

BAB II DESKRIPSI PROYEK

2.1 Umum

2.1.1 Pusat Perbelanjaan Cianjur Shopping Mall

Pusat Perbelanjaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2016) yaitu, titik yang berada di tengah-tengah suatu lingkaran, atau merupakan pokok pangkal dalam berbagai urusan. Perbelanjaan yaitu perihal dari belanja, merupakan kegiatan yang mengeluarkan uang untuk suatu keperluan, ongkos, biaya, dapat merupakan pengeluaran uang untuk kebutuhan sehari-hari. Beberapa definisi dari Shopping Mall :

1. Mall merupakan pusat perdagangan yang dibangun, didirikan didalam lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi kesatuan operasi unit, menghubungkan dengan lokasi setempat, tipe tokonya dan area perbelanjaan dari beberapa unit tersebut (Paul O'Mara, 1999).
2. Mall yaitu, kompleks perbelanjaan terencana, dengan pengelolaan yang bersifat terpusat, dengan sistem menyewakan unit-unit kepada pedagang individu, sedangkan pengawasannya dilakukan oleh pengelola yang bertanggung jawab secara menyeluruh (Nadine Beddington, 1982)
3. Mall Adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departement store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa, Mall merupakan sebuah sarana publik yang digunakan sebagai pusat

perbelanjaan berupa kumpulan retail, department store, adanya tempat makan dan sebagainya yang dapat memfasilitasi pusat perbelanjaan tersebut. Mall didukung dengan adanya pengelola yang bertanggung jawab, adanya sirkulasi dan ruang komunal untuk interaksi antar pengunjung dan pedagang. Mall memiliki karakteristik berbelanja *on stop shopping* yaitu, memberikan segala kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan lainnya.

2.2 Fungsi Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan memiliki fungsi sebagai salah satu sarana pergerakan ekonomi, pendukung dinamisasi perekonomian, yang mawadahi hasil dari produsen yang nantinya akan disalurkan ke konsumen (Maitland, 1987).

2.3 Beberapa Tipe Pusat Perbelanjaan

2.3.1 Tipe pusat perbelanjaan menurut fisik

Menurut Northen, 1977, Jenis pusat perbelanjaan dari sisi fisik bangunan, yaitu :

- Shopping Mall: Adanya area untuk berjalan yang berada tepat di depan pertokoan 3-3.5m dan pusat reservasi sekitar 4-8m.
- Shopping Arcade: Terdiri dari pedestrian yang lebih kecil dan tertutup, dengan toko-toko dikedua sisi (double loaded). Biasanya tanpa tempat duduk, tanpa taman, dan furniture lain,
- Hypermarket: Lokasi Hypermarket berada di sisi pusat kota dan area perbelanjaan lebih dari 5000m².
- Superstore: Pertokoan dengan area berjualan diatas 2500m².
- Supermarket: Toko makanan dengan sistem *self service* memiliki area tidak kurang dari 400m².
- Departement store: Toko yang biasanya memiliki area berjualan 10.000m²-20.000m² dan menawarkan banyak pilihan barang.
- Shop Units: Area unit retail dengan luas kurang dari 400m².

2.3.2 Tipe pusat perbelanjaan menurut variasi barang yang dijual

Ada 2 jenis pusat perbelanjaan menurut Beddington, 1982, dari variasi barang yang dijual :

- Specialty Shop: Toko yang menjual barang sejenis, seperti: sepatu, pakaian, dan sebagainya.
- Variety Shop: Area toko 200m² hingga 15.000m² dengan menjual bermacam-macam barang.

2.3.3 Tipe pusat perbelanjaan menurut luas area pelayanan

Pusat perbelanjaan terbagi menjadi :

- Regional Shopping Centers
Terdiri dari dua bangunan atau bahkan lebih dari dua bangunan yang seukuran department store, luas area sekitar 27.870m²-92.900m². Skala pelayanan 150.000-400.000 penduduk, lokasi strategis, tergabung dengan area perkantoran, rekreasi, seni.
- Community Shopping Center
Luas area sekitar 9.290m²-23.225m², memiliki supermarket dengan pelayanan penduduk 40.000-150.000, junior department store, lokasi tidka jauh dari pusat kota.
- Neighbourhood Shopping Center
Jangkauan pelayanan 5000-40.000 penduduk, luas area 2.720-9.290m². Unit yang paling besar berbentuk supermarket, lokasi di lingkungan tertentu.

Tipe Pusat? Perbelanjaan	Penyewa Utama (sebaagai dasar Klasifikasi) ?	Tipe (area yang disewakan) ?	Batas luas dalam GLA (Gross	Populasi pelayanan minimum ? (orang)
--------------------------	--	------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

Neighbourhood Shopping Center	Supermarket atau drugstore	50.000 4.650 m ²	2.800- 9.300 m ²	2.500- 10.000
Community Shopping Center	Variety discount atau drugstore	150.000 14.000 m ²	9.300- 27.900 m ²	40.000- 150.000
Regional Shopping Centers	Satu atau lebih Department store besar/ lengkap dengan GLA 100.000	400.000 37.000 m ²	27.900- 83.700 m ²	150.000 atau lebih
Super Regional Shopping Centers	Tiga atau lebih departement store besar/ lengkap dengan GLA 100.000	800.000 74.400 m²	46.500- 93.000 m²	300.000 atau lebih

Tabel 2.1 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

Sumber: Uli- The Urban Land Institute, 1977

2.4 Fasilitas pendukung sebuah pusat perbelanjaan (Chiara & Crosbie, 1983), yaitu:

a. Fasilitas Perbelanjaan

Berdasarkan lingkup pelayanan skala regional 150.000-400.000 penduduk, fasilitas katagori ini meliputi 50-100 unit retail biasa, supermarket dan department store.

b. Fasilitas Rekreasi

Fasilitas biasanya ada dibedakan menurut :

- Kesenangan meliputi Foodcourt, restaurant, fast food, dan caffe.
- Hiburan meliputi Bioskop, auditorium, comunity center.
- Ketangkasan meliputi arena lokasi permainan dan game.

2.5 Beberapa Unsur Pusat Perbelanjaan

Shopping center adalah gambaran berupa sebuah kota yang telah dibentuk oleh elemen-elemen:

- Yang pertama Anchor (magnet primer) adalah berupa, transformasi dari “*node*” dan bisa berfungsi sebagai landmark berupa plaza dalam sebuah shopping center.
- Lalu Secondary Anchor (magnet sekunder) yaitu transformasi dari “*distrik*” berupa pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.
- Street I merupakan transformasi bentuk “*path*” berupa pedestrian yang menghubungkan beberapa magnet.
- Lanscaping (pertamanan) merupakan transformasi dari “*edges*” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

2.6 Menurut konfigurasi bangunan

Salah satu yang cukup penting bagi para penyewa ataupun developer yaitu konfigurasi bangunan, pada setiap perencanaan site. Developer mempertimbangkan penentuan pola bangunan dan menempatkan penyewa utama. Pengaturan penyewa utama dan penyewa lainnya adalah untuk menghasilkan jalur untuk memperlihatkan mana penyewa yang lebih utama dan penyewa yang biasa. Dari pengaturan tersebut terdapat beberapa macam pola bangunan dan konfigurasinya, (Uli-The Urban Land Institute, 1977) yaitu :

- Bentuk L dan U adalah bentuk yang awalnya linier pada sebuah shopping center yang besar dan community centers yang kecil, untuk bentuk U sesuai dengan community shopping center yang besar.
- Bentuk dari linier adalah deretan beberapa toko yang membentuk garis lurus, dihubungkan oleh pedestrian juga

kanopi, terdapat di sepanjang depan toko-toko . Bangunan linier biasanya lebih dimundurkan dari batas jalan dan sebagian besar parkir terletak antara jalan maupun bangunan. Pengaturan dengan tipe linier paling meletakkan penyewa utama pada ujung shopping center, bentuk linier sering digunakan untuk neighbourhood shopping center.

- Mall, yaitu area untuk beberapa pejalan kaki yang terletak diantara bangunan linier yang berhadapan, mall menjadi daerah bagi pejalan kaki sambil berbelanja. Mall telah menjadi standart regional shopping center dan sedang diterapkan pula pada community shopping center.
- Cluster, merupakan mall yang sedang berkembang, namun penerapan cluster lebih ditekankan pada penggunaan beberapa massa bangunan yang berdiri sendiri, dipisahkan oleh jalur bagi pejalan kaki atau taman pada regional shopping center. Bentuk cluster bervariasi ditambah dengan menggunakan bentuk-bentuk dari huruf X, Y, dan halter.

2.7 Aspek Arsitektural Mall

Perancangan mall berdasarkan aspek arsitektural, terdiri bentuk pola dan penataan dimensi maupun komposisi ruang penjualan primer dan sekunder.

a. Bentuk *Mall*

Terdapat tiga 3 bentuk umum *mall* dengan keuntungan dan kerugiannya masing-masing, berikut merupakan rangkuman dari sumber tersebut :

- 1) *Open Mall* (*mall* terbuka), adalah *mall* yang tidak full ditutup, sebagian besar sirkulasi mall terbuka, memiliki keuntungan mall terasa luas, perancangan teknis mudah, biaya pembangunan bisa lebih murah. Kerugiannya berupa

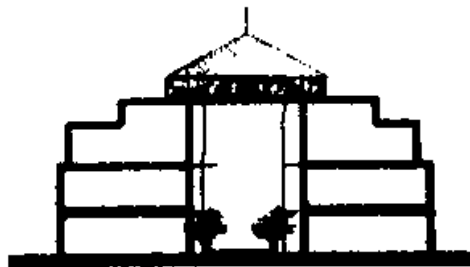
kendala iklim dan cuaca (*climatic control*) harus lebih diperhatikan (berpengaruh terhadap kenyamanan) dan kesan pewadahan kurang.



Gambar 2.1 Pusat Perbelanjaan Terbuka

Sumber: Rubeinstein, 1978

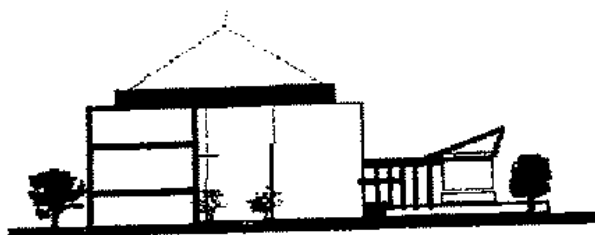
- 2) *Enclosed Mall* (*mall* tertutup), adalah *mall* yang tertutup. Keuntungannya berupa kenyamanan (*climatic control*) lebih mudah diatur. Kerugiannya adalah biaya pembangunan lebih tinggi, kesan ruang lebih menutup diri dan kesan kurang luas.



Gambar 2.2 Bentuk Mall Tertutup

Sumber: Rubeinstein, 1978

- 3) *Integrated Mall* (*mall* terpadu), adalah campuran antara *mall* terbuka dan mall tertutup. Dalam penggabungan biasanya *mall* tertutup dengan akhiran *mall* terbuka di beberapa area. Hal ini juga dapat menjadikan salah satu solusi *climatic control*, kesan modern namun lebih menyatu dengan alam.

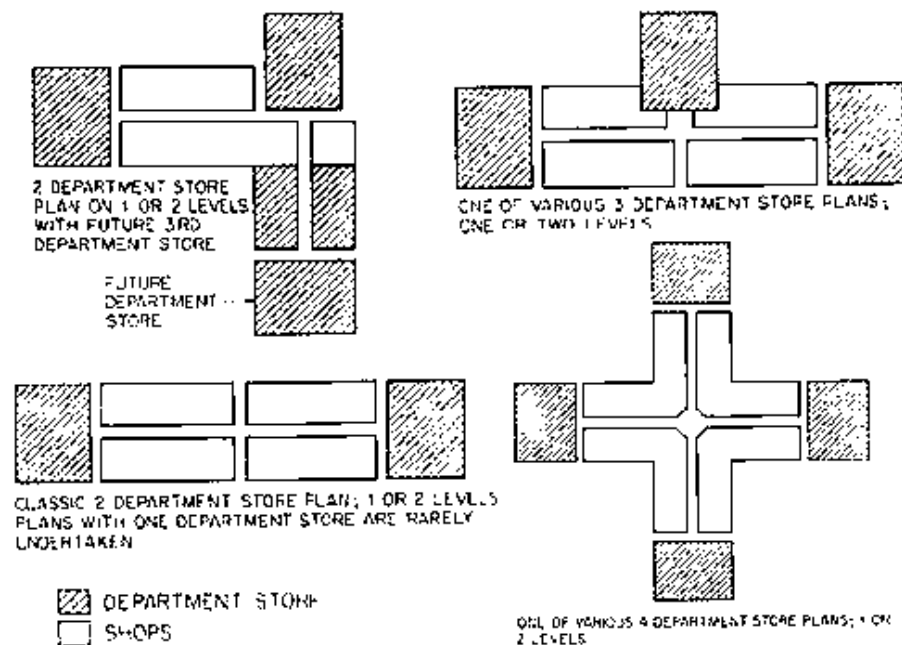


Gambar 2.3 Pusat Perbelanjaan Semi Tertutup

Sumber: Rubeinstein, 1978

Dari beberapa jenis mall ini dapat diambil salah satu sifat mall, yang bertujuan memberikan kesan modern, dari bentuk bangunan dan fungsi bangunan yang cukup banyak, bukan hanya berbelanja, namun pengunjung dapat merasakan rekreasi belanja, maka *integrated mall* dapat menjadi pilihan yang baik untuk dibangun di Cianjur sebagai lokasi yang memiliki iklim tropis, lembab dan sejuk.

2.8 Beberapa Bentuk Layout Shopping Mall



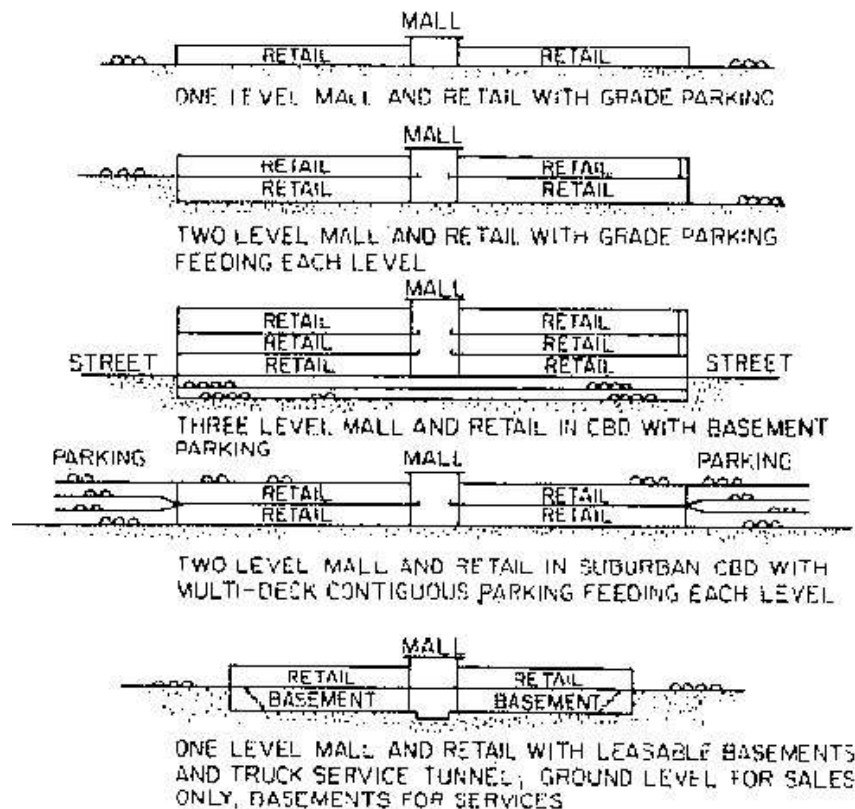
Gambar 2.4 Layout Untuk Shopping mall

Sumber: Chiara, J. D. & Crosbie, 2001

- Department store 1-2 lantai, dengan bentuk klasik. (Classic 2 department store plan: 1 or 2 plans with one department store are rarely undertaken)
- 3 Department store, dengan jumlah lantai 1-2 (one of various 3 department store plan, one or two levels)

- 2 Department store dengan adanya rencana pengembangan (2 department store plan an one or two with future 3 or department store)
- Tipe 4 Department store, 1-2 Jumlah lantai (one of variouse 4 departement plan: 1-2 level).

2.9 Susunan Multi Level Pusat Perbelanjaan



Gambar 2.5 Potongan Pusat Perbelanjaan

Sumber: Chiara & Crosbie, 2001

- Bangunan Mall 1 lantai, dengan parkir (one level mall and retail with grade parking)

- Mall 2 tingkat dengan tempat parkir di lantai dasar, namun untuk pelayanan tetap memperhatikan setiap lantai (Two level mall and retail with grade parking feeding each level)
- Mall 3 tingkat berisi retail dan CBD dengan parkir bawah tanah (Three level mall and retail in CBD with basement parking)
- Mall 2 tingkat dengan adanya retail sub-urban CBD dengan parkir tingkat multi-deck, pelayanan ada di setiap lantai (Two level mall and retail in sub urban CBD with multi-deck contiguous parking feeding each level)
- Mall satu tingkat dengan retail dan adanya basement untuk parkir dengan beberapa pelayanan loading dock. Jadi lantai dasar untuk penjualan, basement untuk segala layanan mall. (One level mall and retail with leasable basements and truck service tunnel: Ground level for sales only, basement for service.)

2.10 Menentukan Tata Letak dan Dimensi Pusat Perbelanjaan

Pada Tata letak dengan dimensi, yang cukup mempengaruhi keberhasilan pusat belanja. Amerika negara yang umumnya memiliki tata letak yang berhasil, dengan tata letak yang berbentuk sederhana seperti bentuk I,L, dan T. Hal ini sesuai dengan konsep pusat perbelanjaan lainnya yang mempunyai akses ke dalam dengan koridor tunggal sehingga menjadikan semua outlet mempunyai peluang sama untuk dikunjungi konsumen.

Tiga Contoh pada pusat perbelanjaan yang sesuai dengan tata letak sederhana:

- Franklin park mall (bentuk huruf T di Toledo Ohio)
- Eplanade Oxnard (bentuk huruf I di California)
- Yardale (bentuk huruf L di Toronto)

Dimensi berdasarkan penelitian di Amerika Serikat, panjang minimal 180 meter dan maksimal 240 meter. Ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, namun pada prinsipnya tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung mampu berjalan ke ujung bangunan. Untuk mengantisipasi hal itu dan untuk mencapai tujuan, agar setiap outlet mempunyai akses sama terhadap pengunjung, maka diperlukan adanya anchor pada tempat-tempat tertentu, dengan jarak antara anchor 100-200 meter. Anchor itu dapat berupa square, court, food court atau tempat santai tersebut. yang mengalihkan perhatian pengunjung dari kelelahan. Anchor itu seperti tersebut diatas, harus mempertimbangkan total area yang mewadahi lubeeran (termasuk court dan square) minimal 10% dari total luas lantai.

2.11 Bagian Penting Pada Pusat Perbelanjaan :

1. Persyaratan Umum Pada Pusat Perbelanjaan.

- Large units dapat merupakan pintu masuk yang lebar, dan bagian depan yang terbuka menghadap pada pemandangan yang sangat menarik di bagian depan dengan semua tingkatan. Tinggi lantai ke lantai 4 meter hingga 5 meter sudah cukup untuk tinggi bangunan.
- Pada ketinggian itu harus memperhatikan ruang saluran dan pergerakan asap dengan ketinggian langit-langit yang menyesuaikan (bisa saja 4.2 meter), kedalaman balok dalam konstruksi juga sebaiknya harus dapat dipertimbangkan sebagai pembatas ruang bebas yang tersedia.

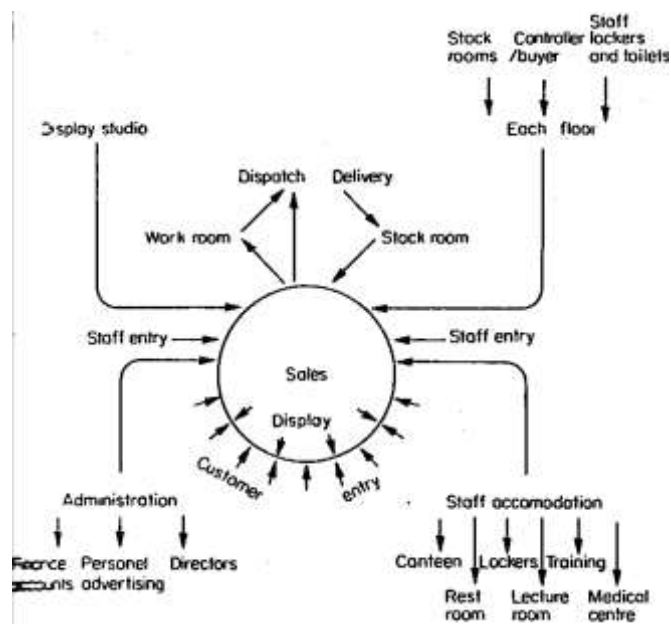
2. Departement Store.

Departement store berupa toko yang menawarkan banyak pilihan barang. Area untuk penjualan minimal sebesar 10.000 m²-20.000 m², dan menurut definisi maka akan membutuhkan lebih dari 1 lantai. Pintu masuk pada department store biasanya

di desain dengan menarik, sehingga seringkali di desain oleh pihak penyewa, namun tetap harus memperhatikan bangunan pusat, yang menjadi konsep utama keseluruhan bangunan.

Staff departement store cukup banyak (misal 250) membutuhkan pintu masuk terpisah, ruang ganti staff, lavatory, dan akomodasi ruang istirahat, kantin, staff, pertolongan pertama atau pada pusat pengobatan yang memadai.

Bagian administrasi mencakup kantor untuk keuangan, iklan dan manajemen selain kantor dan ruang wawancara. Pembuangan limbah dibutuhkan pada setiap lantai.



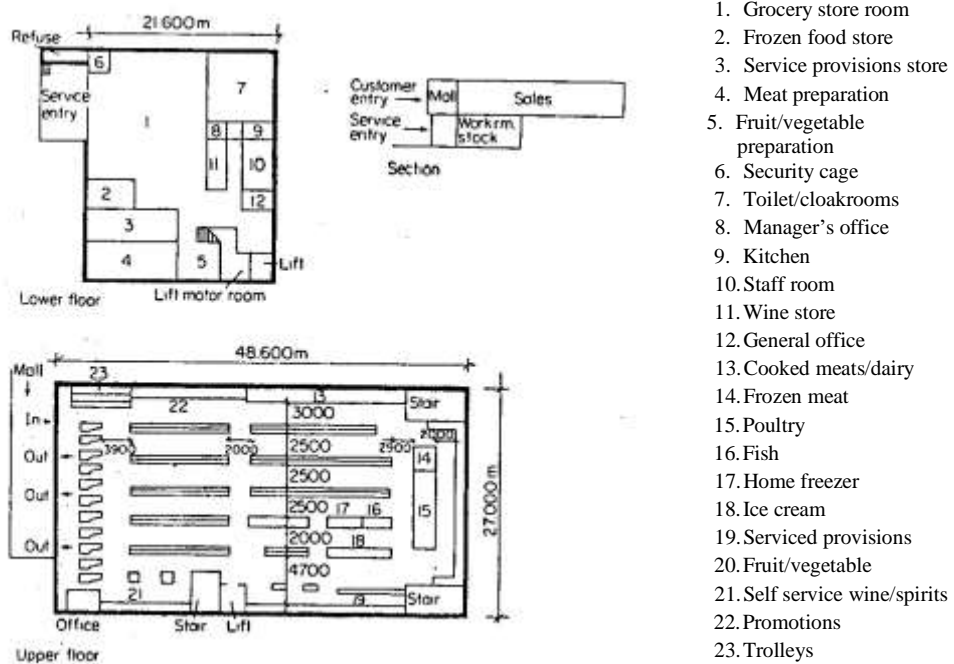
Gambar 2.6 Analisis sirkulasi department store

Sumber: Baddington, 1982

3. The variety store, supermarket, super store, hypermarket.
 - The variety store memiliki berbagai macam barang dengan ukuran dari area penjualan 200m² -15000m², menawarkan berbagai macam barang dagangan dengan self selection

sistem. Area penjualan terbuka dengan barang dagangan yang ditampilkan pada rak-rak dan counter.

- Supermarket secara umum dipahami sebagai toko makanan menggunakan sistem self-service dengan area penjualan antara 400m² hingga 2000m² dan biasanya dikhususkan untuk ritel makanan.



Gambar 2.7 Tipikal Supermarket

Sumber: Baddington, 1982

- Super store areanya lebih dari 2500 m², meskipun yang diutamakan penjualan makanan tetapi juga terdapat jenis barang bukan makanan.
- Hypermarket lebih luas dari super store.

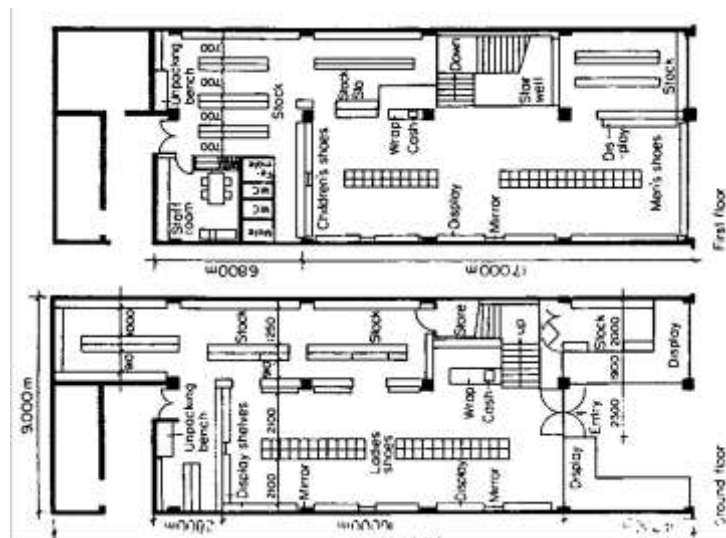
2.12 Beberapa pertokoan pada pusat perbelanjaan (Small shops/ specialist unit)

a. Ukuran Pertokoan Kecil

Bagian depan dari toko antara 5,5 m-7,3 m dengan kedalaman pada lantai penjualan utama tergantung pada jenis barang dagangan, jumlah tingkat perdagangan, sekitar 13,1 m hingga 39,37m.

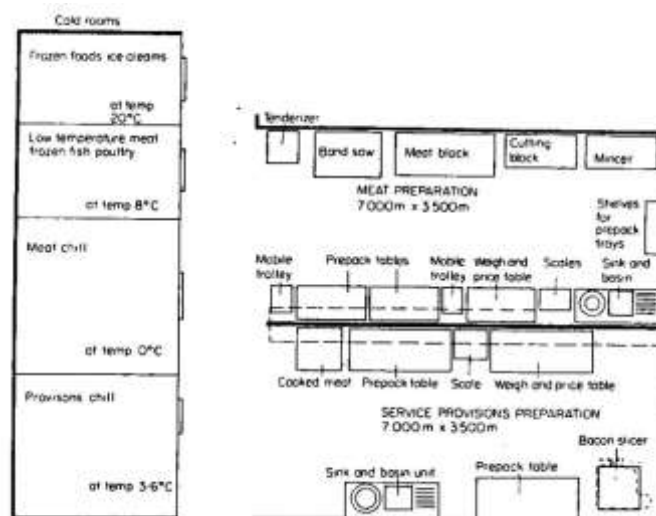
b. Denah letak pertokoan kecil

Contoh untuk pedoman tipe tata letak pertokoan kecil:



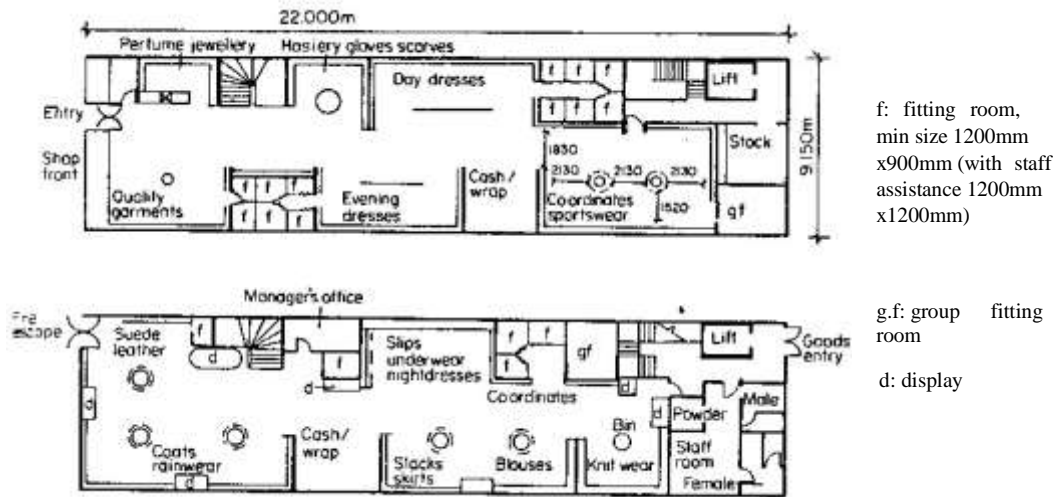
Gambar 2.8 Denah letak toko sepatu

Sumber: Baddington, 1982



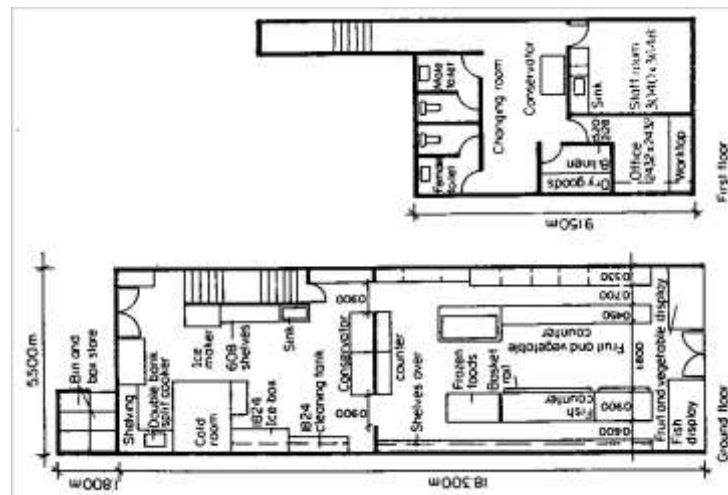
Gambar 2.9 Denah tipikal meat and service provisions preparation room

Sumber: Baddington, 1982



Gambar 2.10 Denah letak tipikal untuk toko pakaian wanita

Sumber: Baddington, 1982



Gambar 2.11 Denah peletakan tipikal toko ikan, buah, dan sayuran

Sumber: Baddington, 1982

2.13 Lokasi

Pemilihan lokasi sangat penting untuk keberlangsungan shopping mall, karena akan mempengaruhi ramai dan tidaknya shopping mall tersebut. Yng paling utama dalam memilih lokasinya yaitu harus strategis, mudah dicapai, dekat dengan pusat kota, zona perbelanjaan, adanya kendaraan umum, dekat fasilitas umum. Dari beberapa studi dan pemilihan lokasi yang telah saya ambil, untuk penentuan lokasi di Cianjur ada 2 yaitu:

NO	SUMBER	KARAKTERISTIK	LOKASI	
			A	B
1	(Sastrawan,2015)	Peraturan zonasi dari daerah setempat	V	V
2	(Schiffman & Kanuk, 2004)	Keberadaan Konsumen	V	V
3	(Diana&Tjiptono, 2003)	Ketersediaan moda transportasi umum	V	V
4	(Berman & Evan, 2001)	Tingkat arus lalu lintas (Stabil ramai & dapat dikendalikan)	V	X
5	(Darryl, Winny & Erma, 2019)	Kemudahan dicapai fasilitas umum (kesehatan, pendidikan, perkantoran dll)	V	X
6	(Darryl, Winny & Erma, 2019)	Ketersediaan jaringan listrik	V	V
7	(Marlina,2008)	Ketersediaan jaringan drainase	V	V
8	(R.V.Ratcliff)	Harga sewa lahan dan dekat pusat kota	V	V
9	(Marlina,2008)	Kondisi Geologi dan Hidrologi (Kelayakan lahan)	V	V
10	(Ratcliff, 1974)	Suspicient / keterkaitan spasial (Keterkaitan lokasi dengan mengambil keuntungan dari sekitarnya, pusat perbedangaan/ perbeanajaan, kuliner dll)	V	V
11	(Darryl, Winny & Erma, 2019)	Generative / keterkaitan dengan konsumen sekitar, jumlah penduduk harus banyak yang dilayani.	V	V
12	(Gilbert, 2003) (Tjiptono Sastrawan, 2015)	Lokasi dan jarak dengan pesaing tidak dekat	X	V
13	(Sartika Purwita Ningsih, 2015)	Karakteristik Populasi dan Ekonomi masyarakat sekitar	V	V
14	(Sartika Purwita Ningsih, 2015)	Lingkungan Strategis dan nyaman, polusi udara rendah, didukung sekitar lokasi yang ramai sebagai pusat perdagangan.	V	V

Tabel 2.2 Hasil Analisis Lokasi

Sumber: Data Pribadi

LOKASI A

Lokasi : Jl. KH Abdullah Bin Nuh No.01, Pamoyanan, Kec.
Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43211 (Bundaran
Tugu Lampu Gentur).

Luas : +/- 10.000 m²



Gambar 2.12 Peta lokasi A

Sumber: Google Maps

Lokasi yang pertama merupakan lokasi yang lebih strategis, karna berada langsung diantara jalan Nasional 3, yang langsung menghubungkan Cianjur ke, Bandung, Sukabumi, Bogor. Jalan Cukup ramai namun minim kemacetan, lokasi tidak memiliki kontur, sehingga mudah dan lebih murah untuk diolah. Adanya tugu lampu Gentur memperindah pemandangan dari lokasi ke jalan utama. Lokasi A juga berada pada lingkungan perbelanjaan, ada beberapa toko, Hypermart, pelayanan Bank, Ruko dan beberapa area kuliner.

LOKASI B

Lokasi : Jl. HOS Cokro Aminoto, Muka, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43215 (Samping Tugu Tauco)

Luas : +/- 12.500 m²



Gambar 2.13 Peta Lokasi B

Sumber: Google Maps

Pada Lokasi B, berada di jalan yang cukup ramai, apabila menjelang sore, kendaraan padat meski masih bisa dilewati (padat merayap), sehingga akses menjadi sulit. Namun lokasi B juga berada pada lokasi yang cukup strategis, dekat dengan pusat kota, berada di dekat jalan Nasional 3 arah Bandung, dan berada di area perbelanjaan dan ada beberapa spot kuliner.

Dari beberapa penilaian dan pertimbangan tersebut, penulis akan memilih Lokasi A, karena tingkat kemacetan di Lokasi B cukup tinggi, yang akan menghambat akses ke lokasi Shopping mall yang akan dibuat. Jangkauan lebih mudah Lokasi A, karena berada di jalan besar.

2.14 Peninjauan lokasi yang dipilih



Gambar 2.14 Peta lokasi A

Sumber: Google Maps

- Lokasi : Jl. KH Abdullah Bin Nuh No.01, Pamoyanan, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43211 (Bundaran Tugu Lampu Gentur).
- Luas : 10.000m
- GSB : 4meter
- KDB : 80%
- KLB : 3.8
- TB : 20m
- RTH : 10%
- Lahan Parkir minimal : 10% luas lahan.
- Sumber : Peraturan Daerah Kab.Cianjur No.17 Thn.2012 Tentang RTRW Kab.Cianjur Thn.2011-2031

2.15 Program Ruang

2.15.1 Penentuan kebutuhan ruang pusat perbelanjaan modern :

1. Pengunjung Mall

Pengunjung pada pusat perbelanjaan memiliki 2 kegiatan utama, yaitu:

- Mengonsumsi kebutuhan berbelanja rutin atau berulang misal kebutuhan berbelanja makanan.
- Membandingkan barang berdasarkan kualitas, variasi, desain, harga, layanan dll sebelum membuat keputusan barang yang akan dibeli.

2. Penyewa fasilitas mall

Penyewa merupakan orang/sekelompok pengunjung yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan dalam melakukan kegiatan jual beli dalam mall.

3. Pengelola shopping mall

Pengelola adalah individu yang tergabung dalam suatu badan yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan pengelolaan yang terdapat dalam pusat perbelanjaan.

Pengelola shopping center hanya meliputi dan berhubungan dengan bangunan yang dikelola tidak termasuk pengelola yang ada pada outlet masing-masing yaitu terdiri:

➤ Manager (manager/pimpinan)

Pengaturan dibatasi pada pengambilan keputusan (decision making) tingkat atas.

- Administration (administrasi)
Merupakan sebuah tim yang mengelola segala hal yang berhubungan dengan administrasi kantor.
- Marketing team (Tim marketing)
Marketing yaitu suatu tim yang mengurus masalah pemasaran. Berhasil tidaknya shopping center tergantung pada marketingnya. Marketing sering dikatakan sebagai ujung tombaknya produksi.
- Cleaning service
Yaitu, yang mengurus segala hal yang berhubungan dengan kebersihan gedung.
- Maintenance Building Service (Perawatan gedung)
Suatu tim yang bertanggung jawab terhadap perawatan gedung yang meliputi utilitas dan struktur gedung.
- Security (keamanan)
Merupakan suatu tim yang bertanggung jawab terhadap keamanan lingkungan bangunan dari pencurian, perampokan, pengerusakan dan lain-lain.

4. Pemilik

Adalah pihak yang berkepentingan terhadap nilai komersial dari shopping center. Sasaran utama investor adalah para pedagang/penyewa toko dan sasaran tidak langsungnya adalah para pengunjung (Mills, 1976). Pemilik akan memperhatikan segala kegiatan yang berhubungan dengan keuntungan shopping mall, karena akan mempengaruhi keberlangsungan shopping mall yang telah didirikan.

Penentuan standart luas parkir sesuai peraturan kementerian perhubungan, tentang luas parkir pusat perdagangan.

No.	Peruntukkan	Satuan Ruang Parkir (SRP)	Kebutuhan ruang
1	Pusat Perdagangan - Pertokoan - Pasar Swalayan - Pasar	SRP / 100 m2 luas lantai efektif SRP / 100 m2 luas lantai efektif SRP / 100 m2 luas lantai efektif	3,5 – 7,5 3,5 – 7,5 3,5 – 7,5
2	Pusat Perkantoran - Pelayanan bukan umum - Pelayanan umum	SRP / 100 m2 luas lantai SRP / 100 m2 luas lantai	1,5 – 3,5 1,5 – 3,5
3	Pusat Pertemuan - Non padat - Padat	SRP / 100 m2 luas lantai SRP / 100 m2 luas lantai	5,0 – 7,5 7,5 – 10
4	Sekolah	SRP / mahasiswa	0,7 – 1,0
5	Hotel atau Tempat	SRP / kamar	0,2 – 1,0
6	Rumah sakit	SRP / tempat tidur	0,2 – 1,3
7	Gedung pertunjukan	SRP / tempat duduk	0,1 – 0,4

Tabel 2.3 Standart Kebutuhan Ruang Parkir

Sumber: Dinas Perhubungan Darat RI, 1996.

KEBUTUHAN PARKIR PADA PUSAT PERDAGANGAN			
LUAS TOTAL AREA (100m2)	KEBUTUHAN- (SRP)	LUAS TOTAL AREA (100m2)	KEBUTUHAN- (SRP)
10	59	500	415
20	67	1000	777
50	88	1500	1140
100	125	2000	1502

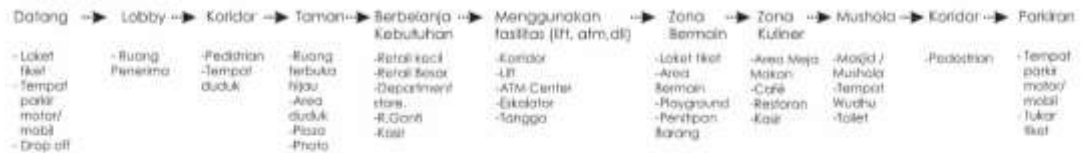
Tabel 2.4 Standart Kebutuhan Ruang Parkir

Sumber: Dinas Perhubungan Darat RI, 1996

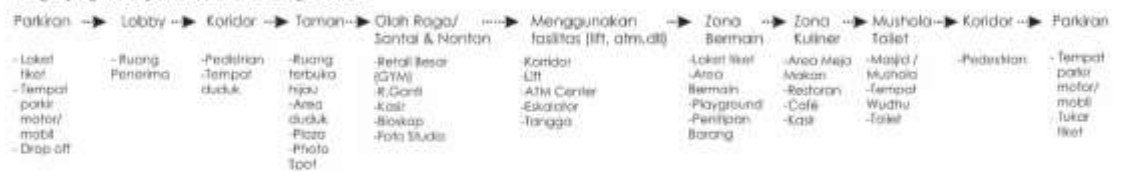
2.15.2 Alur Aktifitas Pengguna

> Pengunjung

Pengunjung Berbelanja



Pengunjung Jalan-jalan/Kuliner/Olar Raga/Santai



> Pengelola

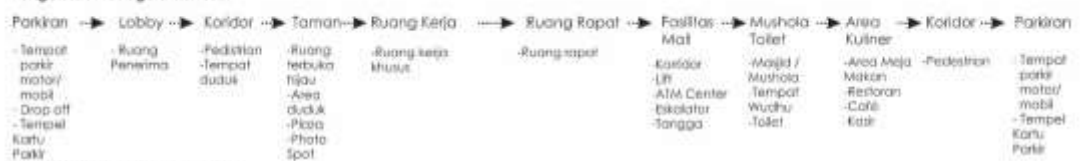
Pengelola : Direktur Utama/ CEO



Pengelola : General Manager



Pengelola : Manager Financial



Pengelola : Manager Marketing



Pengelola : Building Service Care



Pengelola: Security Staff



Pengelola: Pemelihara Taman



Pengelola: Office Boy



> Penyewa

Pengelola GYM Center



Penjual Makanan/ Minuman



Penjual Fashion/Peralatan



Pemberi Jasa (Make up, Salon, Barber Shop, dll)



Pengelola Game Centre



Pengelola Book Store



Dari Aktifitas tersebut, mendapat beberapa ruangan yang ada di mall, yaitu :

<p>Zona Berbelanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retail Besar - Retail Kecil - Departement Store - Ruang Ganti Karyawan - Supermarket 	<p>Zona Kuliner</p> <ul style="list-style-type: none"> - Shaft sampah - Dapur - Foodcourt - Restoran - R.Karyawan
<p>Zona Edukasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Book Store - Reading Area 	<p>Zona Entertainment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ruang Bioskop - Foto Studio - Karaoke
<p>Zona Service</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gudang - Loading dock - Pengelolaan Sampah - Janitor - Toilet 	<p>Zona Pleasure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taman - Game Center
<p>Zona Utilitas dan keamanan</p> <ul style="list-style-type: none"> - R. AC Central - R. Jaringan - R. Listrik - Fire Room - R.Pompa - R.CCTV - Pos Jaga 	<p>Zona Pengelola</p> <ul style="list-style-type: none"> - R.Rapat - R.Manager - R.Staf dan Informasi - R.Staf Pengelola - R. Direktur Utama - R.Manager Finansial - R. Kerja Maintenance Bangunan - R. Kerja Maintenance Elektrikal - R. Kerja Maintenance AC

	- Tiketing Parkir
Zona Parkir	Zona Publik
- Mobil	- Atrium
- Motor	- Plaza
- Truck	- Mushola/Masjid
	- Tempat wudhu

Tabel 2.5 Pendataan kebutuhan ruang

Sumber: Data Pribadi

Kebutuhan Ruang

Furniture	Dimensi			Kapasitas	Luas Ruang (m ²)	Sumber
	P(m)	L(m)	PxL(m ²)			
Zona Perbelanjaan						
Retail Kecil						
Meja	0.8	1.2	0.96	2	1.92	DA = Ernest Neufert. 1992.
Rak	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	4	0.8	DA
Manusia	0.8	1	0.8	7	5.6	DA
Jumlah					11.2	
Sirkulasi 30%					3.36	
Total 1 Retail X 400					1355.2	
Retail Besar						
Meja	0.8	1.2	0.96	4	3.84	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	12	5.76	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	14	11.2	DA
Jumlah					22.4	
Sirkulasi 30%					6.72	
Total 1 Retail X 500					3382.4	
Departement Store						
Etalase	0.8	1.2	0.96	10	9.6	Asumsi

Rak Toko Tinggi	8	0.9	7.2	10	72	Asumsi
Rak Toko Biasa	0.9	0.27	0.243	300	72.9	rak-gondola.com
Kasir	1.2	0.4	0.48	10	4.8	javarakminimarket.com
Tempat duduk	0.4	5	2	20	40	DA
Rak belanja troli	0.56	1.42	0.7952	100	79.52	raksupermarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	600	480	DA
Jumlah					758.82	
Sirkulasi 30%					227.646	
Total					986.466	
Ruang Ganti Karyawan						
Meja	0.8	1.2	0.96	4	3.84	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	12	5.76	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	14	11.2	DA
Jumlah					22.4	
Sirkulasi 30%					6.72	
Total					29.12	
Supermarket						
Freezer	0.6	1.2	0.72	10	7.2	Asumsi
Kulsa Minuman	0.5	0.5	0.25	6	1.5	Asumsi
Tralis	0.8	1.2	0.96	10	9.6	DA
Rak Toko	0.9	0.27	0.243	300	72.9	rak-gondola.com
Kasir	1.2	0.4	0.48	10	4.8	javarakminimarket.com
Tempat duduk	0.4	5	2	20	40	DA
Rak belanja troli	0.56	1.42	0.7952	100	79.52	raksupermarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	600	480	DA
Jumlah					686.82	
Sirkulasi 30%					206.046	
Total					892.866	
Zona Kuliner						

Dapur Restoran						
Meja+komp or	0.8	1.2	0.96	3	2.88	DA
Rak Piring	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Rak Makanan	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Kulkas	0.4	0.5	0.2	3	0.6	
Kursi	0.4	0.5	0.2	4	0.8	DA
Manusia	0.8	1	0.8	7	5.6	DA
Jumlah					15.64	
Sirkulasi 30%					4.692	
Total					20.332	
Foodcourt						
Meja	0.8	1.2	0.96	3	2.88	DA
Stand kuliner	3	3	9	15	135	Asumsi
Kursi	0.4	0.5	0.2	4	0.8	DA
Manusia	0.8	1	0.8	7	5.6	DA
Jumlah					144.28	
Sirkulasi 30%					43.284	
Total					187.564	
Restoran						
Meja Makan	1.2	1.2	1.44	15	21.6	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	45	9	DA
Manusia	0.8	1	0.8	40	32	DA
Jumlah					65.48	
Sirkulasi 30%					19.644	
Total					85.124	
Ruang Ganti Karyawan						
Meja	0.8	1.2	0.96	2	1.92	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	5	2.4	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	10	8	DA
Jumlah					13.92	
Sirkulasi 30%					4.176	
Total					18.096	
Zona Edukasi						
Book Store						
Meja	0.8	1.2	0.96	7	6.72	DA

Rak	0.4	1.2	0.48	20	9.6	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	14	2.8	DA
Meja Kasir	0.4	1.2	0.48	2	0.96	javarakminimarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	50	40	DA
Jumlah					60.08	
Sirkulasi 30%					18.024	
Total					78.104	
Reading Area						
Meja	0.8	1.2	0.96	5	4.8	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	5	2.4	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	10	2	DA
Manusia	0.8	1	0.8	20	16	DA
Jumlah					25.2	
Sirkulasi 30%					7.56	
Total					32.76	
Zona Entertainment						
Karaoke						
Meja	0.8	1.2	0.96	1	0.96	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kulkas	0.5	0.6	0.3	1	0.3	Asumsi
Kursi	0.4	0.5	0.2	4	0.8	DA
Meja Kasir	0.4	1.2	0.48	2	0.96	javarakminimarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	6	4.8	DA
Jumlah					8.3	
Sirkulasi 30%					2.49	
Total					10.79	
Foto Studio						
Meja	0.8	1.2	0.96	3	2.88	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Etalase	0.8	1.2	0.96	4	3.84	Asumsi
Kursi	0.4	1	0.4	10	4	Asumsi
Meja Kasir	0.4	1.2	0.48	2	0.96	javarakminimarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	30	24	DA
Jumlah					38.56	
Sirkulasi 30%					11.568	
Total					50.128	
Bioskop						

Meja	0.8	1.2	0.96	3	2.88	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	6	2.88	DA
Etalase	0.8	1.2	0.96	4	3.84	Asumsi
Kursi	0.4	1	0.4	10	4	Asumsi
Meja Kasir	0.4	1.2	0.48	2	0.96	javarakminimarket.com
Manusia	0.8	1	0.8	30	320	DA
Tempat duduk bioskop	0.75	0.54	0.405	300	121.5	Asumsi
Ruang Film						
Penyiar	0.5	0.6	0.3	2	0.6	Asumsi
Meja	0.6	1.2	0.72	2	1.44	DA
Rak	0.8	1.2	0.96	1	0.96	DA
Kursi	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Ruang Pengelola						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Rak	0.8	1.2	0.96	1	0.96	DA
Kursi	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Jumlah					462.66	
Sirkulasi 30%					138.798	
Total					601.458	
Zona Service						
Gudang						
Meja	0.8	1.2	0.96	1	0.96	DA
Rak	0.6	2	1.2	2	2.4	DA
Barang	0.6	1	0.6	10	6	Asumsi
Manusia	0.8	1	0.8	2	1.6	DA
Jumlah					10.96	
Sirkulasi 30%					3.288	
Total 1 Gudang					14.248	
Jumlah Gudang	10			=	142.48	
Loading Dock						
Parkir Truck	1.6	3.5	5.6	5	28	DA
Penurunan barang	1.6	2	3.2	5	16	Asumsi
Troli barang	1	1	1	10	10	Asumsi
Manusia	0.8	1	0.8	15	12	DA

Jumlah					66	
Sirkulasi 30%					19.8	
Total					85.8	
Pengelolaan Sampah						
Bak sampah	1.5	3	4.5	2	9	Asumsi
Parkir truck	1.6	3.5	5.6	2	11.2	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					22.6	
Sirkulasi 30%					6.78	
Total					29.38	
Janitor						
Westafel	0.6	0.4	0.24	2	0.48	DA
Rak	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Manusia	0.8	1	0.8	2	1.6	DA
Jumlah					3.04	
Sirkulasi 30%					0.912	
Total					3.952	
Toilet						
Westafel	0.6	0.4	0.24	2	0.48	DA
Closet	0.4	0.6	0.24	2	0.48	DA
Bak air	1	1	1	1	1	Asumsi
Manusia	0.8	1	0.8	2	1.6	DA
Jumlah					3.56	
Sirkulasi 30%					1.068	
Total					4.628	
Zona Pleasure						
Taman						
Pepohonan	1.2	1.2	1.44	1	1.44	Asumsi
Rumput	1	1	1	100	100	Asmsi
Kursi Taman	0.43	1.23	0.5289	10	5.289	DA
Lampu Taman	0.2	0.2	0.04	10	0.4	
Manusia	0.8	1	0.8	2	1.6	DA
Jumlah					108.72	
Sirkulasi 30%					32.618	
Total					141.34	
Game Center						

Game	2	2	4	10	40	Asumsi
Meja Kasir	0.4	1.2	0.48	2	0.96	javarakminimarket.com
Kursi area	0.43	1.23	0.5289	10	5.289	DA
Manusia	0.8	1	0.8	2	1.6	DA
Jumlah					47.849	
Sirkulasi 30%					14.3547	
Total					62.2037	
Zona Utilitas dan Keamanan						
R. AC Central						
Mesin AC	3	2	6	4	24	Asumsi
AHU	1.5	1	1.5	12	18	Asumsi
Colling tower	3	2	6	4	24	Asumsi
Shaft AC	0.2	0.2	0.04	12	0.48	Asumsi
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					72.88	
Sirkulasi 30%					21.864	
Total					94.744	
R. Pengelola Jaringan						
Rak Switch	0.6	1.2	0.72	2	1.44	Asumsi
Meja	0.8	1.2	0.96	4	3.84	DA
Komputer Server	0.4	0.6	0.24	4	0.96	Asumsi
AC	0.4	0.9	0.36	2	0.72	Asumsi
Kursi	0.4	1.2	0.48	8	3.84	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					17.2	
Sirkulasi 30%					5.16	
Total					22.36	
R. Pengelola Listrik						
Panel Listrik	0.4	0.6	0.24	4	0.96	Asumsi
Meja	0.8	1.2	0.96	8	7.68	DA
Mesin listrik	2	3	6	4	24	Asumsi
Apar	0.2	0.2	0.04	6	0.24	Asumsi
Kursi	0.4	1.2	0.48	8	3.84	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					43.12	

Sirkulasi 30%					12.936	
Total					56.056	
Fire Room						
Jet Pump	1	0.6	0.6	4	2.4	Asumsi
Hydrand	0.2	0.5	0.1	4		Asumsi
Rak Perlengkapan	0.6	2	1.2	4	4.8	DA
Apar	0.2	0.2	0.04	4	0.16	Asumsi
Mesin Indikator	0.7	1	0.7	4	2.8	Asumsi
Meja	0.8	1.2	0.96	4	3.84	DA
Kursi	0.4	1.2	0.48	8	3.84	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					24.24	
Sirkulasi 30%					7.272	
Total					31.512	
Fire Room						
Pompa	1	0.6	0.6	2	1.2	Asumsi
GWT	3	5	15	2		Asumsi
Meja	0.8	1.2	0.96	2	1.92	DA
Kursi	0.4	1.2	0.48	4	1.92	DA
Manusia	0.8	1	0.8	4	3.2	DA
Jumlah					8.24	
Sirkulasi 30%					2.472	
Total					10.712	
R. CCTV						
Rak Monitor	0.6	1.2	0.72	2	1.44	Asumsi
Meja	0.8	1.2	0.96	2	1.92	DA
Komputer	0.4	0.6	0.24	2	0.48	Asumsi
AC	0.4	0.9	0.36	1	0.36	Asumsi
Kursi	0.4	1.2	0.48	8	3.84	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					14.44	
Sirkulasi 30%					4.332	
Total					18.772	
Pos Jaga						
Meja	0.8	1.2	0.96	2	1.92	DA
Kursi	0.4	1.2	0.48	8	3.84	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA

Jumlah					12.16	
Sirkulasi 30%					3.648	
Total					15.808	
Jumlah Pos Jaga		4	=	63.232		
Zona Pengelola						
Ruang Rapat						
Meja Besar	2.4	6	14.4	1	14.4	Asumsi
Lemari	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	24	4.8	DA
Manusia	0.8	1	0.8	24	19.2	DA
Jumlah					39.36	
Sirkulasi 30%					11.808	
Total					51.168	
Ruang Manager						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	3	0.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					4.2	
Sirkulasi 30%					1.26	
Total					5.46	
Staf dan Informasi						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	3	0.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					4.2	
Sirkulasi 30%					1.26	
Total					5.46	
Staf Pengelola						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	3	0.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					4.2	
Sirkulasi 30%					1.26	
Total					5.46	
Direktur Utama						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA

Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	3	0.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					4.2	
Sirkulasi 30%					1.26	
Total					5.46	
Manager Finansial						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	3	0.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	3	2.4	DA
Jumlah					4.2	
Sirkulasi 30%					1.26	
Total					5.46	
Maintenance Bangunan						
Meja	0.6	1.2	0.72	4	2.88	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					11.84	
Sirkulasi 30%					3.552	
Total					15.392	
Maintenance Electrical						
Meja	0.6	1.2	0.72	4	2.88	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					11.84	
Sirkulasi 30%					3.552	
Total					15.392	
Maintenance AC						
Meja	0.6	1.2	0.72	4	2.88	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	2	0.96	DA
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					11.84	
Sirkulasi 30%					3.552	
Total					15.392	
Tiketing Parkir						

Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Komputer	0.4	0.6	0.24	2	0.48	Asumsi
Kursi	0.4	0.5	0.2	8	1.6	DA
Manusia	0.8	1	0.8	8	6.4	DA
Jumlah					9.2	
Sirkulasi 30%					2.76	
Total					11.96	
Zona Publik						
Masjid						
Meja	0.6	1.2	0.72	1	0.72	DA
Lemari	0.4	1.2	0.48	1	0.48	DA
Kursi kotbah	0.4	0.5	0.2	1	0.2	DA
Manusia	0.8	1	0.8	25	20	DA
Jumlah					21.4	
Sirkulasi 30%					6.42	
Total					27.82	
Tempat wudhu						
Manusia	0.8	1	0.8	25	20	DA
Jumlah					20	
Sirkulasi 30%					6	
Total					26	
Atrium						
Kursi Taman	0.45	1.2	0.54	7	3.78	DA
Manusia	0.8	1	0.8	50	40	DA
Jumlah					43.78	
Sirkulasi 30%					13.134	
Total					56.914	
Plaza						
Kursi Taman	0.45	1.2	0.54	7	3.78	DA
Manusia	0.8	1	0.8	30	24	DA
Jumlah					27.78	
Sirkulasi 30%					8.334	
Total					36.114	
Zona Parkir						
Mobil						
SRP Mobil	2.5	5	12.5	125	1562.5	Kemenhub
SRP Motor	0.75	2	1.5	125	187.5	Kemenhub
Jumlah					1750	
Sirkulasi 30%					525	

Total Kebutuhan Parkir	2275
------------------------	------

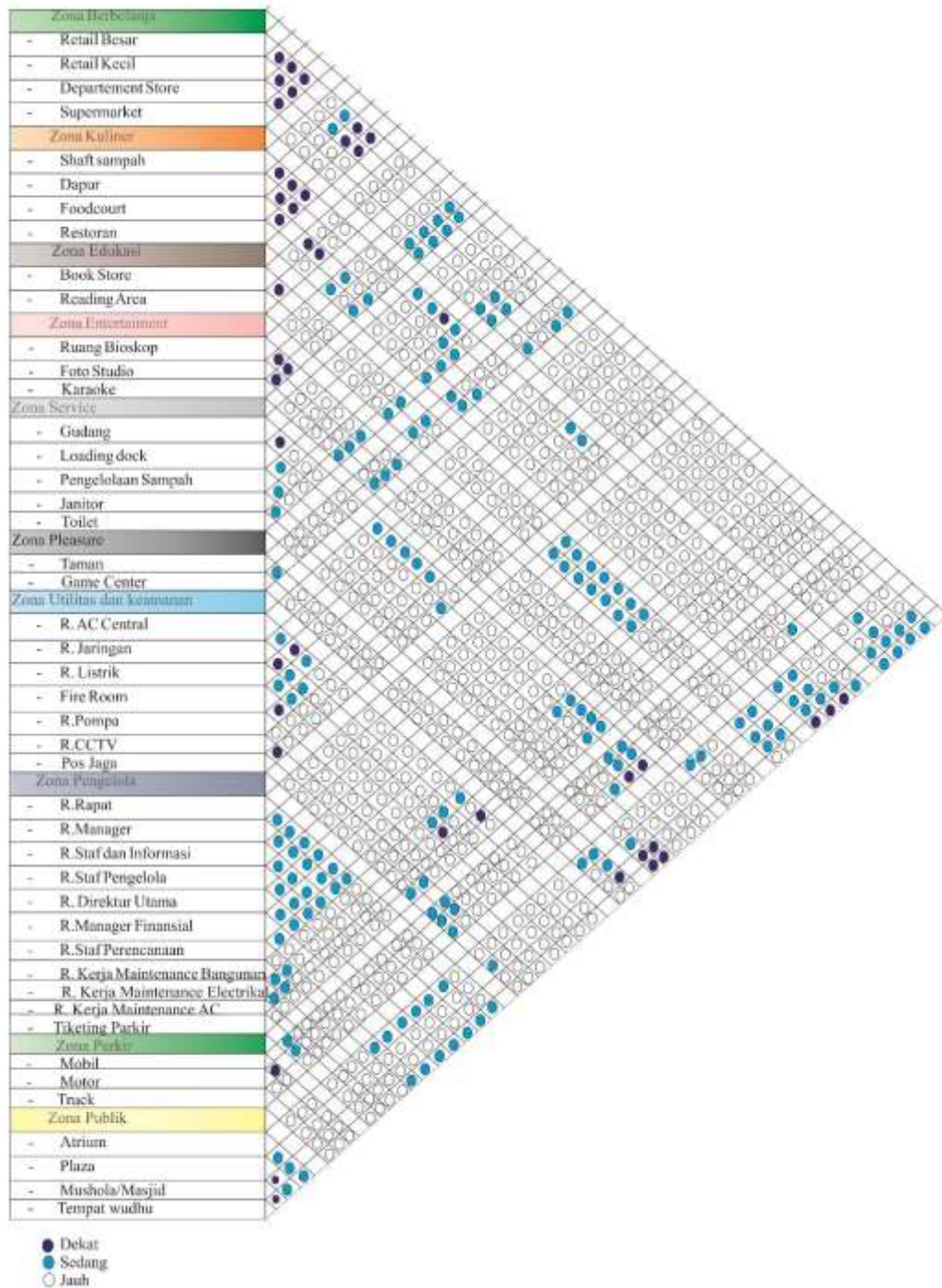
Tabel 2.6 Standart Kebutuhan Ruang

Sumber: Data Pribadi

Total Keseluruhan Kebutuhan Ruang		
Zona	Luas	Satuan
Zona Perbelanjaan	6646.1	m2
Zona Kuliner	311.1	m2
Zona Edukasi	110.9	m2
Zona Entertainment	662.4	m2
Zona Utilitas dan Keamanan	297.4	m2
Zona Sevice	266.2	m2
Zona Pleasure	203.6	m2
Zona Pengelola	136.6	m2
Zona Publik	146.8	m2
Zona Parkir	2275.0	m2
Jumlah	11056.0	m2
Sirkulasi Mall	4422.4	m2
Total	15478.5	m2

Tabel 2.7 Total Standart Kebutuhan Ruang

Sumber: Data Pribadi



Tabel 2.8 Tabel kedekatan ruang

Sumber: Data Pribadi



2.16 Studi Banding Proyek Sejenis



NO	POINT	KASUS A (TRANS STUDIO MALL)		KASUS B (CIWALK) BANDUNG		Litelatur	Kesimpulan
		GAMBAR	ANALISIS	GAMBAR	ANALISIS		
1	LOKASI		<p>Jl. Gatot Subroto No.289, Cibangkong, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat</p> <p>40273 memiliki lokasi yang strategis dan di lingkungan padat penduduk, adanya hotel, perumahan dan bedara di kota.</p>		<p>Ciwalk berada di kota Bandung, dengan potensi masyarakat semua kalangan banyak yang berkunjung, berada di Jl. Cihampelas Walk. Banyak café , menjadi lokasi pusat perbelanjaan dan kuliner ramai.</p>	<p>-Kaitan dengan lingkungan sekitar harus strategis - Keterkaitan dengan lingkungan harus menguntungkan. (Faroga Leo. 2014)</p>	<p>-Kedua Mall ini memiliki tempat yang cukup strategis dan tidak jauh dari pusat kota, dan berada di lokasi keramaian, yang dapat menguntungkan.</p>



2	AKSESIBILITAS		<p>Akses ke daerah ini cukup mudah karna dekat dengan jalan raya, angkot tersedia, jalan cukup besar.</p>		<p>Ciwalk memiliki akses yang mudah berada di tengah kota, namun jalan cukup kecil dan sering macet, karna ada skywalk.</p>	<p>Mudah Diakses -Akses kendaraan umum -Akses kendaraan pribadi (Faroga Leo. 2014)</p>	<p>-Akses kendaraan umum dan kendaraan pribadi cukup penting, untuk kenyamanan dan menarik minat pengunjung.</p>
---	---------------	---	---	---	---	--	--



3	ENTRANCE	 	<p>Entrance TSM</p> <p>sangat besar dan megah, maka tidak sembarang orang bisa masuk kesini, jalan cukup lebar sampai parkiran.</p>		<p>Ciwalk memiliki entrance yang cukup bagus juga, karn ada drop off dan bisa puter balik atau masuk ke parkiran, jalan cukup besar.</p>	<p>-Entrance merupakan pintu masuk yang dapat menjadi daya tarik pengunjung, maka cukup penting pembuatan entrance , mudah dan di desain dengan baik. (Faroga Leo. 2014)</p>	<p>-Pada kedua mall ini, memiliki entrance yang luas, menarik dan tidak susah dicapai. Kendaraan bisa leluasa masuk dan nyaman, dengan drop off di depannya.</p>
---	----------	---	---	---	--	--	--

5	POLUSI		<p>Polusi di sekitar site cukup tinggi karna berada di dekat jalan yang padat kendaraan, namun kendaraan padat biasanya hanya ketika keluar masuk jam kerja.</p>		<p>Polusi di ciwalk cukup tinggi, namun ciwalk memiliki tanaman dan pohon yang besar, jadi polusi dapat diminimalisir.</p>	<p>-Polusi sangat tidak baik bagi manusia, apalagi di sebuah pusat perbelanjaan, maka perlu diperhatikan. (Novier dkk,2015)</p>	<p>-Kedua lokasi memiliki tingkat polusi hampir sama, hanya saja lebih minim di ciwalk. Karna ada banyak pohon dan berbagai macam tanaman. Jadi tanaman dapat meminimalisir polusi.</p>
---	--------	---	--	---	--	--	---

7	SIRKULASI		<p>Sirkulasi pergerakan TSM tidak rumit, karna hanya memutar dan tidak terlalu bercabang.</p>		<p>Berbanding terbalik dengan TSM, ciwalk memiliki jalan yang cukup tumit dan bercabang, jadi pengunjung dapat tersesat sejenak ketika mencari suatu tempat.</p>	<p>- Pemi saha n jalur sirkulasi kendaraan dan manusia harus dipisahka n. -sirkulasi dibuat nyaman. (Satria dkk, 2019)</p>	<p>-Sirkulasi di dalam mall, memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan, sirkulasi cukup rumit membuat pengunjung faham dulu dan bisa berlama- lama di mall, sirkulasi mudah membuat pengunjung tidak sulit mencapai retail yang dituju.</p>
---	-----------	---	---	---	--	--	---

8	AREA PARKIR		<p>.Parkitan TSM cukup luas dan kapasitas banyak.</p>		<p>Parkir ciwalk banyak, namun kadang, sering kali penuh, kepadatan pengunjung melebihi jumlah parkir, maka ciwalk membuat alternative tempat parkir lain.</p>	<p>-Standar ruang parker untuk pusat perdagangan yaitu 3.5-7.5 lalu dihitung dengan jumlah parker yang ada. (Satria dkk, 2019)</p>	<p>-Fasilitas Parkir merupakan keperluan yang penting, karna mall akan banyak peminatnya ketika tersedia tempat parkir yang banyak untuk kendaraan pribadi.</p>
---	----------------	---	---	---	--	--	---




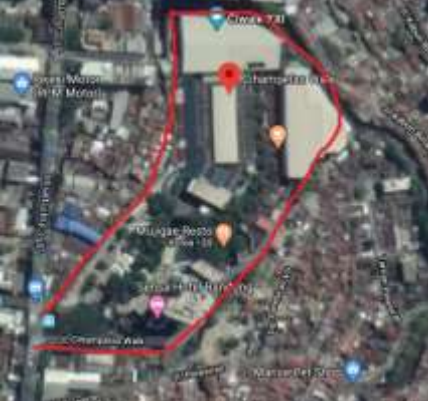
9	LINGKUNGAN SEKITAR		<p>Lingkun- gan sekitar TSM padat penduduk , dan ada sekolah di sebrangn- ya, TSM sendiri memiliki lingkung- an tersendiri untuk menjada privasi TSM sebagai mall mewah.</p>		<p>Ciwalk juga berada di lingkung- an padat pendudu- k namun ciwalk lebih terbuka, berbeda dengan TSM yang cukup tertutup dan memaksi- malkan interior.</p>	<p>- Keterkait- an lokasi dengan lingkung- an sekitar (Novier dkk,2015)</p>	<p>-Lingkungan menjadi daya tarik trsendiri, ketika berada di sebuah pusat perbelanjaan, pengunjung akan lebih nyaman ketika di lingkungan yang baik, dekat pusat perbelanjaan, pusat kota, ramai penduduk dsb.</p>
---	-----------------------	---	--	---	---	--	---

10	KONDISI SITE		<p>Kondisi site</p> <p>TSM cukup baik, dengan adanya jalan utama dan jalan kedua dibelakangnya untuk service, hanya TSM ini sedikit gersang dan panas.</p>		<p>Ciwalk berbanding terbalik, lebih bersahabat dengan alam, dan adanya banyak bukaan tanaman yang membuat lingkungan site sejuk dan nyaman.</p>	<p>-Kondisi geologi dan hidrologi dapat mempengaruhi bangunan pusat perbelanjaan.</p> <p>- Ketersediaan saluran pembuangan air</p> <p>- Ketersediaan listrik (Satriadkk, 2019)</p>	<p>-Kondisi site</p> <p>TSM dan Ciwalk cukup berbeda, ciwalk memanfaatkan kontur, TSM memiliki kontur datar dan memaksimalkan interior mall yang cukup mewah.</p>
----	--------------	---	--	---	--	--	---

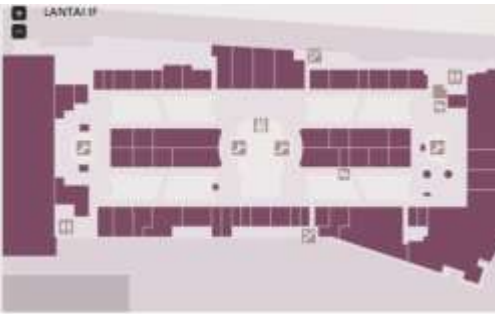

11	BENTUK TAPAK		<p>Bentuk Tapak TSM memanjang, dan dibuatkan beberapa bangunan yang terhubung. Maka dari gambar tersebut, mall bukan hanya bisa 1 bangunan, namun bisa beberapa bangunan dan terhubung.</p>		<p>Sama halnya dengan TSM, ciwalk juga memanjang, dan dibagi beberapa bangunan, namun ciwalk lebih banyak vegetasi dan hijau.</p>	<p>. (Satria dkk, 2019)</p>	<p>-Bentukan site yang memanjang dapat memberikan alternatif bangunan yang dipisah, satu mall namun dengan atap yang berbeda, penghubung dapat berupa skywalk pedestrian dan atap yg rendah.</p>
----	--------------	---	---	---	---	-----------------------------	--

12	LUAS TAPAK		<p>TSM memiliki luas sekitar 42.400 m², memiliki luasan yang besar karena memiliki wahana bermain yang besar.</p>		<p>Ciwalk memiliki luas sekitar 24.000, dengan banyaknya ruang terbuka, bentukan massanya pun beragam.</p>	-	<p>-TSM dan ciwalk memiliki luas yang cukup jauh berbeda, karena perbedaan fasilitas dan pelayanan. Sehingga luas tapak sangat mempengaruhi bagaimana kita akan memberikan fasilitas dan pelayanan</p>
----	------------	---	--	---	--	---	--



<p>13</p>	<p>BENTUK MASSA</p>		<p>Bentukan massa TSM tidak terlalu terlihat dengan bentukn apa, namun lebih memaksi malkan lahan dan kondisi lingkungan.</p>		<p>Ciwalk memiliki bentuk massa yang bebas juga, menyesuaikan lahan, namun lebih banyak ruang terbuka</p>	<p>-</p>	<p>Bentukan massa dipengaruhi oleh kebutuhan ruang untuk fasilitas mas, dan oleh konsep yang ditawarkan mall, sehingga saat merancang, tergantung mau memilih mall tertutup atau terbuka</p>
-----------	---------------------	---	---	---	---	----------	--

14	DIMENSI		Dimensi bangunan trans studio besar dan menutup site.		Ciwalk memiliki bentukan massa yang beragam dan banyak ruang terbuka	-	Dimensi pada bangunan mall sangat berpengaruh terhadap visualisasi mall, sehingga dimensi perlu diperhatikan saat membuat gubahan massa
15	STANDAR		Standart KDB Maksimum 70%, sesuai dengan peraturan kota Bandung.		Standart Ciwalk juga sama, KDB. 70%,	(Perda Kota Bandung, 2011)	Standar perlu ipeharikan dalam mendirikan bangunan, agardapat menyesuaikan dengan peraturan pemerintah dan tentunya dapat dibangun



16	ZONING		<p>Zoning pada Bangunan tertata, sesuai kebutuhan seseorang saat mengunjungi TSM, sehingga setiap orang yang mengunjungi TSM memiliki kunjungan sampai jarak mana sesuai kebutuhan</p>		<p>Ciwaalk memiliki penataan zona yang berbeda, misalnya beberapa meter lagi anda akan menemukan kuliner, jadi tidak dibedakan mana zona belanja dan kuliner</p>	<p>. pemilihan zona untuk membangun pusat perbelanjaan harus sesuai dengan lingkungan yang mendukung (Satria dkk, 2019)</p>	<p>Zoning merupakan pemilihan lokasi sesuai kebutuhan, namun tidak terlalu harus sama dengan zoning yang telah kita buat itu tidak masalah, namun pada beberapa area harus tetap diberi zoning.</p>
----	--------	---	--	---	--	---	---



17	HIRARKI		<p>Hirarki merupakan pengelompokan sesuatu yang lebih penting dibedakan, pada TSM, terlihat Hirarki yang lebih tinggi pada Zona bermain karena dipisahkan dan diberi pintu masuk sendiri</p>		<p>Pemberian Zona Cowalk, lebih mengkhuskan pada plazanya, karena diberi pintu masuk yang berbeda dan banyak tanaman mengelilinginya</p>	-	<p>Hirarki pada mal, tergantung bagaimana kita akan memilih suatu situasi suatu bangunan yang akan ditonjolkan.</p>
----	---------	---	--	---	--	---	---

18	VEGETASI		<p>TSM tentu sangat minim vegetasi, sehingga kesejukan buatan yang menjadi sasaran utama untuk memberikan kenyamanan thermal, karena disana cukup panas dan kering.</p>		<p>Berbeda dengan TSM, Ciwalk memiliki banyak tanaman dan sejuk, vegetasi lebih banyak.</p>	<p>. (Satria dkk, 2019)</p>	<p>Situasi yang akan mendorong kita saat akan membuat vegetasi yang sedikit atau banyak, jika lingkungan berpotensi nyaman dan sejuk, maka mall dapat bersifat terbuka dan banyak vegetasi</p>
----	----------	---	---	---	---	-----------------------------	--

19	KLIMATOLOGI		<p>Iklm di Indonesia Tropis ekuatorial, di TSM sama, namun bedanya, iklim micronya cenderung kering , saat musim panas akan terasa tidak nyaman karena panas.</p>		<p>Ciwalk, berbeda dengan TSM, Ciwalk memiliki lingkungan yang cenderung lebih sejuk, dan basah, sehingga memanfaatkan desain mall terbuka akan menjadi keuntungan.</p>	-	<p>Klimatologi mempengaruhi sifat dan desain mall, apakah terbuka atau tertutup, sehingga analisis lokasi harus matang.</p>
----	-------------	---	---	---	---	---	---

20	POTENSI		<p>Potensi site berupa kawasan komersil yang ramai, jalan besar, berbeda dengan ciwalk yang memiliki akses sempit. TSM juga memiliki hotel yang mendukung adanya mall.</p>		<p>Potensi site yaitu dingin dan sejuk, lembab, sehingga lebih nyaman dan segar ketika banyak tanaman, dan desain mall terbuka</p>		<p>Potensi kedua kasus ini sangatlah berbeda, sehingga pendekatan desainpun berbeda, maka analisis lokasi sangat menentukan desain yang akan kita buat.</p>
----	---------	---	--	---	--	--	---

21	SEKUEN		<p>Suasana pada TSM dibuat mewah agar pengunjung menikmati interior yang dimaksimalkan dalam mall tertutup agar melupakan waktu dan kegiatan diluar</p>		<p>Sekuens pada lokasi lebih banyak tanaman dan terlihat sejuk karena suhu dibawah 27 derajat, dan sedikit cahaya sinar matahari langsung, terhalang oleh tanaman dan shading bangunan</p>	<p>Simulation shopping, pergi ke mall hanya untuk melihat dekorasi dan menikmati desain mall sambil berjalan (Tri Widianti Natalia & Hanson E. Kusuma, 2014)</p>	<p>Sikuens pada mall akan trasa saat dikunjungi, sehingga desain interior dan eksterior akan terasa sesuai apa yang akan disajikan oleh mall tersebut, apakah alam, atau ruangan modern</p>
----	--------	---	---	---	--	--	---

22	FASILITAS		<p>Dari segi fasilitas TSM lebih kompleks dan target passer lebih tinggi, karena terlihat bagaimana menyajikan interior dan memberikan entrance yang luas dibandingkan mall lain di Bandung</p>		<p>Fasilitas Ciwalk tidak terlalu banyak seperti TSM, Ciwalk lebih menyajikan kenyamanan berjalan dan menikmati kuliner sambil berbelanja.</p>	<p>Fasilitas hiburan akan mempengaruhi keberlangsungan pengunjung mall (Tri Widiyanti Natalia & Hanson E. Kusuma, 2014)</p>	<p>Fasilitas mall tergantung dari target pasar yang akan kita ambil, sesuai analisis lingkungan sekitar dan fasilitas pendukung di lingkungan.</p>
----	-----------	---	---	---	--	---	--

23	KEBISINGAN		<p>Kebisingan pada area mall sangat minim karena semakin dalam ke mall semakin jauh dari pusat kebisingan (jalan raya)</p>		<p>Ciwalk cukup dengan dengan jalan utama, sehingga masih terdengar beberapa kebisingan kendaraan. Namun diminimalisir oleh bangunan yang di depan dan tanaman</p>	-	<p>Kebisingan ada dari beberapa aspek, seperti jalan raya, mall tidak akan lepas dari jalan, kaerna membutuhkan akses yang baik, sehingga kebisingan dimimalisir oleh dengan dan tanaman</p>
----	------------	---	--	---	--	---	--

24	ASPEK SOSIAL BUDAYA EKONOMI DAN LINGKUNGAN		<p>Lingkungan di TSM merupakan lingkungan komersil, banyaknya perkantoran dan hotel yang mendukung Mall, masyarakat tergolong masyarakat modern.</p>		<p>Ciwalk memiliki lingkungan yang strategis karena berada di area perkotaan, banyak kampus dan hotel juga mempengaruhi keberlangsungan mall yang lebih ramai dan sifat masyarakat lebih modern.</p>	<p>Lingkungan harus strategis dan menguntungkan lokasi pembangunan mall (Satriadkk, 2019)</p>	<p>Lingkungan merupakan pengaruh yang besar bagi keberlangsungan sebuah pusat perbelanjaan karena targetnya merupakan masyarakat, sehingga penentuan lokasi perlu dipertimbangkan dengan baik.</p>
----	--	---	--	---	--	---	--

Tabel 2.9 Studi Banding

Sumber: Data Pribadi