

BAB I

PENDAHULUAN

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu fasilitas penunjang kegiatan perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para produsen dan memenuhi kebutuhan para konsumen. Saat ini orang-orang pergi ke pusat perbelanjaan tidak hanya dengan tujuan berbelanja, tetapi juga dengan tujuan berekreasi bersenang-senang melepas lelah bahkan cuma untuk melihat-lihat ataupun dilihat. Oleh karena itu, pusat perbelanjaan selain nyaman untuk berbelanja diharapkan juga mampu menciptakan suasana yang menyenangkan (rekreatif) sehingga para pengunjung merasa betah membelanjakan isi dompetnya.

Karena pusat perbelanjaan merupakan bangunan publik maka harus dapat diakses oleh semua masyarakat dengan berbagai kemampuan. Oleh karena itu, perlu diciptakan akses-akses agar semua masyarakat dapat mengakses pusat perbelanjaan tersebut.

A. Latar Belakang

1. Tinjauan Perekonomian Kabupaten Klaten.

Jika diamati pada 10 tahun terakhir, sektor pertanian terlihat mendominasi perekonomian Kabupaten Klaten. Tetapi dalam perkembangan selanjutnya, dominasi sektor pertanian terlihat semakin turun, diganti sektor perdagangan, hotel dan restoran.

Perekonomian Kabupaten Klaten menurut Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) didominasi sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 27,17%, sektor Industri Pengolahan sebesar 23,84% dan sektor Pertanian sebesar 17,37%. Untuk laju persektoralnya dapat dilihat dari tabel 1.1 dimana terlihat bahwa sektor Perdagangan untuk saat ini cukup berperan dalam pertumbuhan perekonomian Kota Klaten.

Kondisi tersebut dimungkinkan oleh beberapa potensi Kota Klaten yakni Kabupaten Klaten terbentang diantara Daerah Istimewa Jogjakarta dan Kota Surakarta yang dilewati jalan Jogja-Solo mempunyai peranan penting dalam memperlancar segala kegiatan ekonomi. Juga adanya sarana dan prasarana pendukung kegiatan perdagangan, antara lain; pertokoan, pasar, bank, kantor jasa / pelayanan (data dari Kantor Pengelolaan Pasar).

Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor perdagangan potensial untuk dikembangkan. Salah satu keuntungan penting adalah memudahkan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen, meningkatkan pendapatan produsen dan memudahkan pemenuhan kebutuhan bagi konsumen. Sebagai antisipasi perlu dipikirkan bahwa kebutuhan prasarana perdagangan yang memadai akan semakin meningkat. Indikasi kearah ini terlihat dengan munculnya beberapa pusat perdagangan (retail / eceran) berskala besar dan modern di Klaten.

2. Tinjauan Kondisi sosial (Kependudukan) Kabupaten Klaten.

Dari segi kependudukan jumlah penduduk di kabupaten Klaten pada tahun 2003 berjumlah 1.277.297 jiwa yang tersebar di 26 Kecamatan, dibandingkan tahun 2002 yang berjumlah 1.271.530 jiwa maka mengalami peningkatan sebanyak 5.767 orang dengan kepadatan penduduk sebesar 1.948 jiwa/Km² dan laju pertumbuhan 0,45%. Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan penduduk Kabupaten Klaten dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tingkat pendapatan penduduk Kabupaten Klaten digolongkan dalam 3 tingkatan yaitu tinggi, sedang, rendah. Hal ini dapat dilihat dari PDRB Perkapita yaitu 6 Kecamatan dengan PDRB Perkapita tinggi : Kecamatan Trucuk, Ceper, Delanggu, Klaten Selatan, Klaten Tengah dan Klaten Utara ; 10 Kecamatan dengan PDRB sedang yaitu Kecamatan Prambanan, Cawas, Jogonalan, Manisrenggo, Ngawen, Pedan, Polanharjo, Karangnom, Tulung dan Kemalang ; 10 Kecamatan dengan PDRB rendah yaitu Kecamatan Gantiwarno, Wedi, Bayat, Kalikotes, Kebonarum, Karangnongko, Karangdowo, Juwiring, Wonosari, Jatinom.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.3. PDRB Perkapita Kabupaten Klaten tahun 2003 dari hasil perhitungan sementara untuk PDRB harga berlaku ada peningkatan meskipun kecil dimana menurut harga berlaku sebesar Rp. 3.403.869,85 atau naik 10,94% dibanding tahun 2002. Sedangkan berdasarkan harga konstan tahun 2003 Rp. 1.051265,05 atau naik 3,29% dibanding tahun 2002. Dengan meningkatnya PDRB Perkapita menunjukkan adanya peningkatan kemakmuran penduduk Kabupaten Klaten.

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk maka meningkat pula kebutuhan dari penduduk tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat maka dibutuhkan pula pusat-pusat perbelanjaan yang dapat memberikan kepuasan dalam berbelanja. Dengan melihat tingkat pendapatan dari penduduk Kabupaten Klaten maka perlu diperhatikan konsumen dari strata mana yang akan menggunakan pusat perbelanjaan tersebut.

3. Perkembangan Sistem Perbelanjaan di Klaten.

Kemajuan peradaban selalu berdampak pada pergeseran norma-norma kemasyarakatan. Dulu orang sudah merasa cukup puas berbelanja di pasar-pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Namun nilai itu bergeser saat pusat perbelanjaan modern, misalnya swalayan dan supermarket bermunculan di kota-kota besar.

Sebagian orang lebih suka belanja di pasar modern daripada berdesak-desakan di pasar tradisional. Sebab, pasar modern dilengkapi berbagai fasilitas penunjang kenyamanan sehingga konsumen merasa dihormati, dihargai dan dimanja sehingga betah berlama-lama membelanjakan isi dompetnya.

Di Klaten pusat-pusat perbelanjaan yang berskala besar jumlahnya belum begitu banyak, antara lain; Plaza Matahari, Mitra Swalayan, Laris Swalayan, dll. Dari pusat perbelanjaan tersebut yang dilengkapi dengan sarana rekreasi hanya Plaza Matahari (adanya Timezone). Dari berbagai pusat perbelanjaan yang ada di Klaten, untuk mengatasi perbedaan ketinggian lantai masih banyak

yang menggunakan tangga sehingga para difabel (khususnya yang berkursi roda) tidak bisa mengakses tempat-tempat publik tersebut.

4. Pengembangan Wisata Dalam Kota.

Sejalan dengan otonomi daerah pengembangan sektor pariwisata pada saat ini semakin penting. Terlebih Kabupaten Klaten yang lebih dikenal sebagai "Kabupaten Seribu Candi", sektor pariwisata merupakan sektor yang cukup potensial untuk dikembangkan. Namun upaya pengembangan umumnya masih berkisar pada wisata alam dan kebudayaan tradisional yang kebanyakan tempat-tempat wisata tersebut di luar pusat kota. Sarana rekreasi dalam kota di Klaten sangat sedikit atau dapat dibilang hampir tidak ada. Hanya ada sebuah Alun-alun yang digunakan untuk duduk-duduk untuk melepas lelah ataupun berolahraga dipagi maupun sore hari. Hal ini merupakan peluang tinggi bagi pengembangan wisata dalam kota.

Sistim mixed used berupa penggabungan antara sarana rekreasi modern pada pusat kegiatan lain, misalnya pusat perbelanjaan, seperti banyak diterapkan akan merupakan sarana pelengkap yang menambah daya tarik suatu pusat kegiatan.



Gambar 1.1. alun-alun Klaten

5. Perkembangan Pusat Perbelanjaan di Indonesia.

Saat ini realitas perkotaan terakomodasi oleh Pusat perbelanjaan modern. Dalam kawasan yang berselimut penghawaan yang nyaman, berlatar belakang musik lembut dan menyenangkan itu realitas elemen kota terwadahi.

Perkembangan mutakhir kota metropolitan seperti Jakarta dan Surabaya telah mentransformasikan kegiatan belanja, yang sebelumnya semata-mata kegiatan transaksi jual-beli, menjadi aktivitas waktu senggang yang menjanjikan kesenangan dan fantasi. Pusat perbelanjaan telah menjadi tempat rekreasi yang menyenangkan bagi warga kota, yang terkadang tidak ada kaitannya dengan proses belanja sama sekali.

Sebelum tahun 1980-an, pasar-pasar tradisional, ruko-ruko dan toko-toko yang berdiri sendiri merupakan konsep dan bentuk utama industri ritel di Jakarta. Di akhir tahun 1980-an dengan berkembangnya perekonomian dan meningkatnya kemakmuran masyarakat mengakibatkan pembangunan pusat perbelanjaan berkembang pesat. Pusat perbelanjaan yang dibangun di awal tahun 1990-an, seperti Plaza Indonesia (1990) dan Plaza Senayan (1995), merupakan suatu pusat perbelanjaan bersifat "regional" kemudian mulai bermunculan jenis pusat perbelanjaan *neighbourhood* dan *community* seperti Mal Pondok Indah, Mal Taman Anggrek (Jakarta). Sebelum terjadi krisis ekonomi dibangun pusat perbelanjaan "Super-Regional" pertama (supermal di Lippo Karawaci). Dengan adanya krisis ekonomi di akhir tahun 1990-an, pembangunan pusat perbelanjaan yang baru menjadi terhenti. Dengan keadaan pasar yang lebih stabil dan didukung daya beli masyarakat yang meningkat tahun 1999-2001, mulai dibangun kembali pusat-pusat perbelanjaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha dalam Pusat Perbelanjaan antara lain :

- a. Keamarian terjamin, baik aman dari bahaya dalam (kebakaran) dan aman dari bahaya luar (penjarahan dan pencurian).
- b. Akses jalan yang memadai menuju pusat perdagangan.
- c. Kemudahan menuju lokasi perdagangan.

- d. Tersedianya fasilitas parkir yang memadai.
- e. Semakin banyak fasilitas yang bisa dinikmati pengunjung.

Faktor-faktor tersebut diatas bisa digunakan sebagai acuan dalam pemilihan lokasi pembangunan pusat perbelanjaan..

6. Aksesibilitas Dalam Pusat Perbelanjaan.

Menurut UU No. 4 Tahun 1997 (tentang Penyandang Cacat) yang dimaksud dengan *aksesibilitas* adalah kemudahan yang disediakan bagi penyandang cacat guna mewujudkan kesamaan kesempatan yang sama dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan. Adapun *penyandang cacat (difabel)* adalah setiap orang yang mempunyai kelainan fisik dan/atau mental, yang dapat mengganggu atau merupakan rintangan dan hambatan baginya untuk melakukan secara selayaknya, yang terdiri dari : penyandang cacat fisik, penyandang cacat mental, penyandang cacat fisik dan mental.

Dilihat dari aksesibilitas, fisik maupun non fisiknya, para penyandang cacat di Indonesia selama ini dinilai belum mendapat kesempatan yang setara dengan masyarakat umum lainnya. Bahkan, masyarakat Indonesia pada umumnya masih meragukan dan belum mempercayai kemampuan para difabel untuk dilibatkan dalam berbagai aktifitas kehidupan dan penghidupan.

Jika seseorang yang duduk diatas kursi roda dan tidak bisa beribadah di tempat ibadah karena tidak ada tangga dan akses terhadap difabel, maka yang dipersalahkan janganlah kaum difabel, melainkan perlu instropeksi akan adanya diskriminasi dalam arsitektur bangunan tersebut. Bangunan publik dalam hal ini adalah Pusat Perbelanjaan harusnya bisa diakses oleh semua orang termasuk ibu hamil, orang yang sudah tua, anak kecil dan para difabel, namun yang terjadi adalah banyak Pusat Perbelanjaan yang menggunakan tangga untuk mengatasi perbedaan ketinggian lantai sehingga para difabel (khususnya pengguna kursi roda) sangat sulit untuk mengaksesnya. Kaum difabel sebenarnya tidaklah butuh kekhususan/keistimewaan yang malah membuat mereka berkecil hati, akan tetapi

mereka hanya butuh sarana / akses yang memberi kemudahan dan akses itu tetap dapat digunakan oleh semua orang, walau para difabel yang jadi prioritas.

Di Klaten jumlah penyandang cacat, baik cacat fisik maupun cacat mental adalah sebagai berikut : (tabel 1.4)

JENIS CACAT	JUMLAH
Cacat tubuh	1964
Cacat netra	896
Cacat mental	1058
Cacat ganda	44
Cacat runtu dan wicara	529
JUMLAH TOTAL	4491

Sumber : Dinas Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial

Dari keseluruhan jumlah penyandang cacat, 75% nya adalah penyandang cacat fisik. Para difabel ini juga manusia yang mempunyai berbagai macam kebutuhan dan mendapatkan kemudahan dalam mencapai pusat-pusat perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan mereka layaknya manusia normal.

Para difabel bukanlah beban tetapi mereka adalah makhluk ciptaan Tuhan yang mempunyai hak yang sama dengan manusia normal. Fasilitas bagi difabel untuk pencapaian yang mudah banyak yang harus dibenahi terutama untuk kemandirian para difabel, bukan sekedar kenyamanan karena pelayanan tetapi perlu adanya perhatian terhadap akses untuk penyandang cacat.

B. Permasalahan dan Perumusan Masalah.

1. Area Problem.

Pusat Perbelanjaan yang menggabungkan antara sarana belanja dan sarana rekreasi sangat perlu keberadaannya, mengingat pertumbuhan Kota Klaten yang kian berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan meningkatnya sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran.

Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah penduduk Kabupaten Klaten saat ini sebesar 1.277.297 jiwa, mengalami kenaikan sebesar 0,45% dan sektor yang paling dominan di tahun ini adalah sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 27,17%. Tuntutan perlu adanya pusat perbelanjaan yang rekreatif juga dikarenakan meningkatnya suatu kebutuhan akan sarana belanja yang lengkap (one stop shopping) dan sekaligus dapat memberikan kepuasan berbelanja, sebab pusat perbelanjaan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana rekreasi, karena keberadaan tempat rekreasi yang terletak didalam kota di Kota Klaten sangatlah jarang.

Pada saat ini fasilitas perbelanjaan yang ada di Klaten antara lain : Swalayan (Mitra, Laris, Amigo, dll), Plaza (Matahari), Pertokoan, Pasar. Namun keberadaannya masih jauh dalam pelayanan seperti yang diharapkan yakni sebagai sarana belanja dan sarana rekreasi, dan juga pusat-pusat perbelanjaan tersebut hanya bisa diakses oleh manusia normal. Dengan tingginya tangga masuk yang hampir mencapai 1 meter (di Plaza Matahari) mustahil para difabel bisa masuk kedalam bangunan tersebut dengan kemampuannya sendiri.

Pusat perbelanjaan yang rekreatif yang dimaksud adalah suatu wadah kegiatan perdagangan yang menggabungkan sarana belanja dengan sarana rekreasi yang dapat diakses oleh semua orang termasuk ibu hamil, orang jompo, anak kecil dan masyarakat difabel. Oleh sebab itu perlu diciptakan akses-akses yang bisa dimanfaatkan oleh sebanyak mungkin pengguna, penataan ruang dan sistem sirkulasi ditata sedemikian rupa untuk memudahkan pelayanan dan menciptakan suasana yang menyenangkan (rekreatif), kemudian tersedia fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan pelayanan rekreasi, misal tempat hiburan (Timezone) dan taman-taman baik di dalam maupun di luar ruangan.

Pusat perbelanjaan yang ini direncanakan berada pada kawasan perdagangan dalam kota atau dalam area pusat pengembangan kota. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada potensi sekitar tapak yang nantinya akan dikembangkan. Beberapa potensi yang akan dikembangkan diantaranya terminal, kawasan pemukiman, toko-toko kecil disekitar lokasi.

Dengan hadirnya pusat perdagangan di lokasi tersebut diharapkan nantinya dapat menjadi pemicu bagi perkembangan aktifitas perdagangan di sana. Karena lokasi terpilih juga dilalui oleh jalur utama transportasi antar kota berarti dari aksesibilitas pusat perbelanjaan tersebut nantinya akan lebih mudah dijangkau dan memenuhi harapan masyarakat.

Yang perlu ditekankan dalam perencanaan pusat perbelanjaan ini adalah bangunan tersebut harus aksesibel atau dapat dicapai oleh semua orang dari berbagai kemampuan (ibu hamil, anak kecil, orang jompo dan masyarakat difabel). Selain untuk aksesibilitas, akses-akses dalam pusat perbelanjaan yang akan direncanakan dapat menjadi daya tarik tersendiri, karena sampai saat ini belum ada pusat perbelanjaan di Klaten yang aksesibel bagi semua penggunanya.

"Sesuatu yang baru selalu memiliki daya tarik tersendiri. Lain jika hanya duplikasi dari yang sudah ada sebelumnya, pasti akan segera dilupakan, bahkan dianggap tidak pernah ada". (Syarifuddin Noor, Dirut PT Assalam Niaga Utama).

2. Rumusan Masalah.

I. Permasalahan Umum.

Bagaimana menciptakan Pusat Perbelanjaan yang menggabungkan fungsi sarana belanja dan sarana rekreasi.

II. Permasalahan Khusus.

- a. Bagaimana menciptakan sebuah Pusat Perbelanjaan yang dapat diakses oleh semua masyarakat termasuk masyarakat difabel, yang mengacu pada "kesamaan hak" untuk setiap pengguna.
- b. Bagaimana merancang interior bangunan yang mampu memberikan perjalanan yang bebas hambatan.

C. Tujuan dan Sasaran.**1. Tujuan.**

Merancang sebuah Pusat Perbelanjaan sebagai sarana belanja dan rekreasi yang aksesibel bagi semua.

2. Sasaran.

- a. Menghasilkan konsep perumusan perwadahan kegiatan belanja dan rekreasi
- b. Menghasilkan rumusan tentang aksesibilitas sebuah pusat perbelanjaan sehingga dapat menciptakan lingkungan binaan yang dapat diakses oleh semua orang sehingga terwujud kemandirian bagi semua orang yang memiliki ketidakmampuan fisik termasuk para difabel.

D. Keaslian Penulisan.**I. Judul : Shopping Center, Achid Zudhirianto, TA UII 2000**

Permasalahan : Bagaimana merancang Shopping Center dengan suasana

Ruang yang kreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen yang diciptakan melalui bentuk, skala ruang, sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang.

II. Judul : Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Banjarmasin, Irwar Ari Danu, TA UII 2000.

Permasalahan : Bagaimana penerapan konsep integrasi ruang luar pada

ruang dalam agar kesan alamiah dalam bangunan / interior dapat tercapai.

III. Judul : Pusat Perbelanjaan Jobokuto di Jepara, Husin Hariyono, TA UII 2001.

Permasalahan : Bagaimana membuat bangunan Pusat Perbelanjaan yang

Sesuai dengan arsitektur regional kota Jepara, dan mampu mewadahi kegiatan berbelanja masyarakat Jepara.

IV. Judul : Shopping Center di Kabupaten Pontianak, Audian, TA UII 2002.

Permasalahan : Merespon iklim guna menunjang arsitektur bioklimatik sebagai Konservasi energi pada bangunan Shopping Center.

V. Judul : Pusat Perbelanjaan dan rekreasi di Kabupaten Tegal, Jawa Tengah, Solichul Hadi, TA UII 2003

Permasalahan : Memanfaatkan unsur alam sebagai penambah suasana rekreatif pada ruang dalam.

VI. Judul : Pusat Perbelanjaan di Klaten, Rita Lusiana Hapsari, TA UII 2005

Permasalahan : Bagaimana menciptakan sebuah Pusat Perbelanjaan yang Dapat diakses oleh semua pengguna sebaga perwujudan *Universal Design*.

E. Tinjauan Pusat Perbelanjaan

1. Pengertian Pusat Perbelanjaan.

Pusat Perbelanjaan adalah Sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (operating unit), 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. (Urban Land Institute, Shopping Centers Development Handbook, Community Builders Handbook Series, Washington, 1977)

Pengertian yang lain menyebutkan Pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang / jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan memetik keuntungan. (Gruen, Victor, Centers for the Urban Enviroment : Survival of the Cities, Van Nostrand Reinhold Co., New York, 1973)

Pusat perbelanjaan juga dapat diartikan sebagai suatu perkembangan pasar modern dengan sasaran pembeli kaum menengah atas sehingga penekanan lebih ke arah kenyamanan berbelanja, dan adanya beragam produk

yang ditawarkan sebagai jaminanurna jual dan harga yang bersaing dengan kualitas (Ciputra, 1988 : 33)

Secara umum Pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi/relax. (Nadine Bendington, Design for Shopping Center, Butterworth Design Series, 1982, pp.28)

2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.

a. Berdasarkan bentuk fisik, yaitu :

1. *Shopping Street* :

Toko yang berderet di sepanjang sisi jalan.



Gambar 1.2 . Shopping Street
(Sumber : internet)

2. *Shopping Center* :

Komplek pertokoan yang terdiri dari stan-stan toko yang disewakan atau dijual.



Gambar 1.3. Shopping Center

3. *Shopping Precint :*

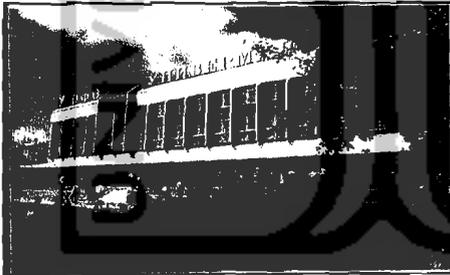
Komplek pertokoan yang pada bagian depan stand (toko) menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari segala macam kendaraan.



Gambar1.4. Shopping Precint

4. *Department Store :*

Merupakan suatu toko yang sangat besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai yang menjual macam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang-barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantai berkisar antara 10.000-20.000 m².



Gambar 1.5. Department Store
(Sumber : internet)

5. *Supermarket* :

Merupakan toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan system pelayanan self service dan area penjualan bahan makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan. Luasnya berkisar antara 1.000-2.500 m².



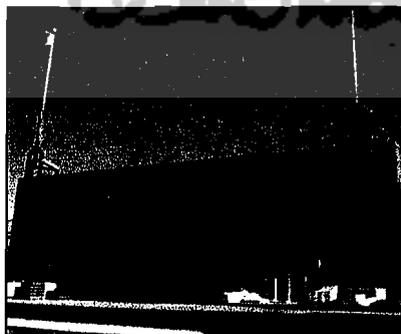
Gambar 1.6. Supermarket
(Sumber : Internet)

6. *Department Store dan Supermarket* :

Merupakan gabungan bentuk-bentuk pusatperbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan kedua jenis perbelanjaan diatas)

7. *Super Store* :

Merupakan toko satu lantai yang menjual macam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistim self service. Luasnya berkisar antara 5.000-7.000 m², dengan luas area penjualan minimum 2.500 m². (Nadine, Benddington, Design for Shopping Center, Butterworth Design Series, 1982).



Gambar 1.7. Superstore
(Sumber : internet)

b. Berdasarkan skala pelayanan yaitu :

1. *Pusat Perbelanjaan Lokal (Neighbourhood Center) :*

Jangkauan pelayanan antara 5.000 – 40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 30.000 – 100.000 sq.ft. (2.787 – 9.290 m²). Unit terbesar berupa supermarket.

2. *Pusat perbelanjaan Distrik (Community Center) :*

Jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk (skala wilayah). Luas area berkisar antara 100.000 – 300.000 sq.ft. (9.292 – 27.870 m²). Terdiri dari department store kecil, supermarket dan toko-toko.

3. *Pusat Perbelanjaan Regional (Main Center) :*

Jangkauan pelayanan antara 150.000 – 400.000 penduduk. Luas area berkisar antara 300.000 – 1.000.000 sq.ft. (27.870 – 92.990 m²). Terdiri dari Department Store, Junior Department Store dan berjenis-jenis toko. (Gruen, Victor, Shopping Town USA, The Planning of Shopping Centers, Reinhold Publishing Cooperation NY, 1960)

c. Berdasarkan kuantitas barang yang dijual yaitu :

1. *Toko Grosir.*

Toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang-barang tersebut biasanya disimpan ditempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.

2. *Toko Eceran (Retail)*

Toko yang menjual barang dalam jumlah yang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Lingkup system eceran ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu toko (retail) akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.

d. Menurut Departemen Perdagangan RI**1. Pusat Perbelanjaan Primer.**

Fasilitas perbelanjaan yang melayani seluruh wilayah kota.

2. Pusat Perbelanjaan Sekunder.

Fasilitas perbelanjaan yang melayani sebagian wilayah kota atau lingkungan.

3. Pusat Perbelanjaan Tersier.

Fasilitas perbelanjaan yang melayani lingkungan perumahan.

e. Berdasarkan variasi barang yang dijual :**1. Specially Shop.**

Pusat perbelanjaan yang toko-tokonya menjual satu jenis barang.

Contoh : toko sepatu, toko pakaian.

2. Variety Shop.

Pusat perbelanjaan yang toko-tokonya menjual berbagai jenis barang.

3. Penampilan Visual Pusat Perbelanjaan.

Penampilan visual penting artinya bagi pusat perbelanjaan, guna memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan pusat perbelanjaan tersebut.

