



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI

2.1 Kajian Teori

A. Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan atau yang biasa dikenal dengan sebutan *mall* adalah sebuah wadah dalam masyarakat yang menghidupkan suatu kota atau wilayah setempat. Selain sebagai pemenuh kebutuhan dan tempat berbelanja, pusat perbelanjaan juga merupakan tempat hiburan dan rekreasi (**Beddington, 1991**). Jadi Pusat perbelanjaan menjadi salah satu pemegang peran penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan juga kebutuhan hiburan dan rekreasi masyarakat yang berada di sekitarnya. Selain itu, pusat perbelanjaan juga merupakan pemegang peranan penting perekonomian suatu kota atau wilayah. Dengan bentuk fisik pedestrian yang mengkombinasikan plaza dan ruang-ruang interaksional (Rubenstein, 1978).

Secara umum, pusat perbelanjaan merupakan suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan lingkungan atau kota setempat yang selain menjadi tempat berkegiatan jual beli, juga menjadi tempat untuk berinteraksi dan rekreasi. (**Bendington, 1982**)

Menurut Bab 1 Pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern :

1. Pusat Perbelanjaan adalah suatu arena tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal ataupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.
2. Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pusat Perbelanjaan yang diterbitkan oleh Pemerintah daerah setempat.

Berdasarkan skala pelayanan, pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi tiga, (**Gruen, Victor, 1960**), yakni:

1. Pusat perbelanjaan lokal dengan rentang pelayanan antara 5.000-40.000 penduduk. Luas area berkisar antara 2.787-9290 m². Unit terbesar berupa supermarket.
2. Pusat perbelanjaan distrik dengan luas area berkisar antara 9.290-27.870 m². Biasanya terdapat *Department Store*, supermarket dan pertokoan.

3. Pusat perbelanjaan regional dengan rentang pelayanan antara 150.000-40.000 penduduk dengan luas area 27.870-92.990 m². Biasanya terdapat *Department Store*, supermarket dan pertokoan.

Sedangkan berdasarkan bentuk fisik, Pusat Perbelanjaan dapat diklasifikasikan menjadi tujuh bentuk, (Nadine, Bendington, 1982), yaitu:

1. *Shopping Street*:
Area yang menampung aktifitas jual beli yang berderet di sepanjang jalan.
2. *Shopping Center*:
Kumpulan pertokoan yang terdiri dari banyak gerai toko yang disewakan atau dijual untuk aktifitas berbelanja.
3. *Shopping Percint*:
Kumpulan pertokoan yang menghadap ruang terbuka bebas kendaraan, dirancang khusus untuk sirkulasi pejalan kaki.
4. *Department Store*:
Sebuah area untuk kegiatan jual beli dengan ukuran 10.000-20.000 m² yang terdiri dari beberapa lantai. *Department store* menjual berbagai macam barang termasuk pakaian.
5. *Supermarket*:
Area jual beli yang menjual kebutuhan sehari-hari seperti makanan, dan biasanya bersifat swalayan. Luas area *supermarket* biasanya berkisar antara 1.000-2.500m²
6. *Department store dan supermarket*:
Kombinasi antara *department store* dan *supermarket*.
7. *Superstore*:
Mirip seperti *supermarket*, menjual kebutuhan sehari-hari namun varian lebih lengkap dan berskala lebih besar. Luas areanya bisa sekitar 5.000-7.000 m².

B. Rekreasi dalam Pusat Perbelanjaan

1. Pengertian rekreasi

Rekreasi sendiri merupakan merupakan serapan dari Bahasa Inggris “*recreate*” yang artinya menciptakan kembali. *Recreate* yang dimaksud disini adalah menciptakan suasana baru untuk menyegarkan kembali kondisi fisik dan psikis setelah seseorang bekerja keras.

2. Area rekreasi

Area rekreasi adalah suatu tempat atau fasilitas yang diciptakan untuk melaksanakan kegiatan rekreasi. Dan area rekreasi ini dapat diadakan dalam berbagaimacam tempat, salah satunya adalah pusat perbelanjaan.

3. Jenis-jenis kegiatan rekreasi :

a. Rekreasi berdasarkan sifat kegiatan :

- *Entertainment* : café, restoran, *booth snack*, dsb.
- *Amusement* : cinema, bar, galeri, *live music*, dsb.
- *Play area* : billiard, arcade, bowling, dsb.
- *Relaxation* : kolam renang, taman kota, *beach cottage*, dsb.

C. Ruang Publik

Ruang publik adalah suatu wadah yang mampu menampung aktivitas tertentu dari orang yang ada didalamnya dan disekitarnya, baik individual maupun berkelompok. Bentuk ruang publik biasanya bergantung pada pola dan susunan massa bangunan yang ada didekatnya (Hakim, 1987).

Ruang Publik sendiri dibedakan menjadi 2 jenis berdasarkan bentuknya, yaitu:

- Ruang publik terbuka :

Ruang publik terbuka adalah ruang publik yang letaknya di luar bangunan. Contohnya adalah jalan gang kompleks perumahan, teras pelataran rumah, *downtown walk*, dan sebagainya.

- Ruang publik tertutup :

Ruang publik tertutup biasanya terletak pada bagian dalam bangunan. Contohnya adalah pos keamanan lingkungan, lobby sebuah bangunan, dan sebagainya.

Dalam membuat sebuah ruang public yang *responsible*, dibutuhkan hal-hal berikut (Smith, 1985) :

- *Permeability* :
Aksesibilitas suatu lingkungan dari suatu tempat ke tempat lain, sehingga lingkungan tersebut bisa menjadi pilihan orang sebagai akses.
- *Variety*:
Adanya keragaman pengalaman visual ruang dan fungsi, sehingga tidak monoton dan orang tertarik untuk melintasi ruang publik tersebut. *Variety* yang dimaksud disini akan membawa kesan “hidup” kepada suatu lingkungan. Semakin bervariasi pengalaman ruang dan fungsi, akan semakin bervariasi juga tipikal pengunjung yang akan hadir kedalam *public space* tersebut.
- *Legibility*
Kemampuan sebuah lingkungan mudah diingat oleh orang yang melewatinya, mulai dari bentuk, struktur, ataupun *pattern* dari lingkungan tersebut.
- *Robustness*
Mirip seperti *variety*, lingkungan harus mampu mengakomodasi berbagai aktifitas dan fungsi secara bersamaan; dan mampu beradaptasi untuk kebutuhan dan fungsi yang kemungkinan diadakan di masa depan.
- *Richness*
Kapabilitas sebuah tempat/lingkungan untuk memberi perasaan terhibur dan memperkaya pengalaman ruang yang dialami pengunjung tempat tersebut.
- *Visual appropriateness*
Selain fungsi, penampilan sebuah lingkungan atau bangunan harus menarik dan bisa mempengaruhi psikis orang yang ada didalamnya.
- *Personalization*
Sebuah bangunan atau lingkungan harus bisa memenuhi kebutuhan privasi seseorang, dengan selera desain yang cocok dan bisa menjadi *trigger* untuk menjadi tempat berkomunikasi antar orang yang ada didalamnya.

2.2 Studi Preseden

A. Hashimoto Konoha Mall



Gambar 2.1 Hashimoto Konoha Mall

(Sumber : Hiroyuki Kawano)

Lokasi : Nishi Ward, Fukouka, Jepang

Area : 84.000m²

Berdiri tahun : 2011

Arsitek : Jerde

Mall ini dibuat dengan konsep *eco-leisure*, dengan tujuan membuat mall yang bisa dinikmati untuk menghabiskan waktu luang tanpa mengesampingkan nilai *eco-design* yang memberikan pengalaman berbelanja, makan, dan berkeliling yang berbeda.

Bangunan ini di desain oleh The Jerde Partnership dan merupakan projectnya yang ke-12. Bangunan ini sendiri terinspirasi dari alam sekitar dan budaya lokal kota Hashimoto, berbaur sentuhan inovatif retail dan foodcourt dengan pendekatan alam dan sustainability.

Bangunan ini memuat beberapa anchor market, 120 retail dan restaurant, dan foodcourt. Mall ini meraih setidaknya 6 juta pengunjung/tahun dengan keuntungan kurang lebih 13 milyar yen setiap tahunnya. Jerde ini sendiri memiliki keinginan untuk menciptakan desain transformatif holistik yang dapat menguntungkan dan mendukung kebutuhan masyarakat setempat.

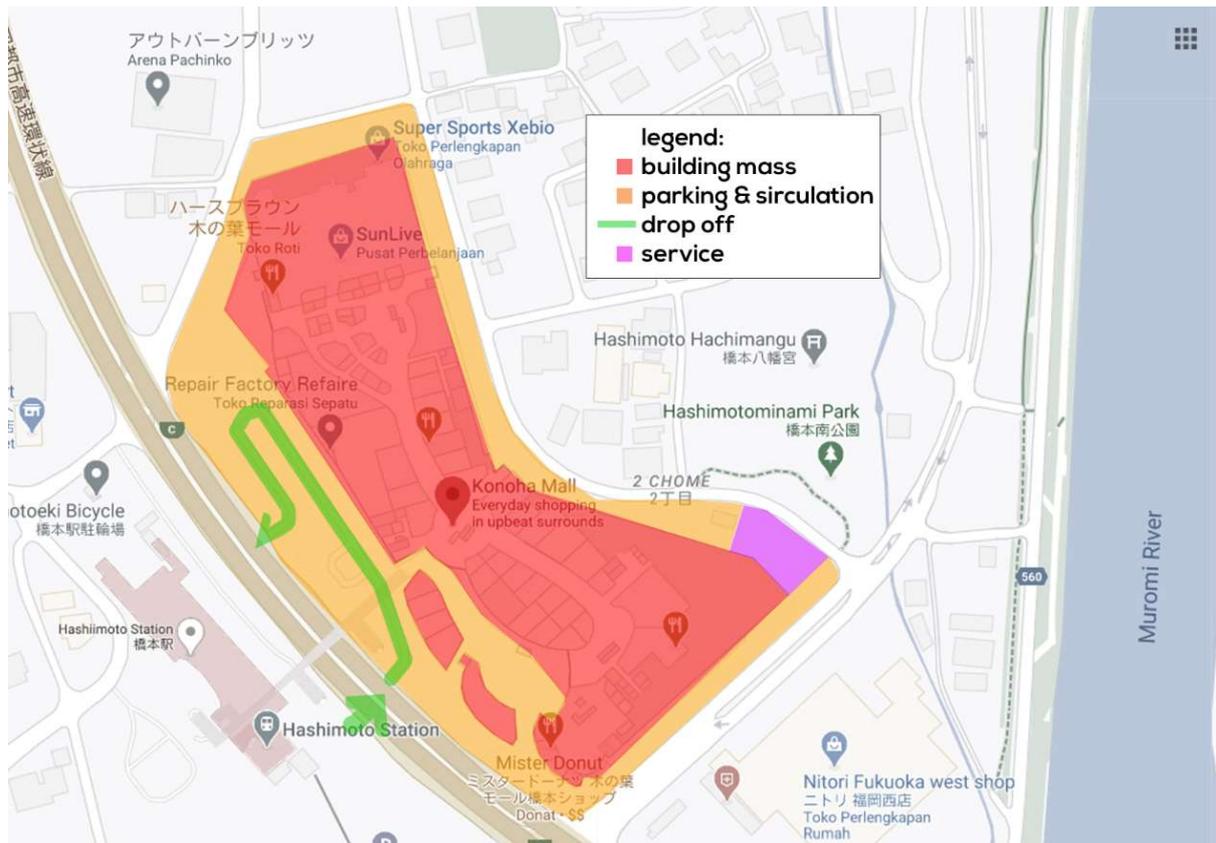


Gambar 2.2 Interior Mall Hashimoto Konoha

(Sumber : Hiroyuki Kawano)

Pada setiap persimpangan, lobi, dan pertemuan antar sirkulasi pada pusat perbelanjaan ini diletakkan pencahayaan alami, tanaman dan warna-warna natural seperti coklat dan hijau. Sehingga walaupun kondisi mall ini sebagian *indoor*, tetap terasa *outdoor* dan terang karena *natural lights* dari matahari. Penempatan *skylight* berukuran besar pada bagian dalam bangunan cukup penting dalam pusat perbelanjaan ini, karena dengan meletakkan *skylight*, cahaya masuk dan panas matahari bisa tersalurkan kedalam bangunan. Hal ini sangat penting, karena di Jepang beriklim subtropis dengan 4 musim, bukaan untuk *direct sunlight* kedalam bangunan sangat penting.

Penulis mengimplementasikan sistem ini kedalam bangunan, namun tidak didalam bagian indoor. Penulis akan mengimplementasikan peletakan tanaman dan penggunaan warna alami sebagai penghias fasad untuk tetap menghidupkan suasana natural. Karena tapak rancangan penulis ada di Indonesia dengan iklim tropis, maka penulis tidak akan meletakkan skylight berukuran besar pada bagian dalam bangunan, tapi penulis akan memanfaatkan cahaya alami dari sisi-sisi tembok bangunan dengan membuatnya menjadi tembok transparan (kaca) dengan bantuan *sunshading* untuk mereduksi dan mengatur banyaknya cahaya matahari dan panas matahari yang masuk kedalam bangunan.



Gambar 2.3 Zoning tapak Hashimoto Konoha Mall

Sumber : Google Maps, diolah oleh penulis

Seperti yang dapat dilihat pada gambar 2.3, *blocking* massa bangunan Konoha Mall (warna merah) ini terletak ditengah dan dikelilingi oleh sirkulasi kendaraan dalam tapak dan parkir (warna oranye), jalur keluar masuk parkir dibuat sengaja memutar massa bangunan untuk memperpanjang jarak akses untuk mobil. Hal ini dilakukan Jerde untuk mengurangi resiko kemacetan diluar dan didalam tapak. Selain membuat akses kendaraan roda empat memutar *blocking* masa bangunan, akses *drop-off* pun dibuat memanjang didalam site, kembali lagi tujuannya untuk mengurangi resiko hambatan dan kemacetan dalam tapak, jadi jalurnya diperpanjang untuk menghindari terjadinya penumpukan kendaraan.

Menurut gambar 2.3, zona servis dan *loading dock* (warna ungu pada gambar 2.3) diletakan dibelakang *blocking* massa bangunan untuk menghindari view yang kurang baik untuk pengunjung. Sehingga pengunjung tidak melihat proses loading dan services ketika berada dalam pusat perbelanjaan ini.

Untuk pusat perbelanjaan ini, Jerde tidak menggunakan pengudaraan alami secara penuh, tapi ada sebagian massa yang menggunakan sirkulasi udara alami. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 2.3 terdapat dua massa bangunan kecil yang terpisah dari massa bangunan utaman yang membentuk celah. Disitulah letak massa yang menggunakan pengudaraan alami.

Dengan memisahkan massa dan membentuk celah udara, angin akan masuk kedalam ruas tersebut dan mendistribusikan pengudaraan alami pada massa bangunan tersebut.



Gambar 2.4 *Eagle eye view* Hashimoto Konoha Mall

Sumber : Archdaily.com



Gambar 2.5 Tampak Fasad Hashimoto Konoha Mall

Sumber : Archdaily.com

Selain menggunakan elemen natural seperti peletakan tanaman, pengadaan *skylight* yang besar dalam massa bangunan, Jerde juga menggunakan elemen natural pada fasad bangunan untuk memberi kesan lebih natural kepada pusat perbelanjaan ini. Karena Jerde membuat bagian dalam bangunan berkesan *outdoor*, sedangkan fasad luarnya dibuat dengan banyak elemen natural seperti *vertical garden* dan desain *shelter* untuk *drop-off* dengan bentuk yang menyerupai daun.



Gambar 2.6 Denah lantai 1 Hashimoto Konoha Mall

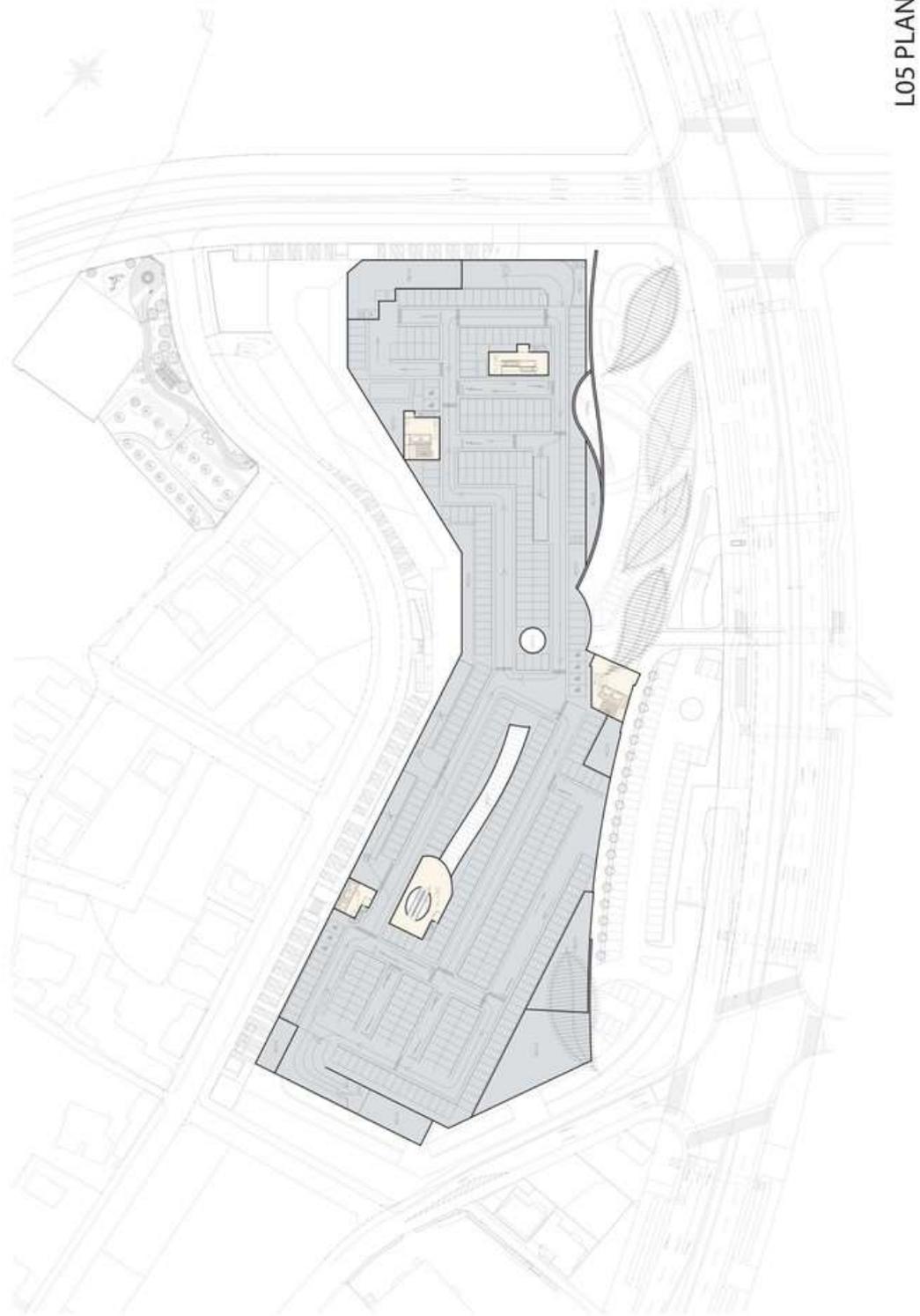
Sumber : Archdaily.com



L02 MEZZ PLAN

Gambar 2.7 Denah lantai 2 Hashimoto Konoha Mall

Sumber : Archdaily.com



Gambar 2.8 Denah lantai 3 Hashimoto Konoha Mall

Sumber : Archdaily.com

Dari Hashimoto Konoha Mall ini, penulis mempelajari dan hendak mengimplementasikan bagaimana strategi Jerde dalam menyiasati pengudaraan alami dalam bangunan dengan memisahkan massa bangunan untuk membiarkan udara alami masuk melalui

celah bangunan tersebut. Selain itu penulis juga hendak mengimplementasikan cara Jerde membuat suatu bangunan indoor terkesan seperti outdoor dengan memberikan vegetasi dalam bangunan, pencahayaan alami yang cukup, dengan demikian walaupun ruangan tersebut tertutup, akan tetap ada kesan natural outdoor yang hadir ketika pengunjung datang dan masuk ke dalam ruangan tersebut.

B. Namba Parks



Gambar 2.9 Penampakan Pusat Perbelanjaan Namba Parks

(Sumber : *archdaily.com* oleh Jerde)

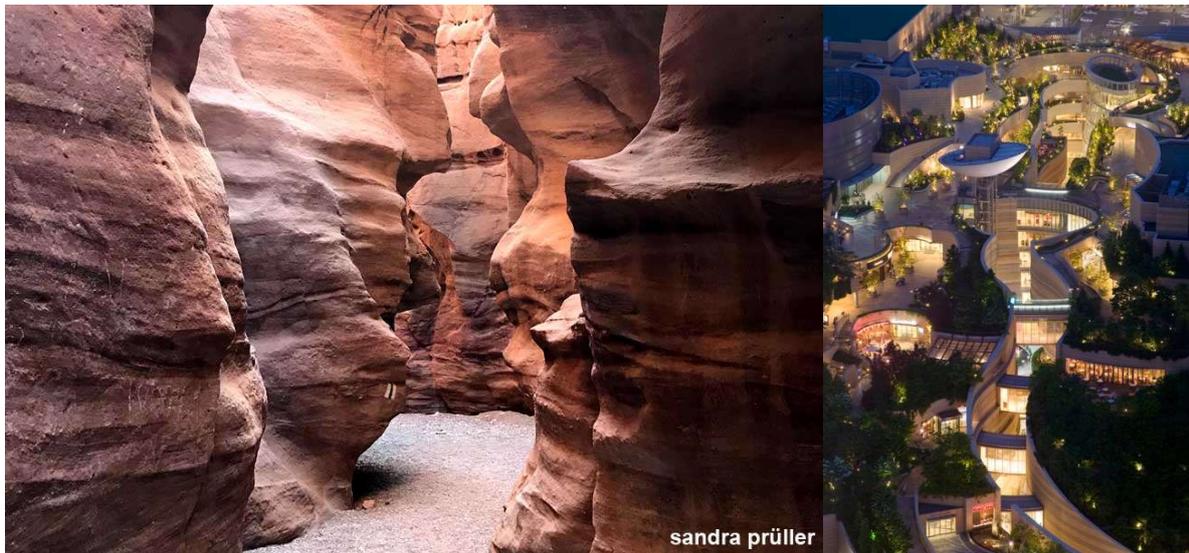
Lokasi : Osaka, Jepang

Arsitek : Jerde

Namba Parks karya Jerde Partnership ini merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang terletak disebelah perkantoran dan apartemen, Jerde mengaku membuat pusat perbelanjaan ini dengan konsep natural, dimana para pengunjung bisa melakukan rekreasi yang terdiri dari 3 lantai pusat perbelanjaan, dan public open space pada *rooftop*. Di area *rooftop*, tersedia fasilitas tempat duduk dan beberapa retail makanan untuk memberikan pengalaman berkumpul dan makan bersama yang baik untuk para pengunjung, seolah sedang berada di alam terbuka.

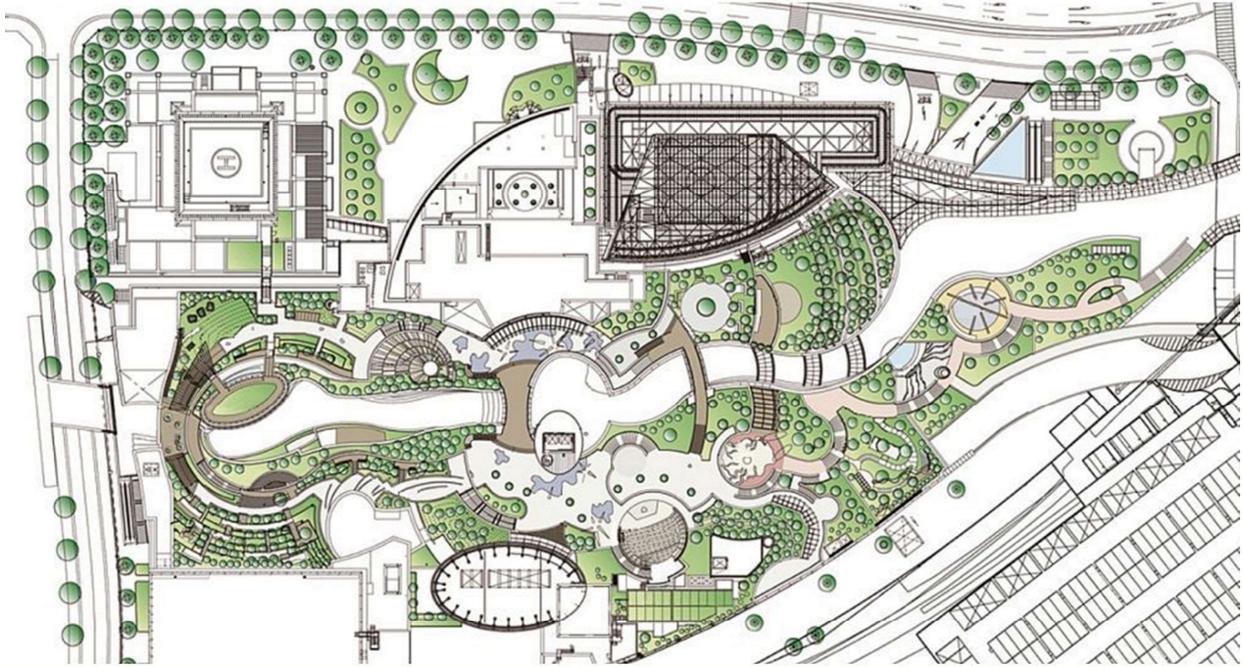
Seperti yang terlihat pada gambar 2.9, Namba Parks ini bersifat *semi-outdoor*. Retail yang ada pada mall ini bersifat *indoor*, dan sirkulasi utama diluar retail bersifat outdoor dan memanfaatkan pencahayaan dan pengudaraan alami. Dengan ini *cost* untuk listrik bisa sangat diminimalisir.

Konsep bentuk massa Namba Parks ini sendiri terinspirasi dari bentuk dua tebing ngarai yang ditengahnya terdapat celah.



Gambar 2.10 Inspirasi desain Namba Parks dan eksekusinya pada desain bangunan
(Sumber : Sandra Pruller, 2015)

Seperti pada gambar diatas, Jerde membuat massa bangunan terpecah menjadi 2 massa utama dengan satu celah ditengahnya. Celah ini berfungsi sebagai penunjuk bahwa di bawahnya terdapat sirkulasi utama bangunan yang bersifat linear. Selain sebagai penunjuk sirkulasi utama, celah ini juga memberikan fungsi lainnya, seperti tempat masuknya cahaya matahari, dan celah untuk pengudaraan alami. Dengan membagi massa menjadi dua bagian besar dan membiarkan cahaya matahari dan angin alami masuk, pengudaraan dan pencahayaan dalam bangunan dapat terpenuhi dengan baik sekaligus menghemat penggunaan listrik dalam bangunan.



Gambar 2.11 *Master Plan* Namba Parks

Sumber : archdaily.com