ruang	102
5.18. Macam-macam Tempat Duduk Pada Plaza.....	103
5.19. Penempatan Kios pada Mall.....	104
5.20. Kriteria Pengelompokan Ruang.....	105
5.21. Skema Hubungan Ruang.....	105
5.22. Skema Analisis Kontak Visual.....	106
5.23. Pertokoan Jl. A Yani.....	108
5.24. Pertokoan Jl. Pandanaran.....	108
5.25. Morfologi Tempat Belanja.....	110
5.26. Bentuk Dasar Mall.....	111
5.27. Pengaruh Proporsi pada Karakter Ruang.....	112
5.28. Pengaruh Skala Manusia pada Proporsi Ruang.....	113
6.1. View dan Vista ke Dalam Bangunan.....	116
6.2. Perluasan Tata Ruang Luar Shopping Mall Sebagai Bagian Ruang Belanja Dan Rekreasi.....	117
6.3. Penampilan Bangunan.....	118
6.4. Pola Ruang Luar.....	119
6.5. Wadah Bagi Pejalan Kaki.....	120
6.6. Kaki Lima dan Bak Tanaman.....	121
6.7. Kaki Lima dan Pengerasan di Sekeliling Bak.....	122
6.8. Elemen Ruang Luar.....	123
6.9. Tata Ruang Vegetasi Ruang Luar.....	124
6.10. Perletakan Nama Toko Pada Shopping Mall.....	125
6.11. Organisasi Ruang Pada Shopping Mall.....	128
6.12. Sirkulasi dan Pedagang Informal Pada Mall Bangunan.....	129
6.13. Sirkulasi Pada Shopping Mall.....	130
6.14. Pengembangan Pencapaian dan Sirkulasi Menuju Tapak.....	131
6.15. Skema Pengangkutan Sampah.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III-1. Karakter Perwadahan Fisik Pedagang Formal dan Informal.....	41
IV -1. Komposisi Penduduk.....	45
IV -2. Resume Analisis.....	69
IV -3. Pilihan Tempat Segmem Pengunjung.....	72
V - 1. Pembobotan Site (Indikator 5.1.3).....	84
V - 2. Kondisi Jalan.....	86
V - 3. Analisis Pola Penggabungan Kegiatan Pedagangan Formal Informal.....	95
V - 4. Analisis Ruang Perantara dan Wujudnya.....	99
V - 5. Pengaruh Karakter Warna Pada Ruang.....	114