

# SHOPPING MALL DI KOTA PEKALONGAN

## (dengan penekanan desain Arsitektur *Post Modern*)

Oleh : Heri Sugianto, Erni Setyowati, Gagoek Hardiman

*Kota Pekalongan merupakan salah satu kota yang mengalami perkembangan pesat. Perkembangan dalam segala bidang memberikan dampak semakin meningkatnya taraf hidup dan kebutuhan masyarakat, serta diiringi dengan sifat konsumerisme semakin tinggi. Berdasarkan fenomena tersebut, baik tuntutan kebutuhan manusia, gaya hidup, pemanfaatan lahan perkotaan, keberadaan sebuah Shopping Mall Di Kota Pekalongan . Kajian ini diawali dengan mempelajari tinjauan Shopping Mall, yang meliputi pengertian, jenis-jenis karakteristik fisik dan non-fisik, data Kota Pekalongan, potensi, serta kebijakan rencana detail tata ruang Kota Pekalongan. Konsep perancangan ditekankan pada arsitektur post modern di mana dapat menginterpretasikan bangunan yang atraktif, rekreatif, dinamis dan elegan untuk sebuah Shopping Mall yang melayani kalangan menengah ke atas.*

**Kata Kunci :** *Shopping Mall, Atrium, Kota Pekalongan, Arsitektur Post Modern*

### 1. PENDAHULUAN

Perubahan-perubahan kebutuhan hidup, ekonomi, kependudukan dan pekerjaan manusia terwujud didalam pola-pola kehidupan manusia diikuti juga modernisasi tempat perbelanjaan, supermarket, Shopping Mall banyak berdiri di kota-kota besar. Bagi masyarakat perkotaan di Indonesia, mall disalah satu sisi mencerminkan adanya kebutuhan nyata masyarakat perkotaan atas ruang-ruang publik (public space) untuk kegiatan rekreatif maupun kegiatan sosial, sebagai bagian dari gaya hidup modern. Akibat semakin terbatasnya ruang-ruang publik, maka mall menjadi pilihan yang logis untuk beberapa alasan seperti kenyamanan, kepraktisan dan efisiensi, keamanan serta kepastian.

Perkembangan dalam segala bidang pun memberikan dampak semakin meningkatnya taraf hidup masyarakat, dari kebutuhan yang semakin bertambah, serta sifat konsumerisme semakin tinggi. Pada awal tahun 90-an mulai marak dibangun pusat-pusat perbelanjaan (*shopping center*), dan seiring perkembangannya dipadukan dengan konsep hiburan (*entertainment*), yang selanjutnya memicu pada perkembangan mall dengan berbagai macam konsep yang berbeda. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan ketertarikan konsumen akan tempat-tempat *hang-out* lebih diminati daripada sekedar tempat belanja.

Kota Pekalongan merupakan kota yang mengalami perkembangan pesat, seperti yang diberitakan dari surat kabar yang isinya tentang rencana pemerintah untuk melakukan penataan kawasan wisata belanja di kota. Sebagaimana disebutkan dalam pasal 11 Peraturan Pemerintah No. 8 Tahun 2008, bahwa RPJMD memuat visi, misi dan program kepala daerah. Gagasan pokok yang menjiwai seluruh gerak dan proses pemerintahan dan pembangunan kota Pekalongan, yaitu: Terwujudnya kota jasa, dimaksudkan sebagai pembangunan ekonomi daerah yang mengutamakan keunggulan ekonomi berbasis kreativitas, inovasi, pengetahuan, keahlian, pelayanan, etika, etos kerja yang tinggi dan potensi daerah diberbagai bidang kehidupan.

Untuk saat ini di Kota Pekalongan masih kurang mempunyai suatu fasilitas komersial yang berfungsi sebagai tempat belanja sekaligus refreshing yang dilengkapi dengan fasilitas tempat hiburan. Adanya *Shopping Mall* ini diharapkan dapat menjadi icon baru di Kota Pekalongan dan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi terutama dalam sektor perdagangan dan jasa disekitarnya disamping itu juga untuk pengembangan wisata di dalam kota.

Dari uraian diatas, dibutuhkan suatu fasilitas komersial yang berfungsi sebagai tempat belanja sekaligus refreshing yang dilengkapi dengan fasilitas tempat hiburan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Pekalongan dan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan fenomena pertumbuhan penduduk yang setiap tahun semakin bertambah sehingga tingkat kebutuhan manusianya semakin bertambah pula. Selain itu juga semakin pesatnya perkembangan Kota Pekalongan, sebagaimana disebutkan dalam pasal 11 Peraturan Pemerintah No. 8 Tahun 2008, bahwa RPJMD memuat visi, misi dan program kepala daerah. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan perencanaan dan perancangan tentang Shopping Mall di Kota Pekalongan.

### 2. METODE

Kajian diawali dengan dengan mempelajari tinjauan Shopping Mall, yang meliputi pengertian, jenis-jenis karakteristik fisik dan non-fisik, data Kota Pekalongan, potensi, serta kebijakan rencana detail tata ruang Kota Pekalongan dan studi banding beberapa Shopping Mall di Kota Semarang. Selain itu juga dibahas mengenai massa dan ruang dalam bangunan, penampilan bangunan, struktur, serta utilitas yang dipakai dalam perancangan "Shopping Mall Di Kota Pekalongan Dengan Penekanan Desain Arsitektur Postmodern".

### 3. KAJIAN PUSTAKA

#### Pengertian *Shopping Mall*

Secara umum, masyarakat mendefinisikan *Shopping Mall* itu sebagai bangunan pertokoan ataupun pusat perbelanjaan. Berikut ini beberapa pendapat dari para ahli dalam mendefinisikan *Shopping Mall*;

- Suatu pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks toko pengecer dari fasilitas pendukungnya yang direncanakan sebagai satu kesatuan untuk memberikan kenyamanan yang maksimal bagi pengunjung dan promosi maksimal bagi barang-barang yang dijual. (Chiara and Callendar, 1969).
- *Shopping mall* dapat diartikan sebagai suatu area yang memanjang, dinaungi pepohonan dan biasanya berfungsi sebagai fasilitas pejalan kaki. (Rubenstein, 1978).
- *Shopping mall* adalah pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa department 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 *Shopping Mall*, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang. (Maitland, 1985).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian *Shopping Mall* adalah sebuah kelompok unit-unit komersial yang secara arsitektural menyatu, yang dibangun diatas sebuah tapak yang terencana, dikembangkan, dimiliki dan dikelola sebagai satu unit operasi yang berhubungan dengan lokasi, ukuran dan tipe toko-toko daerah tempat ia berada.

#### Jenis-jenis *Shopping Mall*

Berdasarkan Menurut (De Chiara, 1969), dalam "*Planning And Design Criteria*", pusat perbelanjaan dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain sebagai berikut:

Ciri Utama	Neighborhood Center	Community Center	Regional Center
<b>Fungsi Utama</b>	Menjual barang kebutuhan sehari-hari.	Memiliki fungsi yang hampir sama dengan neighborhood center akan tetapi ditambah dengan penjualan barang-barang lain.	Beberapa fungsi dari community center ditambah penjualan barang-barang umum.
<b>Pertokoan Utama</b>	Berupa supermarket dan pertokoan yang berbentuk mini mall.	Berupa junior department store dan supermarket.	Terdiri satu atau lebih department store utama / supermarket.

Lokasi	Lingkungan tertentu/persilangan jalan kolektor atau jalan sekunder.	Mendekati pusat kota (wilayah)/persilangan jalan utama atau jalan jalur cepat.	Tergabung dengan lokasi perkantoran, rekreasi dan seni./persilangan jalan jalur cepat atau jalan tol.
<b>Radius</b>	+ 0,5 mil	+ 2 mil	+ 4 mil
<b>Kapasitas Pelayanan</b>	± 5.000–40.000 jiwa	± 40.000–150.000 jiwa	± 150.000–400.000 jiwa
<b>Luas Area</b>	± 2.720 – 9.290 m <sup>2</sup>	± 9.290 – 23.225 m <sup>2</sup>	± 27.870 – 92.900 m <sup>2</sup>
<b>Jumlah Toko</b>	± 20 unit	± 40 unit	± 100 unit
<b>Parkir</b>	Rasio area parkir 4:1 (luas area keseluruhan)		

Sumber : De Chiara, 1969

#### Tipe-tipe *Mall*

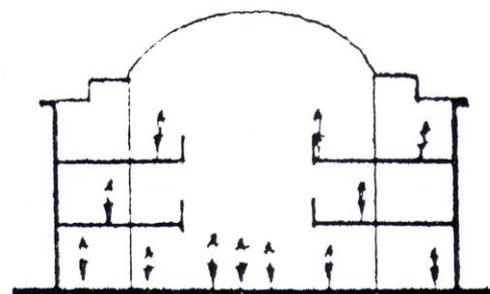
*Mall* mempunyai kecenderungan berkonfigurasi secara horizontal. Menurut Rubenstein (1978), dalam "*Central City Malls*", jenis mall dikelompokkan sebagai berikut:

- *Mall Terbuka (Open Mall)*, adalah suatu tipe mall terbuka (open mall) seperti ini lebih mengutamakan kenyamanan akses untuk para pejalan kaki.
- *Mall Tertutup (Enclosed Mall)*, berupa bangunan yang lengkap dimana pengunjung dan penjual yang terlindung dalam suatu bangunan tertutup sehingga memungkinkan untuk berinteraksi sosial, pameran dan pertunjukkan lainnya.
- *Mall Terpadu (Integrated Mall)* adalah penggabungan mall terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka.



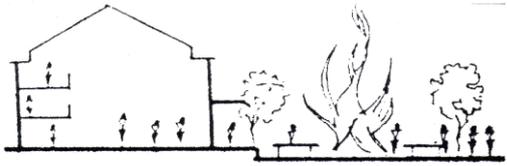
Gambar 1. *Mall* Terbuka (*Open Mall*)

Sumber : Rubenstein, 1978



Gambar 2. *Mall* Tertutup (*Enclosed Mall*)

Sumber : Rubenstein, 1978



Gambar 3. Mall Terpadu (*Integrated Mall*)  
Sumber : Rubeinstein, 1978

#### Elemen-elemen dalam Shopping Mall

Berikut elemen-elemen dalam Shopping Mall menurut Bednar (1990), dalam "*Interior Pedestrian Space*", adalah:

- Magnet Primer (Anchor)

Magnet primer berfungsi sebagai titik konsentrasi, dan dapat pula menjadi landmark.



Gambar 4. Magnet Primer  
Sumber : data survey, 2012

- Magnet Sekunder



Gambar 5. Magnet Sekunder  
Sumber : data survey, 2012

Perwujudan magnet sekunder dapat berupa toko-toko pengecer maupun fasilitas-fasilitas lainnya.

- Koridor

Berupa jalur untuk pejalan kaki yang menghubungkan antara magnet-magnet yang ada.

- Atrium

Berupa ruang kosong yang diapit oleh lapisan-lapisan lantai yang mengelilinginya, dengan ketinggian minimal dua lantai atau lebih, dan mendapat pencahayaan alami siang hari selain itu juga menjadi pusat orientasi dalam bangunan.

- Street Furniture

Berupa elemen yang berfungsi untuk melengkapi keberadaan suatu jalan. Menurut Michael J Bednar dalam "*Interior Pedestrian Places*" (1990:19), untuk keberhasilan sebuah ruang publik didalam bangunan maka harus ada hubungan pergerakan secara langsung antara eksterior dan interior.

#### Perbandingan Area dalam Shopping Mall

Menurut Beddington (1982), dalam "*Design for Shopping Center*", Luas area penjualan (*sales area*) dengan luasan keseluruhan (*gross floor*) adalah 50% sampai 70%. Apabila rasio area penjualan adalah 50% maka pembagian area lainnya dapat dilakukan adalah:

<i>Non-Produktive area</i>	= 18%
<i>Non-Seiling area</i>	= 32%
<i>Total Productive area</i>	= 50% + 32% ( <i>Sales Area + Non-Seiling Area</i> ).

#### Jenis Penjualan

Perbandingan antara jenis penjualan tersebut diperkirakan berkisar 70% barang dan 30% jasa. Menurut Parnes (1948), dalam "*Planning Stores That Pay*", berdasarkan frekuensi penjualan dan tingkat kebutuhan, barang yang dijual dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

- *Conspicience goods*, merupakan barang kebutuhan sehari-hari dengan frekuensi penjualan tinggi.
- *Demands goods*, merupakan barang yang dibutuhkan dengan frekuensi sedang.
- *Impulse goods*, merupakan barang untuk memenuhi kebutuhan kenikmatan dan kepuasan, yang merupakan barang-barang yang mewah.

## 4. STUDI BANDING

### 4.1 Mall Paragon Semarang



Gambar 6. Mall Paragon  
Sumber : data survey, 2012

Dibangun diatas tanah seluas 1,4 hektar dengan luas +/- 53.784 m<sup>2</sup> untuk area pertokoan. Gedung ini terdiri dari 5 lantai pertokoan, 3 lantai parkir, 1 lantai parkir basement, 5 lantai hotel serta 1 lantai convention hall. Mall ini mempunyai skala pelayanan regional/kota, sedangkan perbandingan area dalam zona penjualan yaitu sales area : gross floor area = 35.613 m<sup>2</sup> : 53.784 m<sup>2</sup> didapatkan sekitar 66%. Mall ini mempunyai beberapa tipe dimensi retail yang dikelompokkan sebagai berikut: kecil @ +/- 45 m<sup>2</sup>, sedang @ +/- 90 m<sup>2</sup>, dan besar @ +/- 135 m<sup>2</sup>. Mall ini memiliki atrium yang luas berbentuk patch.

## 4.2 Mall Ciputra



Gambar 7. Mall Ciputra  
Sumber : data survey, 2012

Didirikan diatas lahan yang berbentuk segi-6 dan memiliki luas +/- 20.000 m<sup>2</sup>. Dengan luas total bangunan +/- 36.000 m<sup>2</sup> yang terdiri dari dua massa bangunan, yang difungsikan sebagai hotel setinggi 12 lantai dan 3 lantai sebagai shopping mall. Mall ini mempunyai skala pelayanan regional/kota, sedangkan perbandingan area dalam zona penjualan yaitu sales area : groos floor area = 20.312 m<sup>2</sup> : 36.000 m<sup>2</sup> didapatkan sekitar 56%. Mall ini mempunyai beberapa tipe dimensi retail yang dikelompokkan sebagai berikut: kecil @ 25-70 m<sup>2</sup>, sedang @ 70-100 m<sup>2</sup>, dan besar <100 m<sup>2</sup>. Untuk mall yang bergaya arsitektur mediterania ini memiliki atrium berbentuk linier.

## 5. PERANCANGAN SHOPPING MALL DIKOTA PEKALONGAN

Beberapa poin penting yang ada dalam perancangan "Shopping Mall Di Kota Pekalongan dengan penekanan desain Arsitektur Post-Modern" antara lain :

- Representatif

Shopping Mall di kota Pekalongan mampu tampil sebagai bangunan yang mampu menjadi ikon pusat perbelanjaan kota Pekalongan, memiliki orientasi perancangan yang berwawasan pembangunan berkelanjutan serta mengadaptasi tampilan bangunan sesuai dengan penekanan desain arsitektur post modern.

- Komunikatif

Shopping Mall di kota Pekalongan mampu mengekspresikan fungsi dan karakter bangunan komersial dan kemajuan kota Pekalongan sehingga dapat membedakan bangunan ini dengan bangunan lainnya.

- Massa Bangunan

Sesuai dengan fungsi-fungsi ruang yang ada di dalamnya. Pertimbangan orientasi terhadap lingkungan sekitar tapak. Unsur orientasi Matahari perlu dijadikan faktor pertimbangan utama dalam peletakan massa bangunan. Pemanfaatan view

terbaik dari bagian bangunan terhadap lingkungan dan view ke dalam lingkungan.

- Ketinggian Bangunan

Mengacu kepada ketinggian bangunan maksimal seperti tertulis dalam RDTRK Kota Pekalongan. Mewujudkan daya tarik visual dengan bentuk-bentuk yang atraktif. Memperhatikan kemampuan daya dukung tanah dengan memperhatikan peraturan-peraturan, seperti KLB, KDB, dan Garis Sempadan.

- Bentuk bangunan

Perancangan bangunan ini diharapkan memberikan bentuk dan karakteristik bangunan sesuai dengan konsep dasar perancangan Shopping Mall di kota Pekalongan. Bangunan ini harus dapat menampung seluruh kegiatan yang telah diprogramkan. Tampilan bangunan diupayakan mampu memberi nilai lebih mengingat bangunan tersebut adalah bangunan publik yang bersifat komersil.

Dari analisa kebutuhan ruang, diperoleh perhitungan terhadap luasan perancangan, yaitu sebagai berikut :

### Kebutuhan Ruang

NO	FASILITAS KEGIATAN	LUASAN (m <sup>2</sup> )
1.	FASILITAS KEGIATAN PENERIMA	+ 1.006,8
2.	FASILITAS KEGIATAN UTAMA	+ 11.490,6
3.	FASILITAS KEGIATAN PENUNJANG	+ 3.266,1
4.	FASILITAS KEGIATAN PENDUKUNG	+ 1.378,0
5.	FASILITAS KEGIATAN PELENGKAP & SERVIS	+ 841,9
6.	FASILITAS KEGIATAN PENGELOLA	+ 530,9
7.	FASILITAS KEGIATAN PARKIR	+ 6.657,5
<b>JUMLAH TOTAL FASILITAS KEGIATAN</b>		<b>+ 25.171,8</b>

Sumber : analisa survey, 2012

Berdasarkan RDTRK tahun 2010 kota Pekalongan ketentuan intensitas bangunan sebagai berikut: KLB maksimum 8; KDB maksimum 80%,

$$\text{Luas lantai dasar bangunan} = \text{luas tapak} \times \text{KDB} = 8.559 \text{ m}^2 \times 80\% = 6.847,2 \text{ m}^2$$

$$\text{Luas total bangunan dengan menyertakan parkir} + 25.171,8 \text{ m}^2$$

Persyaratan Koefisien Lantai Bangunan

$$= \text{Luas program ruang total (dengan parkir)} / \text{Luas lahan yang boleh dibangun}$$

$$= 25.171,8 \text{ m}^2 / 6.847,2 \text{ m}^2$$

$$= 3,676 = 4 \rightarrow (\text{memenuhi persyaratan max 8})$$

Dari perhitungan luasan ruang di atas didapatkan luas total bangunan dan parkir Shopping Mall di kota Pekalongan ini 25.171,8 m<sup>2</sup> rencananya mall ini akan di bangun diatas lahan dengan luas 8.559 m<sup>2</sup> dan KDB 80% dengan ketinggian min 4 lantai dan maksimal 8 lantai.

- Struktur

Untuk struktur yang digunakan dalam Shopping Mall Di Kota Pekalongan ini dibagi menjadi 3 yaitu untuk *sub structure* menggunakan pondasi tiang pancang, untuk *middle structure* menggunakan sistem rangka

dengan grid/modul (Schodek, 1998), lalu dikombinasikan dengan *curtain wall* dan *core* yang dapat memperkuat dalam struktur bangunan. Bahan bangunan yang dipilih harus mengutamakan unsur estetika dan mencitrakan tampilan modern pada Shopping Mall ini, bahan bangunan yang digunakan antara lain, kaca, aluminium panel, baja, gypsum, dan lain sebagainya.

#### ▪ Utilitas

##### *Sistem Pencahayaan*

Sistem pencahayaan yang digunakan pada Shopping Mall ini di bedakan menjadi 2 yaitu:

- Pencahayaan alami, yaitu pencahayaan dengan memanfaatkan cahaya matahari seoptimal mungkin dengan pengaplikasian bukaan-bukaan atau penempatan material-material transparan atau tembus cahaya. Pengaplikasiannya dalam suatu bangunan dapat berupa atrium ataupun glass wall. Pencahayaan ini diprioritaskan untuk ruang-ruang terbuka seperti plaza, atrium, foodcourt, café, dll.
- Pencahayaan buatan, merupakan pencahayaan dengan tidak menggunakan sumber cahaya di luar cahaya alami (matahari) seperti cahaya lampu TL dan *down light*.

##### *Sistem Pengkondisian Udara*

Untuk memberikan kenyamanan bagi pengguna Shopping Mall ini menggunakan 2 sistem tata udara, yaitu alami dan buatan:

- Penghawaan alami, pengaplikasiannya berupa penerapan *double skin façade* dan *sun shading* yang dapat berfungsi mengurangi suhu udara yang terlalu panas.
- Penghawaan buatan, pengaplikasiannya berupa sistem AC central lebih efektif digunakan karena bangunan ini merupakan bangunan yang luas. Pendistribusiannya melalui AHU (Air Handling Unit) yang disalurkan melalui *ducting* yang ada di bangunan dan dengan kelengkapan *variable refrigerant volume* untuk mengatur besar daya AC secara otomatis.

##### *Sistem Mekanikal Elektrikal*

Daya listrik umumnya disuplay dari PLN melalui jaringan kabel tegangan tinggi (diatas 20.000 Volt), yang kemudian diturunkan menjadi tegangan menengah (1.000-20.000 Volt) dan tegangan rendah (< 1000 Volt) oleh transformator *step down*. Agar tidak terlalu bergantung pada suplay listrik dari PLN bangunan ini dilengkapi dengan genset dengan sistem UPS.

##### *Sistem Pemipaan dan Sanitasi*

Instalasi pemipaan dan sanitasi pada bangunan digunakan untuk mendistribusikan air bersih, air kotor saluran gas dan lainnya. Berikut sistem pemipaan dan sanitasi pada Shopping Mall ini:

- Distribusi air bersih, dengan menggunakan *down feed system*, lebih efisien dan hemat dimana energi listrik untuk memompa ke *roof tank* lebih terpantau serta distribusi air kebawah dengan sistem gravitasi.
- Distribusi air kotor diolah di IPAL dan lalu digunakan/dibuang ke roil kota yang mampu menunjang fungsi-fungsi yang membutuhkan pelayanan tersebut.

##### *Sistem Pencegahan dan Penanggulangan Kondisi Darurat*

Sistem pencegahan dan penanggulangan ini meliputi:

- Pencegahan aktif Kebakaran antara lain sebagai berikut: Fire Hydrant, Portable Fire Extinguisher, Pylar Hydrant, Heat Detector dan Smoke Detector.
- Pencegahan Pasif Kebakaran antara lain sebagai berikut: Tangga Darurat Kebakaran, Koridor dan Pintu Keluar.

##### *Transportasi Vertikal*

Beberapa sistem transportasi vertikal yang dapat diaplikasikan pada shopping mall ini adalah tangga, ramp, elevator, atau lift.

##### *Sistem Jaringan Sampah*

Sistem jaringan sampah yaitu dengan menyediakan tempat sampah pada ruang-ruang yang menghasilkan sampah basah (*foodcourt* dan resto), sedangkan untuk kantor pengelola dan area aktif lainnya yang banyak menghasilkan sampah kering menggunakan shaft untuk pembuangan sampah. Sampah-sampah tersebut kemudian akan dikumpulkan dalam tempat penampungan sampah sementara dengan troli dan selanjutnya diangkut untuk dibuang ke TPA kota dengan truk dari Dinas Kebersihan Kota.

##### *Sistem Keamanan*

Sistem pengamanan dengan penerapan teknologi seperti pemakaian kamera monitor (CCTV) memudahkan pemantauan keamanan secara menyeluruh pada bangunan tanpa kehadiran petugas keamanan.

##### *Jaringan Penangkal Petir*

Pada Shopping Mall di kota Pekalongan yang direncanakan adalah sistem Faraday karena bangunan memiliki bentang yang lebar. Sistem Faraday ini berupa tiang-tiang kecil setinggi  $\pm 30$  cm, dengan jarak 3,5 m yang saling dihubungkan dengan seutas kawat dan disalurkan ke tanah.

## 6. KAJIAN LOKASI

Lokasi kawasan Pekalongan Timur yaitu tepatnya di jalan Dokter Sutomo, sebelumnya di lahan ini adalah sebuah lahan bekas terminal bus kota Pekalongan yang sudah mangkrak hampir 10 tahun.



**Gambar 8. Peta Lokasi Tapak**

Sumber: <http://www.wikimapia.org>

Tapak ini memiliki luasan +/- 8.559 m<sup>2</sup>. Berdasarkan RDTRK tahun 2010 kota Pekalongan ketentuan intensitas bangunan sebagai berikut: KLB maksimum 8; KDB maksimum 80%; KDH minimum 10%; GSB minimum berbanding lurus dengan Rumija yaitu dengan lebar jalan +/- 13 m sehingga diperoleh GSB +/- 13 m ; Tinggi bangunan maksimum dibatasi garis bukaan langit 45o dari as jalan (jalan utama / jalan yang kelasnya paling tinggi disekeliling bangunan).



**Gambar 9. Kondisi Tapak**

Sumber: data survey, 2012

Potensi-potensi yang ada pada tapak I:

- Tapak terletak di Jalan dr. Sutomo yang merupakan jalan arteri primer kota Pekalongan.
- Tapak ini memang diperuntukkan untuk pusat perbelanjaan modern.
- Tapak ini dikelilingi kawasan pemukiman yang padat.
- Dilewati rute trayek angkutan umum perkotaan dari jurusan luar kota dan dalam kota, yaitu rute angkutan Pekalongan – Batang.
- Di dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pekalongan tapak termasuk dalam penetapan kawasan strategis kota untuk kepentingan

pertumbuhan ekonomi berbasis perdagangan jasa.

Pada bagian utara tapak terdapat jalan lingkungan dengan lebar jalan +/- 6m.

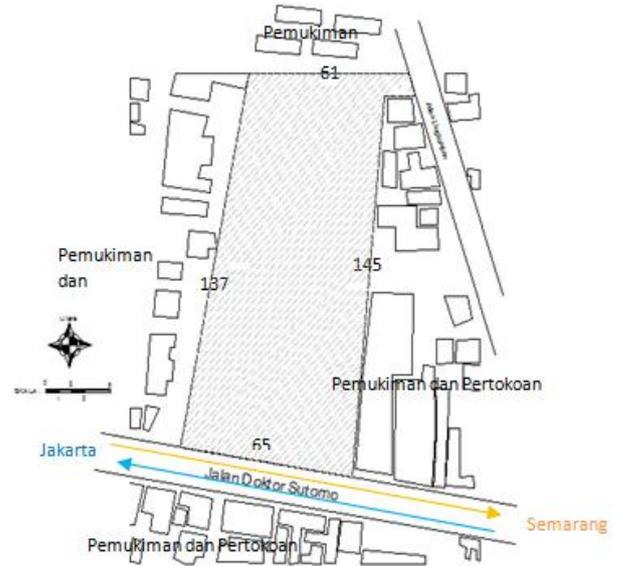
Batas-batas tapak

Batas barat : Pemukiman dan Pertokoan

Batas utara : Pemukiman

Batas timur : Pemukiman dan Pertokoan

Batas selatan: Pemukiman dan Pertokoan



**Gambar 10. Peta Tapak**

Sumber: data survey, 2012



**Gambar 11. Kondisi Sekitar Tapak**

Sumber: data survey, 2012

## 7. KESIMPULAN

Dari uraian diatas, dibutuhkan suatu fasilitas komersial yang berfungsi sebagai tempat belanja dengan ketentuan sebagai berikut :

- “*Shopping Mall* Di Kota Pekalongan” dirancang dengan konsep penekanan desain arsitektur postmodern. Luas tapak yang digunakan adalah 8.559 m<sup>2</sup>.
- Karakter bangunan yang ditampilkan mengkombinasikan unsur modern dan ciri khas dari Kota Pekalongan yang dipadukan sehingga dapat menciptakan suatu bangunan ikonik.
- Penataan massa bangunan dirancang memiliki atrium yang luas di tengah tapak sebagai tempat berkumpul ataupun pusat dari bangunan ini.
- Struktur yang diterapkan pada adalah dengan mengkombinasikan struktur rangka.
- Menggunakan sistem pencahayaan alami dan buatan, dengan dominasi pencahayaan alami. Pencahayaan dan penghawaan alami dilakukan dengan pemanfaatan cahaya matahari melalui Atrium yang ada di tengah bangunan.

Diharapkan dengan perencanaan dan perancangan “*Shopping Mall* Di Kota Pekalongan” dapat menjadi solusi dari fenomena yang terjadi.

## 8. DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 2005, *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Pekalongan 2005-2010*, Bappeda Kota Pekalongan.
- Anonymous, 2011, *Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Pekalongan 2009-2029*, Bappeda Kota Pekalongan.
- Beddington, Nadine, 1982, *Design for Shopping Center*, Mc. Grow. Hill Book Company, New York.
- Bednar, J Michael, 1990, *Interior Pedestrian Spaces*, BT. Batsford Ltd, London.
- De Chiara, Joseph, and Calledar, Jhon hancok, 1973, *Time Saver Standarts for Building Types*, Mc. Grow – hill Book Company, New York.
- De Chiara, Joseph, and Coppelman, Lee, 1969, *Planning And Design Criteria*, Van Norstrand Re in hold Company, New York.
- Kethum, Morris, Jr. FAIA, 1957, *Shop and Stores*, Reihold Publishing Corp, New York.
- Maitland, Barry, 1985, *Shopping Malls, Planning And Design*, Long man Group Limited, New York.
- Parnes, Louis, DR. A.I.A, 1948, *Planning Stores That Pay*, F. W. Dodge Corporation, U.S.A.
- Rubeinstein, Harvey M, 1992, *Pedestrian Malls, Sreet Scapes, And Urban Spaces*, Jhon Willey & Sans. Inc.
- Rubeinstein, Harvey M, 1978, *Central City Malls*, Jhon Willey & Sans. Inc.
- Schodek, Daniel L., 1988, *Struktur*, PT. Refika Aditama, Bandung.

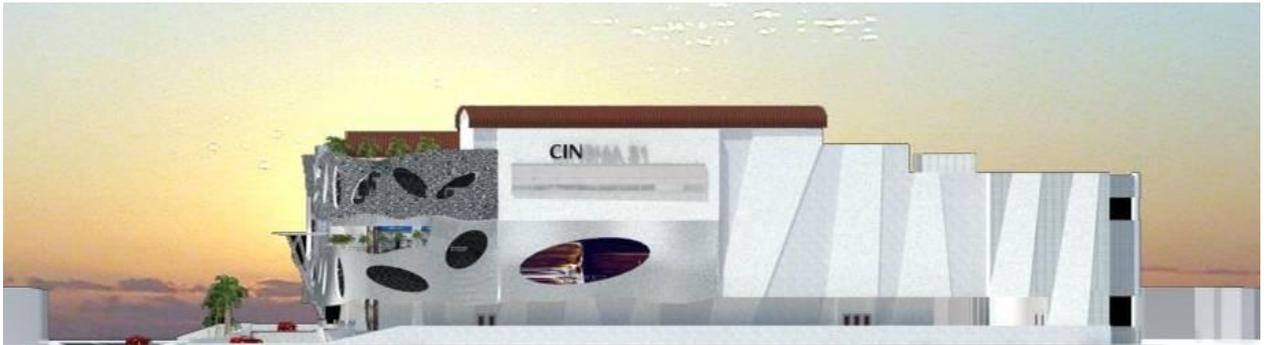
<http://www.pekalongankota.go.id> diakses pada tanggal 28 Maret 2012.

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=89646692>., *Mall Paragon Semarang*, diakses pada tanggal 28 Maret 2012.

<http://www.bappeda.pekalongankota.go.id/index.php> diakses pada tanggal 28 Maret 2012.

<http://wikipedia.org>., *Kota Pekalongan*, diakses pada tanggal 26 April 2012.

**APPENDIX**



**Gambar Tampak Kanan**



**Gambar Tampak Depan**



**Gambar Perspektif Eksterior (Siang)**



**Gambar Perspektif Eksterior (Siang)**



**Gambar Site Plan**



**Gambar Perspektif Interior (Siang)**



**Gambar Perspektif Eksterior (Malam)**