

## BAB II

### ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

#### PUSAT PERBELANJAAN KELUARGA MUSLIM

##### II.1. TINJAUAN TEORITIS

Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim nantinya terletak pada site yang berada di salah satu pusat kota Jogjakarta tepatnya terletak di pojok jalan antara utara jalan Laksda RE. MARTADINATA dan barat jalan Letjen SUPRAPTO, bagian barat dari site merupakan sungai Winongo, dengan luas site netto kurang lebih 13.000 m<sup>2</sup>.

Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim merupakan pembatasan fisik/komoditi dari suatu pusat perbelanjaan yang mempunyai pangsa pasar tersendiri di Jogjakarta, yang nantinya sebagai wadah terjadinya kegiatan berbelanja dengan skala pelayanan *keluarga*. Dalam penulisan ini pada akhirnya nanti penulis akan berusaha membagi komoditas berdasarkan komponen pembentuk keluarga tersebut yaitu : bapak, ibu dan anak.

Sifat Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim dibentuk dengan adanya fasilitas-fasilitas pelayanan dan penunjang untuk keluarga selain dari komoditasnya, dimana didalamnya mempunyai *jenis layanan kebutuhan, cara berbelanja, dan suasana berbelanja keluarga*.

*jenis layanan kebutuhan*, keluarga mempunyai kebutuhan yang cukup signifikan, jenis layanan pusat perbelanjaan berbasis keluarga-pun mempunyai keberagaman lebih dibanding pusat-pusat perbelanjaan yang lain, yang didalamnya akan melayani jenis layanan yang terdiri dari anak, ibu dan bapak. *cara berbelanja*, cara berbelanja di pusat perbelanjaan keluarga yang khas yaitu biasanya berbelanja kebutuhan untuk bulanan. *Suasana berbelanja*, suasana berbelanja keluarga yang membutuhkan space dan sirkulasi yang memungkinkan untuk saling berinteraksi tanpa meninggalkan sisi komersial.

Oleh karena itu diperlukan sebuah konsep bangunan pusat perbelanjaan keluarga muslim yang mampu memenuhi tuntutan-tuntutan tersebut.

Pada bab ini penulis akan membahas pusat perbelanjaan keluarga muslim hingga didapat program ruang dan organisasi ruang dari pusat perbelanjaan ini.

### **II.1.1. Prinsip Peletakan Fasilitas Komersial**

Peletakan fasilitas komersial adalah sebagai *magnet* bagi pengunjung. Peletakan magnet nantinya akan membentuk pola pergerakan, sehingga antara magnet dapat diletakkan fasilitas lain, peletakan fasilitas tersebut juga mempertimbangkan karakter pelayanan tiap fasilitas. (Lion, E, P, 1975, *Shopping Center*, A Wiley Interscience Publication, New York, 38),

Dalam Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim ini akan terdapat sebuah magnet (*anchor*) sehingga nantinya akan terbentuk pola pergerakan yang nantinya mengarah pada magnet ini dengan retail-retail terletak berderet pada pola pergerakan yang terbentuk.

### **II.1.2. Kecenderungan Berbelanja Keluarga**

Keluarga dalam berbelanja mempunyai kecenderungan datang secara bersama-sama terdiri dari Ayah, Ibu, dan Anak. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, berbelanja keluarga dilakukan minimal sekali dalam sebulan, untuk anak biasanya oleh orang tua akan sengaja menitipkan/meninggalkan di toko buku yang memiliki fasilitas ruang baca khusus anak. Selain toko buku orang tua akan menitipkan anak di area permainan/game. (*berita ANteve tentang berbelanja keluarga, bulan September 2002*).

Pusat perbelanjaan saat ini selain menjadi pusat memenuhi kebutuhan sehari-hari juga menjadi salah satu pilihan tempat untuk rekreasi keluarga, terutama disaat hari libur, ini sangat dirasakan dengan cukup terbatasnya pelayanan kebutuhan akan rekreasi keluarga khususnya ditengah perkotaan. Sehingga dalam pusat perbelanjaan ini kegiatan pelayanan rekreasi menjadi salah satu faktor yang perlu dilayani.

### II.1.3. Ruang Lingkup Jangkauan Pelayanan

#### *Neighborhood Centre*

Pusat perbelanjaan yang menekankan pada pelayanan barang kebutuhan sehari-hari. Jenis fasilitas berupa supermarket dan toko tunggal. Area penjualan pusat perbelanjaan tipe ini mempunyai luas 5.000 m<sup>2</sup> (3.000-10.000m<sup>2</sup>) tingkat pelayanan 2.500-40.000 orang.

#### *Community Centre (distrik)*

Pusat perbelanjaan dengan jenis barang lebih luas, jenis fasilitas yang ada meliputi departement store, supermarket, dan toko tunggal. Area penjualan dengan luas 15.000m<sup>2</sup> (10.000-30.000m<sup>2</sup>) tingkat pelayanan 40.000-150.000 orang.

#### *Regional Centre*

Pusat perbelanjaan dengan jenis barang bervariasi terdiri dari kelompok Departement store dan toko tunggal. Area penjualan dengan luas 40.000m<sup>2</sup> (30.000-150.000) tingkat pelayanan diatas 150.000 orang.

Berdasarkan tingkat pelayanan/jangkauan maka pusat perbelanjaan keluarga muslim ini berbentuk **Community Centre** dengan penekanan berupa pelayanan barang kebutuhan sehari-hari, jenis fasilitas berupa departement store, supermarket, book store dan toko tunggal, area perdagangan mempunyai luas kurang lebih 24.000 m<sup>2</sup>, dengan tingkat pelayanan 70.000 orang.

### II.1.4. Target Pembeli

Berdasarkan pada jangkauan pelayanan dan tututan kebutuhan serta bentuk fasilitas perdagangan maka target pembeli untuk Pusat Perbelanjaan adalah kelompok menengah keatas yaitu masyarakat pada umumnya dan umat muslim pada khususnya.

### II.1.5. Studi Kasus Bangunan Pusat Perbelanjaan

Studi kasus ini dilakukan sebagai pembandingan dari pusat perbelanjaan yang telah ada berupa peletakan *anchor/magnet*, peletakan retail berdasarkan hasil amatan langsung dilapangan.

- **Pusat Perbelanjaan Plaza Surabaya**

Pusat perbelanjaan plaza Surabaya ini mempunyai magnet (*anchor*) satu buah berupa departement store, dan supermarket dengan *Strip* bentuk konfigurasi deret. Fasilitas pertokoan disusun sederet dengan kanopi. Fasad menghadap pada arah yang langsung berhubungan dengan parkir. Pedestrian di luar site, Area parkir berada antara jalan dan pedestrian. Luasan parkir area kurang lebih 40% dari luasan bangunan, dengan letak di depan dan samping bangunan pusat perbelanjaan, menggunakan sistem sewa (disewakan per meter persegi per bulan). (hasil survei bulan September 2002)

- **Pusat Perbelanjaan Tunjungan Plaza Surabaya**

Merupakan pusat perbelanjaan gabungan dari empat pusat perbelanjaan (Tunjungan Plaza 1, 2, 3, dan 4) dengan bentuk dasar memanjang dengan magnet di setiap pusat perbelanjaan magnet berupa departement store, supermarket, terdapat space transisi antar pusat perbelanjaan. Retail berderet memanjang. (hasil survei bulan September 2002)

- **Pusat Perbelanjaan Ramai Family Mall Jogjakarta**

Pusat perbelanjaan dengan satu magnet (*anchor*) berupa departement store, dan supermarket. merupakan pusat perbelanjaan dengan bentuk awal deret panjang sayangnya pada pengembangan berikutnya pada sisi belakang sistem sirkulasi bagi pengunjung tidak berputar, sehingga ada retail yang sering terlewat/tidak dicapai oleh pengunjung, selain itu klaim sebuah pusat perbelanjaan keluarga kurang tercermin dalam pelayanan penunjang dalam bangunan.

## II.2. SITE, SIRKULASI LUAR DAN PARKIR

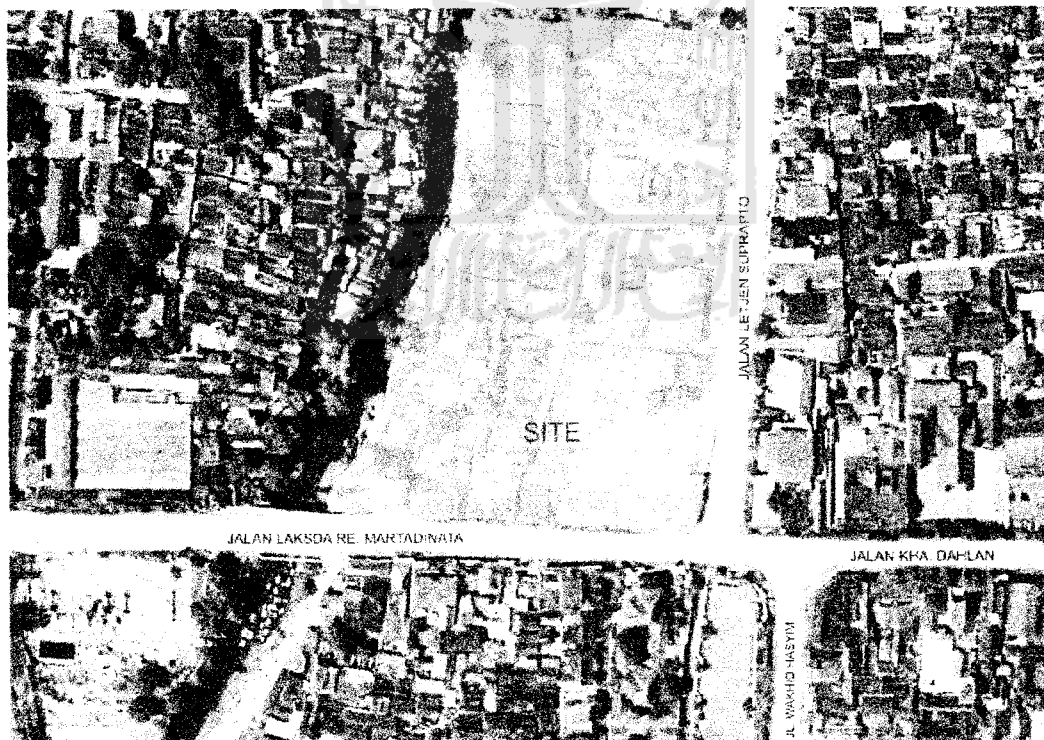
### II.2.1. KONDISI EXISTING SITE

#### 1. Lokasi Site

Site perencanaan berada di pusat kota Jogjakarta yang terletak di pojok jalan antara utara jalan Laksda RE. Martadinata dan barat jalan Letjen Suprpto. Dengan sungai Winongo disisi barat site. Site mempunyai luasan kurang lebih 13.000 meter persegi.

#### 2. Potensi Site

Letak lokasi yang berada di jalan Laksda RE. Martadinata merupakan lokasi yang cukup strategis karena merupakan salah satu area perdagangan di Jogjakarta, didukung daerah sekitar yang merupakan daerah dengan penduduk mayoritas muslim (daerah Kauman) dan merupakan daerah transisi yang menghubungkan antar kota/propinsi serta cukup dekat dengan area parkir bis pariwisata dengan harapan pengunjung akan mampir ke pusat perbelanjaan.

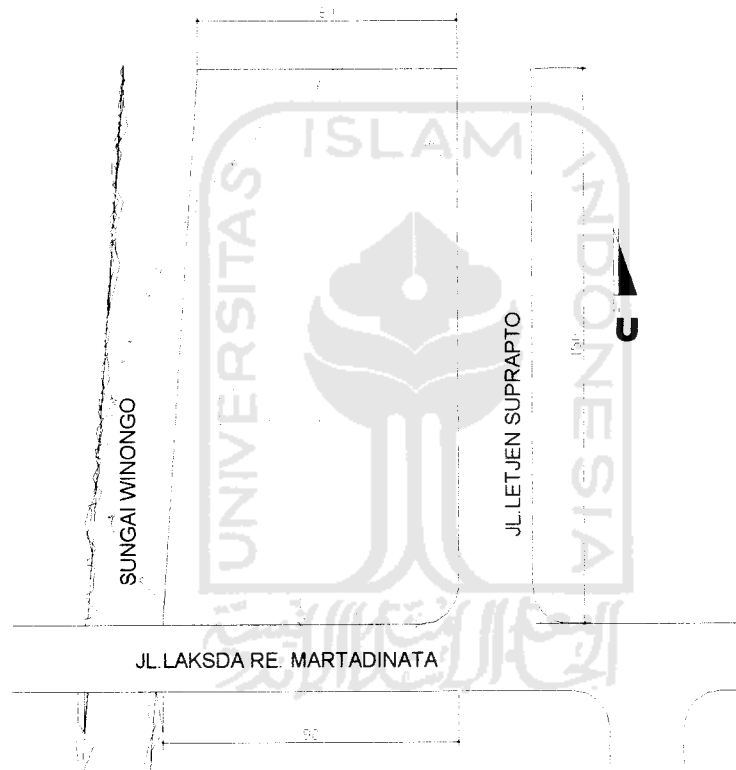


**GAMBAR II.1.**

(Sumber : Foto Udara BAPEDA DIY)

### II.2.2. Lingkungan Sekitar Site

Secara umum lingkungan disekitar site didominasi oleh kegiatan perdagangan, terutama pada sisi jalan KHA. Dahlan, Wahid Hasyim dan Letjen SUPRAPTO, yang berderet mengikuti jalan dengan dibelakangnya berupa pemukiman, sedang sisi jalan Laksda RE. MARTADINATA merupakan daerah perdagangan dan pemukiman (campuran). Oleh karena itu keberadaan Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim pada site ini ditempatkan untuk saling mendukung pada lingkungan khususnya untuk kegiatan perdagangan.



**GAMBAR II.2.**

*sumber: Analisa Penulis*

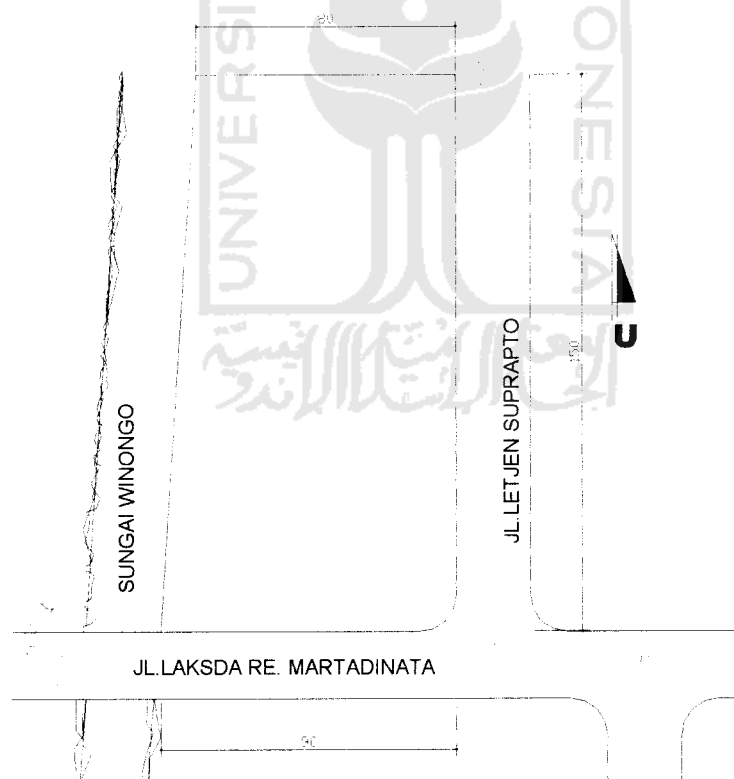
### II.2.3. Sirkulasi Ruang Luar

**JALAN LETJEN SUPRAPTO** LALU LINTAS KENDARAAN UMUM (ANGKUTAN KOTA) KENDARAAN PRIBADI, SEPEDA MOTOR DAN KENDARAAN NON MESIN. JALUR DUA ARAH, JALUR PEDESTRIAN DI KEDUA SISI JALAN, BAHU JALAN DIPAKAI SEBAGAI TEMPAT PARKIR, KEPADATAN LALU LINTAS CUKUP TINGGI PADA JAM-JAM TERTENTU.

**JALAN RE. MARTADINATA** LALU LINTAS UTAMA KOTA JENIS KENDARAAN : BIS PARIWISATA, ANGKUTAN DALAM, KENDARAAN PRIBADI, SEPEDA MOTOR, DAN KENDARAAN NON MESIN. JALUR DUA ARAH, JALUR PEDESTRIAN BELUM JELAS, BAHU JALAN DIPAKAI SEBAGAI TEMPAT PARKIR, KEPADATAN LALU LINTAS CUKUP TINGGI PADA JAM-JAM TERTENTU.

**JALAN KHA. DAHLAN** LALU LINTAS KENDARAAN UMUM (ANGKUTAN KOTA) KENDARAAN PRIBADI, SEPEDA MOTOR DAN KENDARAAN NON MESIN. JALUR DUA ARAH, JALUR PEDESTRIAN DI KEDUA SISI JALAN, BAHU JALAN DIPAKAI SEBAGAI TEMPAT PARKIR, KEPADATAN LALU LINTAS CUKUP TINGGI PADA JAM-JAM TERTENTU

**JALAN WAHID HASYIM** LALU LINTAS KENDARAAN UMUM (ANGKUTAN KOTA) KENDARAAN PRIBADI, SEPEDA MOTOR DAN KENDARAAN NON MESIN. JALUR DUA ARAH, JALUR PEDESTRIAN DI KEDUA SISI JALAN, BAHU JALAN DIPAKAI SEBAGAI TEMPAT PARKIR, KEPADATAN LALU LINTAS CUKUP TINGGI PADA JAM-JAM TERTENTU.



**GAMBAR II.3.**

*sumber: Analisa Penulis*

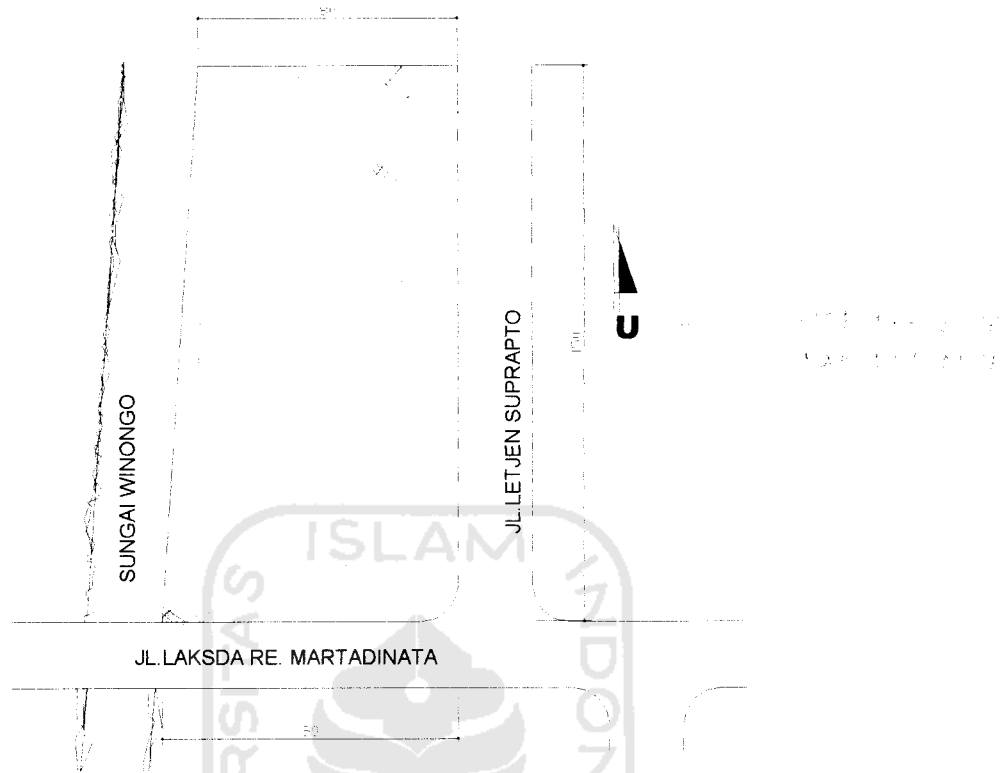
Dari pola pergerakan kendaraan dan pejalan kaki diatas dapat dianalisis dengan beberapa pertimbangan dalam peletakan daerah pencapaian ke site.

- Kemudahan pencapaian baik bagi pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor.
- Sistem kendaraan umum kota Jogjakarta berhubungan langsung dengan terminal pedestrian yang berada di sekeliling kompleks Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim
- Keamanan dan kelancaran kegiatan pergerakan disekitar site.
- Adanya titik tangkap yang jelas dan mudah dicapai.

Berdasarkan fungsinya pencapaian ke tapak dibagi:

- Pencapaian utama (main entrance/ME) bersifat umum, pencapaian utama diletakkan pada pertemuan jalan Laksda RE. MARTADINATA dan jalan Letjen SUPRAPTO dan menuju langsung kearah bangunan dengan pertimbangan bahwa jalan tersebut merupakan jalan arteri yang dapat di capai dari segala arah dan merupakan jalur yang cukup ramai.
- Pencapaian kedua (side entrance/SE) bersifat service dan keamanan (jalur mobil pemadam kebakaran) dengan entrance diletakkan pada sisi jalan Letjen SUPRAPTO dan berputar ke sisi barat dan utara bangunan dan keluar melalui jalan Laksda RE. MARTADINATA, tetapi tidak langsung ke bangunan.



**GAMBAR II.4.***sumber: Analisa Penulis*

#### II.2.4. Parkir

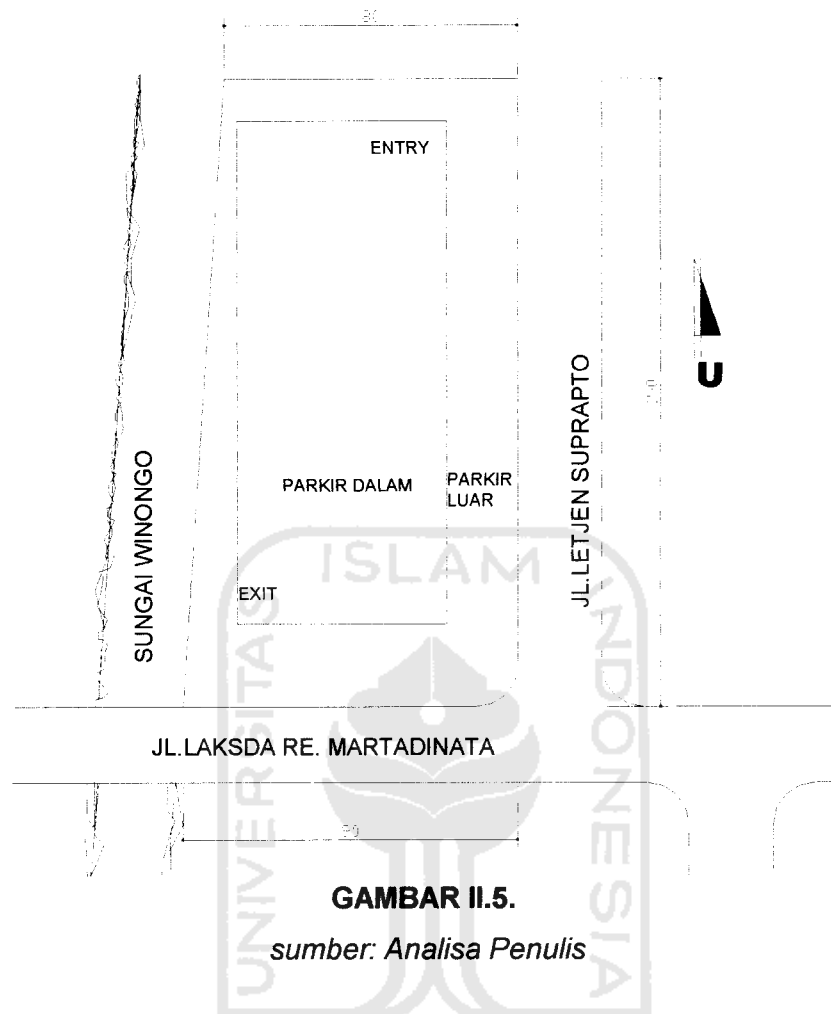
Parkir merupakan faktor yang penting dalam kesuksesan suatu fasilitas perbelanjaan, perencanaan parkir yang baik akan menarik orang untuk berkunjung ke pusat perbelanjaan tersebut dan begitu pula sebaliknya. Apabila perencanaannya buruk maka pengunjung akan berkurang dan tentunya akan mencari tempat lain yang lebih nyaman. Macam area parkir yang sering digunakan :

- Parkir sepanjang jalan
- Area parkir diruang terbuka
- Area parkir diruang tertutup

Berdasarkan pendekatan sistem parkir, diperoleh acuan fasilitas parkir :

Parkir utama, untuk kendaraan yang berasal dari main entrance

Parkir kedua/samping, untuk kendaraan service dan pengelola gedung, parkir basement, sebagai tempat parkir utama gedung untuk kendaraan yang datang dari main entrance dan tidak parkir di tempat utama.

**GAMBAR II.5.***sumber: Analisa Penulis*

### II.3. ANALISA RUANG

#### II.3.1. Analisa Pengelompokan Ruang dan Kebutuhan Ruang

Analisa kebutuhan ruang pada Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim ini didasari dari jenis kegiatan pada pusat perbelanjaan, yaitu kegiatan jual beli, pengelolaan, kegiatan perawatan, kegiatan pelayanan. Kegiatan tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tiga macam ruang yang terdiri dari *ruang utama*, *ruang pendukung* dan *ruang pelayanan*. Pengelompokan ini dilakukan untuk lebih memudahkan penyatuan kegiatan yang sangat berhubungan, kegiatan perbelanjaan, promosi/peraga dan rekreatif dikelompokkan menjadi satu, sebagai *ruang utama*, kegiatan pengelolaan dan kegiatan pengadaan barang dikelompokkan menjadi satu sebagai *ruang pendukung*, kemudian parkir, masjid, kegiatan kebersihan perawatan, operasional dan keamanan, juga dikelompokkan menjadi satu, sebagai *ruang service*.

## 1. Ruang Utama:

### a. jenis kegiatan:

- Perbelanjaan,
- Promosi/peraga
- Rekreasi

### b. pelaku kegiatan:

- pedagang atau penjual
- pembeli atau konsumen

### c. kebutuhan ruang:

- toko retail, toko retail ini terdiri dari retail yang merupakan *speciality shop* dan *variety shop*
- *departement store*
- *supermarket*
- *book store*
- *mall, atrium*
- *food court*
- *arena bermain*
- *lavatory*

## 2. Ruang Pendukung:

### a. jenis kegiatan:

- kegiatan pengelolaan
- kegiatan pengadaan barang

### b. pelaku kegiatan

- direksi/manajer
- sekretaris
- staff
- *supplier* dan pedagang

### c. kebutuhan ruang:

- ruang direksi
- ruang sekretaris
- ruang divisi
- ruang staff
- ruang tamu ruang rapat



- ruang dapur
- garasi truk supplier
- gudang
- ruang stok barang
- lavatory

## 2. Ruang Service:

### a. jenis kegiatan:

- peribadatan
- kegiatan perawatan, operasional
- kegiatan keamanan

### b. pelaku kegiatan:

- pedagang/penjual, pembeli/konsumen
- teknisi
- cleaning service
- satpam

### c. kebutuhan ruang:

- masjid
- ruang teknisi
- ruang clening service
- ruang keamanan
- pos satpam
- ruang genset
- ruang trafo'
- ruan gardu PLN
- ruang tanki dan pompa
- ruang mekanikal dan elektrikal
- Gudang
- Lavatory
- Ruang parkir pengunjung
- Ruang parkir pengelola



### **II.3.2. ANALISA JENIS FASILITAS/KEBUTUHAN RUANG PPKM**

Dari hasil analisa fasilitas pusat perbelanjaan yang telah dilakukan sebelumnya maka untuk lebih khususnya daapt diturunkan fasilitas/kebutuhan ruang dari Pusat Perbelanjaan Keluarga Muslim yang mengotong sebuah pusat perbelanjaan “Keluarga Muslim” berupa :

#### **1. Jenis layanan kebutuhan:**

##### *ANCHOR*

Berdasarkan hasil survei pada beberapa pusat perbelanjaan di Jogjakarta (Malioboro Mall, Galeria Mall, Ramai Family Mall) dan di Surabaya (Tunjungan Plaza, Plaza Surabaya, Galaksi Mall) serta berdasarkan hasil analisa penulis, yang memungkinkan anchor dengan anchor khusus muslim berupa departement store, dan food court, kedua anchor ini dikhususkan muslim karena untuk departement store nantinya akan mempunyai komoditas bagi umat muslim, berupa busana muslim, assesories muslim. Untuk food court dikarenakan harus menyajikan makanan halal pada setiap court/warungnya. sedang supermarket dan book store, bersifat umum, hal ini dikarenakan supermarket melayani kebutuhan sehari-hari dengan komoditi yang lebih bervariasi begitu pula pada book store yang akan mempunyai bermacam koleksi buku. Departement store, book store dibedakan berdasarkan tingkat umur dan jender, dalam hal ini untuk dewasa dan anak, untuk book store anak disediakan area baca khusus anak+fasilitas pendukung berupa penitipan anak.

##### *MASJID*

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa masjid mempunyai daya tampung 300 orang, masjid dalam pusat perbelanjaan keluarga muslim ini merupakan masjid yang dapat diakses langsung (oleh umum) dari luar bangunan sekaligus sebagai penetral sebuah bangunan pusat perbelanjaan yang mempunyai target konsumen menengah keatas dengan kalangan menengah kebawah.

## **2. Cara berbelanja**

Cara berbelanja keluarga yang cenderung memenuhi kebutuhan minimal untuk satu bulan khususnya untuk kebutuhan sehari-hari, hal ini sangat dimungkinkan terjadi pada anchor supermarket yang mempunyai level lantai pada lantai satu dan mempunyai sirkulasi khusus yang langsung menuju area parkir demi untuk kemudahan pencapaian dan layanan.

## **3. Suasana berbelanja Keluarga**

Suasana berbelanja keluarga ditunjukkan dari jenis fasilitas/komoditi maupun sebaran dan sistem sirkulasi yang mempunyai kekhasan pada koridor-koridor dengan tempat duduk pada titik-titik tertentu sebagai tempat istirahat, ngobrol, bersama keluarga sambil menikmati view sekeliling tempat duduk tersebut.

### **II.3.3. Komponen Fasilitas/layanan yang dibedakan berdasarkan Umur dan Jender**

Penulis dalam pusat perbelanjaan keluarga muslim ini akan mengkategorikan umur dan jender jenis layanan dan fasilitas yang dibedakan atas perempuan, pria, dan anak :

#### **PEREMPUAN**

- Butik khusus perempuan
- Salon khusus perempuan
- Aksesories khusus perempuan
- Adanya tempat khusus untuk merawat anak bagi kaum hawa dengan tingkat privasi tinggi berupa ruang tertutup dan pria dilarang masuk
- Area tempat duduk terutama untuk ibu-ibu hamil pada titik-titik tertentu pada sirkulasi dalam bangunan.

#### **PRIA**

- Butik khusus pria
- Salon khusus pria
- Aksesories khusus pria

#### **ANAK**

- Butik khusus anak
- Salon khusus anak
- Aksesories khusus anak
- Area bermain anak
- Toko mainan anak

## II.3. 4. Analisis Besaran Ruang

	KELOMPOK RUANG	KEBUTUHAN RUANG	KAPASITAS, JUMLAH	STANDAR m <sup>2</sup>	BESARAN m <sup>2</sup>
1	RUANG UTAMA	TOKO RETAIL - SPECIALITY SHOP	65 BUAH	MODUL + 83,61 (JDC)	MODUL 80 65 BUAH X 80 = 5.200
		- VARIETY SHOP	5 BUAH		MODUL 2 X 80 5 BUAH X 80 = 800
		DEPARTEMENT STORE	1 BUAH	10.000-20.000 (NB)	10.000
		SUPERMARKET	1BUAH	5.000-7000 (NB)	5.000
		BOOK STORE	1BUAH	ASUMSI	3000
		MALL	1BUAH	+1.800 L = +12 P = +150 (JDC)	1.500 X 3 VOID = 4.500 L = 15 P = 100
		AREA BERMAIN	1 BUAH	-	100 (10 X 10)
		FOOD COURT		245 (40 KURSI) (EN)	5 X 245 =1.225
		- DAPUR		20% LUAS	245
		LAVATORY	10 BUAH	1,68 (1 BUAH) (EN)	10 BUAH X 1,68 =16,8 ≈ 17
		R. DIREKSI	1 BUAH, 1ORANG	25 (EN)	25

2	RUANG PENDUKUNG	R SEKRETARIS	1 BUAH, 10 ORANG	12 (EN)	12
		R. STAFF	1 BUAH, 10 ORANG	8 (10 ORANG) (EN)	10 ORANG X 8 = 80
		R. TAMU	1 BUAH, 4 ORANG	-	9
		R. RAPAT	1 BUAH, 8 ORANG	16,275 (EN)	18 (4 X 4,5)
		R. DAPUR	1 BUAH,	5,92 (EN)	6 (2 X 3)
		GARASI TRUK SUPPLIER	1 BUAH, 2 TRUK	46,08 2 TRUK (EN)	50 (5 X 10)
		GUDANG	1 BUAH, 10 ORANG	-	20 (4 X 5)
		R. STOK BARANG	1 BUAH,	80,64 (EN)	90 (9 X 10)
		LAVATORY	2 BUAH, 16-35 ORANG	1,68 (1 BUAH) (EN)	2 BUAH X 12,68 = 3,36 ≈ 4
		R. TEKNISI	1 BUAH 4 ORANG	8 (1 ORANG) (EN)	4 ORANG X 8 = 32
		R. CLEANING SERVICE	1 BUAH	-	25 (5 X 5)
		R. KEAMANAN	1 BUAH	-	25 (5 X 5)



3	RUANG SERVICE	POS SATPAM	1 BUAH	-	@ 2 X 2 = 4 3 BUAH X 4 = 12
		MASJID			
		- RUANG SHOLAT	1 BUAH 300 ORANG	0,92/ORANG	≈ 1 X 300 = 300
		- RUANG WUDLU		15% R.SHOLAT	45 = 345
		R. GENSET	1 BUAH	110 (DT)	110
		R. TRAFO	1 BUAH	50 (DT)	50
		R. GARDU PLN	1 BUAH	50 (DT)	50
		R. TANGKI + POMPA	1 BUAH		100 (10 X 10)
		R.MECANICAL + ELEKTRICAL	1 BUAH		25 (5 X 5)
		MESIN AC	1 BUAH		25 (5 X 5)
		GUDANG	1 BUAH		25 (5 X 5)
		LAVATORY	2 BUAH, 6-35 ORANG	2 BUAH	2 BUAH X 12,68 = 3,36 ≈ 4
		R. PARKIR PENGUNJUNG	350 MOBIL	100 (5,25 MOBIL) (EN)	100 : 5,25 = 19 350 MOBIL X 19 = 6.650
R. PARKIR PENGELOLA	50 MOBIL	100 (5,25 MOBIL) (EN)	100 : 5,25 = 19 50 MOBIL X 19 = 950		
<b>JUMLAH: 38.829</b>					

**KETERANGAN :**

JDC : Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standards for Building Types*.

NB : Nadine Bedington, *Design for Shopping Centre*.

EN : Ernst Neufert, *Architects Data*.

DT : Dwi Tangoro, *Utittas Bangunan*

**Penjelasan:**

- *Toko Retail (eceran)*

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

Untuk jenis variasi barang yang diperdagangkan, *speciality shop* merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya: toko pakaian, toko sepatu, toko kacamata, toko perhiasan dan sebagainya. *Variety shop* merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontong.

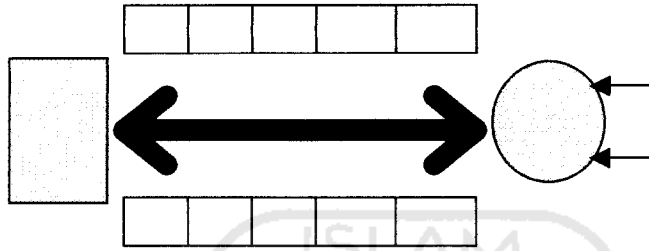
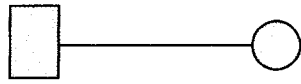
Pada pusat perbelanjaan ini, toko Retail khususnya berupa variety shop menggunakan modul 2 x 80 m<sup>2</sup> (2 x modul speciality shop), karena variety shop memiliki kapasitas barang yang lebih bermacam-macam dan jumlahnya relatif lebih banyak. Untuk toko retail yang berupa speciality shop menggunakan modul 80 m<sup>2</sup> yang pada pengembangannya kemungkinan sebagai sebagai modul 80 tersebut dapat digunakan untuk 2 buah speciality shop yang mempunyai kapasitas barang yang lebih sedikit (1 toko adalah setengah dari modul tersebut)

- *Mall*

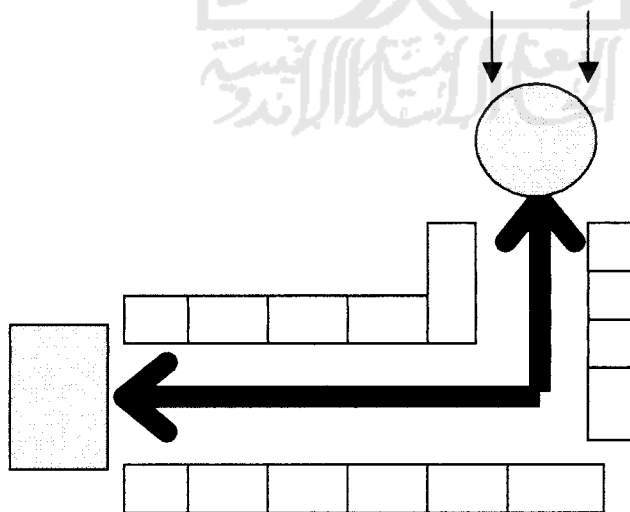
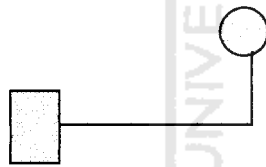
Mall merupakan mall yang menerus sebagai tempat pejalan kaki di lantai dasar, besaran dengan tetap memperhitungkan atrium sebagai ruang kosong yang tidak berlantai di atasnya.

- *Book Store*  
Toko buku dengan fasilitas pendukung ruang baca khusus anak, dengan harapan akan menambah kecintaan pengunjung terutama anak akan membaca buku.
- *Food Court*  
Food Court mempunyai 200 kursi.
- *Ruang Parkir pengunjung*  
Kapasitas ruang parkir diperkirakan untuk 350 mobil. Jumlah ini merupakan perbandingan dengan jumlah yang dilayani.
- *Ruang Parkir pengelola*  
Ruang parkir yang diperuntukkan pengelola, karyawan, dan pedagang, dimana dipisahkan dengan parkir pengunjung agar tidak mengurangi kapasitasnya dan tidak mengganggu aktifitasnya
- *KDB (Koefisien Dasar Bangunan) untuk jenis perbelanjaan*  
= 60%  
Luas dasar bangunan =  $60\% \times 10.000 = 6.000 \text{ m}^2$   
Luas total ruangan =  $38.829 \text{ m}^2$   
KLB (Koefisien Lantai Bangunan) =  $39.000 : 10.000 = 3,9$   
Luas area terbangun =  $39.000 \times \text{FLOW antar ruang}$   
(20% dari luas total ruangan) =  $39.000 + 7800 = 46.800 \text{ m}^2$   
Jumlah lantai = 4lantai+1  
basement

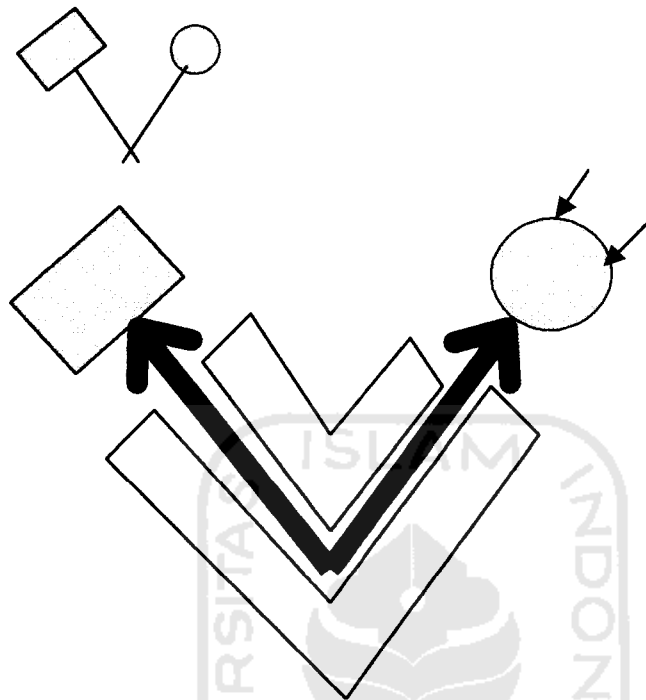
- *Pola lurus*



- *Pola L*



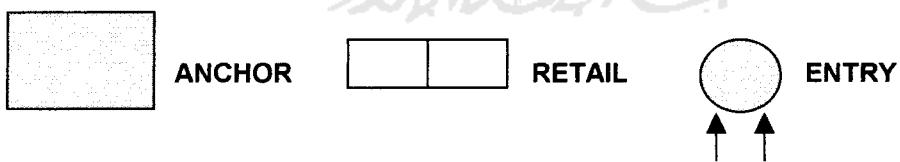
- *Pola U atau V*



**GAMBAR II.6.**

*sumber: Analisa Penulis*

**KETERANGAN :**

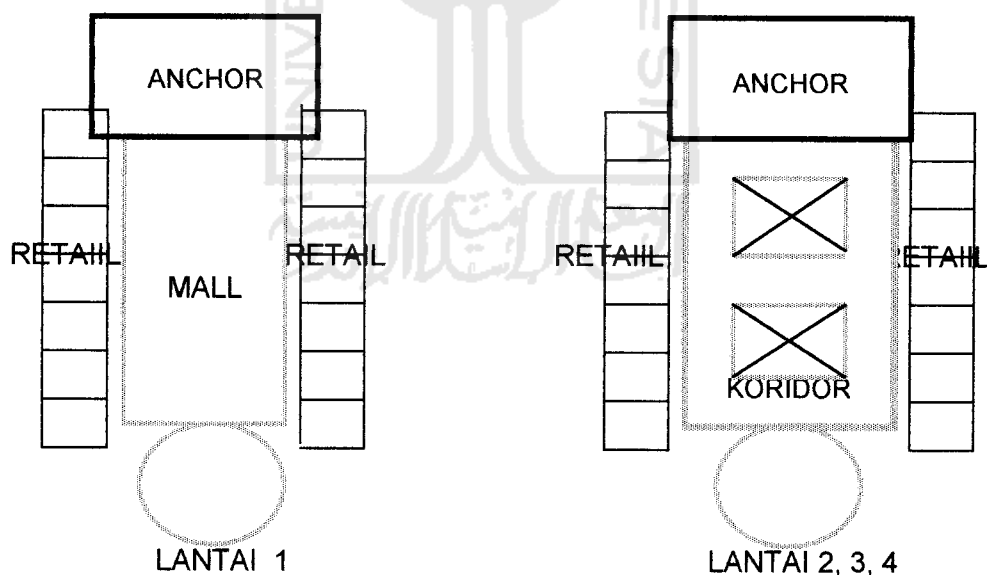


Untuk efisiensi lahan dan pertimbangan site maka peletakan anchor diambil *pola lurus*.

### II.3.6. Analisa Organisasi Ruang

Organisasi ruang digunakan untuk menjelaskan tingkat kepentingan dan fungsi ruang-ruang tersebut secara relatif atau peran simbolisnya di dalam suatu ruangan.

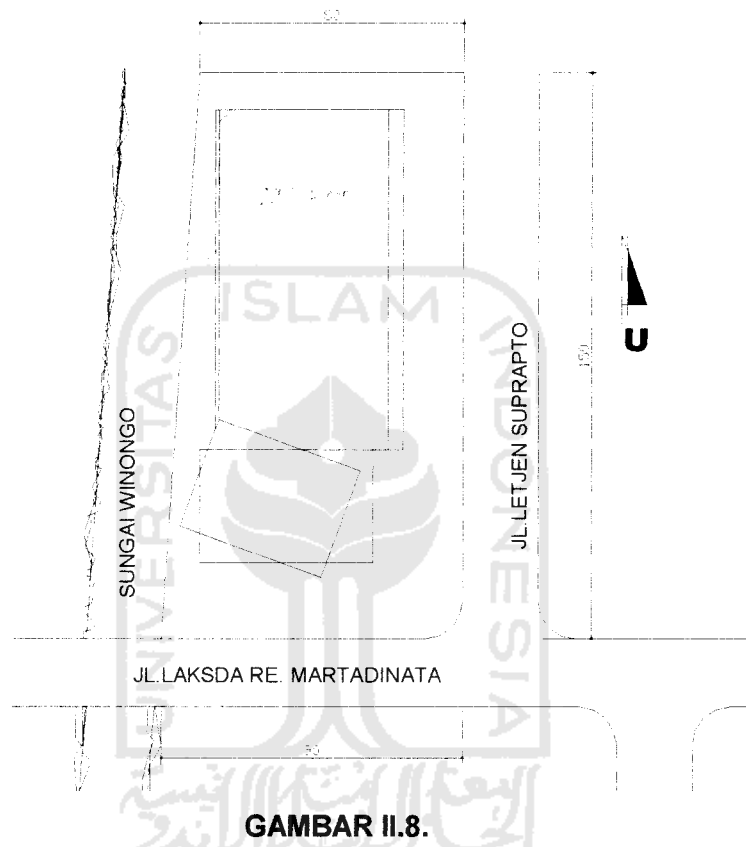
Untuk kelompok ruang utama yang menampung kegiatan perbelanjaan dan rekreasi, agar lebih dapat memaksimalkan fungsi mall pada pusat perbelanjaan ini maka dapat digunakan organisasi *linier*, dengan organisasi ini lebih memungkinkan *mall* untuk mengorganisasikan ruang-ruang perdagangan dan rekreasi. Yaitu dengan bidang *linier* tersebut sebagai perangkai (penggabung) dari retail-retail yang ada dengan tetap mengefektifkan ruang mall tersebut (lantai 1). Sedang untuk lantai-lantai berikutnya (2, 3, dan 4) mall berupa koridor-koridor linier mengikat satu sisi dari retail-retail yang berderet menghadap ke sisi mall, selain itu dilakukan juga pemenggalan pada mall sehingga akan terbentuk dua buah mall pada lantai satu dan dua void pada lantai-lantai berikutnya.



**GAMBAR II.7.**

sumber: Analisa Penulis

Agar tetap memperoleh kesempatan dilalui pengunjung terutama pada ruang-ruang berderet secara *linier* yang dibentuk oleh mall, maka pada ujung (titik akhir) diletakkan ruang perbelanjaan yang lebih dominan (sebagai magnet/anchor) dalam hal ini adalah *departement store, supermarket, book store, restaurant*.



**GAMBAR II.8.**

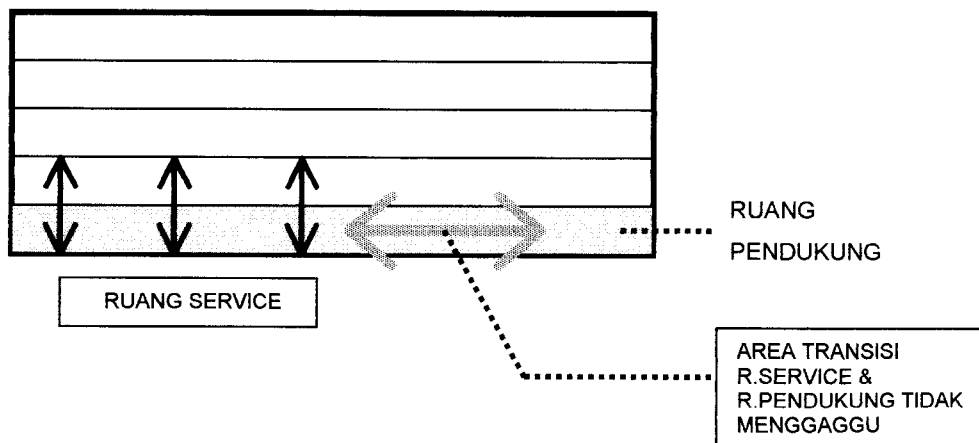
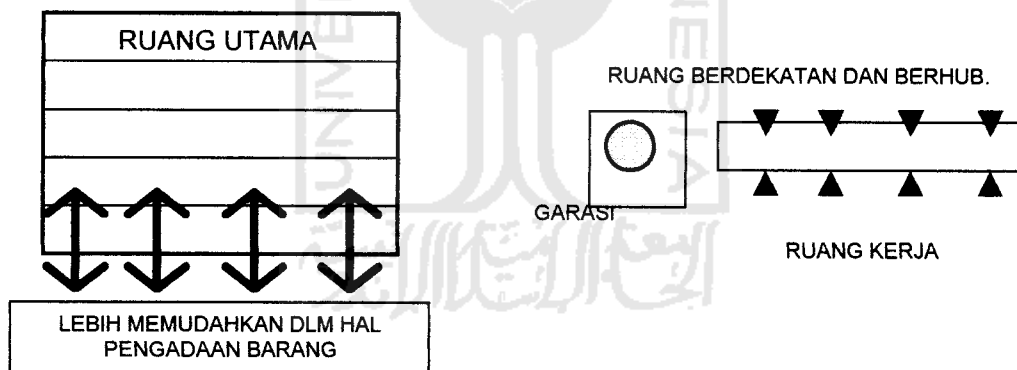
*sumber: analisa penulis*

Untuk kelompok ruang-ruang pendukung yang menampung kegiatan pengelolaan dan pengadaan barang diletakkan pada level, tingkat yang berbeda dengan ruang utama. Pertimbangan perletakan ini berada di bawah ruang perbelanjaan, khususnya departement store, book store, supermarket dan restaurant, sebagai area perdagangan yang lebih dominan, dalam hal ini adalah agar lebih memudahkan dalam pengadaan barangnya. Organisasi yang digunakan dalam ruang pengadaan barang ini adalah organisasi linier dimana garasi truk suplier dijadikan sebagai linieritas organisasi ruang-ruang lain yang ada. Untuk ruang yang untuk menampung kegiatan pengelolaan menggunakan organisasi ruang linier juga dengan pertimbangan, dengan organisasi linier ini lebih memungkinkan penciptaan ruang-ruang kerja pengelola lebih berdekatan

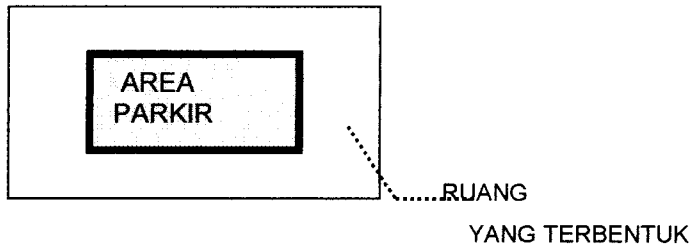
dan berhubungan karena pada ruang pengelolaan tersebut, kedekatan antar ruang-ruang kerja akan dapat memberikan hubungan pengguna dan memaksimalkan kegiatan kerja (pengelola).

Untuk ruang service yang menampung kegiatan perawatan operasional dan keamanan peletakkannya berada pada level paling bawah pada bangunan (basement) hal ini dilakukan dengan harapan keberadaannya tidak mengganggu kegiatan yang lain. Khusus kegiatan yang menampung perdagangan dan rekreasi. Organisasi yang digunakan adalah organisasi *grid* dengan ruang parkir tertutup berada di tengah. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan ruang-ruang yang lain berada pada tepi-tepinya tidak mengganggu dan terganggu oleh ruang parkir ini.

Karena kelompok ruang pendukung dan service sama-sama berada dibawah kelompok ruang kegiatan utama dengan pertimbangan tidak mengganggu kegiatan pendukung, dan juga sebaliknya maka antara ruang ini tetap diberikan area pembatas maupun perbedaan *level*, tingkat.





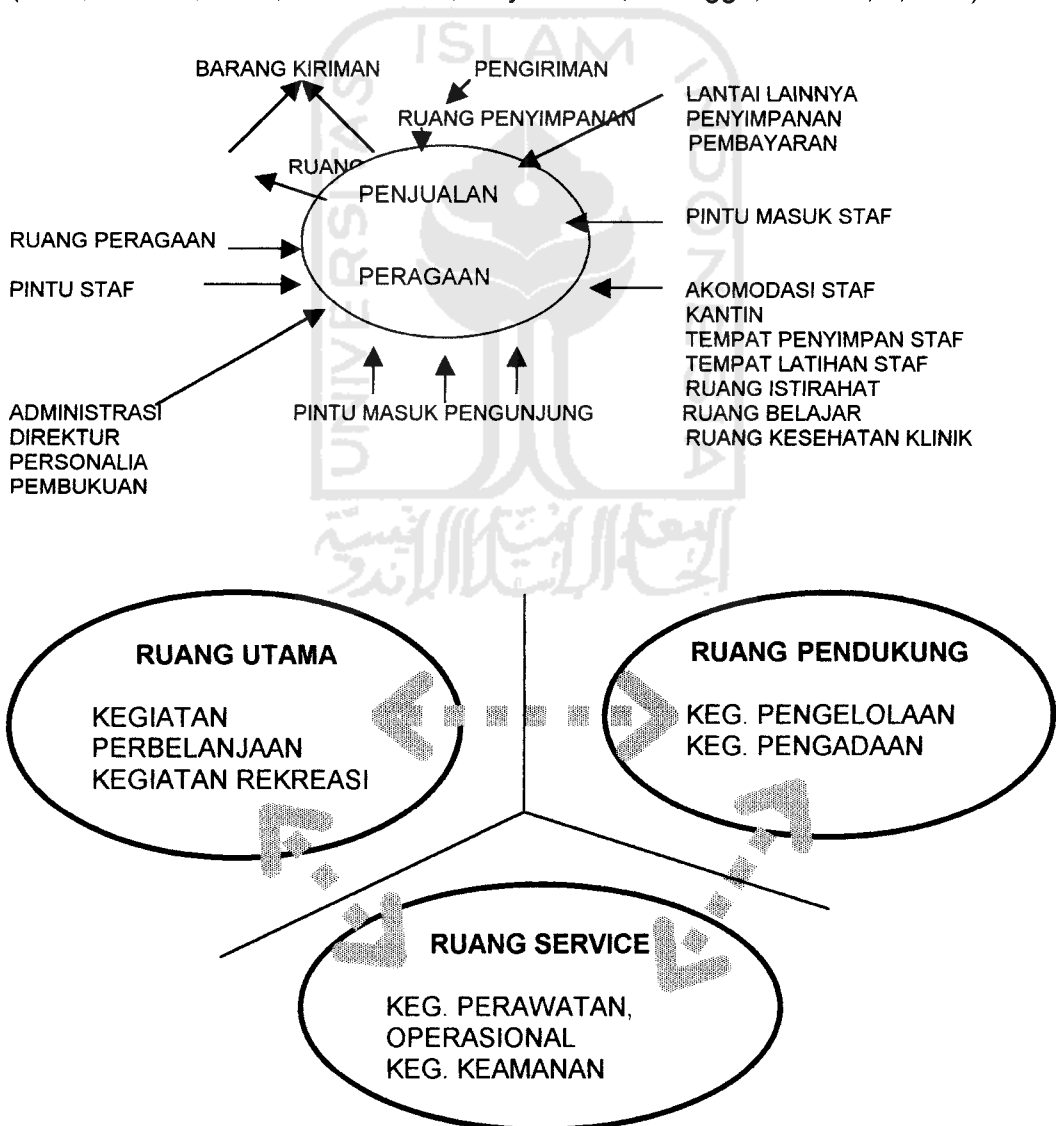


**GAMBAR II.9.**

*sumber: analisa penulis*

**II.3.7. Hubungan Ruang**

(Erns, Neufert, 1995, *Data Arsitek*, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, 2, 190.)



*sumber: analisa penulis*

### **II.3.8. Analisa tuntutan ruang**

Tuntutan ruang pada masing-masing kelompok ruang dapat dianalisa sebagai berikut:

1. Kelompok ruang utama yang mewadahi kegiatan perbelanjaan dan rekreasi menuntut adanya penghawaan buatan hal ini dikarenakan ruang-ruang mempunyai ruang yang luas dan mewadahi banyak pengunjung. Penggunaan penghawaan buatan (yang berupa Air Conditioner) ini digunakan untuk memberikan kenyamanan penghawaan dan dapat menjaga barang dagangan terutama dari debu.
2. Kelompok ruang pendukung yang mewadahi kegiatan pengelolaan dan pengadaan barang, dengan pertimbangan untuk memberikan kenyamanan penghawaan dan mendukung kegiatannya maka untuk ruang-ruang pada kelompok ruangan ini juga menuntut adanya penghawaan buatan (yang berupa Air Conditioning).
3. Kelompok ruang service pada dasarnya tidak membutuhkan penghawaan buatan berupa AC, kecuali pada ruang keamanan (CCTV). Hal ini dikarenakan pada ruang tersebut tidak terlalu menampung banyak pengguna. Ruang-ruang tersebut antara lain pos satpam, ruang genset, ruang trafo, ruang tanki, dan ruang ME. Untuk ruang parkir yang ada di dalam bangunan juga tidak menggunakan AC dengan pertimbangan bahwa ruang ini tidak mewadahi pengunjung tapi mewadahi kendaraan. Pada kelompok ruang service ini dapat digunakan penghawaan alami. Pembahasan sistem penghawaan ini akan dibahas pada sub bab tentang sistem penghawaan.

### **II.3.9. Zoning**

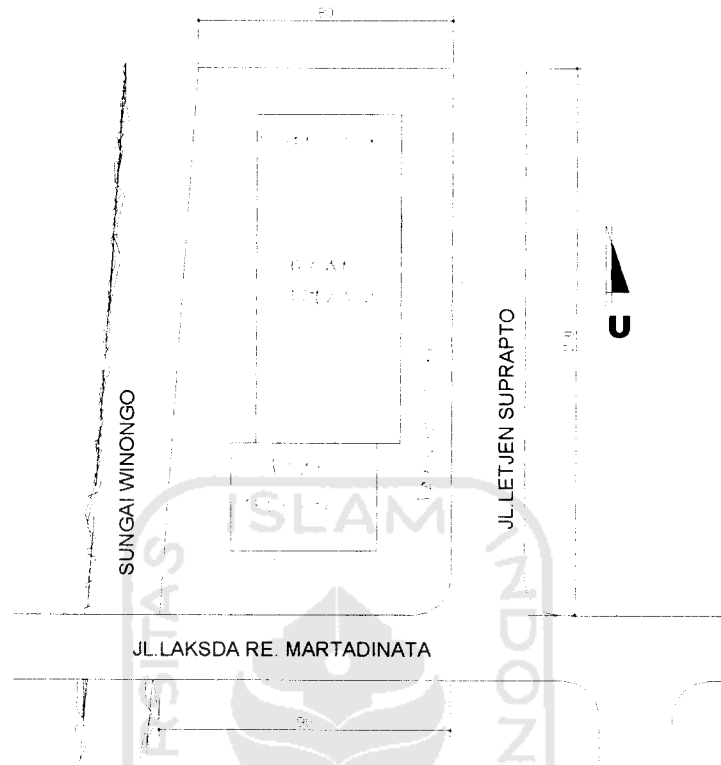
#### **1. Analisa zoning kegiatan secara horizontal**

Zoning dilakukan dengan pendekatan analisa site dan kelompok ruang yang ada yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Zoning terdiri dari tiga kelompok ruang yang sudah dikelompokkan berdasar kegiatannya.
2. Zoning harus memperhatikan jalur kendaraan dan jalur pejalan kaki yang ada sebagai akses pencapaiannya.
3. Zoning harus memperhatikan ground floor dan view dari luar bangunan.

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut maka dapat dianalisa zoning yaitu sebagai berikut:

1. Zoning terdiri dari kelompok ruang utama, ruang pendukung dan ruang service
2. Kelompok ruang utama yang mewadahi kegiatan perdagangan dan rekreasi ditempatkan disisi utara site dan sisi jalan laksda RE. Martadinata, dengan pertimbangan bahwa penempatan itu akan mendukung kegiatan perdagangan yang lain (retail-retail) yang ada. Selain itu penempatan ini juga didasari atas pertimbangan view dari luar bangunan terhadap site tersebut, yang pada akhirnya dapat menjadi point of interest dari luar site. Kelompok ruang utama ini juga diletakkan memanjang ke bagian belakang untuk dapat menghubungkan area parkir terbuka sebagai akses pencapaian pengunjung terhadap kelompok ruang yang mewadahi kegiatan perbelanjaan dan rekreasi ini.
3. Ruang pendukung yang didalamnya terdiri dari kegiatan pengelolaan dan kegiatan pengadaan barang penempatannya berada lebih belakang, yang berdekatan antara jalan laksda RE. Martadinata dengan sungai Winongo. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan pencapaian ke ruang ini mempunyai jalur khusus dan agar kegiatannya tidak mengganggu kegiatan pada kelompok ruang utama. Sedangkan penempatan ruang service khusus ruang parkir kendaraan terbuka, ditempatkan sisi paling kiri utara dengan pertimbangan dengan keberadaanya tidak mengganggu dan mengurangi estetika dari bangunan pusat perbelanjaan ini.

**GAMBAR II.10.***sumber: analisa penulis*

## 2. Analisa zoning kegiatan secara vertikal

Analisa zoning kegiatan secara vertikal didasarkan atas survei pada beberapa pusat perbelanjaan.

- Lantai basement : kegiatan parkir, gudang, MEE, servis, loading-unloading.
- Lantai I : parkir luar bangunan, entrance, retail, koridor dalam dan luar, mall, ruang publik, supermarket (anchor).
- Lantai 2 : retail, koridor, ruang publik, departement store (anchor).
- Lantai 3 : masjid, retail, koridor, ruang publik, book store (anchor).
- Lantai 4 : masjid, retail, koridor, ruang publik, pengelola, area bermain, restaurant (anchor).

## II.4. Analisa Masa Bangunan

### II.4.1. Analisa Penentuan Masa Bangunan

Pemilihan masa bangunan yang sesuai untuk pusat perbelanjaan ditentukan atas berbagai pertimbangan. Pertimbangan didasarkan dari perbandingan antara masa bangunan sebagai anchor dengan masa bangunan sebagai orientasi, entrance, sistem keamanan dan sistem layanan sirkulasi, sehingga dapat ditentukan masa bangunan yang sesuai.

Masa bangunan tunggal mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Dengan adanya masa yang tunggal maka pengelolaan kegiatan relatif lebih mudah
2. Pemanfaatan lahan untuk bangunan menjadi efisien
3. Kebutuhan ruang lebih efisien karena semua ruang yang akan dibutuhkan dapat diletakkan dalam satu wadah bangunan sehingga ruang-ruang ganda dapat dihindarkan
4. Penggunaan ruang untuk sirkulasi lebih efisien

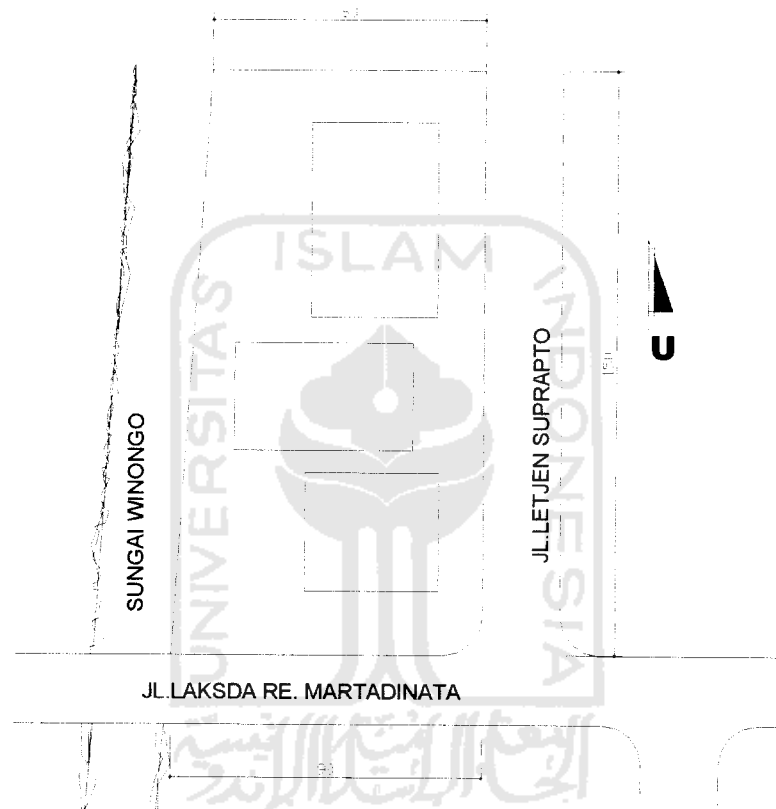


**GAMBAR II.11.**

*sumber: analisa penulis*

Masa bangunan banyak mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Pengelolaan kegiatan dalam bangunan relatif sulit
2. Kebutuhan lahan untuk bangunan lebih banyak
3. Kebutuhan ruang lebih banyak karena adanya ruang yang mempunyai fungsi sama disetiap bangunan
4. Membutuhkan banyak ruang untuk sirkulasi



**GAMBAR II.12.**

*sumber: analisa penulis*

Dengan adanya pertimbangan-pertimbangan diatas maka masa bangunan yang lebih sesuai untuk sebuah pusat perbelanjaan adalah masa bangunan tunggal dengan pertimbangan pada efisiensi ruang dan penggunaan lahan yang lebih efektif, serta agar terbentuk kemudahan dalam pengelolaan kegiatan yang berada di dalamnya.

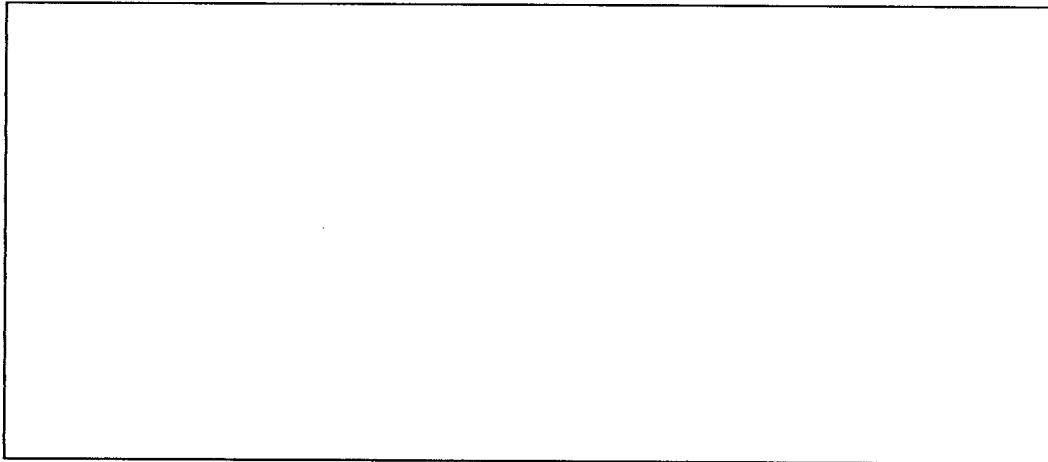
#### **II.4.2. Analisa Penataan Massa Bangunan**

Pada dasarnya analisa penataan masa tidak dapat dipisahkan dari analisa site dan zoning yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Penataan masa ini mempunyai kriteria sebagai berikut:

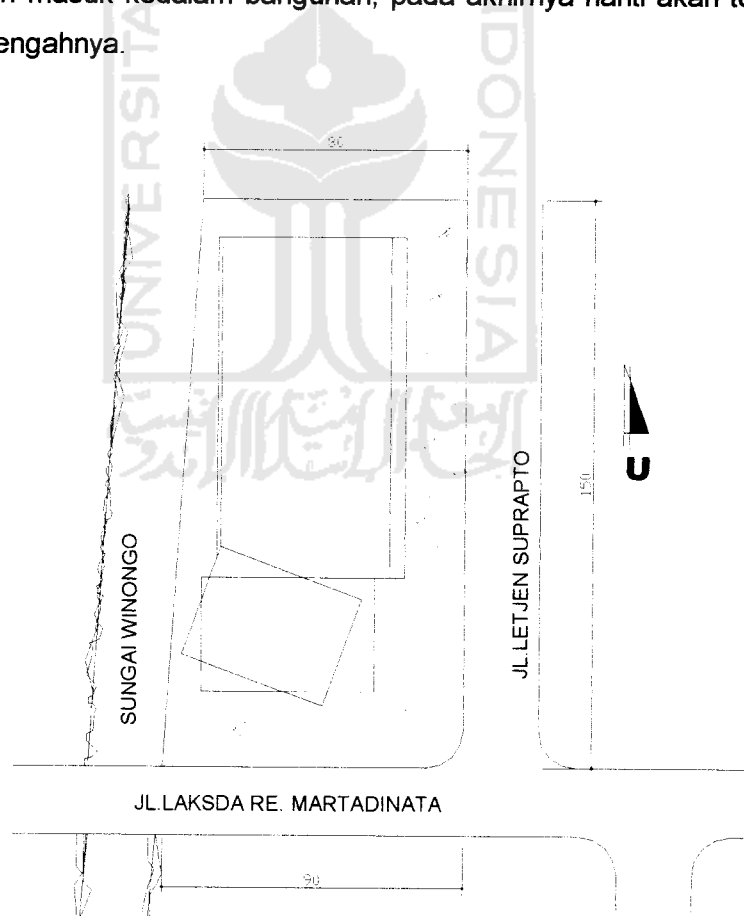
1. Penataan masa harus dapat memperkuat view dari luar bangunan. Masa sebagai pembentuk dari bangunan dapat dijadikan sebagai point of interest dari luar bangunan
2. Penataan masa ini memanfaatkan masa bangunan sebagai anchor dan sistem service (entrance, sistem keamanan dan sistem layanan sirkulasi) sebagai pusat orientasi ke dalam (orientasi antar masa)
3. Diperlukannya masa yang dapat berdekatan dengan area parkir terbuka untuk memudahkan pencapaian terhadap bangunan.

Penataan masa dibawah ini berdasarkan dan memperhatikan kriteria yang tersebut diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Masa bangunan pusat perbelanjaan keluarga muslim terbentuk dua masa bangunan berupa masa bangunan kecil dan masa bangunan besar. Pembagian ini didasarkan bentuk site yang cenderung memanjang dan fungsi bangunan yang terbagi atas ruang servis ruang utama dan ruang pelayanan.
2. Masa untuk pusat perbelanjaan ini ditata memperkuat view dari luar site, dengan meletakkan masa cenderung memanjang pada sisi jalan letjen Suprpto
3. Untuk memperbaiki point of interest dari luar maka perlu adanya suatu penekanan pada penataan masa tersebut. Penekanan tersebut dilakukan dengan cara menghadirkan masa sebagai titik tangkap mata dari keseluruhan masa. Masa sebagai titik tangkap mata tersebut kemudian ditata untuk dapat menghadap kearah sisi jalan laksda RE. Martadinata letjen Suprpto terutama pada ujung-ujungnya, hal ini adanya pertimbangan jalan tersebut merupakan jalur dua arah dan pojokan (pertemuan dua jalan tersebut) menjadi dianggap kurang sebagai satu orientasi khususnya orientasi masa yang menonjol tunggal dari pusat perbelanjaan.



4. Peletakan masa linier memanjang dari sisi jalan laksda RE. Martadinata letjen Suprpto dengan atap transparan sebagai pertimbangan sinar matahari masuk kedalam bangunan, pada akhirnya nanti akan terbentuk mall ditengahnya.



**GAMBAR II.13.**

*sumber: analisa penulis*



## II.5. Analisa Pola Sirkulasi Dalam Bangunan

Pengolahan masalah sirkulasi berkaitan dengan penyediaan ruang pergerakan bagi pengunjung yang bertujuan untuk menjamin kemudahan, kenyamanan dan keleluasaan dalam pencapaian yang ada di dalam pusat perbelanjaan. Untuk mendapatkan suatu pola sirkulasi pada pusat perbelanjaan sebagai publik space (ruang publik) maka perlu adanya kriteria-kriteria yang dapat dijadikan tolak ukur dalam pengaturan pola sirkulasi tersebut.

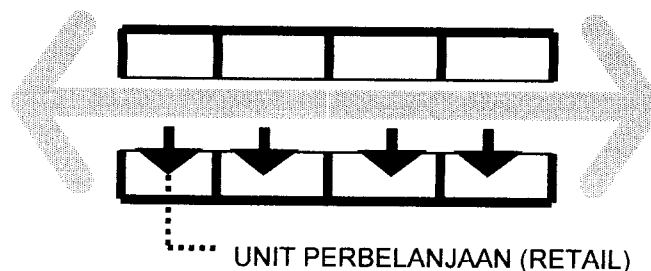
Adapun kriteria-kriteria yang dapat dijadikan tolak ukur antara lain adalah sebagai berikut:

1. Dalam penataan pola sirkulasi digunakan prinsip efektifitas dalam pencapaian dan penggunaan ruangnya.
2. Pola sirkulasi yang digunakan diusahakan agar pengunjung tidak kehilangan arah, dan memberi alternatif bagi pengunjung kemana akan bergerak.
3. Menghindari adanya konsentrasi yang padat pada titik-titik tertentu dengan cara meratakan pengunjung pada seluruh lantai bangunan.
4. Dengan adanya pertimbangan-pertimbangan tersebut diatas maka dapat dianalisa pola sirkulasi yang sesuai bagi pusat perbelanjaan keluarga muslim ini.

### II.5.1. Analisa Pola Sirkulasi antara Unit Perbelanjaan

Pola sirkulasi antar unit perbelanjaan tidak lepas dari organisasi ruang yang digunakan karena pola sirkulasi ini diciptakan untuk memberikan arahan pencapaian ke ruang-ruang maupun area perbelanjaan.

Pola sirkulasi pada pusat perbelanjaan ini menggunakan pola *linier*. Oleh karena itu pola dasar sirkulasi utama yang digunakan adalah pola linier terutama pada sirkulasi antar unit perbelanjaan (retail).

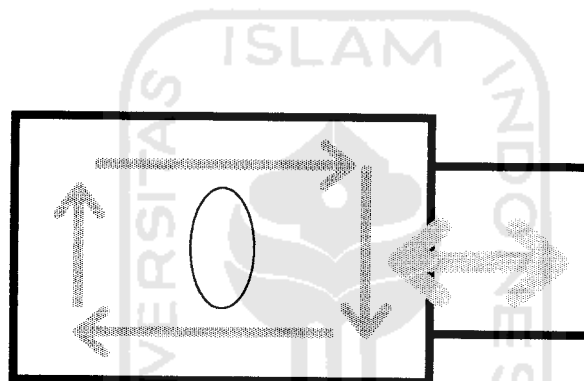


Sumber : Analisa Penulis

Selain itu pola linier juga fleksibel dan dapat berkembang dalam penerapannya. Pola sirkulasi linier ini tidak selamanya merupakan jalan yang benar-benar lurus akan tetapi pola ini dapat berkembang menjadi alur yang:

- *Melengkung*, yaitu pada sisi void mall sebagai jalur pintas
- *Memotong* jalan lain, pada pertemuan ruang-ruang sirkulasi
- *Loop*, sisi-sisi luar ruang sirkulasi pada retail yang memutar.

(Sumber : Francis D.K. Ching, *Arsitektur: Bentuk Ruang Dan Susunannya*, (Jakarta: Erlangga, 1996), p.271)

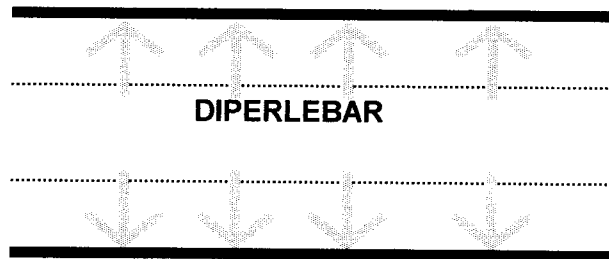


Sumber : analisa penulis

Pengembangan pola sirkulasi linier ini lebih memungkinkan untuk digunakan sebagai unit-unit perdagangan, perbelanjaan dimana terbentuk oleh mall, yang bersifat menerus dan linier.

Sirkulasi yang didominasi oleh pola linier yang lurus dapat membuat pengunjung merasa bosan atau enggan untuk menelusurinya. Untuk menghindari kebosanan tersebut, terutama untuk pola sirkulasi linier yang merupakan jalan lurus diimbangi dengan beberapa cara:

- Sebuah sirkulasi linier diperlebar dimana berfungsi tidak hanya untuk menampung lebih banyak lalu lintas tetapi lebih sebagai usaha untuk menciptakan area-area untuk berhenti, istirahat dan menikmati view sekeliling.



Sumber : Analisa penulis

### II.5.2. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sirkulasi

Untuk pola sirkulasi didalam unit perbelanjaan itu sendiri dapat berbeda-beda tergantung dari *sistem pelayanan* yang diterapkan dan layout/cara tempat *penyajian materi*.

**a. Sistem pelayanan** (Edward D, Mill, *Planning Building for Habitation Commerces And Industri*, Thomson Litho, Ltd, Scotland, 1976,5-7)

- Dialayani (*personal service*)  
Dimana barang yan dibutuhkan pengunjung diambil oleh pelayan.
- Melayani sendiri (*self service*)  
Barang yang dibutuhkan pengunjung diambil sendiri dan diserahkan ke kasir.
- Gabungan (*self selection*)  
Barang dipilih sendiri oleh pengunjung kemudian diserahkan pelayan, pengunjung diberi nota untuk dibayar dikasir.

Sistem pelayanan menentukan lancar tidaknya suatu proses jual-beli (barang-jasa) dan mempengaruhi penyusunan barang.

#### **b. Cara penyajian materi**

<i>Table fixture</i>	: meja menerus
<i>Counter fix</i>	: almari rendah
<i>Cases</i>	: almari transparan
<i>Box</i>	: kotak terbuka
<i>Hanging case</i>	: lemari penggantung
<i>Back picture</i>	: rak transparan
<i>Etalase</i>	: jendela peraga



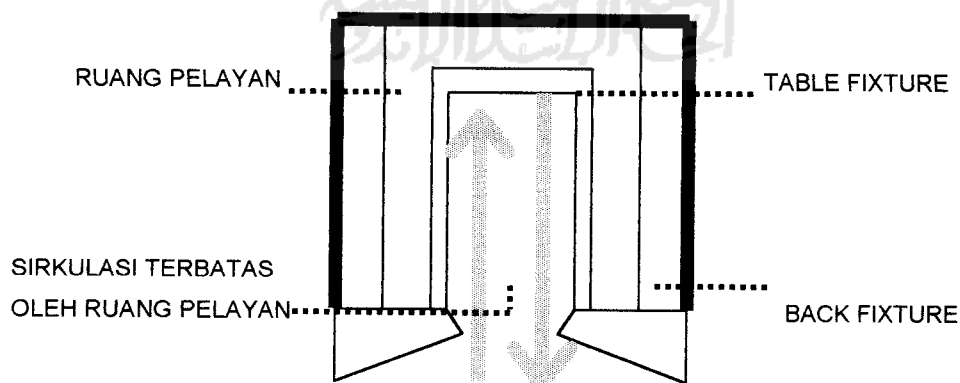
Cara penyajian barang nantinya akan disesuaikan dengan Penggolongan jenis kegiatan perdagangan menurut barang yang dijual maupun bentuk kegiatan pelayanan.

### II.5.3. Analisa Pola Sirkulasi didalam Unit Perbelanjaan

#### 1. Analisa pola sirkulasi di dalam retail

Karena toko retail menggunakan sistem pelayanan *personal service* dan *self selection* maka toko retail ini mempunyai dua kemungkinan sirkulasi yang berbeda.

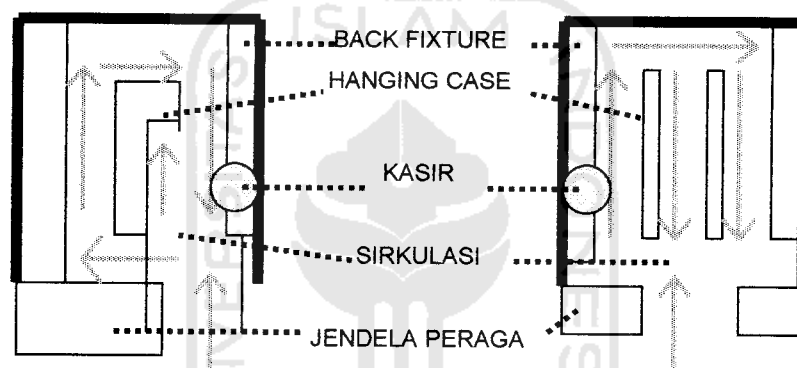
Toko retail yang menggunakan sistem pelayanan *personal service* pola sirkulasinya cenderung terbatas oleh kegiatan pelayanannya, sehingga pengunjung tidak dapat mencapai kesemua sisi toko retail terutama sisi yang paling pingir karena harus berhadapan atau dilayani oleh pedagang (sales), dimana yang membatasi pola sirkulasi pengunjung tersebut adalah berupa meja pelayan atau tempat penyajian materi yang berbentuk *table fixture* (meja menerus).



**GAMBAR II.14.**

sumber: analisa penulis

Toko retail yang menggunakan sistem pelayanan *self selection* pola sirkulasinya sebagian besar dibentuk oleh layout dari tempat penyajian materinya, baik berupa *hanging case* (almari penggantung), maupun *back fixture* (rak-rak almari terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai tempat penyimpanan). Sistem pelayanan *self selection* yang lebih memungkinkan pengunjung mencapai ke segala sisi ruang ini menjadikan layout dari tempat penyajian materi bervariasi, dibandingkan toko retail yang menggunakan sistem pelayanan *personal service*.



**GAMBAR II.15.**

sumber: analisa penulis

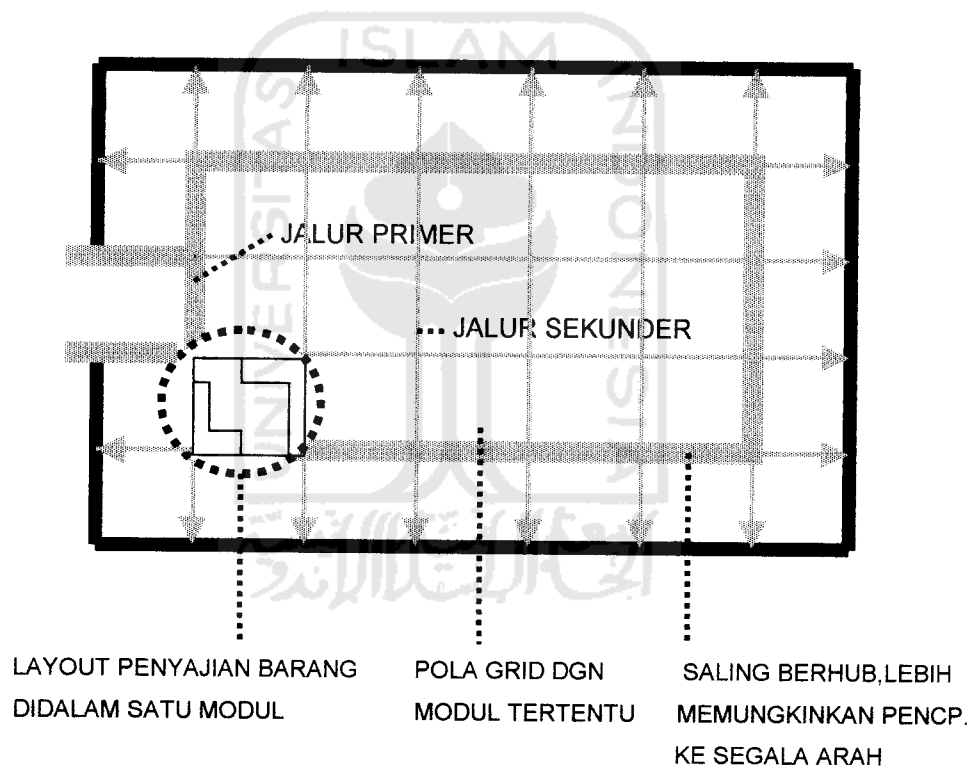
## 2. Analisa pola sirkulasi di dalam departement store

Seperti halnya pola sirkulasi di dalam toko retail pola sirkulasi di dalam departement store ini juga dipengaruhi oleh sistem pelayanan dan layout tempat penyajian materi yang diperdagangkan akan tetapi dalam departement store ini lebih mempunyai dimensi ruang yang lebih luas. Maka dari itu sebaiknya layout tempat penyajian materi sebagai suatu faktor yang penting pembentuk pola sirkulasinya perlu diorganisasikan dengan pola tertentu untuk lebih memungkinkan membentuk pola sirkulasi yang saling berhubungan dan dapat mencapai ke segala arah.

Pola layout tempat penyajian barang yang digunakan untuk membentuk pola sirkulasinya adalah menggunakan pola *grid* dengan menggunakan modul-

modul tertentu. Hal ini didasari oleh pertimbangan bahwa pola ini lebih dapat menciptakan ruang sirkulasi yang dapat saling berhubungan sehingga sirkulasi yang terbentukpun akan ada pada setiap sisi modul layout tempat penyajian barang ini, yang nanti pada akhirnya dapat lebih memungkinkan pencapaian kesegala arah.

Pola sirkulasi berdasarkan layout tempat penyajian barang *grid* disini dengan membedakan jalur utama (primer) dan jalur bukan utama (sekunder) berbentuk *linier* untuk mengurangi kebingungan bagi pengunjung sekaligus sebagai kejelasan pola sirkulasi.

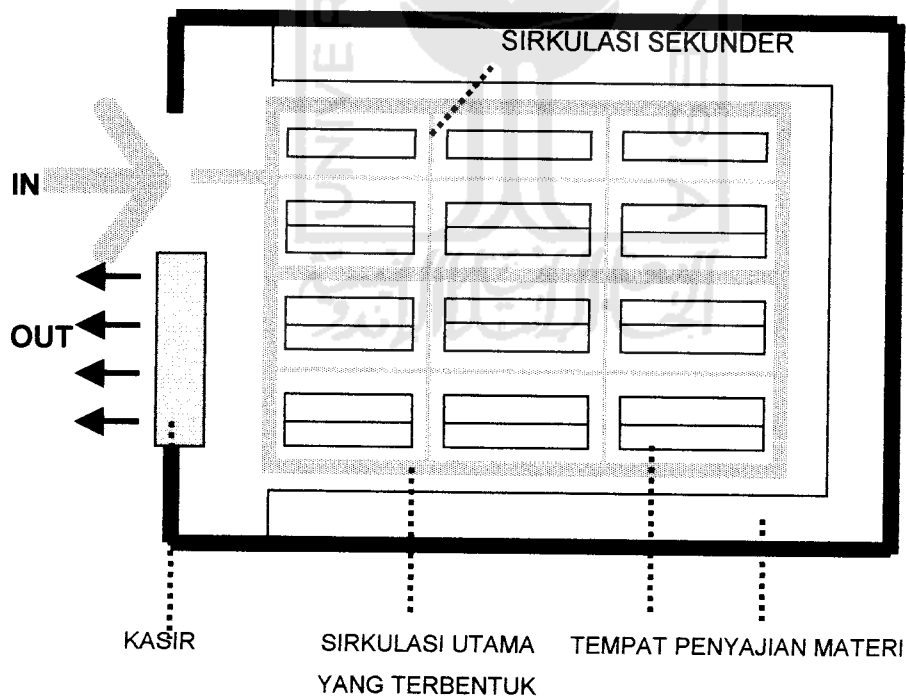


**GAMBAR II.16.**

*sumber: analisa penulis*

### 3. Analisa pola sirkulasi di dalam Supermarket dan Book Store

Seperti halnya pola sirkulasi di dalam departement store pola sirkulasi di dalam Supermarket dan book store ini juga dipengaruhi oleh sistem pelayanan dan layout tempat penyajian materi yang diperdagangkan. Akan tetapi supermarket menggunakan sistem layanan *self service* maka pola sirkulasinya juga disesuaikan dengan tuntutan sistem pelayanan itu. Sistem pelayanan pada supermarket dan book store yang berupa *self service* tersebut memberikan tuntutan kemenerusan pola sirkulasi tanpa harus bolak balik dimana pengunjung supermarket dapat diarahkan dari *pintu masuk- tempat perbelanjaan dan book store -keluar*. Khusus untuk book store untuk area anak terdapat tempat membaca sekaligus bermain.



**GAMBAR II.17.**

*sumber: analisa penulis*