

PERPUSTAKAAN FTSP UI
HADIAH/BELI

TGL TERIMA : 23/07/2006

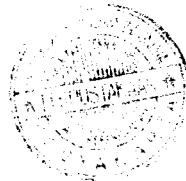
NO. BUCH. : 002110

5120002110001

LAPORAN TUGAS AKHIR PERANCANGAN

**SHOPPING MALL BAHAN BANGUNAN
PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP KOMERSIAL PADA PENGATURAN
POLA TATA RUANG DAN SIRKULASI**

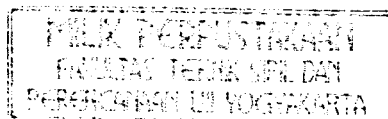
**BUILDING MATERIAL SHOPPING MALL
APPLYING COMERCIAL PRINCIPLES ON SPATIAL ORGAIZATION AND
CIRCULATION**



Disusun Oleh :
ERLINA BUDIARTI
01.512.026

Dosen Pembimbing:
Ir. ARMAN YULIANTA, MUP.

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ada cahaya dalam kegelapan akan tetapi ada pula yang tidak bisa melihat cahaya itu. Setiap masalah yang datang adalah tantangan bagiku dan bukan beban berat yang memaksaku untuk berhenti terlalu awal. Maka tetaplah bertahan dan terus bekerja sebelum orang lain berhenti.

Kuselesaikan Tugas Akhir ini sebagai sebagai wujud tanggung jawab kuliah dan juga sebagai curahan rasa baktiku atas semua yang telah di diberikan dan semangat yang selalu ditujukan untukku. Inilah wujud rasa sayangku untuk :

- 1. Ibu, seluruh hidupmu yang kau curahkan untukku. Baru ini hadiah kecil untukmu yang bias kuberikan. Minta doa restu untuk langkah selanjutnya.*
- 2. Bapakku, segala daya dan upaya telah kau berikan untuk membiayai hidupku selama ini. Curahan kasih sayang dalam setiap detak jantung dan nafasmu. Akankubuktikan ku mampu penuhi maumu.*
- 3. Simbah putriku, ingin sekali kau melihat kesuksesan hidupku tapi belum sempat kugapai semua itu kau tlah pergi. Doarestu, semangat serta cintamu selalu mengalir dalam darahku, semoga kau melihat kebahagiaanku disana.*
- 4. Adikku semoga apa yang kulakukan bias menjadi tauladan bagimu walaupun itu sedikit sekali.*

Semoga kesuksesan kecil ini bisa membuat hati mereka bahagia.

Amin

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.wr.wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa salawat serta salam kepada junjungan nabi besar kita Muhammad Saw atas bimbingan kejalan yang lurus dan benar.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini tentu saja penulis mendapat banyak bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk bantuan dan dukungan kepada :

1. Allah SWT atas segala petunjuk yang mampu melapangkan pikiranku serta mengabulkan doa-doaku.
2. Kedua orangtuaku tercinta, Ibu, bapak terimakasih atas doa, cinta, semangat serta dorongan baik moril maupun materiil yang telah diberikan hingga saat ini.
3. Bp Ir. Revianto B.S, M. Arch. Selaku ketua jurusan Teknik Arsitektur UII.
4. Bp. Ir. Arman Yulianta, MUP. Selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Pak terimakasih atas semua ejekan dan kritiknya yang selalu bikin semangat untuk berusaha lebih baik.
5. Bp. Ir. Priyo Pratikno, MT. Selaku dosen penguji Tugas Akhir yang bersedia memberikan arahan dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen Arsitektur UII.
7. Adikku Bambang terimakasih atas doa dan bantuannya. Yang semangat ya belajarnya biar cita-citamu tercapai! Ok!
8. Om Diyono dan keluarga terimakasih atas perhatian dan dukungannya. Maaf selama di Semarang jadi anak manja minta dianter kesana kemari.
9. Eyang kakung sekeluarga, almarhumah (nenek widiharjo, eyang kakung dan eyang putri Murmo pawiro) terimakasih atas doa, cinta dan dukungannya. Semuanya merupakan semangat yang membara dalam kehidupanku.

10. Bp. Ir. Johny. H. MM. yang selalu membimbing dan bikin orang penasaran, dibuat bingung, jadi bahan ejekan.duh.....memalukan sekali! Terimakasih atas semua hal baru yang sudah dikenalkan dan kuliah pagi yang diberikan sebelum ngantor.
11. Mas Suin trims atas bimbingan dan petunjuk yang diberikan, semuanya sangat berarti. Cayo.....manual.....tetep hidup. He....he....kualitas gambarku agak meningkat...lumayan.....
12. Pak Yayak, mbak Cisil, mbak Rini, mbak Djum, mas Joko, mas Beta, mas Alex, mas Edi, mas Rahnu, Guntur, Budi, Herman, Dwi, Dani, Haris dan seluruh crew Graha Garda di Semarang trims atas semua yang pernah ada dan pernah diberikan.
13. Sahabatku Eka dan keluarga makasih semuanya, tanpa bantuanmu entahlah aku tak tau.
14. Fitri, Rini, Adit, Taufik, Irvan, Bayu akhirnya kita semua lulus.
15. Semua temen-temen seperjuangan di studio dan seluruh temen-temen Arsitektur 2001 tetep semangat tuk hidup selanjutnya.
16. Dewi, tari, Irma, Erwin, Farukh, Faizal, Ardi kapan main ke Sanglor lagi????
17. Mas Tutut, mas Sarjiman trims ya atas semua bantuan dan arahanya selama di studio. Maaf selalu ngerepotin.
18. Keluarga besar almarhumah Bp Pardi terimakasih atas doronganya untuk masuk jurusan arsitektur.
19. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhirnya hanya ucapan syukur dan terimakasih, dan penulis mendoakan semoga Allah Swt, yang akan membalas kebaikan Bapak, Ibu, Kedua orang tuaku, saudara-saudara dan rekan-rekan sekalian. Amin.

Wasalamu'alaikum.wr.wb.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| ABSTRAKSI | xiii |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1. Judul Proyek | 1 |
| 1.2. Latar Belakang Proyek | 1 |
| 1.3. Tinjauan dan Sasaran | 2 |
| 1.3.1. Tujuan..... | 2 |
| 1.3.2. Sasaran..... | 2 |
| 1.4. Permasalahan Umum | 3 |
| 1.4.1. Wujud Shopping Mall Bahan Bangunan..... | 3 |
| 1.4.2. Lokasi..... | 3 |
| 1.5. Permasalahan Khusus | 3 |
| BAB II | |
| 2.1. Data dan Teori | 4 |
| 2.1.1. Profil Proyek..... | 4 |
| 2.1.2. Lokasi..... | 4 |
| 2.1.3. Produk yang Dijual..... | 8 |
| 2.1.4. Besar Ruang / Program Ruang..... | 11 |
| 2.1.5. Karakteristik Pengguna..... | 13 |
| 2.1.6. Penempatan Retail Penjualan..... | 16 |
| 2.1.7. Data Klien..... | 16 |
| 2.1.7.1. Perspektif Klien..... | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.7.2.Fungsional..... | 17 |
| 2.1.7.3.Performance..... | 17 |
| 2.1.8.Tanggapan Design..... | 18 |
| 2.1.8.1.Fungsional..... | 18 |
| 2.1.8.2.Performance..... | 18 |
| 2.1.9.Metode Perancangan..... | 18 |
| 2.1.9.1.Repersentasi Bentuk Arsitektural..... | 18 |
| 2.2. Tinjauan Shopping Mall..... | 20 |
| 2.2.1.Pengertian Shopping Mall..... | 20 |
| 2.2.2.Pengertian Shopping Mall..... | 20 |
| 2.2.3.Unsur-unsur dalam Shopping Mall..... | 21 |
| 2.2.4.Karakter dasar Shopping Mall..... | 21 |
| 2.2.4.1.Standard Shopping Mall..... | 21 |
| 2.2.4.2.Bentuk Mall..... | 22 |
| 2.2.4.3.Jenis Kegiatan dalam Shopping Mall..... | 22 |
| 2.2.4.4.Klasifikasi Pusat Perbelanjaan..... | 22 |
| 2.2.4.5.Materi yang Diperdagangkan..... | 24 |
| 2.3. Kajian Konsep-konsep Prinsip Komersial Bangunan..... | 25 |
| 2.3.1.Pengertian Komersial..... | 25 |
| 2.3.2.Tinjauan Penampilan Bangunan..... | 26 |
| 2.3.3.Citra Visual Bangunan..... | 26 |
| 2.3.4.Tinjauan Elemen Bangunan..... | 27 |
| 2.3.5.Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat perbelanjaan..... | 28 |
| 2.3.5.1.Pola Lay Out Mall..... | 28 |
| 2.3.5.2.Dimensi Mall..... | 29 |
| 2.3.5.3.Proporsi Mall..... | 30 |
| 2.3.5.4.Tata Letak Tenant / Area Jual Beli..... | 30 |
| 2.3.5.5.Pencahayaan..... | 30 |
| 2.3.5.6.Fasilitas dan Elemen pada Mall..... | 31 |
| 2.3.6.Pengertian Sirkulasi..... | 31 |
| 2.3.6.1.Kecepatan Berjalan..... | 32 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.6.2. Standard Ruang Sirkulasi..... | 32 |
| 2.3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Ruang Gerak..... | 32 |
| 2.3.6.4. Dimensi Ruang dan Sirkulasi..... | 32 |
| 2.3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall..... | 33 |
| 2.3.7. Pengertian Ruang Dalam..... | 34 |
| 2.4. Analisa Pendekatan Konsep Perancangan..... | 34 |
| 2.4.1. Konsep Bentuk..... | 34 |
| 2.4.1.1. Gagasan Bentuk Dasar..... | 34 |
| 2.4.1.2. Gagasan Pengembangan Bentuk..... | 35 |
| 2.5. Tanggapan Terhadap Site..... | 36 |
| 2.5.1. Peta Lokasi..... | 36 |
| 2.5.2. Sirkulasi pencapaian..... | 37 |
| 2.5.3. View To Site..... | 37 |
| 2.5.4. Peredaran Matahari..... | 38 |
| 2.5.5. Keadaan Countur..... | 38 |
| 2.5.6. Existing Site..... | 40 |
| 2.5.7. Zonasi Ruang Terhadap Site..... | 41 |
| 2.5.8. Analisa sistem Parkir..... | 42 |
| 2.5.9. Parkir Analisa Pusat Perbelanjaan | |
| .Sifat Kegiatan Pusat Belanja..... | 42 |
| 2.5.10. Karakter Fisik Bangunan | |
| .Persyaratan Ruang..... | 43 |
| 2.5.11. Analisa Bentuk Sebagai Pembentuk Citra..... | 43 |
| 2.5.12. Analisa Bangunan..... | 45 |
| 2.6. Citra Komersial Sebagai Dasar Perencanaan dan Perancangan..... | 47 |
| 2.6.1. Bentuk, Pola Tata Ruang dan Sirkulasi Sebagai Pembentuk Citra | |
| Komersial Bangunan..... | 47 |
| 2.6.2. Struktur sebagai Pembentuk Citra Komersial..... | 61 |
| 2.6.3. Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra Komersial..... | 61 |
| 2.6.4. Simbol Sebagai Pembentuk Citra Komersial..... | 62 |
| 2.6.5. Ketinggian Bangunan..... | 62 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 2.6.6.Program Ruang..... | 62 |
| 2.6.7.Sistem Sirkulasi..... | 63 |
| 2.6.8.Konsep Sistem Struktur..... | 63 |
| 2.6.9.KOnsep Sistem Utilitas..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | |
| LAMPIRAN..... | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 1. Gambar 2.1.2. a.Peta Diy | 5 |
| b.Peta Lokasi Site | 6 |
| c.Foto Lokasi Site | 7 |
| 2. Gambar 2.1.3. a.Foto Lay Out Penjualan Material Bahan Bangunan | 9 |
| b.Foto Lay Out Penjualan Bahan Bangunan | 10 |
| 3. Gambar 2.1.9.1 a.Bentuk Bangunan Komersial | 19 |
| b.Pusat Perbelanjaan Kenari Djaja | 19 |
| c.Lay Out Penjualan di Mitra 10 | 19 |
| 4. Gambar 2.3.4 . a.Proporsi Vertikal dan Horisontal | 27 |
| b.Repetisi | 28 |
| c.Pola Lay Out Mall | 29 |
| d.Dimensi Mall | 29 |
| 5. Gambar 2.3.5.3.Proporsi Mall | 30 |
| 6. Gambar 2.3.6.3.Ukuran dan Kebutuhan Ruang Gerak | 32 |
| 7. Gambar 2.3.6.4.Dimensi Ruang dan Sirkulasi | 33 |
| 8. Gambar 2.4.1.1.Gagasan Bentuk Dasar | 34 |
| 9. Gambar 2.4.1.2.Gagasan Pengembangan Bentuk | 35 |
| 10.Gambar2.5.1.Lokasi Site Terpilih | 36 |
| 11.Gambar 2.5.2.Sirkulasi Pencapaian | 37 |
| 12.Gambar 2.5.3.View To Site | 37 |
| 13.Gambar 2.5.4.a.Peredaran Matahari | 38 |
| b.Alternatif Sirip dan Shading | 38 |
| 14.Gambar 2.5.5.a.Keadaan Countur | 38 |
| b.Potongan Countur | 39 |
| c.Potongan Saluran Drainase | 39 |
| 15.Gambar 2.5.6.Existing Site | 40 |
| 16.Gambar 2.5.7.a.Zonasi Ruang Makro | 41 |
| b.Zonasi Rung Mikro | 41 |

| | |
|--|----|
| 17. Gambar 2.6.1 a. Tampak Visual Bangunan..... | 47 |
| b. Entrance Pada Axonometri Bangunan..... | 48 |
| c. Tata Ruang pada Denah..... | 49 |
| d. Sirkulasi Pada Site Plan..... | 50 |
| e. Sirkulasi Pada Denah Lt 1..... | 51 |
| f. Kemenonjolan Pada Tampak..... | 52 |
| g. Keakraban Pada Tampak..... | 53 |
| h. Keakraban Pada Axonometri Bangunan..... | 54 |
| i. Cakupan Layanan Pada Denah Lt 1..... | 55 |
| j. Fleksibilitas Pada Lt 1..... | 56 |
| k. Kompleksitas pada Tampak..... | 57 |
| l. Detail Fasad..... | 58 |
| m. Kompleksitas Pada Susunan Denah Lt 1..... | 59 |
| 18. Gambar 2.6.2 a. Struktur Rangka Beton Bertulang..... | 61 |
| b. Struktur Frame Pada Sky Light..... | 61 |
| 19. Gambar 2.6.5. Skala Ketinggian Bangunan..... | 62 |
| 20. Gambar 2.6.7. Sirkulasi Pengunjung..... | 63 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1. Tabel 2.1.3. Produk yang Dijual..... | 8 |
| 2. Tabel 2.1.4. Besaran Ruang / Program Ruang..... | 11 |

**SHOPPING MALL BAHAN BANGUNAN
PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP KOMERSIAL PADA PENGATURAN POLA
TATA RUANG DAN SIRKULASI**

**BUILDING MATERIAL SHOPPING MALL
APPLYING COMERCIAL PRINCIPLES ON SPATIAL ORGANIZATION
AND CIRCULATION**

Nama : ERLINA BUDIARTI

No Mhs : 01.512.026

Dosen Pembimbing : Ir. Arman Yulianta, MUP.

Abstraksi

Kota Yogyakarta terkenal dengan sebutan kota pelajar. Banyaknya orang yang datang ke Yogya serta adanya pertumbuhan dari penduduk asli yang memicu laju pertumbuhan pembangunan di Yogyakarta. Guna memenuhi kebutuhan akan rumah tinggal dan fasilitas penunjang lainnya.

Untuk mendukung terwujudnya fasilitas tersebut maka dibutuhkan ketersediaan bahan bangunan yang memadai. Memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan, menyediakan aneka ragam pilihan kepada konsumen.

Salah satu solusi yang cocok untuk memenuhi berbagai macam ragam material bahan bangunan dalam satu wadah adalah dengan pembangunan shopping mall bahan bangunan. Wujud nyata dalam shopping mall bahan bangunan adalah bagaimana cara menciptakan pola tata ruang dan sirkulasi dimana tenant / penyewa retail memperoleh peluang yang sama untuk dikunjungi. Dan bagaimana cara menciptakan desain agar konsumen yang berkunjung memperoleh kemudahan dalam menemukan took yang diinginkan. Maka dari permasalahan mendasar tadi diperoleh solusi yang tepat dengan penerapan prinsip-prinsip komersial pada pola tata ruang dan sirkulasi, sebagai jawaban atas permasalahan dominant yang ada.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. JUDUL PROYEK

Shopping Mall Bahan Bangunan

Dengan penekanan pada penerapan prinsip-prinsip komersial pada pengaturan pola tata ruang dan pola sirkulasi.

Shopping Mall Bahan Bangunan dapat di artikan sebagai sebuah bangunan yang di gunakan sebagai tempat untuk mewedahi kegiatan jual beli material bahan bangunan khususnya yang bersifat sekunder. Keberadaan bangunan ini akan menjadi sarana penunjang pada perkembangan pembangunan di Yogyakarta.

1.2. LATAR BELAKANG

Dewasa ini laju pembangunan di Yogyakarta makin berkembang dengan pesat, seiring dengan pertumbuhan penduduk yang begitu pesat. Pemicu pertumbuhan penduduk tidak semata-mata berasal dari dalam Yogyakarta sendiri. Salah satu factor mendasar adalah image dari kota pelajar yang disandang oleh Yogyakarta sehingga banyak orang yang berbondong-bondong masuk untuk mengenyam studi di Yogyakarta. Sehingga kebutuhan akan bangunan rumah tinggal ataupun fasilitas-fasilitas penunjang lainnya juga semakin meningkat.

Faktor yang mendukung terwujudnya fasilitas rumah tinggal dan fasilitas pendukung lainnya adalah ketersediaan material bahan bangunan. Usaha di bidang penjualan bahan bangunan kian lama kian menjamur, seiring dengan peningkatan jumlah konsumen yang membutuhkan bahan bangunan. Konsumen bahan bangunan mengalami kesulitan dalam pemenuhan dan pencarian bahan bangunan yang mereka kehendaki. Salah satu sebab mendasar adalah sistem dari penjualan bahan bangunan yang

3. Menciptakan suasana aman dan nyaman pada saat berbelanja.
4. Dapat menciptakan suasana saling mendukung antara kegiatan Shopping Mall bahan bangunan dengan lingkungan sekitarnya.
5. Mendapatkan rumusan konsep citra bangunan sesuai dengan prinsip-prinsip komersial.

1.4. PERMASALAHAN UMUM

1.4.1. Wujud shopping Mall bahan bangunan

Bagaimana cara mewujudkan Shopping Mall bahan bangunan yang dapat melayani kebutuhan masyarakat sekitar, sebagai pusat belanja bahan bangunan.

1.4.2. Lokasi

Bagaimana pemilihan lokasi yang tepat dan akan menentukan laku tidaknya shopping mall yang akan dibangun. Mendapatkan site dengan harga yang tidak terlalu mahal, memikirkan prospek shopping mall dimasa yang akan datang.

1.5. PERMASALAHAN KHUSUS

1. Bagaimana cara menghadirkan Shopping Mall bahan bangunan yang menuntut adanya kecepatan dalam pelayanan, kepraktisan, kebersihan dan keteraturan ruang.
2. Bagaimana cara menunjukkan citra bangunan yang terencana, terstruktur dan terorganisir dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip komersial pada pengaturan pola tata ruang dan pola sirkulasi.

BAB II

2.1. DATA DAN TEORI

2.1.1. Profil Proyek

Shopping mall bahan bangunan digunakan sebagai tempat untuk mewadahi kegiatan jual beli material bahan bangunan khususnya yang bersifat sekunr. Adapun fasilitas-fasilitas yang akan diwadahi antara lain:

- Fasilitas retail penjualan
Terdiri atas retail besar, retail sedang, retail kecil dan retail penunjang.
- Fasilitas penjualan jasa kearsitekturan
Meliputi konsultan design perencana, kursus pertukangan, bisnis property.
- Fasilitas jasa antar / angkut barang
Penyediaan armada angkutan barang bagi konsumen sehingga konsumen tidak kesulitan dalam pemilihan angkutan yang dibutuhkan.
- Fasilitas pengelola
Fasilitas pengelola meliputi ruang manager, ruang administrasi, tim marketing, cleaning service, maintenance building service, security.
- Fasilitas penunjang
meliputi gudang penyimpanan, ruang bongkar, gudang retail, ruang jaga, lavatory, sirkulasi, informasi.
- Fasilitas penempatan iklan komersial pada area fasad bangunan.

2.1.2. Lokasi

Untuk membangun suatu fasilitas perdagangan yang menjual bahan bangunan, maka kebutuhan mendasar adalah pemilihan lokasi yang tepat dan akan menentukan laku tidaknya shopping mall yang akan dibangun. Site yang dipilih berada di jalur ring road timur, di pinggiran kota yang memungkinkan

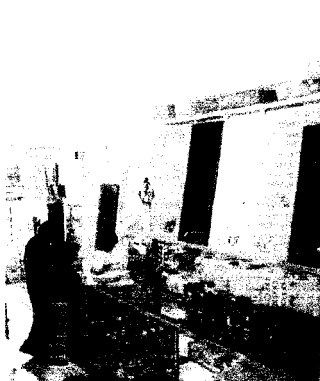
Contoh produk material bahan bangunan yang dijual :



Perengkapan pintu & jendela



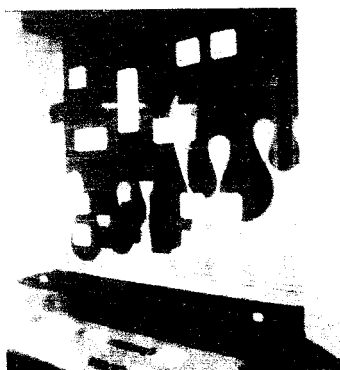
produk cat & perlengkapannya



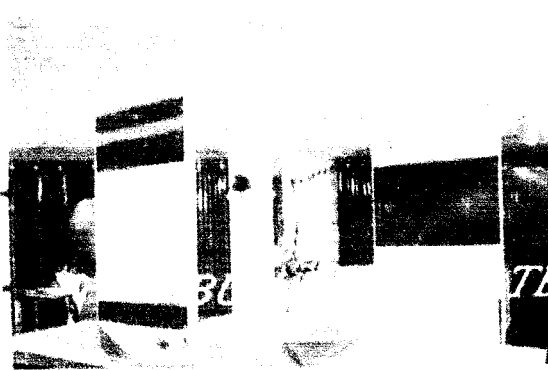
Produk bath room aksessories



Produk kitchen aksessories



produk armamatur kelistrikan



Aneka produk partisi

| KEBUTUHAN RUANG | STANDARD / ASUMSI (M ²) | KA PASI TAS | LUAS (M ²) | UNIT | SUB TOTAL (M ²) |
|--------------------|-------------------------------------|-------------|------------------------|------|-----------------------------|
| ➤ Toilet wanita | 3.15 | 4 | 12.6 | 6 | 75.6 |
| 7. Mushola | 0,83 | 20 | 16.6 | 1 | 16.6 |
| 8. Lobby/ entrance | asumsi | - | 81 | 1 | 81 |
| 9. Tangga darurat | - | - | 10.5 | 2 | 21 |
| 11. lift barang | - | - | 8.4 | 2 | 16.8 |
| Sirkulasi 20%X1625 | - | - | - | - | 325 |
| Total | - | - | - | - | 1950 |
| Total keseluruhan | - | - | - | - | 13809 |

2.1.5. Karakteristik Pengguna

1. Pengunjung/ konsumen publik.

Orang yang selalu berganti-ganti, datang dengan kepentingan yang sudah terencana, membeli, melihat, dan memilih barang. Adapun sistem dari pembelian bahan bangunan ada 3 macam diantaranya :

a. Personal service

Pembelian barang dilayani oleh pramuniaga di belakang counter, metode ini untuk barang mahal dan eksklusif.

b. Self selection

Pembelian barang dengan cara memilih barang yang akan dibeli kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan tanda pembelian yang sekaligus sebagai kuitansi untuk pembayaran.

c. Self service

2.1.6. Penempatan Retail Penjualan

1. Lantai 1

- a. Perlengkapan lantai dan dinding.
- b. Perlengkapan fasilitas KM dan WC.
- c. Aneka pintu dan jendela.

2. Lantai 2

- a. Aneka cat dan perlengkapannya.
- b. Aneka Gypsum dan perlengkapannya.
- c. Aneka kunci dan kelengkapannya.
- d. Aksesoris pintu dan jendela.

3. Lantai 3

- a. Furnitur
- b. Aneka kunci dan perkakas.
- c. Bahan armamatur kelistrikan.
- d. Jasa desain kearsitekturan.

2.1.7. Data klien

2.1.7.1. Prospektif Klien

Dengan membuat usaha penjualan bahan bangunan, khususnya bahan bangunan yang bersifat sekunder diharapkan mampu mencukupi kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan. Dengan penampilan yang berbeda dan penerapan sistem yang berbeda dari fasilitas-fasilitas penjualan bahan bangunan yang sudah ada. Maka diharapkan rancangan ini akan memperoleh nilai lebih dan akan dicari oleh konsumen.

Sistem mall akan memberi peluang bagi konsumen dalam kebebasan dalam memilih bahan bangunan yang dikehendaki. Begitu juga dengan penyewa retail mereka akan memperoleh peluang yang sama untuk dikunjungi konsumen..

2.1.7.2. Fungsional

Mall bahan bangunan sebagai tempat jual beli material bahan bangunan sekunder, mulai dari kebutuhan masyarakat pada umumnya hingga barang-barang pilihan design. Selain menjual bahan bangunan sekunder juga menyediakan ragam jasa kearsitekturan, adanya pemanfaatan fasad bangunan untuk pemasangan iklan-iklan komersial. Keanekaragaman fungsi menuntut pengolahan tata ruang dan massa serta asad bangunan yang secara komersial bisa dimanfaatkan. Dalam arti lain semua ruang dalam dalam mall bahan bangunan mempunyai nilai jual.

Selain itu fungsi shopping mall bahan bangunan yang akan dirancang juga akan merubah atau memperbaiki image bahwa fasilitas penjualan bahan bangunan identik dengan tempat yang kotor dan berdebu. Dengan adanya perubahan tersebut maka Shopping mall bahan bangunan yang akan dirancang mempunyai nilai lebih dibanding dengan pusat-pusat penjualan bahan bangunan yang sudah ada.

2.1.7.3. Performance

Bangunan sedapat mungkin bisa mewadahi aktivitas didalamnya secara praktis, efektif, efisien dan terencana serta dapat menampilkan sosok komersial pada bangunan. Dalam tuntutan kebutuhan fungsi tersebut maka penekanan konsep yang cocok adalah penerapan prinsip-prinsip komersial pada pengaturan pola tata ruang dan pola sirkulasi dengan adanya konsep tersebut diharapkan bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Karena terkait dengan prinsip-prinsip komersial yaitu setiap jengkal ruang adalah banyaknya biaya yang dikeluarkan. Hal ini juga akan diwujudkan dalam penampilan luar bangunan yang akan menunjukkan citra komersial bangunan shopping mall bahan bangunan.

2.2.3. Unsur-unsur dalam Shopping mall

Shopping Mall sebagai sebuah gambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen sebagai berikut :

1. *Anchor* (Magnet)

Merupakan transformasi dari “**Nodes**” berfungsi sebagai land mark perwujudan berupa plaza dalam shopping mall.

2. *Secondary Anchor* (Magnet sekunder)

Transformasi dari “**districts**” diwujudkan dengan toko-toko pengecer, retail store, super market, super store.

3. *Street Mall*

Transformasi dari “**Paths**” diwujudkan dengan pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.

4. *Landscaping*

Transformasi dari “**Edges**” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

2.2.4. Karakter dasar Shopping Mall

2.2.4.1. Standard Shopping Mall

Karakteristik dari shopping mall antara lain sebagai berikut :

- Pintu masuk tunggal
- Atrium di sepanjang koridor
- Koridor tunggal
- Lebar koridor 8-16 meter
- Lantai 3 lantai
- Parkir mengelilingi bangunan mall
- Magnet / anchor di setiap penakhiran koridor
- Jarak antar magnet 100-200 meter

2. *Community Center* (Pusat Perbelanjaan Distrik)

Jangkauan pelayanan antara 40.000-150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 100.000-300.000sq. ft. (9.290-27.870 m²). Unit terbesar berupa *junior departement store, supermaket dan toko-toko*.

3. *Main Center* (Pusat Perbelanjaan Regional)

Jangkauan pelayanan antara 150.000-400.000 penduduk (skala lingkungan) Luas area berkisar antara 300.000-1000.000 sq. ft. (27.870-92.990 m²). Unit terbesar berupa *junior departement store, departement store*, dan berjenis-jenis toko.

b. Bentuk Fisik

Ada 7 bentuk pusat perbelanjaan :

1. *Shopping Street* merupakan deretan pertokoan disepanjang sisi jalan.
2. *Shopping Center* berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari stan-stan (toko) yang disewakan / dijual.
3. *Shopping Precint* berupa kompleks pertokoan dengan stan menghadap keruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
4. *Departement Store* berupa toko yang sangat besar , terdiri atas beberapa lantai, menjual berbagai macam barang dengan layout khusus sehingga akses mudah dan sirkulasi jelas. Luas lantai berkisar 10.000-20.000m²
5. *Supermaket* merupakan toko yang menjual barang sehari-hari dengan pelayanan self ser vice. Luas lantai berkisar 1.000-2.500 m².
6. *Departement Store dan Supermaket* merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan 2 jenis pusat perbelanjaan.

7. *Super Store* merupakan toko 1 lantai yang menjual macam-macam barang dengan sistem self service, luasnya berkisar 5.000-7.000m².

C. Kuantitas Barang yang Dijual

1. *Toko Grosir* merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.
2. *Toko Eceran (Retail)* merupakan toko yang menjual barang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Sistem retail lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

d. Jenis Barang

1. *Convenience Store* merupakan toko yang menjual barang kebutuhan, dimana barang tersebut dibutuhkan secara berkala karena adanya keinginan untuk membeli.
2. *Demand Store* adalah toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari.
3. *Impulse Store* toko yang menyediakan barang sebagai penambah kenikmatan hidup. Pengelompokan barang yang berkesan lux atau mewah.

2.2.4.5. Materi yang diperdagangkan

a. Jenis Materi yang Diperdagangkan

- Barang primer / kebutuhan pokok
- Barang sekunder
- Barang khusus / mewah

b. Cara Penyajian Barang

- *Table Fixture* : Pada meja menerus
- *Counter Fixture* : Almari rendah
- *Cases Fixture* : Almari transparant
- *Box Fixture* : Kotak yang terbuka
- *Back Fixture* : Rak-rak almari terbuka
- *Hanging Loses* : Almari penggantung
- *Etalase* : Jendela peraga (sebagai alat proporsi)

c. Sifat materi yang diperdagangkan

Merupakan sifat fisik dari materi yang diperdagangkan :

- Bersih baik barang dan tempatnya
- Tidak berbau
- Kering (paling tidak wadahnya)
- Tahan lama (paling tidak wadahnya)

2.3. KAJIAN KONSEP-KONSEP PRINSIP KOMERSIAL BANGUNAN

Kajian tentang konsep-konsep prinsip komersial bangunan bertujuan untuk memberikan arahan serta acuan terhadap rancangan shopping mall bahan bangunan yang mengacu pada nilai komersial bangunan. Sehingga hasil akhir desain selaras serta serasi dengan penekanan yang dibuat.

2.3.1. Pengertian komersial

Arti dari komersial adalah : a. Bersangkutan dengan niaga atau perdagangan. b. Dimaksudkan untuk diperdagangkan. *Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa prinsip komersial bangunan adalah aturan-aturan yang dapat dipergunakan dalam mengkomersialkan suatu bangunan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen sebagai tolok ukur berhasil tidaknya bangunan komersial tersebut.*

2.3.2. Tinjauan Penampilan Bangunan

Penampilan bangunan merupakan salah satu pemicu keadaan konsumen yang akan melakukan kegiatan komersial dan berorientasi pada keuntungan materi. Fasilitas komersial harus mampu menggugah keinginan konsumen untuk datang dengan cara menyesuaikan penampilan bangunan dengan image konsumen.

2.3.3. Citra Visual Bangunan

Penampilan visual bangunan komersial penting artinya untuk memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan shopping mall sesuai dengan citra komersial tersebut dengan image orang yang melihatnya. Penampilan bangunan pada bangunan komersial juga difungsikan sebagai ajang promosi guna menarik pengunjung. Adapun citra bangunan komersial sebagai berikut :

1. **clarity** (kejelasan)

Menunjukkan gambaran mengenai fasilitas dari bangunan komersial sesuai dengan penampilan visual yang diciptakan. Wujud nyata dari arahan bangunan yang jelas, pintu masuk jelas, view tidak terhalang akan mempermudah pencapaian dan merupakan daya tarik terhadap pengunjung.

2. **Boldness** (menonjol)

Menunjukkan sifat menonjol dari pusat perbelanjaan terhadap lingkungan sekitar dengan tujuan fasilitas tersebut dapat menarik perhatian pembeli atau pengunjung. Serta diharapkan orang akan dapat dengan mudah mengingat fasilitas perdagangan yang ada. Kekontrasan dapat dicapai dengan bentuk, letak, bahan dan warna.

3. **Intimacy** (akrab)

Yaitu sifat penampilan visual yang menunjukkan keakraban bangunan dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dapat dicapai dengan skala dan proporsi yang seimbang, warna-warna yang cerah serta bentuk yang menerima.

4. Flexibility (fleksibilitas)

Merupakan suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra dimasa yang akan datang. Tampilan visual dan peruangan diharapkan fleksibel sehingga mudah untuk mengadakan perubahan dan pengembangan serta menghindari kebosanan.

5. Complexity (kompleksitas)

Penampilan bangunan yang diwujudkan dengan desain dan detail yang apik sehingga menghasilkan tampilan visual yang mengesankan.

6. Efficiency (efisiensi)

Optimalisasi penggunaan ruang dengan prinsip bahwa setiap jengkal ruang merupakan setiap biaya yang dikeluarkan.

7. Investinese (kebaruan)

Yaitu suatu sifat penampilan bangunan pusat perbelanjaan yang memberikan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

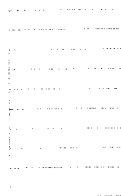
2.3.4. Tinjauan Elemen Bangunan

1. Pembentuk fasad

Keterpaduan elemen-elemen bangunan harus serasi, selaras dan seimbang. Guna mendapatkan susunan yang baik antara tiga elemen bangunan yaitu atap, dinding dan dasar bangunan.

2. Proporsi vertikal dan horisontal

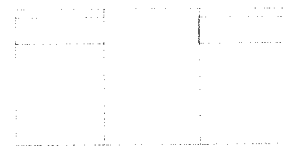
Merupakan perbandingan dimensi vertikal dan horisontal bangunan yang nampak secara visual pada fasad bangunan.



DOMINAN
VERTIKAL



DOMINAN
HORISONTAL



SEIMBANG

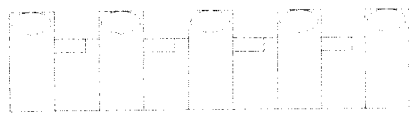
3. Simetri

Merupakan distribusi bentuk-bentuk ruang yang sama dan seimbang terhadap suatu garis bersama (sumbu) atau titik pusat. Pada dasarnya ada dua macam simetri yaitu :

1. Simetri bilateral yang mengacu pada suatu susunan yang seimbang dari unsur-unsur yang sama terhadap garis yang sama.
2. Simetri radial terdiri atas unsur-unsur yang sama dan seimbang terhadap dua sumbu atau lebih yang saling berpotongan pada suatu titik pusat.

4. Pengulangan

Pengulangan pola-pola yang sama untuk mengorganisir seri bentuk atau ruang yang sama.



a.b.a.b.a.b.a.b.a



a.b.b.a.b.b.a.b.b.a

5. Elemen dan Ornamen

Penerapan ornamen/ elemen yang berbeda pada setiap bidang fasad bangunan mempunyai ciri khas tersendiri sehingga penampilan bangunan mempunyai nilai lebih dari bangunan di sekitarnya.

6. Style

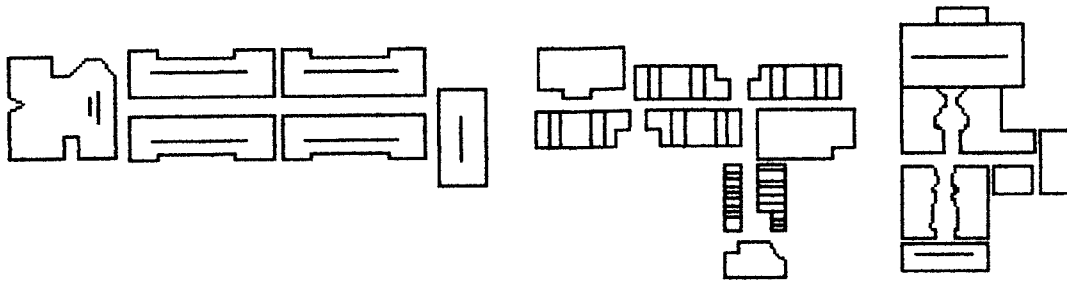
Bentuk bangunan yang muncul sebagai gambar dari perkembangan pemikiran berdasarkan budaya, faktor alam dan perkembangan teknologi.

2.3.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan

2.3.5.1. Pola lay out mall

Pola mall berpengaruh terhadap keberhasilan dari sebuah pusat perbelanjaan yang memakai konsep mall. Adapun bentuk mall yang sukses dengan menggunakan bentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T dan L. Hal ini sesuai dengan kecenderungan pengunjung yang ingin dengan mudah menemukan toko yang ditujunya.

Hal tersebut juga sesuai dengan konsep dasar mall yang menggunakan koridor tunggal sehingga menjadikan peluang yang sama bagi semua outlet untuk dikunjungi oleh konsumen.



Mall bentuk I

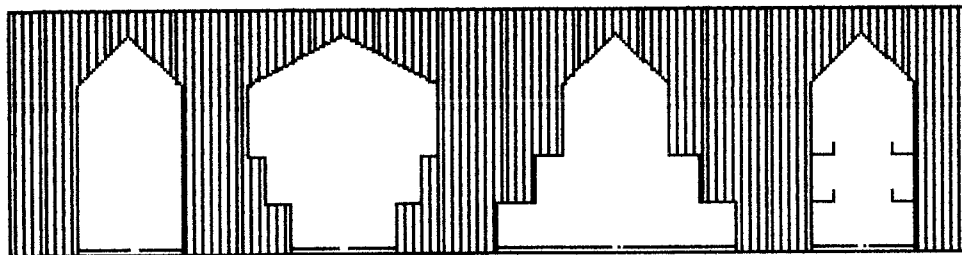
mall bentuk L

mall bentuk T

2.3.5.2. Dimensi Mall

Berdasarkan penyelidikan di AS panjang minimal mall 180m dan maksimal 240m. Faktor lain yang berpengaruh pada dimensi antara lain: bentuk, warna dan pola permukaan bidang-bidang pembentuk, lubang-lubang pembukaan serta sifat skala dan unsur yang diletakkan didalamnya.

Adapun variasi bentuk mall antara lain :



tipikal

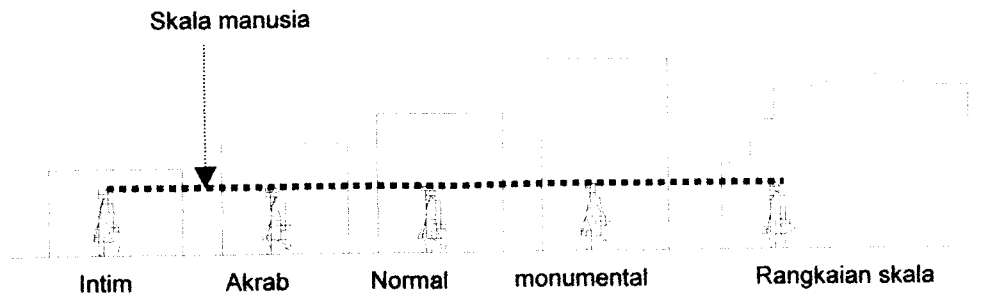
melebar keatas

menyempit keatas

dengan koridor

2.3.5.3. Proporsi Mall

Proporsi mempengaruhi kesan akrab pada mall secara psikologis.



Dengan pemakaian skala manusia pada ruang dapat menimbulkan rasa akrab.

2.3.5.4. Tata Letak Tenant / Area Jual Beli

Dengan penerapan satu koridor diharapkan semua toko akan terlewati oleh pengunjung sehingga semua lokasi mempunyai nilai komersial yang sama. Penataan toko dan anchor tenants yang baik akan mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata di sepanjang mall. Perletakan anchor tenants berada di ujung koridor. Untuk mendapatkan suasana yang vreatif dan tidak membosankan maka penyewa diberi kesempatan dalam mendisplay tokonya sesuai dengan cita rasa dan citra produknya asal kesatuan suasana mall tetap terjaga.

2.3.5.5. Pencahayaan

1. Pencahayaan Alami

Untuk mengatasi adanya konsep ruang yang menerus pada mall, biasanya diselesaikan dengan skylight. Dengan penggunaan skylight akan meminimum penggunaan energi listrik pada siang hari.

2. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan menggunakan energi listrik biasanya digunakan sebagai : penerangan umum, daya tarik bagi pengunjung, memamerkan barang, membentuk suasana yang diinginkan, serta kebutuhan iklan dan promosi.

2.3.5.6. Fasilitas dan Elemen-elemen pada Mall

1. bangku

Sebagai tempat duduk dan istirahat dari kegiatan belanja yang melelahkan. Bangku disediakan bagi pengunjung dan dibuat tidak terlalu nyaman agar orang tidak berhenti atau duduk terlalu lama.

2. Kios / Retail

Kios disepanjang jalur mall berfungsi sebagai penarik bagi pengunjung dan memberi variasi pada suasana mall.

3. Arena pameran

Sebagai ajang promosi produk baru, wadah informasi dan daya tarik pengunjung.

4. kelengkapan suatu bangunan antara lain kotak sampah, kotak telepon, papan petunjuk arah, jam dan sebagainya.

2.3.6. Pengertian Sirkulasi

Agar semua ruang dalam shopping mall dapat berhubungan satu sama lain maka diperlukan alur sirkulasi sebagai pengikat ruang baik didalam maupun diluar bangunan. Menurut Harvey M . Rubenstein *sirkulasi adalah lautan yang paling vital untuk menghubungkan beberapa tapak yang ada.* Adapun syarat-syarat sirkulasi yang baik adalah: **Langsung** dapat dicapai dengan jarak yang seminimal mungkin dan mengurangi adanya pembelokan atau pembentukan kantong-kantong sirkulasi. **Aman** menghindarkan terjadinya cross sirkulasi. **Cukup terang** dan mempunyai urutan-urutan yang jelas.

Sirkulasi di dalam Mall mempunyai peran yang sangat vital untuk mengendalikan dan mengarahkan arus pergerakan manusia. Sirkulasi yang efektif dan efisien akan memberikan kemudahan pelayanan bagi pengunjung.

2.3.6.1. Kecepatan Berjalan

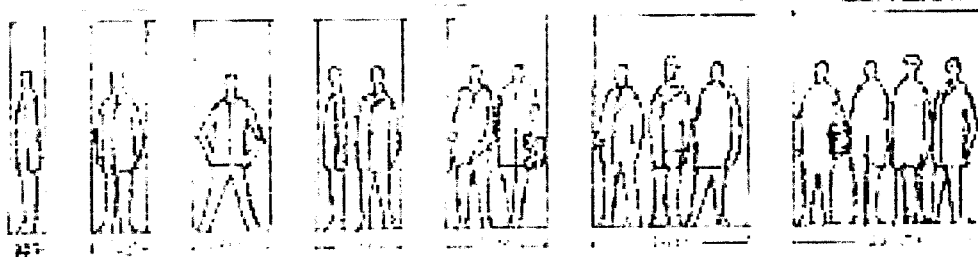
Kecepatan pergerakan manusia dipengaruhi oleh maksud pejalan kaki, usia, jenis kelamin, berjalan sendiri atau kelompok, suhu udara, barang bawaan, kepadatan arus orang berjalan kaki serta kesesakan arus orang secara keseluruhan. Dengan kata lain semakin banyak orang berjalan pada area sirkulasi maka kecepatan berjalan semakin rendah.

2.3.6.2. Standar Ruang Sirkulasi

Dimensi ruang sirkulasi pada retail tidak sama dengan selasar mall. Hal ini dipengaruhi oleh volume pengguna dan pola pergerakan yang berbeda.

2.3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Ruang Gerak

Adapun standard ruang gerak pada buku "Data Arsitek" Neufert :



Kebutuhan ruang gerak antara dinding batas.



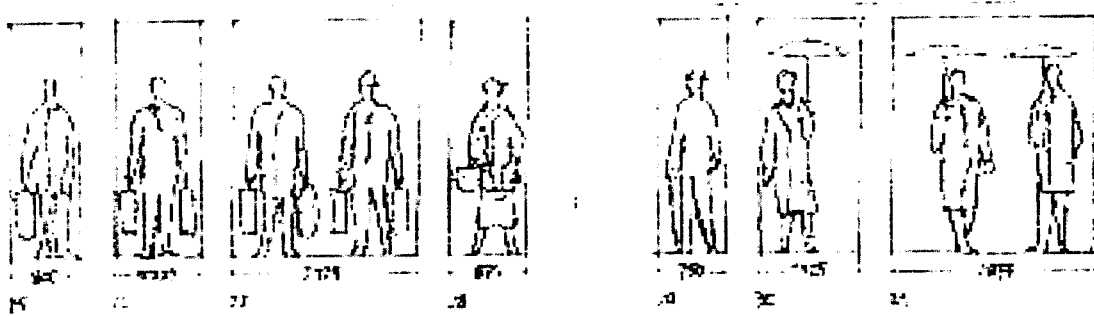
Kebutuhan ruang gerak dalam sekelompok orang.

2.3.6.4. Dimensi Ruang dan Sirkulasi

Ruang sirkulasi menurut standar 1.4/orang dan batas kondisi orang berjalan bebas kira-kira 3.3/orang. Adapun standard ruang yang ada :



Kebutuhan ruang gerak manusia sambil melangkah.



Kebutuhan ruang gerak untuk jinjingan.

2.3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall

Sirkulasi bangunan shopping mall sebagai bangunan komersial yang memiliki banyak ruangan didasari oleh jam-jam sibuk dan kepadatan yang berbeda dari waktu ke waktu. Ruang retail dihubungkan dengan selasar atau koridor sebagai unsur pengikat ruang-ruang retail yang ada. Bentuk sirkulasi tergantung pada: batasan jalur sirkulasi, bentuk sirkulasi yang berkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkan. Kualitas proporsi, skala, pencahayaan serta pemandangan yang dipertegas. Bukaan yang ada serta peranya terhadap perubahan ketinggian lantai. Kualitas skala dan proporsi jalur sirkilasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang sitampingnya. Kialitas dari jalur sirkulasi tergantung pada jumlah ruang yang dihubungkan serta volume pemakaian dari ruang-ruang tersebut.

2.3. 7. Pengertian Ruang Dalam

Ruang dalam digunakan sebagai wadah aktifitas dalam bangunan. Adapun prinsip-prinsip dari ruang dalam antara lain :

1. Proporsi berkaitan dengan perbandingan ukuran.
2. Komposisi merupakan aturan, susunan antara komponen ruang, susunan antara pelengkap hiasan dan susunan antara komponen ruang.
3. Balance atau keseimbangan bidang vertikal dan horisontal pada ruang.
4. Irama berkaitan dengan kemonotonan ruang.
5. Harmoni atau keselarasan dalam ruang yang mengungkapkan rentuk, warna dan tekstur.
6. Kontras untuk menghilangkan sifat monoton pada ruang.

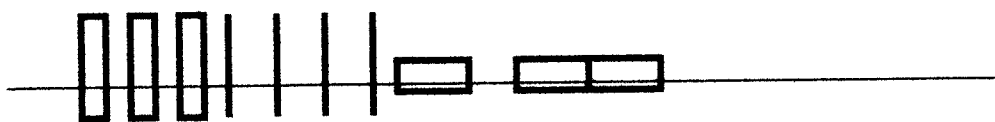
2.4. ANALISA PENDEKATAN KONSEP PERANCANGAN

2.4.1. Konsep Bentuk

2.4.1.1 Gagasan Bentuk Dasar

Karakter kegiatan pusat perbelanjaan digambarkan dengan : suasana ramai, konsentrasi menyebar, pergerakan dinamis dan pergerakan cepat.

- o Ramai digambarkan dengan penggabungan garis berulang / repetisi bentuk.



- o Pergerakan cepat digambarkan dengan garis lurus.

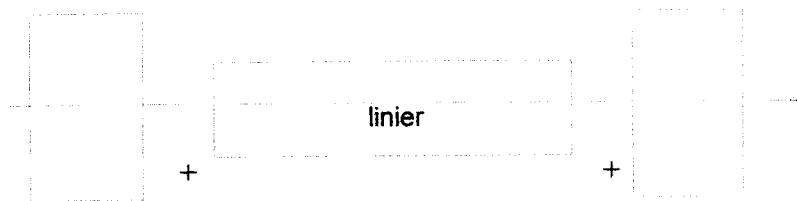


2.4.1.2 Gagasan Pengembangan Bentuk

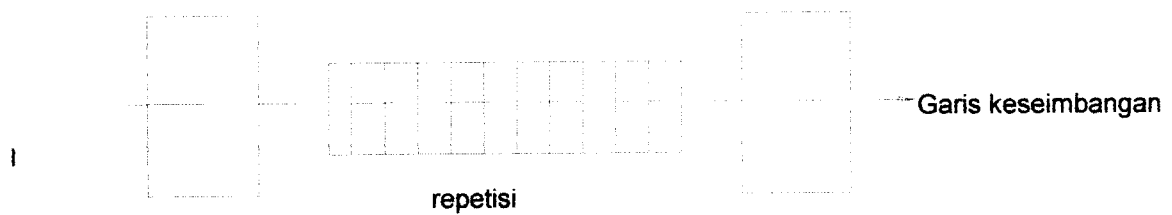
Tintutan bangunan komersial khususnya bangunan shopping mall tenant dan pengunjung sama-sama memperoleh keuntungan yang sama. Tenant menghendaki toko laku dan pengunjung mudah dakam mencari toko yang dikehekdaki.

Bentuk yang fungsional, adanya permainan **garis tegas** dan **teratur** seperti **bentuk geometris** yang menjadi aksen rancangan, **simple** atau tidak rumit.

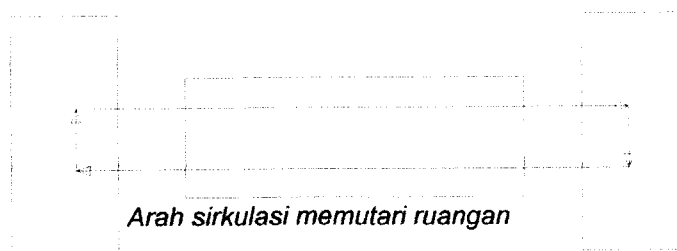
Salah satu bentuk Mall yang berhasil adalah I, Karena bentuk site memanjang maka untuk mengantisipasi kondisi tersebut bentuk bangunan yang cocok dan efisien adalah bentuk I. Adapun komposisi dari gubahan massanya sbb : *Penggabungan dan penyusunan bentuk yang geometris yang diulang :*



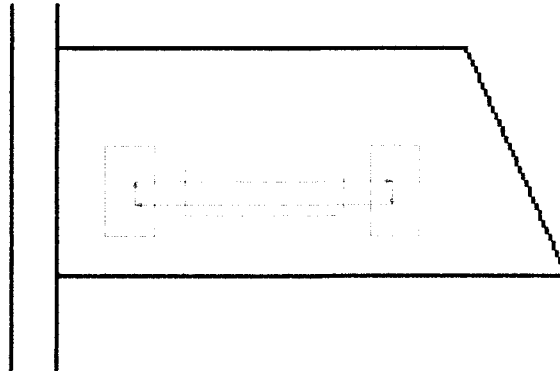
Komposisi bentuk :



Konsep sirkulasi yang memutari ruangan :

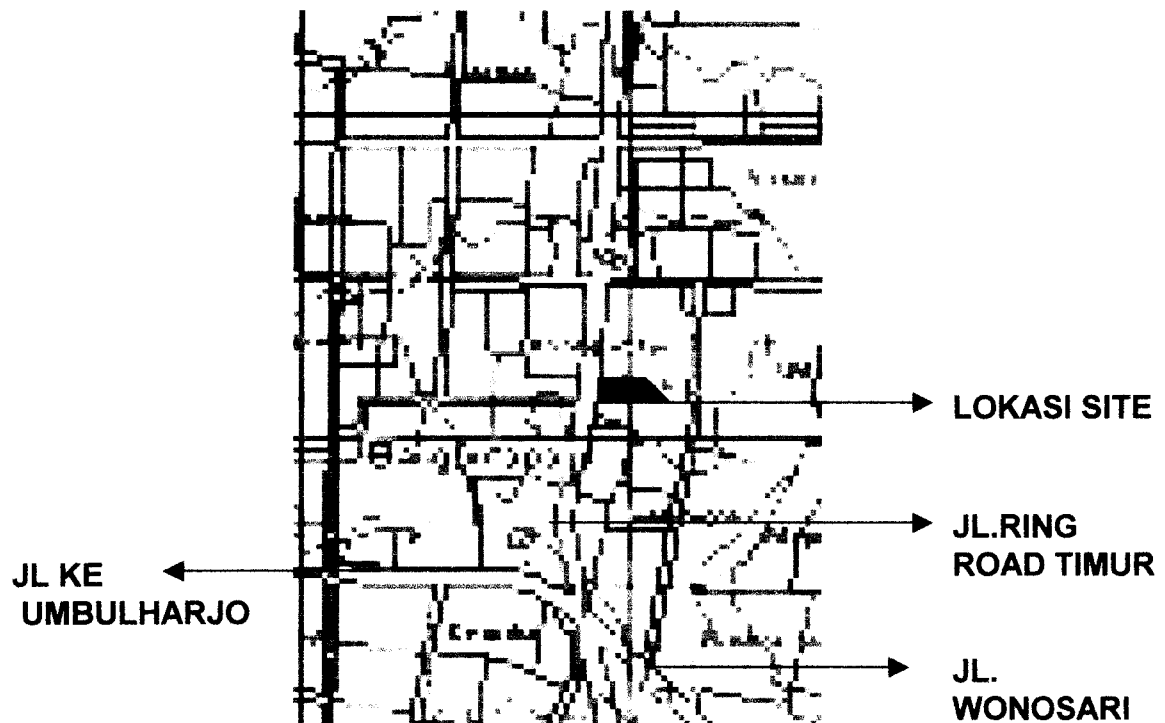


Ploting komposisi bentuk terhadap site :

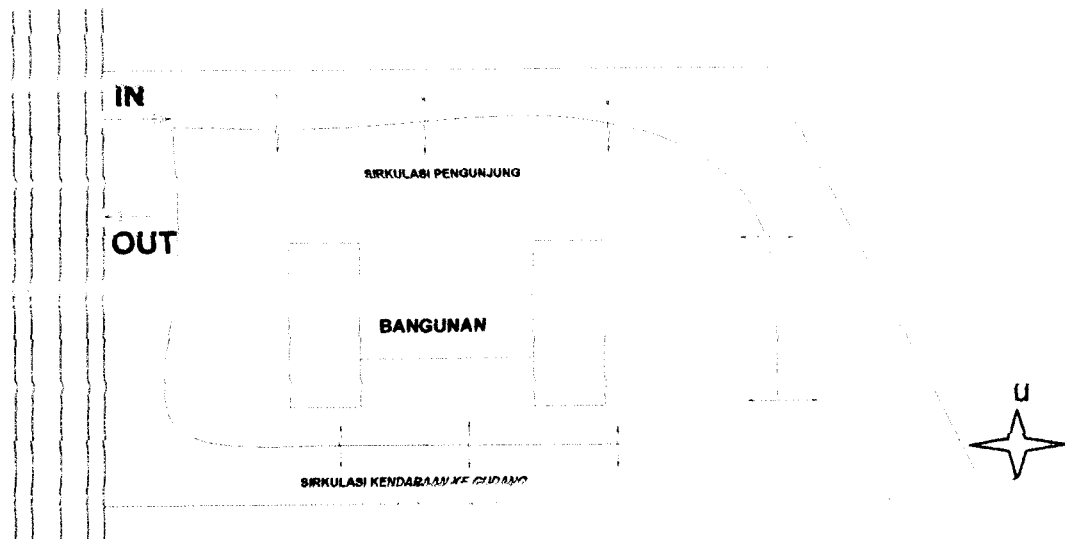


2.5. TANGGAPAN TERHADAP SITE

2.5.1. Peta lokasi



2.5.2. Sirkulasi Pencapaian



Adanya perbedaan sirkulasi masuk dan sirkulasi keluar untuk menghindari terjadinya cross sirkulasi. Juga adanya perbedaan antara sirkulasi pengunjung dan sirkulasi angkutan pengangkut barang menuju gudang.

Luas total ruang = 13809 m²

Luas total lahan = 17000 m²

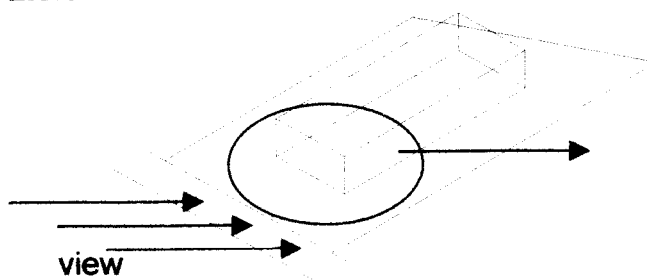
Building coverage max 60% = 10200 m²

Open space minimal = 6800 m²

Rooi jalan = 16 m dari as jl. Ring road timur

FAR = 4 lantai

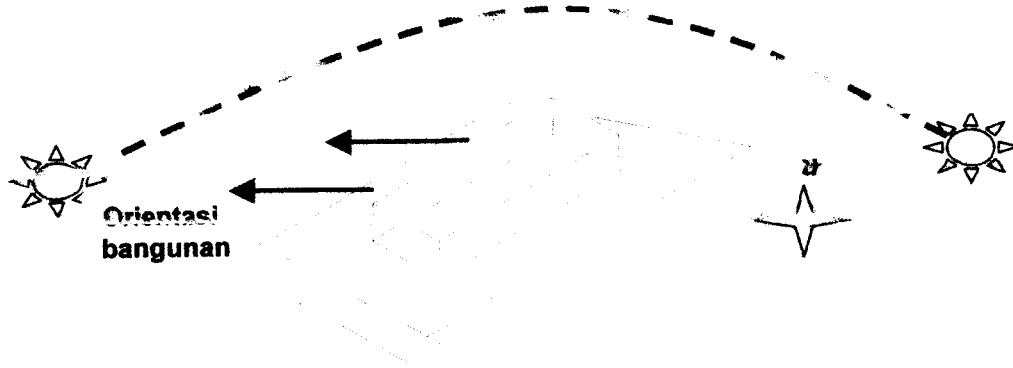
2.5.3. View to site



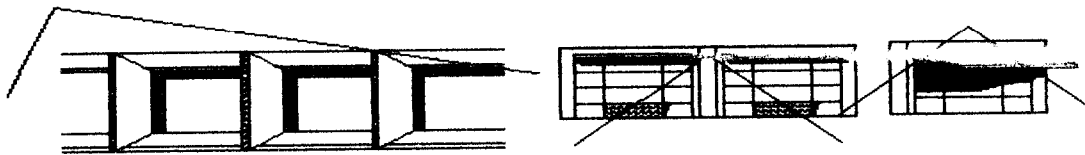
View to site merupakan konfigurasi massa sehingga bisa menimbulkan ketertarikan secara visual dan menimbulkan kesan tak terlupakan bagi orang yang melihat gedung shopping mall bahan bangunan.

Baik konfigurasi massa maupun bentuk serta penampilan entrance perlu suatu aturan yang spesifik dan punya nilai estetika yang tinggi sehingga menimbulkan kesan visual tak terlupakan. Baik bagi pengunjung maupun orang yang melihat bangunan.

2.5.4. Peredaran Matahari

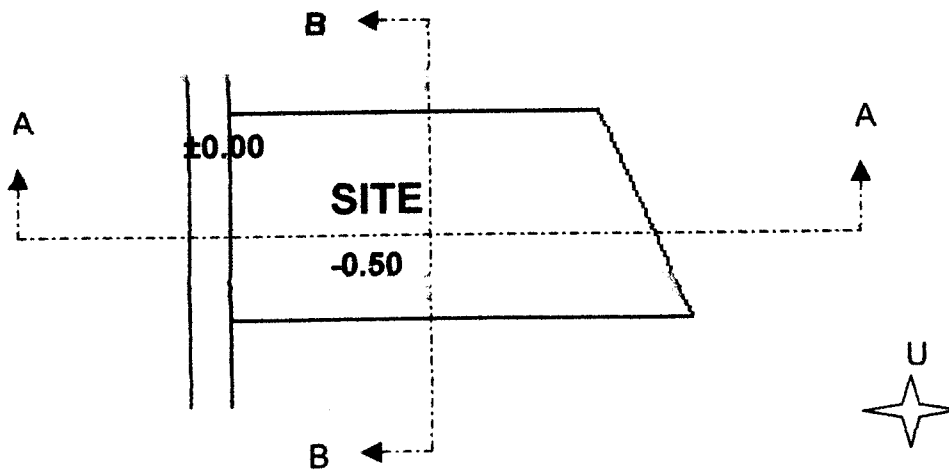


Orientasi utama dari bangunan kearah utara. Untuk mengantisipasi adanya sinar matahari langsung maka pada adanya shading dan sirip untuk melindungi bangunan dari sitau.



Penggunaan sirip untuk menghindari sinar matahari langsung sehingga ruangan terhindar dari glare. Disisi lain sirip juga digunakan untuk kepentingan estetika bangunan.

2.5.5. Keadaan Contur



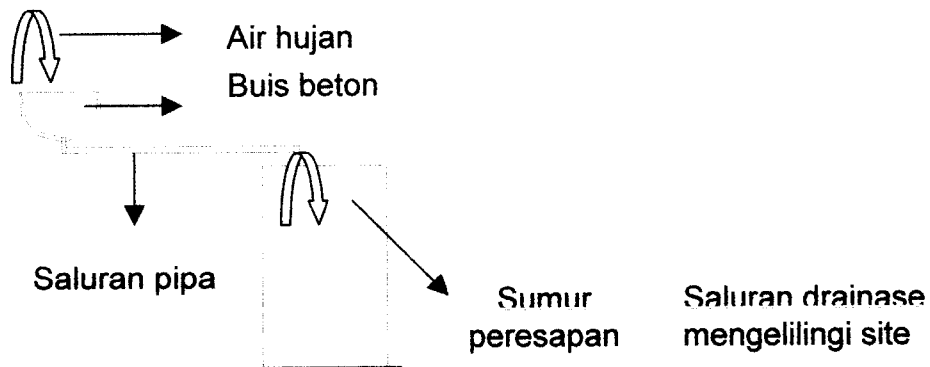


POTONGAN A-A

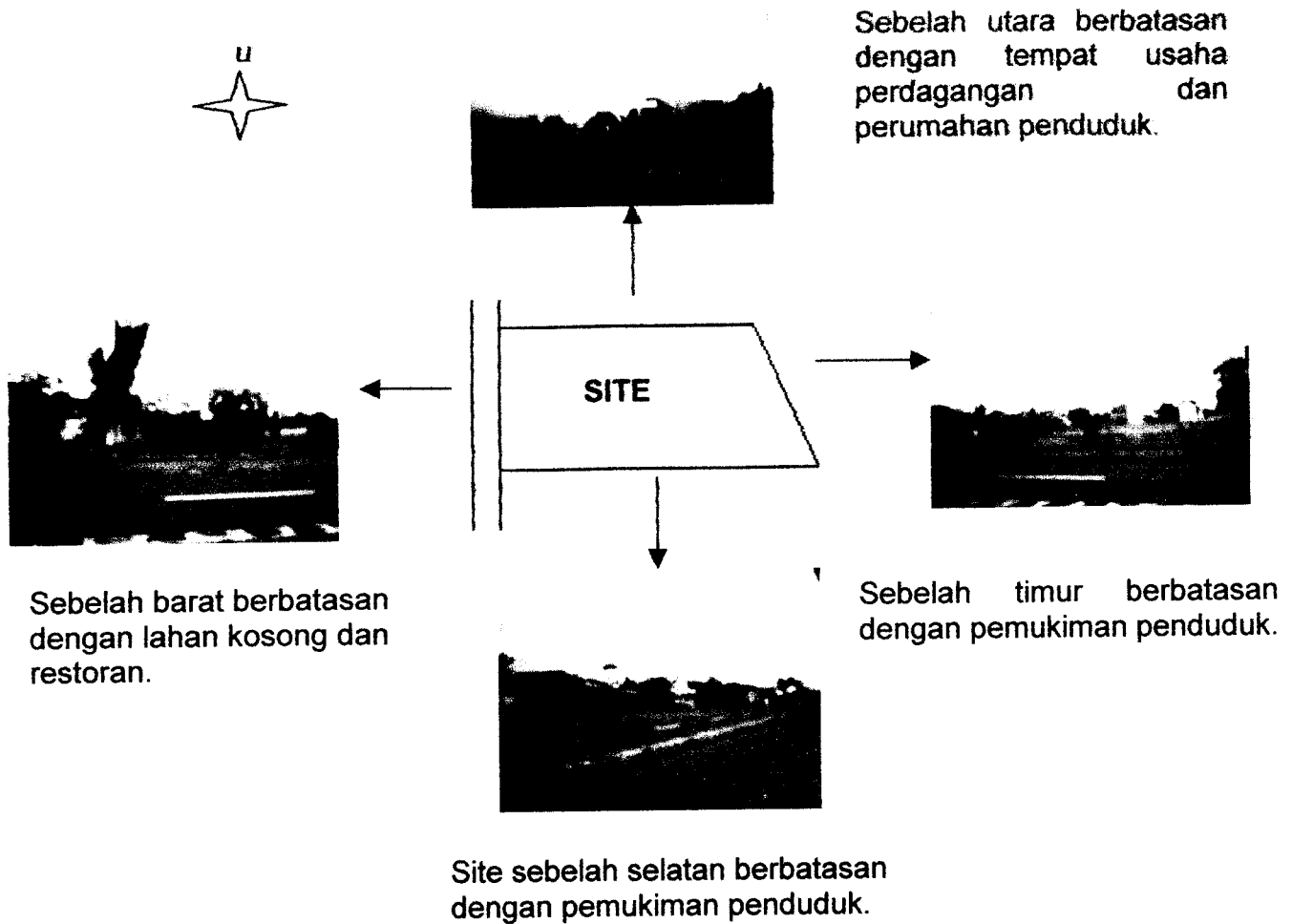


POTONGAN B-B

Tidak memerlukan cut and fill karena ketinggian tanah tidak mencolok. Tetap memerlukan saluran drainase mengelilingi site, untuk sarana pembuangan air hujan. Yang akan dialirkan menuju sumur peresapan.



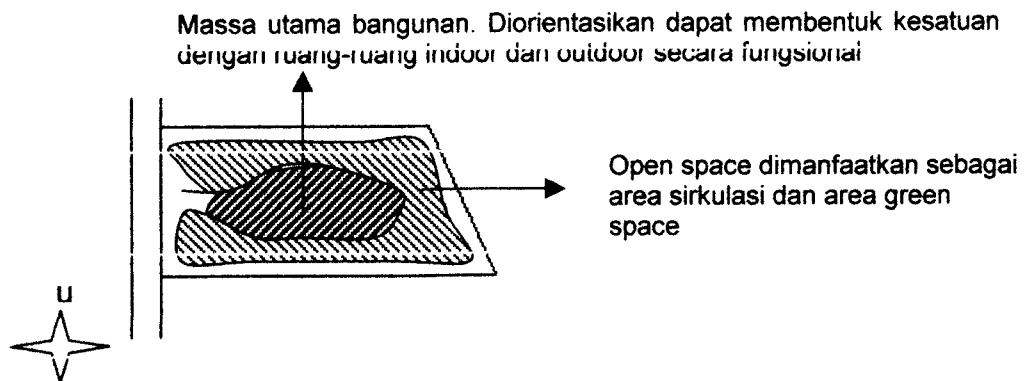
2.5.6. Existing Site



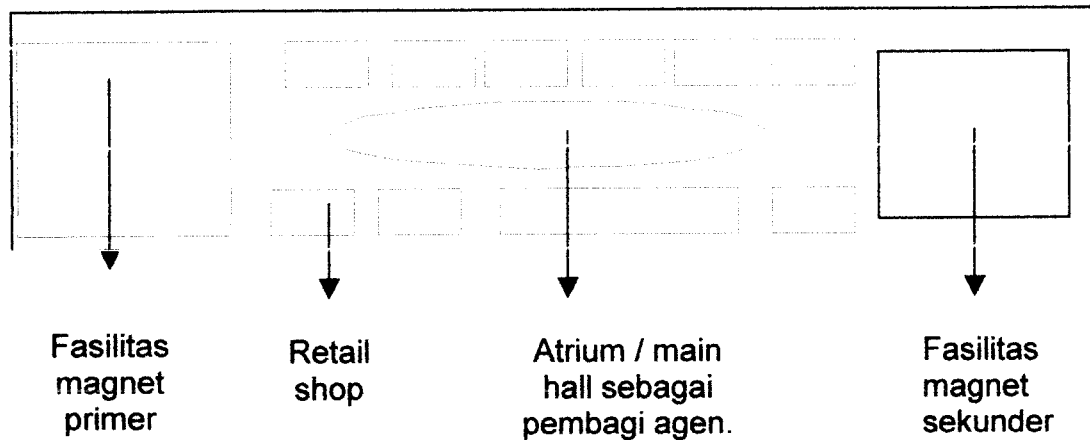
Bangunan Shopping Mall Bahan Bangunan harus mampu menunjukkan citra visual modern yang kontekstual kontras terhadap lingkungan yang ada.

2.5.7. Zonasi Ruang Terhadap Site

• Zoning ruang makro



• Zoning Ruang mikro



Tatanan massa disesuaikan dengan bentuk dan ukuran site. Site mempunyai 1 entrance utama Dan 2 entrance tambahan di sisi samping bangunan yang fungsinya sebagai penunjang untuk memasuki area bangunan dalam bangunan. Dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Tatanan massa harus memperhatikan letak anchor, dengan ketentuan jarak antara anchor berkisar 100-200m.
- Komposisi massa cenderung linier, disesuaikan dengan pergerakan pengunjung yang sifatnya mengalir dari satu toko ketoko lain.

2.5.8. Analisa Sistem Parkir

Sistem parkir dibedakan dalam 1 sistem 1out door parking (parkir di luar bangunan). Klasifikasi pengunjung yang datang :

- Pengelola & karyawan, jenis kendaraan yang dipakai antara lain sepeda motor, mobil pribadi, mobil perusahaan.
- Pengunjung, jenis kendaraan yang dipakai antara lain sepeda motor, mobil (pick up, truk).

Untuk setiap area parkir dikelompokkan berdasarkan jenis kendaraan yang datang yaitu kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat.

2.5.9. Parkir Analisa Pusat Perbelanjaan

Dua faktor penting yang harus diperhatikan dalam shopping mall adalah *service* (sekup pelayanan) dan *pengunjung* (memperhatikan segmen pasar). Dan tak ketinggalan juga harus memperhatikan kenyamanan bagi pengunjung dalam masalah rute atau jalur sirkulasi yang jelas dan mudah, area service yang jelas, serta penataan retail yang baik. Acuan ini digunakan secara menyeluruh baik horizontal maupun vertical sehingga semua outlet mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi.

2.5.9. Sifat Kegiatan Pusat Perbelanjaan

Sifat kegiatan jual beli dalam Shopping Mall :

- **Dinamis** yaitu adanya pergerakan orang dengan aneka tujuan.
- **Terbatas** Kegiatan untuk semua orang tapi tidak semua orang mampu melakukan.

Sifat kegiatan promosi :

- **Daya tarik** menuju pada segi visual dan pemilihan barang.
- **Daya saing** Menuju pada segi harga, mutu barang dan cara pelayanan.

2.5.10. Karakter Fisik Bangunan

- **Dinamis** mewadahi pergerakan pengunjung yang berubah-ubah dengan tujuan yang berbeda-beda sehingga kejenuhan dapat dihindarkan.
- **Rekreatif** baik interior maupun eksterior menimbulkan kesan yang menyenangkan dan tidak menjemukan sehingga menarik pengunjung untuk datang.
- **Promotif** adanya daya tarik yang kuat baik dari bentuk, fungsi dan punya daya saing tinggi terhadap lingkungan sehingga dapat menarik konsumen dalam jumlah besar.

2.5.10. Persyaratan Ruang

Dasar ini digunakan untuk menciptakan kenyamanan bagi penghuni baik pengelola maupun penghuni.

- Untuk kenyamanan fisik harus mencukupi peraturan yang baik dengan frekuensi dan komposisi yang cukup dalam hal : lighting, Penghawaan dan dekorasi.
- Untuk kenyamanan perasaan bagi pengunjung bangunan, adapun hal-hal yang harus diperhatikan penataan interior, dimensi ruang dan olahan permukaan ruang.

2.5.11. Analisa Bentuk Sebagai Pembentuk Citra

Kejelasan (clarity), keakraban (intimacy), kemencolokan (boldness), kompleksitas (complexity), dan kebaruan (inventiveness), fleksibel, dan efisien menjadi hal pokok yang harus dipertimbangkan dalam perancangan bangunan komersial.

a. Bentuk Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Dalam komposisi bangunan komersial hal yang diperhitungkan adalah jelas, akrab, mencolok, kompleks dan kebaruan. Dalam wujud bangunan jelas, akrab dan mencolok di wujudkan pada entrance yang ringan dan dinamis. Kompleksitas diwujudkan dalam sirkulasi dan tata ruang yang dinamis dan simple. Kebaruan diwujudkan dalam struktur, konstruksi dan bahan material dengan bentukan yang geometris, tegas dan teratur.

Adapun unsure-unsur yang dapat diwujudkan dalam bangunan :

- Irama atau pengulangan bentuk
- Komposisi bentuk yang inovatif
- Bentuk yang mencolok dari lingkungan sekitar
- Proporsi dan komposisi fasad bangunan.

b. Struktur Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Perkembangan zaman dibarengi dengan perkembangan struktur yang ada, sehingga struktur yang mungkin digunakan untuk menciptakan citra komersial antara lain : struktur rangka, struktur kabel, struktur dinding pemikul ataupun struktur cangkang.

c. Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra komersial

Olahan permukaan dalam penerapannya pada citra Komersial adalah dengan bentuk yang jelas, mencolok dan baru. Antisipasinya dengan penggunaan bahan bangunan yang perfect dan terus berkembang.

d. Simbol Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Simbol bagi bangunan komersial lebih ditujukan pada pelayanan dan buka pada bentuk bangunan. Bangunan bentang lebar dan bertingkat tinggi sudah merupakan symbol tersendiri bagi shopping mall.

2.5.11. Analisa Bangunan

a. Analisa Ketinggian Bangunan

Ketinggian bangunan yang akrab dengan lingkungan kurang lebih sekitar 15 m dengan ketinggian masing-masing ruang berkisar 3,5 m – 5 m. Adapun factor lain yang menentukan ketinggian bangunan adalah jaringan utilitas yang ada diatas plafond.

b. Analisa Tata Ruang Dalam Bangunan

Jenis ruang dalam yang ada pada shopping mall antara lain :

- Areal pertokoan

Semua outlet pertokoan menghadap ke koridor dengan dimensi ruang sesuai dengan kebutuhan atau standard.

- Anchor

Biasanya berisi pusat-pusat pameran dan area makan. Dalam jarak 100 m diharuskan ada anchor untuk menghindari kejenuhan.

- Pedestrian way

Untuk menghindari kejenuhan diperlukan lighting yang menarik serta detail-detail yang ada pada finishing koridor.

c. Analisa Tata Ruang Luar

Berhubungan dengan pengelolaan sirkulasi entrance memasuki site, serta pembagian ruang luar untuk kepentingan parkir, jalan dan taman.

d. Analisa Luas Unit Toko

Luas unit toko dipengaruhi oleh tiga kebutuhan yang ada dalam toko yaitu ruang pramuniaga, ruang sirkulasi dan ruang layout barang dagangan. Luas outlet tergantung pada banyaknya barang dagangan yang akan diwadahi sehingga akan lebih baik apabila luas unit toko harus fleksibel dengan penggunaan partisi sebagai pembatas outlet.



e. Analisa Sirkulasi Ruang Dalam

Dua jenis sirkulasi dalam ruang dalam yaitu sirkulasi manusia dan barang. Untuk menghindari crossing antara barang dan manusia maka perlu dibedakan alur sirkulasinya. Sirkulasi barang didekatkan dengan jalur sirkulasi barang dan dekat dengan gudang. Adapun jenis sirkulasi ruang dalam berupa sirkulasi vertical dan sirkulasi horizontal. Sirkulasi horizontal diwujudkan dengan koridor ataupun elevator dan sirkulasi vertical menggunakan tangga, ramp, lift ataupun escalator. Ketentuan untuk masing-masing jenis sirkulasi vertical harus terletak dalam tempat yang strategis, mudah dicapai, mudah dilihat.

f. Analisa Penempatan Skylight Dalam Bangunan

Skylight pada bangunan tinggi, berkoridor dan bentang lebar merupakan kebutuhan mendasar yang sangat vital. Salah satu alasan adalah untuk memenuhi kebutuhan penerangan pada siang hari. Dengan skylight bisa menghemat penggunaan lampu penerangan pada siang hari.

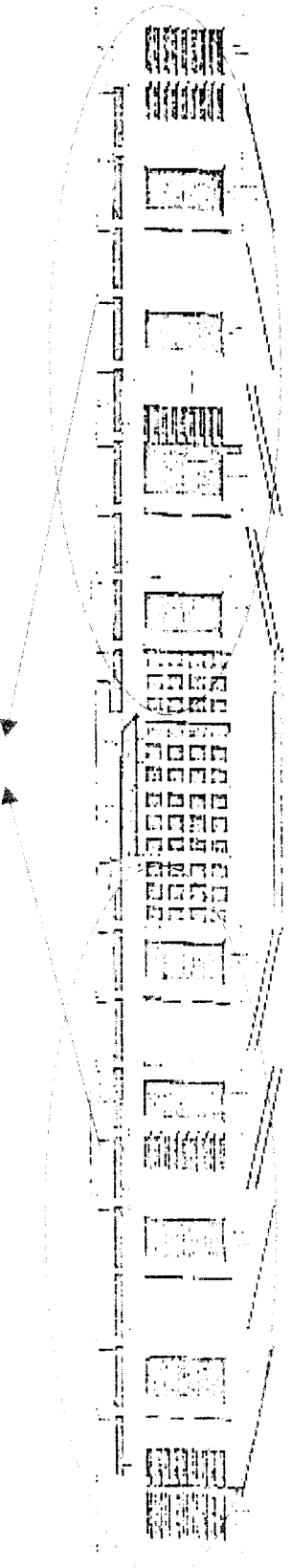
2.6. CITRA KOMERSIAL SEBAGAI DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

2.6.1. Bentuk, Pola Tata Ruang dan Sirkulasi Sebagai Pembentuk Citra Komersial Bangunan.

a. Clarity (Kejelasan)

Tampilan visual bangunan yang menunjukkan gambaran mengenai fungsi fasilitas, wujud nyata arah bangunan jelas, Pintu masuk jelas, View tidak terhalang dan mempermudah pencapaian, Adanya kejelasan tentang kelompok fungsi serta alur sirkulasi yang jelas.

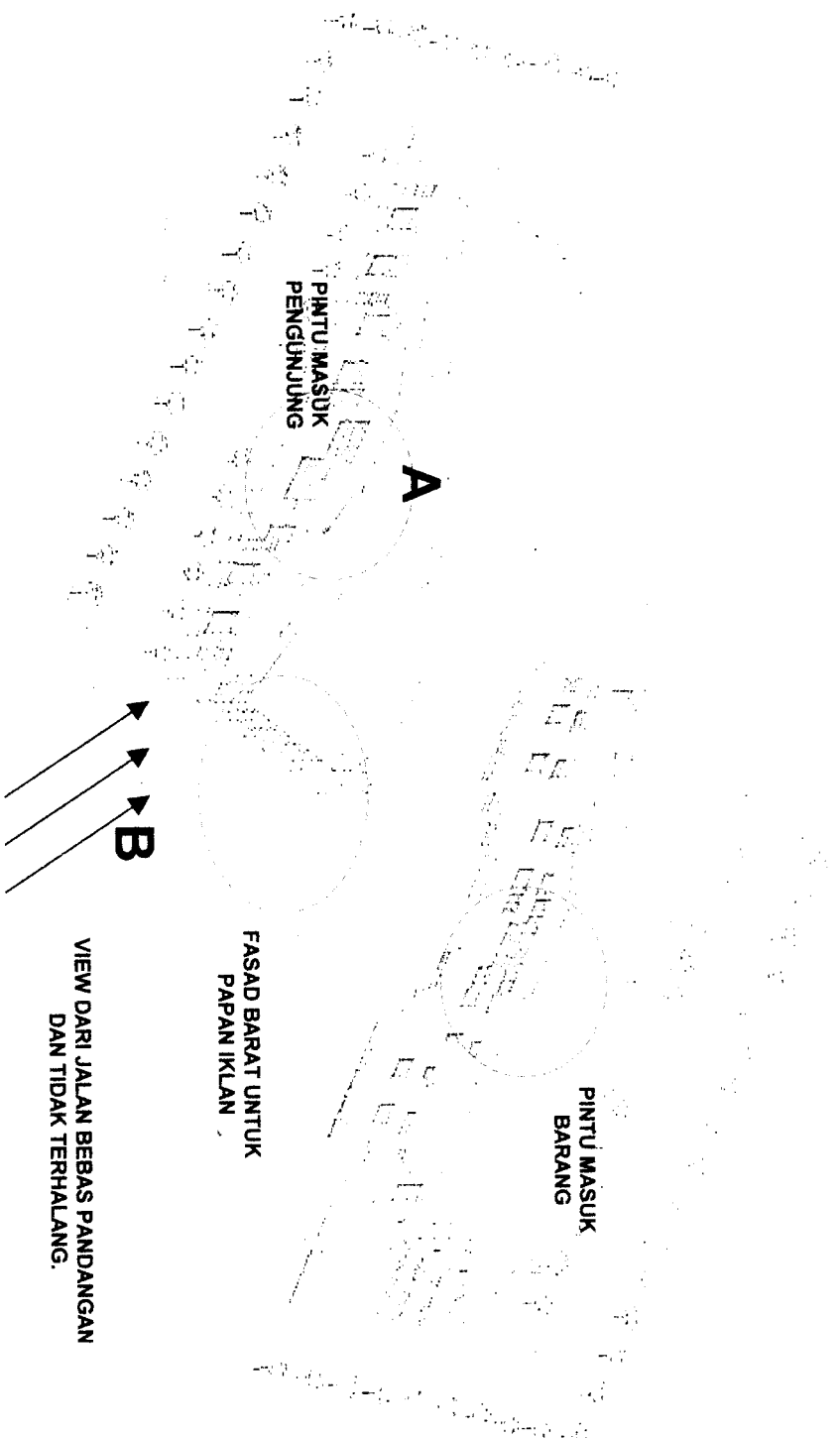
Fungsi sebagai tampilan visual



Susunan bidang berselang seling dengan irama yang sama.

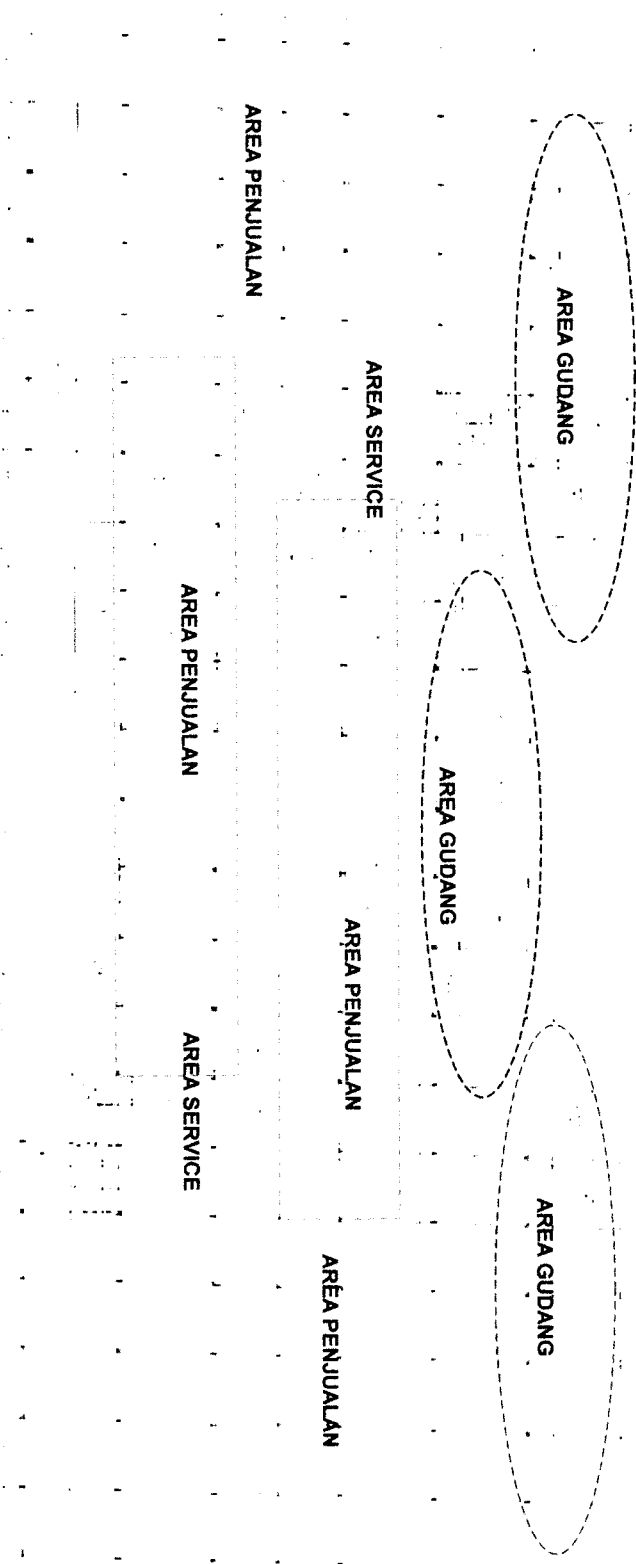
Shopping Mall sebagai pusat perbelanjaan terdiri dari gabungan toko-toko yang menjual aneka barang dagangan yang beragam. Hal ini diwujudkan dalam fasad bangunan yang dibuat berpola atau dengan komposisi pengulangan sebagai ciri visual yang ditampilkan.

Arah bangunan yang jelas, pintu masuk yang jelas, dan view yang tidak terhalang.



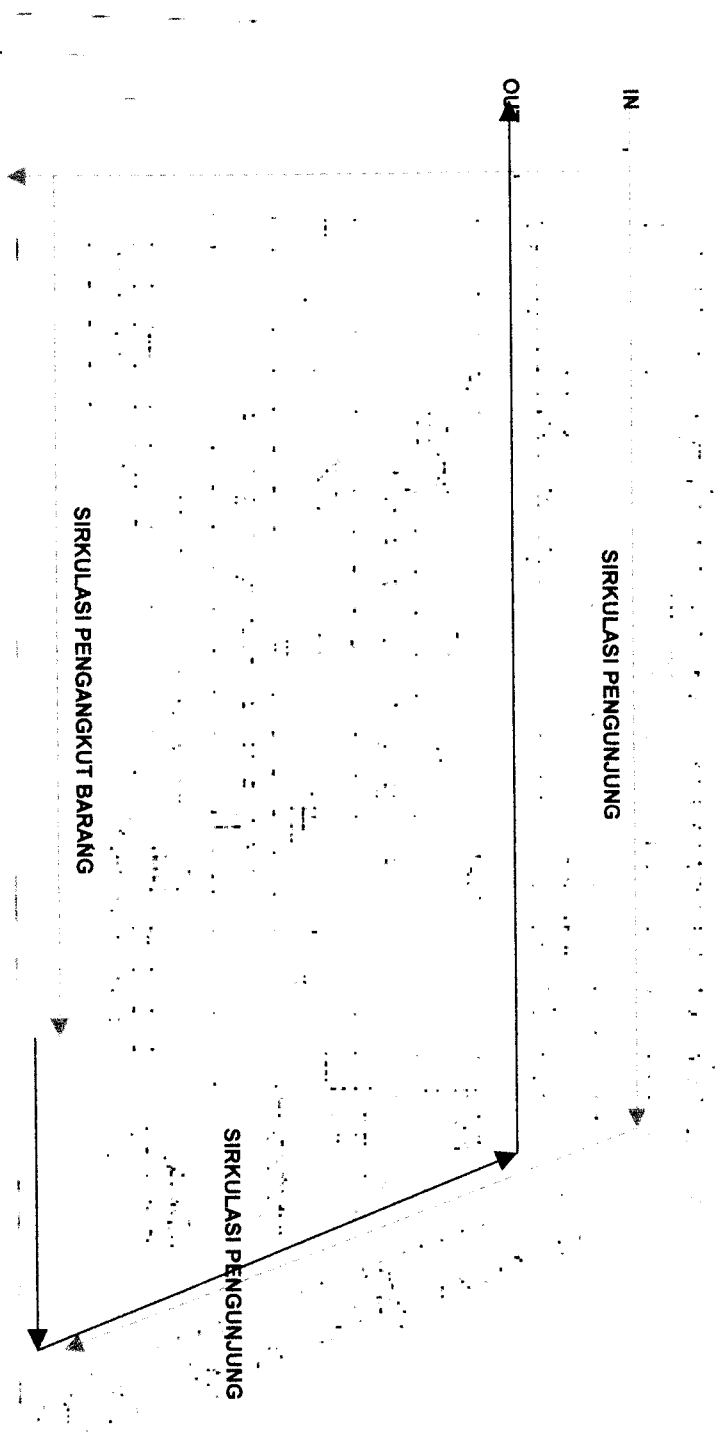
- A. Pintu masuk yang jelas berada di pusat atau tengah fasad baik untuk fasad depan maupun fasad belakang. Sehingga diharapkan ada kesamaan akses baik dari kedua sisi bangunan.
- B. Sirkulasi jalan utam (ring road) dari utara keselatan maka orientasi bangunan diarahkan kesisi utara untuk memperoleh kemudahan bagi akses bangunan. Fasad bangunan yang mengarah kejalan dioptimalkan untuk pemasangan papan iklan agar bisa terbaca oleh orang yang lalu lalang di jl ring road timur.

Tata ruang yang jelas



Adanya tata ruang yang jelas pembagiannya menurut kelompok fungsi masing-masing kelompok ruang.

Kejelasan Dari Alur sirkulasi menuju bangunan

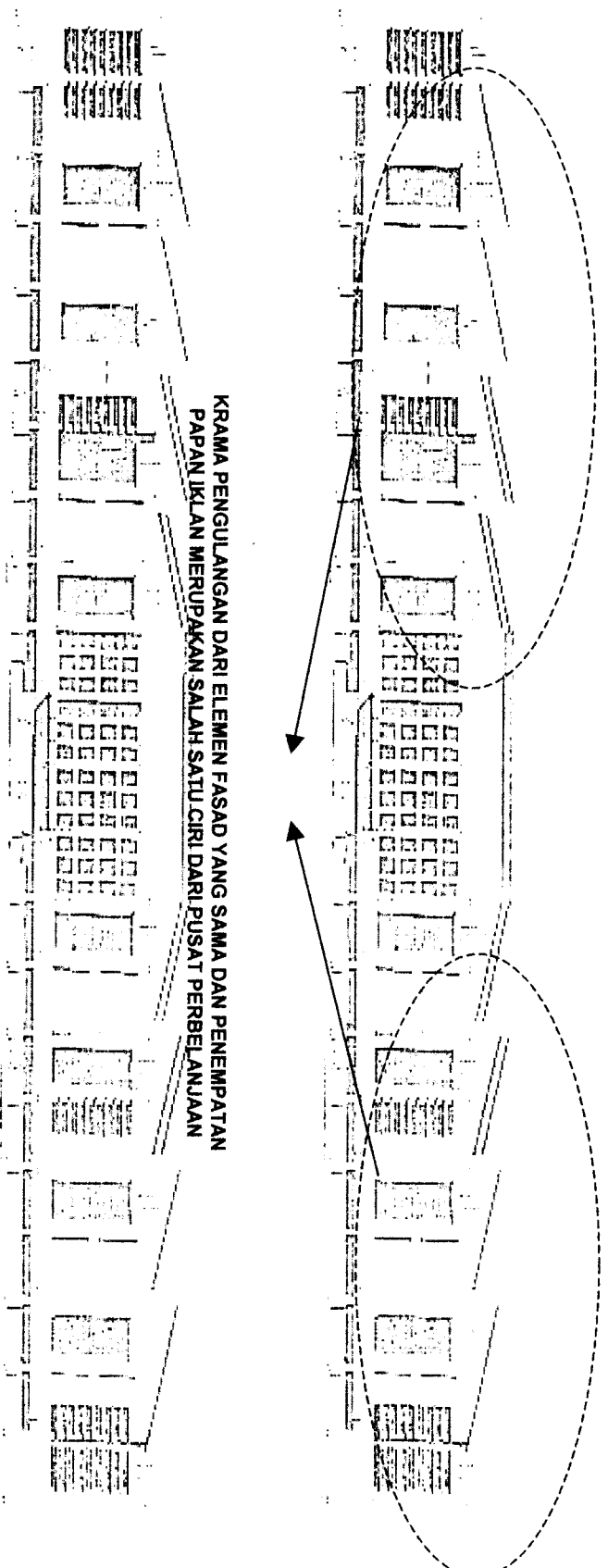


b. Boldness (Kemenonjolan)

Mampunyai penampilan visual bangunan yang spesifik tersendiri dan mudah diingat. Sehingga Keberadaan bangunan dapat dirasakan. Spesifikasi bangunan pusat perbelanjaan bermeda dengan penampilan bangunan dengan fungsi lain. Adanya pengulangan ritme nyata dari fasad bangunan dengan pola serta bentuk yang hampir sama.

PENGULANGAN/RITME

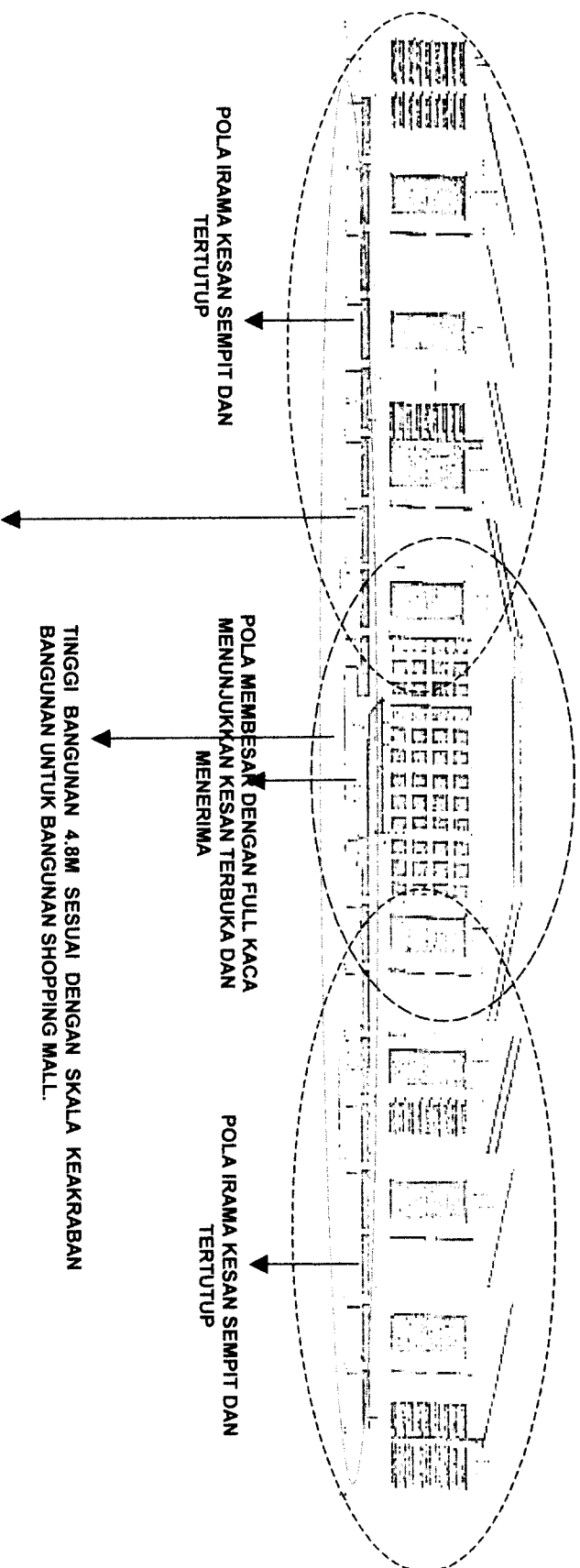
PENGULANGAN/RITME



c. Intimacy (Keakraban)

Bentuk yang Menerima

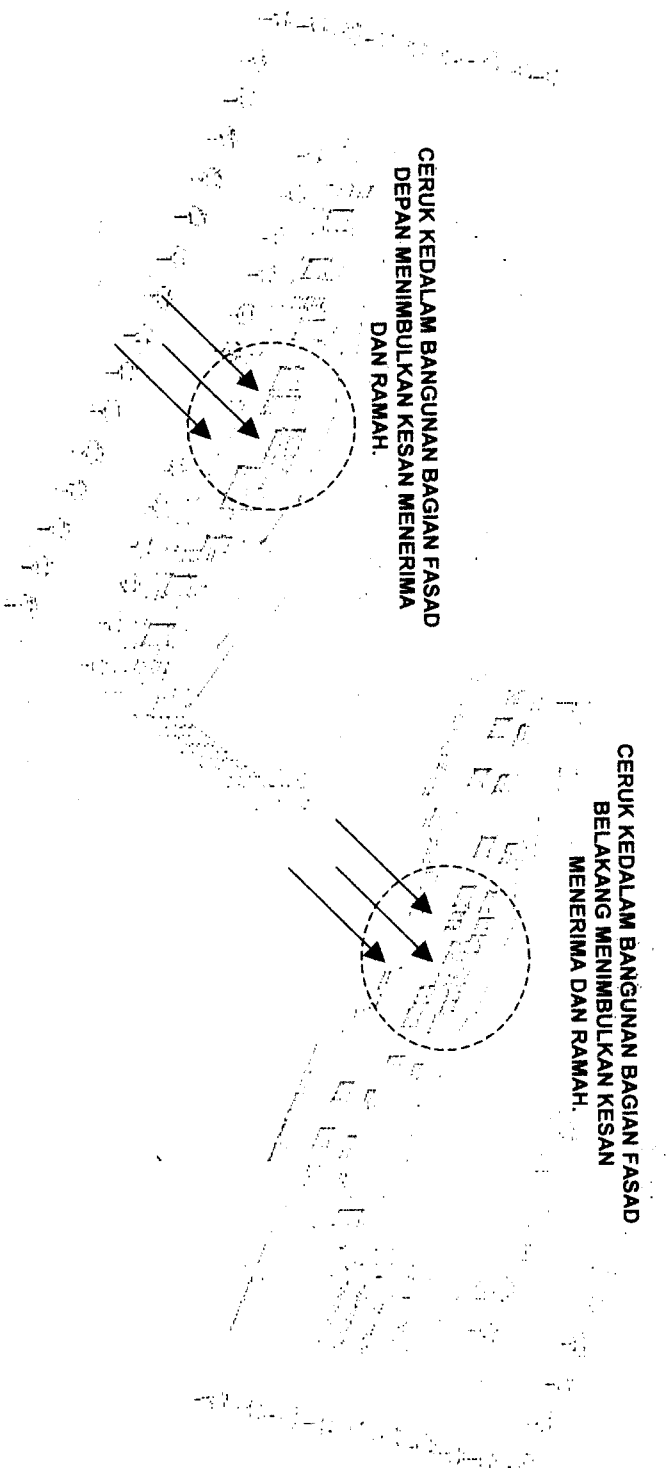
Tampak dari tampilan visual entrance dengan pola berbeda dari sampingnya.



SELASAR DISEKITAR BANGUNAN YANG MEMBERIKAN FASILITAS UNTUK BERJALAN DI SEPANJANG SISI LUAR BANGUNAN MENAMBAH KESAN RAMAH, MELINDUNGI SERTA MEMBERIKAN KESAN UCAPAN DATANG.

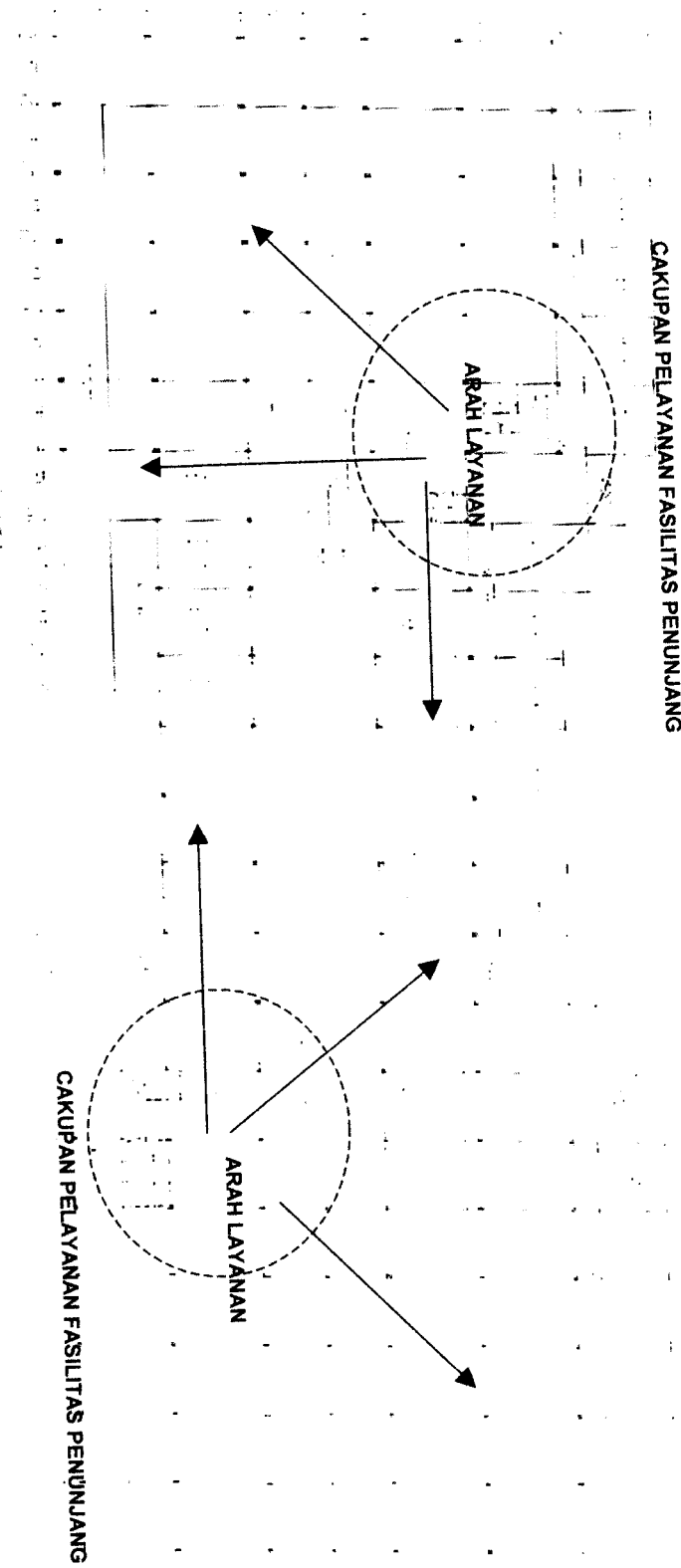
Bentuk entrance Bangunan yang Menerima

Adanya ceruk kedalam bangunan utama yang memberikan kesan mempersilahkan masuk.



SIFAT KERAMAHAN JUGA DITUNJUKKAN DENGAN BENTUK DAN TINGGI BANGUNAN YANG LEBIH HORIZONTAL DIBANDINGKAN DENGAN TINGGI VERTIKAL

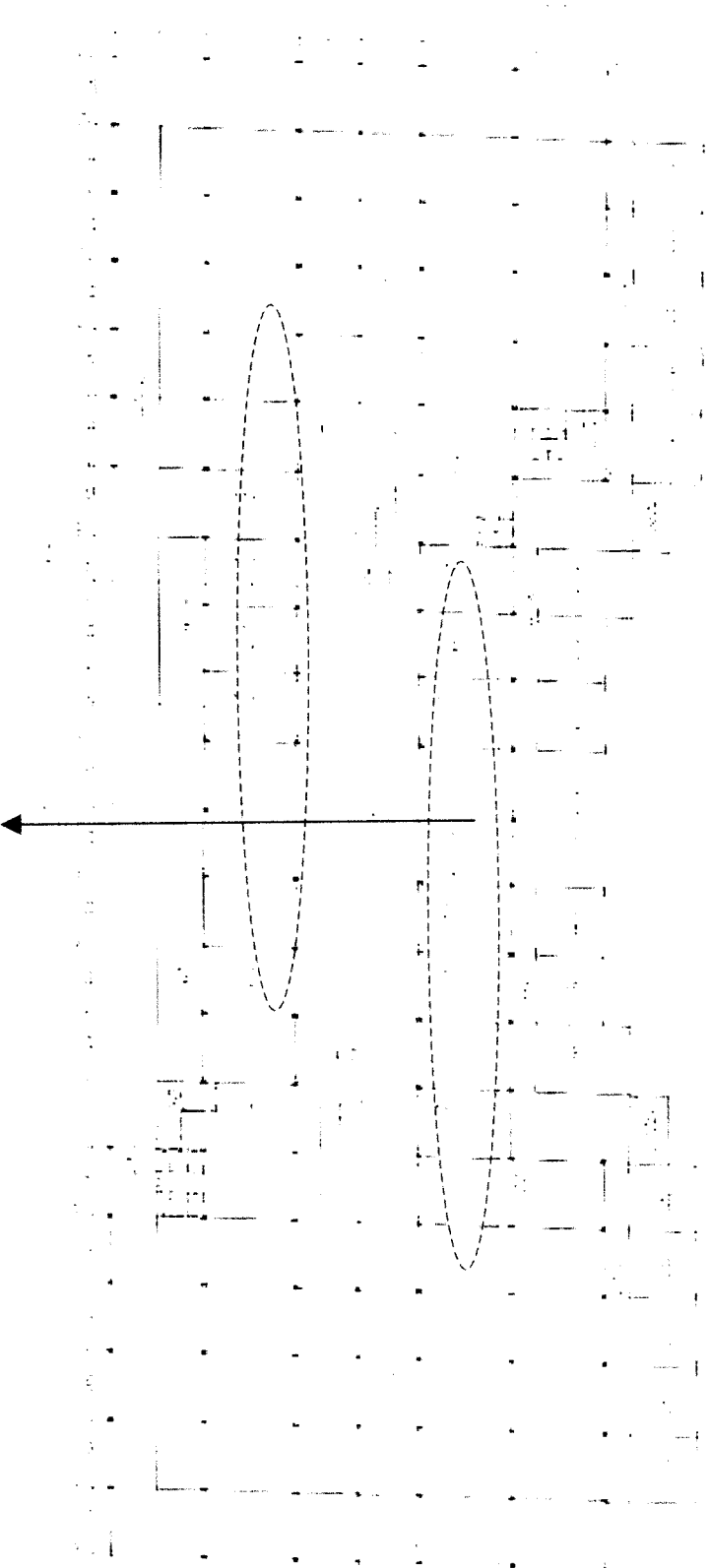
Kedekatan fasilitas belanja dengan fasilitas penunjang



PEMBAGIAN CAKUPAN PELAYANAN DALAM SHOPPING MALL YANG MERATA TERBAGI MENJADI DUA BAGIAN.

dFlexibility (fleksibilitas)

Adanya ceruk kedalam bangunan utama yang memberikan kesan mempersilahkan masuk.

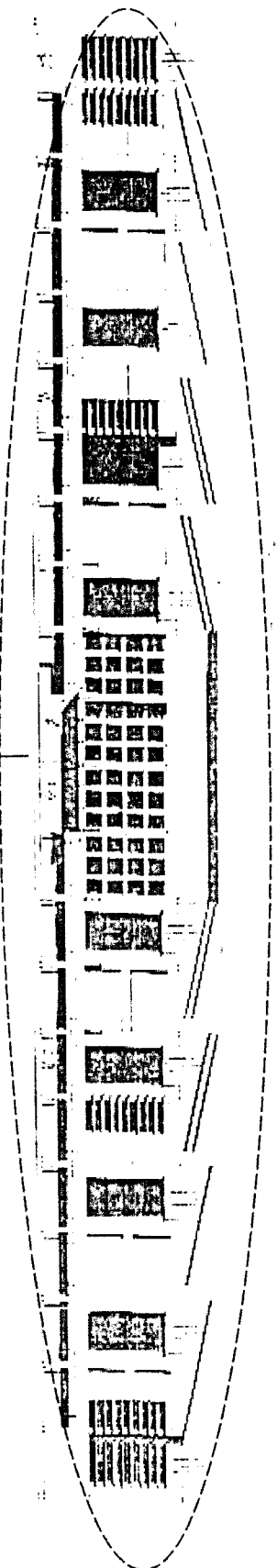


DINDING-DINDING PENYEKAT RUANG DALAM BANGUNAN MENGGUNAKAN PARTISI. MEMUNGKINKAN FLEKSIBILITAS DARI DINDING UNTUK DIBONGKAR PASANG SEHINGGA BESARAN RUANG DAPAT DIRUBAH SESUAI DENGAN KEBUTUHAN LUAS RUANG YANG DIINGINKAN.

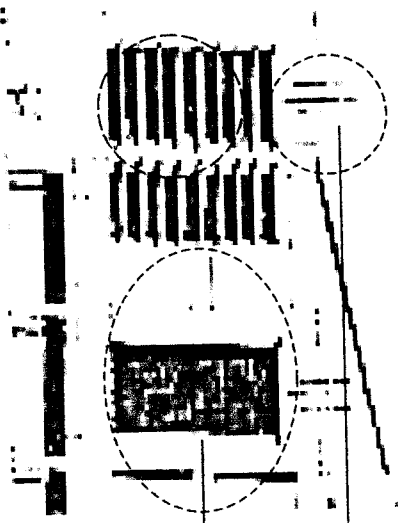
RUANG DALAM DENGAN PENYEKAT PARTISI MEMUNGKINKAN ALIH FUNGSI DIMASA YANG AKAN DATANG DENGAN TAMPILAN FASAD YANG SAMA MAUPUN DIRUBAH.

e. Complexity (kompleksitas)

Adanya penampilan visual bangunan dengan desain yang spesifik. Dalam bangunan komersial, yang penting dalam fasadnya adalah tuntutan untuk bisa mawadahi papan iklan. Untuk menghindari kebosanan serta kemonotonan dapat diantisipasi dengan kombinasi tampilan visual yang kompleks.

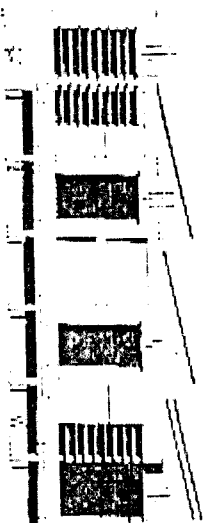


Apik dengan menampilkan rangkaian bentuk dan detail yang berbeda. Perpaduan sirip, solid dan void pada tampak menggambarkan bangunan yang berisi banyak toko yang menjual produk yang beda tetapi tetap dalam satu kesatuan rangkaian yang utuh.



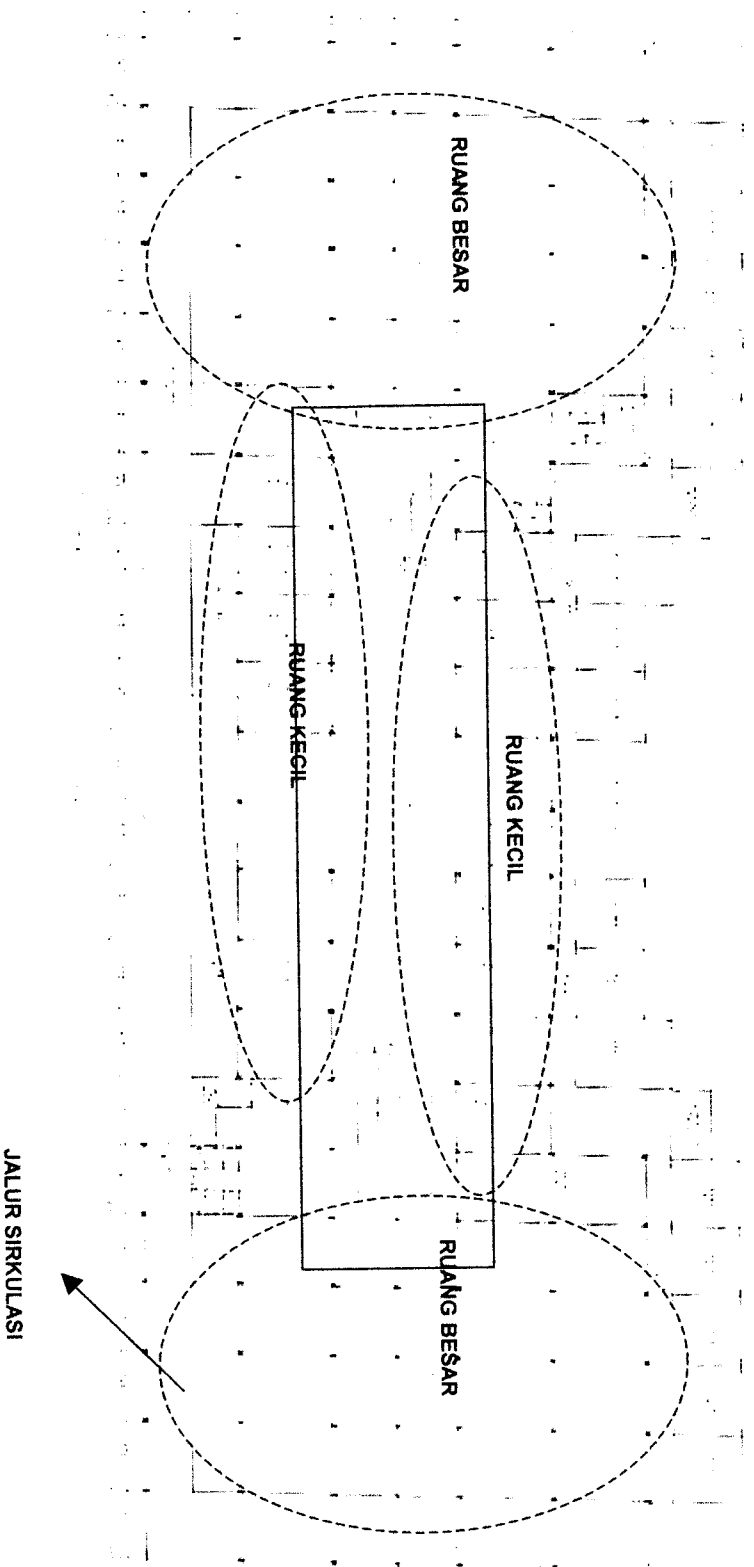
AKSEN MENONJOL KEATAS SEBAGAI CIRI KEMENONJOLAN DARI TOKO-TOKO DENGAN
PRODUK YANG DIJUAL

PERPADUAN BIDANG SOLID VOID YANG MEMBUKAKAN DESAIN YANG KOMPLEK
MEMPUINYAI RAGAM.



PERPADUAN BIDANG MIRING DAN DATAR SEBAGAI CARA MENUNJUKKAN
KEKOMPLEKSITASAN ATAU PERPADUAN RAGAM DESAIN.

Kompleksitas susunan ruang



PENYUSUNAN DAN PERPADUAN DARI RETAIL BESAR DAN RETAIL KECIL YANG TERORGANISIR
SESUAI DENGAN FUNGSI DAN DIKAT OLEH JALUR SIRKULASI YANG MENGGELILINGINYA.

f. Efficiency (Efisiensi)

Dengan konsep bahwa setiap jengkal ruang yang dibuat adalah besarnya biaya yang dikeluarkan.

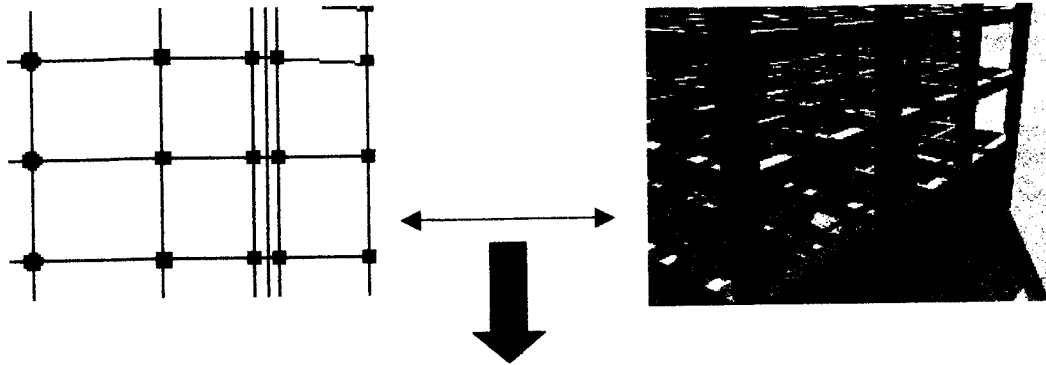
1. Penggunaan partisi pada setiap penyekat ruang dalam bangunan
2. Penggunaan modul ruang sesuai dengan modul struktur atau sebaliknya. Dalam kasus bangunan ini digunakan struktur rangka beton bertulang
3. Pencahayaan pada siang hari melalui skylight untuk bangunan atrium guna mengurangi pemanfaatan energi listrik.
4. Fasad bangunan dioptimalkan untuk peletakan papan iklan sebagai tambahan pemasukan bagi shopping mall.

f. Investivense (Kebaruan)

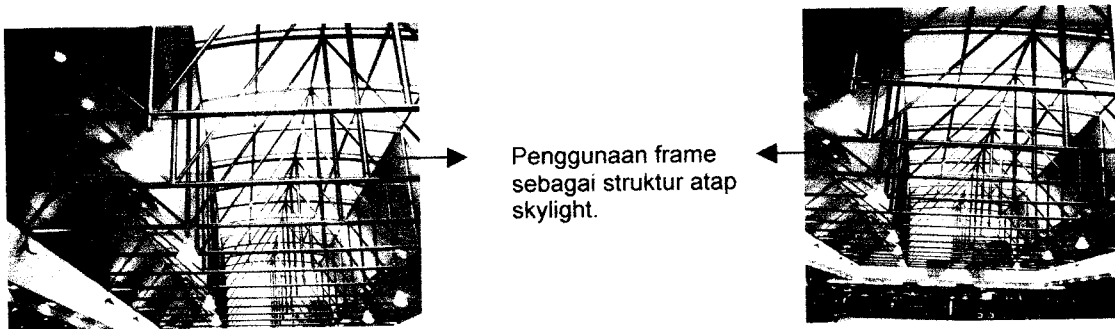
1. Penggunaan alat-alat dan kelengkapan bangunan sesuai dengan teknologi yang ada pada saat ini, misalnya lift dan eskalator pada fasilitas sirkulasi.
2. Penggunaan bahan-bahan material sesuai dengan perkembangan yang ada pada saat ini misalnya penggunaan kaca, penggunaan rangka baja pada atap.

2.6.2. Struktur Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Komposisi struktur yang digunakan adalah komposisi struktur campuran. Struktur rangka beton bertulang digunakan sebagai struktur utama bangunan. Grid struktur mengikuti modul ruang toko. Komposisi struktur atap menggunakan dag beton dan frame untuk skylight serta atap zinalume.



Struktur rangka beton bertulang sebagai struktur utama bangunan. Grid struktur menggunakan modul ruanr outlet.



2.6.3. Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Konsep dasar penciptaan citra komersial dalam olahan permukaan bangunan dengan memperhitungkan skala, proporsi serta komposisi dari fasad bangunan. Kreatif dan inovatif bisa ditransformasikan dalam komposisi bidang

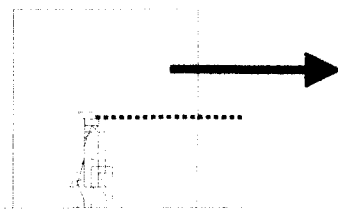
bukaan, massif, transparan, tekstur, warna dan penggunaan bahan sehingga tercipta bangunan yang mempunyai nilai estetika.

2.6.4. Simbol Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Citra bangunan komersial ditunjukkan dengan bangunan yang bisa memberikan gambaran akan fungsi bangunan tersebut.

2.6.5. Ketinggian Bangunan

Konsep ketinggian bangunan harus memperhitungkan kenyamanan dan keakraban melalui proporsi dan skala. Ketinggian bangunan yang akan digunakan berkisar antara 3,5 – 5 m dalam tiap lantai bangunan.



Skala ketinggian bangunan yang dipilih adalah skala normal. Dengan itu masih memungkinkan untuk memperoleh keleluasaan dan kenyamanan gerak, serta menempatkan sistem utilitas diatas plafond.

2.6.6. Program Ruang

a. Study Aktifitas dan Kebutuhan Ruang

Pemikiran penggunaan bangunan dalam jangka waktu yang lama harus mendapatkan perhatian khusus dalam proses perancangan dan perencanaan bangunan shopping mall bahan bangunan. Efektifitas dan penekanan biaya operasional bangunan dengan cara penggunaan bahan bangunan yang berkualitas baik dan tahan lama, sehingga biaya pemeliharaan menjadi murah. Dengan pemikiran diatas maka kebutuhan ruang untuk shopping mall sebagai berikut :

- Fasilitas penjualan : retail yang fleksibel, disewakan.
- Fasilitas pengelola : kantor pengelola
- Fasilitas penunjang : gudang retail, ruang bongkar muat, lavatory, mushola.

b. Kebutuhan Luas Ruang

Dengan luas site 17000 m² dari ketentuan BCR (Building Coverage Ratio) maksimum 60% dari luas total lahan. Maka ditemukan BC 10200 m², dengan 3 lantai dan luas total bangunan adalah 13809 m². Maka perkiraan luas tiap lantai sekitar 3452 m².

c. Zoning Ruang Dalam

Konsep dasar peruangan dibagi berdasarkan zona sebagai berikut :

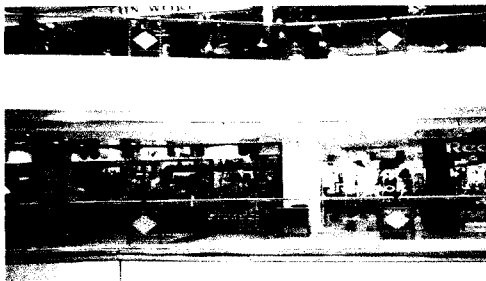
- Kelompok ruang penjualan
- Kelompok ruang pengelola
- Kelompok ruang penunjang
-

2.6.7. Sistem Sirkulasi

a. Sirkulasi Pengunjung / Pembeli

Konsep dasar sirkulasi yang dipakai adalah sirkulasi linier. Pengolahan koridor dibuat menarik dan dilengkapi dengan efek pencahayaan, sehingga diharapkan pengunjung akan terhindar dari kebosanan. Konsep kenyamanan sirkulasi pengunjung perlu mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Gerak pengunjung
- Kenyamanan bersirkulasi



Berdasarkan hal tersebut ditentukan lebar koridor untuk shopping mall bahan bangunan adalah 4 – 6 m. Berdasarkan rencanaterdapat satu unit toko yang menghadap koridor seperti contoh disamping.

2.6.8. Konsep Sistem Struktur

Konsep sistem struktur utama bangunan menggunakan struktur rangka beton bertulang. Adapun spesifikasinya sebagai berikut :

- Sub struktur : kombinasi foot plat dan pondasi rakit.

- Super struktur : kombinasi antara core, kolom balok beton bertulang.
- Bahan struktur beton bertulang.
- Dinding pengisi : batu bata , beton cetak, glass block, kaca dan sekat ruang menggunakan partisi.
- Atap menggunakan dag beton dan rangka baja.

2.6.8. Konsep Sistem Utilitas

Sistem utilitas merupakan syarat merupakan persyaratan utama dari kenyamanan bangunan. Adapun penggunaan sistem utilitas pada bangunan antara lain :

- Penghawaan buatan, menggunakan AC unit pada tiap unit toko . Untuk ruang khusus seperti ruang mesin, parkir indoor dan dapur menggunakan exhaus fan.
- Penghawaan alami, dengan cross ventilation pada ruang – ruang yang tidak memerlukan pengkondisian udara.
- Pencahayaan alami dengan skylight dan bukaan jendela.
- Pencahayaan buatan memanfaatkan sumber dari arus PLN. Untuk keadaan emergency digunakan genset.
- Sistem transportasi bangunan menggunakan escalator, lift barang, tangga darurat.
- Jaringan air bersih dari PAM, untuk antisipasi dengan pembuatan sumur air bersih. Sistem distribusi air down feed System.
- Sistem keamanan bangunan dari bahaya kebakaran menggunakan : sprinkler, tabung gas pemadam, hydrant. Sistem komunikasi menggunakan telepon, CCTV, intercom, telex facimily yang disediakan oleh warpostel.

DAFTAR PUSTAKA

1. Herdiana, Endin, *Shopping Mall di Bandung*, TA, UII, 1997.
2. Frics, Northen and Haskall, M, 1977.
3. Dept. RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
4. Sutedjo, Peran, *Kesan dan Pesan Bentuk-bentuk Arsitektur*, 1985, P : I-II.
5. Farizade, Inge, *Pengaruh Sirkulasi Terhadap Kenyamanan Kegiatan Produksi Industri Mebel di Jepara*, TA, UII, 2005.
6. Bintang Home : edisi 19 / 5-8 mei 2004.
7. Toto Media 41, maret 1998.
8. Toto Media 39, September 1997.
9. Bath Room Info, Buletin Sanitari edisi September – desember 2005.
10. Kompas, Jum'at 8 Oktober 2004.
11. Binmtang Home : edisi 45 / 4 – 17 mei 2005.
12. Defitasari, Yesi, *Yogyakarta Hyundai Shawroom*, TA, UII, 2005.
13. HAdi, Solichul, *Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Kabupaten Jawa Tengah*, TA, UII, 2003.
14. Pratomo, Bagus, *Shopping Mall di Cilacap*, TA, UII, 2003/2004.
15. Tabloid Rumah, 10 mei – 23 mei 2005.
16. Neufert, Ernest, *Data Arsitek*, Penerbit Erlangga 1992.
17. Susilawati, *Pusat Perbelanjaan di Pematang Siantar*, TA, UII, 1996.
18. Infopapan, Oktober 1992.
19. Ching, DK, Francis, *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Penerbit Erlangga, 1991.
20. www. Yahoo.com.
21. www. Mitra 10. com.
22. Rathbun Daris Robert, *Shopping Centers and Mall, Retailing Reporting Corporation*, New York.
23. Data Survei.

FOTO MAKET

