

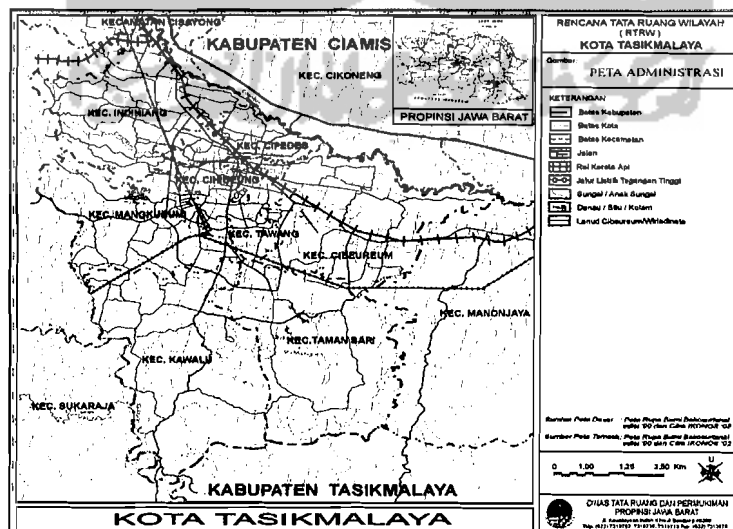
BAB SATU PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

I.1.1. Kota Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota di propinsi Jawa Barat yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang No.10 tahun 2001 tentang "Pembentukan Kota Tasikmalaya" dan diresnrikan pada tanggal 17 Oktober 2001. Kota Tasikmalaya terletak di wilayah priangan timur dengan luasan 17.156,20 Ha dan terdiri dari 8 wilayah kecamatan yang mencakup 15 kelurahan dan 54 desa dengan jumlah penduduk 545.587 jiwa. Secara geografis kota Tasikmalaya terletak antara $108^{\circ} 08' 51,62''$ – $108^{\circ} 18' 31,77''$ BT dan $7^{\circ} 16' 14,64''$ – $7^{\circ} 27' 2,5''$ LS, dengan batas-batas administrasi sebagai berikut :

- ◆ Sebelah utara : Berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya (Kec.Cisayong) serta Kabupaten Ciamis (dengan batas sungai Citanduy, Kec.Cihaurbeuti dan Cikoneng).
- ◆ Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya (Kec.Manonjaya dan Gununganjung).
- ◆ Sebelah selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya (dengan batas sungai Ciwulan).
- ◆ Sebelah barat : Berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya.



Sumber : Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tasikmalaya 2004-2014

1.1.2. Potensi perekonomian Kota Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kawasan andalan propinsi Jawa Barat bersama kawasan Priangan Timur lainnya. Di dalam kawasan andalan ini, Kota Tasikmalaya berfungsi sebagai kota Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) berbeda dengan kawasan lainnya yang hanya difungsikan sebagai kota Pusat Kegiatan Lokal (PKL).

Berdasarkan lingkup Nasional, Kota Tasikmalaya termasuk dalam salah satu kawasan andalan yang diarahkan menjadi pusat pengembangan wilayah dengan pemanfaatan sektor unggulannya. Dengan demikian, peran Kota Tasikmalaya sangat strategis mengingat keberadaan Kota Tasikmalaya dengan kelengkapan sarana dan prasarananya.

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Tasikmalaya dari tahun 2000 sampai tahun 2001 mengalami kenaikan yaitu dari 2,12% menjadi 4,05%, angka ini hampir mendekati angka laju pertumbuhan propinsi Jawa Barat.

Tahun	Laju Pertumbuhan Ekonomi	
	Kota Tasikmalaya	Propinsi Jawa Barat
2000	2,12	5,18
2001	4,05	4,99
Rata - Rata	3,09	5,09

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, Tahun 2000 - 2001

Kenaikan tersebut tidak terlepas dari pengaruh sektor industri dan perdagangan yang menjadi sektor paling dominan dalam pemasukan pendapatan ekonomi Kota Tasikmalaya.

PDRB KOTA TASIKMALAYA
BERDASARKAN HARGA BERLAKU & KONSTAN
TAHUN 1993 - 2001 (Juta Rupiah)

No	Lapangan Usaha	Harga Berlaku				Harga Konstan			
		1993	1999	2000	2001	1993	1999	2000	2001
1	Pertanian, Perkebunan, Peternakan, Kehutanan & Perikanan	68.684,04	227.164,68	288.876,88	270.848,14	68.684,04	87.812,43	91.468,84	93.304,06
	a. Tanaman Bahan Makanan	38.649,00	101.573,33	120.183,75	120.945,32	38.649,00	32.496,85	30.847,14	30.789,28
	b. Tanaman Perkebunan	1.824,85	1.581,99	1.700,97	1.918,18	1.824,85	485,51	480,54	488,51
	c. Peternakan & Hasil-hasilnya	20.609,79	104.382,49	122.382,50	124.408,75	20.609,79	47.842,70	52.753,61	54.164,41
	d. Kehutanan	12,75	10,21	17,09	18,69	12,75	15,25	15,88	14,81
	e. Perikanan	7.787,85	18.808,64	21.331,27	23.559,20	7.787,85	8.891,98	7.358,67	7.749,05
2	Pertambangan & Penggalian								
	a. Minyak dan Gas Bumi	877,97	42,23	61,12	66,46	877,97	20,66	14,90	16,16
	b. Pertambangan tanpa migas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	c. Penggalian	577,97	42,23	61,12	66,46	577,97	20,66	14,90	15,15
3	Listrik Gas dan Air Bersih								
	a. Listrik	7.090,68	18.276,06	20.046,82	28.469,12	7.090,68	10.805,02	12.090,38	12.196,68
	b. Gas	5.177,52	13.400,71	15.694,75	25.443,79	5.177,52	9.371,32	9.972,65	10.343,05
	c. Air Bersih	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		1.853,13	2.875,35	4.351,87	4.015,33	1.853,13	1.431,70	2.117,70	1.853,84
4	Bangunan	88.692,89	285.689,92	318.842,08	368.798,32	88.692,89	122.234,46	127.633,83	129.773,06
5	Perdagangan Hotel dan Restoran	158.026,42	398.388,08	428.132,28	482.691,81	158.026,42	218.819,06	222.878,89	228.951,19
	a. Perdagangan Besar & Kecil	105.116,55	210.125,39	228.051,15	249.946,20	105.116,55	135.342,88	137.952,70	143.019,53
	b. Hotel	3.210,12	5.947,35	7.161,47	7.161,83	3.210,12	3.042,43	3.525,74	3.487,89
	c. Restoran	49.699,75	180.312,37	191.919,64	195.581,78	49.699,75	80.433,75	81.500,15	82.443,77

Bersambung

Dari tabel diatas sektor perdagangan menduduki peringkat pertama dalam menunjang laju pertumbuhan ekonomi kota Tasikmalaya dan membuktikan bahwa kota Tasikmalaya merupakan sentra perdagangan yang begitu menonjol di wilayah priangan timur.

I.1.3. Potensi Industri dan Perdagangan komoditas unggulan Kota Tasikmalaya

Industri yang dikembangkan di Kota Tasikmalaya adalah industri kecil dan menengah yang sering disebut *Home Industry*. Telah dikenal sejak lama bahwa penduduk kota Tasik pandai membuat barang-barang kerajinan yang unik dan menarik sehingga sebagian besar masyarakatnya berperan sebagai pedagang atau pengrajin yang mampu menghasilkan karya seni bernilai ekonomis.

Kontribusi yang diberikan dari sektor ini pada tahun 1999 sampai tahun 2001 mengalami peningkatan dari 11,98% menjadi 13,88% per tahun bagi kegiatan perekonomian kota. Sementara itu sector industri kecil dan menengah ini mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 26.421 orang, jumlah tersebut merupakan 95% pekerja industri di Kota Tasikmalaya. Jumlah unit usaha untuk industri komoditas unggulan ini pun mengalami kenaikan setiap tahunnya :

Tahun	Jumlah unit usaha
2002	2.079
2003	2.137
2004	2.294

Sumber : RTRW kota Tasikmalaya, sektor industri pengolahan

Keberadaan home industry di kota Tasikmalaya yang sudah lama dikenal ini memiliki pangsa pasar yang tidak sebatas wilayah kota atau dalam negeri saja tetapi merambah hingga luar negeri. Kurang lebih 30% komoditas unggulan tersebut merupakan produk pemenuhan kebutuhan ekspor yang sasaran konsumennya adalah korea, Taiwan, China, Hongkong, Belanda, Jerman, Amerika Serikat, Eropa, Afrika, Panama, Saudi Arabia, Malaysia, Jepang dan Kanada dengan nilai ekspor sebesar US \$ 401,347.00/bulan.

**POTENSI PEREKONOMIAN KOTA
TASIKMALAYA**

**POTENSI SEKTOR INDUSTRI DAN
PERDAGANGAN KOMODITAS
UNGGULAN KOTA TASIKMALAYA**

- ◆ Sektor ini mampu memberikan kontribusi paling besar bagi perekonomian kota Tasikmalaya sebesar 13,88%.
- ◆ Memiliki 89 sentra industri yang mampu menyerap 28,55% tenaga kerja di kota Tasikmalaya dengan 95% dari keseluruhan merupakan pekerja sector ini.
- ◆ Nilai ekspor sebesar US \$ 401,347.00 / bulan.
- ◆ Pendapatan per kapita mengalami peningkatan Rp 3.692.282,01 pada tahun 2000 menjadi Rp 4.136.695,35 pada tahun 2001.
- ◆ Memiliki 8 komoditas yang diunggulkan dengan jenis produk yang beragam dan menjadi ciri khas kota Tasikmalaya.

Sektor industri dan perdagangan komoditas unggulan kota Tasikmalaya terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan diprediksikan akan menjadi sektor paling dominan bagi pendapatan perekonomian kota hingga tahun 2014.

Keberadaan sektor industri dan perdagangan komoditas unggulan kota Tasikmalaya sangat berperan bagi :

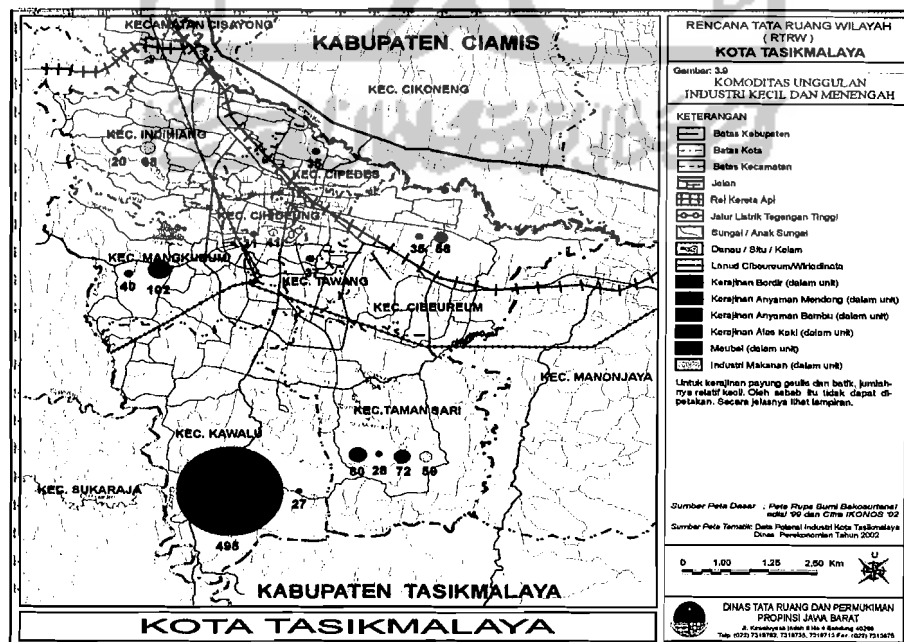
1. Peningkatan pendapatan ekonomi kota
2. Pemenuhan kebutuhan masyarakat
3. Membuka lapangan kerja yang berpotensi
4. Peningkatan pendapatan per kapita bagi para pelaku bisnisnya.

Menurut Dinas Industri dan Perdagangan, Kota Tasikmalaya memiliki 25 komoditas industri namun yang menjadi unggulan hanya 8 komoditas saja, diantaranya adalah :

1. Kerajinan Bordir
2. Kerajinan anyaman mendong dan pandan
3. Kerajinan anyaman bambu
4. Kerajinan alas kaki
5. Kerajinan mebel
6. Kerajinan batik
7. Kerajinan payung geulis
8. Makanan ringan / olahan

Melalui wawancara dengan pelaku bisnis komoditi ini, pendapatan ekspor sangat menguntungkan daripada lokal sehingga para pengusaha atau perusahaan yang hanya bergerak di dalam negeri merasa kesulitan dengan pendapatannya yang hanya searah ini yang kemudian mengakibatkan ketidakstabilan kualitas produk yang dihasilkan, selain itu juga komoditas kerajinan merupakan kebutuhan sekunder yang tidak semua orang membutuhkan.

Komoditas-komoditas unggulan tersebut berada di daerah-daerah yang terpisah, hal ini ikut menunjang ketidakstabilan yang disebutkan diatas maka pola sebaran yang terpisah kurang menguntungkan karena sulit dijangkau dalam hal pemenuhan kebutuhan semua komoditas bagi masyarakat dalam maupun luar daerah dan kegiatan promosi serta informasi pasar untuk lokal ataupun ekspor menjadi kurang.



Tidak banyak upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah Daerah kota Tasikmalaya untuk menarik pelaku-pelaku bisnis terutama yang bergerak di bidang industri kecil dan menengah tersebut ke dalam kota karena pemusatan lokasi yang belum ada padahal pendapatan dari komoditas ini sangat menunjang laju pertumbuhan potensi industri dan perdagangan kota Tasikmalaya.



1.1.4. Potensi kepariwisataan kota Tasikmalaya

Potensi industri dan perdagangan di kota Tasikmalaya yang begitu berpengaruh bagi perekonomian kota dan ditunjang dengan hadirnya pusat-pusat perbelanjaan lokal nampaknya mempunyai dampak bagi sektor kepariwisataan. Menurut Ibu Deuis selaku Kepala urusan fisik Dinas Pariwisata Kota Tasikmalaya, wisata yang paling banyak menyerap pengunjung baik dari dalam maupun luar daerah adalah wisata belanja, hal ini berawal dari karakteristik masyarakat kota Tasikmalaya yang cenderung konsumtif dan memiliki gaya hidup yang berorientasi kepada gaya hidup Kota Bandung. Pernyataan tersebut bisa dilihat dari pesatnya pertumbuhan bangunan-bangunan komersial baik dalam skala kecil dan besar dibarengi intensitas kunjungan yang tinggi setiap harinya terutama hari-hari libur.

Berikut ini beberapa pusat perbelanjaan di Kota Tasikmalaya beserta karakteristik dalam aktivitas berbelanja :

No.	Kecamatan	Nama Objek Wisata	Jenis Objek Wisata
1.	Cihideung	City walk Kh. Zaenal Mustofa	Pusat perdagangan utama
2.	Cihideung	Dadaha	Kompleks rekreasi dan olahraga
3.	Cipedes	Mitra batik	Pusat perbelanjaan

Sumber : analisa penulis

1. Pusat perdagangan KH.Zaenal Mustofa

Pusat perbelanjaan sepanjang ± 1 km ini menjual segala kebutuhan mulai dari fashion, makanan/minuman sampai alat-alat rumah tangga ini (kecuali kerajinan) pasti ramai dikunjungi semua masyarakat segala umur dari berbagai pelosok daerah Tasikmalaya mulai pagi hingga malam hari. Keramaian ini mengakibatkan jalan protokol di jantung kota Tasikmalaya itu menjadi satu arah dan hanya kendaraan pribadi saja yang boleh masuk ke area ini. Konsumen yang datang ke pusat perbelanjaan dengan menggunakan semua jenis kendaraan umum mulai dari angkot, becak hingga andong harus berhenti di ujung jalan masuk ke jalan KH.zaenal Mustofa ini, selanjutnya mereka hanya diperbolehkan berjalan kaki.

Jalur ini dianggap sebagai ikon dari kota Tasikmalaya tak heran jika pengunjungnya bukan hanya dari dalam kota melainkan juga dari luar kota seperti Ciamis, Banjar, Garut dan lain sebagainya. Mereka rela menyusuri trotoar sepanjang ± 1 km itu dengan berjalan kaki walaupun hanya sekedar mencari informasi dari produk-produk terbaru yang ada.



Konsep city walk memang diterapkan di jalur ini, hal ini terlihat dari antusiasme pengunjung yang berduyun-duyun bersama teman, sanak saudara dan keluarga mereka untuk berbelanja sekaligus berekreasi di pusat perdagangan utama Kota Tasikmalaya ini.

2. Kompleks rekreasi dan Olahraga Dadaha

Kompleks yang tidak jauh dari pusat perdagangan utama KH.Zaenal Mustofa ini merupakan kompleks rekreasi buatan bagi anak kecil dan pusat olahraga kota Tasikmalaya. Namun seiring dengan laju pertumbuhan perekonomian kota Tasikmalaya, kompleks ini sering dijadikan tempat transaksi jual beli kebutuhan rumah tangga terutama pada hari minggu sekaligus tempat hiburan yang menarik bagi masyarakat kota Tasikmalaya.



3. Pusat perbelanjaan Mitra Batik

Pusat ini berada di sebelah timur kota Tasikmalaya, memiliki konsep yang sama dengan pusat perbelanjaan KH.Zaenal Mustofa yaitu deretan toko-toko pribadi yang menjual aneka kebutuhan rumah tangga. Jalur ini sering dikunjungi masyarakat lokal setiap harinya sehingga selalu terjadi penumpukan pengunjung dan angkutan kota yang melintasi jalur ini.



Intensitas kunjungan pada jalur ini memang tidak setinggi pusat perbelanjaan utama KH.Zaenal Mustofa akan tetapi jalur ini mampu menyedot pengunjung yang cukup tinggi.

Sedangkan jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Tasikmalaya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tahun	Wisman	Wisnus
2002	3720	102.504
2003 s/d Bln Juli	140	53.402
Total	3.860	155.906

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Tasikmalaya, Tahun 2002



1.1.5. Sektor kepariwisataan sebagai pendukung kegiatan Industri dan Perdagangan kota Tasikmalaya

Dilihat dari potensi yang ada, terutama pada sektor Industri dan Perdagangan maka diperlukan sebuah wadah pemasaran komoditas unggulan kota Tasikmalaya berskala lokal dan ekspor sebagai upaya meningkatkan pendapatan ekonomi kota.

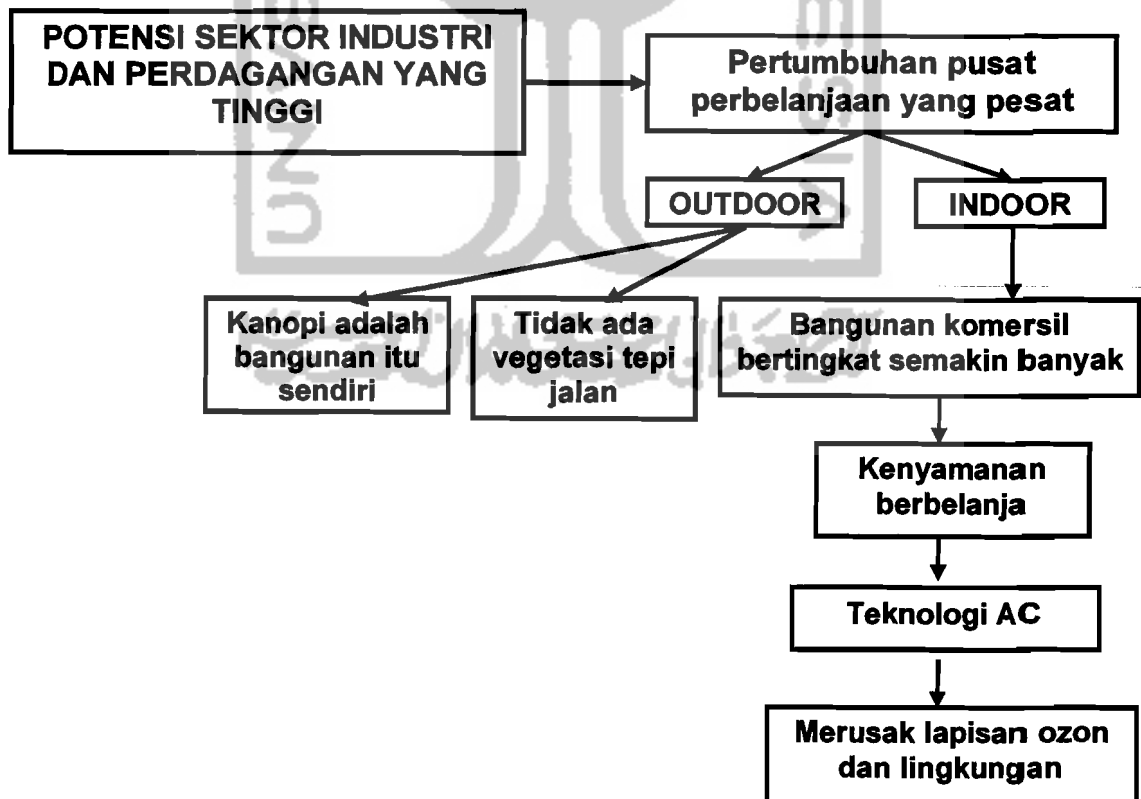
Dengan jumlah orang berkunjung ke kota Tasikmalaya yang semakin meningkat dari tahun ke tahun serta pertimbangan karakteristik konsumen dalam berbelanja di pusat-pusat perdagangan utama maka wadah tersebut diharapkan mampu menarik wisatawan nusantara dan

mancanegara sehingga sektor kepariwisataan ini menjadi sangat berperan dalam upaya kegiatan promosi.

1.1.6. Keadaan Lingkungan kota Tasikmalaya

Sebagai kota yang mempunyai potensi di sektor Industri dan Perdagangan yang sangat tinggi, pola Kota Tasikmalaya melaju ke arah modernitas. Saat ini terjadi pembangunan area komersil dimana-mana karena potensinya yang sangat menguntungkan bagi pelaku bisnisnya. Pembangunan ini nampaknya sangat membawa dampak yang baik bagi perekonomian kota tetapi memberi dampak yang tidak baik bagi lingkungan sekitar. Hal ini dapat dilihat dari mulai maraknya pertumbuhan bangunan komersil bertingkat tinggi seperti Hazet Mall, Tasik Indah Plaza dan lain sebagainya yang kemudian menggunakan teknologi AC untuk kenyamanan berbelanja bagi para konsumennya.

Disamping itu penggunaan lahan yang semakin intensif membawa dampak yang buruk bagi lingkungan karena pengerasan jalan, memangkas pohon pelindung di tepi-tepi jalan utama yang mengakibatkan tidak adanya peneduh suasana dan penyerap air hujan.



LATAR BELAKANG GAGASAN



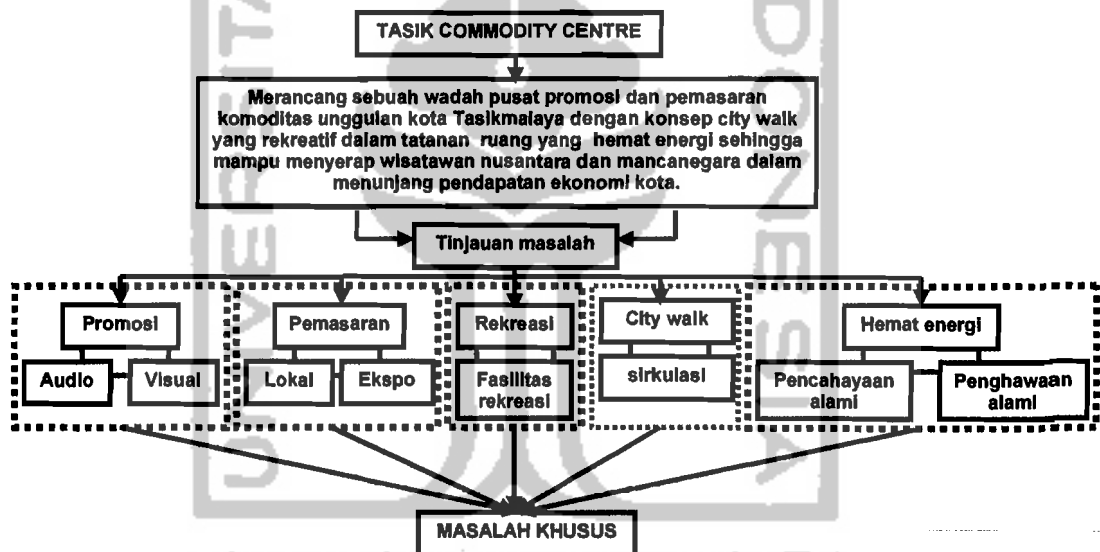
I.2. RUMUSAN MASALAH

Tasik Commodity Centre merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang didalamnya terdapat kegiatan promosi dan pemasaran 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya. Ditinjau dari permasalahan yang ada, perlu adanya upaya-upaya kearah peningkatan yang lebih baik dengan mempertimbangkan berbagai isu yang ada diantaranya pencarian lokasi yang strategis dengan tidak menghilangkan keberadaan daripada area-area yang sudah ada akan tetapi lokasi harus mampu memperkuat area tersebut, mengaplikasikan karakteristik berbelanja warga Kota Tasikmalaya kedalam rancangan desain dan solusi dari isu lingkungan yang begitu kental.



Ada beberapa faktor penting yang diwadahi dalam *Tasik Commodity Centre* yaitu 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya yang menjadi objek penjualan utama berskala lokal dan ekspor. Skala lokal diperuntukan bagi segala kegiatan jual beli langsung di tempat transaksi, sementara untuk skala ekspor diberikan fasilitas penunjang dalam hal informasi dan promosi.

Faktor lainnya adalah konsep city walk sebagai penunjang karakteristik berbelanja warga kota Tasikmalaya, fasilitas rekreasi yang disediakan guna mendukung kegiatan perekonomian untuk skala lokal. Fasilitas tersebut berupa penataan ruang dan sirkulasi yang mampu menciptakan suasana rekreatif yang didukung oleh pengelolaan kawasan itu sendiri maupun beberapa alat rekreasi seperti kendaraan wisata khas kota Tasikmalaya (andong dan becak yang dihias menarik).



1.2.1 Masalah umum

Merancang sebuah wadah pusat promosi dan pemasaran komoditas unggulan kota Tasikmalaya dengan konsep city walk yang rekreatif dalam tatanan ruang hemat energi sehingga mampu menyerap wisatawan nusantara dan mancanegara dalam menunjang pendapatan ekonomi kota.

1.2.2 Masalah khusus

1. Menciptakan bangunan efisien energi dengan pemanfaatan sistem pencahayaan dan penghawaan alami tetapi kenyamanan berbelanja tetap terjaga.

2. Penataan ruang dan sirkulasi yang mampu menciptakan kemudahan transaksi dalam suasana rekreatif.
3. Memanfaatkan potensi lokasi pasar tetapi kemacetan dapat dihindarkan.

I.3. TUJUAN DAN SASARAN

I.3.1. Tujuan

Tasik Commodity Centre diharapkan mampu mengakomodir kebutuhan para pengrajin untuk mempromosikan dan memasarkan produknya di dalam pusat kota Tasikmalaya baik skala lokal maupun ekspor.

I.3.2. Sasaran

1. Dapat mempermudah masyarakat kota dalam pemenuhan kebutuhan 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya.
2. Menciptakan bangunan efisien energi yang mampu memberikan kenyamanan berbelanja.
3. Menghasilkan tata ruang dan sirkulasi yang menguntungkan baik bagi pengrajin atau pedagang dalam rangka mempromosikan dan memasarkan produknya maupun bagi pengunjung dalam rangka kemudahan bertransaksi.
4. Menjadikan tempat rekreatif sehingga mampu menciptakan city walk yang menarik.
5. Bangunan mampu memberikan kualitas visual yang optimal bagi para pengunjung dengan kata lain fasade bangunan mampu menarik orang untuk berkunjung.

I.4. LINGKUP PEMBAHASAN

I.4.1. Arsitektural

Batas lingkup aspek arsitektural yang akan dibahas meliputi :

1. Penataan ruang dan sirkulasi baik dalam bangunan maupun luar bangunan.
2. Fasade bangunan mencerminkan kualitas visual.
3. Kenyamanan thermal sebagai pendukung kegiatan berbelanja, berekreasi dan bekerja.
4. Penataan kawasan dalam dan luar site.

I.4.2. Non Arsitektural

Bangunan dikhususkan untuk mewadahi segala kegiatan promosi dan pemasaran 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya.

I.5. SPESIFIKASI UMUM PROYEK

I.5.1. Pengguna bangunan dan kegiatan utamanya

A. Berdasarkan tujuan pemasaran, pengguna bangunan dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Lokal

◆ Pengunjung

Mencari informasi tentang 8 komoditas unggulan Kota Tasikmalaya dengan mendatangi counter-counter atau plaza yang ada, melakukan kegiatan membeli produk yang diinginkan.

◆ Pedagang

Menjual segala produknya kepada para pengunjung di counter-counter atau plaza yang telah disediakan.

◆ Pengrajin

Mempromosikan dan memasarkan dengan cara membuat produknya langsung di tempat jual beli baik itu karena pesanan maupun sekedar strategi untuk menarik orang-orang yang berbelanja.

2. Ekspor

◆ Pedagang dan pengrajin

Pedagang atau pengrajin baik yang menyewa maupun yang tidak menyewa retail di dalam kawasan Tasik Commodity Centre ini difasilitasi kebutuhan multimedia internet agar para pengusaha atau produsen dapat langsung mengakses negara-negara yang membutuhkan produk import.

B. Berdasarkan tujuan promosi, pengguna bangunan dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Fasilitas rekreasi

◆ Pengunjung

Menikmati suasana rekreatif dengan berjalan kaki atau mendatangi fasilitas rekreasi seperti kendaraan wisata (andong dan becak

yang dihias menarik), taman bermain untuk anak-anak, refreshing dengan mendatangi beberapa tempat seperti taman, restoran, café dan workshop.

♦ **Pengelola ruang penunjang (restoran, café, warnet)**

Menunggu dan memberikan pelayanan kepada para pengunjung yang mengunjungi tempatnya mulai dari buka hingga tutup sesuai kepentingannya.

2. Manajemen (pengelola) bangunan

♦ **Bidang perawatan bangunan**

Merawat beberapa tempat atau ruang public yang bersifat umum seperti taman, taman bermain dan kawasan bangunan secara keseluruhan maupun yang hanya disewakan pada waktu-waktu tertentu dan tidak dalam jangka yang panjang seperti retail temporer dan plaza terbuka (open space bagi PKL).

♦ **Bidang pemasaran bangunan**

Memberikan informasi kepada pedagang atau pengrajin seputar retail-retail tetap atau retail temporer yang akan disewakan dalam jangka waktu yang ditentukan, mengurus administrasi dan keuangan atas ruang-ruang tersebut.

♦ **Bidang pengelola bangunan**

Menyediakan segala kebutuhan ruang bagi para penyewa retail (gudang, workshop), retail temporer (toilet, ruang multifungsi), parkir andong dan becak beserta tempat mangkal pemiliknya. Menyediakan ruang bagi pengelola bangunan itu sendiri.

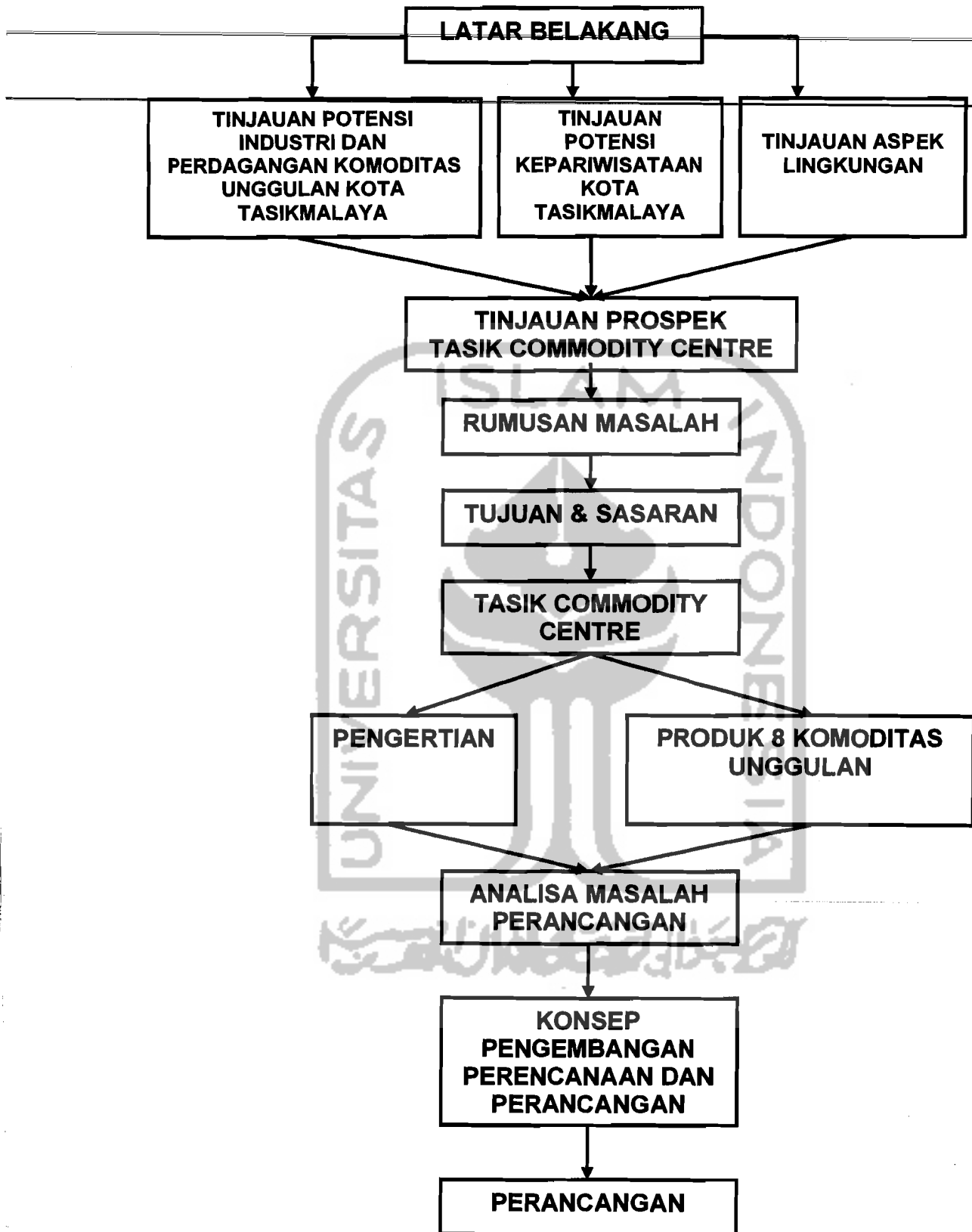
1.5.2. Fungsi bangunan

Secara umum fungsi bangunan ini sebagai tempat promosi dan pemasaran 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya berskala lokal dan ekspor.

1.5.3. Aktivitas yang diwadahi

- 1. Pemasaran**, segala kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas jual beli produk baik secara langsung maupun pesanan.
- 2. Promosi**, segala kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas rekreasi dan refreshing.

I.6. DIAGRAM KERANGKA PIKIR



I.7. TASIK COMMODITY CENTRE

I.7.1. Pengertian

1. Pusat

- ♦ Pusat diartikan sebagai pokok, pangkal, atau tumpuan.
- ♦ Pusat berarti beberapa kelompok yang tersebar dalam suatu tempat dimana bentuk pelayanan dan sistem pelayanan dan manajemennya diatur bersama.

2. Promosi

- ♦ Usaha-usaha perusahaan atau perorangan untuk menciptakan kesadaran kepada konsumen tentang sebuah barang atau ide, sampai akhirnya mereka bersedia melakukan pembelian.
- ♦ Memperkenalkan barang dengan harapan agar dibeli.

3. Pemasaran

- ♦ Memasarkan sesuatu di tempat tertentu / pasar dengan tujuan supaya barang atau ide tersebut diketahui orang lain dan dibelinya.

4. Komoditas

- ♦ Bahan baku, produk, sesuatu berupa barang nyata.

5. Unggulan

- ♦ Yang utama, terdepan, diunggulkan diantara yang lainnya.

6. City walk

- ♦ The real mall, jalur orang melakukan aktivitas berjalan di dalam perkotaan dengan atau tanpa objek-objek penarik di tepinya.

7. Rekreasi

- ♦ Merupakan sebuah aktivitas yang diikuti pada waktu luang, menimbulkan kesenangan dan mempunyai daya tarik tersendiri.
- ♦ Berasal dari kata 'recreation' yang berarti kesukaan, kesenangan, hal melepas lelah.
- ♦ Karakter fisik yang bersifat menyenangkan, mengesankan suasana santai dan membuat betah pemakai untuk berlama-lama.

I.7.2. Produk 8 komoditas unggulan kota Tasikmalaya

1. Kerajinan Bordir, terdiri dari 32 sentra (tersebar di Kec. Kawalu, Tawang, Cihideung, Cibeureum, Indihiang dan Mangkubumi).



Produk yang dihasilkan adalah busana muslim (koko dan gamis), mukena, kebaya, kerudung, busana pria dan wanita, tatakan gelas, taplak meja, bahan jadi bordir (untuk kebaya dan baju), benang bordir.

Produk-produk tersebut biasanya dipajang dengan beberapa cara yaitu, digantung di rak gantung, ditempelkan pada dinding yang berlas kain atau karpet, dilipat dan disimpan dalam rak baju / lemari kaca kecil, dipamerkan dengan desain menarik dalam etalase besar serta ada juga yang dipakaikan pada boneka peraga yang biasanya terdiri dari satu keluarga (ayah, ibu, anak laki-laki dan perempuan).

Retail kerajinan tersebut dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh.

2. Kerajinan anyaman mendong dan pandan, terdiri dari 12 sentra (tersebar di Kec. Cibeureum dan Tamansari).



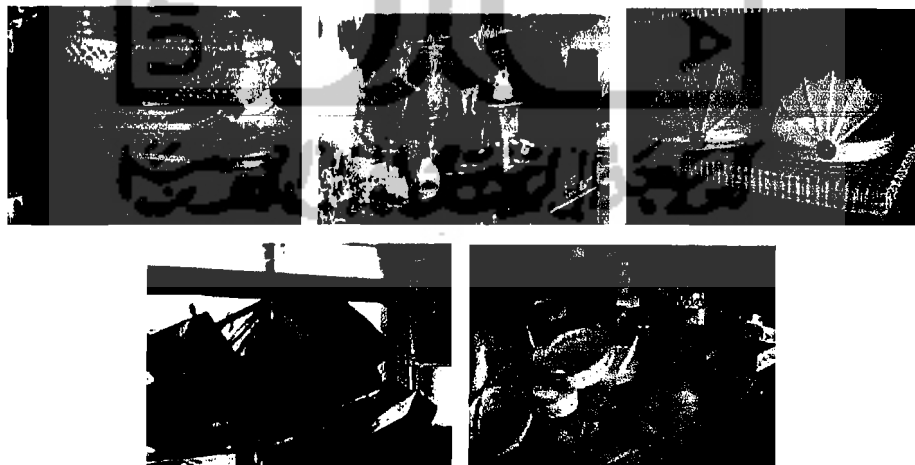


Produk yang dihasilkan adalah tikar mendong, tikar mendong setengah jadi, terpal, tikar mardani, tas, tempat tissue, bantal, tempat nasi (carik), tempat sampah.

Produk-produk tersebut biasanya hanya dipajang di atas meja pajangan dari kayu atau besi yang diletakkan di lantai dan ada juga yang ditempel pada dinding (ambalan), ada yang digantung menggunakan paku atau kawat yang ditancapkan pada kolom atau rangka plafond, serta ada juga yang disimpan dalam lemari kaca / etalase kecil khususnya untuk produk dengan ukuran tidak terlalu besar, hal ini untuk menghindari debu yang susah dibersihkan jika menempel pada bahan yang dianyam.

Retail kerajinan ini dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh.

3. Kerajinan anyaman bambu, terdiri dari 5 sentra (tersebar di Kec. Tawang, Indihiang dan Tamansari).



Produk yang dihasilkan adalah bilik bambu, besek, boboko, copstick bambu, keramba ayam, pipiti, sumpit, tenong lipat, tudung saji, tas bambu, tempat buah-buahan, baki lamaran, tempat sampah, lampu hias, tempat tissue.

Produk-produk tersebut biasanya hanya dipajang di atas meja pajangan dari kayu atau besi yang diletakkan di lantai dan ada juga yang ditempel pada dinding (ambalan), ada yang digantung menggunakan paku atau kawat yang ditancapkan pada kolom atau rangka plafond, disimpan dalam lemari kaca / etalase kecil khususnya untuk produk dengan ukuran tidak terlalu besar serta ada juga yang diletakkan di lantai khususnya untuk produk dengan dimensi besar sehingga dikhawatirkan akan memakan banyak tempat.

Retail kerajinan ini dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh.

- 4. Kerajinan alas kaki**, terdiri dari 18 sentra (tersebar di Kec. Mangkubumi, Cihideung, Tamansari dan Cibeureum).



Produk yang dihasilkan adalah sandal imitasi, sandal spon, kelom setengah jadi, kelom geulis, sandal kulit, sandal pria dan wanita, muka sandal, sandal jepit, sandal hotel, sepatu olahraga.

Produk-produk tersebut biasanya dipajang di rak pajang / lemari tanpa penutup, disimpan dalam lemari kaca / etalase kecil, dan ada juga yang dipamerkan dengan desain menarik dalam etalase besar.

Retail ini dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh, pembeli biasanya mencoba produk yang diinginkan terlebih dahulu sehingga retail difasilitasi tempat duduk dan cermin untuk melihat produk yang sedang dicobanya.

- 5. Kerajinan mebel**, terdiri dari 7 sentra (tersebar di Kec. Tamansari, Tawang, Cipedes dan Cibeureum).



Produk yang dihasilkan adalah lemari, meja, kursi, kusen jendela / pintu, daun jendela / pintu, perabot dapur, aneka furniture, tempat tidur, peti kemas kayu, bupet, mebeul setengah jadi, palet kayu, tarikan kayu, meja dispencer.

Produk-produk tersebut biasanya diletakkan di lantai saja untuk dipajang karena bobot yang berat dari setiap produknya sehingga tidak memungkinkan penataan menggunakan media bantu seperti rak, lemari, dan etalase.

Retail ini dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh. Biasanya pembeli produk mebel sering berkonsultasi dengan penjual seputar produk yang diinginkannya dengan cara duduk-duduk di tempat yang telah disediakan atau sambil berjalan jalan mengelilingi produk yang dipamerkan.

6. Kerajinan batik, terdiri dari 2 sentra (tersebar di Kec. Cipedes dan Indihiang).

Produk yang dihasilkan adalah batik tulis, batik cap, batik printing, sarung batik, kain batik.

Produk-produk tersebut dipajang dengan beberapa cara yaitu, digantung di rak gantung, ditempelkan pada dinding yang beralas kain atau karpet, dilipat dan disimpan dalam rak baju / lemari kaca kecil, dipamerkan dengan desain menarik dalam etalase besar serta ada juga yang dipakaikan pada boneka peraga yang biasanya terdiri dari satu keluarga (ayah, ibu, anak laki-laki dan perempuan).

Retail kerajinan tersebut dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh.

7. Kerajinan payung geulis, terdiri 1 sentra (tersebar di Kec. Indihiang).



Produk yang dihasilkan adalah payung geulis, payung geulis anak. Produk-produk tersebut biasanya dipajang di lemari tanpa penutup dengan kondisi payung yang tertutup, untuk payung ukuran besar dan lebih tinggi biasanya perletakkannya hanya disenderkan saja di sudut ruang dengan kondisi tertutup, serta ada juga yang dipamerkan dengan desain menarik di dalam lemari kaca (etalase besar) dengan kondisi payung yang dibuka maupun yang ditutup.

Retail kerajinan payung tersebut dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri melayani pembeli yang berada didalam retail dengan sesekali mengikuti langkah pembeli atau hanya memantau dari jarak yang tidak terlalu jauh.

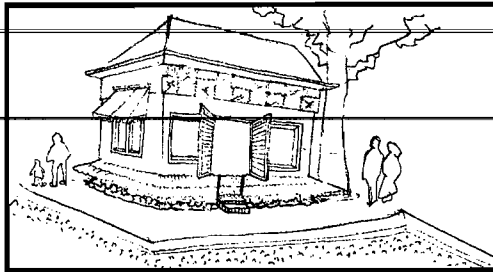
8. Makanan ringan / olahan, terdiri dari 22 sentra (tersebar di setiap kecamatan).

Produk yang dihasilkan adalah wajit, dodol, aneka kue (bibika, pia, aci, chistick, tambang, bolu, bawang), roti, ranginang, opak, asinan, aneka kerupuk (gendar, jengkol, udang), kalua jeruk, es lilin, mie jujut.

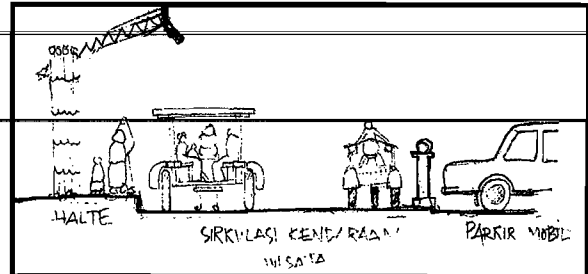
Produk-produk tersebut biasanya disimpan dalam lemari kaca / etalase kecil terutama untuk makanan yang kurang tahan lama, sementara itu ada juga yang digantung pada paku atau kawat yang tertancap di kolom atau rangka plafond khususnya untuk makanan tahan lama seperti aneka kerupuk.

Retail tersebut dikelola oleh seorang kasir dan dibantu oleh 1-2 pegawainya. Mereka berdiri dibelakang lemari makanan untuk melayani pembeli yang berada didalam retail dan siap mengambil semua produk makanan yang ditunjuk oleh pembeli, ada juga produk-produk yang diletakkan di atas meja pajangan sehingga pembeli bisa mengambil makanan yang diinginkan secara langsung oleh dirinya sendiri.

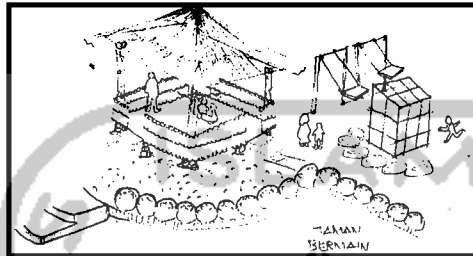
I.8 Sketsa gagasan awal



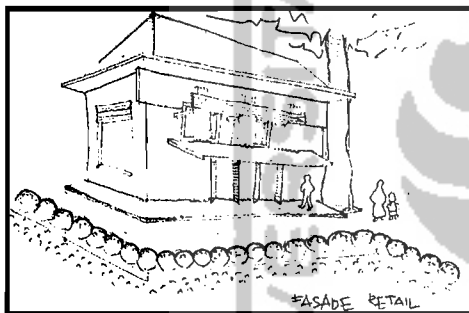
Fasade retail



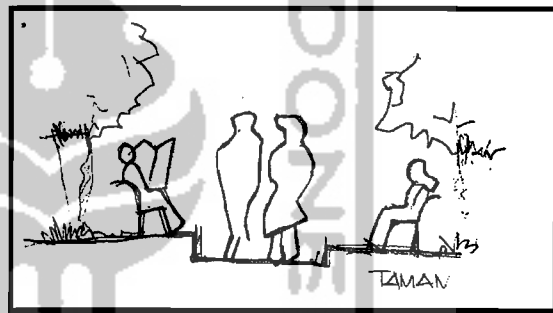
Kendaraan wisata



Taman bermain



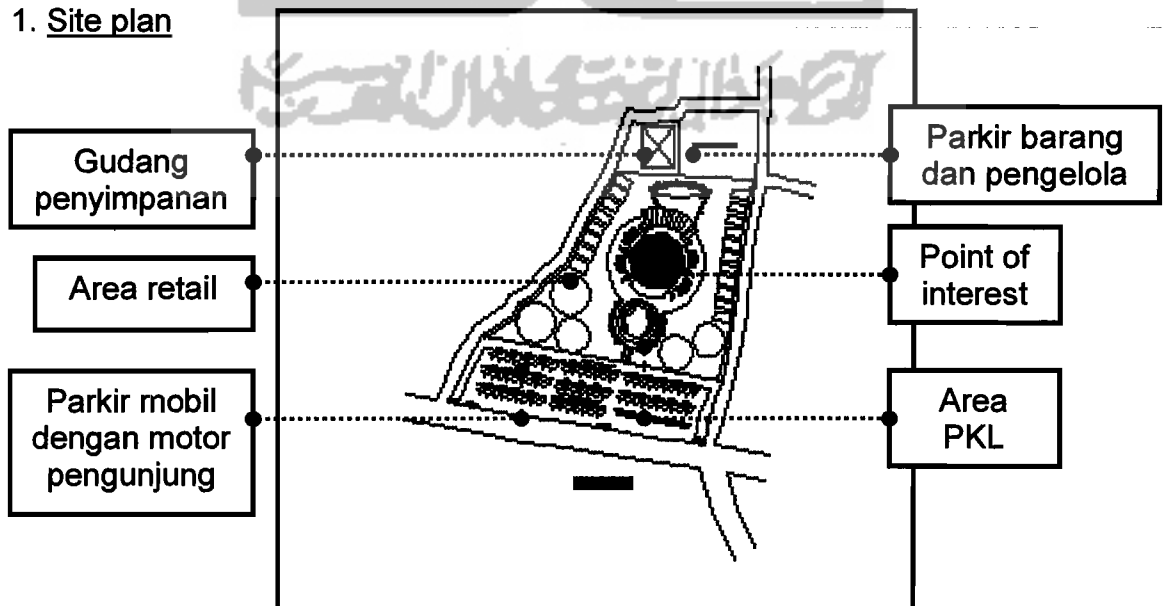
Fasade retail



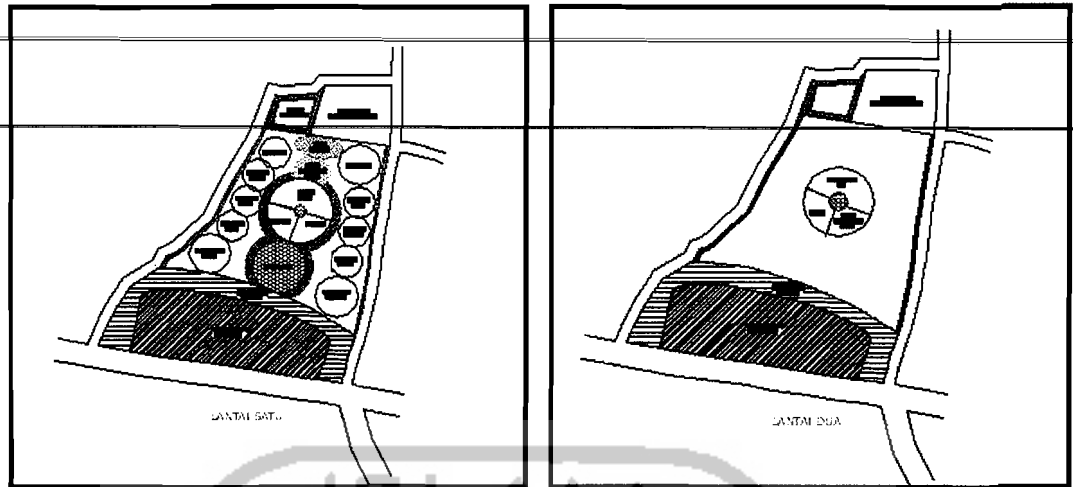
Taman

I.9 Rancangan awal

1. Site plan



2. Denah lantai 1 dan 2



Pada denah lantai satu terdapat semua area retail mulai dari garmen, craft, mebel dan food, sementara workshop ada di bagian tengah massa-massa bangunan retail sebagai point of interest. Di lantai satu ini pun terdapat open space untuk PKL, ruang outdoor, ruang pengelola dan gudang penyimpanan yang terletak dekat dengan parkir barang dan parkir pengelola. Sedangkan parkir mobil dan motor untuk pengunjung berada di depan site.

Pada denah lantai dua terdapat ruang-ruang untuk kegiatan penunjang yaitu ruang temporer, restoran dan café serta warnet.

3. Potongan

