

SHOPPING MALL DI PATI (VELODROME DAN AREA KOMERSIAL)

Oleh : Ristina Wijayanti, Bambang Suyono, Eddy Dharmawan

Berbelanja dan rekreasi merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia. Kota Pati merupakan kota yang pertumbuhan ekonomi dan perdagangannya saat ini mulai berkembang, namun kebutuhan akan tempat perbelanjaan modern yang ada di Kota Pati sendiri belum mampu memenuhi kebutuhan masyarakat kota Pati, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang memenuhi beberapa pusat perbelanjaan yang ada di kota Pati. Melihat fenomena tersebut menarik minat salah satu investor untuk mendirikan sebuah tempat perbelanjaan modern yang dapat digunakan sebagai sarana hiburan dan berbelanja yaitu dengan mendirikan sebuah shopping mall dengan konsep Arsitektur Modern.

Kajian diawali dengan mempelajari tentang pengertian shopping mall, tipe dan jenis shopping mall, dan melakukan studi banding di beberapa shopping mall yang sesuai dengan standar mall untuk didirikan di kota Pati, serta melakukan kajian tentang Kota Pati, perkembangan perekonomian di tersebut, jalur perdagangan di kota tersebut. Konsep desain Arsitektur modern cocok diterapkan pada shopping mall yang akan didirikan di kota Pati. Pemilihan tapak dilakukan pada lokasi-lokasi yang merupakan lokasi jalur perdagangan kota Pati, dan dari beberapa lokasi yang terpilih dilakukan pembobotan untuk menentukan lokasi yang tepat untuk didirikan sebuah shopping mall.

Sebagai kesimpulan, luaran program ruang yang diperlukan, serta gambar-gambar 2 dimensi dan 3 dimensi sebagai ilustrasi desain.

Kata Kunci : Perbelanjaan, Shopping Mall, Pati, Arsitektur Modern

i

1. LATAR BELAKANG

Pati adalah salah satu kota yang terletak di jalur pantai utara Jawa Tengah. Kota Pati terletak di sebelah timur dari kota Kudus, dimana saat ini kota pati menjadi salah satu kota perluasan pengembangan industri. Perluasan industri tersebut terlihat dengan semakin banyaknya pembangunan kawasan industri di kota Pati. Perluasan pembangunan khususnya di bidang ekonomi tersebut secara langsung akan berdampak pada peningkatan income dari masyarakat. Dalam suatu kondisi perekonomian pertambahan pendapatan penduduk secara berbanding lurus akan meningkatkan daya beli dari masyarakat.

Untuk menambah perbendaharaan fasilitas perdagangan dan hiburan yang representative di kota Pati khususnya dan daerah – daerah disekitarnya, maka dibutuhkan suatu pusat perbelanjaan yang tidak hanya menampung aktifitas berbelanja tetapi juga menyediakan fasilitas hiburan terutama untuk anak-anak dan remaja. Didalam pusat perbelanjaan ini ditampung berbagai macam produk.

Dari latar belakang di atas, penyusun menyimpulkan bahwa perlu adanya sebuah fasilitas publik bersifat komersial yang dapat mewadahi kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan dunia perdagangan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu *Shopping Mall* di Pati. *Shopping Mall* di Pati ini menggunakan penekanan desain Arsitektur *Modern*. Selain itu, keunggulan *Shopping Mall* di Pati yang lain adalah kenyamanan bagi pengunjung untuk berbelanja sekaligus rekreasi.

2. RUMUSAN MASALAH

- Perlu adanya tempat untuk mewadahi kebutuhan masyarakat akan tempat perbelanjaan di kota Pati.
- Diperlukan tempat perbelanjaan dengan konsep modern di kota Pati.

3. METODOLOGI

Kajian diawali dengan pengumpulan data ditempuh dengan cara studi pustaka/ studi

literatur mencari pengetrian tentang *shopping mall*, jenis dan tipologi dan jenis *shopping mall*, klasifikasi *shopping mall*, analisa pengunjung pada shopping mall. Dilakukan juga tinjauan mengenai Kota Pati, perkembangan *shopping mall* di kota tersebut. Pendekatan perancangan arsitektural dilakukan dengan konsep *Arsitektur Modern*. Pemilihan tapak dilakukan pada 3 alternatif lokasi dengan menggunakan matriks pembobotan.

4. KAJIAN PUSTAKA

4.1. Tinjauan Umum Shopping Mall

Secara Tradisional pengertian *Mall* adalah area memanjang yang terbentuk oleh deretan pepohonan dan dipergunakan masyarakat umum untuk berjalan kaki. Sekarang mall merupakan bentuk jalan atau plasa dikawasan pusat bisnis yang berorientasi pada pedestrian area sebagai ruang transit (sumber: Materi Kuliah Perkotaan, Area Pedestrian).

Sedangkan menurut James S. Hornbeck (*Stores and Shopping Centers*, 1962) adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari, kemudian membeli barang-barang yang dipajang dan ditawarkan. Namun untuk pengertian *shopping mall* yang lebih tepat dalam konteks pusat perbelanjaan adalah kegiatan seseorang yang berusaha mencari, melihat, menemukan, membandingkan harga barang dan membelinya, dan implikasi dari semua kegiatan dan pengalaman pencarian tersebut merupakan suatu unsur yang penting.

Tipologi dan jenis

a. Jenis shopping mall

Jenis dari *Shopping Mall* adalah sebagai berikut (Redstone, Luois g., New Dimnesion in Shopping Center and Store)

1. *Neighbourhood Center*

Merupakan deret yang berbentuk linear, sejajar dengan jalan raya, dengan parker diantara jalan raya dan fasade took. *Neighbourhood Center* berkembang menjadi satu unit pertokoan berbentuk minimal mall, dengan fasilitas antara lain: *food-*

market, bakery, drugstore, stationery store, restaurant, barbe shop, beauty parlor, laundry dan dry-clening, hardware service station.

2. *Intermediate atau Community-Sized Center*

Merupakan pertokoan yang berbentuk linear, tetapi lebih besar dari *Neighbourhood Center*, dengan fasilitas *Neighbourhood Center* dengan tambahan *florist, bank, post-office, junior Dept. Store, gift shop, liquor, athletics goods shop, candy shop, movie theater* dan lainnya.

3. *Regional Center*

Terdiri dari 1-4 *departement store* atau supermarket ditambah 50-100 lebih toko satelit dan fasilitas lain yang semuanya menghadap kejalur pejalan kaki utama (mall), dengan fasilitas yang sama dengan *Community-Sized Center* ditambah sedikitnya satu major departemen store.

4. *Renewal Project*

Merupakan pusat pertokoan yang terletak dipusat kota (*down town*) yang merupakan bangunan bertingkat yang terdiri dari department store dan pertokoan. Tipe ini biasanya dihubungkan dengan fasilitas-fasilitas lain seperti hotel (*De Chiara, Joseph & Lee Koppelman, Planning Design Criteria, Van Nostrand Company, New York, 1969, hal 234*)

Elemen – Elemen dalam shopping Mall menurut *Bednar* (1990), adalah :

a. Magnet Primer (Anchor)

Magnet primer merupakan transformasi dari node kota yang berfungsi sebagai titik konsentrasi. Dan dapat pula menjadi *Landmark*. Analoginya dapat berupa Plaza atau *court* yang akan menjadi daya tarik utama pada *Shopping Mall*. Konsep penataan ruang pada *shopping mall* pada umumnya berupa garis lurus (linear) atau setengah lingkaran. Pada bentuk linear diperlukan dua buah magnet pada pengakhiran koridor. Sedangkan yang berbentuk T, L, atau Lengkung memerlukan tiga buah magnet. Dalam perkembangannya sering pula di pakai magnet perantara yaitu bila jarak antar

magnet utama terlalu panjang sehingga bisa menimbulkan kesan monoton. Jarak antar magnet maksimal adalah 250 meter.

b. Magnet sekunder

Magnet sekunder merupakan transformasi dari districk kota. Perwujudannya dapat berupa toko-toko pengecer maupun fasilitas-fasilitas lainnya. Toko merupakan salah satu bagian terpenting dari shopping mall yang dianggap sebagai districk pada pusat perbelanjaan. Penempatan toko erat kaitannya dengan magnet primer sebagai daya tarik utama dalam shopping mall tersebut. Pemanfaatan daya tarik dengan mengarahkan pengunjung sedemikian rupa sehingga dengan sendirinya arus tersebut melewati toko-toko kecil sebelum akhirnya menuju magnet primer yang terdapat di depan anchor tenant yang berupa *department store, supermarket, atau cineplex*.

c. Koridor

Merupakan transformasi dari path, penerapannya dapat berupa jalur untuk pejalan kaki yang menghubungkan antara magnet-magnet yang ada. Ada dua macam koridor, yaitu koridor utama (primer) dan koridor tambahan (sekunder). Koridor utama merupakan orientasi dari toko-toko yang ada di sepanjangnya. Sedangkan koridor tambahan merupakan koridor yang terletak pada perpanjangan koridor utama, yang memudahkan pencapaian dari area parkir dan mempersingkat jarak *entrance* bila terjadi keadaan darurat. Lebar koridor utama sekitar 15 meter sedangkan koridor tambahan sekitar 6 meter.

d. Atrium

Merupakan ruang kosong yang diapit oleh lapisan-lapisan lantai yang disekelilingnya, dengan ketinggian minimal dua lantai atau lebih yang mendapat pencahayaan alami siang hari dan menjadi pusat orientasi bangunan. Atrium ini berfungsi sebagai daya tarik dalam perancangan ruang dalam maupun ruang luar bangunan tersebut. Begitu pula halnya dengan EMAC (*Enclosed Mall Air Conditioned*), atrium sangat penting perannya.

Berdasarkan penutup atrium tersebut dapat berupa :

- Vault Skylight, bentuk lengkung atau setengah lingkaran.
- Pyramid or Dome, Bentuk pyramid atau kubah.
- Glazed wall, bentuk dinding kaca.
- Multiple linear skylight, bentuk berupa atrium linear.
- Multiple units skylight, bentuk dengan beberapa unit atrium.

e. Vegetasi

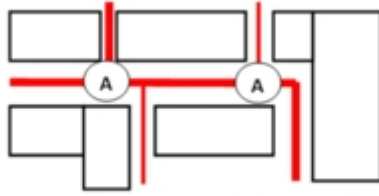
Merupakan elemen yang berfungsi untuk melengkapi keberadaan suatu jalan. Dalam perencanaan mall, pohon berintegrasi dengan elemen desain lainnya. Pohon digunakan untuk menimbulkan kesan asri pada pedestrian serta menambah kesejukan mall. Street furnitur yang biasa dipakai dalam shopping mall antara lain :

- Lampu penerangan atau lampu hias
- Sculpture
- Tempat duduk (sitting group)
- Kolam dan air mancur
- Pot tanaman
- Box telpon, tempat sampah dan sebagainya.

Prinsip Dasar Shopping Mall

Secara keseluruhan fisik, shopping mall mempunyai prinsip-prinsip :

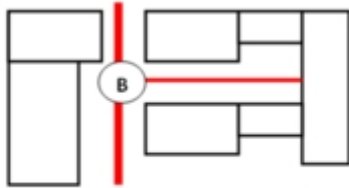
1. Terdiri dari jalur pejalan kaki utama (*pedestrian way*) atau dikenal sebagai koridor utama dengan satu atau lebih tambahan jalur pejalan kaki atau koridor tambahan yang berhubungan dengan koridor utama dan lokasi parkir atau jalan yang berdekatan.
2. Semua toko menghadap dan memiliki pintu masuk ke arah koridor utama ataupun koridor tambahan.
3. Untuk mengatasi masalah parkir karena tingginya harga dan semakin berkurangnya lahan bagi suatu shopping mall, maka dapat disediakan bangunan parkir bertingkat (*double decked*) atau basement, disamping parkir secara konvensional. (De Chiara, Joseph & Jhon Hancoc Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1981, hal 578).



A. Koridor tambahan tak berhubungan dengan magnet primer

Gambar 2.1. Koridor tambahan tak berhubungan dengan magnet primer

Sumber : Time Saver, 1981



B. Koridor tambahan berhubungan dengan magnet primer

Gambar 2.2. Koridor tambahan berhubungan dengan magnet primer

Sumber : Time Saver, 1981

Tipe-tipe Mall menurut Rubeinstein (1978) dalam *Central City Mall* adalah :

- a. Mall terbuka (*Open Mall*)
Pada Mall terbuka semacam ini semua jalan yang direncanakan mengutamakan kenyamanan pejalan kaki. *Mall* terbuka ini dapat terletak di pusat kota atau di daerah pinggiran kota. System penghawaan dilakukan secara alami namun kondisi cuaca sangat mempengaruhi kenyamanan.
- b. Mall Komposit (*Composite Mall*)
Merupakan tipe mall yang sebagian terbuka dan bagian yang lainnya tertutup. Pada mall yang bagian tertutup diletakkan ditengah sebagai pusat dan menjadi magnet yang menarik pengunjung untuk masuk ke mall.
- c. Mall Tertutup (*Endclosed Mall*)
Merupakan bangunan yang lengkap dimana pengunjung dan penjual yang terlindung dalam suatu bangunan yang tertutup sehingga memungkinkan untuk berinteraksi sosial, pameran dan pertunjukan lainnya. Sistem penghawaan dilakukan secara mekanis yang lazim dengan EMAC (*Enclosed Mall Air Conditioned*). Mall yang semacam inilah yang paling banyak diterapkan di daerah tropis.

5. STUDI BANDING

5.1. Java Mall



Gambar 1. Java Supermall
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Java Supermall merupakan salah satu shopping mall yang terdapat di Semarang . Java Supermall terletak di Jl. MT Haryono yang merupakan jalan utama, disekitar bangunan Java Supermall ini merupakan pertokoan yang menunjukkan bahwa daerah itu merupakan daerah perdagangan.

- Penataan Ruang Dalam (interior)
 - Tenant Shop (tenant)* dan *anchor tenant* yang berorientasi kearah mall, dengan tipe-tipe berikut :
 - Kecil (*small*). Unit dengan luas $\pm 25-45 \text{ m}^2$ yang terletak dilantai 3.
 - Sedang (*medium*). Unit-unit yang memiliki luas $\pm 70-100 \text{ m}^2$, yang terdiri dari took swalayan, dan restoran yang terletak dilantai 2.
 - Besar (*big*). Unit-unit yang memiliki luas diatas $\pm 100 \text{ m}^2$, yang terdiri dari Departement Store tersebar yang terletak dilantai 1,2,3.
 - Jenis Ruang
 - *Tenant shop* yang tersebar di tiap-tiap lantai.
 - Mall (koridor) selebar $\pm 6\text{m}$ yang terletak antara dua deretan tenant-tenant.
 - Terdapat *plaza (court)* di tengah mall, berfungsi sebagai *landmark*/titik konsentrasi,sering difungsikan untuk bermacam-macam seperti pameran computer, elektronika, dan mobil.

5.2 Mall Ciputra Semarang



Gambar 2 Mall Ciputra Semarang
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Mall Ciputra Semarang merupakan bangunan *mix used complex* yang terletak pada lokasi strategis di kawasan Simpang Lima Semarang. Dibangun diatas lahan kurang lebih 2,01 Ha. Dengan luas lantai sekitar 50.000m, dimana 38.00m² diantaranya diperuntukan untuk *shopping mall*. Bangunan ini terdiri atas dua massa bangunan, dimana massa bagian depan merupakan bangunan setinggi 12 lantai yang difungsikan sebagai hotel dan massa bagian belakang yang terdiri dari 3 lantai untuk *shopping mall*.

Mall Ciputra Semarang merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat berbelanja, tetapi juga berfungsi sebagai sarana rekreasi dan hiburan untuk semua jenis usia. Selain ekspresi bangunan tetap menonjolkan *Corporate Identity* yang menjadi ciri dari hampir semua bangunan dari Group Ciputra, yaitu gaya *Medieania*.

• Penataan Ruang Luar (eksterior)

Tingginya harga lahan di Kawasan Simpang Lima ini mengakibatkan lahan yang tersedia dimanfaatkan seoptimal mungkin. Lahan yang tersisa selain untuk jalur sirkulasi kendaraan, juga dimanfaatkan untuk lahan parkir, sehingga hampir tidak menyisakan lahan hijau sama sekali. Akan tetapi walaupun sudah dioptimalkan untuk lahan parkir sedemikian rupa, ternyata tetap belum sanggup menampung jumlah kendaraan yang ada.

• Penataan Ruang Dalam (interior)

Tenant *Shop (tenant)* dan *anchor tenant* yang berorientasi kearah mall, dengan tipe-tipe berikut :

- Kecil (*small*). Unit dengan luas $\pm 25-50$ m² yang terletak dilantai 2.
- Sedang (*medium*). Unit-unit yang memiliki luas $\pm 70-100$ m², yang terdiri dari toko swalayan, dan restoran yang terletak dilantai 1.
- Besar (*big*). Unit-unit yang memiliki luas diatas ± 100 m², yang terdiri dari Departement Store, Cineplex yang terletak dilantai 3.
- Rumah toko (*ruko*) yang menghadap kebelakang bangunan (kerah Jl. Anggrek), disewakan juga sebagai perkantoran.

5.3 DP Mall Semarang



Gambar 3 DP Mall Semarang
Sumber : Dokumentasi Pribadi

DP Mall dibangun dan dikelola oleh PT Duta Pertiwi Raya yang tergabung dalam Sinarmas Group, diharapkan menjadi pengalaman baru dalam berbelanja bagi masyarakat Semarang. DP Mall dibangun dengan konsep interior minimalis dibangun dengan tiga lantai yaitu lantai dasar, lantai satu, dan lantai dua. Lantai dasar akan diisi oleh tenant atau toko dengan jenis usaha seperti fashion, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, optik, dan perhiasan.

• Penataan Ruang Dalam (*interior*)

DP Mall terdiri dari unit-unit :

Tenant Shop (tenant) dan *anchor tenant* yang berorientasi kearah mall, dengan tipe-tipe berikut :

- Kecil. Unit-unit dengan luas $\pm 30-50$ m², yang terdiri dari toko yang terletak dilantai 1 dan 3.
- Sedang. Unit-unit yang memiliki luas $\pm 80-100$ m², yang terdiri dari toko swalayan, dan restora yang terletak dilantai 2. Besa
- Besar. Unit-unit yang memiliki luas diatas ± 500 m², yang terdiri dari Departement Store yang terletak di lantai 2.

- Mall (koridor) selebar ± 9 m yang terletak antara dua deretan tenant-tenant

6. KAJIAN LOKASI

6.1. Tinjauan kota Pati



Gambar 4 Kabupaten Pati
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Batas Administratif Kota Pati :

Sebelah Utara: Kabupaten Jepara dan Laut Jawa.

Sebelah Timur: Kabupaten Rembang dan Laut Jawa.

Sebelah Barat : Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara.

Sebelah Selatan : Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Blora.

Berdasarkan Pati Dalam Angka 2010. Kabupaten Pati merupakan salah satu dari 35 daerah kabupaten / kota di Jawa Tengah bagian timur, terletak diantara 1100, 50' - 1110, 15' bujur timur dan 60, 25 - 70,00' lintang selatan.

Kabupaten Pati mempunyai luas wilayah 150.368 Ha yang terdiri dari 58.448 ha lahan sawah dan 91.920 ha lahan bukan sawah.

a. Kependudukan Kota Pati

Data kependudukan yang disajikan dalam publikasi mulai tahun 2004 bersumber dari Pendaftaran Pemilih dan Pendataan Penduduk Berkelanjutan (P4B) yang dilaksanakan pada pertengahan tahun 2003. Jadi pada publikasi ini ada perbedaan dengan publikasi sebelumnya, dimana pada publikasi menggunakan pendataan yang baru. Penduduk akhir tahun 2007 berdasarkan hasil P4B adalah 1.247.881.

7. PENDEKATAN ARSITEKTURAL

Arsitektur Modern adalah keberanian tindakan merombak konsep – konsep lama, memadukan keanekaragaman gaya tradisi menjadi satu kesepakatan baru yang prosesnya berpijak pada aspek – aspek fungsi, material, ekonomi dan sosiologi (Jencks, 1977). Sedangkan dasar – dasar pembentukan pemikiran modern dalam arsitektur itu sendiri adalah : humanisme, rasionalisme, fungsionalisme dan konstruktivisme. Ada 3 tahap perkembangan arsitektur modern, yaitu:

1. Early Modern (1869 – 1917)
2. High Modernism (1917 – 1969)
3. Late Modernism (1969 - ...)

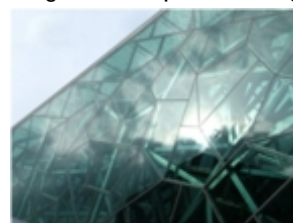
Arsitektur modern melahirkan konsep – konsep baru dalam perancangan. Salah satu di antaranya adalah *Form Follows Function* yang dicetuskan oleh *Louis Sullivan*. Aliran ini banyak dianut oleh sebagian besar arsitek aliran modern.

Secara garis besar pengertian *Form Follows Function* adalah :

1. Ruang – ruang yang direncanakan sesuai fungsinya.
2. Bangunan tidak harus terdiri dari kepala, badan dan kaki.
3. Struktur tidak perlu dibungkus dengan bentuk – bentuk atau ornamen – ornamen seperti pada arsitektur klasik.

Ciri – ciri arsitektur modern menurut *Charles Jencks, The Language of Modern Architecture, 1974* antara lain :

1. Menggunakan struktur rangka.
2. Tingkat transparansi tinggi.



Gambar 5 contoh arsitektur modern
Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Kesederhanaan.
4. Asimetris dan keteraturan.

5. Teknologi dan struktur.
6. Kesederhanaan.
7. Asimetris dan keteraturan.
8. Teknologi dan struktur.



Gambar 6 contoh arsitektur modern
Sumber : Dokumentasi Pribadi

9. Satu volume, bukan massa banyak.
10. Bentuk abstrak.
11. Anti pengulangan.
12. Anti simbolis.
13. Bentuk tertentu dan fungsional.
14. Anti ornamen.
15. Anti metafora.
16. Anti memori sejarah.
17. Pemisahan fungsi.
18. Kesederhanaan bentuk.

8. KESIMPULAN PERANCANGAN

8.1. Program Ruang

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
Restorant	3	153
foodcourt	1	262
coffee shop	1	183
game center	1	266
Book store	1	1040
Dept Store	1	1950
Supermarket	1	1000
Cineplex	1	1581
Jumlah		6435
sirkulasi 10 %		643
Jumlah Total		7078

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
Retail Besar	11	1056
Retail Sedang	33	2112
Retail Kecil	99	3168
Jumlah		6336

Tabel 1: Program Rang kelompok aktivitas utama
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
R.GM	1	62
R. Manager	1	47
R. Kasi	1	24
Manitenance	1	36
R. Staff	1	102
R. Service	1	24
Jumlah		295
Sirkulasi 20 %		59
Jumlah total		354

Tabel 2: Program Ruang kelompok non-selling area
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
ATM	1	16
Operator	1	3
Jumlah		19
Sirkulasi 20 %		3,8
Jumlah total		22,8

Tabel 3: Program Ruang kelompok aktivitas pelengkap
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
Mushola	1	55
R. P3K	1	18
Pos Keamanan	1	16
R. Ganti dan Loker	1	30
Lav umum pria	5	15,6
Lav umum wanita	6	10
R. Informasi	1	12
R. Internal Radio Station	1	6
Jumlah		162,6
Sirkulasi 20 %		32,4
Jumlah total		195

Tabel 4 : Program Ruang Aktivitas pelayanan
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
Pendukung teknis	1	288
Area Bongkar muat	1	225
Jumlah		513
Sirkulasi 20 %		10,2
Jumlah total		523,2

Tabel 5: Program Ruang aktivitas pendukung
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	JML	LUAS RUANG (dibulatkan)
Parkir Mobil pengelola	1	720
parkir motor pengelola	1	105
parkir mobil pegunjung	1	2040
parkir motor pengelola	1	1230
Jumlah		4095
Sirkulasi 20 %		819
Jumlah total		4914

Tabel 6 : Program Ruang parkir
Sumber : analisa penulis

JENIS RUANG	LUAS RUANG (dibulatkan)
kelompok aktivitas utama	13756
kelompok aktivitas pengelola	345
kelompok aktivitas pelengkap	25
kelompok aktivitas pelayanan	320
kelompok aktivitas pendukung	820
kelompok aktivitas parkir	4095
Jumlah	19361

Tabel 7: Rekapitulasi program ruang
Sumber : analisa penulis

8.2. Tapak Terpilih



Gambar 7 Lokasi Tapak terpilih
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tapak terpilih terletak di Jl. Pemuda No. 250 Pati, site merupakan bangunan bekas gudang milik PT. Sampoerna yang sekarang dimiliki oleh investor yang akan mendirikan sebuah shopping mall pada lokasi tersebut, tapak terpilih mempunyai topografi yang relative datar yang dapat diakses melalui jalan pemuda. Tapak terpilih terletak di pusat kota Pati, dan terletak tidak jauh dari alun-alun kota Pati, dan merupakan daerah yang cukup strategis untuk didirikan sebuah *shopping mall*. Bangunan yang ada di sekitar tapak yaitu bangunan yang mempunyai fasilitas permukiman, perkantoran, dan perdagangan.

- Batas-batas tapak:
 - Batas utara : perumahan penduduk dan pertokoan
 - Batas timur : perumahan penduduk dan pertokoan
 - Batas selatan : perumahan penduduk
 - Batas barat : perumahan penduduk dan pertokoan
- Tata guna lahan : kawasan perdagangan dan jasa.
- KDB : 60%
- KLB : 120 %
- Ketinggian bangunan : maksimal 12 lantai
- GSB : 20 meter

Luas lantai dasar bangunan

Jadi luas lantai dasar bangunan
= (luas lantai dasar – 4.080)
= 10.200 – 4.080
= 6120 m²

Ketinggian bangunan

= luas lantai bangunan : luas lantai dasar bangunan
= 12.852 : 6.120
= 2,1
= 3 lantai

KLB (1.8)

= luas yang boleh terbangun (:) luas total
= 10.200 (:) 17.000
= 1,6 (<1,8 sesuai)

9. DAFTAR PUSTAKA & REFERENSI

9.1. Pustaka

Anonymous. 2010. *Pati Dalam Angka 2010*. Badan Statistik Kabupaten Pati.

Beddington, Nadine. 1982. *Design for Shopping Center*. Butterworth Design Series.

De Chiara, Joseph & Jhon Hancock Callender. 1981. *Time Saver Standards of Building Types*. Mc-Grow-Hill Book Company. New York.

De Chiara, Joseph & Lee Koppleman. 1969. *Planning Design Criteria*. Reinhold Book Corporation. New York.

Hornbeck, S James. 1962. *Store And Shopping Centers*. MC-Grow-Hill Book Company. New York.

Ketchum, Moris, JR. FAIA. 1962. *Shop and Stores*. Reinhold Publishing Corp. New York.

Matland, Barry. 1985. *Shopping Malls, Planning and Design*, Longman Group Limited. New York.

Parners, Luois A. 1948. *Planning Store That Pay*. An Architektural Record Book. USA.

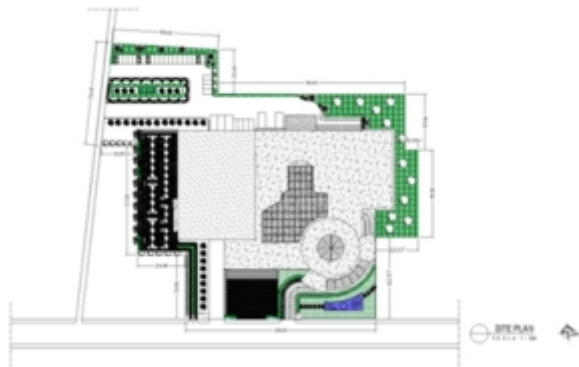
Redstone, G Louis. 1973. *New Dimension In Shopping Center and Store*. MC-Grow-Hill Book Company. New York.

Rubeinstein, Harvey M. 1978. *Pedestrian Mall, Street Scapes and Urban Space*. Jhon Willey and Sons, Inc.

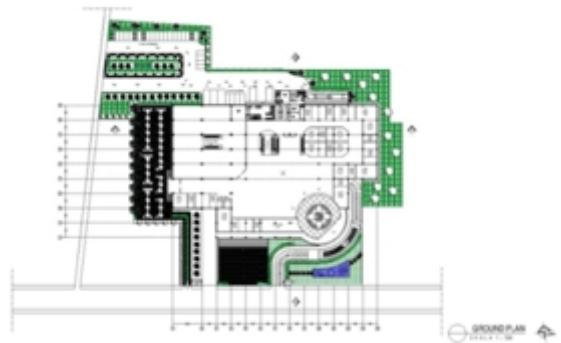
9.2. Referensi

Architecturalrecord.com, 2014

APPENDIX : ILUSTRASI PERANCANGAN



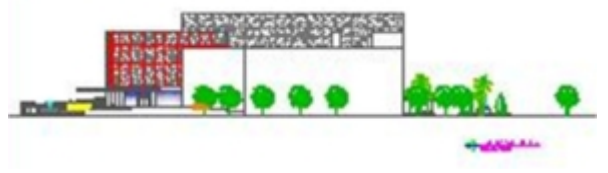
■ Site Plan



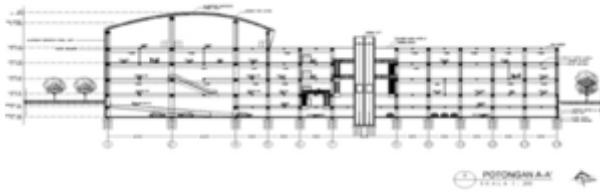
■ Ground Plan



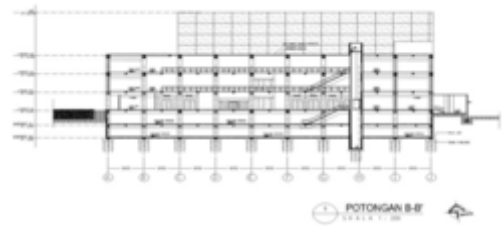
■ Tampak shopping mall



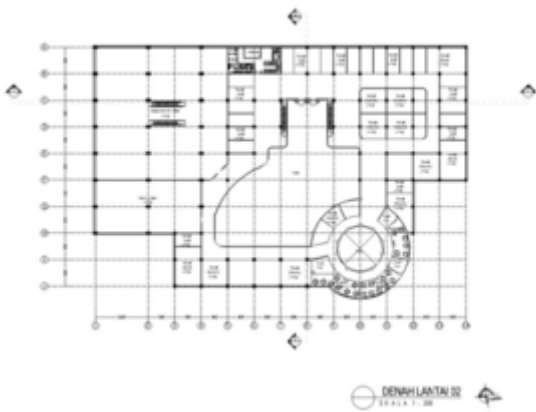
■ Tampak velodrome shopping mall



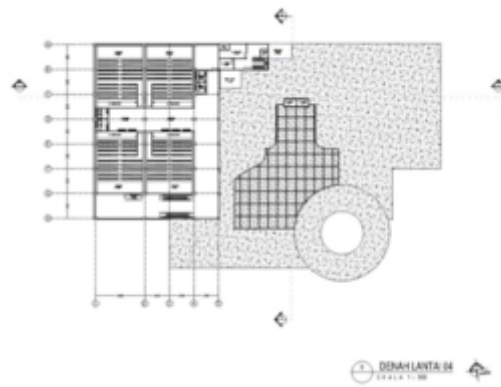
■ Potongan shopping mall



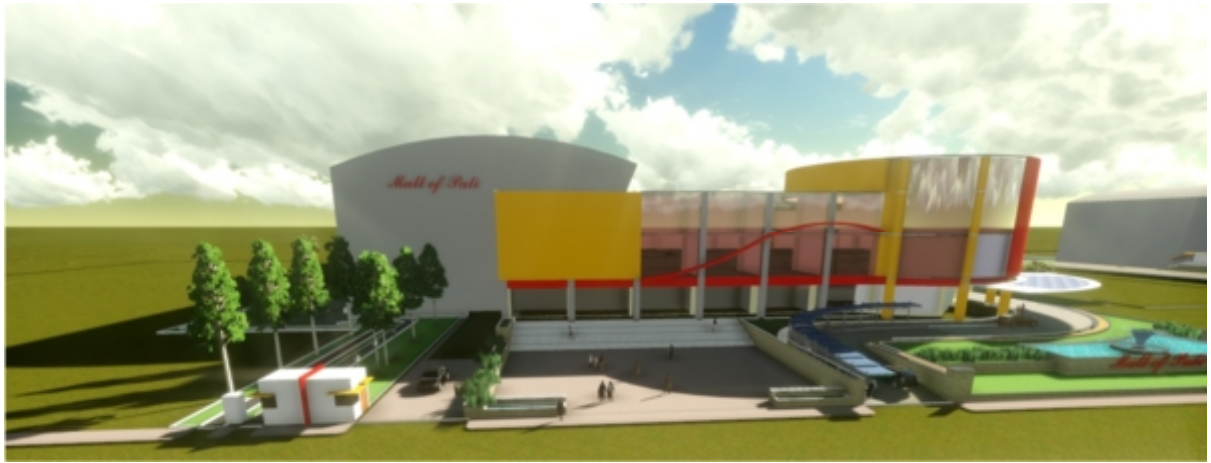
■ Potongan shopping mall



■ Denah shopping mall



■ Denah denah shopping mall



■ Image Eksterior *shopping mall*



■ Image area pedestrian



■ Image *open space*