



BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 TINJAUAN UMUM PUSAT PERBELANJAAN

2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pusat Perbelanjaan adalah sekelompok bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi, berhubungan dengan lokasi, ukuran tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko. (*An no name, Community Builder Handbook, 1977, hal 43*).

Pengertian lain menyebutkan : pusat perbelanjaan adalah sebuah tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan adalah memetik keuntungan. (*Victor Gruen, 1973, hal 23*).

2.1.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

a. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi tiga macam tingkatan :
(*Victor Gruend, 1973, hal 23*)

- Pusat perbelanjaan lokal (*Neighbourhood Center*)

Pusat perbelanjaan lokal ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 500 s/d 40.000 penduduk. Luas areanya berkisar antara 30.000 s/d 100.000 sq ft (2787 s/d 9290 m²) dengan unit terbesar berupa *supermarket*.

- Pusat perbelanjaan distrik (*Community Center*)

Pusat perbelanjaan distrik ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 40.000 s/d 150.000 penduduk. Luas arealnya berkisar



antara 100.000 s/d 300.000 sq ft (9290 s/d 27870 m²) yang terdiri dari *junior departement store*, *supermarket* dan toko-toko.

- Pusat perbelanjaan regional (*Regional Main center*)

Pusat perbelanjaan regional mempunyai jangkauan pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk. Luas arealnya berkisar antara 300.000 s/d 1.000.000 sq ft (27870 s/d 92990 m²) yang terdiri dari *junior departement store*, *departement store*, dan jenis-jenis toko.

b. Berdasarkan Bentuk Fisik

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam tujuh bentuk yaitu :
Bendington Nadine, 1982, hal 14)

- *Shopping street*

Toko yang berderet disepanjang jalan dan membentuk pola pita.

- *Shopping center*

Kompleks pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual.

- *Shopping precinct*

Merupakan pusat orientasi dari kompleks pertokoan yang memiliki jalur pedestrian sebagai tempat aktivitas jual beli.

- *Departement store*

Suatu toko besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus untuk memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m².

- *Supermarket*

Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*. Dari area penjualan dengan luas area berkisar 5000 s/d 7000 m².



- *Departement store* dan *supermarket*
Merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan diatas.
 - *Super store*
Merupakan toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar antara 5000 s/d 7000 m².
- c. Berdasarkan Kuantitas Barang Yang Dijual
- Toko grosir
Yaitu toko yang menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, dimana barang dalam jumlah besar tersebut biasanya disimpan di tempat lain dan yang terdapat ditoko-toko hanya sebagai contohnya saja.
 - Toko eceran (retail)
Merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah relatif sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.
- d. Berdasarkan Variasi Barang yang Dijual.
- *Specially shop*
Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya : toko obat, toko sepatu, toko kacamata, dan sebagainya.
 - *Variety shop*
Merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontongan.

2.1.3 Sistem Pelayanan dalam Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan dapat dibagi atas : *Victor Gruen, 1982 hal 23)*



a. *Personal Service*

Pembeli dilayani oleh pramuniaga dari balik counter. Biasanya barang-barang yang mahal dan eksklusif, seperti jam tangan, perhiasan, kacamata, parfum dan sebagainya.

b. *Self Selection*

Pembeli mencari sendiri barang kebutuhannya, kemudian memilihnya dan memberitahukan pramuniaga agar mendapatkan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran.

c. *Self Service*

Pembeli menggunakan alat angkut barang belanjaan seperti *trolley* atau keranjang yang tersedia dan memilih barang yang dibutuhkan, kemudian membawanya menuju *counter* untuk melakukan pembayaran.

2.1.4 Materi yang Diperdagangkan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakaian, barang dagangan yang ditawarkan dapat dikelompokkan menjadi : (De Chiara, 1983 hal 731)

a. *Demand Goods*

Yaitu barang-barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan setiap harinya.

b. *Convenience Goods*

Yaitu barang yang sering dibutuhkan, tetapi bukan kebutuhan pokok dan setiap hari dibutuhkan.

c. *Impuls Goods*

Yaitu barang kebutuhan khusus, mewah dan biasanya untuk kepuasan, bahkan juga menaikkan gengsi pemakainya, seperti jam tangan, parfum, kacamata, sepatu asesoris dan sebagainya.

Selain itu materi perdagangan juga dapat dibedakan berdasarkan sifat materi perdagangan yang terkandung di dalam barang itu sendiri.



Sifat-sifat barang yang ditawarkan yaitu :

- a. Bersih baik materi barang maupun wadahnya.
- b. Tidak berbau, untuk yang berbau dilakukan pengemasan khusus.
- c. Padat, paling tidak untuk wadah luarnya.
- d. Kering, sedang untuk yang basah dilakukan pengemasan khusus.
- e. Tidak mudah busuk dan tahan lama.

2.2 IDENTIFIKASI PELAKU DAN KEGIATAN

2.2.1 Pelaku Kegiatan

Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan dapat dibedakan atas : *(Ariu Nurhadi, 1997 hal 36)*

a. Konsumen / Pengunjung / Pembeli

Yaitu masyarakat atau obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan rekreasi. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Pengunjung sebagai calon konsumen menginginkan banyak pilihan barang, pelayanan dalam transaksi maupun parkir, serta menikmati suasana ruang yang rekreatif.

b. Penyewa / Pedagang

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

c. Pengelola

Yaitu memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang mewadahi agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang ditawarkan.

d. Pemasok

Yaitu pengisi atau penghantar barang yang diperlukan pedagang.



2.2.2 Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi dalam pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut :

- a. Kegiatan jual beli
 - Kegiatan penyajian barang dan penyimpanan
 - Kegiatan pelayanan jual beli
 - Kegiatan promosi
 - Kegiatan pergerakan
 - Kegiatan distribusi barang (bongkar muat)
- b. Kegiatan pengelolaan
 - Kegiatan manajemen
 - Kegiatan operasional dan pemeliharaan
- c. Kegiatan rekreasi
 - Kegiatan bermain
 - Kegiatan melihat-lihat (*window shopping*)

2.2.3 Pola Kegiatan

- a. Mengamati area

Pola kegiatan ini pengunjung memikirkan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju, untuk itu diperlukan orientasi yang jelas.
- b. Memilih barang
 - Langsung ketempat yang dituju apabila keperluan barang yang akan dibeli sudah diketahui tempatnya, maka perlu diberikan jarak capai yang efektif.
 - Berkeliling apabila pengunjung ingin memilih barang atau sekedar melihat-lihat atau rekreasi.
- c. Transaksi

Yaitu pengunjung langsung membayar harga barang yang dibeli pada kasir.



d. **Rekreasi**

Yaitu pengunjung dalam melakukan kegiatan berbelanja lama akan merasa lelah dan membutuhkan suasana yang lebih rekreatif oleh karena itu perlu diberikan keleluasaan gerak maupun suasana yang berbeda (alami).

2.3 UNSUR-UNSUR ALAMIAH SEBAGAI ELEMEN DASAR REKREATIF

2.3.1 Pengertian Rekreatif

Definisi rekreatif adalah sesuatu yang tidak membosankan, tidak monoton, dapat memberikan kesenangan tersendiri, sesuatu yang dapat menghibur. (*Francis J. Geck, M. F. A., "Interior Design and Decoration", WM. G. Briwn Company Publisher, 1984*)

Dari pengertian diatas, terdapat banyak elemen yang dapat dimanfaatkan dalam menciptakan suasana rekreatif, baik pada ruang luar maupun pada ruang dalam yang elemen-elemennya dapat menegaskan bagian dari karakter rekreatif. Elemen-elemen yang dapat dipakai adalah air, tanah (permainan kontur) dan vegetasi.

2.3.2 Kriteria Alam Lingkungan

Langkah penyelesaian dalam lingkup perencanaan, pewadahan kegiatan, perwujudan wadahnya dengan mengkaitkan dan mempertimbangkan variabel/elemen yang ada di lingkungan sekitar. Kriteria-kriteria tersebut adalah :

- Kriteria alam pasif sebagai faktor penentu perancangan, disini perancang yang harus dapat menyesuaikan diri dengan elemen alam lingkungan dan dapat berupa arah angin, sinar matahari, view / arah pandang.



- Elemen alam aktif sebagai faktor penunjang perancangan, elemen alam ini dapat disesuaikan dengan yang dikehendaki perancang dan dapat berupa vegetasi, kontur dan air.

Karakter rekreatif dapat tercermin pada beberapa hal, yaitu :

a. Keanekaragaman Ruang

Untuk menciptakan karakter rekreatif baik pada ruang dalam maupun ruang luar, perlu adanya keanekaragaman dari beberapa hal yang digunakan pada suatu perancangan, dengan cara mengkomposisikannya. Keanekaragaman akan lebih terasa dalam menciptakan karakter rekreatifnya jika dibandingkan dengan hal-hal yang beragam/monoton. (*Edward T. White, "Concept Sourcebook, a Vocabulary of Architecture Form", Intermatra Bandung, 1990*)

b. Suasana / Kualitas Ruang

Dalam mewujudkan suasana yang rekreatif pada suatu ruangan perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini, yaitu :

- Proporsi

Yaitu perbandingan terhadap ukuran / skala yang seimbang, meliputi perbandingan panjang, lebar dan tinggi; perbandingan antara dimensi unsur ruang dengan dimensi ruang; perbandingan dimensi bukaan dengan dimensi ruang. Dari proporsi ruang tersebut dapat mewujudkan suasana ruang tertentu, seperti kesan yang intim pada ruang, maupun kesan yang leluasa yang mampu mewujudkan suasana rekreatif pada ruangan.

- Bentuk

Adalah merupakan suatu komposisi bentuk dasar (segitiga, segi empat dan lingkaran) atau suatu bentuk komposit (adanya penggabungan, penambahan atau pengurangan bentuk-bentuk dasar dominan). Dengan variasi dari bentuk-bentuk tersebut dapat mewujudkan suasana ruang yang bervariasi pula



berdasarkan sifat dari bentuk dasar tersebut. Sehingga suasana rekreatif dapat dicapai dengan pengungkapan bentuk, misalnya pada ruang.

- **Warna**

Adalah unsur yang paling mencolok, yang dapat membedakan suatu bentuk terhadap lingkungannya. Warna juga dapat mempengaruhi terhadap bobot visual suatu bentuk. (*Francis DK.Ching, "Bentuk Ruang dan Susunannya", hal 50*). Warna mampu memberikan kesan terhadap suatu bangunan, seperti warna-warna yang menyolok akan memberikan kesan yang menarik perhatian, ataupun warna yang berkesan lembut membuat perasaan menjadi nyaman bila memandang.

- **Material**

Adalah karakter permukaan suatu bentuk tekstur dapat mempengaruhi baik perasaan kita waktu menyentuh maupun kualitas pemantulan cahaya yang menimpa permukaan bentuk tersebut. (*Francis J. Geck, M. F. A, "Interior Deign and Decoration", WM. G Briwn Company Publisher, 1984, hal 6*). Dengan demikian material mampu mewujudkan suasana yang rekreatif. Baik dengan pengolahan tekstur maupun karakter material yang disesuaikan dengan suasana yang akan dicapai, dalam hal ini adalah suasana yang rekreatif.

- **Dekorasi**

Merupakan suatu olahan pada elemen ruang, dapat berupa dekorasi tempelan atau dekorasi langsung. Dekorasi berfungsi untuk memperindah atau menciptakan suasana ruang yang menyenangkan pada suatu ruang terutama pada ruang dalam.

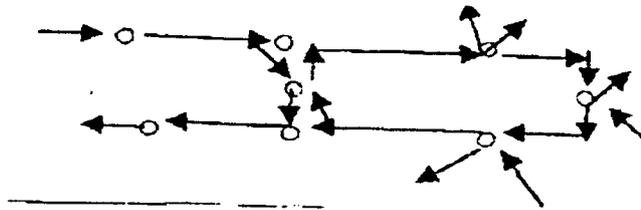


2.3.3 Klasifikasi Kegiatan Rekreatif

- a. Berdasarkan Sifat Kegiatan
 - *Entertainment* / kesukaan : restoran, cafetaria, *snack bar*.
 - *Amusement* / kesenangan : bioskop, *art gallery*, *ball room*, teater dan sebagainya.
 - *Recreation* / bermain dan hiburan : bowling, billyard, taman, permainan dan ketangkasan seperti pin ball dan sebagainya.
 - *Relaxation* / santai ; taman kota, *swiming pool*, dan sebagainya.
- b. Berdasarkan Jenis Kegiatannya
 - Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti : renang, golf, billyard, permainan / ketangkasan ; video games, bom-bom car dan lain-lain.
 - Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerakan fisik seperti menonton bioskop, konser, drama dan lain-lain.
- c. Berdasarkan Pola Kegiatan
 - Massal ; pertunjukan film, konser, dan lain-lain.
 - Kelompok kecil ; billyard.
 - Perorangan ; bowling, pinball.
- d. Berdasarkan Waktu Kegiatan
 - Pagi hari ; jalan-jalan di taman.
 - Pagi / siang / malam ; bioskop, billyard, renang, bowling.
 - Malam hari ; club malam, disco.

2.3.4 Tuntutan Kegiatan Rekreatif

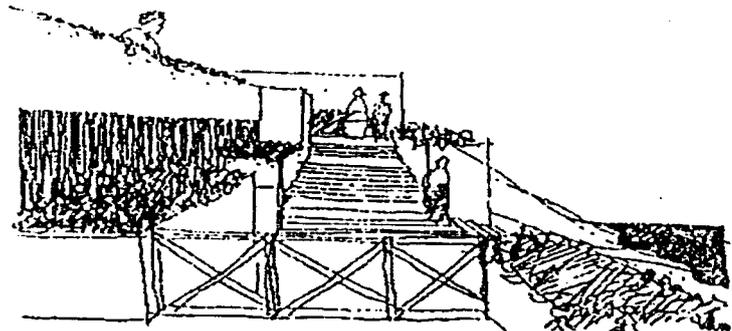
Bila seseorang berada pada sirkulasi linier yang lurus, akan membuat seseorang merasa bosan atau enggan untuk menyusuri, apabila seseorang tidak yakin akan adanya sesuatu yang benar-benar dibutuhkan diujung perjalanan.



Gambar 2.1 : sistem pergerakan yang rekreatif
Sumber : Edward T. White, 1985

Pada kebosanan dan keengganan tersebut faktor lain yang mendukung melakukan kegiatan rekreasi menurut kinematika gerak antara lain :

- Gerakan berjalan
- Gerakan berhenti sejenak
- Gerakan berhenti lama
- Gerakan istirahat
- Gerakan menikmati view sekeliling



Gambar 2.2 : sistem pergerakan
Sumber Ketchum, Moris JR, 1957

2.3.5 Suasana Alami Sebagai Daya Tarik Pengunjung

Dengan kondisi perdagangan yang menyajikan suasana berbeda dari sebuah pusat perdagangan pada umumnya dapat dipastikan akan menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi pusat perdagangan tersebut. Apalagi suasana yang berbeda tersebut adalah menghadirkan suasana yang alami pada sebuah bangunan pusat perbelanjaan. Hal-hal yang alami tersebut dapat dicapai dengan mewujudkan / memunculkan unsur-unsur alam seperti ; penampilan unsur air yang dapat diwujudkan dengan



kolam, penampilan unsur vegetasi dengan perwujudan taman, bahkan penampilan finishing bangunan yang menggunakan bahan yang sangat erat sekali dengan kesan alami seperti kayu, ini memberikan nuansa yang berbeda pada sebuah bangunan dan mampu menjadi daya tarik pada sebuah bangunan pusat perbelanjaan.

2.4 TINJAUAN SIRKULASI REKREATIF

2.4.1 Pengertian Sirkulasi

Sirkulasi dapat diartikan sebagai suatu pola atau alur, dimana akan sangat menunjang bagi kegiatan yang sedang berlangsung yang juga sesuai dengan fungsi bangunan yang sudah ditentukan. (*Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"*)

Definisi lain dari sirkulasi adalah hal yang utama dalam merencanakan sebuah pembangunan karena hal itu dapat mengarahkan kecepatan, urutan-urutan dan realisasi dari perasaan alami atau keterbukaan visual. (*John Ormsbee Simonds, "Landscape Architecture", Mc. Graw-Hill Book Company, 1983*)

Adapun yang diutarakan Eckbo, bahwa sirkulasi adalah tautan paling vital untuk menghubungkan beberapa penggunaan site / tapak yang ada, sehingga sirkulasi memegang peranan yang sangat penting dalam perencanaan dan perancangan. Berarti dengan begitu pola sirkulasi dapat menunjukkan aliran, jalur pencapaian, urutan-urutan (sequence), hierarki, pandangan visual dan gerakan. (*Eckbo, "Urban Landscape Design", 1974*)

Sedangkan sirkulasi yang rekreatif tersebut adalah suatu alur gerak para pengunjung yang diatur agar pengunjung merasa nyaman, relaks dengan memberikan karakter yang berbeda pada sirkulasi seperti permainan suasana / kualitas ruang, bentuk, warna, material dan dekorasi yang mampu mendukung suasana rekreatif. Unsur-unsur sirkulasi



rekreatif dapat berupa view yang menarik berupa taman-taman maupun kolam pada interior bangunan. Sehingga memberikan kesan yang alami pada sirkulasi tersebut. Dapat pula ditunjukkan melalui komponen pembentuk sirkulasinya, seperti : konfigurasi alur gerak, cara pencapaian kebangunan, pintu masuk, pengolahan hubungan sirkulasi dengan ruang dan bentuk ruang sirkulasi.

2.4.2 Komponen-komponen Pembentuk Sirkulasi

(Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya")

Sistem sirkulasi memiliki komponen-komponen pokok sebagai unsur-unsur positif yang mempengaruhi persepsi tentang bentuk dan ruang sirkulasi baik itu pada ruang luar maupun ruang dalam. Komponen-komponen pokok tersebut adalah yang akan dijelaskan dibawah ini.

2.4.2.1 Konfigurasi Alur Gerak

Jenis-jenis dari konfigurasi alur gerak adalah sebagai berikut :

a. Linier

Semua jalan adalah linier, jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir yang utama untuk suatu deretan ruang-ruang. Sebagai tambahan, jalan dapat melengkung atau terdiri atas segmen-segmen, memotong jalan lain, bercabang-cabang membentuk kisaran (loop).

b. Radial

Bentuk radial memiliki jalan yang berkembang dari atau berhenti pada sebuah pusat atau titik bersama.

c. Spiral

Sebuah bentuk spiral adalah suatu jalan yang menerus yang berasal dari titik pusat, berputar mengelilingi dengan jarak yang berubah.



d. Grid

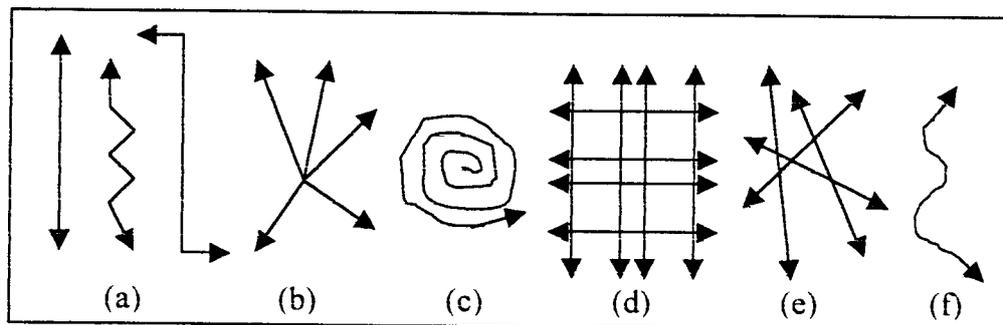
Bentuk grid terdiri dari dua set jalan sejajar, yang saling berpotongan pada jarak yang sama dan menciptakan bujursangkar atau kawasan-kawasan segiempat.

e. Network

Suatu bentuk jaringan yang terdiri dari beberapa jalan yang menghubungkan titik-titik tertentu di dalam ruang.

f. Komposisi

Pada kenyataannya, sebuah bangunan mempunyai kombinasi dari pola-pola di atas. Untuk menghindari terbentuknya orientasi yang membingungkan, suatu susunan hierarki diantara jalur-jalur jalan bisa dicapai dengan membedakan skala bentuk dan jalannya.



Gambar 2.3 : Konfigurasi Alur Gerak

Konfigurasi-konfigurasi alur gerak tersebut perlu diolah lagi dengan saling dipadukan untuk memperoleh kesan yang rekreatif, bukan kesan yang monoton oleh satu pola konfigurasi alur gerak saja. Dan satu hal yang terpenting yaitu pola konfigurasi tersebut sesuai dengan fungsi yang ada disekitar area tersebut.



2.4.2.2 Pencapaian ke Bangunan

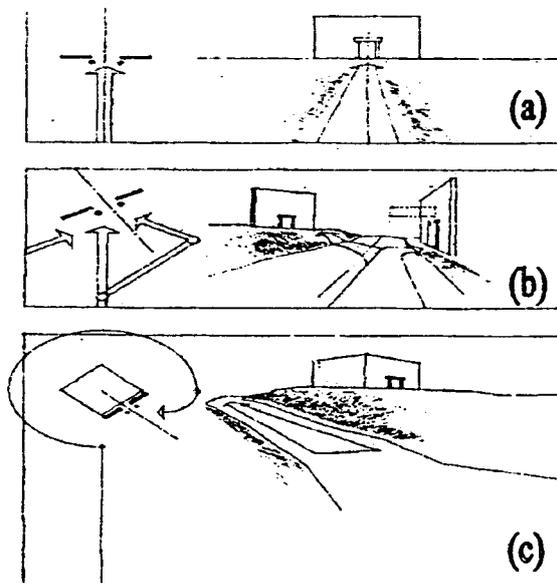
(Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya")

- Pencapaian Langsung

Suatu pencapaian yang mengarah ke suatu tempat masuk melalui sebuah jalan yang segaris dengan sumbu bangunan. Tujuan visual dalam pengakhiran pencapaian ini jelas, dapat merupakan fasade muka seluruhnya dari sebuah bangunan atau tempat masuk dipertegas.

- Pencapaian tersamar

Pencapaian yang samar-samar mempertinggi efek perspektif pada fasade depan suatu bangunan. Jalur dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat atau memperpanjang urutan pencapaian. Jika sebuah bangunan didekati pada sudut yang ekstrim, jalan masuknya akan memproyeksikan apa yang ada dibelakang fasade depan sehingga dapat terlihat dengan jelas.



Ket : (a) langsung (b) tersamar (c) berputar

Gambar 2.4 : Pencapaian ke Bangunan

Sumber: Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"

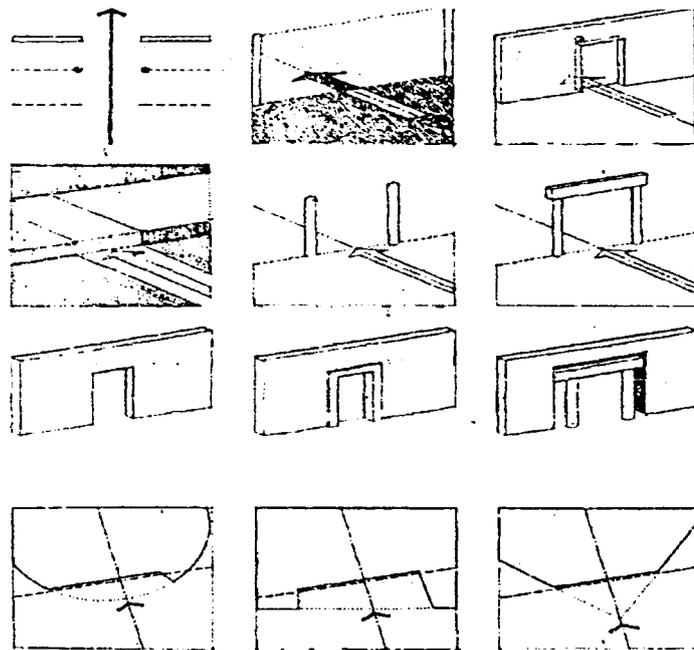


▪ **Pencapaian Berputar**

Sebuah jalur berputar memperpanjang urutan pencapaian dan mempertegas bentuk tiga dimensi dari suatu bangunan sewaktu mengelilingi tepi bangunan. Jalan masuk bangunan mungkin dapat dilihat dengan terputus-putus selama waktu pendekatan untuk memperjelas posisinya atau dapat disembunyikan sampai ditempat kedatangan.

2.4.2.3 Pintu Masuk Bangunan

Untuk memasuki sebuah bangunan, sebuah ruangan dalam bangunan, atau suatu kawasan yang dibatasi ruang luar, melibatkan kegiatan yang menembus bidang vertikal yang memisahkan sebuah ruang dari yang lainnya dan memisahkan keadaan “disini” dan “disana”.

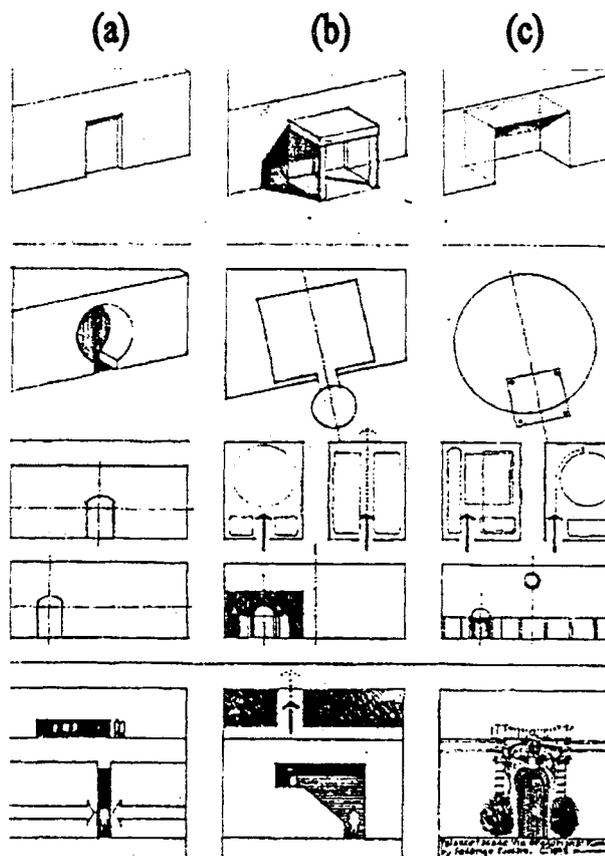


*Gambar 2.5 : Pintu masuk bangunan
Sumber: Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"*



Pintu masuk dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- Rata
Pintu masuk yang rata mempertahankan kontinuitas permukaan dindingnya dan jika diinginkan tersamar.
- Menjorok keluar
Jalan masuk yang menjorok menunjukkan fungsinya sebagai pencapaian dan memberikan pencahayaan di atasnya.
- Menjorok ke dalam
Jalan masuk yang menjorok ke dalam memberikan pencahayaan dan menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan.



Ket : (a) rata (b) menjorok ke luar (c) menjorok ke dalam

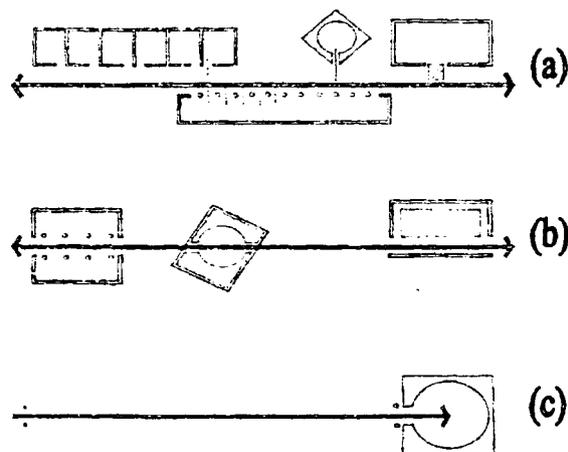
Gambar 2.6 : Macam-macam pintu masuk
Sumber: Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"



2.4.2.4 Hubungan Sirkulasi dengan Ruang

Jalan dengan ruang-ruang dihubungkan dengan cara sebagai berikut :

- Melewati ruang-ruang
 - Integritas ruang dipertahankan.
 - Konfigurasi jalan lurus.
 - Ruang-ruang perantara dapat dipergunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang-ruangnya.
- Menembus ruang-ruang
 - Jalan dapat menembus suatu ruang menurut sumbunya, miring atau sepanjang sisinya.
 - Dalam memotong sebuah ruang, jalan menimbulkan pola-pola istirahat dan gerak di dalam.
- Berakhir dalam ruang
 - Lokasi ruang menentukan jalan.
 - Hubungan jalan dan ruang ini dipergunakan untuk mencapai dan memenuhi secara fungsional atau melambangkan ruang-ruang yang penting.



Ket : (a) melewati ruang (b) menembus ruang (c) berakhir dlm ruang

Gambar 2.7 : Hubungan Sirkulasi dengan Ruang

Sumber: Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"



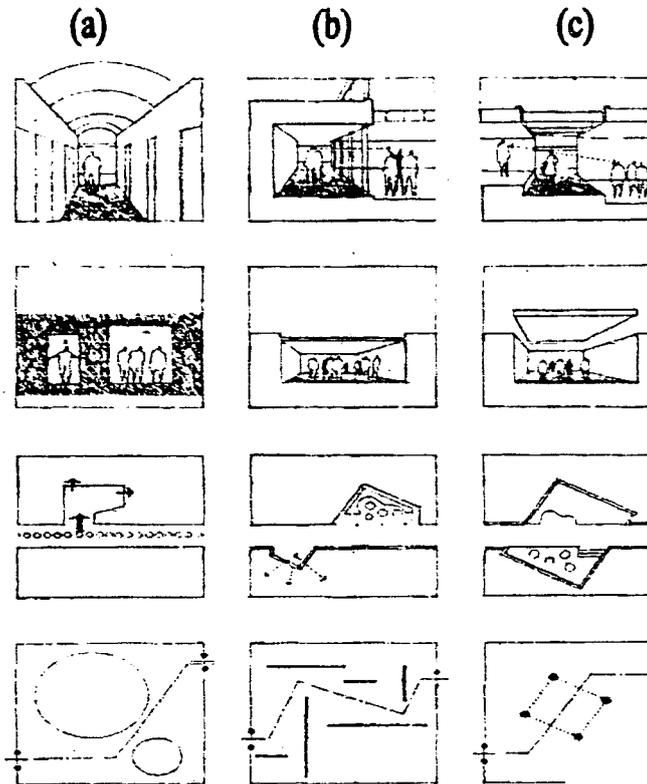
2.4.2.5 Bentuk Ruang Sirkulasi

Bentuk sebuah ruang sirkulasi ini bisa bermacam-macam, menurut bagaimana cara-cara yang akan disebutkan di bawah ini, yaitu :

- Batas-batasnya ditentukan.
- Bentuknya dapat berkaitan dengan bentuk ruang-ruang yang dihubungkan.
- Kualitas skala, proporsi, cahaya dan pemandangan dipertegas.
- Terbukannya jalan masuk ke dalam.
- Perannya terhadap perubahan-perubahan ketinggian lantai dengan tangga-tangga dan tanjakan.

Ruang sirkulasi dapat berbentuk :

- Tertutup
Ruang sirkulasi tertutup membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui pintu-pintu masuk pada bidang dinding.
- Terbuka pada salah satu sisinya
Ruang sirkulasi yang terbuka pada salah satu sisinya bertujuan agar memberikan kontinuitas visual / ruang dengan ruang-ruang yang dihubungkan
- Terbuka pada kedua sisinya
Ruang sirkulasi yang terbuka pada kedua sisinya akan menjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya.



Ket : (a) tertutup (b) terbuka salah satu sisi (c) terbuka kedua sisi
Gambar 2.8 : Bentuk-bentuk dari Ruang Sirkulasi
Sumber: Francis D. K. Ching, "Bentuk, Ruang dan Susunannya"

2.4.3 Penciptaan Suasana Rekreatif pada Sirkulasi

Sebuah unsur linier dapat diperlebar tidak hanya untuk menampung lebih banyak lalu lintas, tetapi untuk menciptakan tempat-tempat pemberhentian, untuk istirahat atau menikmati pemandangan. (Francis D. K Ching, 1985, hal 287) Sebagai salah satu cara penyajian suasana yang rekreatif melalui sirkulasi.



Gambar 2.9 : Jalan yang menimbulkan pola-pola untuk istirahat dan gerak didalamnya
Sumber : Francis D. K. Ching, 1985



2.5 STUDI KASUS PUSAT PERBELANJAAN

Pusat perbelanjaan yang dibawah ini merupakan pusat perbelanjaan yang dapat diambil sebagai contoh dalam memunculkan karakternya masing-masing untuk menarik pengunjung sebagai pusat perbelanjaan yang menarik dan rekreatif, seperti :

2.5.1 BSD Plaza (*Emmy S, "BSD Plaza Tampil Unik dan Meriah", Majalah Konstruksi, edisi Agustus 1993*)

BSD Plaza ini merupakan sebuah pusat perdagangan yang berada di lokasi pemukiman Bumi Serpong Damai, yang kehadirannya secara bertahap mengikuti perkembangan lokasi pemukiman tersebut. Adapun targetnya adalah *middle-up*, namun keberadaannya dapat sebagai pusat pertokoan yang berkesan *festivity* atau "meriah", juga unik. Kemeriahan tercermin dari detail ornamennya, warna yang dipilih interiornya, hingga papan nama perusahaan. Karena targetnya *middle-up*, arsitekturnya dipilih yang tidak terlalu berkesan *luxury* tetapi unik dan dapat memberikan daya tarik.



Gambar 2.10 : BSD Plaza, bangunannya unik dan meriah.
Sumber : Majalah Konstruksi, edisi Agustus 1993



2.5.2 Plaza Bintaro (*Enny S, "Plaza Bintaro mengutamakan customer satisfaction", Majalah Konstruksi, majalah Konstruksi edisi Juni 1993*)

Plaza Bintaro yang terletak di atas lahan seluas 5 hektar, dengan konsepnya tepat guna dan menguntungkan, berkiat sebagai satu-satunya pertokoan yang menjanjikan "*Belanja dan Santai Lebih Dekat*", tanpa harus beranjak jauh dari rumah, para pembeli dapat menghemat waktu untuk memperoleh barang dan jasa yang mereka inginkan. Tentu dengan kualitas yang sama dan kenyamanan yang tak kalah, bahkan lebih baik dibanding pusat perbelanjaan lainnya. Dan diharapkan pengunjung dapat merasakan selayaknya dirumah (*feel at home*) dengan kenikmatan dan kenyamanan yang tercipta saat berbelanja. Fasilitas yang disediakan memang cukup lengkap dengan konsep *one stop shopping*, agar pengunjung dapat berbelanja dengan santai. Adapun fasilitas-fasilitas tersebut antara lain : *fast foot court* berupa tenda-tenda terbuka, *Studio 21*, *retail shop*, *bank*. Munculnya suatu fasilitas di sebuah kawasan, memang pada akhirnya akan memberikan daya tarik sendiri bagi kawasannya. Seperti juga Plaza Bintaro ini, dengan fasilitas yang lengkap diharapkan dapat pula sebagai penarik calon penghuni dan memberikan nilai tambah bagi rumah-rumah yang ada di Kompleks Bintaro Jaya. Bukan merupakan sesuatu yang *stand alone* (berdiri sendiri), tetapi keberadaannya juga *match* dengan lingkungannya.



Gambar 2.11 : Plaza Bintaro
Sumber : Majalah Konstruksi, edisi Juni 1993



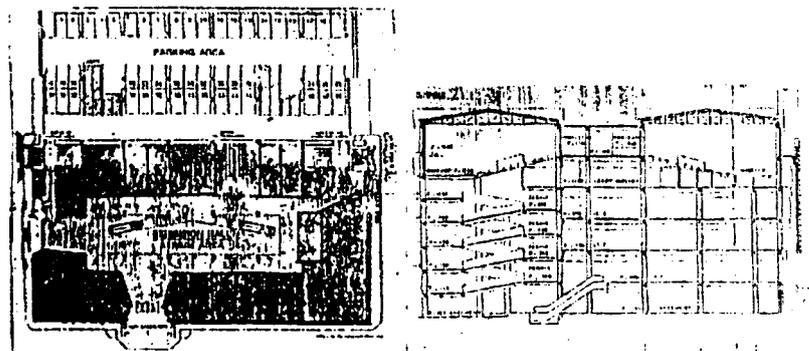
2.5.3 Slipi Jaya Plaza

Slipi Jaya Plaza yang terletak di Jakarta Barat, fasilitas perbelanjaan ini dengan skala menengah.



Gambar 2.12 : Bangunan Slipi Jaya Plaza
Sumber : Majalah Konstruksi, no 142, Pebruari 1990

Enterece utama diselesaikan dengan kanopi yang panjang sehingga mendekati pedestrian, sedangkan enterece pendukung juga diberikan kanopi, tetapi tidak terlalu panjang karena memperhitungkan sirkulasi mobil. Jalur pedestrian dibuat cukup dominan untuk menampung pejalan kaki dari arah perumahan dan kendaraan umum.



Gambar 2.13 : Denah dan Potongan
Sumber : Majalah Konstruksi no 142, Februari 1990



Konsep tata ruang dalamnya hanya menghendaki adanya *single loaded corridor* yang menyatu dengan atrium, peletakkannya ditengah ruangan. Hal ini dimaksudkan agar fungsi atrium sebagai pusat orientasi dan sarana komunikasi visual dapat terlaksana secara efektif. Mencegah adanya daerah mati karena semua unit toko diusahakan terlalui oleh pengunjung. Dengan penyatuan atrium dan sirkulasi utama diharapkan bangunan ini dapat mencerminkan filosofi pusat perbelanjaan, yakni tidak sekedar sebagai tempat belanja tetapi juga tempat rekreasi.

Kesimpulan :

Untuk mewujudkan pusat perbelanjaan yang menarik dan rekreatif dapat dilakukan dengan cara memberikan kesan *festify* atau meriah, juga unik. Kemeriahan tersebut dapat diwujudkan melalui detail ornamennya, warna yang dipilih misalnya warna-warna yang bervariasi dan cukup menyolok dan nampak meriah seperti merah, orange, biru maupun warna lain yang cukup menarik penggabungannya, interior, hingga papan nama perusahaan. Tapi tidak mesti dengan harga yang mahal, namun memberikan penampilan yang unik. Bisa juga dengan memberikan kenikmatan atau kenyamanan yang tercipta saat berbelanja, dengan fasilitas yang cukup lengkap sehingga pengunjung dapat berbelanja dengan santai dan merasakan selayaknya dirumah. Maupun dengan konsep tata ruang seperti penyatuan sirkulasi utama dengan atrium, yang mampu mewujudkan suasana rekreatif pada pusat perbelanjaan.