

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 PENGERTIAN JUDUL**

Untuk mengartikan judul “ **perencanaan dan perancangan mall** “ perlu menelaah beberapa kata yang membentuk kalimat tersebut :

- **Perencanaan**

Rencana dapat diartikan sebagai pengambilan keputusan tentang apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan; kata "rencana" berasal dari kata "rencana", yang artinya konsep, rancangan, atau tata olah. Menurut KBBI (2019: 1027)

- **Perancangan**

Perancangan berarti proses, cara, atau merancang. Ini juga bisa berarti mengatur segala sesuatu sebelum bertindak. KBBI (2019: 1025)

- **Pengertian mall**

Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berwujud bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan-jalan yang teratur sehingga berada diantara toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas).

#### **2.2 Full Mall**

##### **2.2.1 Pemahaman Objek Rancangan**

- Berdasarkan International Council of Shopping center (ICSC) tahun 2013, Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir. (Chiara, 2001)
- Berdasarkan situs online Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2012, pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat.
- Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu wilayah tertentu yang tepat dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa

bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang. (Maitland, 1987)

- Mall diartikan sebagai suatu wilayah pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota (central city business area) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki. Berbentuk pedestrian dengan gabungan plaza dan ruang-ruang interaksional (**Rubenstein, 1978**).

### **2.2.2 Fungsi Mall**

Sebagai fungsi ekonomi, yaitu sebagai pendukung dinamisasi perekonomian kota dan wadah penampungan dan penyaluran produksi dari produsen untuk kebutuhan masyarakat (konsumen). (Wibowo, 1999)

### **2.2.3 Sejarah Awal Pusat Perbelanjaan**

Konsep pusat perbelanjaan atau Shopping Mall sebenarnya bukan inovasi baru. Pusat perbelanjaan merupakan suatu evolusi dari pasar tradisional, yang sudah ada sejak abad pertengahan. penyebab, Orang-orang pada jaman dahulu melakukan transaksi perdagangan di bawah pohon yang membentuk suatu deretan. Namun, bersamaan dengan penambahan jumlah penduduk, kualitas barang dan kuantitas barang yang diperdagangkan juga meningkat. dampak, dari meningkatnya jumlah barang yang diperdagangkan meningkat, tempat-tempat untuk berjualan menjadi semakin meluas untuk menyesuaikan kebutuhan dan tuntutan masyarakat pada jaman itu. Di Timur Tengah, terdapat Grand Bazaar Isfahan yang merupakan suatu lokasi pusat perdagangan yang terdiri dari kumpulan beberapa toko otonom yang bernaung di bawah satu struktur, yang berdiri sejak abad ke 10. sebaliknya Contoh di Eropa adalah The Burlington Arcade di London yang resmi dibuka di tahun 1819. Tetapi pembangunan konsep Mall baru diperkenalkan melalui bangunan di the arcade di providence, Rhode Island, Amerika Serikat pada tahun 1828.

### **2.2.4 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan**

Terdapat beberapa klasifikasi dalam perancangan sebuah bangunan pusat perbelanjaan yang disesuaikan dengan kebutuhan lingkungan maupun masyarakat di kawasan tersebut supaya tepat sasaran dari segi pelayanan maupun kelengkapan fasilitas di dalamnya.

- A. mengikuti Aspek Perkotaan ( Menurut ULI-The Urban Land Institute, 1977)

1. Neighborhood Centre Merupakan pusat perbelanjaan lokal yang melayani kebutuhan setiap hari serupa supermarket. Luas area yang terjual antara 2.787-9.290 m<sup>2</sup>. Mampu melayani 5.000-40.000 jiwa penduduk.
2. Community Centre Merupakan pusat perbelanjaan distrik dan melayani kebutuhan barang yang lebih beragam, mencakup Department Store. Unit lantai yang dijual antara 9.290-27.870 m<sup>2</sup>. Melayani hingga 40.000-150.000 jiwa penduduk.
3. Main/Regional Centre Pusat perbelanjaan skala regional yang menjangkau pelayanan lebih dari 150.000 jiwa penduduk, dengan fasilitas yang lengkap seperti pasar, toko, bank, bioskop, berkumpul dengan perkantoran, sarana rekreasi dan kesenian. Luas lantai yang dijual antara 27.870-92.900 m<sup>2</sup>. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari bermacam-macam toko dan dua Department Store atau lebih.

Tabel 2.2.4 klasifikasi pusat perbelanjaan

Tipe Pusat Perbelanjaan	Penyewa Utama (sebagai dasar Klasifikasi)	Tipe (area yang disewakan)	Pemisah luas dalam GLA (Gross Leasable Area)	Populasi pelayanan minimum (orang)
Neighbourhood Shopping Center	Supermarket atau drugstore	50.000 4.650 m <sup>2</sup>	2.800- 9.300 m <sup>2</sup>	2.500- 10.000
population Shopping Center	Variety discount atay drugstore	150.000 14.000 m <sup>2</sup>	9.300- 27.900 m <sup>2</sup>	40.000- 150.000
Regional Shopping Centers	Satu atau lebih department store besar/lengkap dengan GLA 100.000	400.000 37.000 m <sup>2</sup>	27.900- 83.700 m <sup>2</sup>	150.000 atau lebih
Super Regional Shopping Centers	Tiga atau lebih departement store besar/lengkap dengan GLA 100.00	800.000 74.400 m <sup>2</sup>	46.500- 93.000 m <sup>2</sup>	300.000 atau lebih

B. Berdasarkan Bentuk Fisik (Beddington dalam Marlina, 2007)

1. *Market*

Rangkaian ruang bersekat-sekat dan warung yang berjajar dalam ruang terbuka maupun tertutup sebagai sarana fisik yang utama dari suatu pusat perbelanjaan.



Gambar 2.2.4 1 Market

Sumber : (Wikipedia)

2. *Shopping street*

Toko-toko yang pencapainnya langsung melalui jalann utama karena letaknya beradapada sisi kanan dan kiri jalan.



Gambar 2.2.4 2 Shopping Street

Sumber : (Wikipedia)

3. *Shopping Precint*

Toko-toko yang berkumpul secara melingkar dan hanya untuk pejalan kaki dan terlepas dari kendaraan.



Gambar 2.2.4 3 shopping precinct

Sumber : (www.alamy.com)

#### 4. *Departement Store*

kategori yang terdiri dari beberapa toko yang berada dalam satu atap bangunan.



Gambar 2.2.4 4 Departement Store

Sumber : (Wikipedia)

#### 5. *Supermarket*

Satu toko dengan luasan yang lebar dan menjual berbagai macam barang yang dikelompokkan dan diatur dengan sistem self service.



Gambar 2.2.4 5 Supermarket

Sumber : (Wikipedia)

## 6. *Shopping Center*

Kompleks pertokoan yang terdapat pada satu bangunan dan terdiri dari retail-retail toko yang dijual dan disewakan.



Gambar 2.2.4 6 Shopping Center

Sumber : (Wikipedia)

## 7. *Shopping Mall*

Sekelompok kesatuan komersial yang terdapat satu jalur memanjang diantara toko-toko yang berderet menerus.



Gambar 2.2.4 7 Shopping Mall

Sumber : (Wikipedia)

### C. Berdasarkan Cara Pelayanan (Beddington dalam Marlina, 2007)

#### a. *Shopping Existing Personal Services*

konsumen langsung dilayani oleh pelayan baik saat membeli, membayar, hingga mengemas barang yang telah dibeli.

#### b. *Self Selection*

konsumen memilih-milih barang terlebih dahulu, kemudian menerima bon, dan melakukan pembayaran di kasir.

#### c. *Self Services*

konsumen memilih-milih barang dan membawanya dalam keranjang, kemudian dibawa

ke kasir untuk melakukan pembayaran.

#### D. Berdasarkan Jenis Desain dan Luas

##### a. Full Mall

Sebuah tempat berupa plaza sebagai jalur pejalan kaki yang terdapat bangkubangku tempat duduk, lampu-lampu, pepohonan, paving block, dan fasilitas lain seperti patung dan air mancur, yang sebelumnya merupakan koridor jalan yang dilalui oleh kendaraan.



Gambar 2.2.4 8 Full Mall

Sumber : (Wikipedia)

##### b. Transit Mall

Transit mall hanya boleh dilalui oleh kendaraan umum, sehingga lalu lalu lintaskendaraan lain seperti mobil pribadi dan truk dipindahkan ke jalur lain. Kemudian jalur pedestrian ways diperlebar dan ditambah kandengan fasilitas seperti pohon, bangku, tanaman, paving, patung, air mancur dan lain-lain.



Gambar 2.2.4 9 Transit Mall

Sumber : (Wikipedia)

##### c. Semi Mall

Pengurangan terhadap area kendaraan dan area parkir untuk mengutamakan pejalan kaki, sehingga area dilengkapi fasilitas buatan seperti pepohonan, beberapa tanaman, bangku dan lain lain.





Gambar 2.2.4 10 Semi Mall

Sumber : (Wikipedia)

E. Berdasarkan dari jenis barang yang dijual ( *Design for shopping Centers, Nadine Beddington* ) :

1. Demand ( permintaan ), ialah yang menjual kebutuhan sehari-hari yang merupakan kebutuhan pokok
2. Semi demand ( setengah permintaan ) , yaitu menjual barang-barang untuk kebutuhan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.
3. Impuls ( Barang yang menarik ), ialah yang menjual barang-barang mewah yang menggerakkan hati konsumen pada waktu tertentu untuk membelinya.
4. Drugery, ialah menjual barang-barang higienis seperti sabun, parfum, dan lain-lain.

F. Berdasarkan bauran tipe usaha Berdasarkan bauran tipe usahanya, Shopping mall dibedakan menjadi:

1. Pusat perbelanjaan berorientasi keluarga

Pusat perbelanjaan ini menyediakan semua hal kebutuhan dalam satu atap ( *all under one roof family- oriented shopping centre* ). Dengan luas bersih area yang disewakan sekitar 400.000-500.000 kaki persegi dan didominasi oleh hypermarket, pusat hiburan, cinema, bowling, dan billiard. 2. Pusat perbelanjaan spesialis ( *specialist shopping center* ).

(Northen, 1977.)

2. Pusat perbelanjaan spesialis ( *specialist shopping center* )

Pusat perbelanjaan ini lebih kecil dari pada pusat perbelanjaan berorientasi keluarga dan hanya menawarkan satu tipe perdagangan utama. yang dilengkapi dengan sejumlah toko yang mendukung bisnis utama tersebut, seperti toko makanan, toko minuman, dan toko pelayanan lainnya.



### 3. Pusat perbelanjaan gaya hidup masyarakat (*Lifestyle Shopping center*)

Pusat perbelanjaan ini melayani para professional muda yang berkerja di wilayah kota. Dan menawarkan produk tematis yang berkaitan dengan Lifestyle.

Luas wilayah pada pusat perbelanjaan ini sekitar 100.000-200.000 kaki persegi.

#### 2.2.5 Unsur-unsur pada Pusat Perbelanjaan

Dalam merancang mall, diperlukan beberapa unsur penting yang harus diperhatikan agar dapat memberikan pengalaman belanja yang mengesankan bagi para pengunjungnya. Dalam menentukan kualitas sebuah shopping mall. Menurut Nadine Beddington (*Design for Shopping Center*, 1982), ada tiga komponen penting yang menentukan kualitas pusat perbelanjaan:

##### 1. Hardware

Hardware berfungsi sebagai penarik minat pelanggan untuk datang ke pusat perbelanjaan. Hardware juga merupakan keadaan fisik pusat perbelanjaan yang dilihat dari lokasi dan kondisi lingkungan sekitar, serta arsitektur pusat perbelanjaan yang mudah dijangkau dan menarik.

##### a. Aksesibilitas

Lokasi pusat perbelanjaan menunjukkan fungsinya sebagai tempat yang mudah diakses dan dekat dengan sarana dan fasilitas. Ukuran area, populasi, kekuatan pembeli, penjualan potensial, dan kondisi pusat perbelanjaan adalah beberapa faktor yang harus dipertimbangkan saat menentukan lokasi pusat perbelanjaan. Ada beberapa jenis lokasi dan jalan yang dapat dilihat dari:

- Lokasi yang tepat.

Karena lokasi pusat perbelanjaan memengaruhi jumlah pengunjung dan tingkat sewa yang diinginkan, lokasi pusat perbelanjaan yang strategis harus memiliki akses jalan yang memadai dan transportasi yang mudah.

- Kualitas lingkungan sekitar pusat perbelanjaan: Lingkungan adalah area di sekitar pusat perbelanjaan, biasanya terkait dengan tata ruang atau kondisi penduduk. Jarak dengan pusat bisnis, permukiman, perkantoran, rekreasi, dan transportasi.
- Jarak adalah ukuran yang mengukur jarak antara dua tempat. Jarak pusat perbelanjaan sangat penting untuk menarik tenant baru. Tingkat keramaian pusat perbelanjaan juga memiliki beberapa efek, seperti tingkat hunian tenant yang lebih tinggi semakin dekat dengan pusat

bisnis, terutama jika dekat dengan daerah pemukiman yang padat dan akses transportasi yang mudah.

- Alternatif untuk akses jalan yang mudah dan tidak macet Salah satu faktor penting dalam upaya pengelola pusat perbelanjaan untuk menarik perhatian pengunjung adalah kemudahan akses. Jika suatu pusat perbelanjaan sulit dicapai, orang akan enggan untuk mengunjunginya.

## 2. Arsitektur

Desain yang membedakan identitas suatu toko dengan toko yang lainnya:

Dimana desain arsitektur mencerminkan suatu bangunan menjadi lebih menarik, dan mencerminkan suatu bangunan berdasarkan fungsinya sehingga apa yang didesain dapat mencerminkan suatu fungsi bangunan itu sendiri, karena merupakan pusat perbelanjaan untuk itu didesain berdasarkan perkembangan zaman dan teknologi yang lebih modern.

### a. Desain Eksterior

Eksterior suatu bangunan selalu dikaitkan dengan seni dan keindahan karena merupakan gambaran awal bagi pengunjung dan penyewa toko tentang aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Eksterior pusat perbelanjaan sangat penting karena memberikan kesan pertama dan memberikan kesan nyaman bagi pengunjung dan penyewa toko.

### b. Kecerahan eksterior dengan interior gedung

Untuk menarik pengunjung, interior pusat perbelanjaan sangat penting. Kecerahan dan keindahan sangat penting dan saling terkait. Para pengunjung akan menghabiskan waktu di toko ini untuk membeli sesuatu dan berbelanja, jadi suasana toko yang bagus, bersih, dan rapi akan membuat pengunjung merasa nyaman. Desain interior gedung juga dapat berfungsi sebagai simbol pusat perbelanjaan.

### c. Tata Letak ( layout toko)

Tata letak yang tertata rapi dapat menarik pengunjung untuk beraktivitas dan membeli barang di pusat perbelanjaan. Layout mall berdampak pada semangat dan keinginan untuk tinggal, menurut Wakefield dan Baker (1998).

### 3. Software

Software adalah suatu manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada penjualan pusat perbelanjaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi jenis software, meliputi:

#### a. Fasilitas penunjang kenyamanan dan kemudahan pengunjung

Menurut Lynda dan Tong (2005) , fasilitas penunjang kenyamanan dan kemudahan pengunjung adalah fasilitas yang ditawarkan oleh pusat perbelanjaan kepada pengunjung untuk mendukung suasana belanja yang nyaman dan mudah.

- Kapasitas parkir

Untuk memberikan fasilitas yang memadai dengan tingkat keamanan yang tinggi, pengelola sangat memperhatikan kapasitas pusat perbelanjaan untuk menampung kendaraan penyewa dan pengunjung. Peritel harus melihat pusat perbelanjaan setiap hari, setiap minggu, atau setiap musim. Faktor lain yang perlu dipertimbangkan termasuk kebutuhan parkir karyawan, proporsi pengunjung yang memakai mobil, parkir non-pengunjung, dan lamanya waktu belanja dan berbelanja para pengunjung.

- Pendingin Ruangan (Air Conditioner)

Kondisi ruangan yang dingin sangat penting bagi manajemen pusat perbelanjaan karena berkontribusi pada kenyamanan pengunjung dan penyewa saat melakukan aktivitas bisnis.

- Listrik dan generator

Pengelola pusat perbelanjaan harus memiliki fasilitas listrik dan generator.. Tingkat kestabilan tegangan dan kemampuan supply listrik menjadikan nilai plus bagi para penyewa toko karena memberikan rasa aman dari bahaya kebakaran yang diakibatkan oleh korsleting listrik.

- Lift dan eskalator

Untuk memudahkan semua aktivitas berbelanja di pusat perbelanjaan, eskalator dan lift sangat penting. Eskalator lebih efisien daripada lift karena memudahkan pergerakan orang dalam jumlah besar secara lebih teratur.

- Toilet  
Desain toilet interior seharusnya sesuai dengan tema pusat perbelanjaan, demografi pelanggan, dan kemudahan pemeliharaan.
  - Telepon Umum  
Telepon umum sebagai sarana pendukung telekomunikasi yang bersifat umum dan digunakan untuk kepentingan bersama seluruh pengguna pusat perbelanjaan.
  - Bank atau ATM  
Bank atau ATM adalah tempat yang membuat segalanya lebih mudah, baik untuk pelanggan pusat perbelanjaan yang ingin mengambil uang melalui ATM maupun untuk penyewa yang ingin menyimpan hasil usahanya, terutama dari segi keamanan.
- b. Fasilitas penunjang keramaian pengunjung  
Kelengkapan pilihan penyewa toko, seperti toko ritel kecil yang menjual berbagai macam pakaian, toko kosmetik, dan toko kecil lainnya yang terletak di sekitar penyewa utama, merupakan bagian dari fasilitas yang berfungsi untuk menarik pengunjung. Barang-barang yang dijual oleh pe-ritel juga dapat mempengaruhi reputasinya. Menjual barang nomor satu—yang berarti barang autentik atau asli—dan berkualitas tinggi menciptakan reputasi yang baik.
- c. Kekuatan daya tarik penyewa utama (anchor tenant)  
Penyewa utama adalah suatu usaha ritel besar dan kuat dengan nama toko yang terkenal dan memiliki keahlian dalam menawarkan beraneka ragam produk, sehingga mampu menarik pengunjung dalam jumlah besar ke lokasi usaha mereka. Tujuan anchor tenant adalah untuk menarik perhatian pengunjung melewati area yang ditempati oleh penyewa lainnya. Penempatan penyewa utama mempengaruhi sirkulasi pengunjung dan menarik pengunjung ke toko spesialis dan restoran.. Selain itu, dengan adanya anchor tenant, reputasi perbelanjaan tersebut akan naik, sehinggadapat meningkatkan keyakinan para peritel kecil lainnya untuk menyewa ruang usaha di pusat perbelanjaan tersebut.
- 4. Brainware**  
Brainware adalah salah satu sarana pendukung keberhasilan suatu toko dalam menghadapi persaingan usaha. Pada dasarnya, brainware berfungsi untuk memberi

tahu pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Pengendali pengeluaran harus berusaha menggunakan alat pikir yang dapat memperkuat dan mendukung citra bisnis mereka. Ada tiga gagasan untuk dipikirkan:

- Manajemen pengelola gedung, seperti misi dan budaya manajemen, manajemen properti dan perawatan, pelayanan dan staf ahli, pengalaman, dan hubungan dengan penyewa.
- Mutu kenyamanan pengunjung, seperti keamanan, kebersihan, dan parkir yang terorganisir dengan baik.
- Promosi dan publikasi, seperti program promosi gedung, dan kualitas kegiatan pameran dan acara besar.

### **2.2.6 Elemen-elemen Mall**

Menurut Nurrachman 2011:10-12 di dalam Utama, 2016) dapat diketahui bahwa elemen yang terdapat pada sebuah mall merupakan unsur pembentukan mall yang terdiri dari :

a. Atrium

Atrium adalah ruang kosong atau void horizontal yang berada di tengah lapisan lantai kedua atau atasnya. pada Atrium umumnya mendapatkan pencahayaan alami dari skylight yang menjadi pusat orientasi bangunan.

b. Anchor Primer

Anchor Primer pada mall merupakan sebuah area yang terletak pada setiap ujung koridor dimana area tersebut menjadi sebuah titik konsentrasi atau landmark. Memiliki perwujudan yang dapat berupa crowd atau plaza.

c. Anchor Sekunder

Anchor Sekunder Merupakan sebuah bagian pentind yang pada umumnya dianggap sebagai sebuah distrik pada mall. Penempatannya memiliki hubungan yang erat dengan ruang publik yang terbuka sebagai daya tarik utama dalam mall tersebut.

d. Koridor Merupakan sebuah ruang untuk para pengunjung pada sebuah mall. Koridor memiliki 2 macam bentuk, ialah :

a. Koridor Utama, merupakan koridor dengan lebar kurang lebih 15 meter yang menjadi orientasi dari toko yang berada du sepanjang toko tersebut.

b. Koridor Sekunder, adalah koridor yang berada pada sepanjang koridor utama dengan lebar 6 meter.

## 2.2.7 Sistem Perencanaan

### 1. Perencanaan Site

Untuk merencanakan dan merancang sebuah pusat perbelanjaan dan rekreasi, harus memenuhi kriteria-kriteria site ialah :

- Site sesuai untuk areal pembangunan, pengembangan dan berlokasi dalam daerah perdagangan.
- Kondisi topografi dan bentuk site harus sesuai dengan perencanaan keuntungan dan pertimbangan ekonomis konstruksi.
- Lokasi situs harus mudah diakses jika setidaknya ada satu yang sudah ada atau berada di jalan utama yang dilalui oleh orang. Hal ini disebabkan oleh nilai ekspose kawasan yang tinggi dan kemudahan akses.
- Ada juga ruang parkir yang mencukupi dan bentuk yang sesuai untuk area perdagangan. Perparkiran multilevel dapat digunakan dalam situasi di mana area terbatas dan harga tanah tinggi.
- Penempatan zoning yang sesuai untuk setiap tujuan penggunaan serta mudah dijangkau
- Lokasi lokasi memiliki kelengkapan utilitas yang diperlukan untuk menyelesaikan semua kegiatan yang akan dilakukan di bangunan.
- Memiliki hubungan saling integrasi dan saling menguntungkan antar lingkungan sekitar seperti pusat kota, rekreasi, perumahan, transportasi, alam, jalur pedestrian, dan lainnya.

### 2. Perencanaan Design

Dalam perencanaan design dalam pusat perbelanjaan dan rekreasi, terdapat 2 macam sistem yang harus diperhatikan, ialah :

- Design

Unsur “anchor” atau “magnet” atau “pulls” merupakan elemen yang penting untuk menghidupkan suasana dan menarik minat pengunjung. Dengan adanya kelengkapan barang maupun penawaran jasa lainnya, pengunjung dapat merasakan kenyamanan dan kenikmatan atas fasilitas yang tersedia. Magnet ini dapat berupa supermarket, department store, arena bermain, bioskop, restoran, fasilitas parkir dan sebagainya. Selain menempatkan unsur penarik pengunjung, juga harus diperhatikan ketinggian lantai dan lebar dari mall itu sendiri sehingga

memungkinkan pengunjung masih dapat berkomunikasi dengan toko-toko di depan maupun di atasnya. pusat dari perencanaan ini adalah terhindarinya ‘jalan buntu’ atau ‘lokasi tak terjangkau’ untuk pertokoan-pertokoan yang lebih kecil dan pengkonsentrasian semua perbelanjaan pada rute yang lebih jelas yang dihubungkan dengan magnet utama atau “pulls”, seperti department store.

### **2.3 Fasilitas Mall**

Fasilitas yang terdapat dalam Pusat Perbelanjaan yaitu :

- a. Fasilitas Pusat Perbelanjaan : pelayanan dan penyajian barang/area penjualan berupa fasilitas unit-unit pertokoan, department store, supermarket, book store, retail shop, kios counter.
- b. Fasilitas Rekreasi : bioskop, community center, arena bermain, restoran, food court,
- c. Fasilitas Umum : informasi (ruang informasi), pameran (ruang pameran), pergerakan (hall, street mall/koridor, fasilitas telepon, ATM).
- d. Fasilitas Layanan Jasa : wartel, warnet, laundry, beauty/barber shop, studio photo, dll
- e. Fasilitas Penunjang : pengelolaan (administrasi/manajemen, ruang pertemuan, sarana penunjang/lavatory), service (utilitas bangunan/MEE, operasional bangunan, Perawatan bangunan, peribadatan, keamanan, parkir).

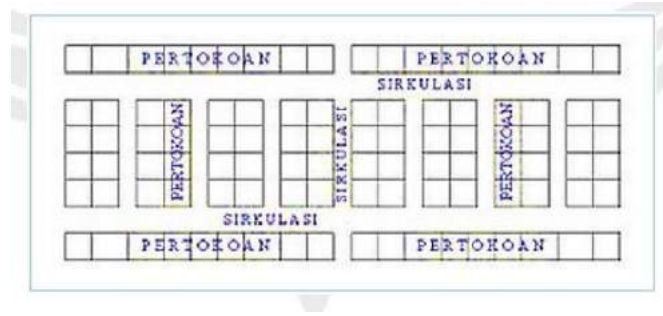
### **2.4 System Sirkulasi Mall**

#### **2.4.1 Sistem banyak koridor**

Ciri-ciri pusat perbelanjaan dengan sistem banyak koridor :

- Terdapat banyak koridor tanpa penjelasan orientasi, tanpa ada penekanan, sehingga semua dianggap sama, yang strategis hanya bagian depan/ dekat pintu masuk saja.
- Efektifitas pemakaian ruangnya sangat tinggi.
- Terdapat pada pertokoan yang dibangun sekitar tahun 1960-an di Indonesia





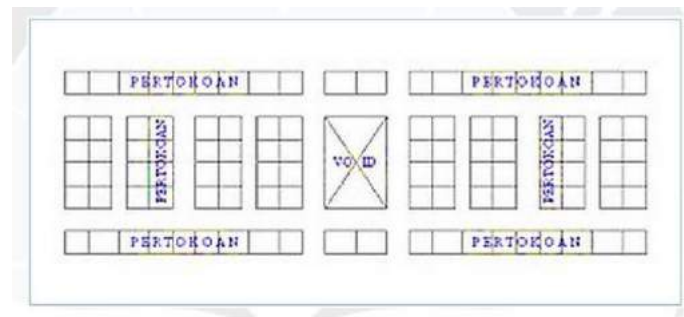
Gambar 2.4.1 Sistem Sirkulasi Banyak Koridor

(Sumber :Avriansyah, R., 2010)

### 2.4.2 System plaza

Ciri-ciri pusat perbelanjaan dengan sistem plaza:

- Terdapat plaza/ ruang berskala besar yang menjadi pusat orientasi kegiatan dalam ruang dan masih menggunakan pola koridor untuk efisiensi ruang.
- Mulai terdapat hierarki dari lokasi masing-masing toko, lokasi strategis berada didekat plaza tersebut, serta mulai mengenaal pola vide dan mezanin.



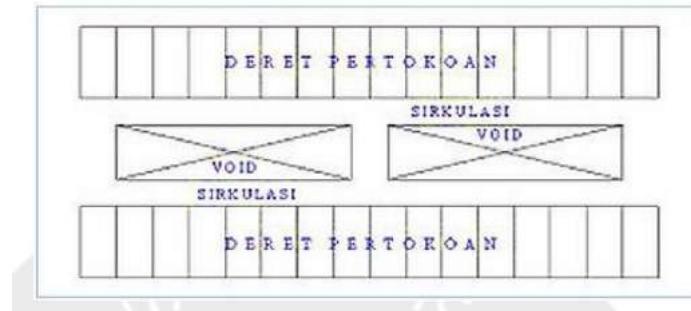
Gambar 2.4.2 Sistem Sirkulasi Plaza

(Sumber: Avriansyah, R., 2010)

### 2.4.3 System mall

Ciri-ciri pusat perbelanjaan dengan sistem mall:

- Dikonsentrasikan pada sebuah jalur utama yang menghadap dua atau lebih magnet pertokoan dapat menjadi poros massa, dan dalam ukuran besar dapat berkembang menjadi sebuah atrium. Jalur tersebut akan menjadi sirkulasi utama, karena menghubungkan dua titik magnet atau anchor yang membentuk sirkulasi utama.



Gambar 2.4.3 Sistem Sirkulasi Mall

(Sumber: Avriansyah, R., 2010)

(Avriansyah, 2010)

## 2.5 Pemahaman Tema Arsitektur Kontemporer

### 2.5.1 Sejarah Arsitektur Kontemporer

Arsitektur kontemporer tidak muncul secara tiba-tiba, gaya arsitektur ini didasari oleh semangat perubahan yang berakar dari revolusi Industri di Inggris. Revolusi Industri mengakibatkan munculnya tipologi bangunan baru yang sebelumnya belum pernah ada, seperti tipologi pabrik, gudang, dan sebagainya. Revolusi industri juga mengakibatkan adanya material dan teknik baru dalam arsitektur. Arsitektur kontemporer muncul karena kebutuhan akan gaya baru pada masa tersebut kemudian terus berkembang ke era art dan craft, yaitu situasi masyarakat mulai jenuh dengan fabrikasi dan melakukan gerakan

### 2.5.2 Pengertian arsitektur kontemporer

Arsitektur kontemporer merupakan suatu bentuk karya arsitektur yang sedang terwujud di masa sekarang dan masa akan datang. Karya ini dibangun dalam satu decade terakhir dan cukup menggambarkan perkembangan arsitektur di Indonesia. Arsitektur kontemporer merupakan salah satu pendekatan dalam merancang secara global sehingga banyak ahli yang mengemukakan pendapat mengenai pengertian dari arsitektur kontemporer, di antaranya sebagai berikut :

1. Konemann, (World of Contemporary Architecture) "Arsitektur Kontemporer adalah gaya arsitektur yang bertujuan untuk memberikan contoh suatu kualitas tertentu terutama dari segi kemajuan teknologi dan juga kebebasan dalam mengekspresikan suatu gaya arsitektur."

2. Y. Sumalyo, *Arsitektur Kontemporer Akhir Abad XIX dan Abad XX* (1996) “Kontemporer adalah bentuk-bentuk aliran arsitektur yang tidak dapat dikelompokkan dalam suatu aliran arsitektur atau sebaliknya berbagai arsitektur tercakup di dalamnya”

3. L. Hilberseimer, *Comtemporary Architects 2* (1964) “Arsitektur Kontemporer adalah suatu style aliran arsitektur tertentu pada eranya yang mencerminkan kebebasan berkarya sehingga menampilkan sesuatu yang berbeda, dan merupakan suatu aliran baru atau penggabungan dari beberapa gaya arsitektur lainnya.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan mengenai pengertian Arsitektur Kontemporer, yaitu Arsitektur Kontemporer adalah gaya aliran arsitektur yang muncul pada akhir abad 20 sampai dengan saat ini dan juga menampilkan sesuatu yang berbeda dengan menampilkan kualitas tertentu terutama dari segi penggunaan teknologi dan juga kebebasan dalam menampilkan suatu gaya arsitektur. Riski (2017).

Prinsip desain arsitektur Kontemporer menampilkan style yang lebih baru dan terkini. Gaya lama yang disebut sebagai kontemporer akan menghasilkan bentuk disain arsitektur yang lebih segar dan berbeda dengan lainnya.

Gaya arsitektur kontemporer menampilkan bentuk-bentuk unik, atraktif, dan sangat kompleks. Pemilihan warna dan bentuk tertentu menjadi ide awal dalam menciptakan daya tarik bangunan. Permainan tekstur sangat dibutuhkan dan dapat diciptakan dengan sengaja, misalnya memilih material alami yang bertekstur khas, seperti kayu. Schirmbeck, E. (1988).



Gambar 2.5.2 bangunan dengan penerapan arsitektur kontemporer

Sumber: japdesign.com

### 2.5.3 Ciri Dan Prinsip Arsitektur Kontemporer

- Ciri-ciri Arsitektur Kontemporer

Menurut Konneman, Ada beberapa ciri-ciri arsitektur yang dapat dikatakan sebagai arsitektur kontemporer apabila meliputi 4 macam aspek (Gunawan, D. E. & R. Prijadi, 2011), yaitu:

1. Ekspresi bangunan bersifat subjektif
2. Kontras dengan lingkungan sekitar
3. Bentuk simple dan sederhana namun berkesan kuat

- Prinsip Dasar Arsitektur Kontemporer

Ada beberapa prinsip dasar yang digunakan dalam arsitektur kontemporer adalah sebagai berikut (Schimbeck, E., 1988), antara lain:

- a. Bangunan yang kokoh
- b. Gubahan massa yang ekspresif dan dinamis
- c. Konsep ruang terkesan terbuka
- d. Harmonisasi ruangan yang menyatu dengan ruang luar
- e. Kenyamanan hakiki
- f. Eksplorasi elemen lansekap area yang berstruktur
- g. Memiliki fasad yang transparan


No	Prinsip arsitektur kontemporer	Strategi pencapaian
1	Bangunan yang kokoh	Menerapkan sistem struktur dan konstruksi yang kuat serta material modern sehingga memberi kesan kekinian
2	Gubahan massa yang ekspresif dan dinamis	Gubahan massa tidak berbentuk formal (kotak) tetapi dapat memadukan beberapa bentuk dasar sehingga memberikan kesan ekspresif dan dinamis
3	Konsep ruang terkesan terbuka	Penggunaan dinding dari kaca, antara ruang dan koridor (dalam bangunan) dan optimalisasi bukaan sehingga memberikan kesan bangunan terbuka dan tidak masiv

4	Harmonisasi ruangan yang menyatu dengan ruang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan courtyard sehingga memberikan suasana ruang terbuka di dalam bangunan</li> <li>• Pemisahan ruang luar dengan ruang dalam dengan menggunakan perbedaan pola lantai atau bahan lantai</li> </ul>
5	Kenyamanan hakiki	Kenyamanan tidak hanya dirasakan oleh beberapa orang saja (mis : orang normal) tetapi juga dapat dirasakan oleh kaum difabel. Misalnya penggunaan ramp untuk akses ke antar lantai.
6	Eksplorasi elemen lansekap area yang berstruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan vegetasi yang kiranya dapat dipertahankan yang tidak mengganggu sirkulasi diluar maupun dalam site.</li> <li>• Penerapan vegetasi sebagai pembatas antara satu bangunan dengan bangunan lain.</li> <li>• menghadirkan jenis vegetasi yang dapat memberikan kesan sejuk pada site sehingga semakin menarik perhatian orang untuk datang.</li> </ul>
7	Memiliki fasad yang transparan	Fasad bangunan menggunakan bahan transparan memberikan kesan terbuka, untuk optimalisasi cahaya yang masuk ke ruang sekaligus mengundang orang untuk datang karena memberikan kesan terbuka

TABEL 3 prinsip arsitektur kontemporer

Sumber : (Gunawan, E 2011)

#### 2.5.4 Unsur Arsitektur Kontemporer

No	Unsur kontemporer	Strategi	Gambar
1	Bentuk yang unik	Arsitektur kontemporer sering kali mengeksplorasi bentuk-bentuk yang tidak biasa dan tidak terikat oleh aturan tradisional. Bangunan-bangunan ini dapat	

		memiliki bentuk organik, geometris, atau bahkan abstrak.	
2	Penggunaan material modern	Arsitektur kontemporer sering menggunakan material modern seperti beton, baja, kaca, dan aluminium. Material ini memberikan kesan yang bersih, tajam, dan futuristik.	
3	Ruang Terbuka dan Mengalir	Pada gaya kontemporer hubungan antar ruang akan terasa menjadi satu dengan minimalnya sekat atau dinding pemisah. Sehingga sirkulasi udara pun akan mengalir dengan baik.	
4	Sangat memperhatikan Aspek Lingkungan	Desain dan penggunaan material yang ramah lingkungan untuk menciptakan bangunan yang ergonomis ekologis sehingga antara bangunan dan alam sekitar bisa terintegrasi dengan baik.	
5	Animated Architecture	Sifat kreatif dan dinamis yang melekat pada arsitektur kontemporer membuat desain bangunan yang pada dasarnya merupakan benda mati, menjadi terasa lebih hidup. Hal ini juga membuat bagian luarnya terlihat lebih hidup, seolah memiliki unsur animasi alias bergerak.	

TABEL 4 1 unsur arsitektur kontemporer

### 2.5.5 Karakteristik Arsitektur Kontemporer

Kritikus arsitektur Charles Jencks (1981) memberikan daftar ciri–ciri Arsitektur Kontemporer sebagai berikut:

1. *Ideologi* adalah suatu konsep yang memberikan arah, tujuan dan maksud agar pemahaman arsitektur kontemporer bisa lebih terencana dan sistematis.
  - a) *Double coding Style* adalah gabungan dari dua gaya atau *style* arsitektur, yaitu : Arsitektur kontemporer dengan arsitektur lainnya.
  - b) *Popular and pluralist* Gagasan yang luas dan umum serta tidak terikat terhadap teori tertentu, tetapi memiliki fleksibilitas yang banyak ragam. Sehingga lebih baik dari pada gagasan tunggal.
  - c) *Semiotic-form* Penampilan dan gaya bangunan mudah dimengerti, karena bentuk–bentuk yang ada menyiratkan makna, tujuan dan maksud tertentu.
  - d) *Artist-or-client* Merupakan dua hal dasar yaitu: Bersifat seni dan Bersifat umum yang menjadi tuntutan perancangan sehingga mudah dimengerti secara umum.
  - e) *Elitist.and.participative* merupakan kebersamaan serta mengurangi sikap egois seperti dalam arsitektur modern.
  - f) *Piecemeal* Merupakan Penerapan unsur–unsur dasar yang diterapkan sebagian saja dan tidak menyeluruh. Unsur–unsur dasar seperti: sejarah, arsitektur vernacular dan lokasi perancangan.
  - g) *Architect, as representative-and-activist* Arsitek berperan aktif dalam perancangan dan juga berlaku sebagai wakil penerjemah dari keinginan klien
2. *Style* (ragam) adalah gaya–gaya dalam arsitektur kontemporer sehingga memberikan pengertian mengenai pemahaman bentuk, cara, rupa dan sebagainya yang khusus mengenai arsitektur kontemporer.
  - a) *Hybrid Expression* adalah penampilan bangunan yang merupakan hasil gabungan unsur–unsur kontemporer dengan unsur arsitektur lainnya.
  - b) *Complexity* merupakan pengembangan ide–ide mengenai karakteristik kontemporer yang berpengaruh pada perancangan awal sehingga menghasilkan perancangan yang bersifat kompleks.



- c) *Variable Space* with surprise merupakan Perubahan bentuk, ruang dan lainya yang tercipta akibat kejutan atau momentum tertentu, misalnya: warna, detail elemen arsitektur, suasana interior dan lain–lain.
- d) *Conventional and Abstract Form* merupakan penampilan bangunan yang menampilkan bentuk konvensional dan bentuk-bentuk yang rumit (populer), sehingga mudah dimengerti maksud dan tujuannya.
- e) *Eclectic* merupakan penampilan bangunan yang memiliki campuran langgam–langgam yang saling berhubungan secara konsisten.
- f) *Variable Mixed Aesthetic Depending On Context Expression on content and semantic appropriateness toward function.* Merupakan penampilan bangunan yang memiliki Gabungan unsur estetis dan fungsi yang tidak mengacaukan fungsi.

### 2.5.6 Studi Kasus Arsitektur Kontemporer

Mall Taman Anggrek Jakarta

Tanggal buka : 28 Agustus 1996

Pengembangan : pt mulia intipelangi

Pengurus : pt mulia intipelangi

Pemilik : grub pelangi

Mal Taman Anggrek (biasanya disebut TA/MTA) adalah sebuah pusat perbelanjaan yang terletak di Tanjung Duren Selatan, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, Indonesia. Mal ini dibuka pada 28 Agustus 1996. Di pusat perbelanjaan ini, terdapat sebuah rink ice skating. Mal ini didirikan oleh Salimin Prawiro Sumarto, konglomerat asal Kebumen. Mal Taman Anggrek merupakan mal terbesar di Indonesia hingga 2003 ketika perluasan Mal Kelapa Gading III di Jakarta Utara dibuka. Saat ini Mal Taman Anggrek, bersamaan dengan Central Park Jakarta dan Neo Soho yang dibangun di sampingnya, merupakan mal terbesar di Jakarta Barat. Mal Taman Anggrek merupakan mal terbesar ketiga di Jakarta dan terbesar kelima di Indonesia.

Mal taman anggrek ini menggunakan konsep arsitektur kontemporer dengan penggunaan material dinding cladding yang terlihat pada eksterior bangunan tersebut

pada sebagian interiornya. Selain itu, bentuk dari bangunan mal taman anggrek memanjang keatas, berbentuk dinamis seperti dengan ciri-ciri arsitektur kontemporer dan pada eksteriornya, terdapat bukaan-bukaan jendela yang memberikan cahaya ke dalam mall.



Gambar 2.5.6 1. Interior mall taman anggrek

Sumber: [https://xo-projects.com/wp-content/uploads/TA\\_03.jpg](https://xo-projects.com/wp-content/uploads/TA_03.jpg)



Gambar 2.5.6 2. Interior mall taman anggrek

Sumber: <http://ppwsp.freeservers.com/images/denah>.

Konstruksi yang dipakai dalam mall taman anggrek adalah baja dan beton. Terlihat dari interior yang melihatkan struktur-struktur yg memanjang. Selain itu, sirkulasi di dalam mall taman anggrek ini ditata sedemikian rupa, sesuai dengan kebutuhan/fasilitas ruang yang disediakan dalam mall taman anggrek.



Gambar 2.5.6 3. Eksterior mall taman angrek

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/f6/f6/dc/f6f6dc986758bfd476920fdd44ff1e66.jpg>



Gambar 2.5.6 4. Penataan Ruang Jewish Museum

Sumber: <https://infopromodiskon.com/userfiles/uploads/mal-taman-angrek-jakarta-6.jpg>

## 2.6 Studi Banding Objek Sejenis

Studi banding sakan membahas mengenai komparasi bangunan yang memiliki tipologi sejenis, yaitu pusat perbelanjaan (Mall). Bertujuan untuk mengetahui luas bangunan yang di butuhkan, ruang-ruang yang di butuhkan, fasilitas, kapasitas ruang, layout ruang, serta tampilan bangunan.

Objek : transmart kupang

Lokasi : jln. W.j. lalamentik, oebufu, oebobo, kota kupang, nusa tenggara timur

Tahun : 2016



Gambar 2.6 1. Transmart Kupang

Sumber : (dokumen pribadi 2023)

Bangunan transmart kupang merupakan salah satu bangunan pusat perbelanjaan (Mall). Bangunan ini terletak di Jalan Lalamentik, Oebufu, Kec.Oebobo, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Lokasinya berdekatan dengan kantor gubernur nusa tenggara timur yang berada pada tengah kota.

Bangunan ini dibangun dengan ukuran site 19,000.00 m<sup>2</sup> atau 1,9 ha dengan bangunan mall seluas 4,903.82 m<sup>2</sup>. bangunan ini merupakan pusat perbelanjaan kedua di kota kupang.



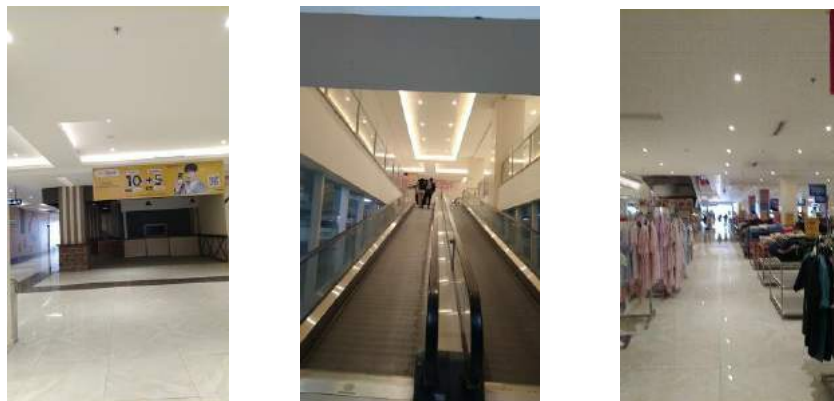




Gambar 2.6 3. suasana lantai 1 transmart kupang

Sumber : (dokumen pribadi 2023)

Lantai 1 pada transmart menjual berbagai jenis jualan seperti pakian furniture dan kebutuhan lainnya.



Gambar 2.6 4. suasana lantai 2 transmart kupang

Sumber : (dokumen pribadi 2023)

Lantai 2 transmart menjual berbagai jenis jualan pakian dan makanan serta banyak retail-retail yang kosong.



Gambar 2.6 5. suasana lantai 3 transmart kupang

Sumber : (dokumen pribadi 2023)

Lantai 3 transmart merupakan area wahana bermain, fasilitas bermain anak yang sangat banyak sehingga dia area ini terdapat banyak pengunjung.



Gambar 2.6 6. suasana lantai 4 transmart kupang

Sumber : (dokumen pribadi 2023)

Lantai 4 transmart kupang merupakan area bioskop, area ini yang biasanya sangat ramai pengunjung.



## ❖ Studi kasus objek sejenis 2

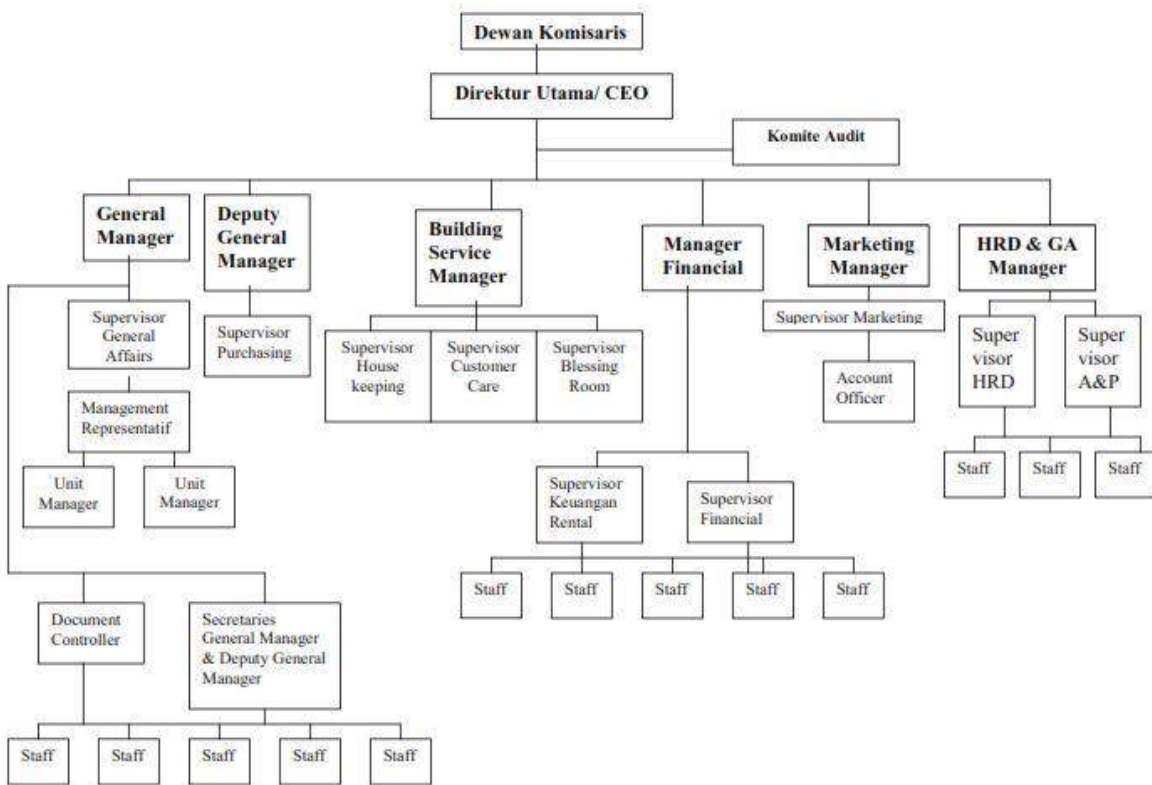
Objek	: grand mall indonesia
Lokasi	: menteng, menteng jakarta pusat
Tahun	: 2007
Parkir	: 3000 mobil dan 8000 Sepeda Motor
Data pengunjung 2022	: ± 1.8 juta pengunjung / bulan
Total luas	: 250.000 m <sup>2</sup>

Grand Indonesia (atau biasa disingkat GI) merupakan mal di Jakarta, Indonesia. Mal ini dibuka pada tahun 2007 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Grand Indonesia merupakan Family Friendly Lifestyle Mall yang berkonsep untuk menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Pada tahun 2007, Grand Indonesia terdiri dari tiga bagian: East Mall, West Mall dan sebuah Skybridge yang menghubungkan kedua bagian tersebut. Skybridge tersedia di lantai 1, 2, 3, 3A, dan 5. Sebuah foodcourt yang terdapat pada West Mall yang bernama Foodprint berada di lantai 5. West Mall Grand Indonesia telah dibuka untuk umum pada April 2007. Grand Indonesia merupakan mal terbesar di Jakarta Pusat, terbesar kedua di Jakarta setelah Mal Kelapa Gading di Jakarta Utara dan terbesar keempat di Indonesia setelah Pakuwon Mall dan Tunjungan Plaza di Surabaya.



Sumber : (wikipedia)

- Struktur organisasi



- Data pengunjung



Sumber : <https://agdesign.me/>

**Data jumlah pengunjung mall di jakarta.** Pengumpulan data data yang disajikan dalam publikasi statistik kunjungan wisatawan mancanegara didasarkan pada pengumpulan kartu arrival and departure ad card dari direktorat jenderal imigrasi. Tahun 2018 pertumbuhan ekonomi dki jakarta mencapai 617 pdrb per kapita naik 89. Kalau membahas soal mall di jakarta pasti tidak akan ada habisnya.

Badan pusat statistik provinsi dki jakarta bps statistics of dki jakarta provincejl. Sebagai contoh grand indonesia memiliki layar bioskop terbesar di dalam negeri dan mall kelapa gading punya imax theater terbesar di indonesia serta the catwalk. Data daftar koleksi museum yang sudah dikonservasi.

Namun beberapa pengelola mall itu juga mengalami peningkatan. Data ini berisi mengenai data event di dki jakarta penjelasan variabel ini berisi mengenai tahun. Sebagai ibu kota negara dan kota terbesar di indonesia jumlah mall di jakarta pasti sudah lebih dari belasan.

Jenis event jumlah. Aneka pusat perbelanjaan penuh warna dibangun untuk memamerkan merek merek terkenal. Meskipun data riset jones lang lasalle jll menyebutkan bahwa okupansi mal di jakarta tahun lalu hanya 89 turun ke titik terendah dalam enam tahun terakhir namun sejumlah pengelola pusat belanja besar di ibukota justru menyampaikan perkembangan tingkat keterisian mal mereka cukup bagus hingga saat ini.

Jadi ketika berada di jakarta sebaiknya pilih mall yang sudah terkenal menjadi icon di ibu. Dataset ini berisi jumlah pengunjung museum menurut jenis museum di provinsi dki jakarta pada tahun 2010 2017 penjelasan mengenai variabel. Di sabtu minggu bisa 85000 120000 orang tergantung dari eventnya apa ujar stefanus di jakarta Kamis 124.

Cushman and wakefield konsultasi properti merilis data yang menyatakan bahwa jumlah mal di jakarta memang sudah terlampaui padat. Beberapa yang kami tahu seperti kota kasablanka itu 65000 85000 di hari biasa. Data jumlah akomodasi rata rata pekerja dan jumlah tamu per hari dikumpulkan dari seluruh usaha akomodasi di indonesia.

Sumber : <https://agdesign.me/>