

BAB II

BATASAN DAN PENGERTIAN

2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan dan Shopping Mall

Suatu area (linier) dengan pepohonan, taman yang dilengkapi dengan area tempat berjalan kaki, tempat duduk, sculpture, kolam air mancur, pola – pola paving dan sebagainya. (*Rubentein – Central City Mall, 1978*)

Rubenstein juga menjelaskan bahwa Mall dapat diartikan sebagai suatu area pergerakan linier pada sebuah central city business area yang lebih diorientasikan pada pejalan kaki, bentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang – ruang interaksional.

Apabila Mall diterjemahkan dari kamus *The Bandom House Dictionary* artinya adalah suatu tempat orang berjalan dengan santai yang disekitarnya terdapat toko – toko, serta mudah dicapai baik dari entrance maupun tempat parkir.

Definisi Shopping Mall

1. Shopping Mall adalah hal berbelanja, menurut :
 - a. Aktivitas, dilakukan secara rutin / insedentil untuk memenuhi kebutuhan, kesenangan sosial atau memanfaatkan waktu luang.
 - b. Sifat, distribusi barang secara langsung oleh penjual untuk memenuhi permintaan konsumen yang bersifat

komersial meliputi penyediaan, penyimpanan dan penjualan barang

2. Mall adalah tempat berjalan atau pedestrian

- a. Makna asal Mall adalah area yang biasanya dilingkupi oleh pepohonan, digunakan sebagai tempat jalan – jalan / open space yang terbentuk dari ruang – ruang antar bangunan yang digunakan sebagai tempat sirkulasi pejalan kaki diluar bangunan.
- b. Makna luas Mall adalah suatu area pergerakan linier pada suatu pusat usaha yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang – ruang tertentu yang dilengkapi unsur dekoratif.

Dari uraian diatas diperoleh gambaran *Shopping Mall* adalah sebagai wadah kegiatan komersial dengan publik space atau Mall yang dirancang khusus bagi pejalan kaki (pedestrian), dengan deretan toko disetiap sisi jalan, tempat orang melakukan aktivitas berbelanja, atau sekedar jalan – jalan menikmati suasana, terpisah dari lalu – lintas kendaraan, memiliki akses mudah dari jalan umum, dilengkapi unsur dekoratif dan kenyamanan.

2.2 Karakter Dasar Shopping Mall

1. Mall Terbuka

Adalah Mall tanpa pelingkup. Keuntungan kesan yang ditimbulkan luas, perencanaan teknis mudah sehingga biaya murah. Kerugiannya kesulitan Climatic control (berpengaruh terhadap kenyamanan).

2. Mall Tertutup

Mall dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan climatic control, sedangkan kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas.

3. Komposit Mall

Merupakan gabungan antara mall yang terbuka dengan tertutup dimana sebagian terbuka dan bagian lainnya tertutup.

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan suatu kota atau lingkungan setempat, dimana pusat perbelanjaan merupakan sarana prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan, pembelian atau salah satu lingkungan untuk berkomunikasi, berkumpul dan berekreasi.

Definisi pusat perbelanjaan lebih lanjut adalah :

1. Pusat perbelanjaan merupakan kegiatan jual beli yang berorientasi kedalam karena kegiatan jual beli itu lebih ditujukan pada manusia yang berada didalam bangunan.
2. Pusat perbelanjaan merupakan suatu kelompok fasilitas pertokoan dalam suatu bangunan yang direncanakan sebagai area jual beli, area

untuk berjalan – jalan, istirahat, area untuk bermain anak – anak, dan pola paving yang menarik.

3. Pusat perbelanjaan adalah sebuah tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial.
4. Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi 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.

(Sumber : An no Name, *Community Builders Handbook*, 1997)

Jadi *Shopping Mall* dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berintikan satu ataupun beberapa department store besar (main tenant) sebagai daya tarik, dengan tipologi ruang toko menghadap ke koridor utama.

Dari penjelasan diatas jelaslah bahwa sirkulasi merupakan faktor yang sangat vital dalam sebuah *Shopping Mall*.

2.3 Jenis Pusat Perbelanjaan

1. Berdasarkan Jangkauan Pelayanan

a. Pusat perbelanjaan lokal (Neighbourhood Center)

Jangkauan pelayanannya antara 5.000 – 40.000 penduduk (skala lingkungan).

Luas areanya berkisar antara 30.000 – 100.000 sq.ft. (2.787 – 9.290 m²)

Jenis fasilitas : supermarket, toko – toko tunggal (shop unit)

b. Pusat Perbelanjaan Distrik (Community Center)

Jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk (skala wilayah . Luas area bekisar antara 100.000 – 300.000 sq.ft. (9.290 – 27.870 m²)

Jenis fasilitas : department store, variety store, yunior department store, supermarket dan toko – toko tunggal.

c. Pusat Perbelanjaan Regional (Main Center)

Jangkauan bekisar antara 150.000 – 400.000 penduduk. Luas area bekisar antara 300.000 – 1.000.000 sq.ft. (27.870 – 92.990 m²).

Jenis fasilitas : Junior department store, department store dan toko – toko.

(Sumber : Saifullah, Ahmad, M. T. Superblok Apartemen, Pusat Belanja & Perkantoran, Jogjakarta : UGM).

2. Berdasarka Standart ULI (Urban Land Institute)

a. Neighborhood Center

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 5.000 m².

Contoh fasilitas : Supermarket

b. Community Center

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 15.000 m².

Contoh fasilitas : Junior Department Store, Supermarket.

c. Regional Center

Yaitu pusat perbelanjaan dengan luas area yang digunakan 40.000 m².

Contoh fasilitas : dua atau lebih Department Store.

3. Berdasarkan bentuk fisik

a. Shopping Street yaitu sederetan pertokoan disepanjang sisi jalan.

Contoh fasilitas : Pertokoan disepanjang jalan Mallioboro.

b. Shopping Center yaitu komplek pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.

c. Shopping Precint yaitu komplek pertokoan dengan stan toko menghadap keruang terbuka yang terbebas dari kendaraan.

d. Department Store yaitu suatu toko besar terdiri beberapa lantai dan menjual berbagai macam barang. Peletakan tata letak yang memudahkan sirkulasi dan kejelasan akses. Luas lantai 10.000 – 20.000 m².

Contoh : Matahari

e. Supermarket yaitu toko yang menjual barang kebutuhan sehari – hari dengan system pelayanan sendiri dan penjualan bahan

makanan tidak melebihi 15 % dari seluruh area penjualan. Luas lantai bekisar 1.000 – 2.500 m².

Contoh : Mirota Kampus

- f. Department Store dan Supermarket yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan antara department store dan supermarket).

Contoh : Mallioboro Mall

- g. Super Store Yaitu toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri, dengan lahan terbatas. Luas lantai bekisar 5.000 – 7.000 m².

4. Berdasarkan kuantitas barang

- a. Toko Grosir

Yaitu toko yang menjual barang – barang dalam jumlah yang besar.

- b. Toko Eceran

Yaitu toko yang menjual barang – barang persatuan barang.

5. Menurut Departemen Perdagangan RI

- a. Pusat Perbelanjaan Primer

Fasilitas perbelanjaan yang melayani seluruh wilayah kota.

- b. Pusat perbelanjaan Sekunder

Fasilitas perbelanjaan yang melayani sebagian wilayah kota atau lingkungan.

c. *Pusat Perbelanjaan Tersier*

Fasilitas perbelanjaan yang melayani lingkungan perumahan.

2.4 Persyaratan Shopping Mall

2.4.1 Persyaratan Umum

a. Lokasi

Hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi adalah

- Tempat – tempat yang sudah tentu ramai, seperti pusat kota, dimana banyak orang lalu lalang (posisi strategis).
- Mudah dicapai baik oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum transportasi mudah, prasarana memadai.

b. Jalan Masuk (akses)

Pembagian jalan masuk

- Untuk pejalan kaki, kendaraan pribadi dan mobil barang sebaiknya terpisah.
- Ada jalan pintas (terlindung oleh sinar matahari dan hujan) yang menghubungkan tempat – tempat.

c. Pengaturan Pembagian Ruang

Pertokoan besar, dilengkapi ruang aula dan peragaan, restoran, kedai minum, tempat bermain, bank, kantor pos, biro perjalanan, bioskop dan taman.

d. Tempat penjualan

Ruang bawah tanah lebih baik dipergunakan untuk tempat penjualan dibandingkan dengan lantai tambahan di atasnya.

e. *Tinggi Lantai*

Untuk unit besar antara 4 – 5 m. Untuk unit kecil 3 m tergantung dari jenis pelayanannya pada ruang – ruang yang terlalu tinggi, biasanya agak membuat pengunjung menjadi segan. Unit – unit pertokoan tidak menggunakan pencahayaan alami, melainkan memanfaatkan pencahayaan buatan dengan ventilasi mekanik.

f. *Pergerakan antar lantai*

- *Tangga*

Letak tangga harus dibuat agar mudah dilihat dan dicari. Apabila tangga dimaksudkan juga sebagai jalan darurat, sebaiknya direncanakan dekat pintu keluar.

- *Elevator*

Mudah dilihaat dari pintu masuk. Diletakkan ditengah – tengah bangunan dengan jarak tidak lebih dari 50 m dari bagian penjualan pada masing – masing lantai.

- *Eskalator*

Memasang escalator pada suatu tempat tertentu akan mengurangi lebar efektif Mall (yang merugikan sejumlah penyewa tertentu). Akan lebih baik jika ditempatkan pada suatu koridor layan pada secondary Mall dan harus ditandai dengan jelas.

2.4.2. Persyaratan Khusus

a. Tata letak Bangunan

Hirarki dari penyewa yang terbesar dan terpenting (major tenants, anchors tenants). Suatu pusat dengan satu penyewa tunggal mungkin cukup memiliki konfigurasi sirkulasi linier. Fasilitas dengan tiga atau lebih penyewa utama membutuhkan loop atau kelompok – kelompok jalur sirkulasi. Perlu memperhatikan pintu samping, pintu darurat dan juga untuk pintu servis / dropping / logistik.

b. Kenyamanan Pengunjung

- Pengunjung pada umumnya akan berada 1,5 jam – 2 jam dalam fasilitas tersebut ketika berjalan.
- Bahan lantai jangan terlalu licin sehingga enak untuk berjalan.
- Fasilitas yang bervariasi, bisa pada ruang, dekor, cahaya dan sebagainya sehingga membuat nyaman.

c. Keamanan

Fasilitas keamanan yang memadai sangat diperlukan baik terhadap aksi kekerasan yang serius maupun pencurian.

d. Karakter bangunan

Karakter bangunan yang bersifat komunikatif dan komersial, untuk mewujudkannya dibutuhkan perancangan ruang yang memberi kesan terbuka, menerima sertakemungkinan pengaruh lingkungan sekitarnya.

e. *Efisiensi Pemakaian Ruang*

Perencanaan dan perancangan ruang yang efisien tanpa mengorbankan factor – factor penting lainnya diperlukan karena harga tanah yang tinggi sedangkan fasilitas komersial ini harus mendapat untung sebesar – besarnya.

2.4.3. *Persyaratan Standar*

a. *Anchor Tenant*

Kunci sukses sebuah Mall adalah masalah perencanaan Keys Tenants yaitu pemilihan dan penempatan anchors tenants. Penyewa utama seperti department store, supermarket pemempatannya harus mampu menjadi magnet bagi pengunjung.

b. *Atrium*

Sebagai pusat dari Mall yang merupakan tempat berkumpul dan pusat dari orientasi dari semua fungsi komersial yang ada. Juga dapat digunakan Sebagai tempat pameran atau pedagang kaki lima menggelar barang dagangannya.

c. *Koridor*

Ciri utama yang membedakan Mall perbelanjaan dengan pusat perbelanjaan yang lainnya adalah koridornya tunggal dengan atrium disepanjang koridor, dengan lebar 8 – 16 m. Dengan perletakan anchor tenant pada ujung – ujungnya, atrium sebagai pusat, mau tidak mau mengarahkan pengunjung untuk melewati koridor tersebut kearah daerah magnet, sehingga semua toko terlewati.

d. Struktur

Pada dasarnya ada tiga alternatif struktur bangunan, dengan bentang yang ideal di perkirakan antara 12 – 15 m. Adapun alternatif tersebut adalah :

- Rangka baja structural
- Rangka kayu structural laminated
- Rangka beton, yang mungkin pra cetak, atau cetak ditempat.

e. Utilitas

Material Instalasi listrik

- Masing – masing petak dilayani oleh panel / circuit breaker tersendiri
- Dengan bus ducs, yang fleksibel namun kurang ekonomis

Pengkondisian Udara

- Central Plant. Modal awal lebih tinggi, perawatan tak terlalu tinggi, membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan total, kontrol multizone akan mahal dan rumit, membutuhkan ruang tersendiri dan hilangnya area sewa.
- Individual units. Modal awal lebih rendah, perawatan tinggi, tidak membutuhkan teknisi khusus, kerusakan akan menimbulkan gangguan sebagian, tidak kehilangan area sewa, namun perlu hubungan ke atap dan struktur khusus.

f. Material Lantai dan Dinding

- Area sewa. Lazimnya diserahkan pada penyewa dalam bentuk lantai semen datar dan licin. Finishing merupakan tanggungan penyewa.
- Area mall. Di finishing dengan terrazza atau buatan semacamnya dimana pertimbangannya adalah ketahanan, harga, dan perawatan.
- Area layanan. Lazimnya dalam bentuk lantai semen biasa, yang mungkin di finishing dengan warna dan sebagainya.

Dinding eksterior, interior sekitar area pelayanan, partisi interior antar petak. Secara umum, untuk lantai dan dinding berlaku pertimbangan : Biaya awal dan perawatan, Usia material dan dampak penggantian, Kemungkinan penggantian material baru di masa mendatang.

g. Storefront dan Dekor

Storefront Sebagai bagian dari pembentukan karakter / suasana mall. Penyewa melihatnya sebagai terpenting untuk menarik pelanggan. Harus dirancang dengan cermat, termasuk signband dan berbagai tanda / grafis. Meski demikian, imajinasi individual penyewa harus diperbolehkan, termasuk untuk menghidupkan suasana mall.

Dekor untuk memberikan suasana dapat meliputi berbagai jenis : lantai, dinding, langit – langit, pencahayaan, Storefront, signband, sign tegak.

Elemen – elemen lainnya : Peralatan tengah, area terbenam air, air mancur, tempat – tempat duduk, patung, artwork, tanaman, kios – kios,

supergrafik, fasilitas – fasilitas umum (telepon, pemadam kebakaran, dan lain sebagainya).

h. **Tanaman**

Tanaman artificial atau alami dalam ruangan, ada beberapa persyaratannya sebagai berikut : Cocok untuk di dalam ruangan, sesuai untuk iklim lokasi yang bersangkutan, harus disirami cukup dan sekaligus membersihkan debu, harus memiliki tanah dan pupuk yang cukup, membutuhkan pencahayaan alami, dekat jendela atau di bawah tingkap langit, perlu sedikit kelembaban dalam pengondisian udara.

i. **Program Ruang berdasarkan hubungan ruang antar kegiatan, sifat, jenis, dan sasaran pelayanan, dapat dikelompokkan :**

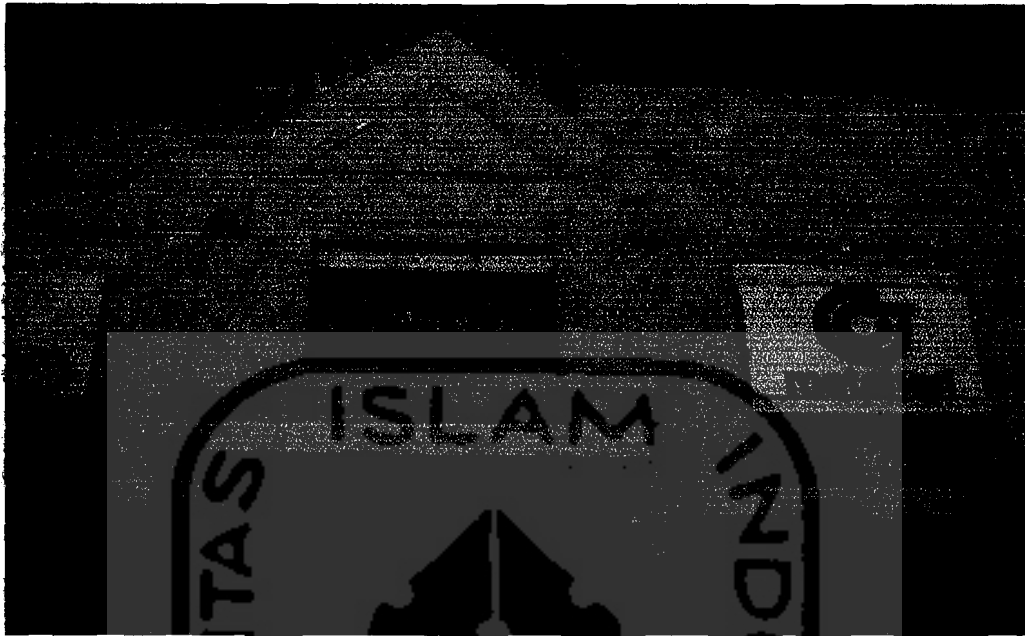
- Zona Publik (Plaza, trotoar, jembatan penghubung, parkir)
- Zona Semi Publik (ruang jual beli, servis (lavatory), mall)
- Zona Semi Privat (restoran, area bermain anak, musholla)
- Zona Privat (ruang pengelola elektrik, gudang)

2.5 Studi Observasi Pusat Perbelanjaan

Studi observasi lapangan dilakukan sebagai bahan untuk melakukan perbandingan dan acuan untuk mendapatkan konsep pusat perbelanjaan yang jelas dan terarah.

2.5.1 Mallioboro Mall

Mallioboro Mall adalah pusat perbelanjaan di Yogyakarta yang terletak di Jl. Malloboro yang merupakan kawasan perdagangan (trade center).



Gambar 2.1. Malioboro Mall di Jogjakarta

Sumber : Observasi Lapangan

1. Pembagian Ruang Perlantai

a. Lantai basement

Dengan ketinggian -7.70 digunakan untuk area parkir mobil 3050 m^2 dan ruang mekanikal elektrikal 750 m^2 .

b. Lantai lower ground

Dengan ketinggian -4.00 digunakan untuk ruang loading dock supermarket 15 m^2 , supermarket 1616 m^2 , toy center 176 m^2 , book store 368 m^2 , hall 64 m^2 , retail pertokoan 24 m^2 (3 buah), 36 m^2 , 32 m^2 , (2 buah), 44 m^2 (4 buah).

c. Lantai upper ground

Dengan ketinggian ± 0.00 digunakan untuk restoran 392 m^2 , lobby 60 m^2 , kios terbuka (64 m^2 , 48 m^2), department store 408 m^2 , retail

pertokoan 28 m^2 (2 buah), 20 m^2 (3 buah), 30 m^2 , 44 m^2 (16 buah),
 52 m^2 (2 buah), 66 m^2 .

d. Lantai I

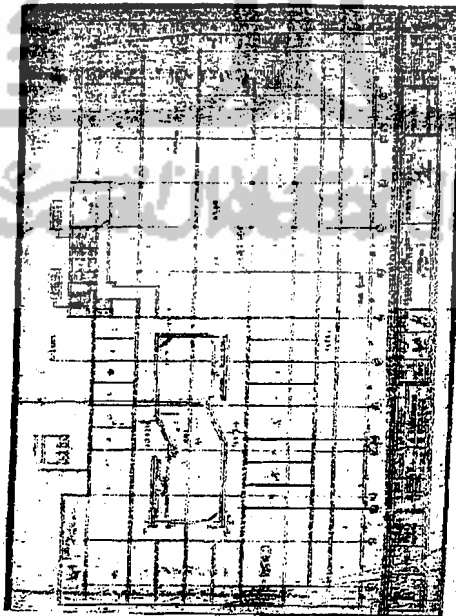
Dengan ketinggian + 4.00 digunakan untuk department store 1698 m^2 , retail pertokoan 48 m^2 , (4 buah), 44 m^2 , (6 buah), 56 m^2 , (4 buah), 140 m^2 , 132 m^2 (2 buah), 168 m^2 , 84 m^2 .

e. Lantai II

Dengan ketinggian + 8.00 digunakan untuk department store 1754 m^2 , retail pertokoan 56 m^2 (7 buah), 48 m^2 (4 buah), 44 m^2 (9 buah), 84 m^2 , 176 m^2 , 196 m^2 .

f. Lantai III

Dengan ketinggian + 12.00 digunakan untuk department store 1754 m^2 dan food center 1316 m^2 .



Gambar 2.2. Denah Lantai III

Sumber : KP, A.Zaky, 1996

2. Bentuk dasar ruang

Menggunakan bentuk dasar segiempat sehingga penggunaan ruangnya menjadi mudah. Pola tata letak ruangnya berderet / linier diseluruh sisi bangunan sehingga dalam penggunaan ruangnya menjadi efisien.

3. Penampilan Bangunan (Building Performance)

Malioboro Mall merupakan perpaduan antara gaya Eropa, cina, dan tradisional Jogjakarta. Hal ini untuk menyesuaikan dengan fasad yang menghadap jalan di Malioboro, dibagi menjadi bagian kecil – kecil untuk menyesuaikan dengan irama / ritme fasad bangunan yang ada disepanjang jalan Malioboro. Selain itu juga meneruskan ruang pejalan kaki dibawah bangunan yang menjadi salah satu ciri Malioboro. (Wondoamiseno, 1991).



Gambar 2.3. Tampak Depan Malioboro Mall

Sumber : Observasi Lapangan

4. Sistem Struktur

a. Sistem struktur kolom

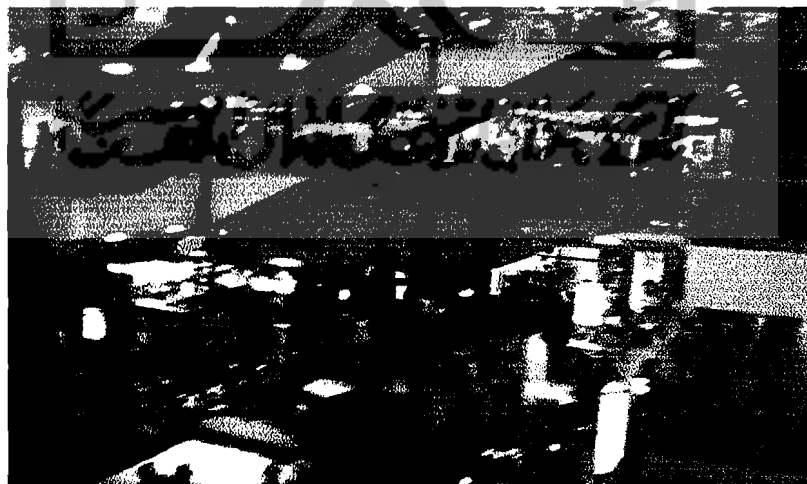
Pola grid yang digunakan adalah 5, 6, 7, 8. yang paling banyak, dan 9 m sehingga didapat ruang yang luas dan bebas kolom yang memudahkan dalam pengaturan ruangnya.

b. Sistem struktur atap

Menggunakan rangka baja agar dapat digunakan pada bentang lebar dan penutup atap transparan (sky light) pada tempat tertentu untuk memasukkan cahaya alami kedalam ruangan.

5. Sistem Transportasi Vertikal

Alat transportasi vertikal untuk pengunjung menggunakan escalator dan tangga. Perletakan escalator pada bagian tengah bangunan sehingga mudah dilihat dan mengarahkan gerak pengunjung keseluruhan area lantai dan akan berpengaruh terhadap penggunaan ruang sirkulasi.



**Gambar 2.4. Alat Transportasi Vertikal (Escalator)
Pada Malioboro Mall**

Sumber : Observasi Lapangan

6. Pola Sirkulasi

Pola sirkulasi bersifat linier yang diarahkan oleh perletakan unit pertokoan dan escalator, sehingga letaknya menjadi fleksibel dan penggunaan ruang sirkulasinya menjadi efisien.



Gambar 2.5. Selasar Malioboro Mall

Sumber : Observasi Lapangan

7. Sistem Utilitas

a. Tangga darurat

Perletakan tangga darurat pada sisi pinggir bangunan dan dua diantaranya terletak pada sudut bangunan sedangkan satu yang lainnya terdapat diruang servis.

b. Penghawaan

Sistem penghawaan dengan menggunakan Ac sentral.

c. Jaringan Listrik

Menggunakan jaringan yang berasal dari PLN pada kondisi Normal, sedangkan pada kondisi darurat menggunakan genset.

8. Parkir

Area parkir mobil dan motor dibedakan sehingga memudahkan sirkulasi kendaraan.

2.5.2 Galeria Mall

Galeria Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan di kota Jogjakarta. Bangunan ini terletak di sudut antara Jl. Jendral Sudirman, Jl. Rahayu dan Jl. Dr. Wahidin Sudirohusudo. Adapun luasan site yang digunakan untuk bangunan tersebut adalah $100.80 \times 49.60 = 4606.56 \text{ m}^2$ dengan ketinggian atap bangunan 16.00 m. Bangunan ini terdiri dari 3 lantai dan 2 basement.



Gambar 2.6. Galeria Mall di Jogjakarta

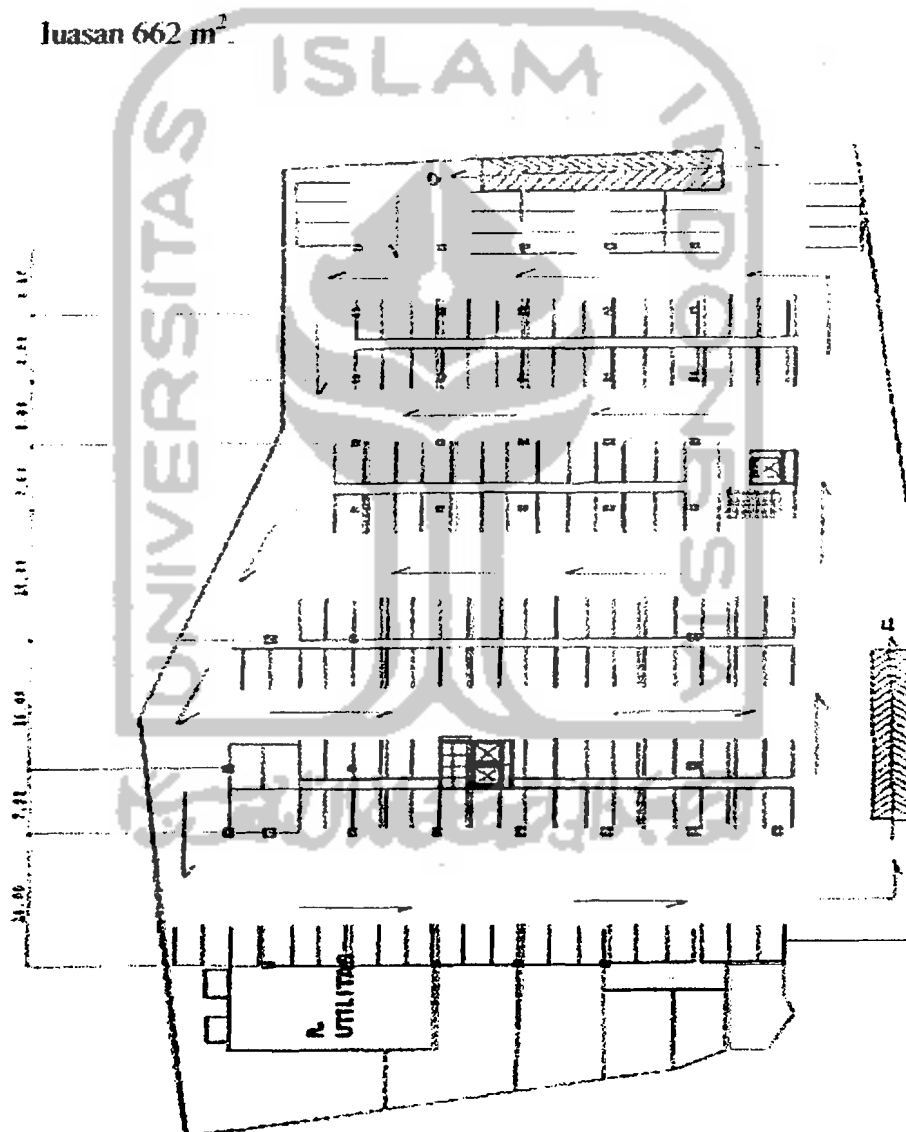
Sumber : Observasi Lapangan



1. Pembagian Ruang Perlantai

a. Lantai Bawah Tanah (Fasilitas Penunjang)

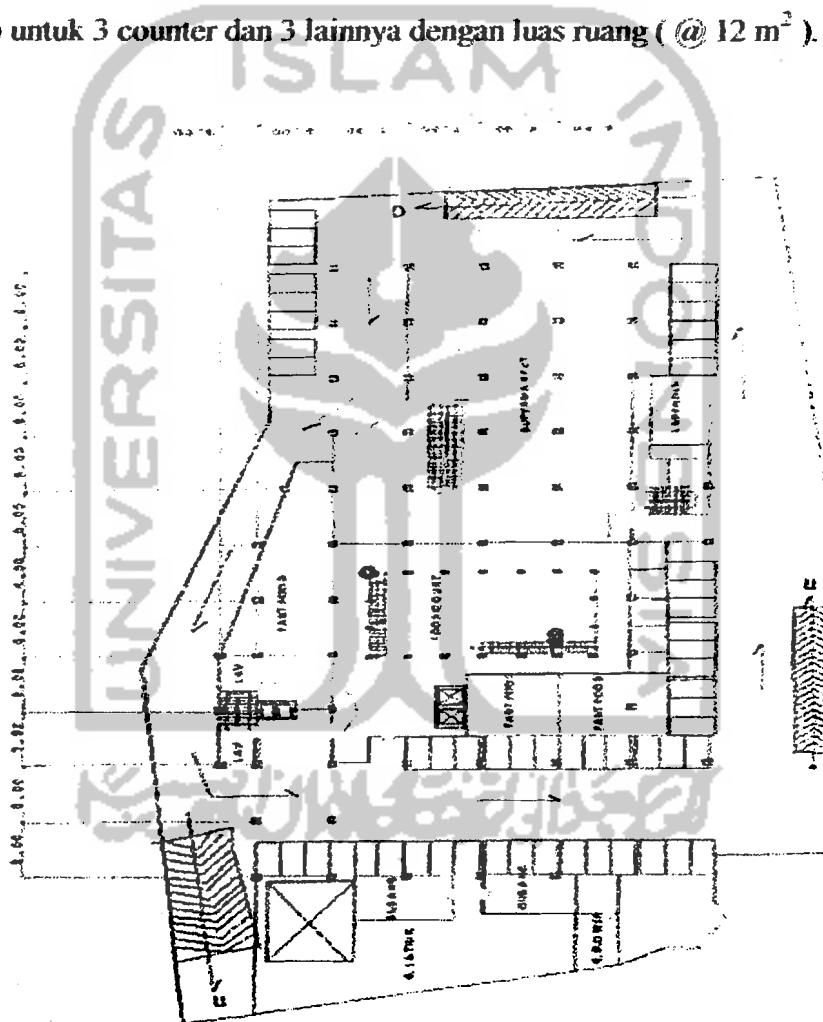
Dengan ketinggian lantai - 7.40 m digunakan untuk area parkir mobil dengan kapasitas untuk 173 mobil dengan luasan 3269 m², mushola dengan luasan 10 m², dan ruang mekanikal elektikal dengan luasan 662 m².



Gambar 2.7. Lantai Bawah tanah (Basement 2)

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

- b. Lantai Semi Bawah tanah (Fasilitas Penunjang dan Perbelanjaan)
 Dengan ketinggian – 4.20 m digunakan untuk supermarket 1056 m²,
 gudang 2 buah (@ 32 m²), ruang mekanikal dan elektrikal 630 m²,
 parkir mobil untuk kapasitas 40 mobil dengan luas ruang 1010 m²,
 fast food 600 m², serta counter kosmetik sebanyak 6 buah (@ 16 m²
) untuk 3 counter dan 3 lainnya dengan luas ruang (@ 12 m²).

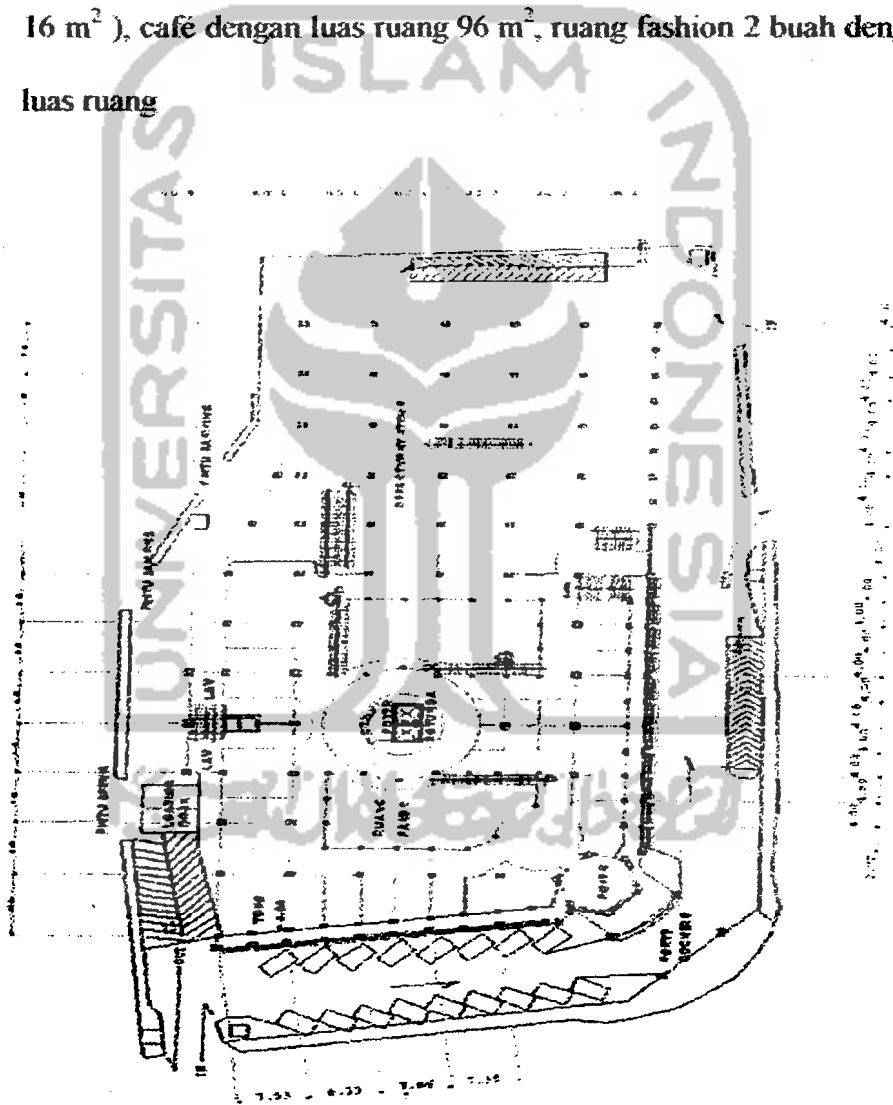


Gambar 2.8. Denah Lantai Semi Bawah Tanah (Basement 1)

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

c. Lantai Dasar (Fasilitas Paerbelanjaan)

Dengan ketinggian ruang ± 0.00 digunakan untuk department store (aksesoris, tas dan kosmetik) dengan luas ruang 1532 m^2 , ruang pameran dengan luasan 288 m^2 , toko kembang gula 2 buah dengan luasan @ 32 m^2 , toko optikal 8 buah dengan luasan @ 24 m^2 , 48 m^2 , 16 m^2), café dengan luas ruang 96 m^2 , ruang fashion 2 buah dengan luas ruang



Gambar 2.9. Denah Lantai Dasar

Sumber : KP, Ratna. S, 1998

(@ 32 m²), toko sepatu 4 buah dengan luas ruang (@ 32 m²), toko sepatu olah raga dan casual 2 buah (@ 32 m²), galeri arloji dan reparasi 32 m², area parkir untuk kendaraan roda empat dengan kapasitas 120 mobil tang terletak diluar bangunan 640 m².

d. Lantai I (Fasilitas Perbelanjaan)

Dengan ketinggian ruang + 4.00 digunakan untuk department store (busana wanita) 1344 m², toko sepatu dan tas 2 buah (@ 32 m²), toko perlengkapan interior 32 m², toko batik 2 buah (@ 32 m²), toko kaset 32 m², toko foto dan kamera 64 m², restoran (KFC) 128 m², rumah mode 2 buah (@ 32 m²), fashion 2 buah (@ 32 m²), toko casual 9 buah (@ 16 m², @ 32 m², @ 64 m²), toko jewelry 32 m², asesoris 32 m², busana wanita 64 m², optik 2 buah (@ 32 m², 64 m²).

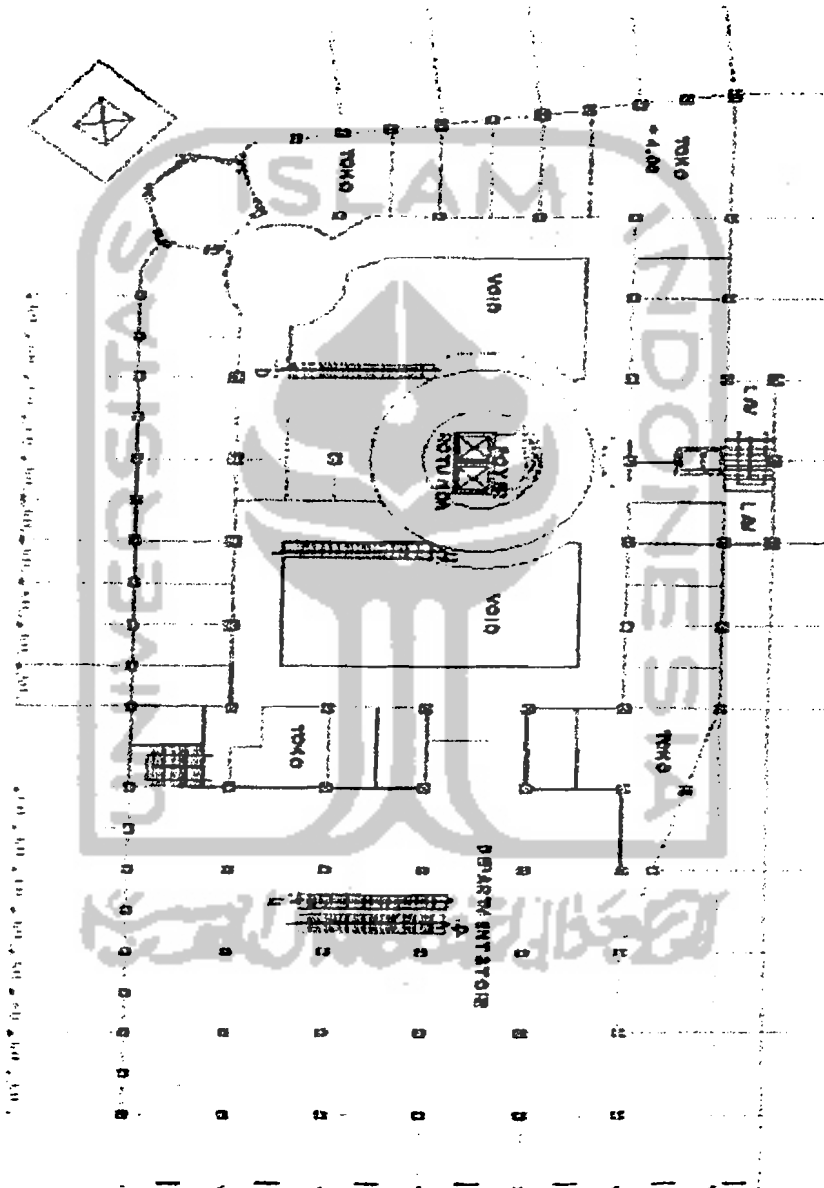
e Lantai II (Fasilitas Perbelanjaan)

Dengan ketinggian lantai + 8.00 digunakan untuk ruang department store (busana pria) 1344 m², toko peralatan tulis 375 m², rumah seni dan kerajinan 2 buah (@ 32 m²), Bridal dan salon 32 m², toko musik (64 m², 32 m²), toko batik 48 m², toko makanan (160 m², 48 m²), CD rooms 16 m², planet surf 112 m².

f Lantai III (Fasilitas Rekreasi & Hiburan)

Dengan ketinggian + 12.00 digunakan untuk ruang department store (perlengkapan rumah tangga dan anak) 1344 m², arena rekreasi dan

musik 128 m², taman makan dan minum 368 m², arena rekreasi
keluarga 64 m²



Gambar 2.10. Denah Lantai I, II, III (Tipikal)
Sumber : KP, Ratna. S, 1998

2. Bentuk Dasar Ruang

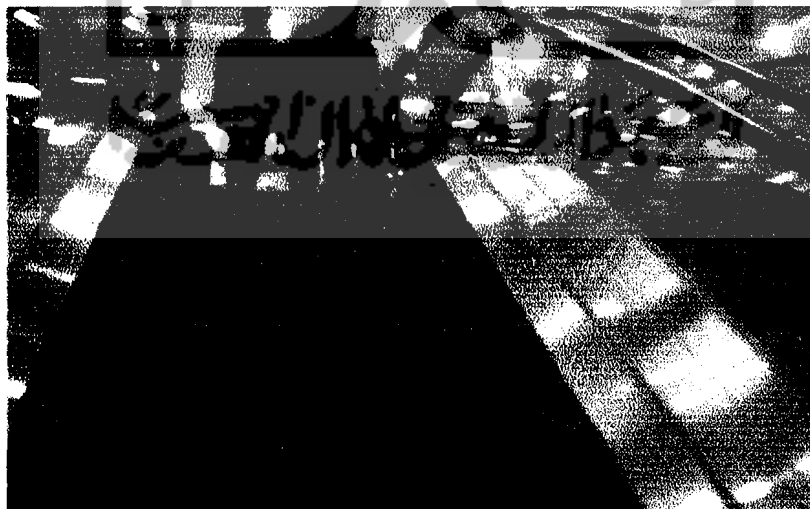
Menggunakan bentuk dasar segi empat dengan perletakan ruang sepanjang sisi bangunan secara berderet / linier sehingga ruang dapat digunakan secara efisien.

3. Sistem Struktur

Menggunakan pola grid 8 m, sehingga didapat ruang – ruang yang luas dan bebas kolom. Sehingga memudahkan dalam tata letak ruang dan arah gerak pengunjung sesuai dengan fungsinya Sebagai tempat perbelanjaan.

4. Sistem Transportasi Vertikal

Sirkulasi di dalam bangunan secara vertical menggunakan escalator, lift dan tangga, sehingga arah gerak pengunjung lebih leluasa karena adanya berbagai alternatif alat transportasi. Perletakan lift dan escalator pada bagian tengah ruang, akan memudahkan pengunjung.



Gambar 2.11. Eskalator Galleria Mall

Sumber : Observasi Lapangan

5. Sistem Utilitas

a. Tangga darurat

Tangga darurat diletakkan pada bagian pinggir sehingga memberikan faktor keamanan jika terjadi bahaya kebakaran.

b. Penghawaan

Sistem penghawaan menggunakan AC Sentral.

c. Jaringan Listrik

Menggunakan jaringan PLN dalam kondisi normal dan genset pada kondisi tertentu.

6. Parkir

Area parkir mobil dan motor dibedakan, sehingga memudahkan sirkulasi kendaraan.

7. Aksesibilitas

Pintu masuk ke dalam bangunan ada 2, baik itu pintu masuk ataupun pintu untuk ke luar bangunan. Perletakan pintu masuk pengunjung dibedakan dengan pintu service, sehingga tidak mengganggu sirkulasi pengunjung dan tidak mengganggu pemandangan yang ada. Pintu service langsung berhubungan dengan ruang bongkar muat barang agar efisien.

8. Pola Sirkulasi

Pola sirkulasi yang terjadi di dalam tiap bangunan terletak di tengah dikelilingi oleh unit toko yang ada, sehingga ruang yang digunakan

untuk sirkulasi menjadi efisien karena mengarahkan pengunjung pada setiap bangunan dan ruang yang digunakan sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2.12. Selasar Galleria Mall

Sumber : Observasi Lapangan

2.6. Studi Literatur Pusat Perbelanjaan

Adapun Studi literatur ini dimaksudkan untuk menambah wacana teori terapan yang juga sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan yang ada.

2.6.1. Nanuet Mall

Bangunan Mall yang dipilih Sebagai acuan adalah Nanuet Mall. Bangunan mall ini pernah meraih ISCS Design & Construction Award pada tahun 1991. Lokasinya terletak pada sebuah daerah strong economic market, yaitu dibagian utara kota New York, tepatnya di Rockland Country. Adapun data lengkapnya adalah Sebagai berikut :

Nama : Nanuet Mall

Alamat : N. Y Route 59 Nanuet, NY 10954

Developer : Corporate Property Investors New York
Arch / designer : Thompson, Ventulett, Stainback & Associates, inc. Atlanta
Tipe lokasi : enclosed Regional Mall / Suburban
Luas site : 62 acres



Gambar 2.13. Nanuet Mall

Sumber : www.simon.com

Bangunan Mall terdiri dari dua lantai, yang mana sangat berhasil dalam pengaturan pola sirkulasinya. Letak tangga yang hanya terletak pada satu sudut sehingga memaksa pengunjung untuk melalui seluruh area retail. Dengan demikian seluruh area retail mempunyai nilai ekonomis yang sama. Karena hanya terdiri dari dua level lantai, pengunjung yang baru masuk bangunan Nanuet Mall ini dapat melihat keseluruhan isi dari bangunan.

BAB III

3. **Kajian Konsep – Konsep Prinsip Komersial Bangunan**

Kajian tentang konsep – konsep prinsip komersial bangunan bertujuan untuk memberikan arahan atau acuan terhadap rancangan Shopping Mall di Kota Jambi yang mengacu pada prinsip nilai komersial bangunan. Sehingga hasil akhir dari desain ini selaras atau serasi dengan konsep penekanan yang dibuat.

3.1. **Pengertian Umum Komersial**

Komersial artinya

- a.1. Bersangkutan dengan niaga atau perdagangan
- a.2. Dimaksudkan untuk diperdagangkan

(KBBI, Edisi Kedua, Dep P & K, Balai Pustaka)

Jadi, *Prinsip Komersial Bangunan adalah aturan - aturan yang dapat dipergunakan dalam mengkomersilkan suatu bangunan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen sebagai tolak ukur berhasil tidaknya bangunan komersial tersebut.*

3.2. **Tinjauan Penampilan Bangunan**

Bangunan Komersial tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan masalah kedatangan konsumen yang akan menjadi pemicu dari kegiatan komersial yang berorientasi pada perolehan keuntungan materi. Oleh karena itu suatu fasilitas komersial harus mampu menggugah keinginan konsumen untuk

datang dengan cara menyesuaikan penampilan bangunan dengan image konsumen.

3.3. Citra Visual Bangunan Komersial

Penampilan visual penting artinya bagi bangunan komersial, guna memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan bangunan komersial tersebut dengan cara menyesuaikan citra visual bangunan komersial tersebut dengan image orang yang melihatnya. Untuk itu perlu diupayakan citra suatu bangunan komersial yang meliputi (Hoyt, 1978) :

1. *Clarity* (kejelasan) yaitu sifat dari penampilan visual yang dapat menunjukkan gambaran mengenai fungsi fasilitas tersebut. Maksudnya adalah visual pusat perbelanjaan harus dapat menunjukkan dengan jelas fungsi bangunan tersebut yaitu Sebagai pusat perbelanjaan.
2. *Boldness* (menonjol) yaitu sifat yang menunjukkan kesan menonjol. Jadi suatu pusat perbelanjaan penampilannya harus menonjol dari lingkungan sekitarnya agar fasilitas perdagangan tersebut dapat menarik perhatian dari pembeli / pengunjung.
3. *Intimacy* (akrab) yaitu sifat penampilan visual yang menunjukkan keakraban bangunan dengan lingkungan sekitarnya.
4. *Flexibility* (fleksibilitas) yaitu suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra dan alih waktu serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapatkannya.

5. *Complexity* (kompleksitas) yaitu yaitu suatu citra penampilan bangunan yang tidak monoton.
6. *Efficiency* (efisiensi) yaitu suatu citra penggunaan yang optimal dari setiap jengkal ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan.
7. *Investinense* (kebaruan) yaitu suatu sifat penampilan pusat perbelanjaan yang memberikan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

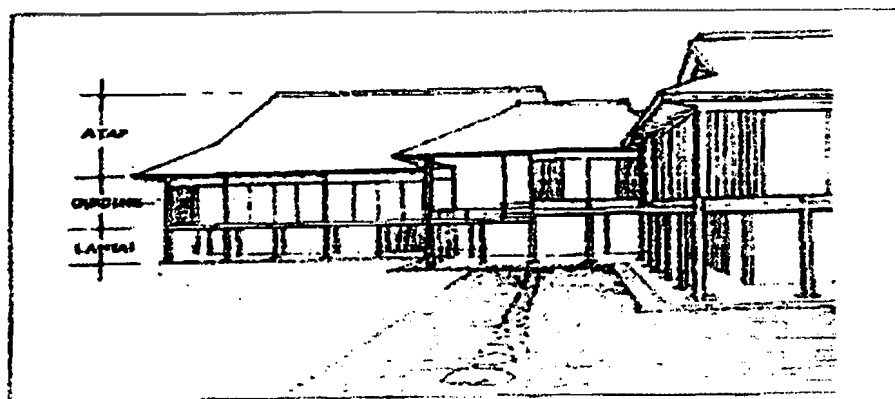
3.4. Tinjauan Elemen Bangunan

Untuk mendapatkan elemen -- elemen yang terdapat pada bangunan, bisa dilihat dari kriteria dasar prinsip -- prinsip penyusunan karakteristik arsitektural (DK. Ching Francis, 1979), yaitu :

A. Pembentukan Fasade

Yaitu suatu konsep umum dalam kaidah perancangan arsitektur, yang membagi bangunan secara visual menjadi 3 bagian :

1. Bagian atap bangunan
2. Permukaan dinding bangunan
3. Bidang dasar bangunan



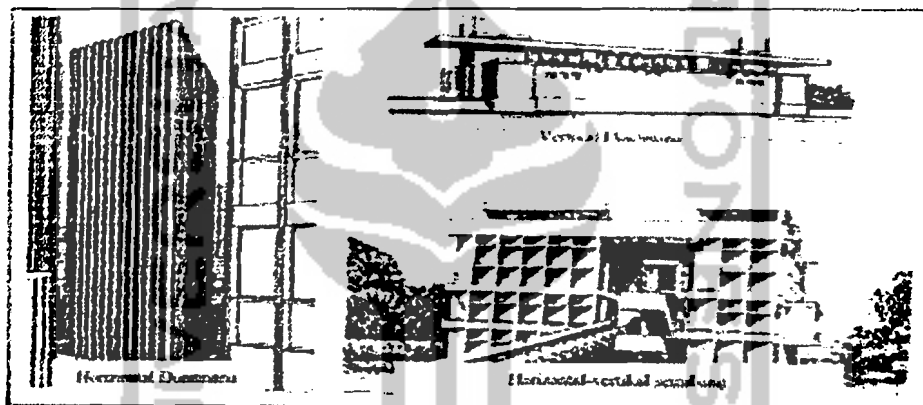
Gambar 3.1. Villa Kerajaan, Katsura Jepang
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

B. Proporsi Vertikal Horizontal

Yaitu perbandingan dimensi Vertikal – Horizontal bangunan yang nampak secara visual pada penampang fasad bangunan.

Dalam hal ini terdapat 3 kemungkinan proporsi :

1. Dimensi Vertikal lebih dominan dibandingkan Horizontal
2. Dimensi Horizontal lebih dominan dibandingkan Vertikal
3. Dimensi Vertikal – Horizontal pada proporsi yang seimbang



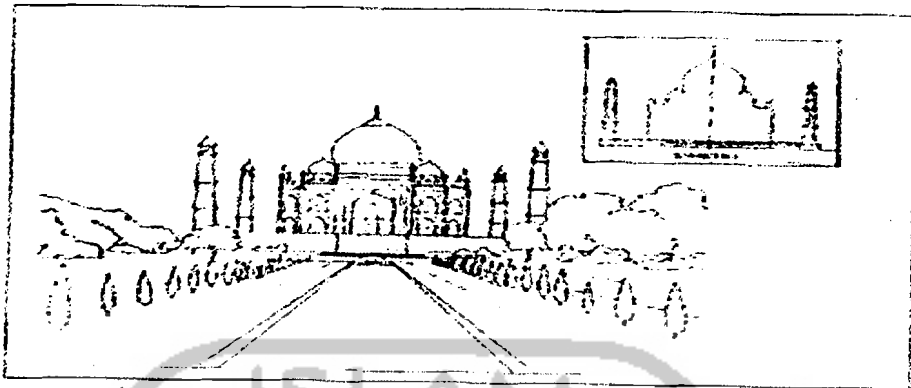
Gambar 3.2. Proporsi Vertikal Horizontal
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

C. Simetri

Yaitu distribusi bentuk – bentuk dan ruang – ruang yang sama dan seimbang terhadap suatu garis bersama (sumbu) atau titik (pusat).

Pada dasarnya ada dua macam simetri :

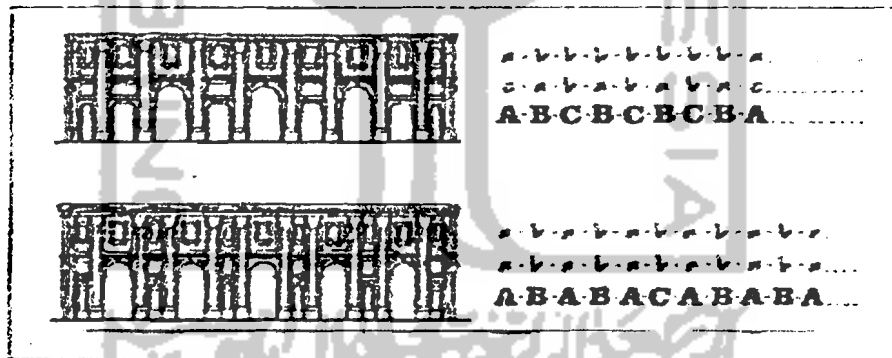
1. Simetri Bilateral yang mengacu pada susunan yang seimbang dari unsur – unsur yang sama terhadap suatu sumbu yang sama.
2. Simetri Radial yang terdiri dari unsur – unsur yang sama dan seimbang terhadap dua sumbu atau lebih yang berpotongan pada suatu titik pusat.



Gambar 3.3. Taj Mahal, Agra - India
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

D. Pengulangan

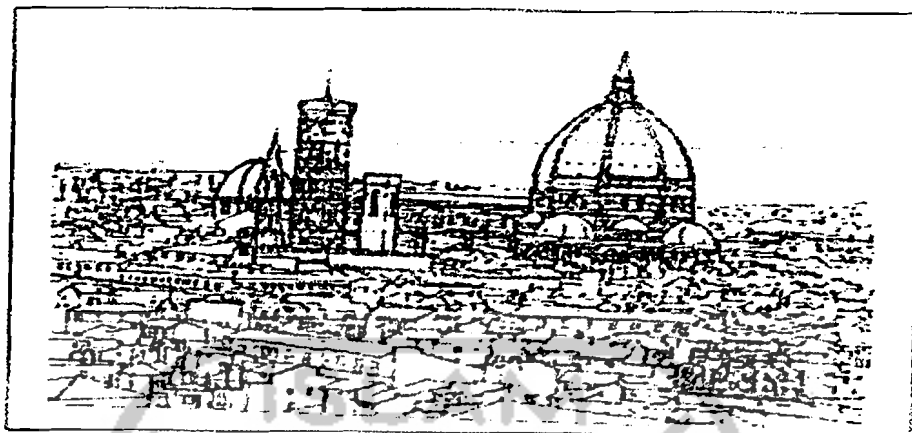
Pengulangan pola – pola yang sama dan resultante dari irama – irama untuk mengorganisir satu seri bentuk – bentuk atau ruang – ruang yang serupa.



Gambar 3.4. Fasad Internal
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

E. Elemen / Ornamentasi

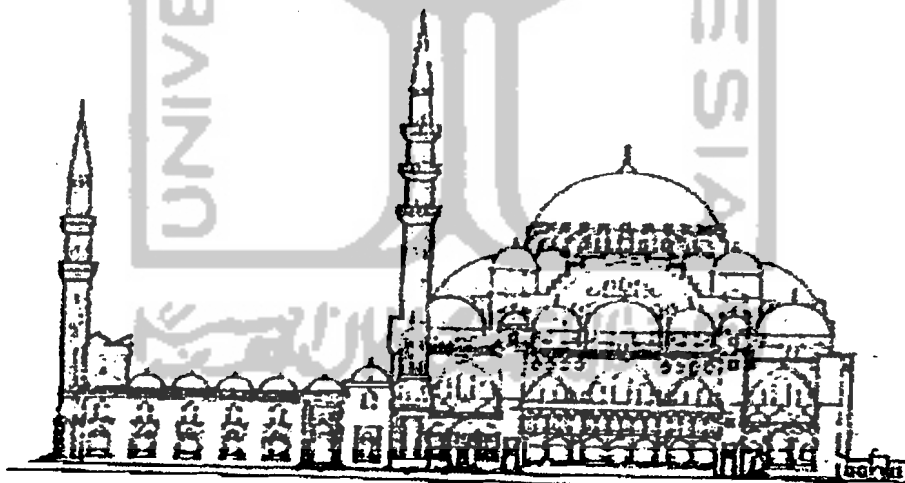
Penerapan elemen / ornamen arsitektural yang berbeda pada bidang fasad bangunan dan dapat memberikan ciri – ciri yang khas sehingga penampilan bangunan mempunyai nilai lebih dari bangunan lain dapat menjadikan sebagai suatu Land Mark.



Gambar 3.5. Pemandangan Kota Floren
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

F. Style

Bentukan yang muncul sebagai gambaran dari perkembangan pemikiran berdasarkan budaya, factor alam dan dinamisasi kehidupan.



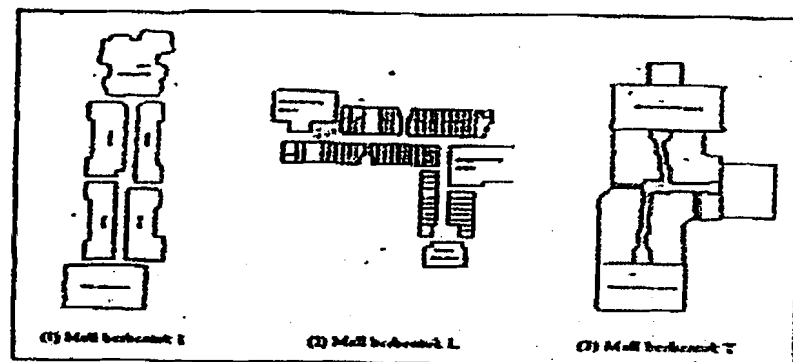
Gambar 3.6. Masjid Suleyman, Istanbul - Turki
Sumber : Dk. Ching Francis, 1979

3.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan

3.5.1. Pola (Lay Out) Mall

Pola mall sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah pusat perbelanjaan yang memakai konsep mall. Dari bermacam – macam pola mall yang ada, umumnya tata letak yang paling berhasil adalah yang berbentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T, dan L (Francis, Northen dan Haskoll, 1977). Hal ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko / tempat yang ditujunya. Bentuk mall yang paralel (double corridor) atau tata letak berbentuk kompleks lainnya umumnya kurang sukses, dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang. Contoh Shopping Mall yang sukses dengan letak sederhana antara lain :

- a. Explanade Oxnard, California
Dengan mall berbentuk I
- b. Yorkdale, Toronto
Dengan mall berbentuk L
- c. Franklin Park Mall, Toledo, Ohio
Dengan mall berbentuk T



Gambar 3.7. Bentuk – Bentuk Mall yang Berhasil
Sumber : Maitland, 1987

3.5.2. Dimensi Mall

Untuk dimensi mall, tidak ada kriteria mengenai panjang maksimalnya. Tapi berdasarkan penyelidikan di AS, panjang mall minimal 180 m dan maksimal 240 m. Yang perlu diperhatikan adalah mall jangan terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan sampai ke ujung mall. Panjang mall ini bisa dipecahkan oleh square, courts dan ruang terbuka lainnya. Ruang atau plaza itu tidak hanya berfungsi menampung fasilitas tempat duduk, tanaman dan sebagainya, tetapi juga harus mampu menyediakan ruang yang cukup untuk menampung pelubangan pengunjung pada saat – saat ramai, sehingga kemacetan dapat dihindari. Total area pada mall (termasuk square dan courts) minimal 10% dari luas lantai Shopping Mall.



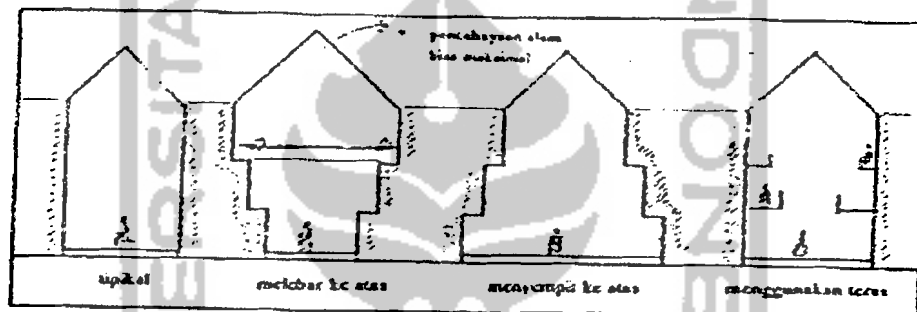
Contoh Plaza / Ruang Terbuka

Sumber : WWW. Simon.Com

Problema yang sulit pada tata letak mall adalah meningkatkan teori “ visual stop “, yaitu : “ if the shopper is not trapped she will pass through “. Dengan kata lain aliran pengunjung harus diarahkan juga agar mereka tidak hanya lewat begitu saja tetapi terdorong untuk melihat ke dalam toko

yang mereka lewati. Hal ini dipengaruhi juga oleh potongan mall, terutama tinggi yang punya pengaruh lebih kuat pada skala. Faktor – factor lain yang mempengaruhi dimensi adalah bentuk warna dan pola permukaan bidang – bidang yang membentuk, bentuk dan perletakan lubang – lubang pembukaan, serta sifat dan skala unsur – unsur yang diletakkan didalamnya (bangku, pohon).

Bentuk mall dapat bervariasi seperti gambar di bawah ini :

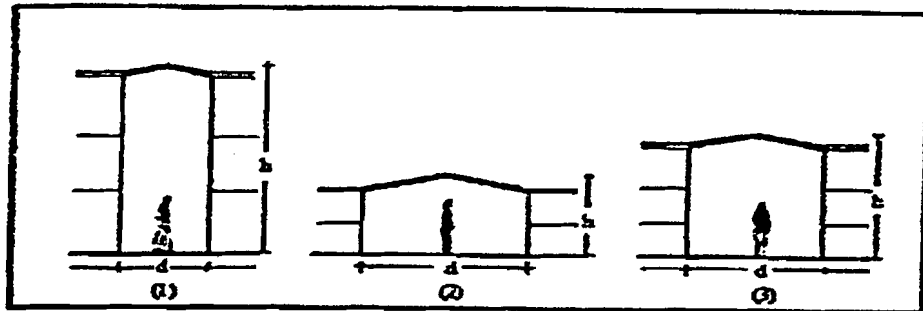


Gambar 3.8. Variasi Bentuk Mall
Sumber : Maitland, 1985

3.5.3. Proporsi Mall

Proporsi / perbandingan skala, secara psikologis sangat mempengaruhi pembentukan kesan akrab pada mall.

1. Proporsi plaza (mall) yang vertical akan mempengaruhi kesan bangunan, menimbulkan kesan agung, formal atau bahkan menghimpit ($D/H < 1$).
2. Proporsi yang terlalu horizontal akan mengakibatkan kesan meruang berkurang ($D/H > 2$).
3. Proporsi yang berimbang dapat diupayakan menimbulkan kesan akrab ($1 \leq D/H \leq 2$).



Gambar 3.9. Pengaruh Proporsi pada Karakter Ruang
Sumber : Mailland, 1985

Dalam kaitan dengan proporsi, pemakaian skala sangat mempengaruhi proporsi yang dihasilkan. Misalnya pada pemakaian skala manusia dalam proporsi ruang dapat menimbulkan kesan akrab.

3.5.4. Tata Letak Tenant (Area Jual Beli)

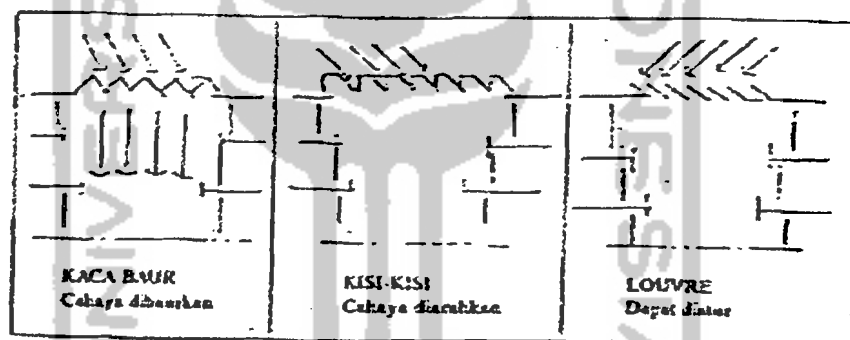
Dengan hanya memiliki satu koridor, diharapkan semua toko akan terlewati oleh pengunjung sehingga semua lokasi memiliki nilai komersial yang sama. Penataan toko (retail) dan anchor tenants (bioskop, department store, supermarket) yang baik akan mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata disepanjang mall. Komposisi yang paling baik adalah 50 % retail tenant dan 50 % anchor tenant, sebagaimana dimuat dalam majalah konstruksi edisi juni 1992.

Perletakkan anchor tenant biasanya pada ujung atau pengakhiran koridor. Untuk mendapatkan suasana mall yang variatif dan tidak membosankan, para penyewa diberi kesempatan dalam mendisplay tokonya sesuai cita rasa dan citra produknya asal kesatuan suasana mall harus tetap terjaga. Hal ini sekaligus memudahkan pengunjung toko yang dicarinya.

3.5.5. Pencabayaan

1. Pencahayaan Alami

Untuk menunjang konsep ruang yang menerus (Continuous Space) pada mall, bagian atap mall biasanya diselesaikan dengan skylight. Dengan demikian unsur luar seperti langit, sinar matahari terlihat sehingga ruang mall seolah tidak terbatas. Selain itu skylight juga memberi keuntungan dari segi penggunaan energi. Dengan adanya skylight, penggunaan lampu didaerah mall pada siang hari menjadi sangat minimum.



Gambar 3.10. Sistem Penerangan Alami Melalui Skylight
Sumber : Maitland, 1985

2. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan dapat digunakan sebagai :

- a. Penerangan Umum
- b. Daya tarik bagi pengunjung
- c. Memamerkan barang
- d. Membentuk suasana yang diinginkan
- e. Iklan / promosi

Perletakan lampu pada mall disesuaikan dengan kebutuhan dan fungsi lampu tersebut.

3.5.6. Fasilitas dan Elemen – Elemen Arsitektur pada Mall

1. Bangku

Berbelanja adalah kegiatan yang melelahkan, oleh karena itu area untuk duduk dan beristirahat merupakan sarana penting yang dibutuhkan pengunjung. Area duduk dapat menjadi area komunikasi dan interaksi sosial yang dapat diletakkan pada salah satu bagian dari mall sejauh tidak mengganggu sirkulasi yang ada.

Bangku – bangku disediakan agar benar – benar berguna bagi pengunjung, akan tetapi bila terlalu nyaman pengunjung akan berhenti atau duduk terlalu lama. Oleh karena itu sebaiknya dipilih bangku – bangku yang sederhana.

2. Arena Bermain

Arena bermain pada mall berfungsi ganda yaitu :

- a. Sebagai tempat bermain anak – anak ketika orang tuanya berbelanja.
- b. Sebagai fitur yang menarik bagi mall dengan mengambil bentuk – bentuk mainan berupa sculpture (bentuk binatang, rumah – rumahan).
- c. Kios – kios

3. Kios - Kios

Fungsi kios pada jalur koridor / mall adalah :

- a. Faktor penarik bagi pengunjung dan memberi variasi bagi suasana mall.
- b. Tempat menampung pedagang kaki lima untuk jenis barang yang tidak menimbulkan sampah.

4. Arena pameran

Berfungsi sebagai :

- a. Tempat promosi hasil industri dan teknologi.
- b. Selain itu juga berfungsi sebagai wadah informasi dan daya tarik pengunjung.

5. Kotak telepon, tempat sampah, papan penunjuk arah, jam dan sebagainya.

3.6. Pengertian Sirkulasi

Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai pengikat ruang – ruang baik di dalam maupun di luar bangunan agar menjadi saling berhubungan. Komponen – komponen dalam sistem sirkulasi bangunan sebagai unsur positif yang mempengaruhi persepsi kita tentang bentuk dan ruang bangunan. Rancangan sirkulasi tidak terjadi dengan berdiri sendiri dari rancangan ruang – ruang dan struktur bangunan, tetapi secara terpadu dengan keseluruhan komponen – komponen menurut Harvey M. Rubenstein bahwa *sirkulasi adalah lautan yang paling vital untuk menghubungkan beberapa tapak yang ada.* Untuk sirkulasi yang baik

dapat diperhatikan keteraturan ekspresi keindahan dengan syarat – syarat sebagai berikut :

1. Langsung

Artinya dapat dicapai dengan jarak yang seminimal mungkin, mengurangi pembelokkan dan kantung – kantung sirkulasi.

2. Aman

Maksudnya persilangan arus sirkulasi sesedikit mungkin atau dihindari sama sekali. Juga dihindari terjadinya *bottle neck* yaitu jalan masuk yang sempit.

3. Cukup Terang

Syarat ini sebenarnya untuk memenuhi syarat jelas dan langsung. Semua sirkulasi mempunyai cukup penerangan.

4. Urut – urutan yang logis

Syarat ini merupakan syarat yang bersifat psikis, jika dirancang dengan baik maka pengguna yang masuk tidak akan bingung atau terkejut, tetapi seolah – olah dibimbing atau diberi kejelasan. Kejelasan tersebut dapat dengan bahasa arsitektur seperti garis, bentuk ruangan, ataupun unsur – unsur ruang.

Dari Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sirkulasi didalam Mall mempunyai peran yang sangat vital untuk mengendalikan ataupun mengarahkan arus pergerakan manusia. Sirkulasi yang efektif dan efisien akan memberikan suatu pelayanan kepada pengunjung dalam melewati suatu urutan – urutan dalam rangka pencapaian antar area.

3.6.1. Kecepatan Berjalan

Pada Data Arsitek Ernst Neufert menjelaskan bahwa pada jalan yang datar baik didalam maupun diluar ruangnya, kecepatan pergerakan manusia dipengaruhi oleh :

- a. Maksud pejalan kaki
- b. Usia
- c. Jenis kelamin
- d. Berjalan sendiri atau berkelompok (berkelompok relatif lebih lambat)
- e. Suhu udara (orang cenderung berjalan cepat saat suhu udara dingin)
- f. Membawa barang
- g. Kepadatan arus orang berjalan
- h. Kesesakan arus orang secara keseluruhan

Akan tetapi secara luas pengaruh dari luar sangat dominan dalam kaitannya dengan kecepatan pergerakan. Semakin banyak orang berjalan pada suatu area sirkulasi (kepadatan tinggi) maka kecepatan yang ditimbulkan oleh pejalan kaki tersebut akan semakin rendah. Rentang kecepatan bisa lebih kecil lagi bila kepadatan dan arus pejalan kaki bergerak kesatu arah.

3.6.2. Standar Ruang Sirkulasi

Untuk aktifitas yang sama dengan kondisi yang berbeda, ruang sirkulasi yang dibutuhkan memiliki dimensi yang berbeda. Misalnya dimensi ruang

sirkulasi untuk ruang retail area tidaklah sama dengan dimensi ruang sirkulasi selasar mall. Hal ini disebabkan oleh volume pengguna sirkulasi, pola pergerakan yang terjadi dan factor – factor lain yang mempengaruhi.

3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Gerak

Pada buku “Data Arsitek” Neufert telah memberikan standar ukuran dan kebutuhan ruang gerak untuk sirkulasi. Ruang gerak yang dibutuhkan seseorang dalam aktifitas sirkulasi tidaklah sama.



Gambar 3.11. Kebutuhan Ruang Gerak Antara Dinding Batas
Sumber : Ernst Neufert, Archited Data

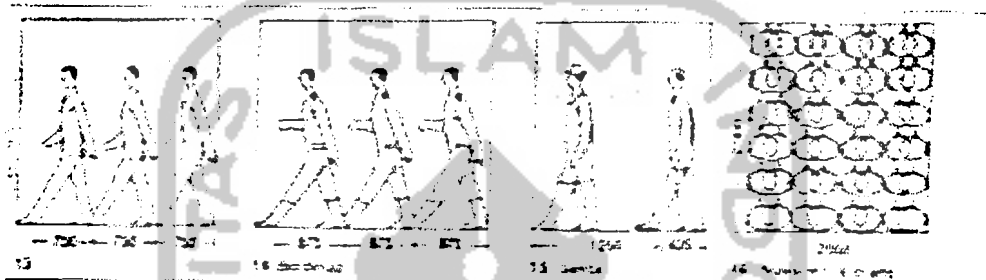


Gambar 3.12. Kebutuhan Ruang Gerak Dalam Sekelompok Orang
Sumber : Erust Neufert, Archited Data

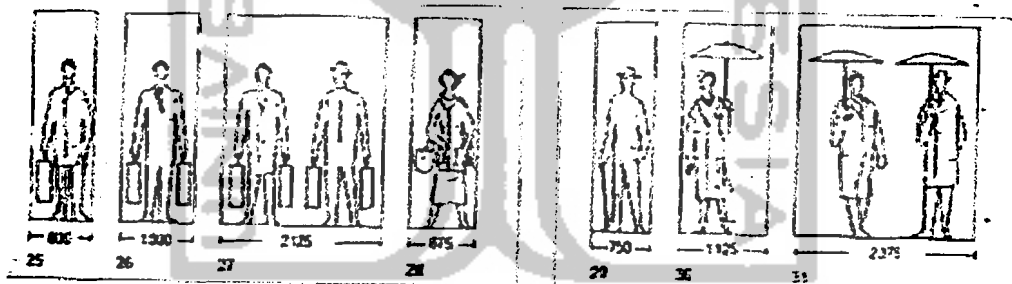
3.6.4. Dimensi Ruang Sirkulasi

Batas kondisi arus orang berjalan bebas kira – kira 3.3 orang / m. Pada kondisi yang lebih padat menyebabkan orang tidak dapat berjalan dengan kecepatan biasa atau tidak dapat mendahului orang yang berjalan lambat. Kepadatan maksimal yang digunakan untuk merancang ruang sirkulasi biasanya adalah 1.4 orang / meternya. Dalam kondisi inipun orang masih

berjalan dibawah kecepatan alami dan kadang masih kurang nyaman untuk gerak yang pendek. Dengan koridor yang lebarnya lebih dari 1200 cm kapasitas arus orang akan proporsional terhadap lebar tersebut. Pada kondisi yang lebih sempit lagi, dua orang berpapasan tidak akan mendahului dengan mudah.



Gambar 3.13. Kebutuhan Ruang Gerak Manusia Sambil Melangkah
Sumber : Erast Neufert, Archited Data



Gambar 3.14. Kebutuhan Ruang Gerak Untuk Jinjangan
Sumber : Erast Neufert, Archited Data

3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall

Bangunan Mall Sebagai bangunan komersial merupakan bangunan yang memiliki banyak ruangan dengan intensitas pemakaian yang didasari oleh waktu – waktu tertentu yaitu menurut jadwal jam sibuk atau rush hour, hingga tingkat kepadatan dari waktu ke waktu tidaklah selalu sama. Pola sirkulasi biasanya memiliki konfigurasi alur gerak linier dengan mengikuti

pola pembentukan ruang – ruang pada area retail, seperti selasar yang berada disisi ruangan retail atau koridor yang diapit oleh ruangan retail tersebut. Jalan – jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama untuk satu deretan ruang – ruang. Sebagai tambahan jalan dapat melengkung, berbelok ataupun membentuk kisaran (loop).

Bentuk ruang sirkulasi untuk suatu bangunan akan sangat beragam walaupun memiliki fungsi yang sama. Bentuk sirkulasi tergantung pada :

- a. Adanya batasan jalur sirkulasinya.
- b. Bentuk sirkulasi berkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkannya.
- c. Kualitas skala, proporsi, pencahayaan dan pemandangan yang dipertegas.
- d. Bukaan – bukaan jalan masuk kedalamnya.
- e. Perannya terhadap perubahan ketinggian lantai dengan tangga dan tanjakan.

Kualitas skala / proporsi (lebar dan tinggi) suatu jalur sirkulasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang ditampungnya, dan tujuan pelebaran suatu jalur sirkulasi tidak saja untuk menampung lebih banyak lalu lintas tapi juga untuk menciptakan tempat – tempat pemberhentian, untuk beristirahat atau menikmati pemandangan. (Arsitektur bentuk, ruang dan susunannya – DK. Ching).

Kualitas sebuah jalur sirkulasi pada sebuah Shopping Mall sangat erat kaitannya dengan jumlah ruang yang dihubungkan dan volume pemakai

disetiap ruang – ruang tersebut. Jalur sirkulasi pada bangunan – bangunan Shopping Mall memiliki ciri – ciri khusus yaitu adanya papan – papan promosi, bangku – bangku tempat duduk – duduk, ataupun adanya kafe ditepi jalur sirkulasi, yang mana hal itu harus dijadikan suatu pertimbangan lain dalam hal menghitung luasan jalur sirkulasi, sehingga adanya hal – hal tersebut tidak mengurangi kapasitas jalur sirkulasi terhadap pengguna.

3.7. Pengertian Ruang Dalam

Ruang dalam disini dapat diartikan sebagai wadah kegiatan yang berada dibawah atap.

Definisi dari ruang dalam adalah suatu wadah yang dibatasi dengan bidang dasar (lantai), bidang vertical (dinding), dan bidang yang melingkupinya (atap), yang juga mempunyai bentuk, ukuran, warna, tekstur, serta kualitas lainnya yang mengungkapkan dan mewadahi suatu fungsi tertentu. (Edward T. White, *Ordering System : an introduction to architectural design*, 1973.

Prinsip – prinsip tata ruang dalam adalah :

- Proporsi (perbandingan ukuran)
- Komposisi (susunan / aturan, susunan antar komponen ruang, susunan antar pelengkap hiasan, dan susunan antara unsure – unsure ruang dalam).
- Balance (keseimbangan)
 - Vertikal (hiasan, pelengkap ruang, dan lain - lain)

- Horizontal (tata letak lay out serta perabot)
- Irama (keteraturan menunjukkan kemonotonan / statis, keteraturan dan irama menunjukkan kedinamisan / tidak monoton)
- Harmoni / keselarasan (ungkapan dengan bentuk, warna dan tekstur)
- Kontras (menghilangkan sifat yang monoton, ditunjukkan dengan bentuk, warna dan tekstur)

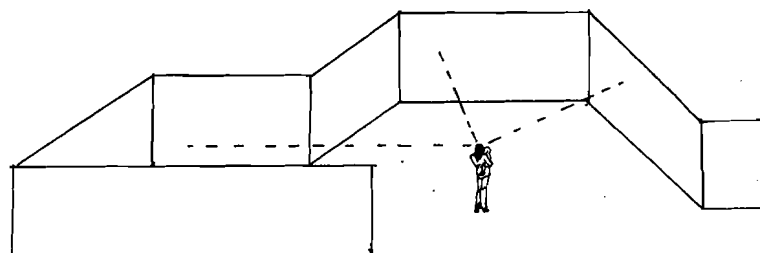
3.7.1. Sifat Ruang

Secara garis besar sifat ruang dibedakan atas

1. Ruang nyata

Yaitu ruang yang dapat diukur secara nyata dan bisa dirasakan keberadaannya karena dibentuk dari beberapa bidang atau komponen tertentu. Ada dua ruang nyata yaitu ruang tertutup dan ruang terbuka. Ruang yang mempunyai hubungan langsung dengan bagian luar. (*Ibid*)

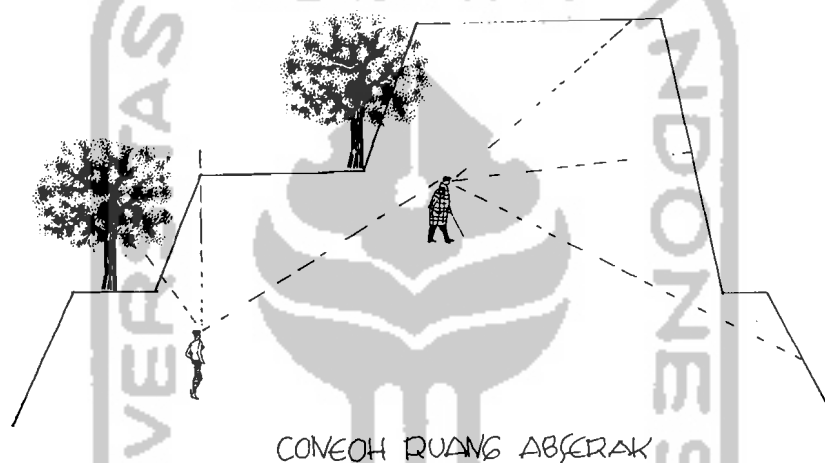
Bentuk ruang yang sederhana yang terdiri dari empat dinding, lantai dan langit – langit akan memberikan kesan kearah vertical atau horizontal, menyempit atau membebaskan luasan. (*Fritz Wilkening, Tata Ruang, Kanisius, Jakarta*).



CONTOH RUANG NYATA

2. Ruang Abstrak

Yaitu ruang yang tidak ada batasnya dan tidak ada fakta yang nyata dan tidak mudah dipahami secara visual oleh setiap orang. Untuk dapat merasakan ruang abstrak, seseorang harus mempunyai kesadaran, kejelian dan pengalaman tentang ruang. (*J. Pramudji Suptandar, Desain Interior, 1999*)



CONEOH RUANG ABSTRAK

Kesan ruang dapat ditentukan dengan lubang jendela, yang bukan hanya berguna untuk jalan masuk sinar matahari atau untuk memandang keluar dari dalam ruangan, tetapi juga untuk memberikan perasaan terlindung secara aktif dengan mata, bukan hanya secara pasif oleh dinding – dinding ruang. (*Fritz Wilkening, Tata Ruang*)