

PROPOSAL TUGAS AKHIR

1. Latar Belakang

1.1. Tinjauan Fasilitas Komersial di Jogjakarta

Di kota besar seperti Jogjakarta, fasilitas-fasilitas komersial tidak bisa hanya terkonsentrasi pada satu kawasan (kawasan Malioboro). Hal ini akan menyebabkan terjadinya akumulasi pergerakan yang berlebihan dan pada akhirnya akan menyebabkan *overload* pada ruang-ruang publik. Pemerintah kota mengantisipasinya dengan menyebar zona-zona kawasan komersial. Salah satunya berada pada penggalan Jalan Solo/Urip Sumoharjo Kec. Gondokusuman.

Dengan dijadikannya kawasan Jalan Solo/Urip Sumoharjo Kec. Gondokusuman sebagai salah satu zona kawasan komersial maka kawasan ini kini berkembang menjadi pusat perdagangan. Masyarakat kini menjadikan kawasan Jalan Solo sebagai salah satu pilihan untuk pemenuhan kebutuhan mereka.

Kawasan ini sudah memiliki *image* sebagai pusat pertokoan. Kawasan ini pun tak kalah padatnya dengan kawasan Malioboro. Melihat potensi ini, maka sangatlah beralasan jika di kawasan ini dibuat sebuah Fasilitas Komersial.

1.2. Tinjauan Kota Jogjakarta

Laju pertumbuhan penduduk di Propinsi DIY termasuk rendah dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Indonesia, meskipun pada kurun 1990-2000 terdapat peningkatan, dari 0,58% pada tahun 1980-1990 menjadi 0,69%.¹ Sedangkan untuk penduduk Kota Jogjakarta bergeser dari pertumbuhan positif, yaitu 0,34 pada 1980-1990, menjadi pertumbuhan negatif, -0,39 pada 1990-2000.² Kecamatan-kecamatan di sekitar pusat kota menunjukkan gejala penurunan jumlah penduduk yang cukup tajam (*lihat tabel 1.1 pada lampiran*), sementara kecamatan-kecamatan di Bantul dan Sleman yang berbatasan dengan pinggiran kota Jogjakarta justru menunjukkan peningkatan jumlah penduduk yang cukup signifikan (*lihat tabel 1.2 pada lampiran*). Hal ini mengindikasikan

¹ Pemerintah Propinsi DIY

² Pemerintah Kota Jogjakarta

terdapatnya perpindahan penduduk dari pusat kota ke daerah pinggiran kota, implikasi dari perkembangan perumahan baru yang di bangun oleh developer di daerah pinggiran kota. Kini daerah pusat kota lebih cenderung dibangun untuk tujuan-tujuan yang bersifat komersial, seperti rumah-toko (ruko), kos-kosan, warung makan, dsb.

Sedangkan pertumbuhan ekonomi Kota Jogjakarta pertahun untuk periode 1993-1997 sebesar 8,10% dan periode 1998-2000 sebesar 6,44%.³ Sama seperti daerah lain di Indonesia, turunnya pertumbuhan ekonomi diakibatkan oleh adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan di Indonesia. Namun perekonomian Kota Jogjakarta mengalami *recovery* pada periode di atas tahun 2000 (*lihat tabel 1.3 pada lampiran*).

1.3. Tinjauan Bioskop Empire-Hero Supermarket dan Bioskop Regent

1.3.1. Sebelum Terbakar

Bioskop Empire dan Hero Supermarket berdiri di dalam satu bangunan. Lantai pertama dan sebagian lantai dua digunakan untuk *supermarket*, lantai dua sisanya sebagai bioskop. Sedangkan Bioskop Regent telah lama berdiri sebelum Hero Supermarket dan Bioskop Empire dibangun.

Hero Supermarket jika dilihat dari jumlah lantainya (dua lantai) adalah termasuk pertokoan kelas menengah walaupun mempunyai luas lahan yang hampir sama dengan Galleria Mall. Luas bangunan lebih kecil karena tidak semua lahan dimanfaatkan (*building coverage* lebih kecil). Sedangkan dilihat dari letaknya, bangunan ini agak terpisah dari deretan pertokoan yang ada di Jalan Solo.

Adapun perincian luasan per lantai pada Hero Supermarket adalah sebagai berikut:⁴

▪ Lantai I	:	luas <i>supermarket</i>	:	1983 m ²
		luas sirkulasi mobil	:	481 m ²
▪ Lantai II	:	luas bioskop	:	2014 m ²
		luas <i>supermarket</i>	:	450 m ²
▪ Lantai III	:	luas pendukung bioskop	:	267 m ²
		luas ruang mesin	:	164 m ²
total			:	5359 m²

³ Pemerintah Kota Jogjakarta

⁴ Nataliya, Hermawan Eka, Redesain Bekas kompleks Hero Supermarket..., Skripsi JUTA UGM, 2000

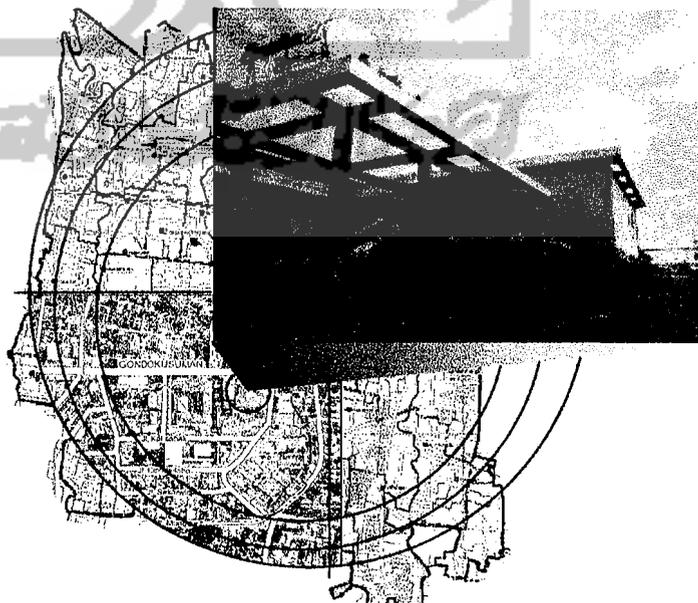
Dari segi *performance*, bangunan sebenarnya kurang mencerminkan sebagai bangunan komersial. Dengan atap limasan bangunan ini tak jauh berbeda dengan bangunan sekitarnya. Dan *façade* bangunan atau *building envelope*-nya masih kalah ‘meriah’ dengan bangunan di sebelah baratnya (LPP Jogjakarta).

1.3.2. Setelah Terbakar

Sejak terbakar 5 tahun yang lalu; kompleks Hero Supermarket-bioskop Empire dan bioskop Regent tidak berfungsi lagi. Hal ini sangat disayangkan karena kompleks tersebut berada di kawasan komersial (Jalan Solo/Urip Sumoharjo), letaknya sangat strategis, dan memiliki nilai jual yang sangat tinggi. Dilihat dari konteks kawasan kota, kompleks tersebut kehilangan partisipasinya secara fungsional terhadap kawasan.

Secara visual keberadaan bangunan bekas terbakar tersebut sangat mengganggu dan memberikan citra negatif bagi kawasan di sekitarnya. Fenomena yang terjadi saat ini adalah dimanfaatkannya bangunan tersebut oleh pedagang kaki lima untuk menyimpan gerobak dagangannya dan oleh kaum tuna wisma sebagai tempat singgah dan tinggal. Dan bukan tidak mungkin dalam perkembangannya nanti akan menciptakan *slum area*.

Oleh karena itu antisipasi semenjak dini dalam bentuk pemanfaatan kembali lahan tersebut sangat diperlukan. Namun, tetap dalam konteksnya sebagai bagian dari kawasan komersial.



Foto(inset): kondisi bioskop Empire setelah terbakar

1.4. Optimasi Pemanfaatan Ruang-Ruang Komersial pada Fasilitas Komersial

Optimasi berasal dari bahasa Inggris; *optimize* yang berarti; membuat sesuatu sebaik dan secocok mungkin.⁵ Optimasi ruang merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kegunaan ruang yang memenuhi fungsi dan persyaratan kenyamanan dari berbagai segi yang mempunyai relevansi dan menunjang pengaturan ruang.⁶ Komersial berasal dari bahasa Inggris, *commercial* yang artinya adalah bersifat perniagaan/perdagangan, niaga.⁷ Maka, ruang komersial adalah ruang yang mewadahi kegiatan yang bersifat perniagaan/perdagangan. Dengan kata lain, ruang komersial adalah ruang yang bernilai jual atau disewakan (*rentable*). Jadi, optimasi pemanfaatan ruang-ruang komersial pada Fasilitas Komersial merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kegunaan ruang yang memenuhi fungsi dan persyaratan kenyamanan dari berbagai segi yang mempunyai relevansi dan menunjang pengaturan ruang-ruang yang bernilai jual atau disewakan (*leasable*) pada Fasilitas Komersial.

Sifat dari kegiatan komersial adalah mengejar keuntungan materi yang didasari oleh prinsip ekonomi yaitu pengorbanan sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.⁸ Maka, fasilitas komersial dibangun berdasarkan *profit oriented*. Pada umumnya sebuah fasilitas komersial dibangun di atas lahan yang bernilai jual tinggi. Letak yang strategis dan ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai menyebabkan nilai komersial suatu lahan melambung tinggi, terlebih jika letaknya berada dalam suatu kawasan komersial di pusat kota. Nilai yang tinggi tersebut tidak akan berarti apa-apa jika lahan tersebut tidak dimanfaatkan seoptimal mungkin. Oleh karena itu diperlukanlah **optimasi pemanfaatan ruang-ruang komersial pada Fasilitas Komersial**.

Optimasi pemanfaatan ruang-ruang komersial pada Fasilitas Komersial dilakukan dengan cara mensinergikan tiga pendekatan berikut:

1. **Efektif**, berarti suatu keadaan tepat; berhasil guna atau fungsi. Indikator keberhasilan fungsi adalah bentuk dan pola kegiatan yang terjadi.

⁵ Hornby, A.S., Oxford Advance Learner's Dictionary, Oxford University Press, 1995

⁶ Fitria Suharso, Ardiany, Studi Optimasi Ruang Lab..., Skripsi JUTA UGM, 2002

⁷ Echols, M. John-Shadily Hassan, Kamus Inggris-Indonesia, Gramedia Pustaka Utama

⁸ Nataliya, Hermawan Eka, Redisain Bekas kompleks Hero Supermarket..., Skripsi JUTA UGM, 2000

2. **Efisien**, maksudnya menghasilkan pemecahan yang memuaskan tanpa pemborosan ruang. Dengan kata lain, efisien merupakan usaha untuk mengeliminir ruang sisa.

Rancangan ruang-ruang komersial pada Fasilitas Komersial ini dioptimasi dengan dasar pertimbangan besaran ruang komersial yang seefisien mungkin dapat memwadahi kegiatan-kegiatan komersial yang efektif dan dapat saling berintegrasi dalam satu bangunan komersial.

1.5. Tinjauan Teoritis Fasilitas Komersial

1.5.1. Pengertian Fasilitas Komersial

Kegiatan komersial adalah kegiatan perniagaan, pembelian atau penjualan barang dan jasa khususnya secara besar-besaran baik nasional maupun internasional.⁹

Sedangkan sifat dari kegiatan komersial adalah untuk mengejar keuntungan materi yang didasari oleh prinsip ekonomi yaitu pengorbanan sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.¹⁰

Maka pengertian Fasilitas Komersial adalah suatu sarana yang memwadahi kegiatan perniagaan, pembelian atau penjualan barang dan jasa dengan tujuan untuk mengejar keuntungan materi yang didasari oleh prinsip ekonomi.

1.5.2. Unit Fasilitas Komersial¹¹

Unit-unit fasilitas kegiatan komersial secara garis besar dibedakan dalam 3 kategori yaitu;

- a. Fasilitas komersial untuk jual beli barang

Fasilitas ini dapat terdiri dari *shop unit* (toko), fasilitas perdagangan *retail*, yang dapat berdiri sendiri atau kelompok dengan sifat pelayanan langsung antara penjual dan pembeli.

- b. *Store*

Yaitu suatu bentuk fasilitas perdagangan yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self-service*. *Store* dapat

⁹ Winardi, Dr, SE, Kamus Ekonomi

¹⁰ Nataliya, Hermawan Eka, Redesain Bekas kompleks Hero Supermarket..., Skripsi JUTA UGM, 2000

¹¹ Ibid

berupa *department store, variety store, general house hold store* atau *supermarket*.

c. Fasilitas komersial dengan pelayanan jasa

Restaurant, dapat berupa *fast food restaurant* atau *bourmet food marts*.

Fasilitas pelayanan jasa khusus, seperti *studio and beauty shop, watch repair, music dance, travel agent*, dsb. Fasilitas hiburan, seperti gedung bioskop, arena bowling, arena permainan anak, dsb. Fasilitas jasa finansial, seperti *bank, money changer*, asuransi, dsb.

2. Rumusan Permasalahan

2.1. Permasalahan Umum

Bagaimana merancang sebuah Fasilitas Komersial di lahan bekas Hero Supermarket dan bioskop Regent Jogjakarta yang dapat melayani kegiatan-kegiatan komersial perdagangan.

2.2. Permasalahan Khusus

Bagaimana merancang ruang luar dan ruang dalam suatu Fasilitas Komersial melalui pendekatan optimasi pemanfaatan ruang-ruang komersialnya.

3. Tujuan dan Sasaran

3.1. Tujuan

Mendapatkan rancangan Fasilitas Komersial di lahan bekas Hero Supermarket dan bioskop Regent Jogjakarta yang dapat melayani kegiatan perdagangan dengan rancangan ruang luar dan ruang dalamnya melalui pendekatan optimasi pemanfaatan ruang-ruang komersialnya.

3.2. Sasaran

- Penataan pola sirkulasi yang efektif pada ruang luar dan ruang dalam Fasilitas Komersial.

Mendapatkan pola sirkulasi yang efektif dalam dalam setiap kegiatan komersial yang ada pada Fasilitas Komersial. Untuk menunjukkannya, gambar rancangan yang dihasilkan adalah:

Site plan yang menunjukkan hubungan sirkulasi ruang luar dan ruang dalam, Denah yang menggambarkan sirkulasi pada tiap lantai.

- Rancangan ruang-ruang komersial yang optimum.

Mendapatkan rancangan ruang-ruang komersial pada Fasilitas Komersial yang dapat mewadahi setiap kegiatan komersial yang terjadi di dalamnya dengan besaran yang optimum. Untuk menunjukkannya, gambar rancangan yang dihasilkan adalah:

Denah dan potongan dari ruang-ruang komersial yang menunjukkan komposisi antara luas dan bentuk ruang yang tersedia dengan instrumennya, Denah modul yang digunakan.

4. Spesifikasi Umum Proyek

4.1. Profil Pengguna Bangunan

4.1.1. Karakteristik Pengguna Bangunan dan Bentuk Kegiatannya

Fasilitas Komersial berfungsi sebagai sarana kegiatan penjualan atau pembelian barang dan jasa. Adapun macam karakteristik pengguna bangunan ini adalah:

a. Pengunjung (konsumen)

Pengunjung adalah objek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa. Semakin tinggi tingkat sosial ekonomi konsumen maka semakin tinggi pula tuntutan kualitas pelayanan kebutuhannya. Dari *sample* sebuah fasilitas komersial di pusat Kota Jogjakarta, didapat jumlah rata-rata pengunjung 15.000 orang/hari (1 th = ±5.400.000 orang) dengan waktu buka 10 jam/hari dan peningkatan jumlah pengunjungnya rata-rata 1,5% per tahun dihitung dari pendapatan parkir (*sumber: management Mal Malioboro*).

Maka, untuk asumsi pengunjung Mal Malioboro pada 10 tahun yang akan datang dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} P_t &= P_o (1+n)^T \\ &= 5.400.000 (1+1,5\%)^{10} \\ &= 6.266.920,5 \sim 6.266.920 \text{ orang dalam 1 th, } \pm 17.170 \text{ orang/hari} \end{aligned}$$

Dengan waktu buka 10 jam, jadi debit pengunjung per jam = 1.717 orang. Diasumsikan 50% dari jumlah ini akan terserap ke fasilitas komersial yang akan dibuat, yaitu ±858 orang.

b. Penyewa (tenant)

Penyewa adalah objek pelaku kegiatan yang menyewa atau membeli ruang yang disewakan atau dijual oleh pihak pemilik Fasilitas Komersial. Ruang-ruang tersebut digunakan oleh penyewa atau pembeli untuk menjalankan prinsip ekonomi.

c. Pemasok (distributor)

Adalah objek pelaku kegiatan pengadaan barang untuk pedagang.

d. Pengelola bangunan

Pengelola adalah objek pelaku kegiatan yang mengelola manajemen dan operasional Fasilitas Komersial.

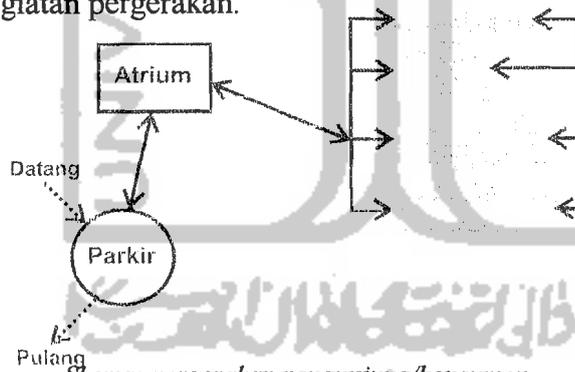
4.1.2. Karakteristik Kegiatan, Asumsi Kebutuhan Ruang dan Kapasitas

4.1.2.1. Karakteristik Kegiatan

Kegiatan yang ada pada Fasilitas Komersial ini antara lain:

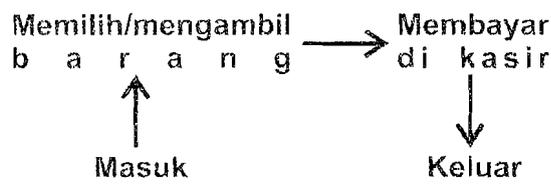
a. Kegiatan pengunjung/konsumen, meliputi:

- Kegiatan pergerakan.

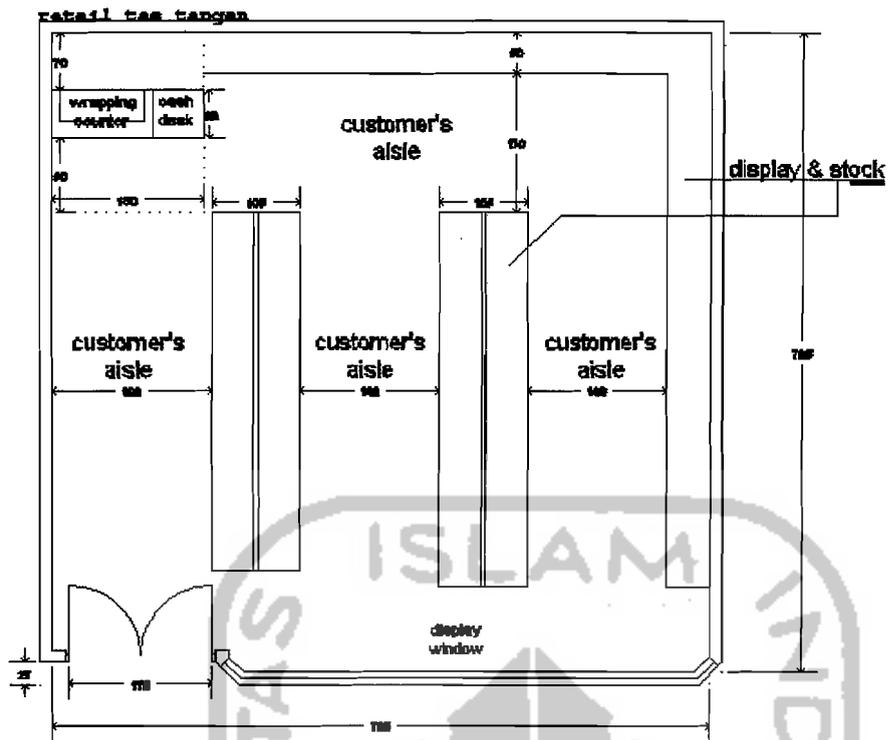


Skema: pergerakan pengunjung/konsumen

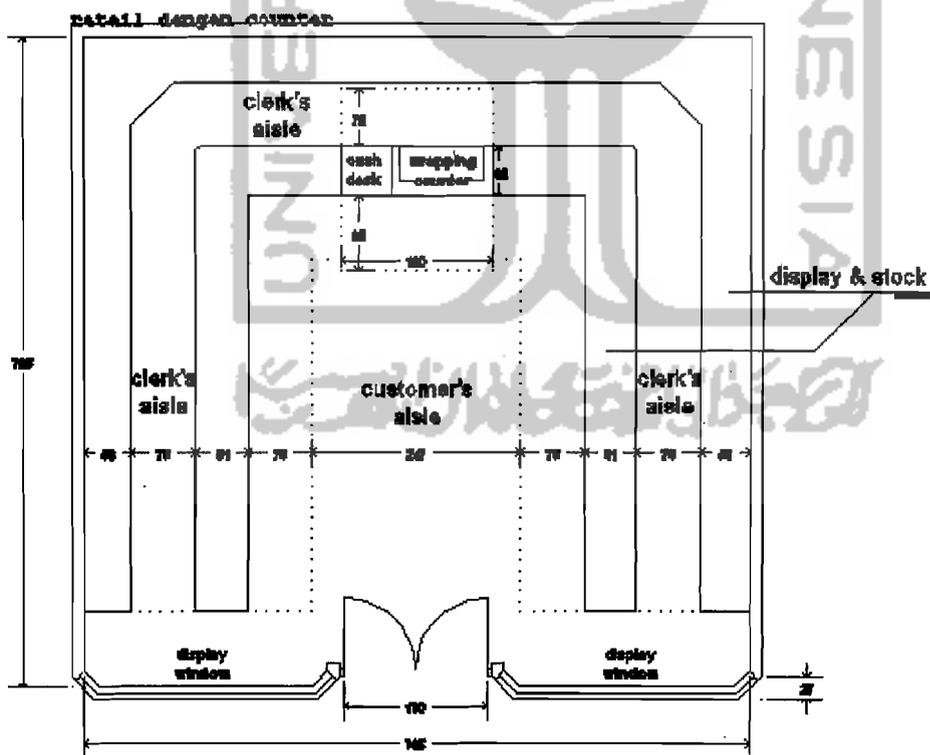
- Kegiatan jual beli



Skema: kegiatan jual beli



Gambar 1.6: modul B varian 3



Gambar 1.6: modul B varian 4

Maka selanjutnya untuk modul *rentable area* disamaratakan dengan ukuran 8 m x 8 m untuk mempermudah penghitungan, perbedaan hanya terletak pada layout interiornya. Adapun asumsi ruang dan kapasitas pada Fasilitas Komersial yang akan dirancang adalah sebagai berikut:

Klasifikasi	Kebutuhan Ruang	kapasitas	Standar/modul	Luas (m ²)	Jml	Total (m ²)
Rentable	Retail		Modul A	32	12	384
			Modul B	64	16	1024
	Dept. store (besar)			1710	4 lt	6840
	Dept. store (kecil)			680	3 lt	2040
	Atrium			485	1	485
	Restaurant (barat)			383	4	1532
	Restaurant (timur)			408	3	1224
	Café			160	3	480
	Billiard pool			375	1	375
	Game zone			515	1	515
	salon			115	1	115
	Roof garden			1188	1	1188
	supermarket			1600	1	1600
	Gudang (barat)			255	1	255
	Gudang (timur)			105	1	105
	parkir	139 mobil, 89 spd mtr		2190	B1 & B2	2190
	Lavatory (barat)			48	6 lt	288
	Lavatory (timur)			22	4 lt	88
					20728	
Non rentable	Rg. Pengelola			144	1	144
	Rg. Security			12	1	12
	Rg. Teknisi			10	1	10
	Rg. ME			32	1	32
	Rg. AHU			77	5	385
	Rg. Genset			32	1	32
	Rg. Pompa			32	1	32
	Rg. chiller			77	1	77
	sirkulasi					12035
						12759
					33487	

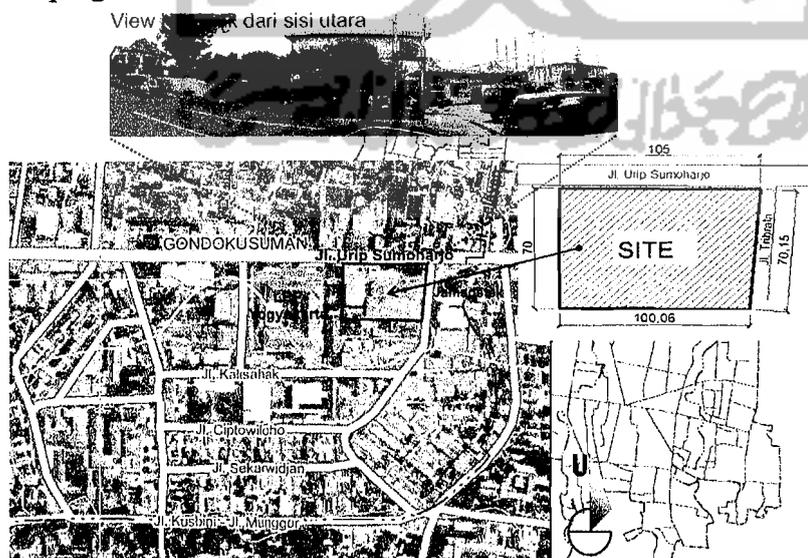
Berikut adalah komposisi *rentable* dan *non rentable area* pada Fasilitas Komersial ini:

Lantai	Rentable area	Non rentable area		Luas total
		Profit	Non profit	
B2	0	1959 m ² (34%)	3774 m ² (66%)	5733 m ²
B1	1957 m ² (36%)	326 m ² (6%)	3131 m ² (58%)	5414 m ²
01	3922 m ² (72%)	48 m ² (1%)	1444 m ² (27%)	5414 m ²
02,03,04	3725 m ² (71%)	70 m ² (1%)	1455 m ² (28%)	5250 m ²
roof	1188 m ²	22 m ²	45 m ²	1255 m ²

4.2. Potensi lokasi

- **Ketersediaan lahan**

Seperti diketahui bahwa lahan merupakan bekas kompleks Hero Supermarket dan bioskop Regent yang telah lama “menganggur” sejak terbakarnya lima tahun yang lalu. Sesuai RUTRK (Rencana Umum Tata Ruang Kota) Jogjakarta th 1992-2004 yaitu; komposisi kegiatan budidaya penuh sosial ekonomi dengan kelas bangunan agak tinggi yaitu jumlah luas lantai 2-5 ha dengan tinggi bangunan 18 m, lapis bangunan adalah 3 dan *building coverage* 80%. Struktur kawasan penggalan Jalan Urip Sumoharjo Kecamatan Gondokusuman sebagai distrik perdagangan yang terbentuk oleh jalur pergerakan linier.



Gambar: Lokasi site terpilih

▪ **Kondisi lahan**

Lahan merupakan bekas dari bangunan Hero *Supermarket* ditambah dengan bekas bioskop Regent. Pada lahan masih terdapat bekas struktur bangunan lama yang kondisinya 80% masih baik. Namun, dalam perancangan ini struktur tersebut tidak dipakai, lahan di anggap kosong.



Foto: kondisi struktur bioskop Empire setelah terbakar

▪ **Nilai strategis lahan dalam mendukung kegiatan di fasilitas komersial**

Kelebihan yang ada pada lokasi site adalah:

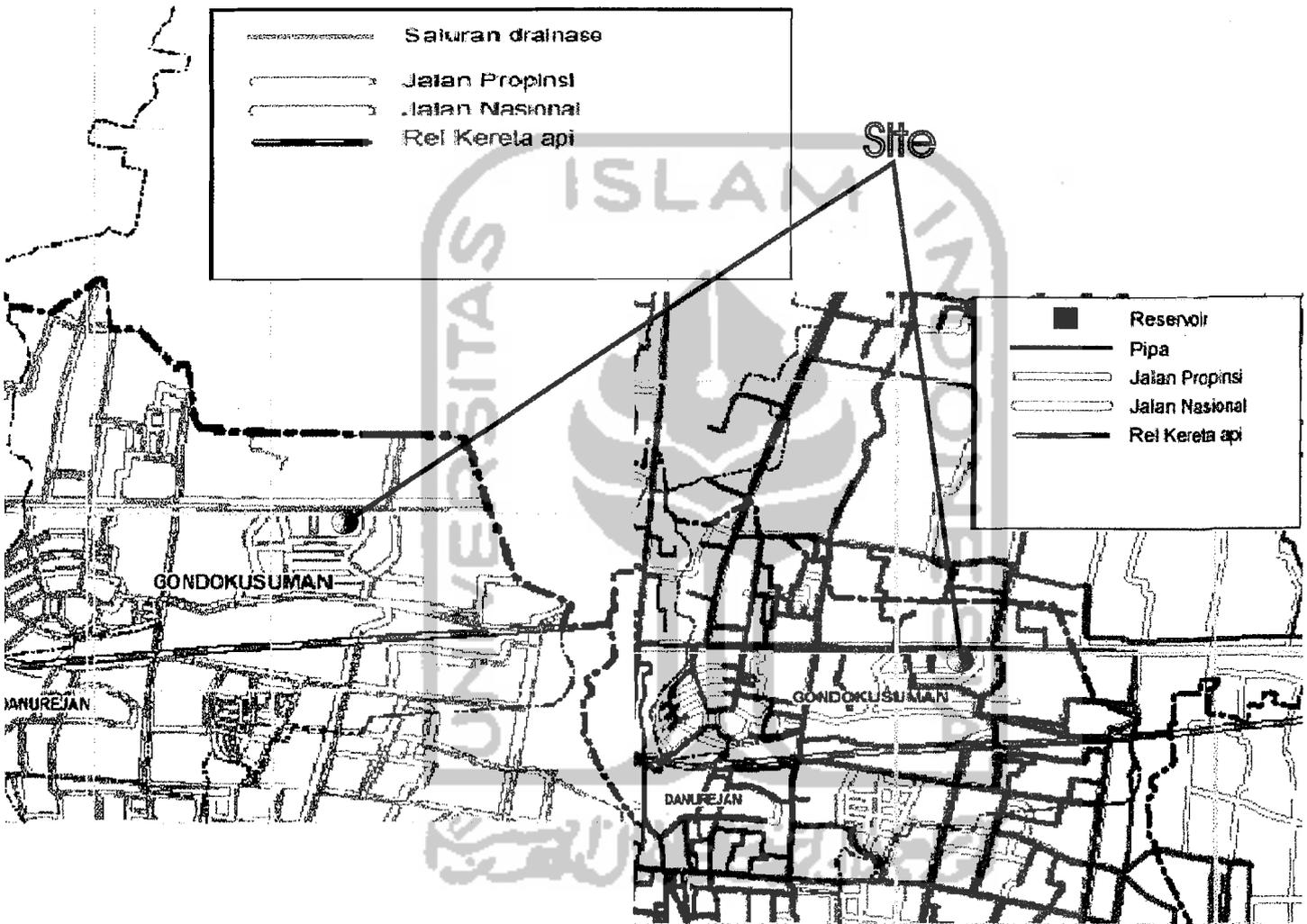
- Site berada di tengah kota dalam kawasan perdagangan/komersial.
- Site berada dekat dengan pintu masuk Kota Jogjakarta dari arah Kota Solo.
- Letak lokasi site yang strategis berada di pangkal jalan (Jl. Urip Sumoharjo) satu jalur yang padat akan lalu lintas kendaraan bermotor.
- Lebar badan jalan yang memadai ($\pm 16\text{m}$ / 4 lajur) untuk menuju ke site, sehingga memudahkan kendaraan keluar-masuk site.



Foto: badan jalan yang berada di utara site

▪ **Jaringan utilitas (infrastruktur)**

Kawasan dimana lokasi site dipilih sudah memiliki jaringan utilitas (infrastruktur) yang memadai untuk menunjang kegiatan-kegiatan pada Fasilitas Komersial yang akan dirancang. Seperti jaringan telepon, listrik, riol kota, dan trotoar telah tersedia di lokasi site.



Gambar: jaringan drainase dan air bersih pada lokasi site

5. Strategi Perancangan

5.1. Studi Kasus

▪ Mal Malioboro, Jogjakarta.

Mal ini sebenarnya satu bangunan dengan Hotel Ibis, sehingga gabungan antara keduanya bisa dikategorikan sebagai bangunan komersial multifungsi. Namun, karena pemisahan di antara keduanya dalam arti tidak ada jalur-jalur sirkulasi yang menghubungkan kedua fungsi tersebut di dalam bangunan baik secara langsung maupun tidak, maka banyak orang yang tidak menyadari gabungan kedua fungsi tersebut.

Karena letaknya yang sangat strategis, maka pencapaian ke gedung ini sangat mudah. Keunggulan gedung ini bila ditinjau dari segi pencapaian, antara lain:

- a) Bentuk yang memanjang/linier mengikuti arus dan posisi jalan memungkinkan banyak akses dan kemungkinan untuk masuk ke dalam bangunan.
- b) Letak bangunan di sisi kiri jalan memudahkan pencapaiannya.
- c) Adanya basement memungkinkan banyaknya pengunjung yang datang dengan tidak mengganggu sirkulasi jalan yang sudah padat.

Namun demikian, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

- a) Pola hubungan antara ruang luar dan ruang dalam bangunan.

Lantai pertama bangunan mal ini dinaikkan 1,5m dari jalan dengan menyediakan dua pintu saja. Keadaan ini menyebabkan interior (ruang dalam) akhirnya dipisahkan oleh eksterior (ruang luar). Hal ini terasa asing sekali bagi kawasan yang sudah mempunyai ciri khas, di depan mal dapat dilihat bahwa walaupun dibangun sebuah *arcade* seperti pada lingkungannya, ruang *arcade* itu tidak hidup dan sering sepi.¹²

- b) Layout retail yang tidak optimum

Besaran ruang retail-retail pada mal ini sebenarnya telah cukup untuk membuat sebuah layout yang optimum. Namun, layout retail yang sepenuhnya diserahkan perancangannya pada pihak penyewa

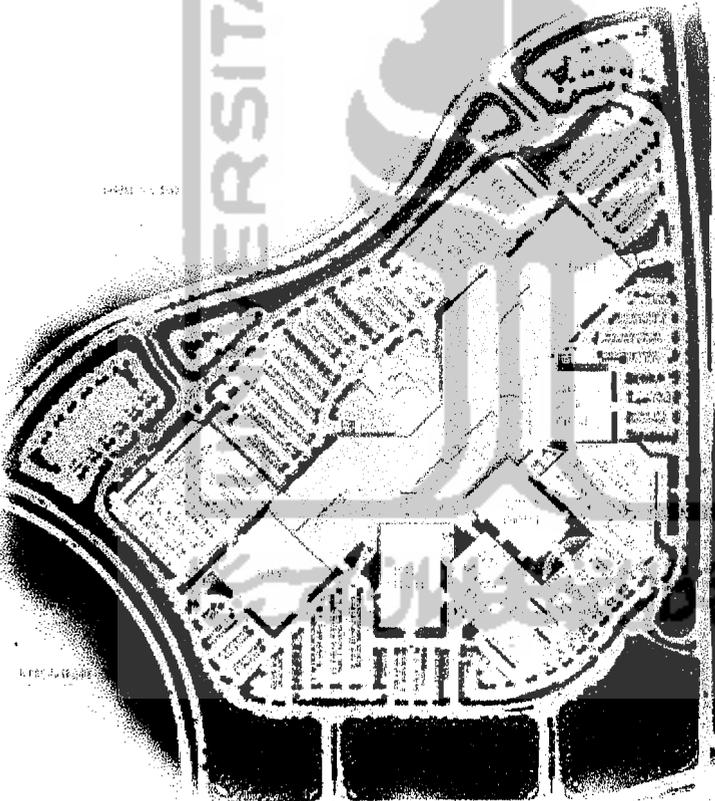
¹² Zahnd, Markus, Perancangan Kota Secara Terpadu, Kanisius, Yogyakarta, 1999.

menyebabkan besaran ruang yang disewakan seakan tidak cukup. Ruang gerak pengunjung “disunat” untuk display barang yang diperdagangkan.

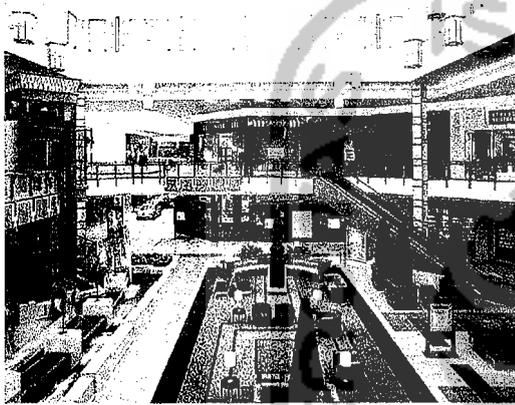


Foto: layout retail yang tidak optimum

- **Shops di Willow Bends, Amerika Serikat.**



Gambar: situasi Shops di Willow Bends (sumber: www.jprra-architects.com)



Gambar: interior dan eksterior Shops di Willow Bends (sumber: www.ipra-architects.com)

Pusat perbelanjaan ini terletak pada site dengan luasan yang maksimal. Dengan luasan yang sedemikian, fasilitas komersial ini dapat memuat retail-retail dengan luasan yang maksimum pula. Ruang-ruang publik yang tidak *leasable* pun dibuat dengan luasan yang maksimal. Dengan dua lantai saja fasilitas komersial ini sudah dapat memuat banyak retail. Pada umumnya fasilitas komersial sejenis ini memang dibangun pada lahan dengan luasan yang maksimal sesuai dengan tuntutan skala pelayanannya.

5.2. Cara Pendekatan

5.2.1. Pengumpulan Data

- Mengamati keadaan eksisting yang ada di lapangan (bekas Hero Supermarket dan Bioskop Regent) yang meliputi pengamatan pada posisi site terhadap lingkungannya, bentuk dan besaran site, serta sarana dan prasarana yang ada.
- Melakukan wawancara dengan pihak management Mal Malioboro di Jogjakarta menyangkut data mengenai jumlah pengunjung, dan pegawai pengelola.
- Mendapatkan data-data sekunder/pendukung melalui pihak-pihak terkait, yaitu:
 - a) Dari Pemerintah Propinsi DIY, antara lain:
 - ✓ Data pertumbuhan penduduk Propinsi DIY tahun 1980-2000
 - ✓ Data jumlah penduduk per kabupaten di DIY tahun 1980-2000
 - b) Dari Pemerintah Kota Jogjakarta, antara lain:
 - ✓ Data pertumbuhan penduduk Kota Jogjakarta tahun 1980-2000
 - ✓ Data jumlah penduduk per kecamatan di Jogjakarta tahun 1980-2000
 - ✓ Data pertumbuhan ekonomi Kota Jogjakarta tahun 1993-2000
 - ✓ Data jaringan infrastruktur Kota Jogjakarta
 - ✓ Rencana Umum Tata Ruang Kota Jogjakarta tahun 1994-2004
- Melakukan studi literatur yang berkaitan dengan standar dan kebutuhan ruang yang menyangkut fasilitas perdagangan dan rekreasi serta pengamatan terhadap fasilitas komersial yang ada secara fisik di Jogjakarta dan non fisik melalui web site.

5.2.2. Transformasi Desain dan Sketsa gagasan

- Melakukan penganalisaan data yang berkaitan dengan fasilitas komersial dimulai dengan tata ruang yang efektif, besaran ruang yang optimum, area parkir yang optimum, sirkulasi manusia yang efektif, kemudian menyimpulkan dengan asumsi penggunaan Fasilitas Komersial untuk 10 tahun mendatang.

- Melakukan transformasi desain dengan melihat dari analisis data, studi kasus dan asumsi-asumsi yang hasilnya berupa sketsa-sketsa gagasan.

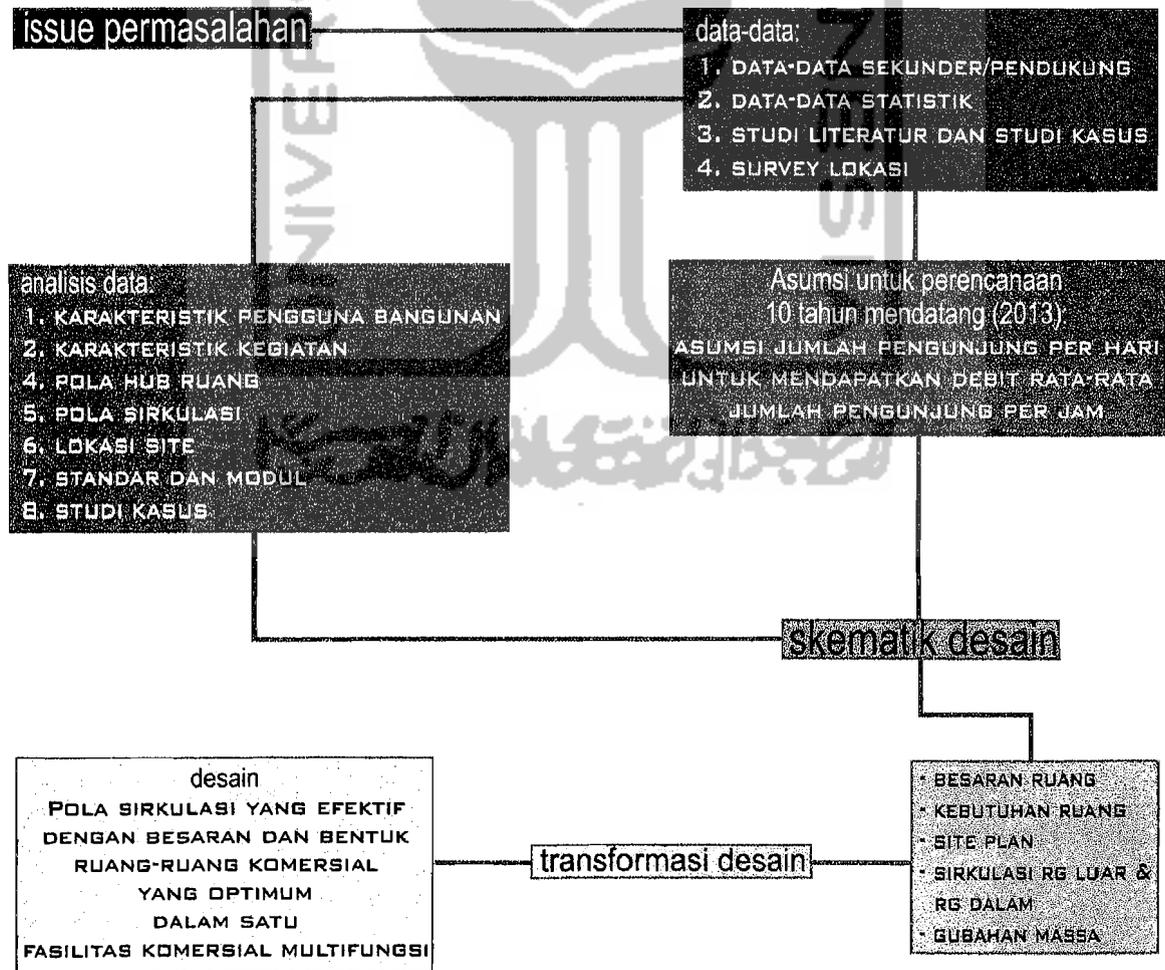
5.2.3. Usulan Desain

Usulan desain ini dapat berupa gambar rancangan yang antara lain adalah:

- Site plan
- Denah
- Tampak
- Potongan
- Perspektif ruang luar dan ruang dalam
- Detail-detail

Adapun gambar-gambar rancangan ini didesain berdasarkan penekanan pada perancangan ruang luar dan ruang dalam melalui pendekatan optimasi pemanfaatan ruang-ruang fungsional.

5.3. Skenario Kajian Aspek Permasalahan



6. Kesimpulan

Dari isi proposal ini maka dapat diambil kesimpulan untuk langkah-langkah proses desain selanjutnya. Adapun kesimpulan tersebut terbagi beberapa aspek, antara lain:

A. Aspek fungsi

Fasilitas Komersial ini merupakan suatu sarana yang menampung kegiatan-kegiatan komersial yang berupa kegiatan perdagangan dan pelayanan jasa dimana pemanfaatan ruang-ruang komersialnya dioptimalkan.

Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan di dalam aspek fungsi pada perencanaan desain Fasilitas Komersial ini adalah:

1. Lokasi site

Site/tapak terletak di kecamatan Gondokusuman Kodya Jogjakarta yang merupakan bekas lahan dari Hero Supermarket dan Bioskop Regent yang telah lama terbakar memiliki potensi untuk dibangun sebuah Fasilitas Komersial karena letaknya yang strategis dan ketersediaan infrastruktur di dalamnya (*lihat potensi site*).

2. Penzoningan

▪ Ruang luar

Pada site dibagi atas tiga zona:

- a) Zona pejalan kaki (*public*)
- b) Zona Fasilitas Komersial (*semi-public*)

▪ Ruang dalam

Dibagi atas tiga:

- a) Zona komersial (*public*), yaitu zona yang 'dijual' (*rentable area*).
- b) Zona service (*semi-private*), seperti *lavatory*, mushalla, ruang ATM, parkir basement dan sarana transportasi bangunan.
- c) Zona pengelola dan pemeliharaan bangunan (*private*), seperti ruang-ruang pengelola, ruang-ruang utilitas bangunan selain sarana sirkulasi vertikal bangunan.

3. Arah orientasi bangunan

Arah orientasi bangunan ke pangkal Jalan Urip Sumoharjo, karena potensi view yang baik.

4. Sirkulasi

▪ Sirkulasi ruang luar

- a) Akses untuk kendaraan yang masuk dan keluar site dibuat jauh dari persimpangan jalan umum (Jl.Urip Sumoharjo & Jl.Tribrata).
- b) Pembedaan jalur sirkulasi kendaraan yang masuk dan keluar site.
- c) Parkir khusus untuk kendaraan pemasok yang diletakkan dekat dengan lift barang.
- d) Trotoar merupakan akses langsung ke site bagi pejalan kaki.
- e) Entrance bangunan harus dapat terlihat dengan jelas dan dapat diakses langsung dari *public open space*.

▪ Sirkulasi ruang dalam

- a) Menghindari sirkulasi pengunjung yang panjang dan monoton.
- b) Menghindari *dead-end* pada jalur sirkulasi pengunjung.
- c) Akses yang jelas dan terarah menuju ke ruang-ruang komersial.

5. Tata Ruang

▪ Tata ruang luar

Penataan ruang luar sebagai pencapaian ke bangunan bagi pejalan kaki dan sebagai ruang publik.

▪ Tata ruang dalam

- a) Besaran, bentuk, dan *layout* ruang-ruang komersial sesuai dengan modul (*lihat gambar 1.1-2.4*).
- b) Pengelompokan retail-retail yang mempermudah dalam pengarahannya sirkulasi pengunjung.
- c) Peletakan dan sistem sarana sirkulasi vertikal bangunan yang mendukung pengarahannya sirkulasi pengunjung.

B. Aspek Estetis

a) Bentuk Bangunan

Bentuk bangunan merupakan komposisi dari bentuk dasar dan tidak terlepas dari konteks lingkungannya.

b) Penampakan Bangunan

Penampakan selubung bangunan (*building envelope*) yang optimum dari arah jalan umum.

c) Tata massa

Massa bangunan Fasilitas Komersial ini adalah massa tunggal.

C. Aspek Teknis

1. Sistem struktur

Secara garis besar bangunan menggunakan sistem struktur rangka kaku (*rigid frame*) untuk mempermudah penataan modul ruang-ruang komersialnya.

2. Sistem utilitas

a) Penghawaan

Penghawaan bangunan menggunakan system penghawaan (AC) sentral.

b) Pencahayaan

Pemanfaatan cahaya natural untuk mendukung sirkulasi dalam bangunan.

Lingkungan

Lebar badan jalan + 16 m dengan lalu-lintas satu arah pd pk. 06.00-22.00 berpotensi sebagai akses utama kendaraan ke/dari site

Trotoar dengan lebar +2,5 m dapat dijadikan sebagai akses bagi pejalan kaki untuk keluar/masuk site

Pasar Demangan

Pertokoan

Jl. Urip Sumoharjo

Kantor Jamsostek

LPP Yogyakarta

Site

Permukiman

Jalan umum dengan perkerasan aspal dapat dijadikan sebagai akses bagi kendaraan untuk masuk dan keluar site

View ke jalan raya yang padat dan kompleks pertokoan merupakan view yang berpotensi untuk dimanfaatkan terutama untuk kegiatan komersial yang bersifat kreatif

View ke arah busur lingkaran ini dioptimalkan penampakannya dari bangunan, terutama untuk fasilitas komersial rekreatif. Penampakan yang optimum dapat dilakukan dengan memperbanyak bukaan dan bidang-bidang transparan pada sisi bangunan yang memiliki potensi pemandangan ke arah busur lingkaran ini.

View dari site

View ke persimpangan jalan yang sibuk merupakan view yang berpotensi untuk dimanfaatkan terutama untuk kegiatan komersial yang bersifat kreatif

View ke bangunan LPP Yogyakarta

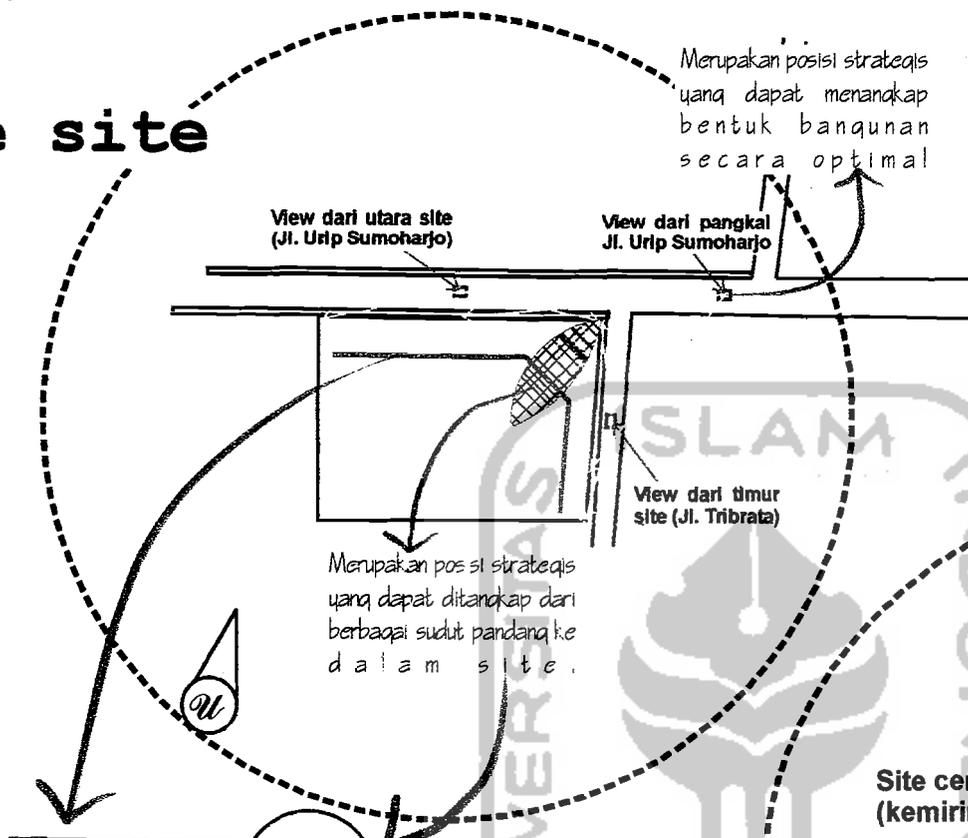
View ke bangunan kantor Jamsostek

View ke permukiman penduduk

Analisis site

SKEMATIK DESAIN

View ke site



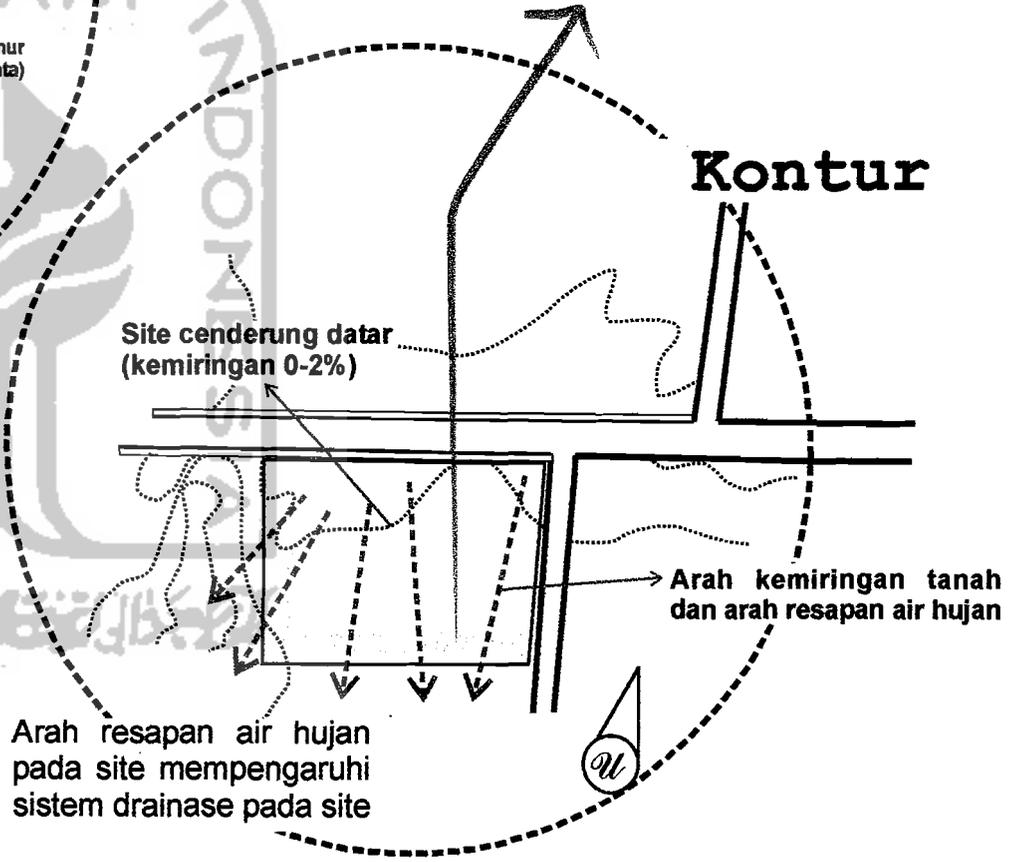
Merupakan posisi strategis yang dapat menangkap bentuk bangunan secara optimal

Merupakan posisi strategis yang dapat ditangkap dari berbagai sudut pandang ke dalam site.

Daerah ini dioptimalkan penggunaannya untuk wilayah resapan air hujan maupun air kotor yang telah diolah menjadi air bersih dengan mengarahkan pipa-pipa pengeluarannya ke daerah ini

Adalah bidang yang dioptimalkan penampakannya dari luar site. Penoptimalannya dapat dilakukan dengan membuat bidang facade bangunan yang frontal dengan jalan di depannya, karena jalan umum merupakan sarana yang praktis untuk dapat menikmati visual ke suatu bangunan.

Pada bagian ini dioptimalkan untuk menarik perhatian (point of interest), hal ini dapat dilakukan dengan membuat bentuk facade atau massa yang kontras dengan facade bangunannya sendiri dan lingkungannya.



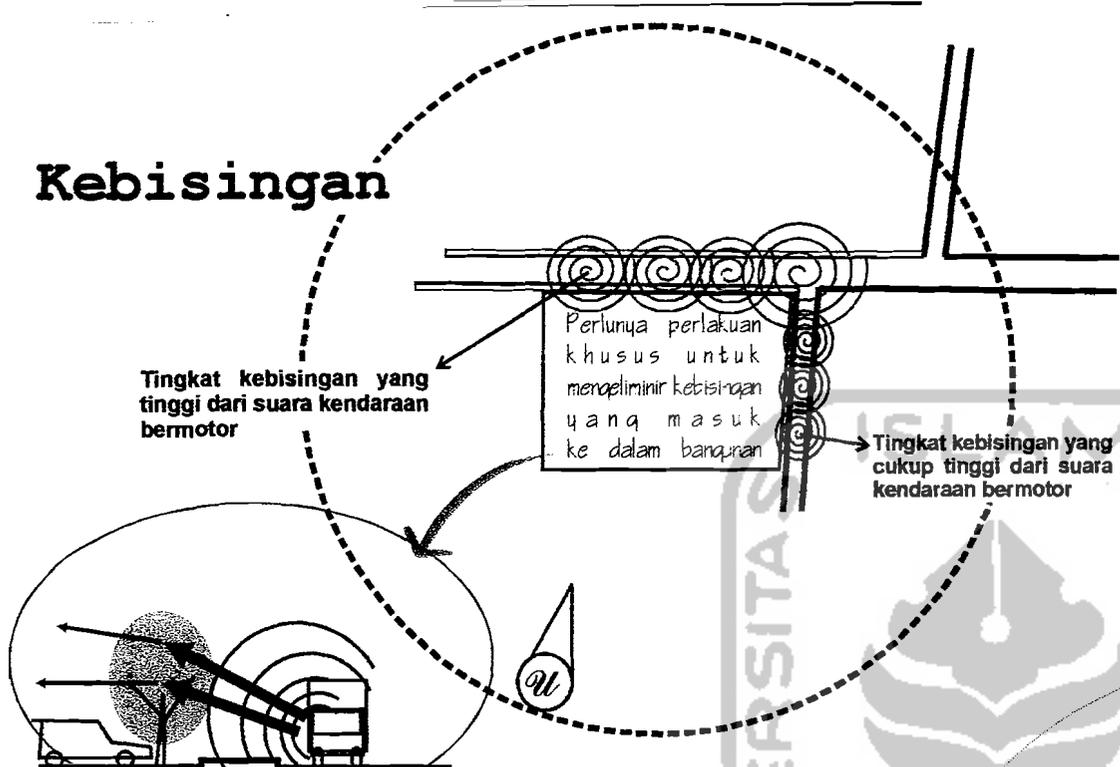
Site cenderung datar (kemiringan 0-2%)

Kontur

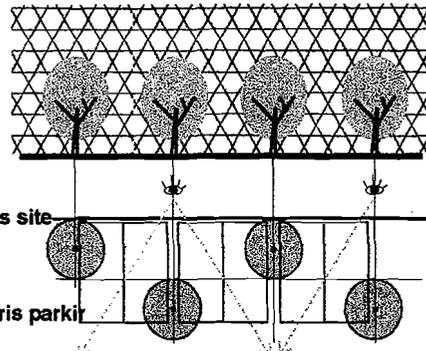
Analisis site

SKEMATIK DESAIN

Kebisingan

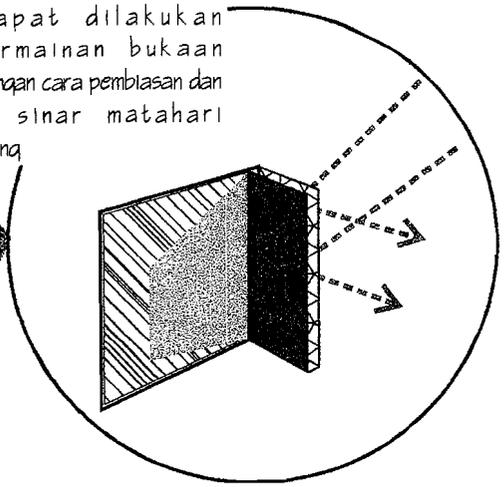


Penambahan vegetasi yang dapat difungsikan secara sebagai barrier dan pelindung. Namun vegetasi sebagai barrier tidak mengancam penampakan bangunan dari luar site. Hal ini dapat dilakukan dengan pengaturan etak vegetasi.



Pengaturan letak vegetasi dengan pola zig zag memberikan ruang untuk penampakan facade bangunan yang optimum dari luar site

Pemanfaatan sinar matahari secara optimal dengan memanfaatkan cahaya matahari dengan memperkecil efek panas yang ditimbulkannya. Hal ini dapat dilakukan dengan permainan bukaan pada facade dengan cara pembiasan dan pemantulan sinar matahari yang jatuh langsung



Pemanfaatan sinar matahari secara optimal untuk mendukung kegiatan komersial di dalam bangunan. Namun perlu perlakuan khusus pada sisi bangunan yang terkena sinar matahari langsung.

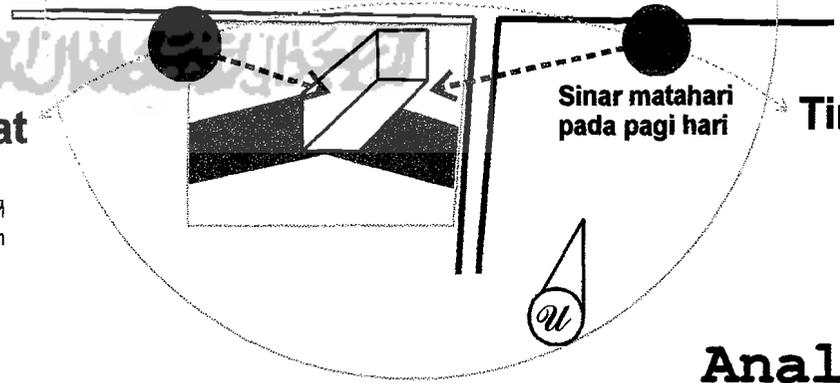
Sinar matahari

Sinar matahari pada sore hari

Barat

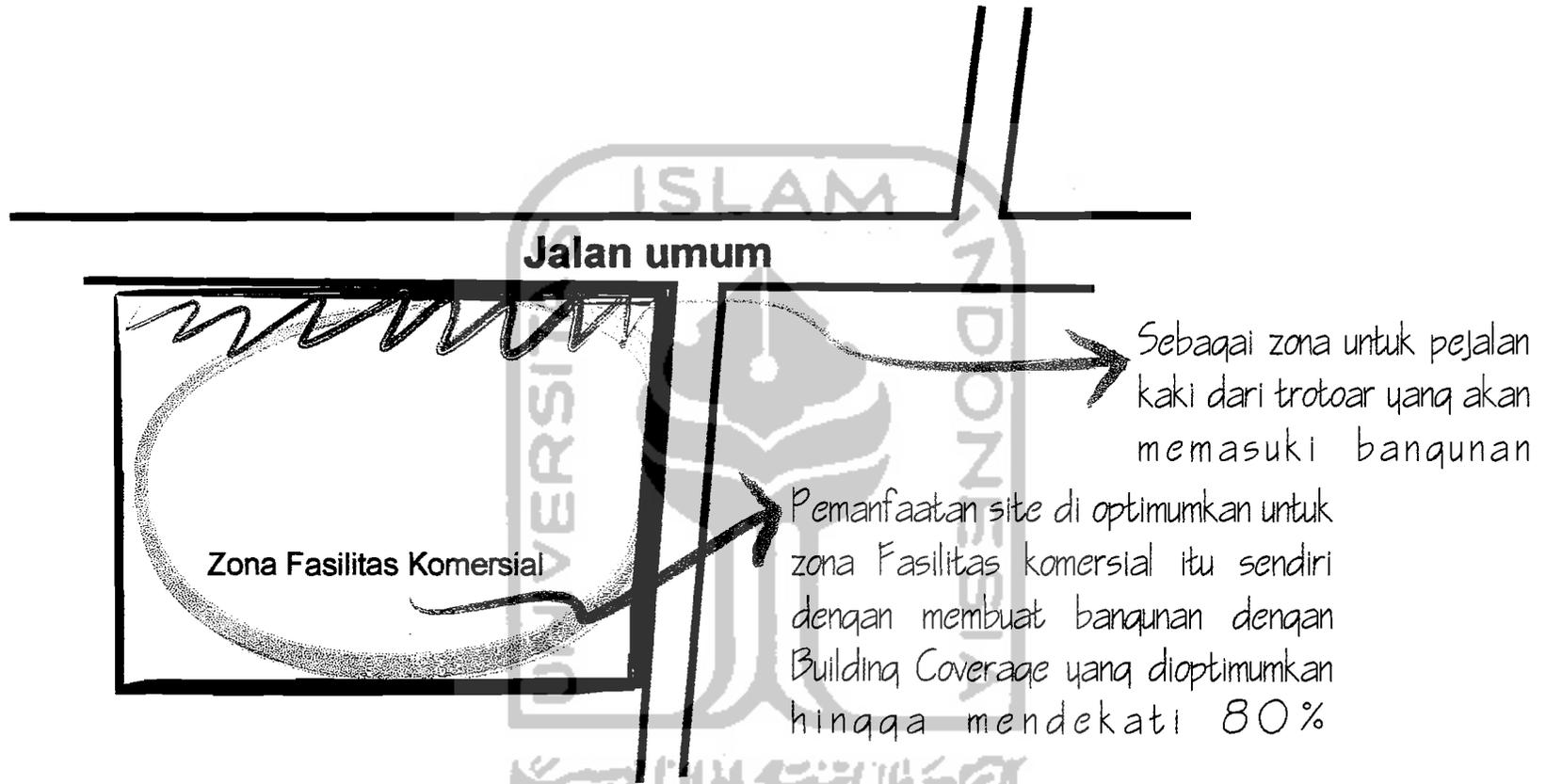
Sinar matahari pada pagi hari

Timur



Analisis site

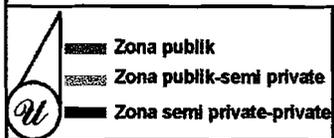
SKEMATIK DESAIN



Zona Fasilitas Komersial

Sebagai zona untuk pejalan kaki dari trotoar yang akan memasuki bangunan

Pemanfaatan site di optimumkan untuk zona Fasilitas komersial itu sendiri dengan membuat bangunan dengan Building Coverage yang dioptimumkan hingga mendekati 80%

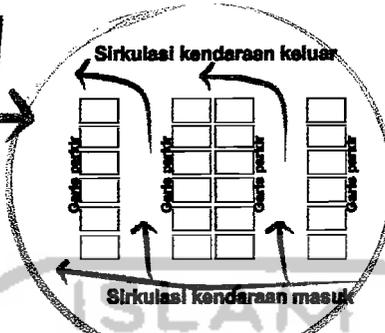
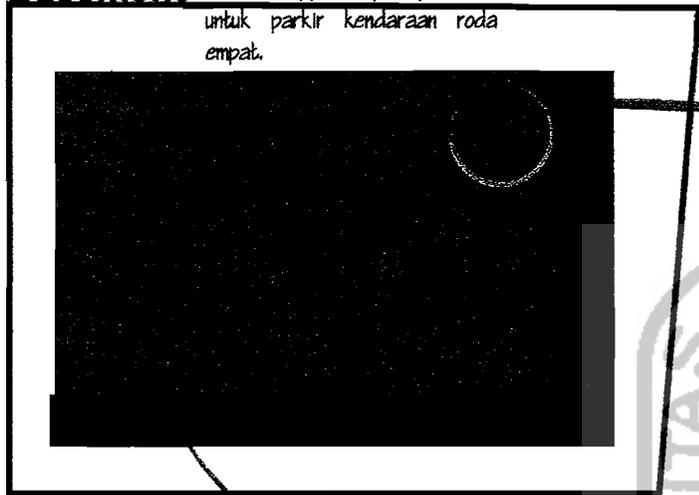


Zoning

SKEMATIK DESAIN

Basement. Luasannya di maksimalkan dalam pemanfaatan lahan. Penggunaannya dioptimalkan untuk parkir kendaraan roda empat.

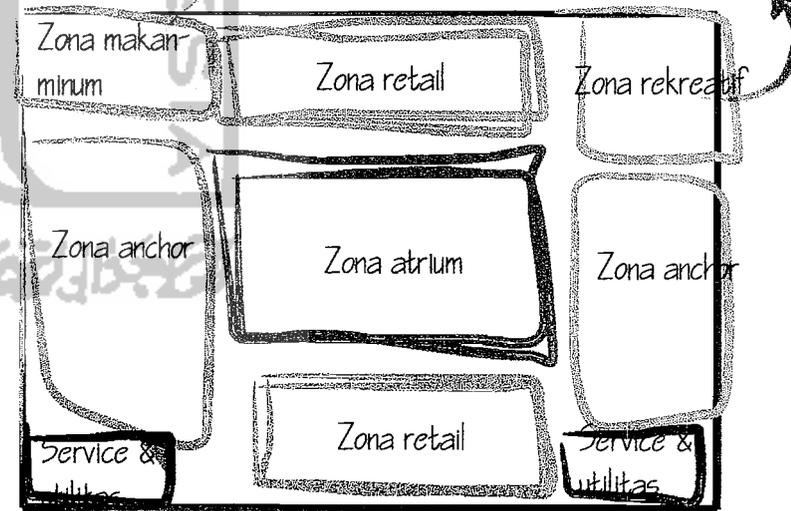
Basement



Pola parkir yang digunakan pada basement sama seperti pola parkir luar yaitu pola tegak lurus (90°) untuk mendapatkan ruang parkir yang optimum. Dengan sirkulasi kendaraan masuk berbeda dengan kendaraan yang keluar untuk menghindari crowded.

Area private seperti ruang utilitas, service dan bongkar muat diletakkan pada bagian pinggir untuk mendapatkan luasan parkir yang optimum dan mempermudah pengaturan sirkulasinya.

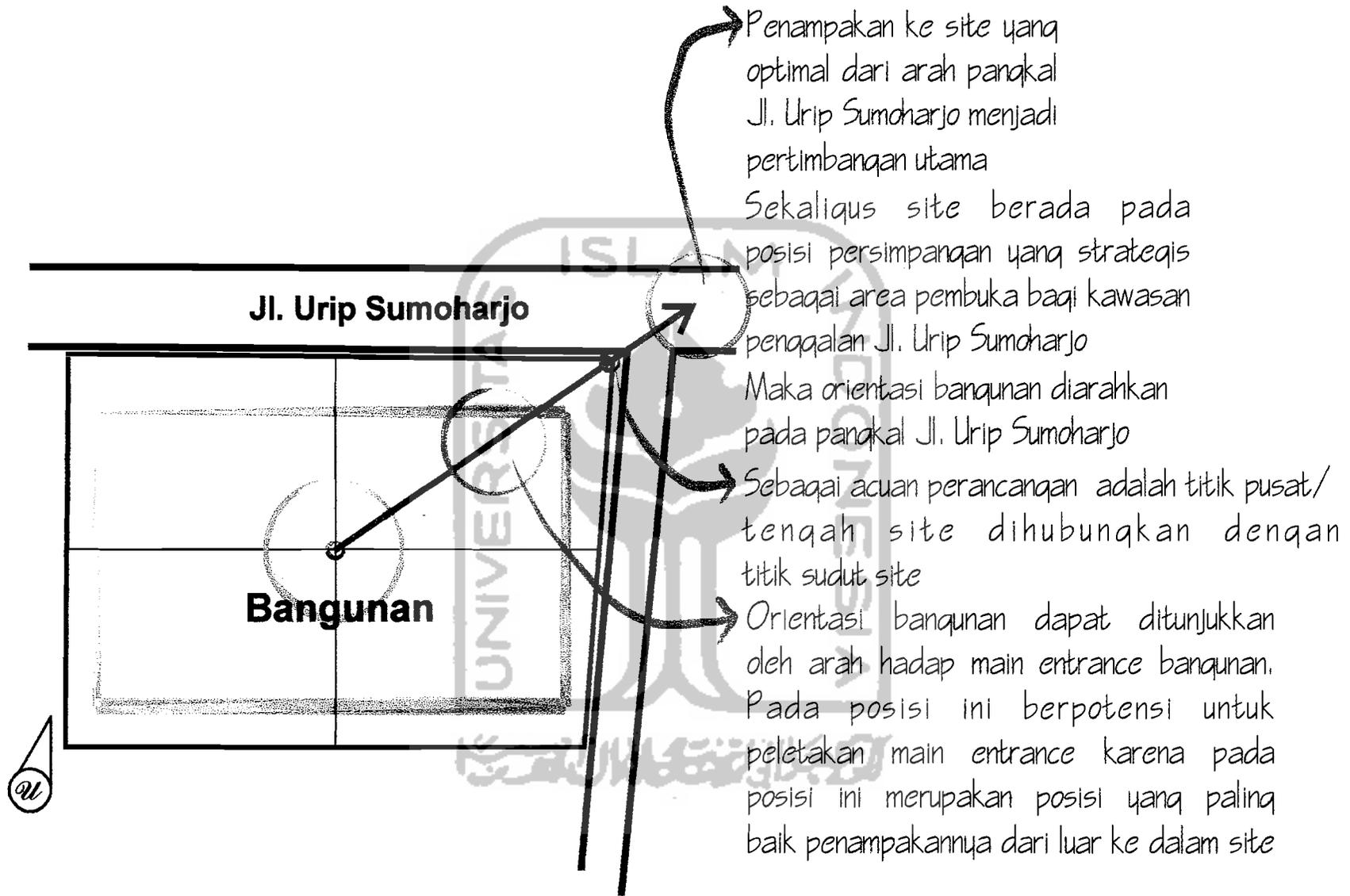
Zona rekreatif dan zona makan-minum diletakkan pada bagian utara karena memiliki potensi view yang baik dan cocok dengan kegiatannya.



Lt. Dasar - Lt. III

Zona publik
Zona publik-semi private
Zona semi private-private

Zoning



Penampakan ke site yang optimal dari arah pangkal Jl. Urip Sumoharjo menjadi pertimbangan utama

Sekaliqus site berada pada posisi persimpangan yang strategis sebagai area pembuka bagi kawasan pangkal Jl. Urip Sumoharjo

Maka orientasi bangunan diarahkan pada pangkal Jl. Urip Sumoharjo

Sebagai acuan perancangan adalah titik pusat/ tengah site dihubungkan dengan titik sudut site

Orientasi bangunan dapat ditunjukkan oleh arah hadap main entrance bangunan. Pada posisi ini berpotensi untuk peletakan main entrance karena pada posisi ini merupakan posisi yang paling baik penampakannya dari luar ke dalam site

Orientasi

SKEMATIK DESAIN

Pada prinsipnya sirkulasi kendaraan ke dan dari site diauhkan dari persimpangan jalan kota untuk menghindari kemacetan sehingga sirkulasi kendaraan dari dan ke luar site menjadi efektif

Titik masuk kendaraan dari Jl. Urip Sumoharjo menuju ke Basement

Titik keluar kendaraan dari basement menuju ke Jl. Urip Sumoharjo

Massa bangunan

Arah lalu-lintas kendaraan

Trotoar merupakan akses bagi pejalan kaki untuk masuk/keluar site

Dari luar ke site

Titik masuk sekunder untuk mengakomodasi pejalan kaki yang datang dari trotoar jalan utama (Urip Sumoharjo) yang diarahkan menuju atrium

Hall

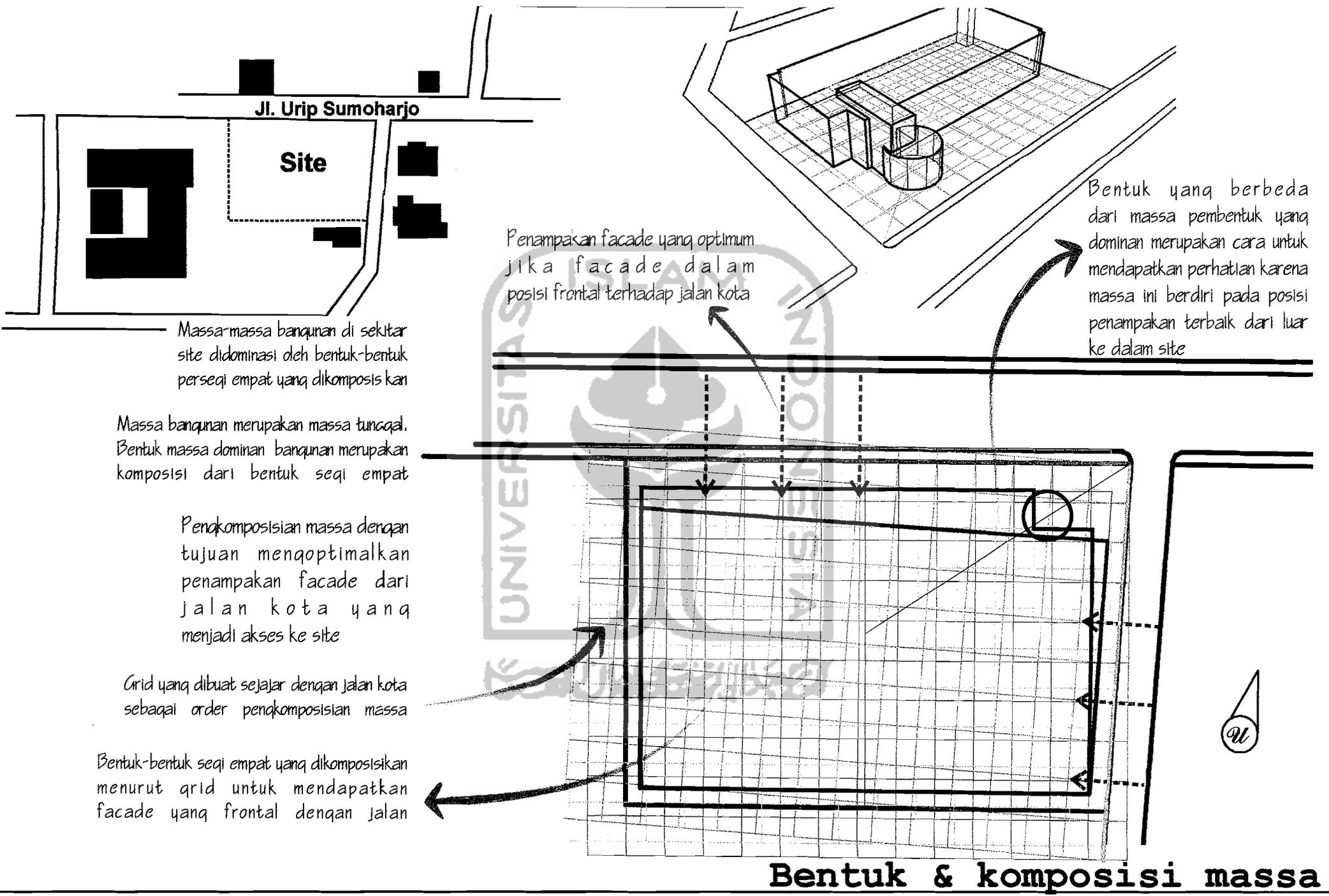
Atrium

Titik masuk utama (main entrance) bangunan pada posisi ini karena orientasi bangunan mengarah ke pangkal Jl. Urip Sumoharjo dan posisi ini merupakan posisi yang penampakannya terbaik bagi kendaraan dari Jl. Urip Sumoharjo dan dari Jl. Tribrata yang merupakan akses masuk/keluar site

Dari site ke bangunan

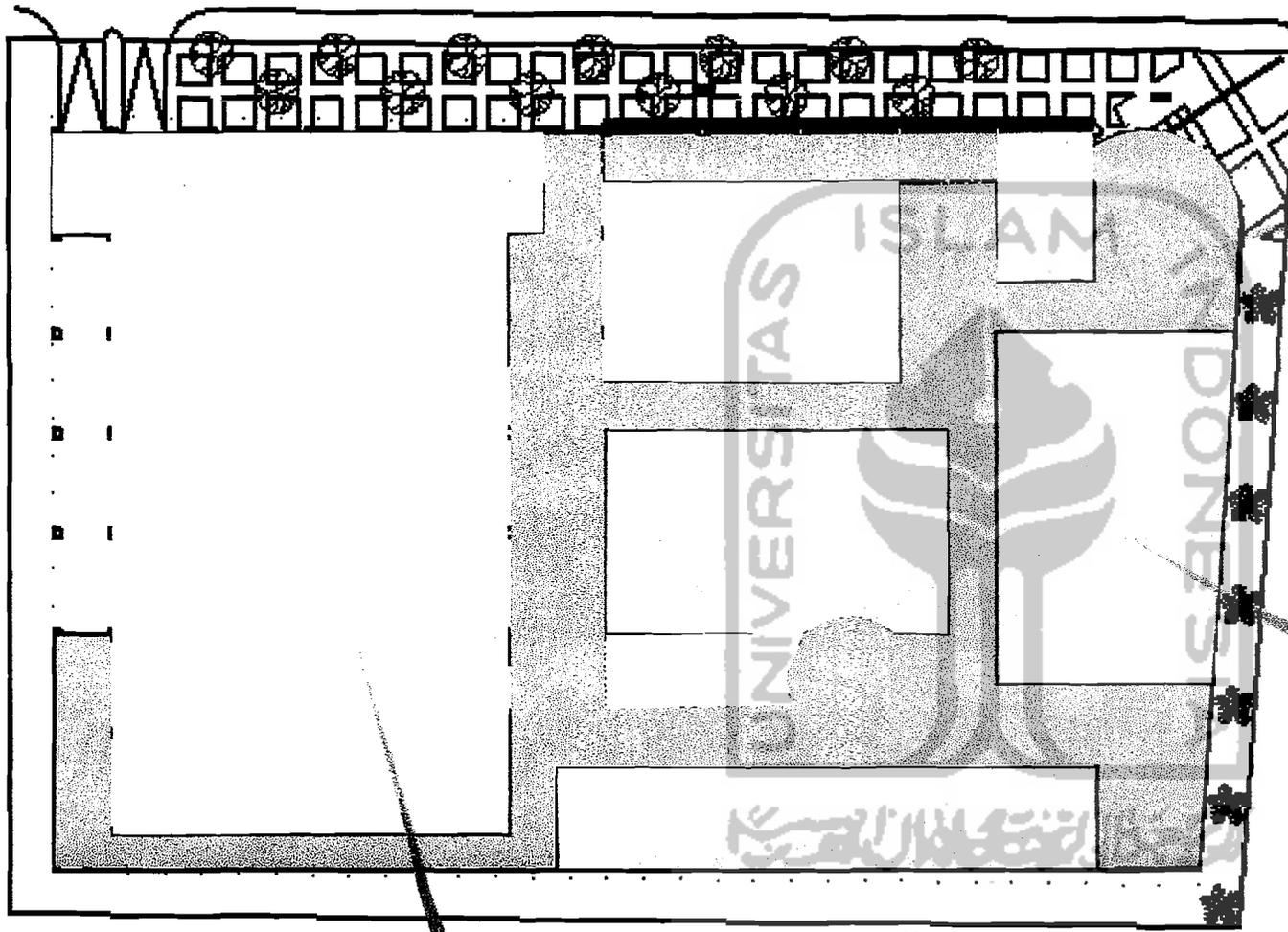
Sirkulasi, titik masuk & keluar

SKEMATIK DESAIN



Bentuk & komposisi massa

SKEMATIK DESAIN



site plan

Non rentable area.
 Luas area ini $+1711 \text{ m}^2$,
 sedangkan luas lantai dasar
 ini $+5465 \text{ m}^2$,
 maka non rentable area
 memiliki rasio $+32\%$ terhadap
 luas total lantai ini.

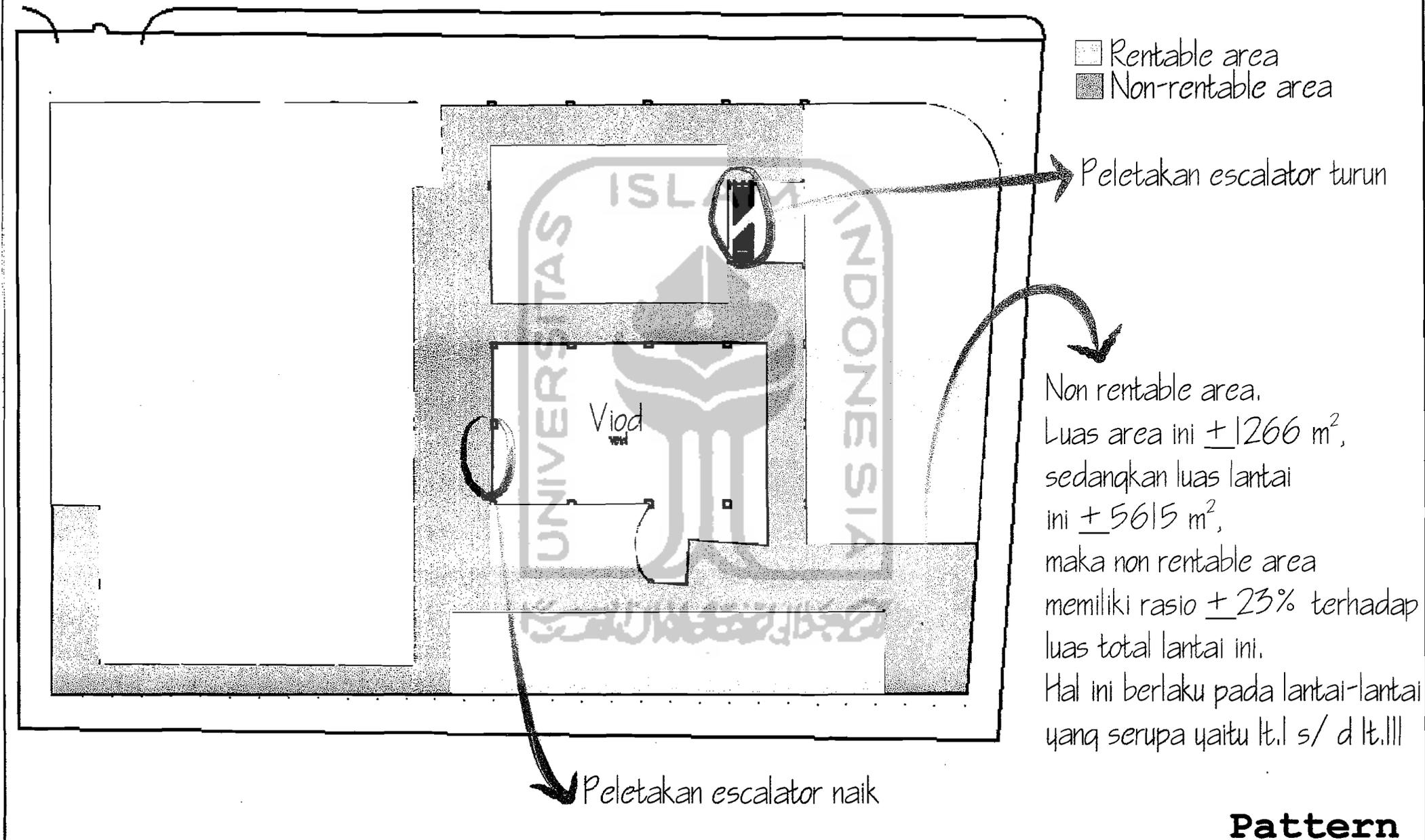
Anchor tenant

- Rentable area
- Non-rentable area

Anchor tenant

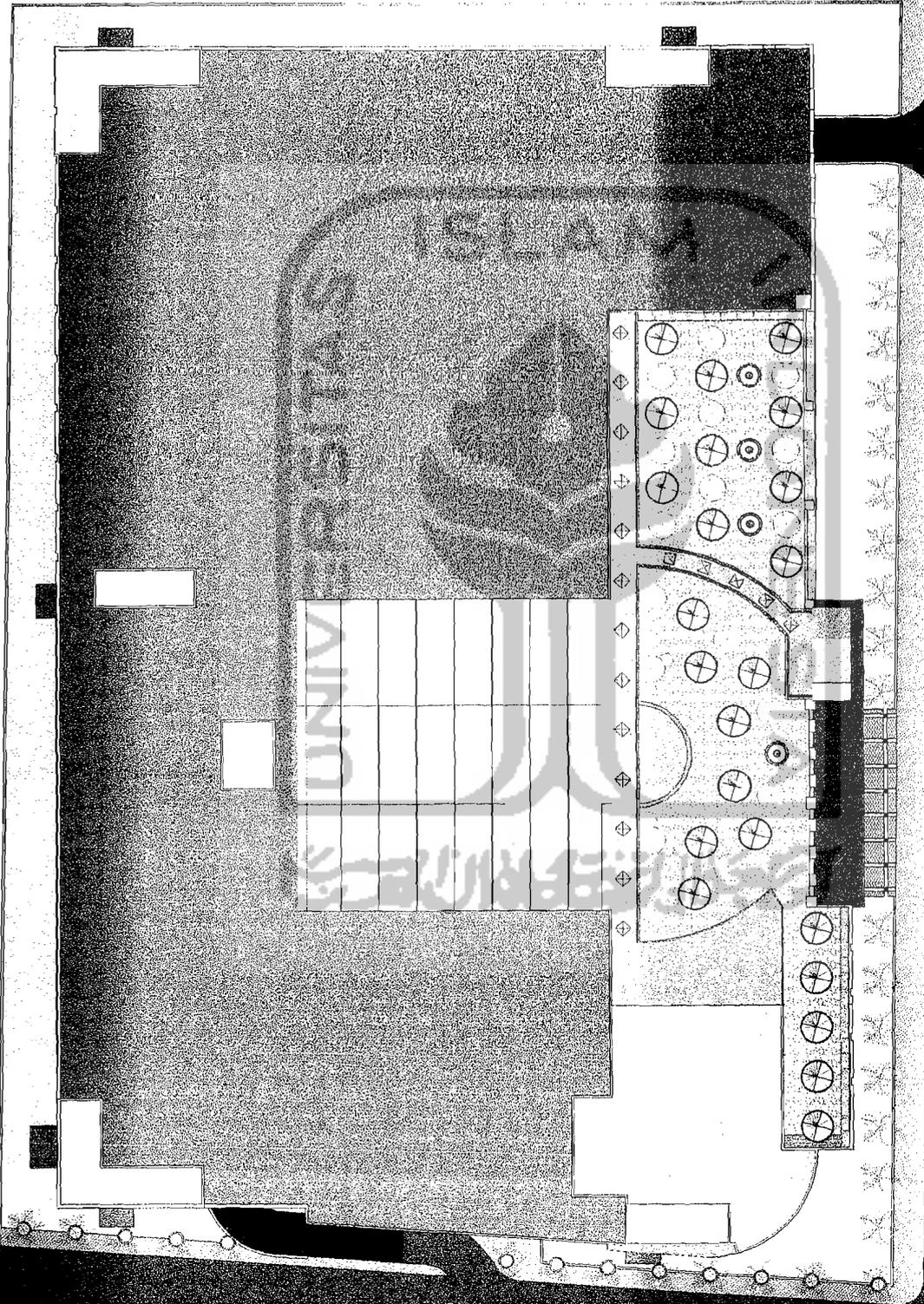
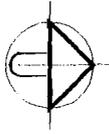
Pattern

SKEMATIK DESAIN



SKEMATIK DESAIN

situasi



denah It 01/ site plan



perubahan dari desain skematik terjadi pada orientasi bangunan yang pada awalnya mengarah ke persimpangan jl. gejayan dengan jl. solo. orientasi kini diarahkan ke utara/jl. urip sumoharjo karena lebih mudahnya untuk mengakses ke site dari arah ini, terutama untuk mereka yang naik kendaraan umum

akses kendaraan masuk ke bangunan dari jl.urip sumoharjo dan keluar ke jl. tribrata adalah untuk mensinergikan kedua jalan tersebut dan menghidupkan kembali jl.tribrata yang kini sepi

luas dasar bangunan = 5414 m² dari luas site = 7177 m², BC = 75%

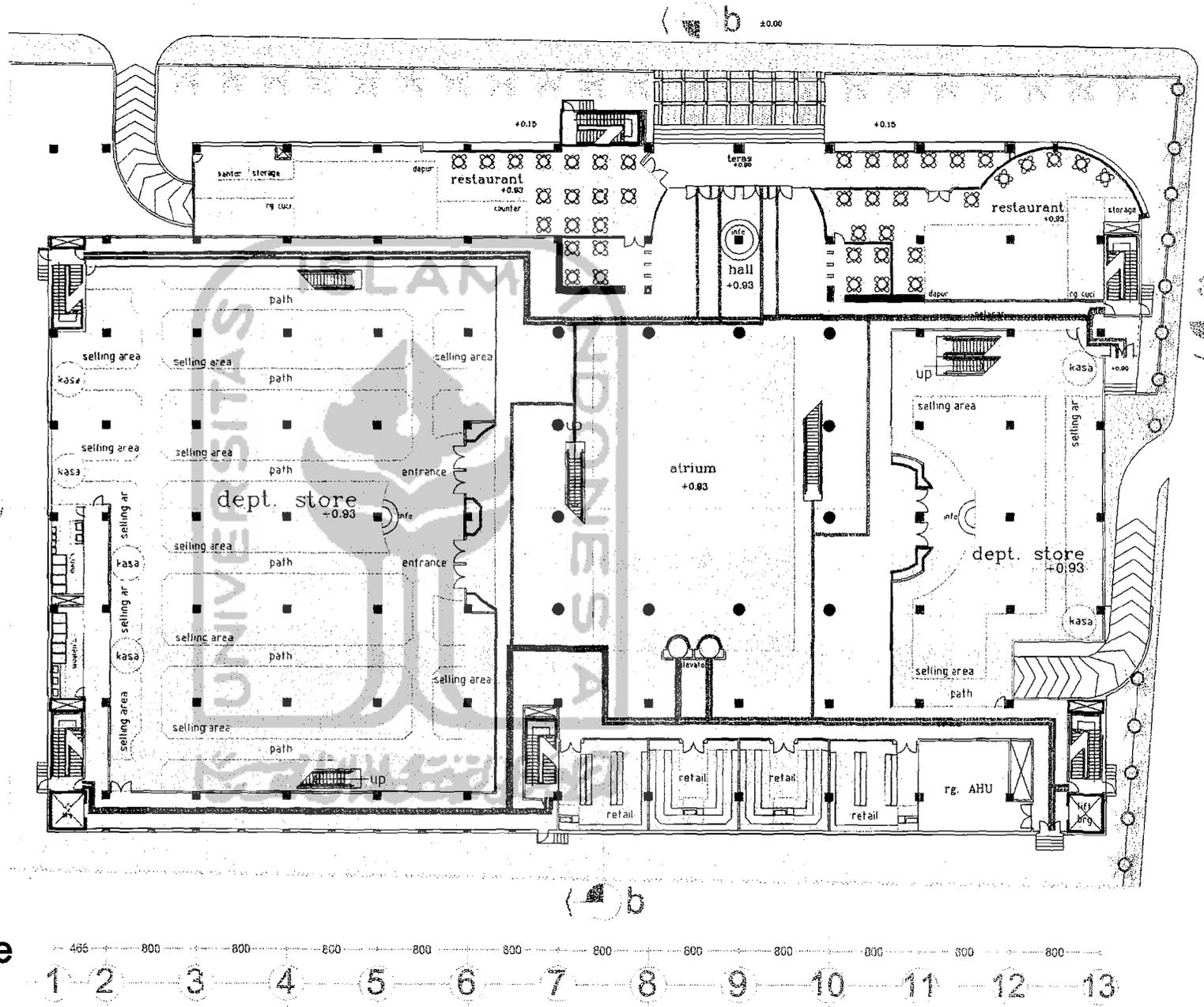
adapun perbandingan area yang rentable dengan yang non rentable pada lantai ini adalah ± 3922m² : 1492m² yaitu 72% : 28%

— pola pergerakan pengunjung datang
— pola pergerakan pengunjung pulang

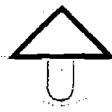
nonrentable area

nonrentable area > profitable

rentable area



denah It 02



a
b
c
d
e
f
g
h

dua anchor tenant (dept.store) yang terletak pada sisi barat dan timur sebagai magnet bagi pengunjung untuk tetap mengitari retail-retail lainnya

titik lelah pengunjung akan berada di cafe pada selasar, hingga pengunjung akan beresah sejenak di cafe. cafe memiliki potensi view yang baik ke atrium

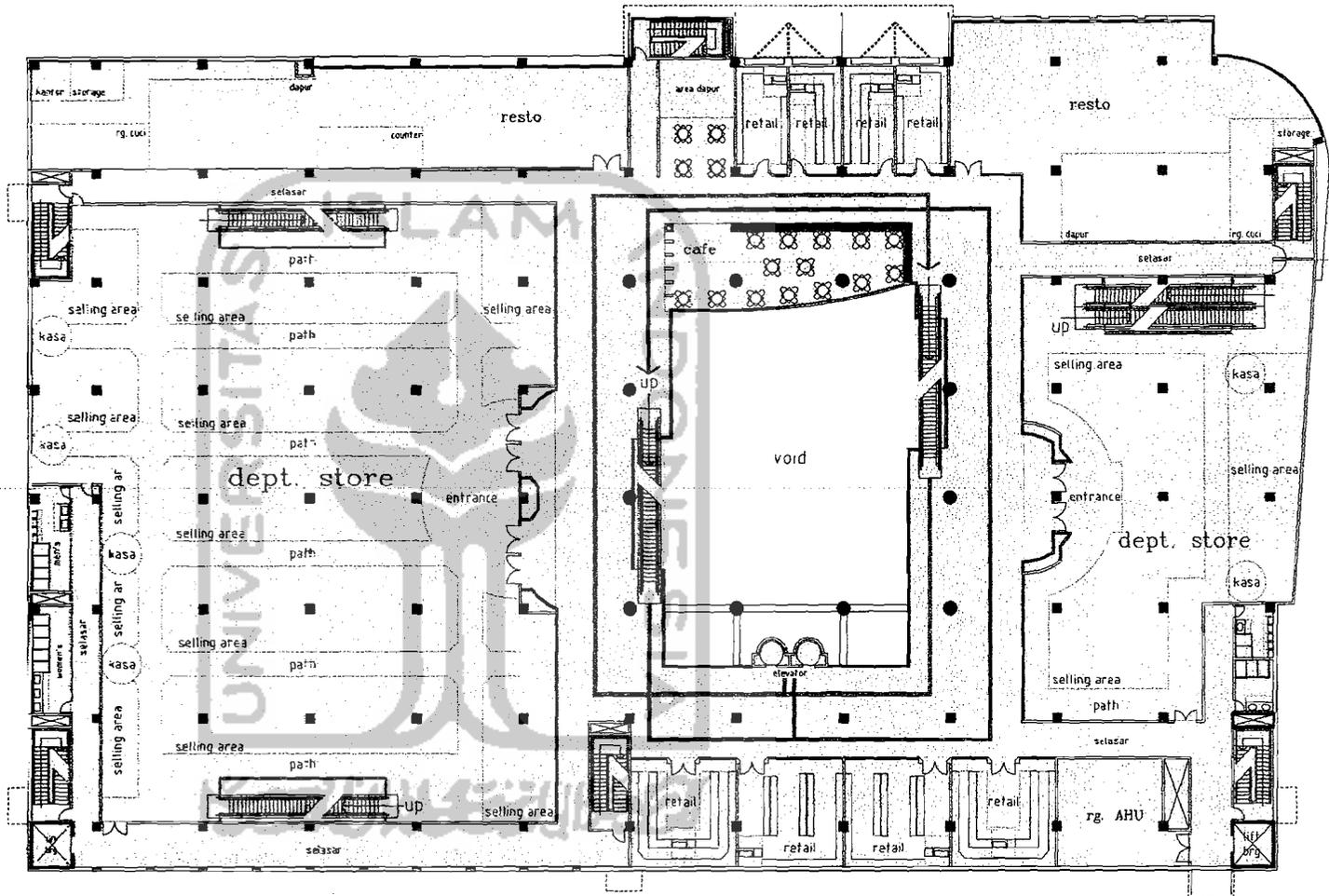
perbandingan rentable area dengan non rentable area pada lantai ini adalah 71%:29%. hal ini juga berlaku pada lantai 03 dan 04 karena tipikal yang sama

→ pola pergerakan pengunjung ke lantai atas
→ pola pergerakan pengunjung ke lantai bawah

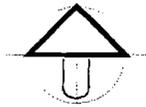
nonrentable area

nonrentable area > profitable

rentable area



denah It 04



a

800

b

800

c

800

d

800

e

800

f

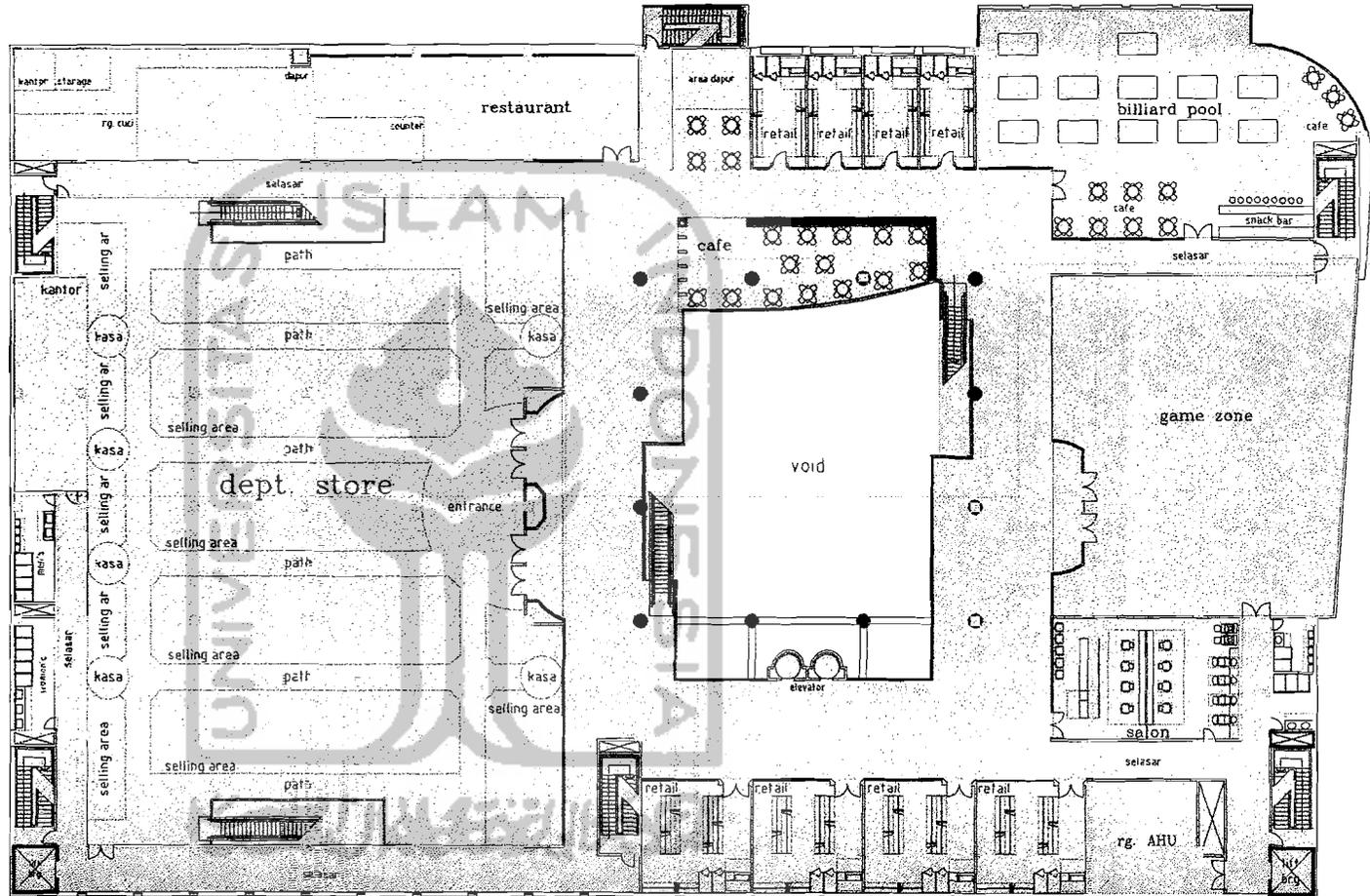
800

g

800

h

a



pada lantai ini terdapat arena billiard dan game zone juga salon di blok timur sebagai magnet, jadi, lantai ini merupakan zona amusement

nonrentable area

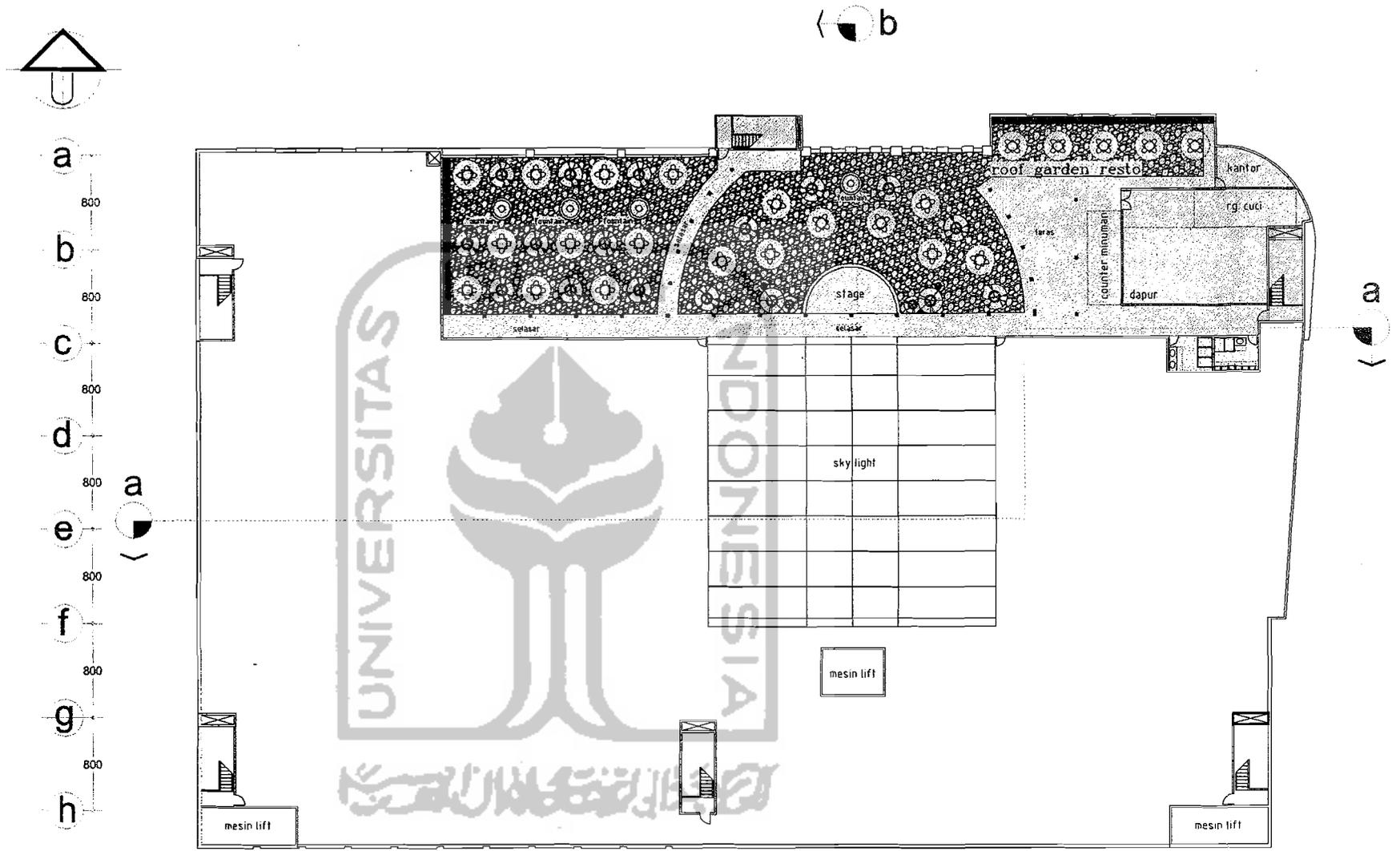
nonrentable area > profitable

rentable area



denah roof garden

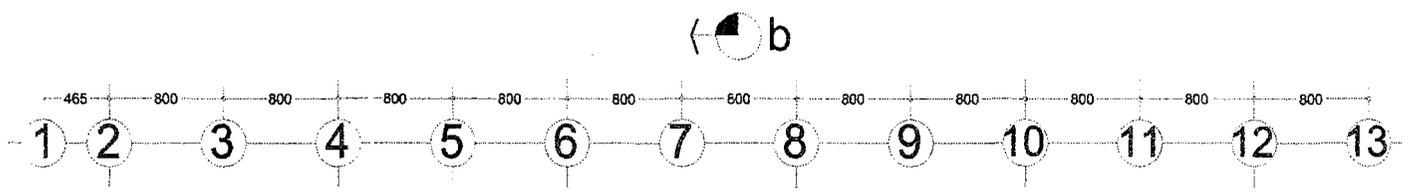
pemanfaatan atap (yang sebenarnya juga lantai tapi tak beratap) untuk disewakan sebagai resto. roof garden ini merupakan restaurant outdoor. orientasi resto pada atap ini ke arah panggung bukan ke luar seperti resto-resto pada lantai-lantai di bawahnya



nonrentable area

nonrentable area > profitable

rentable area



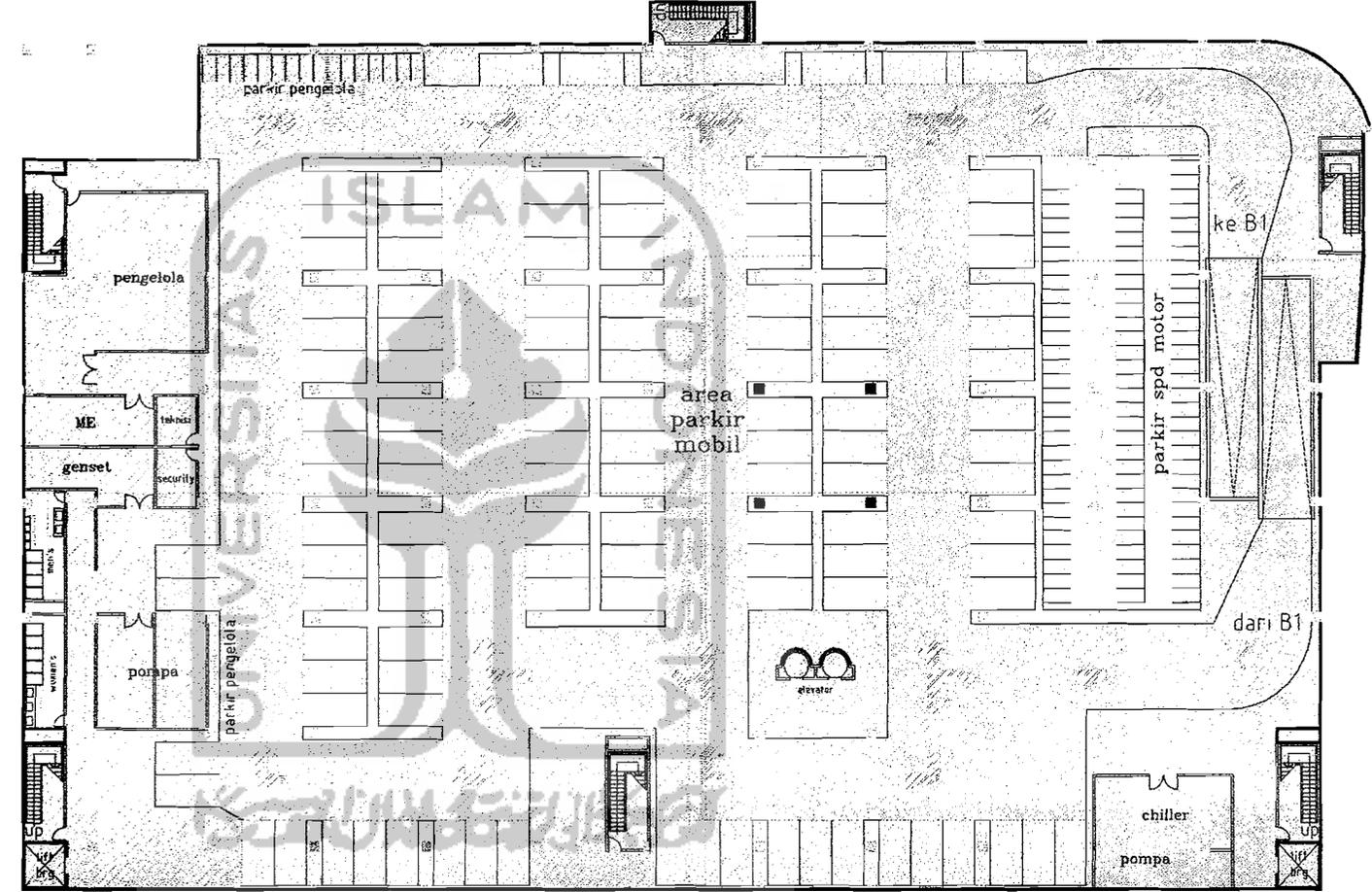
denah It B2

Jumlah mobil pengunjung yang dapat diparkir pada lantai ini adalah 115 unit dan untuk spd motor sebanyak 89 unit

lantai ini dikhususkan untuk menampung kendaraan pengunjung yang hendak parkir dan ditempatkannya utilitas bangunan serta ruang pengelola bangunan



a
800
b
800
c
800
d
800
e
800
f
800
g
800
h



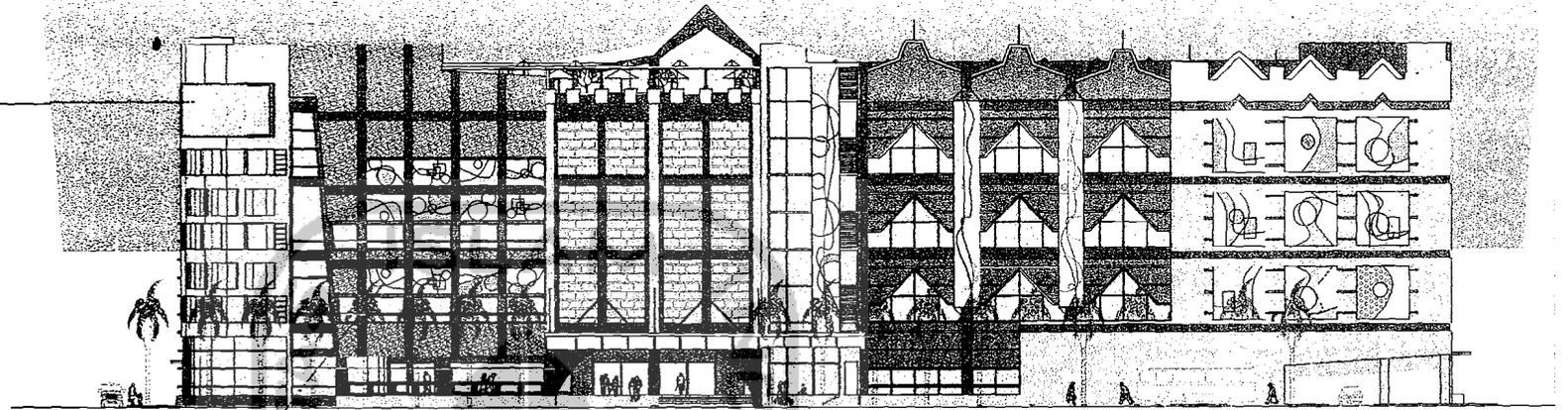
nonrentable area

nonrentable area > profitable

rentable area

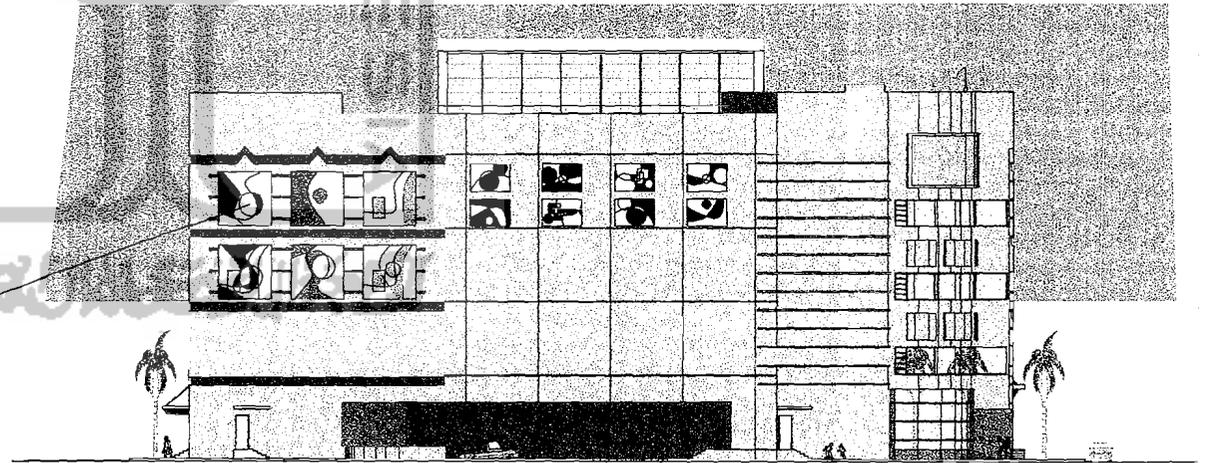


megatron



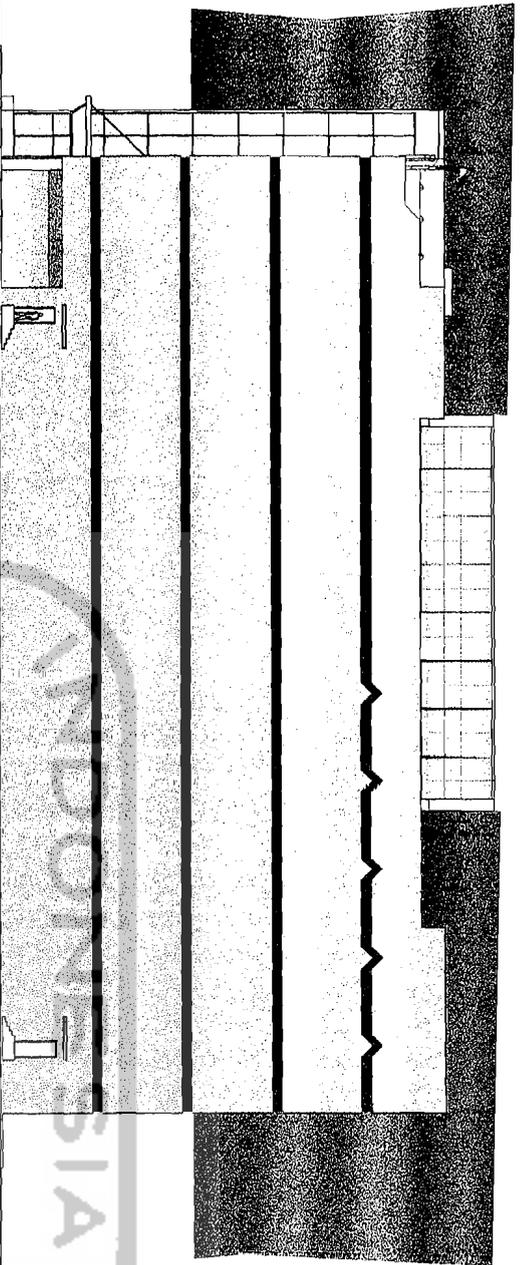
tampak utara

pada tampak-tampak ini dioptimalkan pemanfaatannya untuk iklan (pada gambar ditandai dengan warna-warni) karena posisinya yang frontal terhadap jalan umum



tampak timur





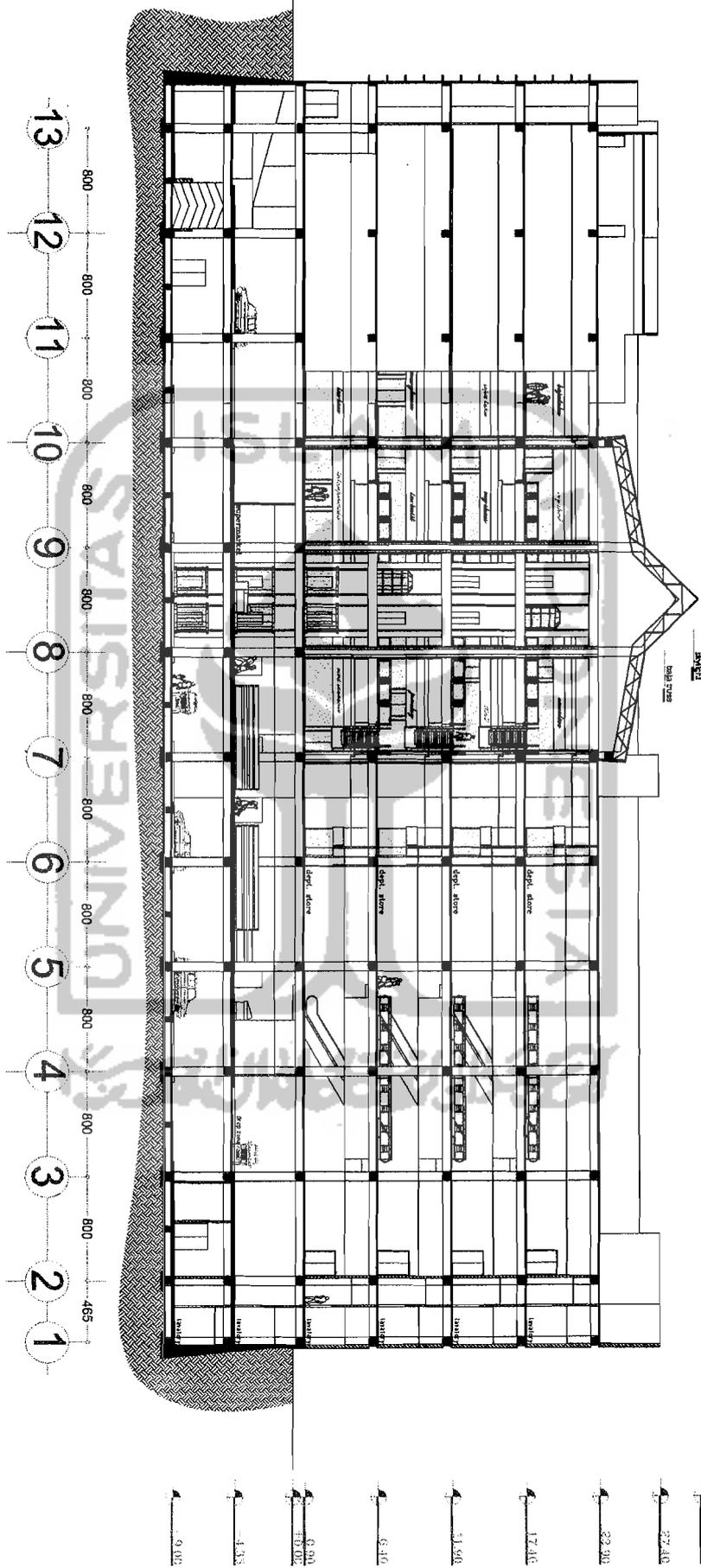
tampak barat

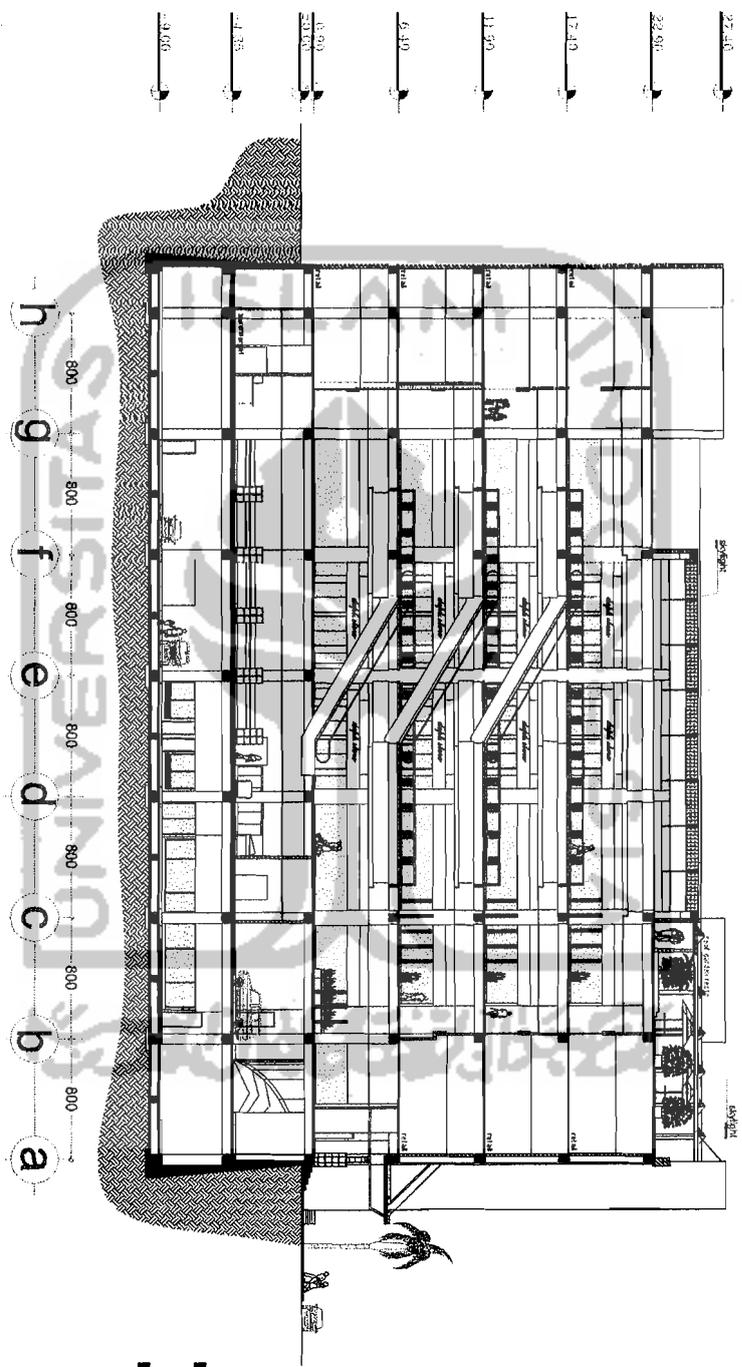
lebih masive karena tidak dibutuhkannya bukaan pada sisi ini, kegiatan di balik sisi ini berorientasi ke dalam



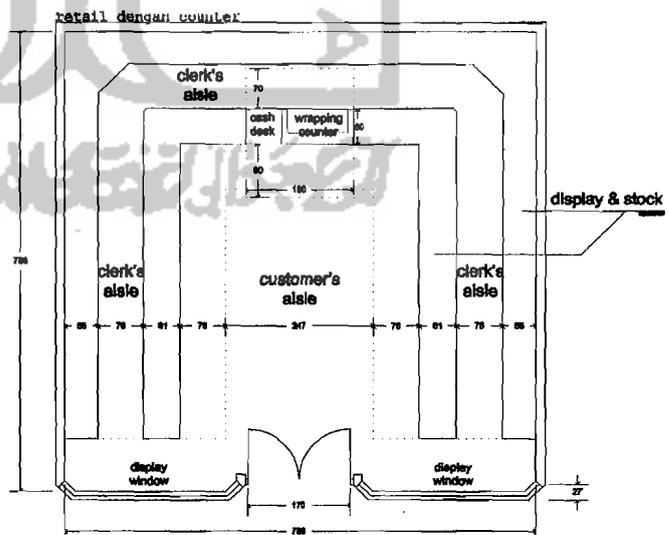
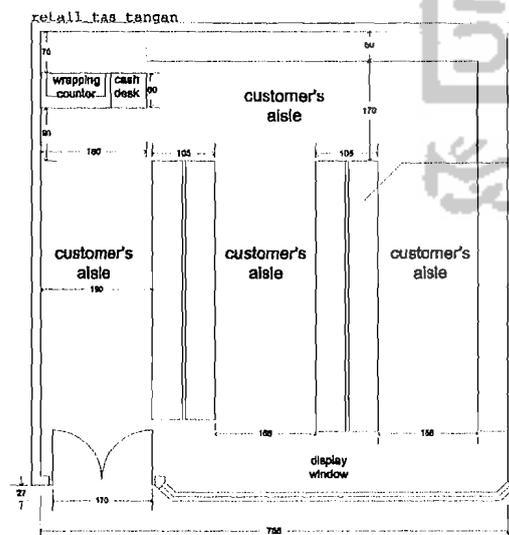
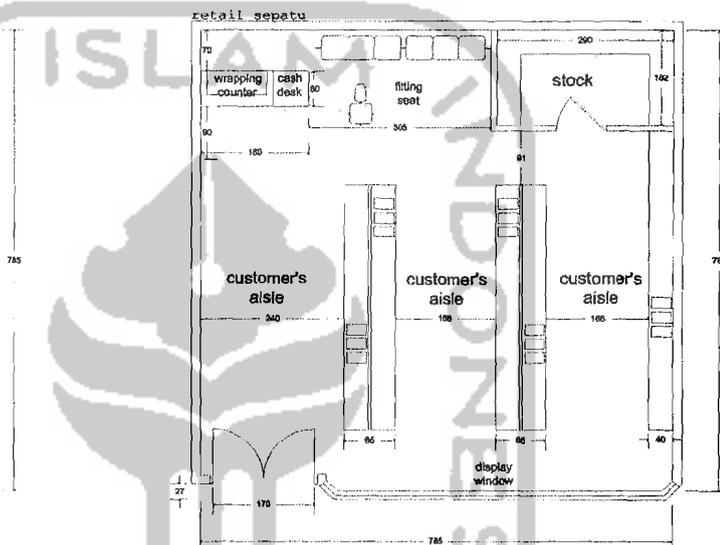
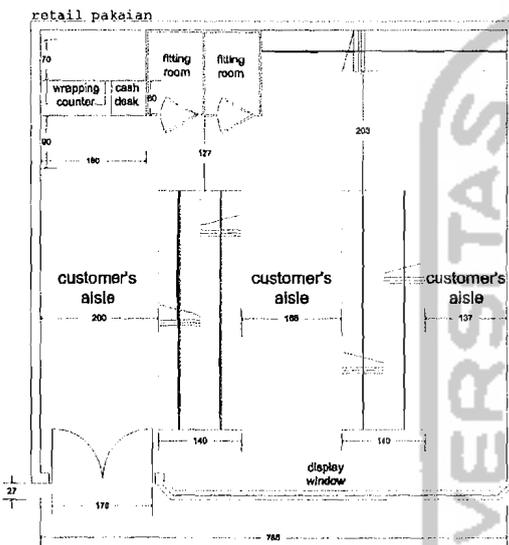
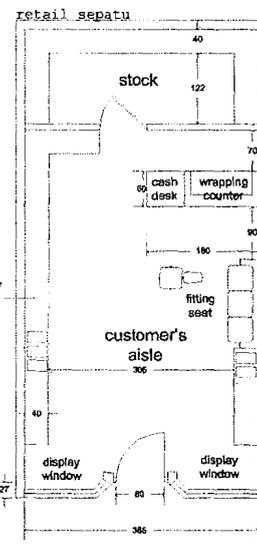
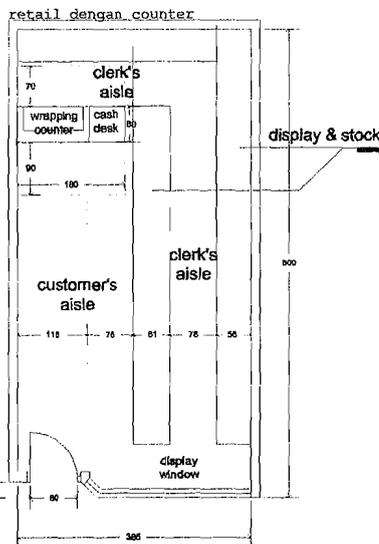
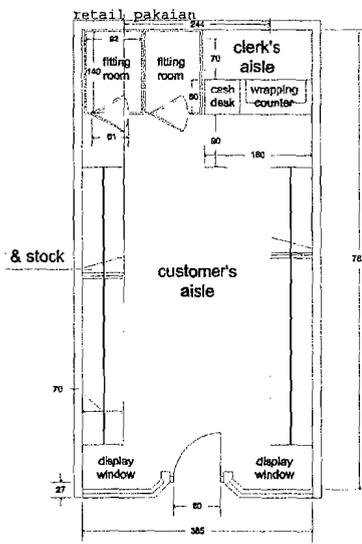
tampak selatan

potongan a-a

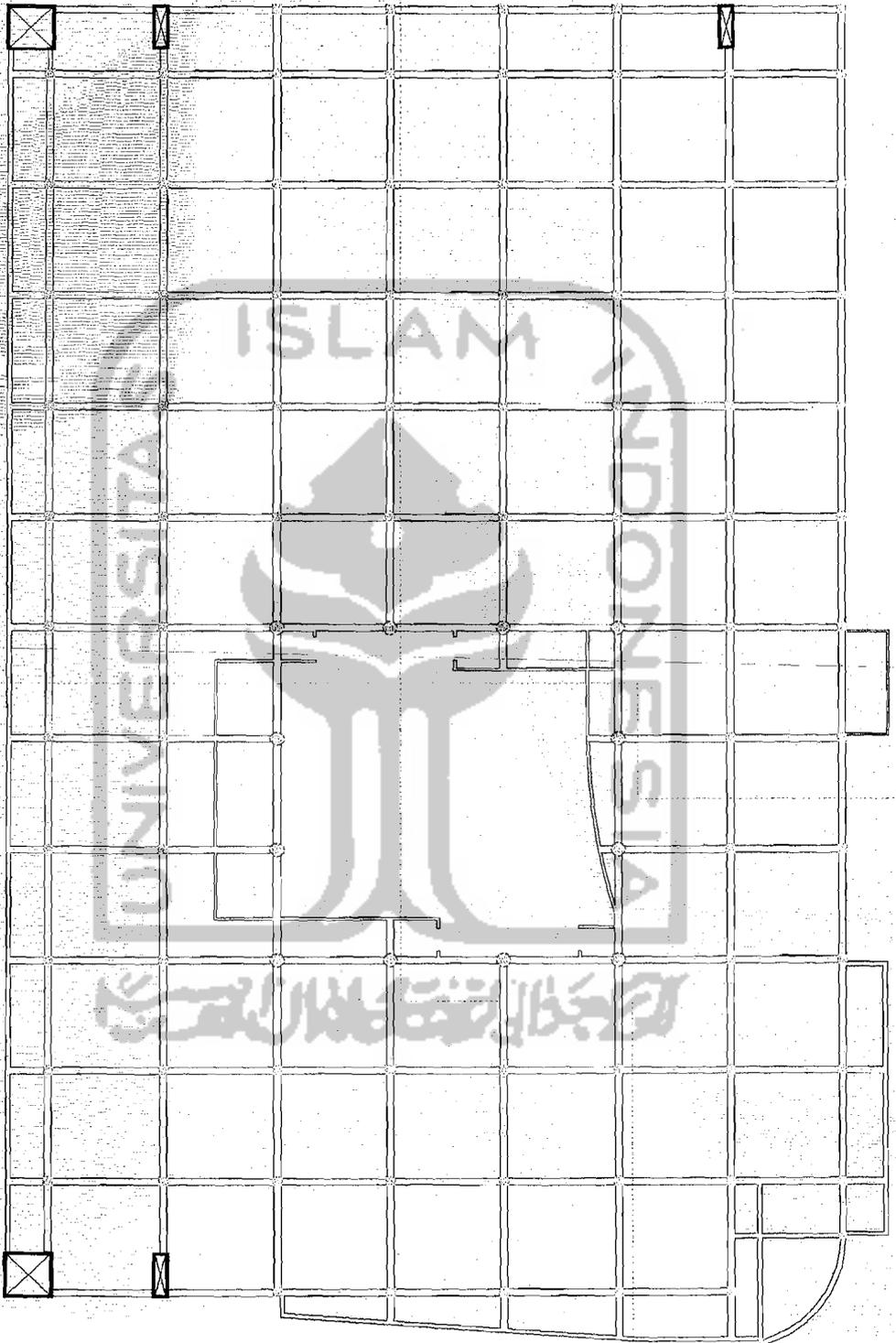
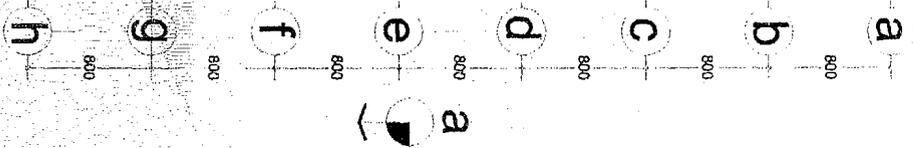
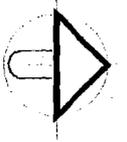




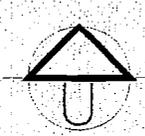
potongan b-b



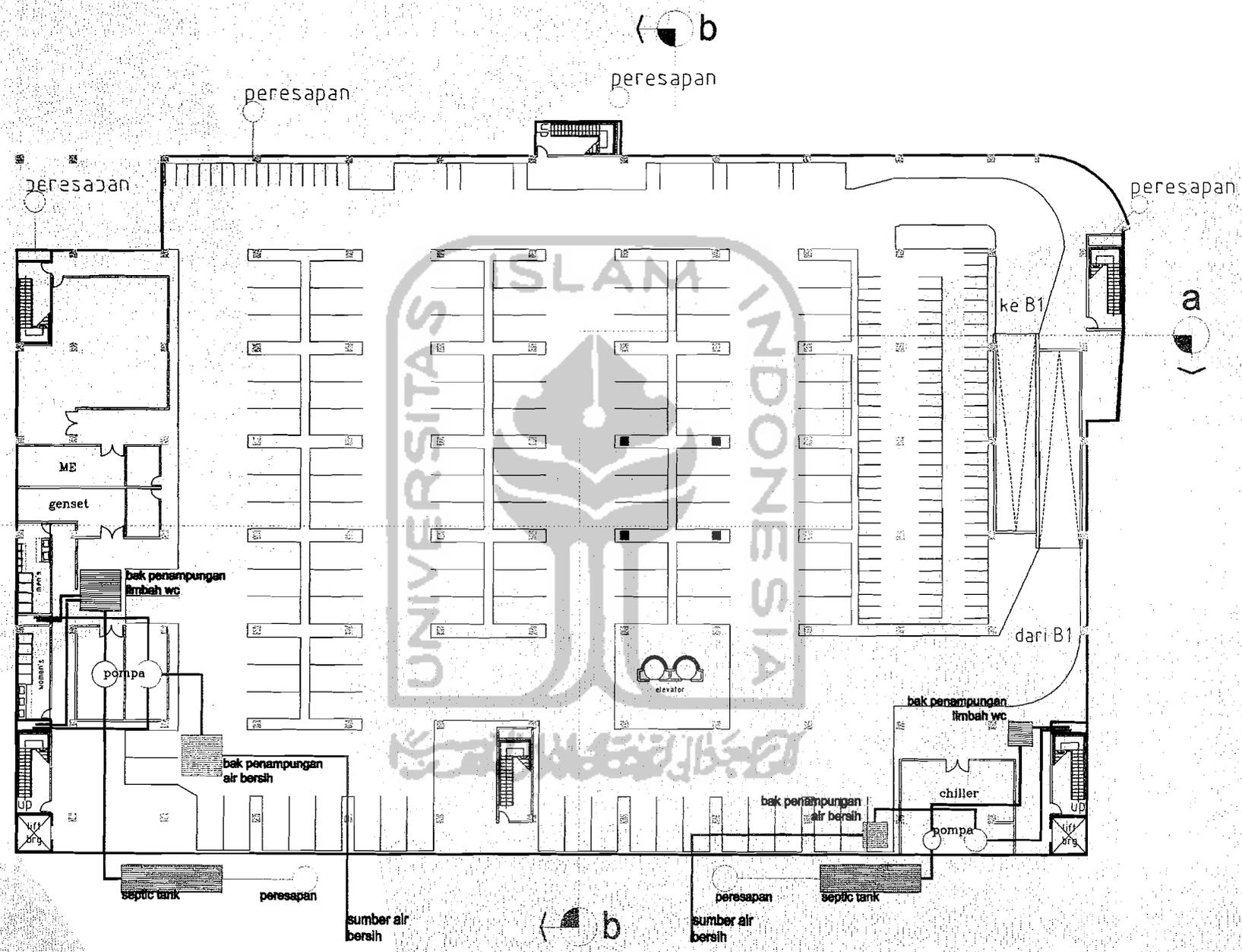
pengoptimalan secara mikro terjadi di tiap retail. tiap retail dibuat lay outnya masing-masing



renc.balok



a
800
b
800
c
800
d
800
e
800
f
800
g
800
h

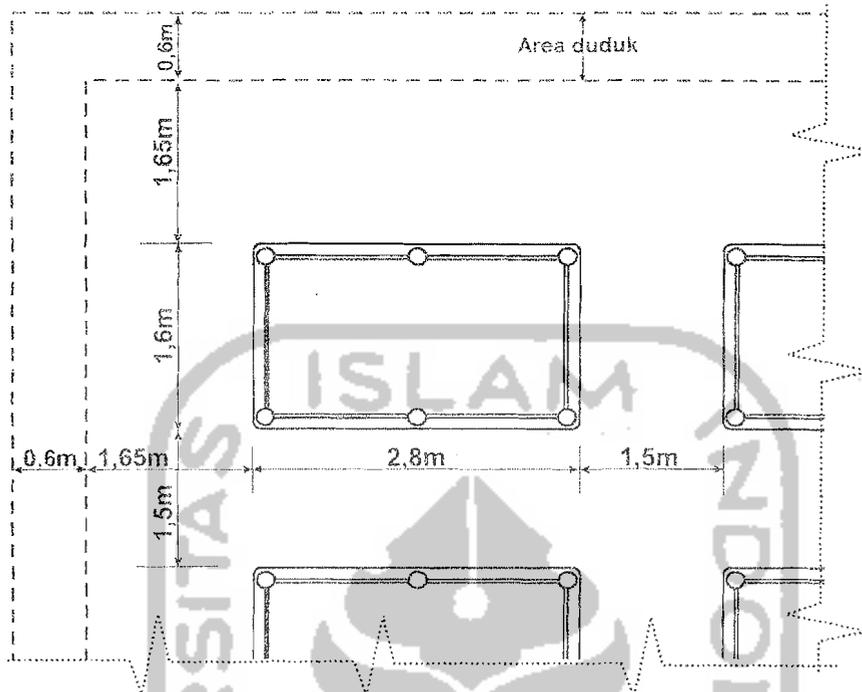


1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

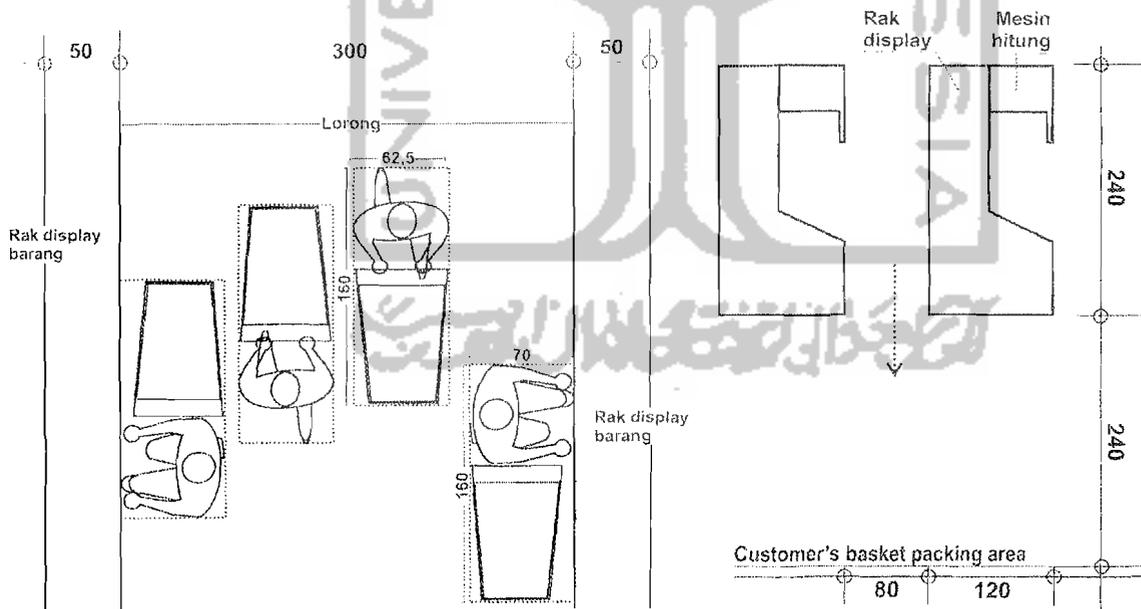
sistem sanitasi

LAMPIRAN

Standar-standar yang digunakan:¹



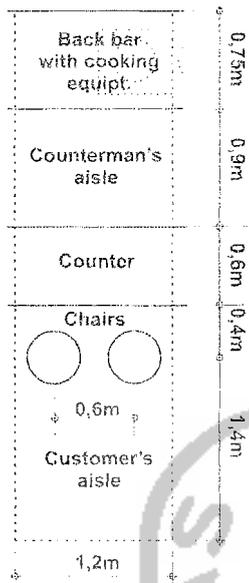
Gambar3.2: standar ruang untuk billiard



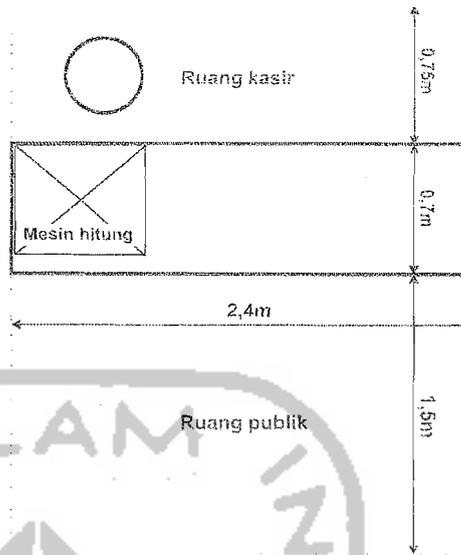
Gambar3.3: standar ruang untuk display barang di supermarket

Gambar3.4: standar ruang untuk check-out area

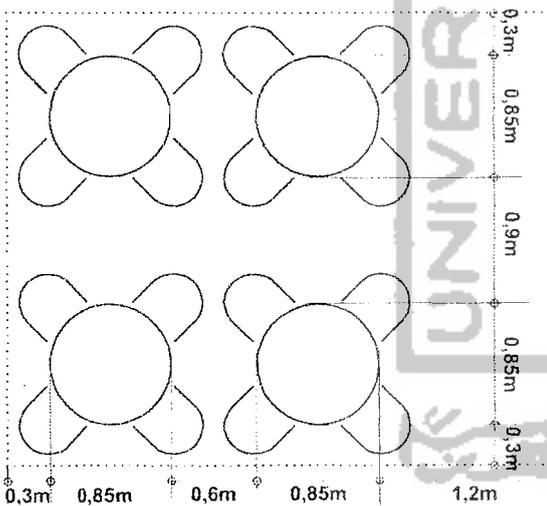
¹ Diambil dan disusun dengan acuan Time Saver standard dan Neufert Architects' Data



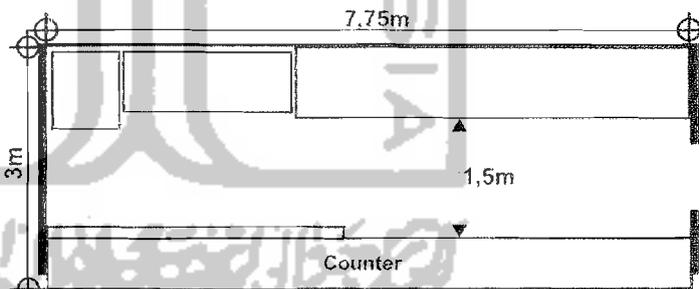
Gambar3.5: standar ruang untuk snack bar



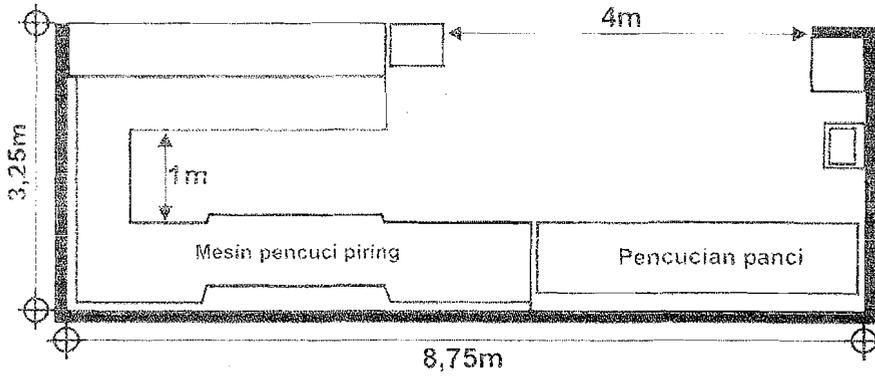
Gambar3.6: standar ruang untuk counter kasir di snack bar



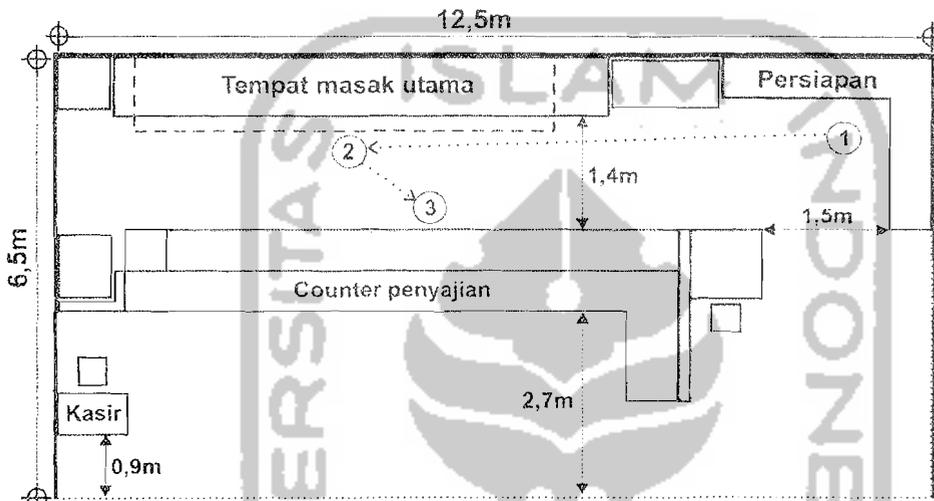
Gambar3.7: standar ruang untuk area makan



Gambar3.8: standar ruang untuk tempat pelayanan minuman di restaurant



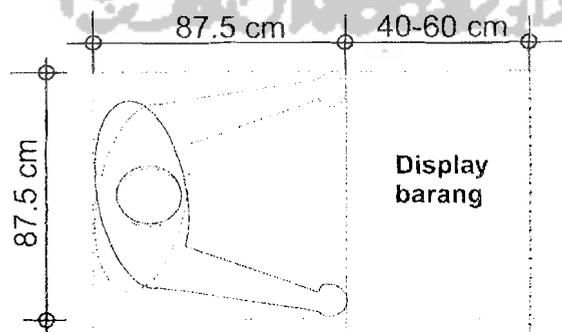
Gambar3.9: standar ruang untuk cuci piring di restaurant



Gambar3.10: standar ruang untuk dapur + kasir di restaurant

Berikut besaran-besaran ruang yang terkecil dari kegiatan yang terjadi pada retail sebagai dasar pembuatan modul retail:²

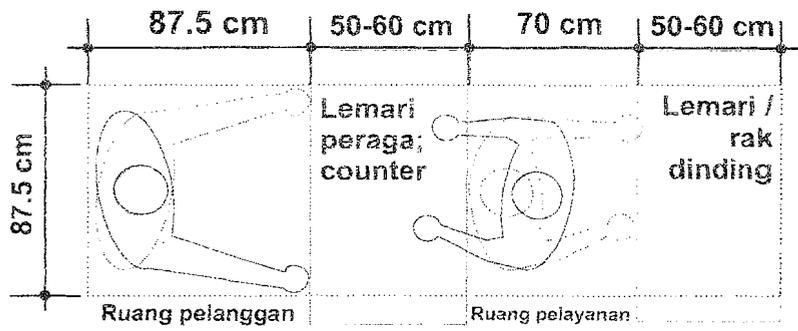
- a. Ruang untuk kegiatan memilih atau mengambil barang



Gambar 4.1: kegiatan memilih atau mengambil barang

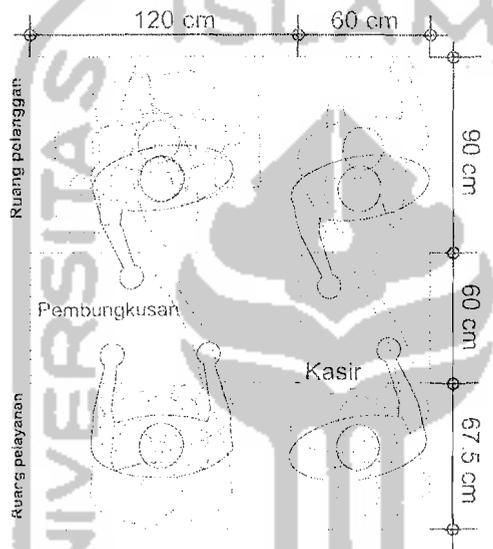
² Dibuat berdasarkan pada Time Saver Standard dan Neufert Architects' Data

b. Ruang untuk kegiatan pelayanan di *counter*



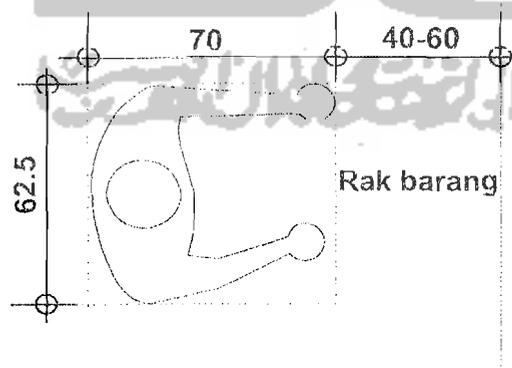
Gambar 4.2: kegiatan pelayanan di counter

c. Ruang untuk kegiatan di kasir



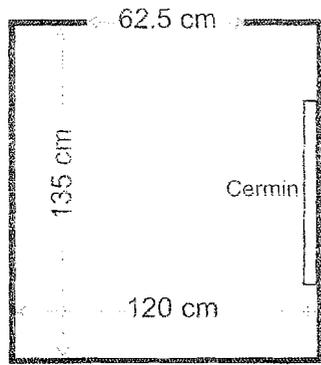
Gambar 4.3: kegiatan pembayaran dan pembungkusan

a. Ruang untuk kegiatan di ruang stok barang

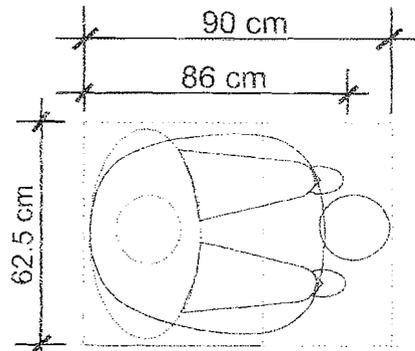


Gambar 4.4: kegiatan di rg. stok

d. Ruang untuk kegiatan mencocokkan atau ruang pas

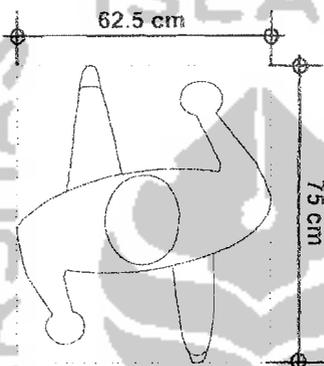


Gambar 4.5: kamar pas

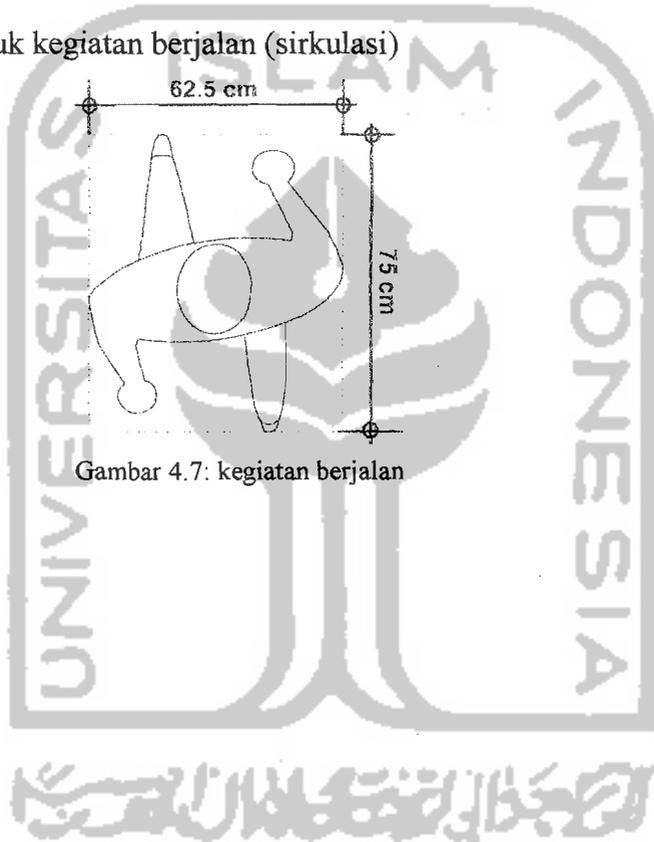


Gambar 4.6: kegiatan mencocokkan sepatu

e. Ruang untuk kegiatan berjalan (sirkulasi)



Gambar 4.7: kegiatan berjalan



Tabel 1.1; jumlah penduduk per kecamatan di Kota Jogjakarta
Jumlah Penduduk per Kecamatan (Kota Yogyakarta)

KECAMATAN	POP1980	POP1990	POP2000
MANTRIJERON	31.561	32.845	32.557
KRATON	26.557	22.807	19.778
MERGANGSAN	32.589	32.188	31.378
UMBULHARJO	39.823	58.026	69.269
KOTAGEDE	16.775	23.297	27.900
GONDOKUSUMAN	57.014	56.561	48.454
DANUREJAN	26.246	23.430	19.755
PAKUALAMAN	14.309	12.181	10.593
GANDOMANAN	20.105	17.659	13.874
NGAMPILAN	22.403	20.494	17.557
WIROBRAJAN	25.312	26.975	26.632
GEDONGTENGEN	26.058	22.825	17.857
JETIS	32.669	30.603	25.959
TEGALREJO	26.624	32.168	35.148
Total Kota Yogyakarta	398.045	412.059	396.711

sumber: Pemerintah Kota Jogjakarta 2002

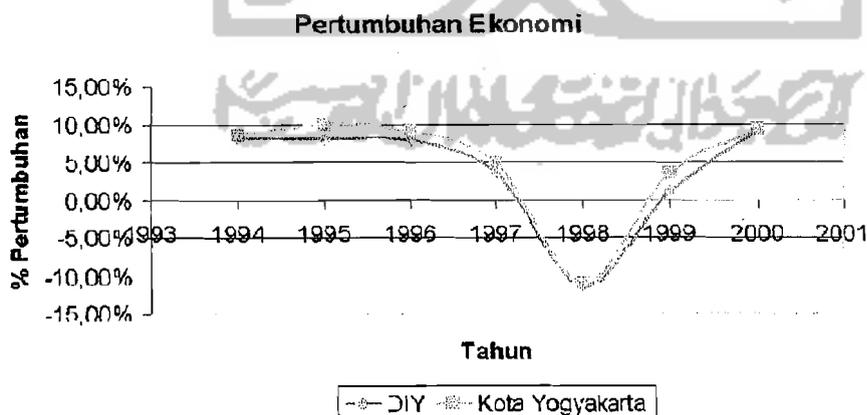
Tabel 1.2; jumlah penduduk per kabupaten di DIY

Jumlah Penduduk per Kabupaten (DIY)

KABUPATEN	POP1980	POP1990	POP2000
Gunungkidul	661.489	655.369	670.433
Kulon Progo	380.685	372.309	370.944
Kota Yogyakarta	398.045	412.059	396.711
Sleman	677.323	714.798	901.377
Bantul	634.442	696.905	781.013
Total DIY	2.751.984	2.851.440	3.120.478

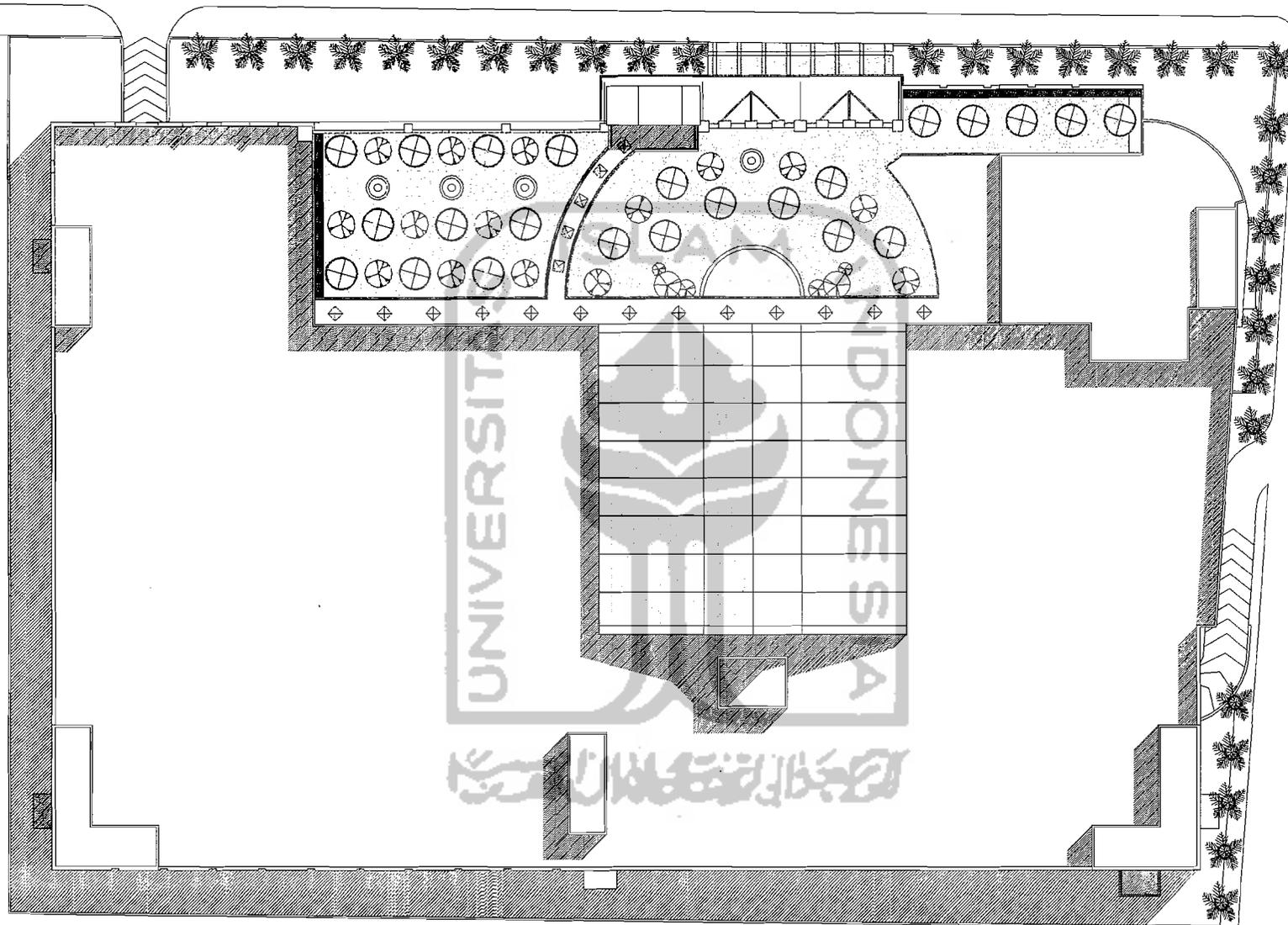
sumber: Pemerintah Propinsi DIY 2002

Tabel 1.3; pertumbuhan ekonomi DIY dan Kota Jogjakarta



sumber: Pemerintah Kota Jogjakarta 2002

JL URIP SUMOHARJO



JL TRIBRATA



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
SEMESTER GENAP
TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
Kompleks Hero Supermarket
dan Bioskop Regent di
Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MJ, MSI

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

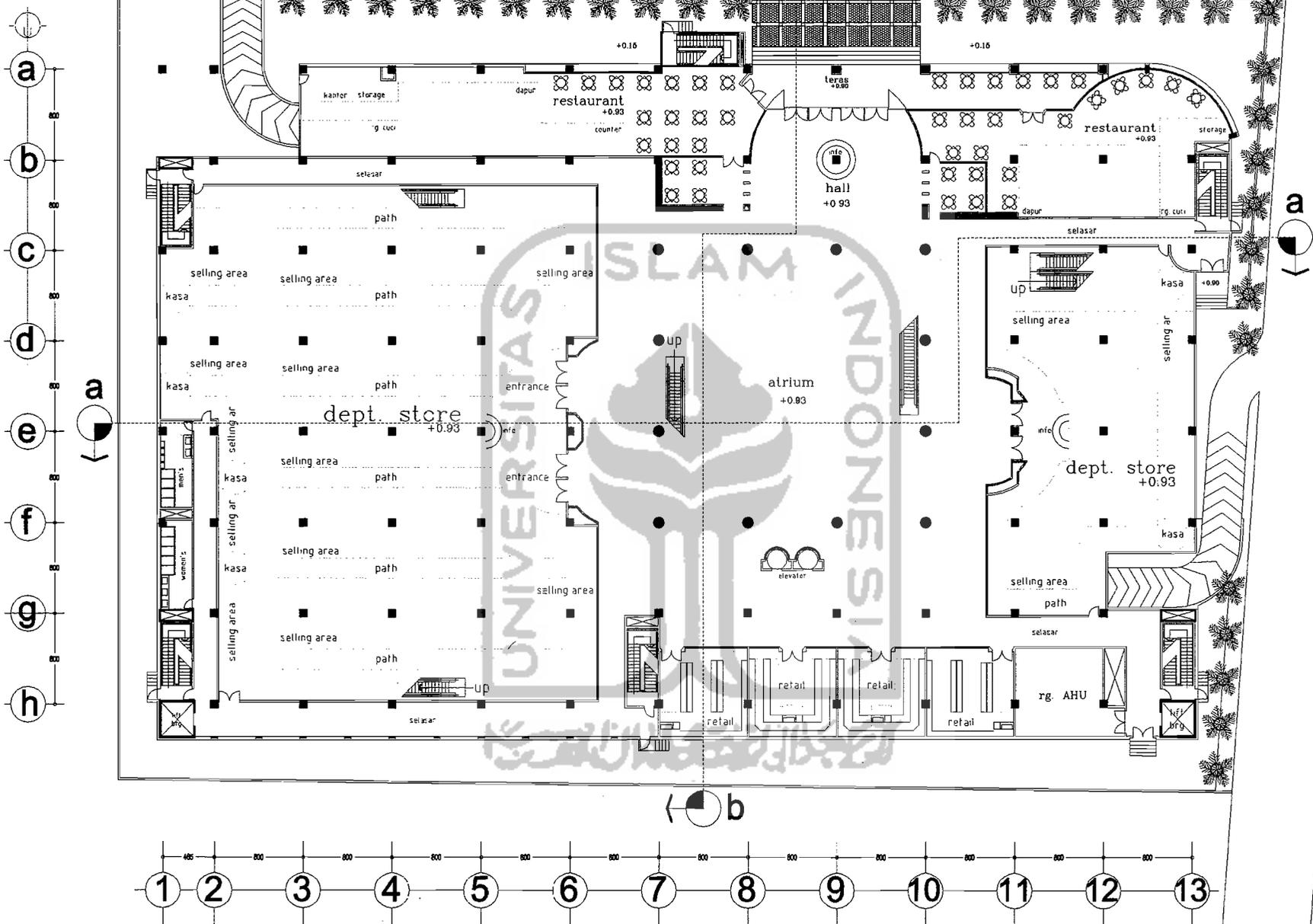
SITUASI

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
 SEMESTER GENAP
 TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
 Kompleks Hero Supermarket
 dan Bioskop Regent di
 Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MJ, MSI

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

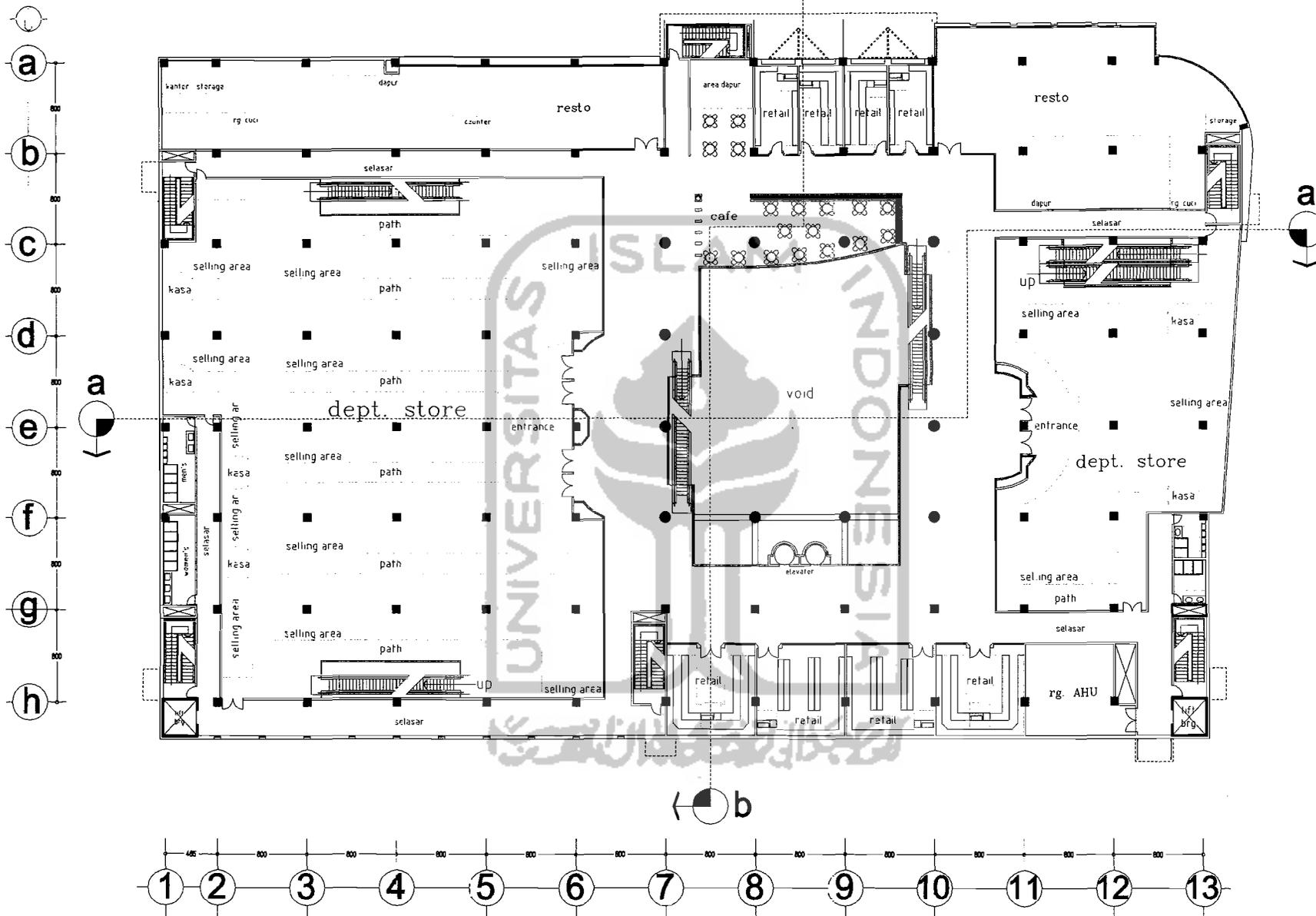
SITE PLAN

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
SEMESTER GENAP
TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
Kompleks Hero Supermarket
dan Bioskop Regent di
Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MJ, MSI

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

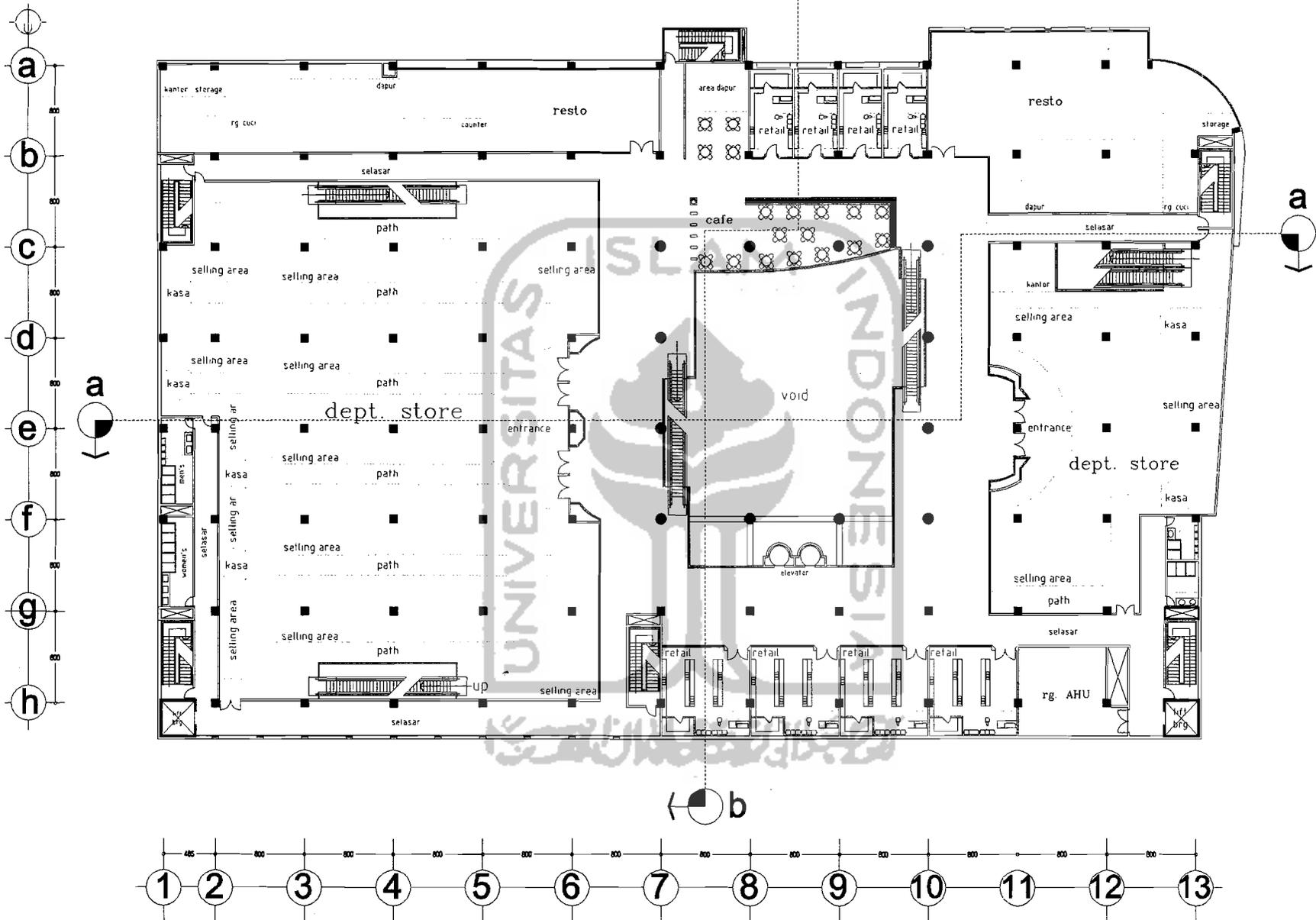
DENAH LT 02

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
 SEMESTER GENAP
 TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
 Kompleks Hero Supermarket
 dan Bioskop Regent di
 Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH M.J., M.Si

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

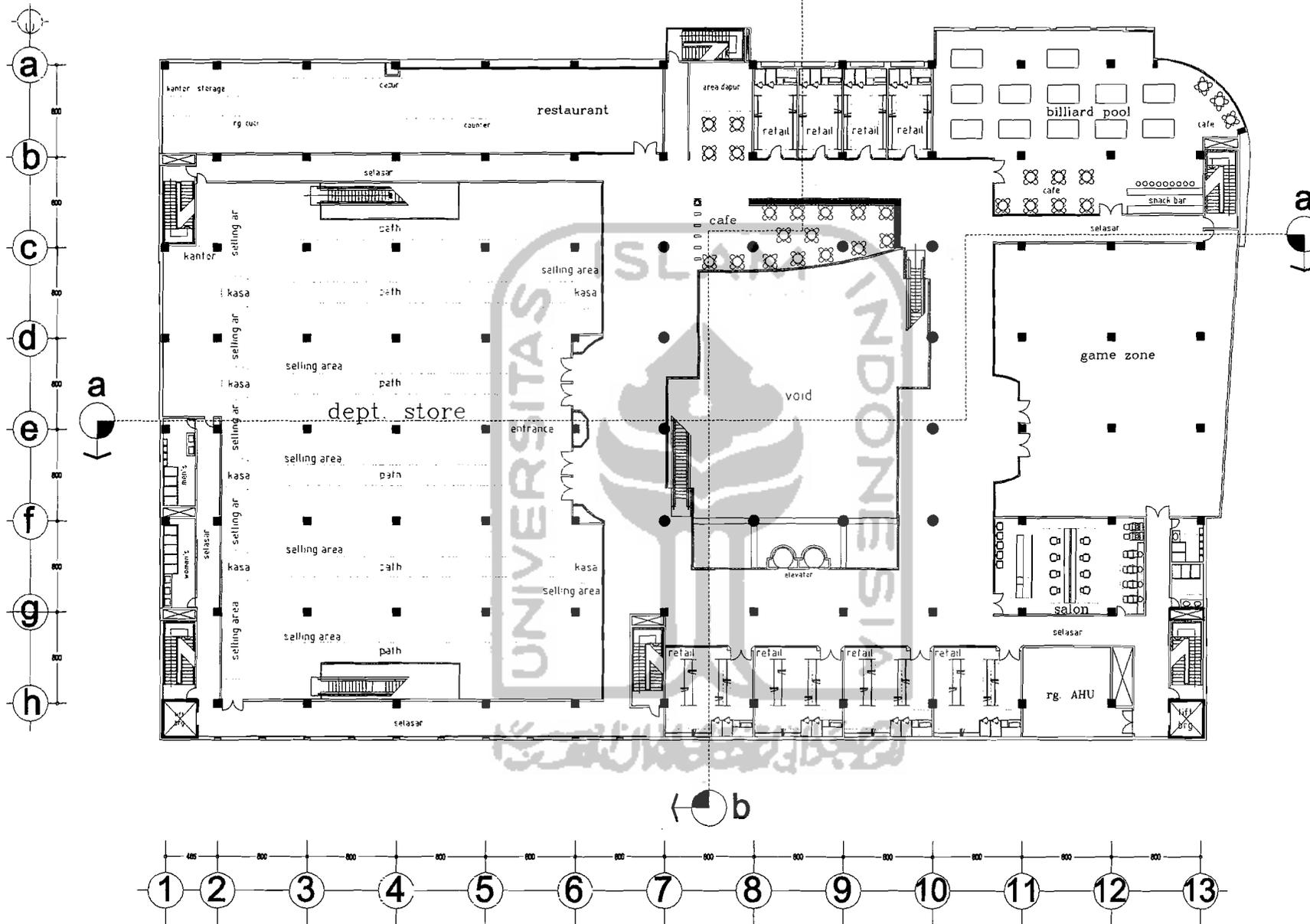
DENAH LT 03

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
 SEMESTER GENAP
 TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
 Kompleks Hero Supermarket
 dan Bioskop Regent di
 Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MJ, MSI

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

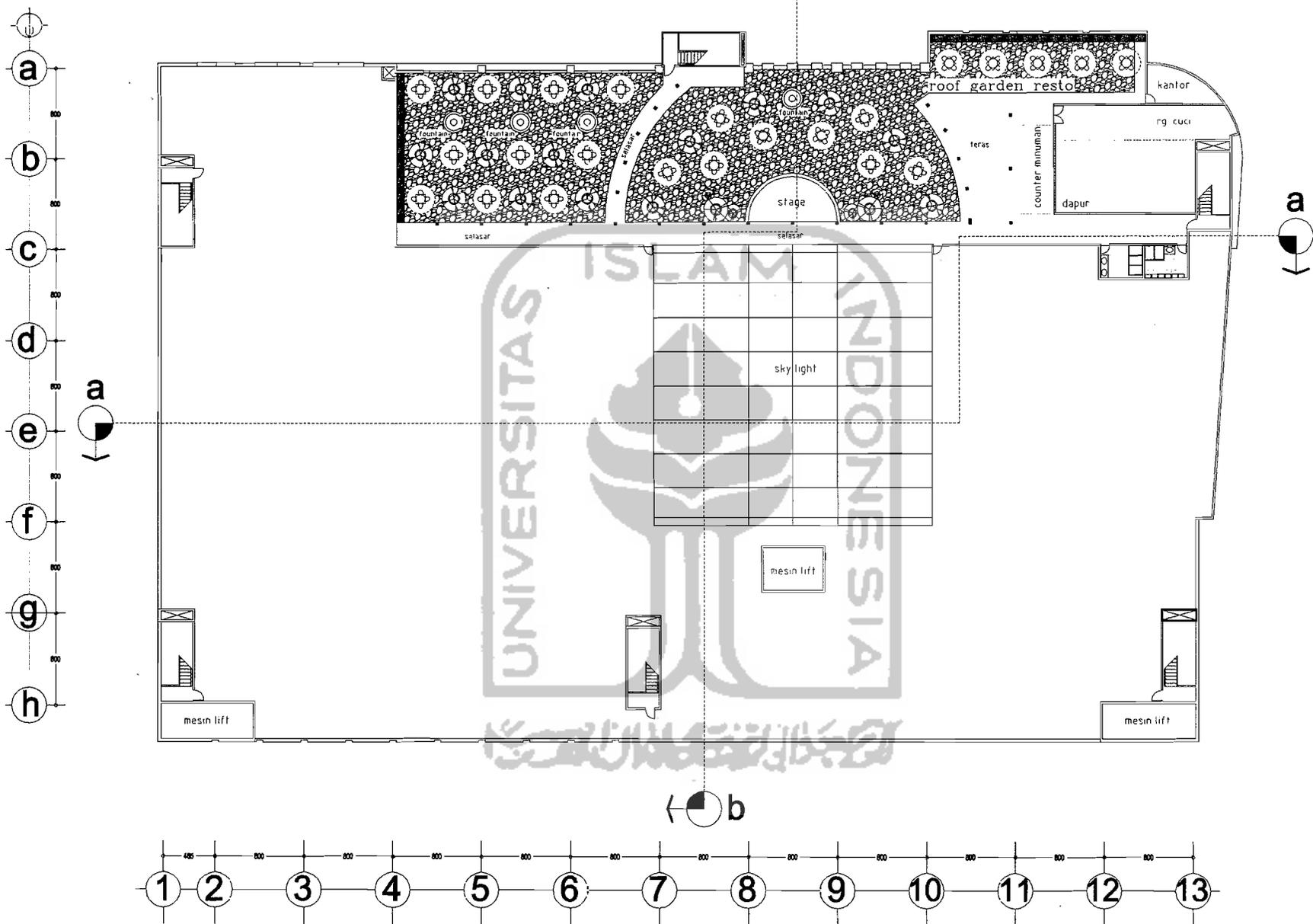
DENAH LT 04

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



TUGAS AKHIR
 JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

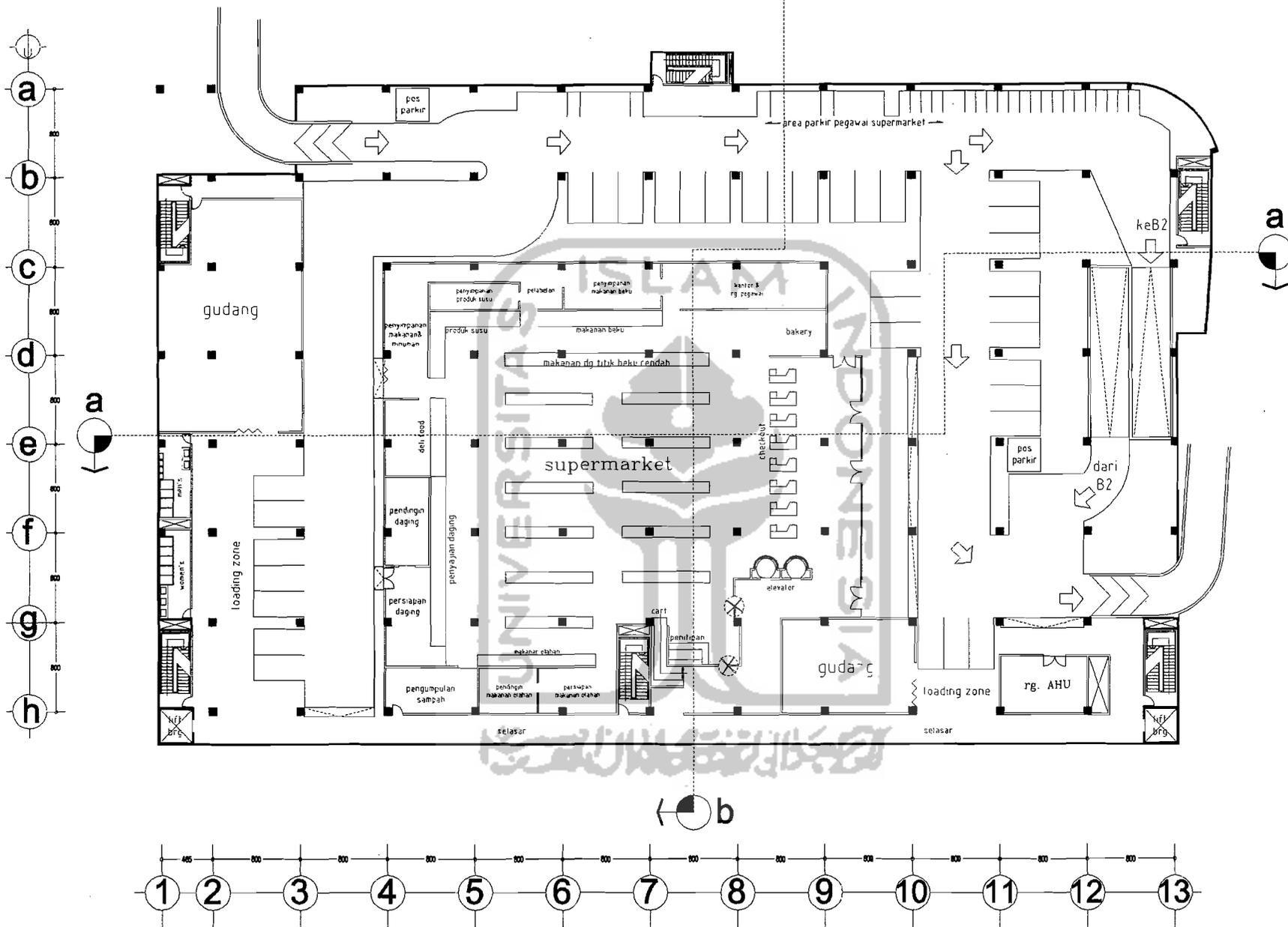
**PERIODE IV
 SEMESTER GENAP
 TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
 Kompleks Hero Supermarket
 dan Bioskop Regent di
 Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING
 I. R. A. SYAIFULLAH M.J, MSI

IDENTITAS MAHASISWA	
NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR	SKALA	NO LBR	JUMLAH	PENGESAHAN
DENAH ROOF GARDEN				



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
SEMESTER GENAP
TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
Kompleks Hero Supermarket
dan Bioskop Regent di
Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH M.J, MSI

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAIHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

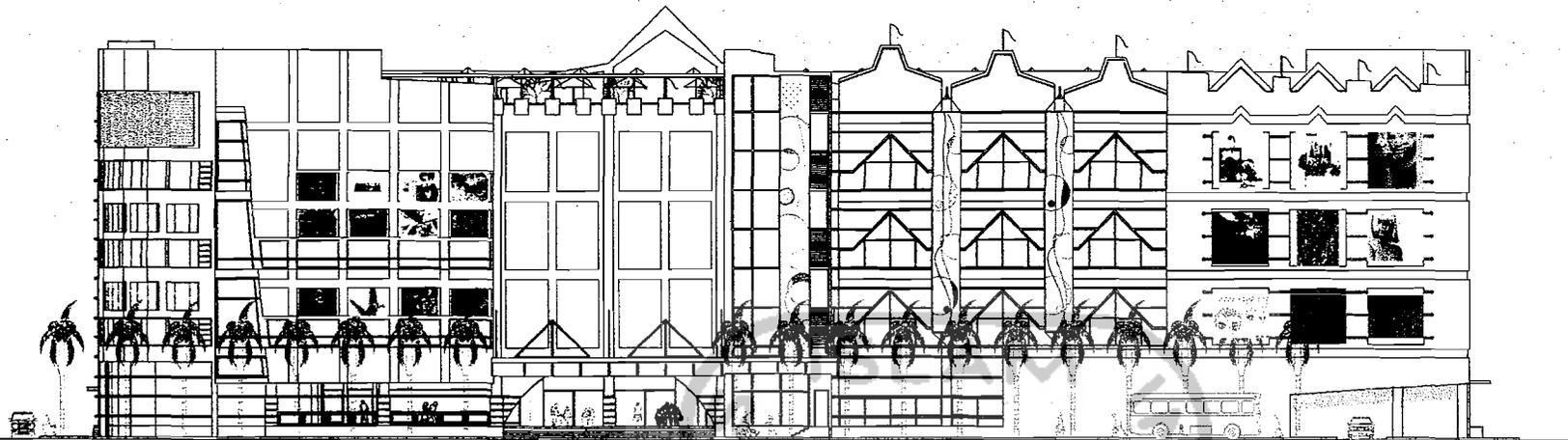
DENAH B1

SKALA

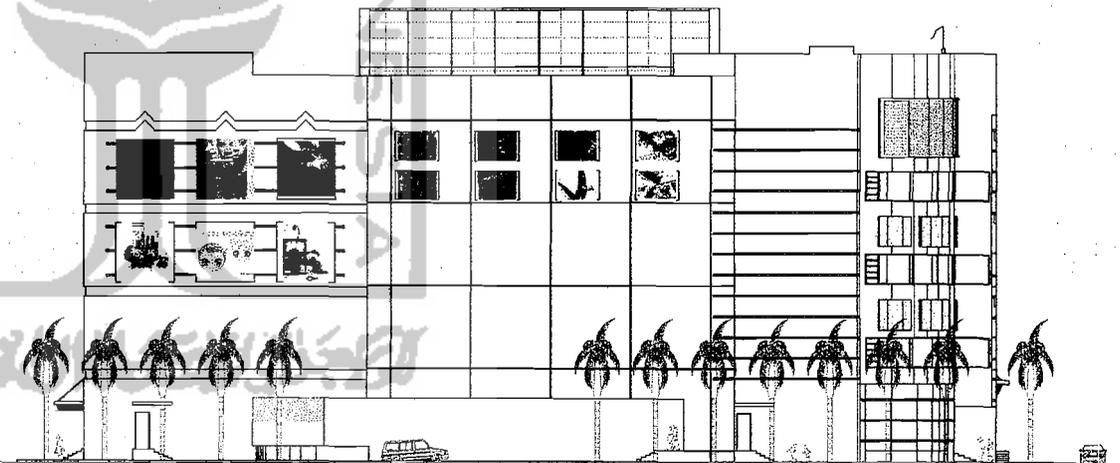
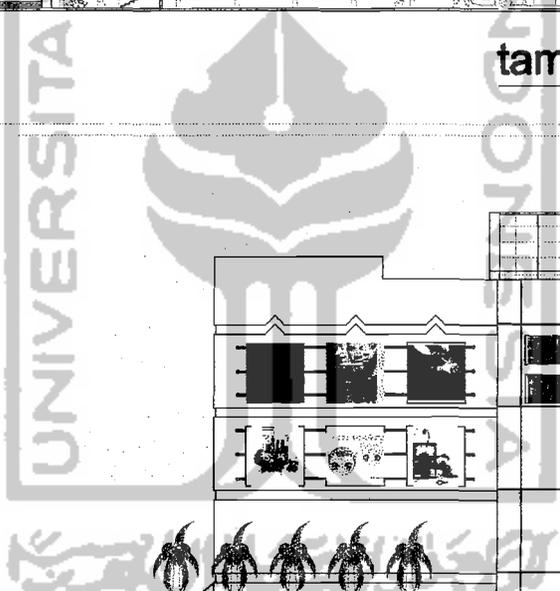
NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



tampak utara



tampak timur



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV
SEMESTER GENAP
TH. 2003/2004**

**Fasilitas Komersial di Bekas
Kompleks Hero Supermarket
dan Bioskop Regent di
Jogjakarta**

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MJ, MSi

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

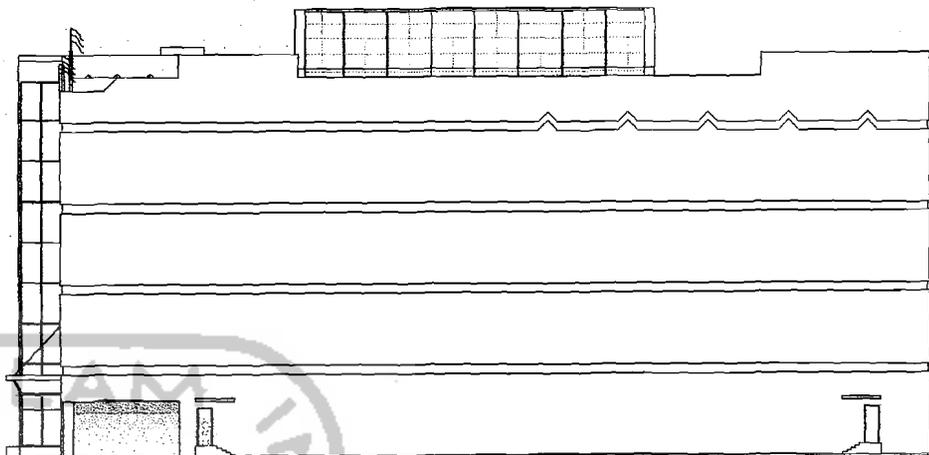
TAMPAK

SKALA

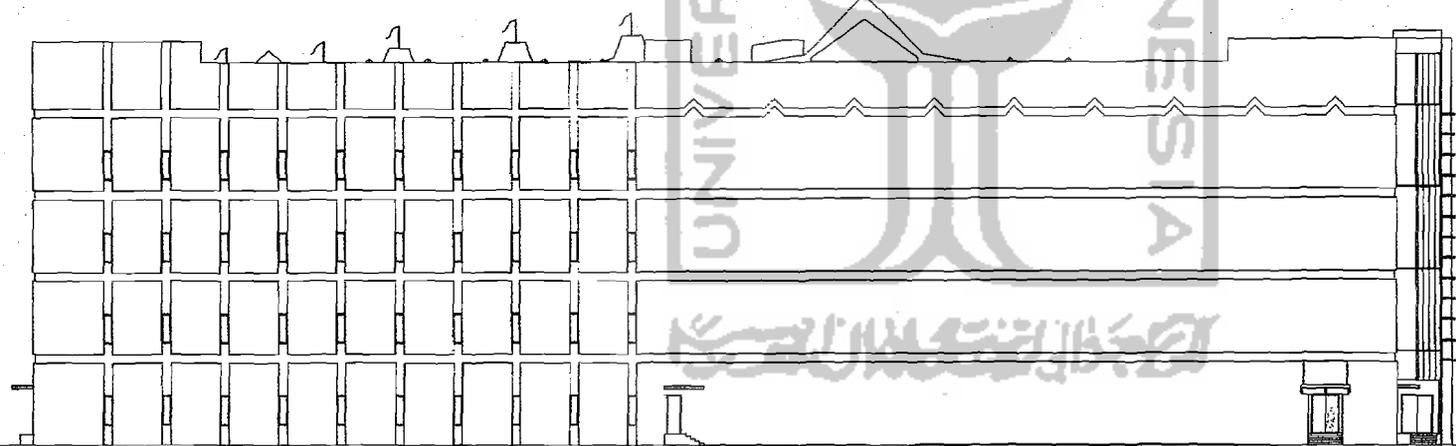
NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN



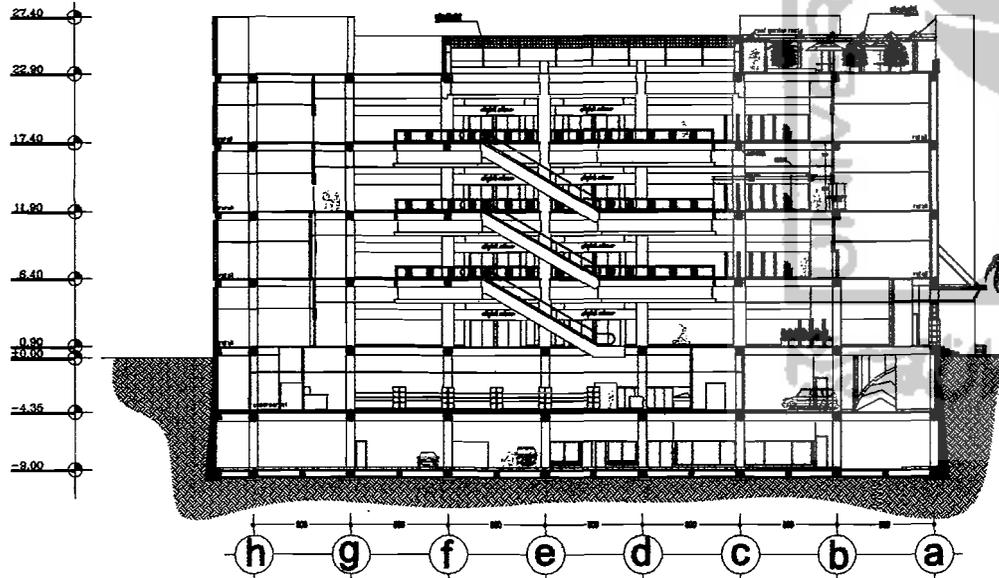
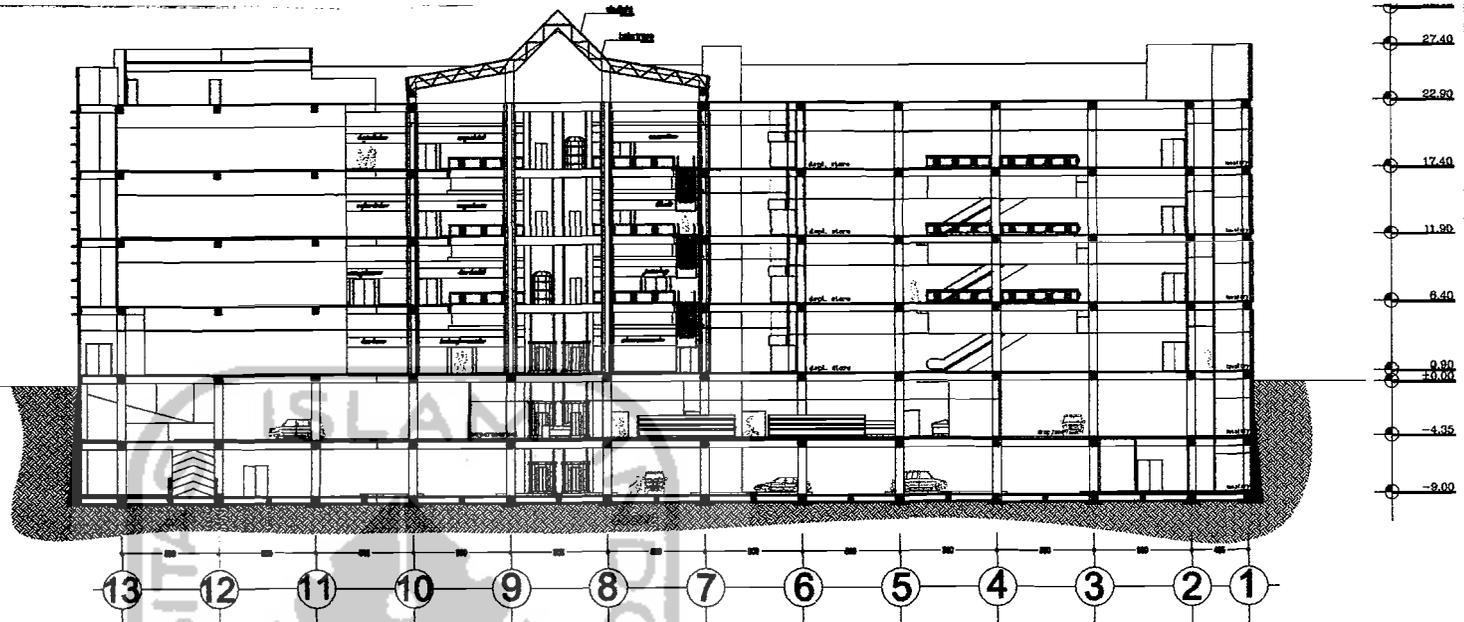
tampak barat



tampak selatan

 <p>TUGAS AKHIR JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</p>	<p>PERIODE IV SEMESTER GENAP TH. 2003/2004</p>	<p>Fasilitas Komersial di Bekas Kompleks Hero Supermarket dan Bioskop Regent di Jogjakarta</p>	DOSEN PEMBIMBING		IDENTITAS MAHASISWA		NAMA GAMBAR	SKALA	NO LBR	JUMLAH	PENGESAHAN
			IR. A. SYAIFULLAH M.J., MSi		NAMA	ZW BAIHAKI					
					NO MHS	98 512 183					
		TANDA TANGAN				TAMPAK					

POTONGAN a-a



POTONGAN b-b



TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE IV
SEMESTER GENAP
TH. 2003/2004

Fasilitas Komersial di Bekas
Kompleks Hero Supermarket
dan Bioskop Regent di
Jogjakarta

DOSEN PEMBIMBING

IR. A. SYAIFULLAH MLI, MSi

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA	ZW BAHAKI
NO MHS	98 512 193
TANDA TANGAN	

NAMA GAMBAR

POTONGAN

SKALA

NO LBR

JUMLAH

PENGESAHAN

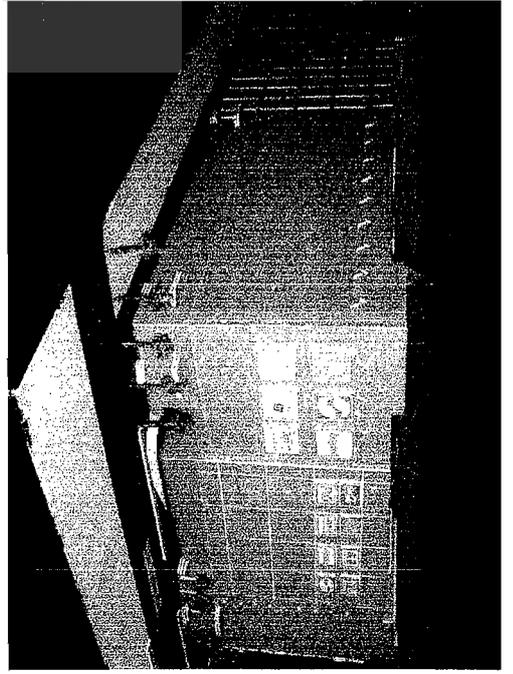
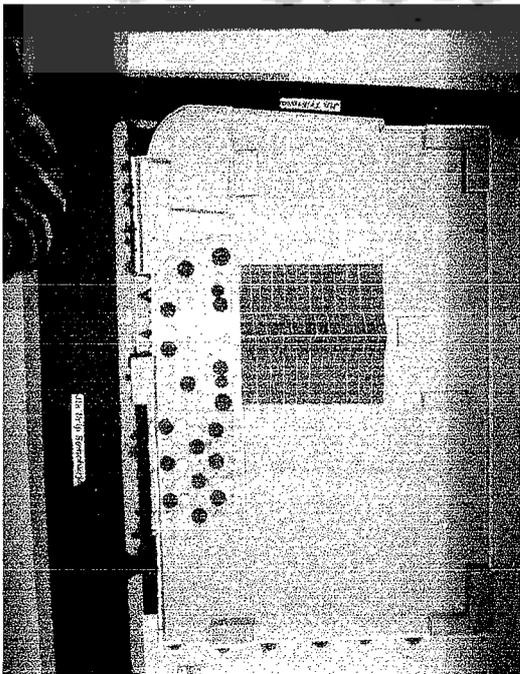
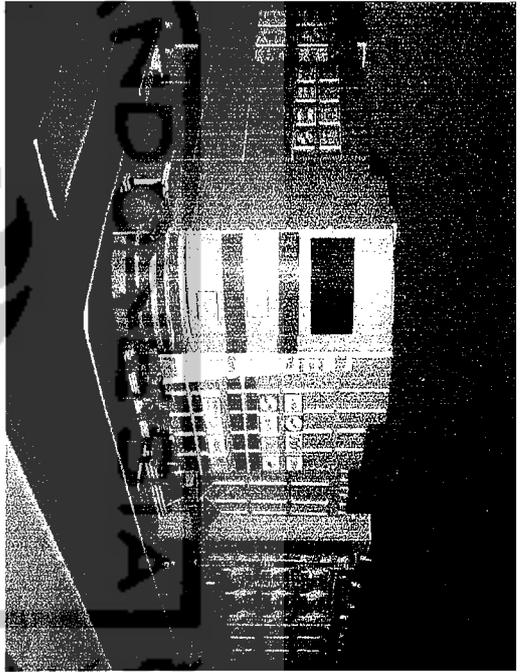
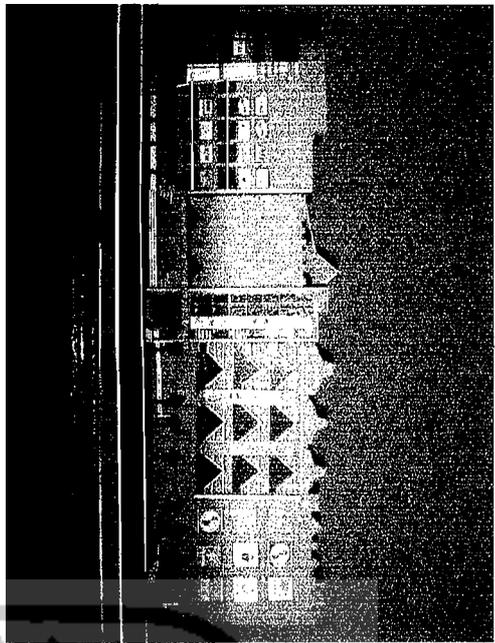
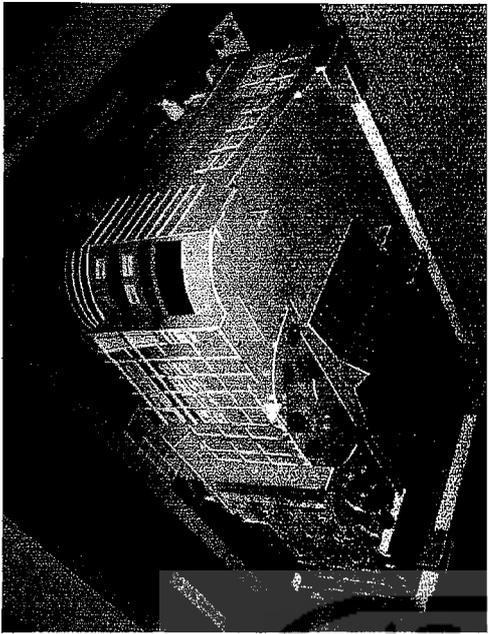
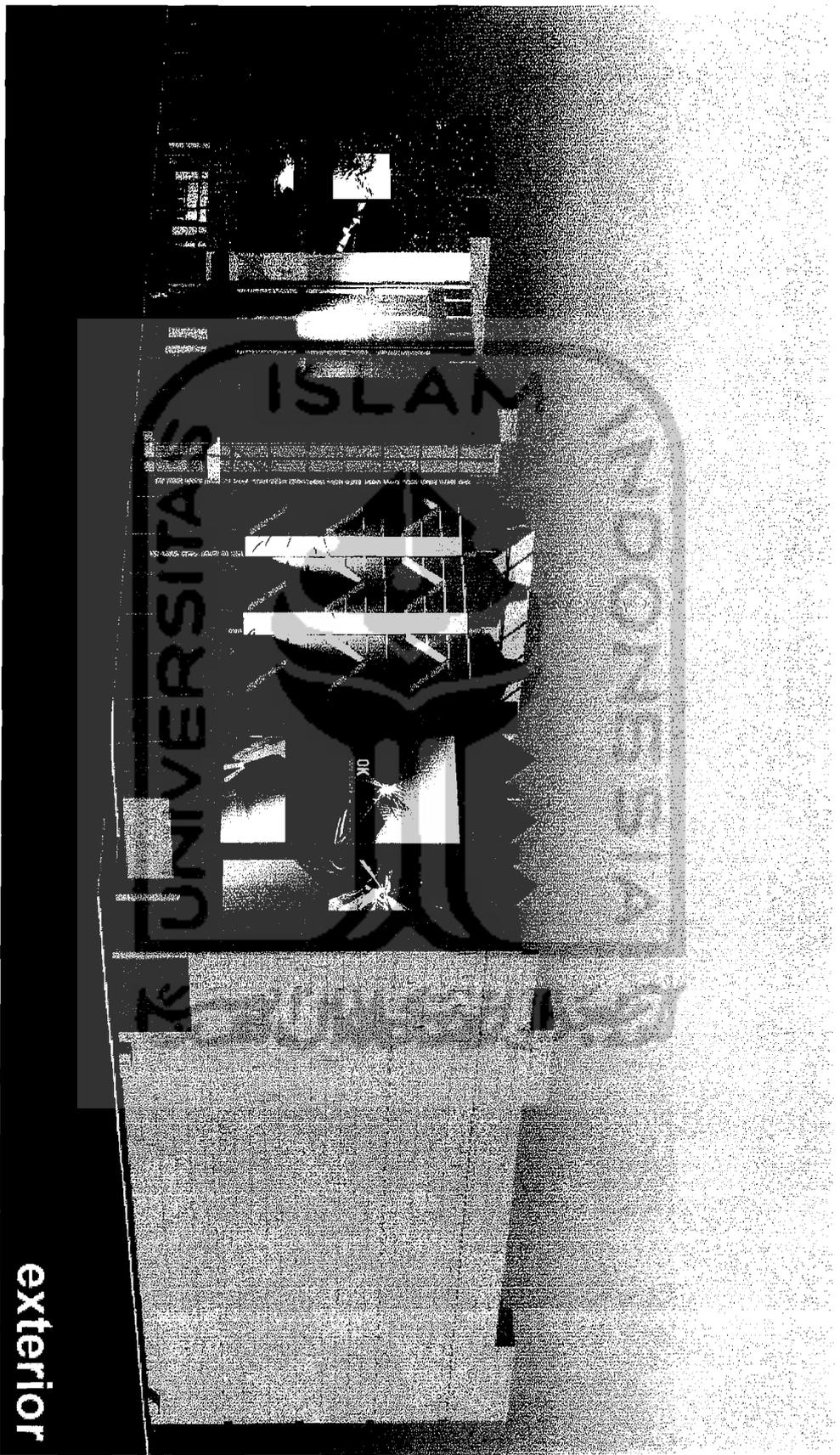


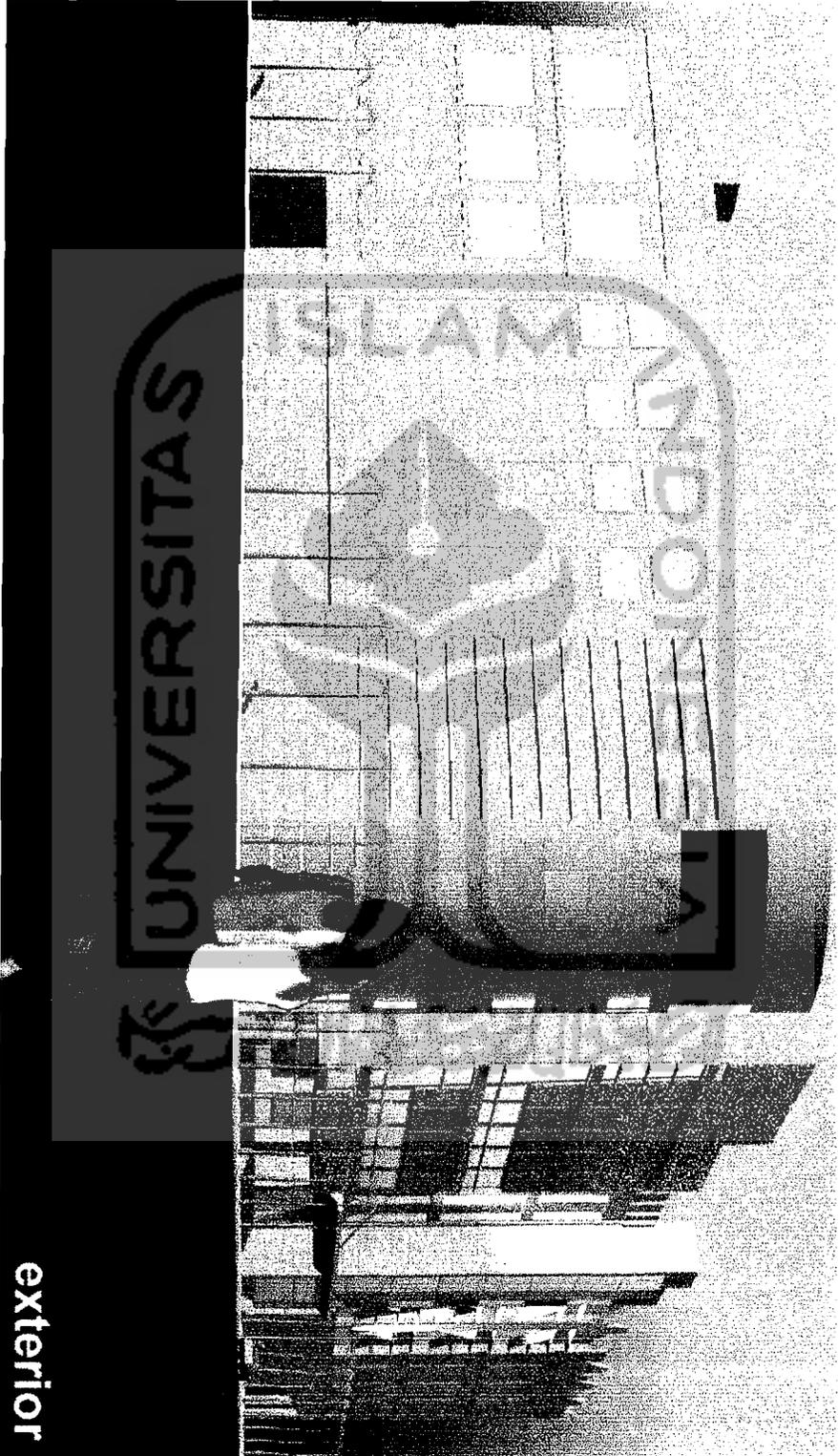
Foto Maket



exterior

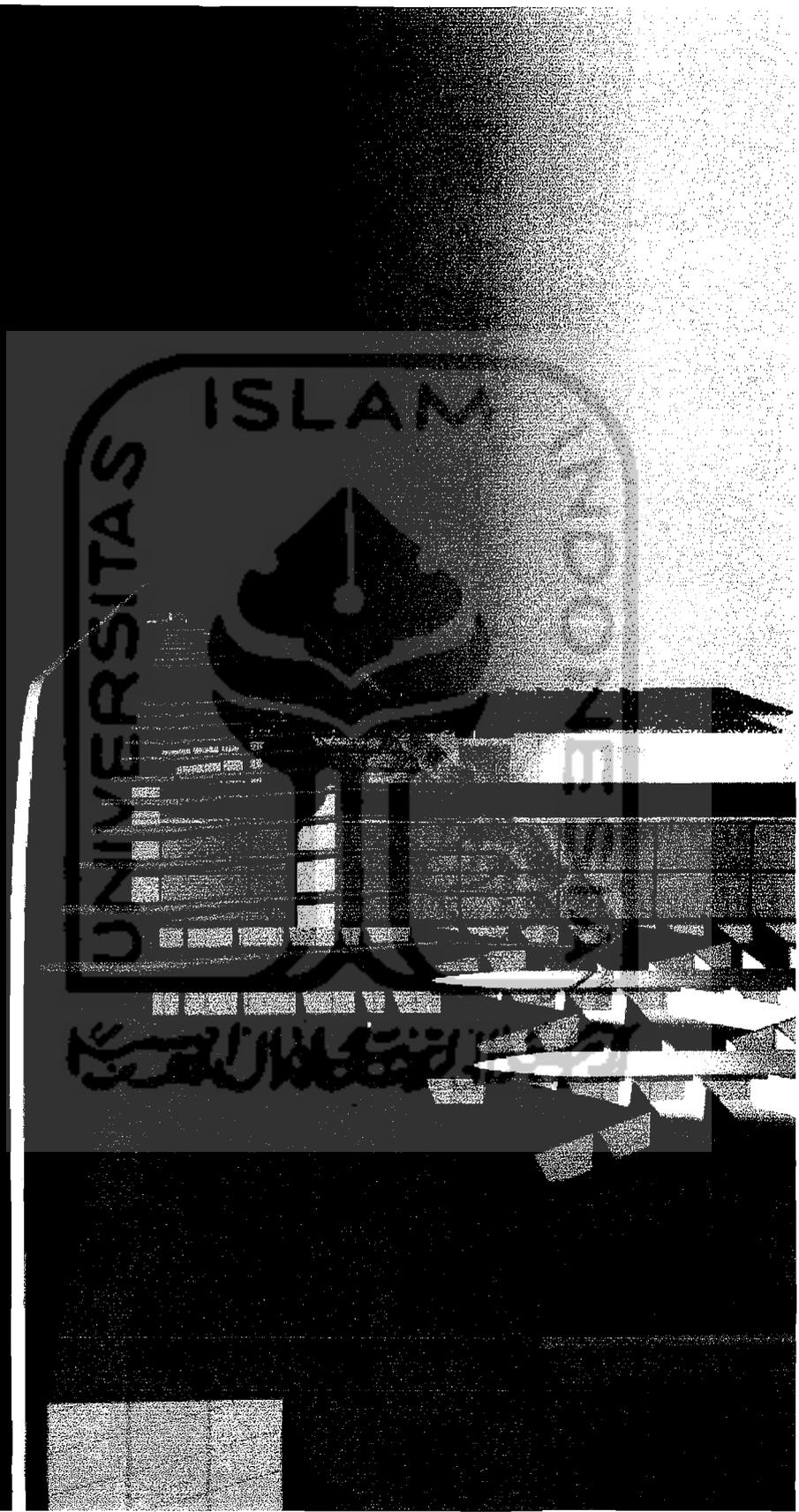


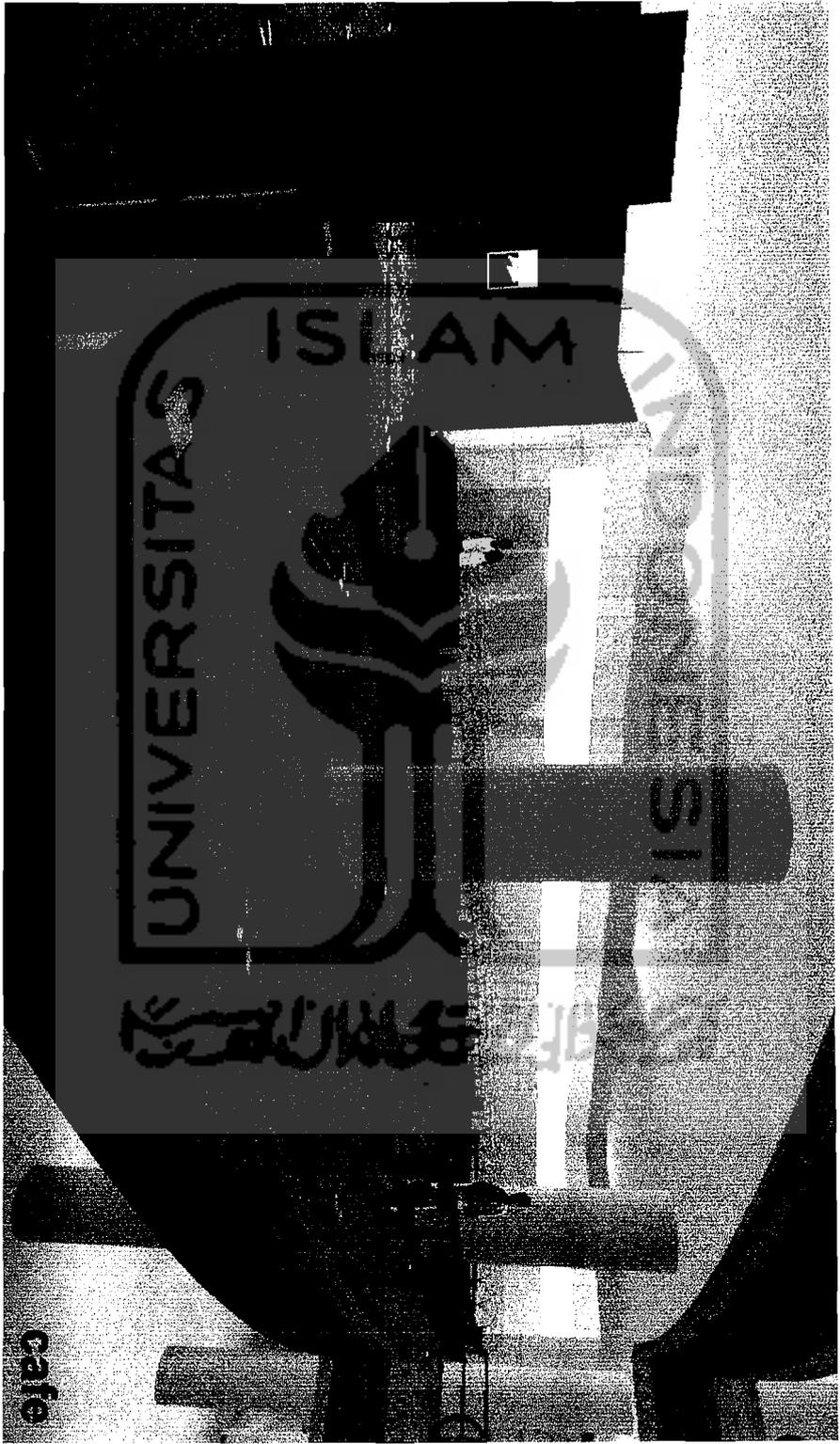
exterior



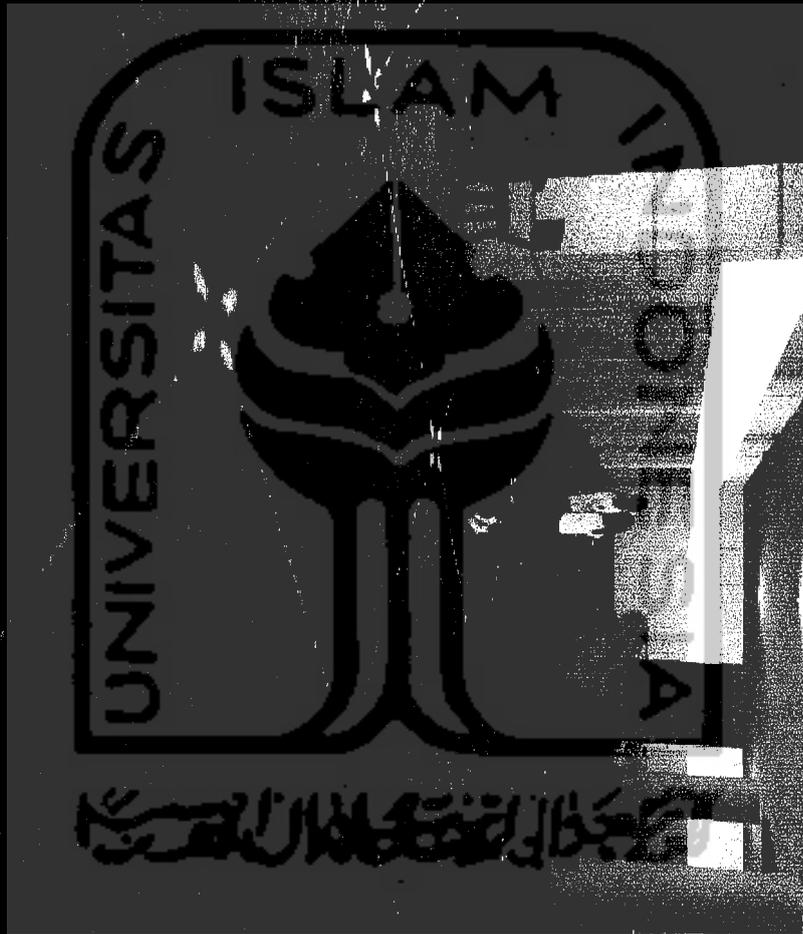
exterior

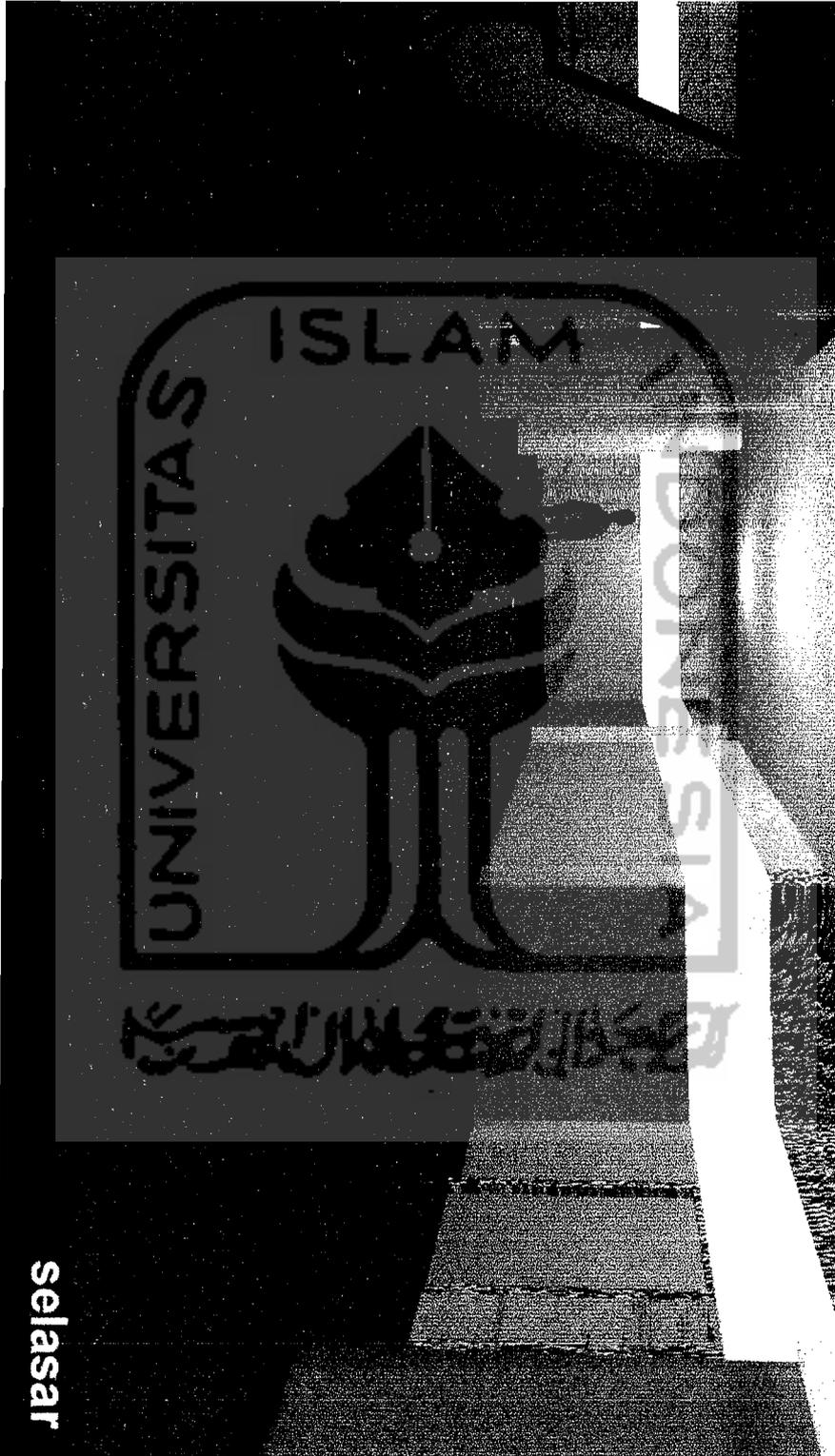
exterior





selasar





selasar