

**PERANCANGAN SHOPPING CENTER DENGAN PENDEKATAN
CITY-WALK DI KABUPATEN JOMBANG**

TUGAS AKHIR



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Disusun oleh:

ACHMAD HABIB RIKZA FERDIANSYAH

NIM: H03218002

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Achmad Habib Rikza Ferdiansyah

NIM : H03218002

Program Studi : Arsitektur

Angkatan : 2018

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul: “PERANCANGAN SHOPPING CENTER DENGAN PENDEKATAN CITY-WALK DI KABUPATEN JOMBANG”. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 06 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Achmad Habib Rikza Ferdiansyah)

NIM. H03218002

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir oleh:

NAMA : ACHMAD HABIB RIKZA FERDIANSYAH

NIM : H03218002

JUDUL : PERANCANGAN SHOPPING CENTER DENGAN
PENDEKATAN CITY-WALK DI KABUPATEN JOMBANG

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 04 Juli 2022

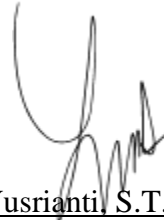
Dosen Pembimbing 1



(Dr. Rita Ernawati, S.T., M.T.)

NIP. 198008032014032001

Dosen Pembimbing 2



(Yusrianti, S.T., M.T.)

NIP. 198210222014032001

PENGESAHAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Tugas Akhir Achmad Habib Rikza Ferdiansyah ini telah dipertahankan
di depan tim penguji Tugas Akhir
di Surabaya, 06 Juli 2022

Mengesahkan,
Dewan Penguji

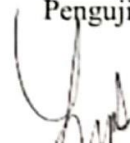
Penguji I



(Dr. Rita Ernawati, S.T., M.T.)

NIP. 198008032014032001

Penguji II



(Yusrianti, S.T., M.T.)

NIP. 198210222014032001

Penguji III



(Oktavi Elok Hapsari, M.T.)

NIP. 198510042014032004

Penguji IV



(Fathur Rohman, M.Ag.)

NIP. 197311302005011005

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Ampel Surabaya



(Dr. A. Saifuddin Hamdani, M.Pd.)

NIP. 196507312000031002



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achmad Habib Rikza Ferdiansyah
NIM : H03218002
Fakultas/Jurusan : Sains dan Teknologi/Arsitektur
E-mail address : habibferdi22@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Perancangan Shopping Center dengan Pendekatan City-Walk di Kabupaten Jombang

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juli 2022

Penulis

(Achmad Habib Rikza F.)

ABSTRAK

PERANCANGAN SHOPPING CENTER DENGAN PENDEKATAN CITY-WALK DI KABUPATEN JOMBANG

Shopping center merupakan fenomena yang dapat ditemukan di kota-kota kecil maupun kota-kota besar, kehadiran *shopping center* dianggap memberikan dampak positif bagi kawasan perkotaan terutama dari perspektif ekonomi. *Shopping center* telah menjadi bagian dari *life style* penduduk perkotaan yang sekarang ini tidak hanya berperan sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli, namun juga menjadi sebuah *public space* dimana masyarakat melakukan kegiatan interaksi sosial, mengatur pertemuan, bahkan menjadi wadah rekreasi bagi keluarga.

Menurut Lapangan Usaha pada tahun 2014-2018 PDRB pada Kabupaten Jombang mengalami peningkatan secara terus menerus. Kabupaten Jombang memiliki potensi yang dapat dikembangkan pada sektor perdagangan sebagai kebutuhan penduduk perkotaan salah satunya adalah *shopping center*. Selain lokasinya yang strategis, Kabupaten Jombang memiliki sektor perdagangan terbesar kedua setelah pertanian. Perancangan *shopping center* ini menghadirkan konsep baru yang berbeda pada umumnya, untuk mengatasi kurangnya kebersihan dan kejenuhan publik yaitu dengan menggunakan pendekatan *city-walk*. *City-walk* menjadi salah satu solusi menarik bagi perancangan ini karena dapat memberikan penataan jalur pedestrian yang teratur dan dapat mengkombinasi aspek *city-walk* dengan adanya ruang-ruang terbuka, vegetasi dan koridor-koridor pada *shopping center* agar memberikan suatu daya tarik dan nyaman pada penggunaannya. Desain *shopping center* menggunakan pendekatan *city-walk* sebagai atraksi utama yang dapat menjadi sebuah alternatif positif ditengah maraknya pusat perbelanjaan dengan bentuk tertutup.

Keywords: *Shopping Center, City Walk, Jombang*

ABSTRACT

DESIGN OF SHOPPING CENTER WITH CITY-WALK APPROACH IN JOMBANG REGENCY

Shopping center is a phenomenon that can be found in small cities and big cities, the presence of shopping centers is considered to have a positive impact on urban areas, especially from an economic perspective. Shopping center has become part of the life style of urban residents who now not only act as a meeting place for sellers and buyers, but also become a public space where people conduct social interaction activities, organize meetings, and even become a recreational place for families.

According to the business field in 2014-2018 GDP in Jombang Regency has increased continuously. Jombang Regency has the potential to be developed in the trade sector as the needs of urban residents, one of which is a shopping center. In addition to its strategic location, Jombang Regency has the second largest trade sector after agriculture. The design of this shopping center presents a new concept that is different in general, to overcome the lack of cleanliness and saturation of the public by using the city-walk approach. City-walk is one of the interesting solutions for this design because it can provide an orderly arrangement of pedestrian paths and can combine aspects of city-walk with open spaces, vegetation and corridors in the shopping center to provide an attraction and comfort to its users. Shopping center design approach city-walk as the main attraction that can be a positive alternative amid the rise of shopping centers with closed form.

Keywords: *Shopping Center, City Walk, Jombang*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Tujuan Perancangan	4
1.3 Ruang Lingkup Proyek.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN OBJEK DAN LOKASI PERANCANGAN.....	6
2.1 Tinjauan Shopping Center	6
2.1.1 Pengertian Shopping Center	6
2.1.2 Fungsi Shopping Center	7
2.1.3 Klasifikasi Shopping Center	7
2.1.4 Elemen-elemen Shopping Center	9
2.1.5 Fungsi dan Aktivitas	9
2.1.6 Kapasitas dan Besaran Ruang.....	11
2.2 Penentuan Lokasi Perancangan	16
2.2.1 Penentuan Lokasi Site.....	16
2.2.2 Gambaran Umum Kondisi Site.....	18

2.2.3 Batasan Wilayah Lokasi Site	19
2.2.4 Kondisi Eksisting Lokasi Site.....	19
2.2.5 Isu dan Potensi Site.....	20
BAB III	23
PENDEKATAN (TEMA) DAN KONSEP PERANCANGAN	23
3.1 Pendekatan Perancangan	23
3.1.1 Pengertian <i>City-Walk</i>	23
3.1.2 Aspek Pendekatan <i>City-walk</i>	23
3.1.3 Elemen <i>City-Walk</i>	24
3.2 Integrasi Keislaman pada Pendekatan <i>City-walk</i>	26
3.3 Konsep Perancangan.....	28
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Rancangan Arsitektur	30
4.1.1 Tapak	30
4.1.2 Bangunan.....	32
4.1.3 Ruang.....	35
4.2 Rancangan Struktural.....	36
4.3 Rancangan Utilitas.....	37
4.3.1 Sistem Sanitasi Air	37
4.3.2 Utilitas Kelistrikan.....	38
4.3.3 Utilitas Kebakaran	39
4.3.4 Utilitas Sampah.....	39
BAB V	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42

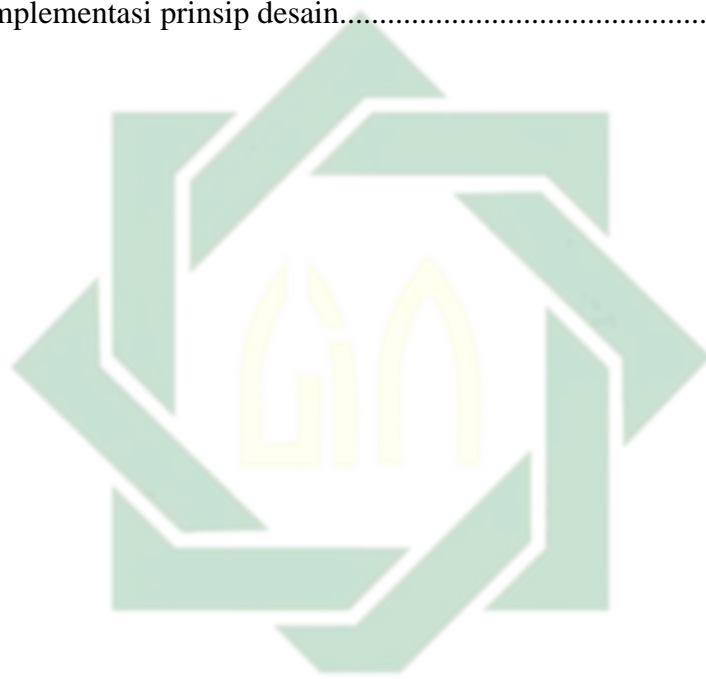
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Batas Wilayah Kecamatan Kabupaten Jombang.....	18
Gambar 2. 2 Luas Lokasi Site	19
Gambar 2. 3 Kondisi eksisting pada site dari radius 50m.....	20
Gambar 2. 4 Mapping aksesibilitas pada lokasi.....	21
Gambar 2. 5 Mapping potensi jalan raya di area lokasi.....	21
Gambar 2. 6 Mapping kawasan pada lokasi	22
Gambar 3. 1 Konsep umum perancangan	28
Gambar 4. 1 Zonasi Tapak.....	30
Gambar 4. 2 Tata Massa Bangunan	31
Gambar 4. 3 Sirkulasi didalam Site.....	32
Gambar 4. 4 Fasad pada Bangunan.....	33
Gambar 4. 5 Bentuk pada Bangunan.....	33
Gambar 4. 6 Ruang terbuka pada bangunan	34
Gambar 4. 7 Bukaan pada atap	34
Gambar 4. 8 Desain interior taman dan lobby	35
Gambar 4. 9 Desain bookstore dan cafe.....	36
Gambar 4. 10 Kawasan Ruang Luar pada Bangunan	36
Gambar 4. 11 Struktur Bangunan	37
Gambar 4. 12 Sistem Sanitasi Air.....	38
Gambar 4. 13 Sistem Utilitas Kelistrikan	38
Gambar 4. 14 Sistem Utilitas Kebakaran.....	39
Gambar 4. 15 Sistem Utilitas Sampah	40

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Klasifikasi jenis fungsi.....	10
Tabel 2. 2 Klasifikasi aktivitas.....	10
Tabel 2. 3 Analisis presentase.....	12
Tabel 2. 4 Kapasitas Pengguna	12
Tabel 2. 5 Analisis kebutuhan ruang.....	14
Tabel 3. 1 Implementasi prinsip desain.....	29



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Shopping center adalah kesatuan retail dan sarana yang dirancang sebagai suatu kelompok untuk menyediakan aspek kenyamanan dalam kegiatan jual beli kepada pengunjung dengan tatanan barang yang dijual secara maksimal (Chiara, J. D. & Crosbie, M. J., 2001). *Shopping center* memiliki koneksi dan menjadi bagian dari *life style* penduduk perkotaan yang sekarang ini tidak hanya berperan sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli, namun juga menjadi sebuah *public space* dimana masyarakat melangsungkan kegiatan interaksi sosial, mengatur pertemuan, bahkan menjadi wadah rekreasi bagi keluarga (Ishnanto, 2010).

Menurut sebagian pendapat, adanya *shopping center* dianggap memberikan dampak positif bagi kawasan perkotaan terutama dari perspektif ekonomi. Keberadaan *shopping center* juga dianggap sebagai kontribusi terhadap perkembangan kota (Ishnanto, 2010). Di Indonesia *shopping center* adalah fenomena yang dapat ditemukan di kota-kota kecil maupun kota-kota besar, kehadiran *shopping center* memiliki dampak tertentu terhadap perkembangan suatu kawasan perkotaan (Hariyono, 2002). *Shopping center* juga memiliki arti sekumpulan pengusaha retail dan aktivitas usaha yang direncanakan, dikembangkan, dan dioperasikan dalam satu komponen usaha (ICSC,1999).

Kabupaten Jombang adalah kabupaten yang berada pada koridor tengah wilayah Provinsi Jawa Timur. Luas wilayah Kabupaten Jombang keseluruhan adalah 1.159,50 km² (bappeda.jatimprov.go.id) atau menduduki ± 2,5% dari luas wilayah Provinsi Jawa Timur. Pusat pemerintahan Kabupaten Jombang berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten yang memiliki ketinggian sekitar 44 meter di atas permukaan air laut, dan memiliki jarak 79 km dari barat daya Surabaya, ibu

kota Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Jombang merupakan kabupaten dengan posisi yang sangat strategis, karena terletak di persimpangan jalur lintas utara, dan selatan Pulau Jawa yaitu Surabaya-Madiun-Solo-Yogyakarta, serta jalur Surabaya-Tulungagung, serta jalur Malang-Tuban.

Kabupaten Jombang termasuk dalam wilayah dengan PDRB yang sangat baik terutama pada sektor perdagangan. Menurut Lapangan Usaha pada tahun 2014-2018 PDRB pada Kabupaten Jombang mengalami peningkatan secara terus menerus. Total nilai PDRB Kabupaten Jombang berdasarkan harga berlaku (adhb) pada tahun 2018 mencapai 38,05 triliun rupiah. Secara nominal, nilai PDRB mengalami peningkatan sebesar 9,00 persen dibandingkan tahun 2017 yang memperoleh 34,94 triliun rupiah. Adanya peningkatan dari nilai PDRB ini dipengaruhi oleh perkembangan produksi di semua lapangan usaha dan juga kenaikan harga (inflasi). Hal ini membuktikan bahwa sepanjang tahun 2018 Kabupaten Jombang mengalami peningkatan ekonomi sebesar 5,43 persen, lebih cepat dibandingkan dengan tahun lalu. Peran terbesar dalam penyusunan PDRB adhb Kabupaten Jombang pada tahun 2018 dihasilkan oleh lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran yaitu mendapatkan sekitar 23,90 persen (angka ini meningkat dari 23,46 persen di tahun 2017). (jombangkab.go.id).

Oleh karena itu, pembangunan suatu daerah harus melihat dengan jelas struktur ekonomi agar menjadi prioritas Kabupaten Jombang untuk meningkatkan sektor unggulan. Sejauh ini, banyak sektor atau potensi wilayah di Kabupaten Jombang yang belum dimanfaatkan secara optimal mengingat sebagian besar wilayah ini merupakan dataran rendah. Kabupaten Jombang memiliki potensi untuk dikembangkan pada sektor perdagangan sebagai kebutuhan penduduk perkotaan salah satunya adalah *shopping center*. Selain lokasinya yang strategis, Kabupaten Jombang memiliki sektor perdagangan terbesar kedua setelah pertanian.

Potensi *shopping center* di Kabupaten Jombang sendiri sangat kurang karena Jombang memiliki pasar-pasar umum dimana beberapa dari pasar tersebut memiliki tingkat kebersihan yang kurang baik (kumuh) dan kenyamanan yang kurang terjaga. Selain itu, terdapat keterbatasan untuk pertumbuhan toko modern dan teknologi yang digunakan masih sederhana. Meskipun terdapat beberapa bangunan *shopping center*, namun tipologi *shopping center* di Kabupten Jombang ini cenderung menggunakan konsep yang tertutup. Oleh karena itu, perancangan ini menghadirkan sebuah konsep baru yang berbeda dari *shopping center* pada umumnya, untuk mengatasi kurangnya kebersihan dan kejenuhan publik yaitu dengan menggunakan pendekatan *city-walk*.

Pendekatan *city-walk* merupakan jalur pedestrian dalam kota. Pedestrian termasuk elemen dari *public space* yang sangat penting bagi sebuah *urban space* (Shivani, 1985 dan Lynch, 1987). *City-walk* menjadi salah satu solusi menarik bagi perancangan ini karena dapat memberikan penataan jalur pedestrian yang teratur dan dapat mengkombinasi aspek *city-walk* dengan adanya ruang-ruang terbuka, vegetasi dan koridor-koridor pada *shopping center* agar memberikan suatu daya tarik dan kenyamanan pada penggunaannya.

Desain *shopping center* menggunakan pendekatan *city-walk* sebagai atraksi utama yang dapat menjadi sebuah alternatif positif ditengah maraknya pusat perbelanjaan dengan bentuk tertutup. Pendekatan *city-walk* yang diterapkan pada bangunan ini juga memiliki fungsi untuk memfasilitasi para pejalan kaki dan memberikan nilai estetika pada *shopping center* dengan penataan alur sirkulasi yang teratur. Selain itu, pendekatan *city-walk* pada perancangan ini juga dapat merespon dan mengoptimalkan para pejalan kaki untuk meminimalisir pengguna transportasi sehingga hal ini juga dapat mengurangi dampak polusi udara. Konsep *city-walk* ini akan menjadi suatu konsep yang menarik bagi pengunjung yang ditambah dengan fasilitas rekreasi pada *shopping center* tersebut.

1.2 Rumusan Masalah dan Tujuan Perancangan

Kurangnya desain *shopping center* yang menerapkan konsep terbuka menyebabkan kejenuhan publik dan minimnya sirkulasi udara sehingga dapat diperoleh rumusan masalah yaitu bagaimana merancang *shopping center* dengan pendekatan *city-walk* yang mampu memadahi kegiatan berbelanja dan sebagai fungsi hiburan yang memanfaatkan ruang-ruang terbuka.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang gedung *shopping center* dengan pendekatan *city-walk* dimana mengoptimalkan para *urban-walkers* yang didesain menarik dengan adanya ruang terbuka dan beberapa fasilitas penunjang untuk fungsi hiburan dan rekreasi.

1.3 Ruang Lingkup Proyek

Pada ruang lingkup perancangan ini menguraikan terkait beberapa batasan yang diidentifikasi mengenai fungsi, konsep dan pendekatan desain. Batasan perancangan *shopping center*, antara lain sebagai berikut :

a. Skala Pelayanan

Perancangan *shopping center* memiliki skala pelayanan mencakup seluruh masyarakat umum khususnya pada Kabupaten Jombang dan Provinsi Jawa Timur.

b. Fungsi Objek Perancangan

Batasan fungsi desain dari *shopping center* ini memiliki fungsi komersial dan fungsi rekreasi atau hiburan.

c. Lokasi Objek Perancangan

Lokasi objek perancangan *shopping center* ini terletak di Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, dengan estimasi lahan sekitar ± 3 Ha, penetapan luas lahan tersebut berdasarkan studi komparasi dan beberapa dari tinjauan literatur.

d. Pendekatan Perancangan

Pendekatan perancangan pada *shopping center* menggunakan pendekatan *city-walk*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

TINJAUAN OBJEK DAN LOKASI PERANCANGAN

2.1 Tinjauan Shopping Center

Shopping center merupakan suatu tempat yang berfungsi sebagai kegiatan berbelanja. Namun saat ini *shopping center* sudah beralih fungsi dimana tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja saja melainkan sebagai sarana hiburan dan rekreasi.

2.1.1 Pengertian Shopping Center

Adapun beberapa pengertian *shopping center* antara lain:

Shopping center adalah serangkaian bangunan komersial yang didirikan pada lokasi yang telah direncanakan, dikembangkan, diinisiasi dan disusun ke dalam unit operasi (operating unit) yang terkait dengan lokasi, ukuran, tipe retail dan area komersial dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan area parkir yang dirancang sesuai dengan tipe dan ukuran total dari masing-masing retail (Urban Land Institute, 1977). Definisi lain menyebutkan bahwa *shopping center* merupakan tempat pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang ditandai dengan kegiatan komersial yang menyertakan perhitungan khusus dan waktu dengan tujuan menuai keuntungan (Gruen Victor, 1973).

Secara global *shopping center* memiliki pengertian sebagai sarana untuk menumbuhkan suatu kota atau lingkungan dimana selain berfungsi sebagai kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, namun juga berfungsi sebagai sarana untuk berkumpul atau relaksasi (Bendington, 1982 : P.28). Dalam buku Indonesia “shopping centre”, Yuli Andyono (2006), mengemukakan bahwa definisi *shopping center* adalah sebuah bangunan atau sekumpulan bangunan dalam satu tempat, dimana terdapat beberapa vendor independent atau berbagai toko dengan beragam brand, yang semuanya terhubung antar satu dengan lainnya oleh jalur

sirkulasi terbuka atau tertutup yang bertujuan untuk mempermudah pengguna saat mengunjungi satu toko ke toko lain dengan aman dan nyaman.

2.1.2 Fungsi Shopping Center

Sebagai dinamisasi perekonomian kota dan sarana penampungan untuk penyebaran produksi sebagai kebutuhan masyarakat dan fungsi hiburan sebagai sarana berkumpul dan rekreasi bagi keluarga.

2.1.3 Klasifikasi Shopping Center

Adapun beberapa point untuk klasifikasi *shopping center* yang meliputi skala pelayanan, bentuk fisik, barang yang dijual, dan berdasarkan fungsi dan kegiatan.

A. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pusat perbelanjaan terbagi menjadi tiga jenis (Gruen, Victor, 1960), yaitu:

- a. Pusat Perbelanjaan Lokal (*Neighbourhood Center*): Luas area berkisar 2.720-9.290 m², dengan jangkauan pelayanan antara 5.000-40.000 penduduk. Unit terbesarnya seperti supermarket, berada pada suatu kawasan tertentu.
- b. Pusat Perbelanjaan Distrik (*Community Center*): Luas area antara 9.290-23.225 m², terdiri atas junior departement store, super market dengan jangkauan pelayanan yang berkisar 40.000- 150.000 penduduk, dengan lokasi yang berada pada pusat kota.
- c. Pusat Perbelanjaan Regional (*Main Center*): Luas area antara 27.870-92.900 m², terdiri dari dua atau lebih bangunan yang proporsional dengan departement store. Jangkauna pelayanan berkisar 150.000-400.000 penduduk, dan berada pada lokasi yang strategis, terhubung dengan lokasi perkantoran, hiburan, dan seni.

B. Berdasarkan Bentuk Fisik

Shopping center terbagi dalam beberapa bentuk (Nadine Bendington, 1982), yaitu :

- a. *Shopping Street*: Kawasan jual-beli yang menerus di sepanjang jalan.
- b. *Shopping Center*: Deretan pertokoan yang terdiri dari ruang-ruang toko yang disewakan atau dijual.
- c. *Shopping Precint*: Deretan pertokoan pada bagian depan stand (area jual beli) menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari transportasi.
- d. *Shopping Mall*: adalah sebuah plaza atau jalan umum atau sekelompok sistem dengan bentuk liku yang dirancang khusus untuk *urban walkers*. *Shopping mall* disebut juga sebagai jalan pada area pusat usaha yang terpisah dari lalu lintas umum, namun memiliki kemudahan aksesibilitas sebagai area berjalan, duduk-duduk, bersantai yang dilengkapi oleh unsur-unsur dekoratif sebagai faktor kenyamanan dalam menikmati suasana.
- e. *Department Store*: adalah area jual-beli yang sangat besar, biasanya terbagi menjadi beberapa lantai yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Penempatan barang-barang ini memiliki tata letak khusus agar memberikan memudahkan sirkulasi dan memiliki akses yang jelas. Luas lantai berkisar antara 10.000-20.000 m².
- f. Supermarket: adalah area jual-beli yang memasarkan barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self-sevice* dan area penjualan untuk makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan. Luas kisaran yaitu antara 1.000-2.500 m².
- g. *Superstore*: adalah area jual-beli satu lantai yang memasarkan macam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem pelayanan *self-service*. Luas kisaran antara 5.000-7.000 m, dengan luas area penjualan minimal 2.500 m.

C. Berdasarkan Barang yang Dijual

Pusat perbelanjaan dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

- a. *Specialty Shop*: Retail yang mendagangkan barang dengan jenis seperti: sepatu, pakaian, dan sebagainya.
- b. *Variety Shop*: Retail yang mendagangkan bermacam-macam barang dengan area 200 m² hingga 15.000 m².

D. Berdasarkan Fungsi dan Kegiatan

- a. Pusat Perbelanjaan Murni, merupakan pusat perbelanjaan yang berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan jual beli dan tempat pertemuan masyarakat (*community center*) untuk kebutuhan umum baik bersantai atau mencari hiburan. Misalnya Plaza Senayan, Blok M Plaza, Pondok Indah Mall, dll.
- b. Pusat Perbelanjaan Multi Fungsi, dimana memiliki fungsi sebagai pusat perbelanjaan yang dikombinasi dengan fungsi yang berbeda namun saling menunjang tetap meningkatkan nilai komersialnya.

2.1.4 Elemen-elemen Shopping Center

Shopping center merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen:

- a. Anchor (magnet) adalah transformasi dari “node” yang berfungsi sebagai landmark dengan penerapannya yaitu berupa plaza dalam *shopping center*.
- b. *Secondary Anchor* (magnet sekunder) adalah transformasi dari “distrik” yang penerapannya berupa pedestrian yang menghubungkan antar magnet.
- c. *Street* adalah transformasi bentuk “path” yang penerapannya berupa pedestrian dengan magnet-magnet yang saling terhubung.
- d. *Landscaping* (pertamanan) adalah transformasi dari “edges” sebagai batasan untuk pusat pertokoan.

Pada perancangan *shopping center* pada kabupaten Jombang ini termasuk dalam kategori *shopping mall* dengan skala pelayanan lokal.

2.1.5 Fungsi dan Aktivitas

Dalam perancangan *shopping center* ini, fungsi yang diakomodasi ada 2 yaitu fungsi komersial dan hiburan (rekreasi) sesuai dengan beberapa definisi diatas. Selain sebagai fungsi jual-beli, pada perancangan *shopping center* ini juga menghadirkan fungsi hiburan sebagai sarana relaksasi dan menghilangkan rasa stres.

Tabel 2. 1 Klasifikasi jenis fungsi

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Jenis Fungsi	Keterangan
Fungsi Komersial	merupakan fungsi utama yang diakomodasi pada <i>shopping center</i> yaitu sebagai tempat untuk melakukan aktivitas jual-beli guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, berfungsi sebagai sarana pameran atau promosi produk dan karya terbaru yang diadakan pada waktu tertentu.
Fungsi Rekreasi dan Hiburan	merupakan fungsi penunjang pada <i>shopping center</i> yang digunakan sebagai tempat hiburan untuk sarana <i>refreshing</i> dan juga tempat untuk menghabiskan waktu bersama keluarga. Selain itu <i>shopping center</i> juga berfungsi sebagai sarana kuliner sehingga pengunjung dapat menikmati makanan yang tersedia.

Tabel 2. 2 Klasifikasi aktivitas

Sumber: Hasil Analisis, 2022

No.	Fungsi dan aktivitas utama	Deskripsi aktivitas utama	Pelaku kegiatan
A.	Fungsi Komersial		
1.	Jual-beli	Adanya aktivitas jual beli yaitu berbelanja barang kebutuhan. Adapun pengunjung yang hanya sekedar melihat-lihat dan berjalan saja.	Penyewa retail, Pengelola, Pengunjung
2.	Pelayanan	Melayani pengunjung sesuai dengan kebutuhan masing-masing dan sebagai sarana informasi.	Penyewa retail, Pengelola
3.	Pengelolaan	Mengelola area <i>shopping center</i> dan mengatur penjualan hasil produksi	Pengelola
4.	Pameran produk	Adanya aktivitas berupa pameran dimana mendatangkan produk pameran, meluncurkan produk	Penyewa, Pengunjung

No.	Fungsi dan aktivitas utama	Deskripsi aktivitas utama	Pelaku kegiatan
		baru, melihat pameran produk, dan membeli produk dari pameran yang waktunya menyesuaikan.	
5.	Transfer uang ATM Center	Adanya aktivitas transaksi untuk mengambil uang dan melakukan transfer.	Pengelola, Penjual retail, Pengunjung
6.	Buang air	Melakukan buang air kecil maupun besar ataupun sekedar mencuci tangan.	Pengelola, Penjual retail, Pengunjung
7.	Parkir kendaraan	Memarkir kendaraan	Pengelola, Penjual retail, Pengunjung
B.	Fungsi Rekreasi dan Hiburan		
1.	Rekreasi keluarga	Terdapat aktivitas rekreasi dilakukan oleh para pengunjung dimana menghabiskan waktu dengan keluarganya seperti berjalan-jalan, bersantai, menikmati view sekitar.	Pengunjung
2.	Hiburan	Adapun aktivitas hiburan seperti bermain di timezone ataupun menonton cinema	Pengunjung
3.	Ibadah (shalat)	Adanya aktivitas ibadah seperti melaksanakan shalat dan berdoa.	Pengelola, Penjual retail, Pengunjung

2.1.6 Kapasitas dan Besaran Ruang

Pada kapasitas dan besaran ruang ini berfungsi untuk mengetahui kapasitas pengguna pada *shopping center*. Berdasarkan dari tabel analisis fungsi dan aktivitas diatas, maka dapat dilakukan perhitungan jumlah kapasitas dengan perhitungan menggunakan estimasi. Penentuan jumlah pengunjung diambil dari

data Cihampelas Walk di kota Bandung yang berjumlah ±5000 orang menurut koordinator promo Ciwalk dan data dari pengunjung Borobudur Mall di kabupaten Jombang yang berjumlah ±900 menurut data pengunjung mall tahun 2017. Berdasarkan data tersebut maka dapat diambil rata-rata sebagai berikut:

Jumlah pengunjung Cihampelas Walk = 5000 orang

Jumlah pengunjung Borobudur Mall = 900 orang

$$\frac{5000 + 900}{2} = 2950 \text{ pengunjung}$$

Untuk mengetahui jumlah pengunjung pameran, area hiburan dan kuliner maka perlu dilakukan presentase menggunakan asumsi.

Tabel 2. 3 Analisis presentase

Sumber: Hasil Analisis, 2022

No.	Jenis	Presentase
1.	Belanja	20%
2.	Kuliner	40%
3.	Hiburan	30%
4.	Pameran	10%
Jumlah presentase 100%		

Berdasarkan hasil presentase tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

$$20\% \times 2950 = 590 \text{ pengunjung}$$

$$40\% \times 2950 = 1180 \text{ pengunjung}$$

$$30\% \times 2950 = 885 \text{ pengunjung}$$

$$10\% \times 2950 = 295 \text{ pengunjung}$$

Tabel 2. 4 Kapasitas Pengguna

Sumber: Hasil Analisis, 2022

No.	Pengguna	Kapasitas (orang)	Keterangan
A.	Pengunjung		

1.	Pengunjung <i>shopping center</i>	2950 orang	(Diambil dari perbandingan studi kasus) Setiap hari mulai jam 09.00 hingga jam 22.00
2.	Pengunjung pameran	295 orang	Pameran atau promosi hanya diadakan pada hari tertentu
3.	Pengunjung ke tempat hiburan	885 orang	Pengunjung datang ke <i>shopping center</i> untuk refreshing atau menghibur diri. Setiap hari mulai pukul 09.00 hingga 23.00
4.	Pengunjung ke tempat kuliner	1180 orang	Pengunjung datang ke <i>shopping center</i> untuk menikmati kuliner di F&B. Setiap hari mulai pukul 09.00 hingga 22.00
B. Pengelola			
1.	Karyawan <i>shopping center</i>	100 orang	Terdiri dari karyawan fasilitas penunjang dan service. Setiap hari mulai pukul 08.00 hingga 23.00
2.	Penyewa Retail	150 orang	(Diambil dari studi kasus cihampelas walk di kota Bandung dan diasumsikan) Setiap hari mulai jam 08.00 hingga jam 23.00
3.	Pengelola Pameran	15 orang	Pameran atau promosi hanya diadakan pada hari tertentu
4.	Pengelola Kantor	50 orang	Terdiri dari direktur, staff, operasional, keamanan, HRD, dan teknisi. Setiap hari mulai jam 08.00 hingga jam 23.00

Pada analisis kebutuhan ruang digolongkan berdasarkan pada analisis fungsi, aktivitas, dan kapasitas. Standar kebutuhan ruang ini digunakan untuk menentukan

jumlah besaran ruang. Analisis kebutuhan ruang pada dapat dilihat pada tabel 2.5 dibawah ini.

Tabel 2. 5 Analisis kebutuhan ruang

Sumber: Hasil Analisis, 2022

No.	Fasilitas dan Aktivitas utama	Kebutuhan Ruang	Deskripsi Kebutuhan Ruang	Kapasitas	Total luas ruang (m2)
A. Fasilitas Komersial					
1.	Kegiatan jual-beli	Retail kecil	Dalam satu gedung terdapat 60 unit dengan furniture berupa display-display	Jumlah retail kecil 60 unit dengan luas per ruang mulai dari 12m2, 20m2, 24m2, 40m2, 96m2	1484m2
		Retail sedang	Dalam satu gedung terdapat 34 unit dengan furniture berupa display-display	Jumlah retail sedang 34 unit dengan luas per ruang mulai dari 160m2, 190m2, 258m2, 320m2, 384m2, 578m2, 800m2, 896m2, 1290m2, 1296m2	6172m2
		Tenant besar	Dalam satu gedung terdapat 7 unit dengan furniture berupa display-display	Jumlah tenant besar 7 unit dengan luas per ruang mulai dari 800m2, 870m2, 1155m2, 1280m2, 1316m2, dan 2251m2	7672m2
		Lavatory umum (pria)	Terdapat 2 unit dengan kamar mandi, WC, urinoir, wastafel	Jumlah total luas per ruang 38m2 dan sirkulasi 30%	76m2
		Lavatory umum (wanita)	Terdapat 2 unit dengan kamar mandi, WC, wastafel	Jumlah total luas per ruang 37m2 dan sirkulasi 30%	72m2
		ATM center	Dalam satu gedung terdapat 5 unit ATM	Jumlah luas standart per ruang 16m2	16m2
		2.	Pelayanan	Information Centre	Terdapat meja, kursi dan komputer
Lobby	Terdapat lobby pada bangunan ini dengan furniture-furniture			Jumlah kapasitas adalah 100 dengan luas per ruang 0,6m2	60m2

No.	Fasilitas dan Aktivitas utama	Kebutuhan Ruang	Deskripsi Kebutuhan Ruang	Kapasitas	Total luas ruang (m2)
A. Fasilitas Komersial					
		Elevator	Pada <i>shopping center</i> terdapat elevator	Jumlah kapasitas adalah 15 dengan luas per ruang 0,6m2	9m2
		<i>Smooking Room</i>	Terdapat <i>smooking room</i> bagi para pengunjung yang merokok	Jumlah luas per ruang 30m2	30m2
		Ruang Laktasi	Terdapat ruang laktasi bagi para ibu yang menyusui	Jumlah luas per ruang 30m2	30m2
3.	Pengelola	Ruang <i>general manager</i>	Dalam satu ruang terdapat ruang kerja	Jumlah kapasitas orang adalah 3 dengan luas ruang 24m2	24m2
		Ruang Direktur	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang direktur	Jumlah kapasitas orang adalah 3 dengan jumlah total luas ruang 24m2	24m2
		Ruang Direktur OP Keuangan	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang direktur OP keuangan	Jumlah kapasitas orang adalah 3 dengan jumlah total luas ruang 24m2	24m2
		Ruang Direktur OP Umum	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang direktur OP keuangan	Jumlah kapasitas orang adalah 3 dengan jumlah total luas ruang 24m2	24m2
		Ruang Produksi	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang bagian produksi	Jumlah kapasitas orang adalah 3 dengan jumlah total luas ruang 24m2	24m2
		Ruang HRD	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang HRD	Jumlah kapasitas orang adalah 8 dengan jumlah total luas ruang 24m2	32m2
		Ruang Tamu	Dalam satu ruang terdapat 1 ruang HRD	Jumlah kapasitas orang adalah 15 dengan jumlah total luas ruang 70m2	70m2
		Ruang servis	Terdiri dari ruang genset, ruang panel, teknisi, ruang OB, ruang AHU, ruang pompa air dll.	Luas total dari keseluruhan ruang adalah 256m2	256m2
		Parkir mobil dan motor	Luas 1 unit mobil adalah 12,5m2 dan luas 1 unit motor adalah 2m2	Kapasitas mobil pengunjung dan pengelola diketahui dengan total 400 dan untuk pengelola berjumlah 1800	9000m2
3.	Pameran dan promosi	Hall dan Atrium	Terdapat satu buah hall untuk kegiatan promosi	Jumlah kapasitas orang adalah 400 dengan	800m2

No.	Fasilitas dan Aktivitas utama	Kebutuhan Ruang	Deskripsi Kebutuhan Ruang	Kapasitas	Total luas ruang (m ²)
A. Fasilitas Komersial					
				jumlah total luas ruang 800m ²	
B. Fasilitas Rekreasi dan Hiburan					
1.	Rekreasi keluarga	Outdoor	Terdapat fasilitas yang dapat dikunjungi oleh keluarga	Jumlah total luas ruang 400m ²	400m ²
		Indoor	Terdapat fasilitas yang dapat dikunjungi oleh keluarga	Jumlah total luas ruang 200m ²	200m ²
		Taman	Terdapat taman pasif dan aktif bagi para pengunjung	Jumlah total luas ruang 800m ²	800m ²
		Musholla	Terdapat ruang sholat dan wudhu	Jumlah kapasitas orang adalah 100 dengan jumlah total luas ruang 630m ² dan sirkulasi 10%	630m ²
Total Luas Keseluruhan 27.921m² = 28.000m²					

2.2 Penentuan Lokasi Perancangan

2.2.1 Penentuan Lokasi Site

Lokasi site yang ditentukan yaitu berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Jombang nomor 7 tahun 2011 tentang bangunan gedung bahwa dalam mendirikan bangunan gedung harus sesuai dengan persyaratan teknis di dalam wilayah Kabupaten Jombang sebagai berikut.

a. Garis Sepadan Bangunan (GSB)

Letak GSB terluar sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bilamana tidak ditentukan lain adalah separuh lebar ruang milik jalan yang selanjutnya disebut rumija dihitung dari tepi jalan/pagar.

b. Koefisien Dasar Bangunan (KDB)

bangunan gedung di lokasi sedang (KDB 50%-60%) yang berada di kawasan permukiman sebagaimana diatur dalam RTRWK dan RDTRK.

c. Koefisien Dasar Hijau (KDH)

KDH yang belum diatur dalam RTH sebagaimana dimaksud pada ayat (2), KDH ditentukan paling sedikit 20% (dua puluh persen).

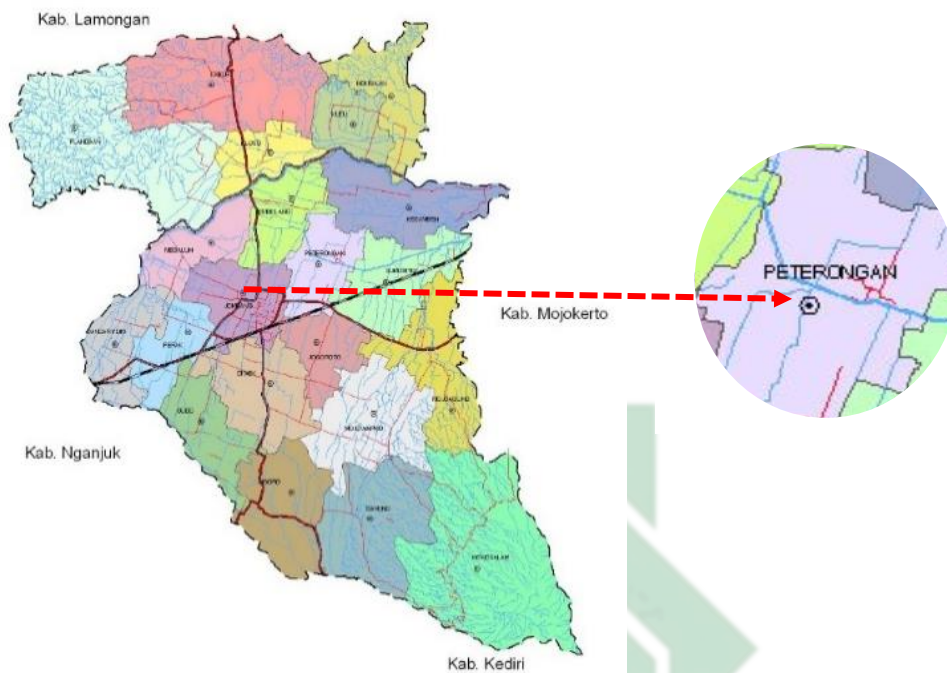
d. Ketinggian Bangunan

Tingkat ketinggian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf f meliputi: a. bangunan gedung rendah dengan jumlah lantai bangunan gedung sampai dengan 4 (empat) lantai.

Pada lokasi site ini disesuaikan dengan beberapa pertimbangan yang sesuai dengan objek rancangan mulai dari isu permasalahan hingga potensi yang ada pada Kabupaten Jombang. Lokasi site harus mendukung dalam proses perancangan objek yaitu terkait dengan lokasi yang strategis hingga aksesibilitas bagi pengunjung maupun penduduk sekitar.

Berdasarkan studi literatur yang diperoleh, penentuan lokasi site yang terpilih yaitu berada di Pusat Kota Jombang. Lokasi ini dipilih karena berdekatan dengan area komersial dan pemukiman yang dapat menjangkau sasaran pelaku. Lebih detailnya lokasi site ini berada di Jl. Soekarno-Hatta, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

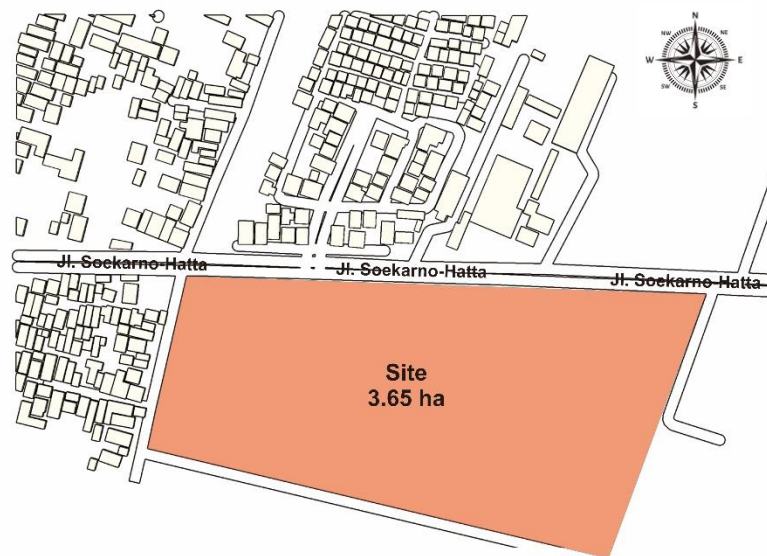


Gambar 2. 1 Peta Batas Wilayah Kecamatan Kabupaten Jombang

Sumber: Peta RDTR Jombang, 2022

2.2.2 Gambaran Umum Kondisi Site

Berdasarkan letak geografis, lokasi site berada di Jl. Soekarno-Hatta, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61481. Dari arah utara site terdapat bangunan Toyota Dealer. Kemudian dari arah timur terletak ± 0.26 km dari Taman Kebon Ratu, sedangkan dari arah selatan terdapat area *open space*, dan dari arah barat terletak ± 0.23 km dari Green Red Hotel Syariah Jombang.



Gambar 2. 2 Luas Lokasi Site

Sumber: Gambar Pribadi, 2022

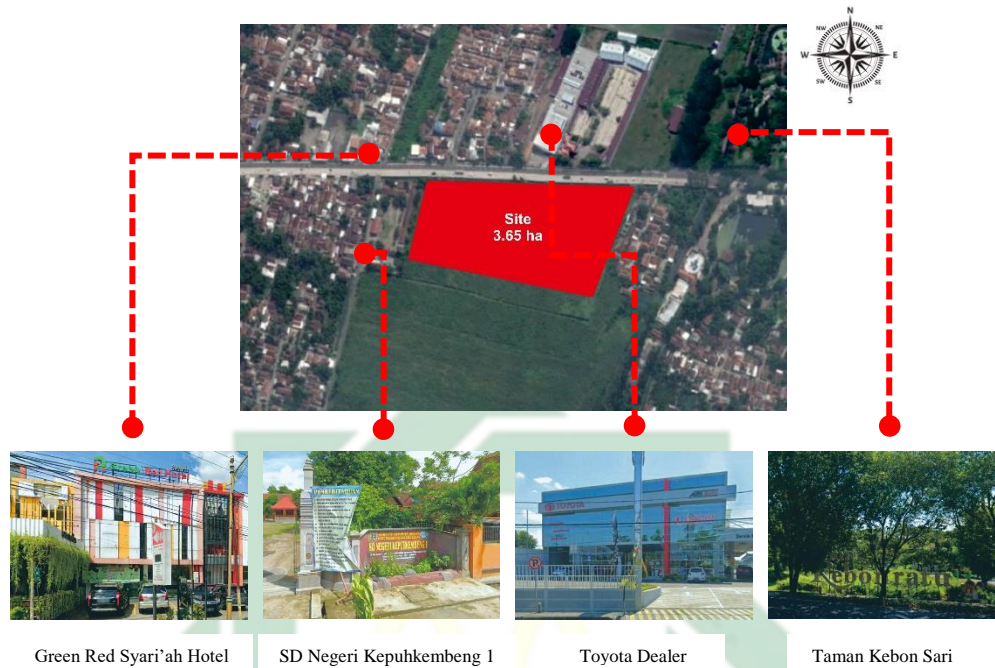
2.2.3 Batasan Wilayah Lokasi Site

Pada batasan wilayah menunjukkan adanya batasan objek yang berada di kawasan lokasi site ini. Berikut ini merupakan batasan wilayah site pada objek perancangan *shopping center* di kecamatan Peterongan, antara lain:

- a. Bagian Utara: Toyota Dealer.
- b. Bagian Timur: Taman Kebon Sari.
- c. Bagian Selatan: *Open Space*.
- d. Bagian Barat: Green Red Hotel Syariah.

2.2.4 Kondisi Eksisting Lokasi Site

Kondisi eksisting ini bertujuan untuk mengetahui objek-objek yang berada disekitar bangunan agar dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari lokasi site. Luas lokasi site ini adalah ± 3.65 ha dengan letak kawasan yang strategis yang mendukung perancangan *shopping center* ini seperti terdapat beberapa bangunan retail dan berdekatan dengan kawasan pemukiman.



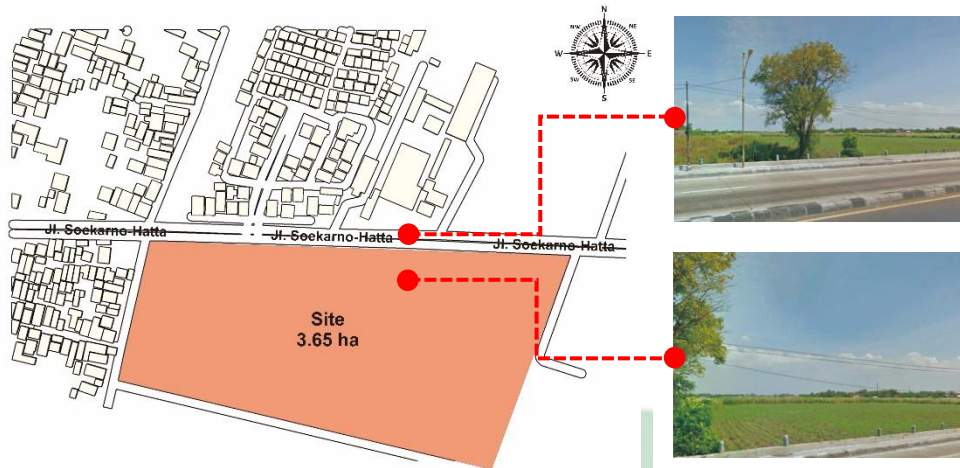
Gambar 2. 3 Kondisi eksisting pada site dari radius 50m

Sumber: Gambar Pribadi, 2022

2.2.5 Isu dan Potensi Site

Site yang terletak Jl. Soekarno-Hatta, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang ini memiliki potensi dan juga permasalahan yang menjadi lokasi perancangan *shopping center*. Adapun potensi yang dimiliki pada Jl. Soekarno-Hatta, Kabupaten Jombang adalah sebagai berikut :

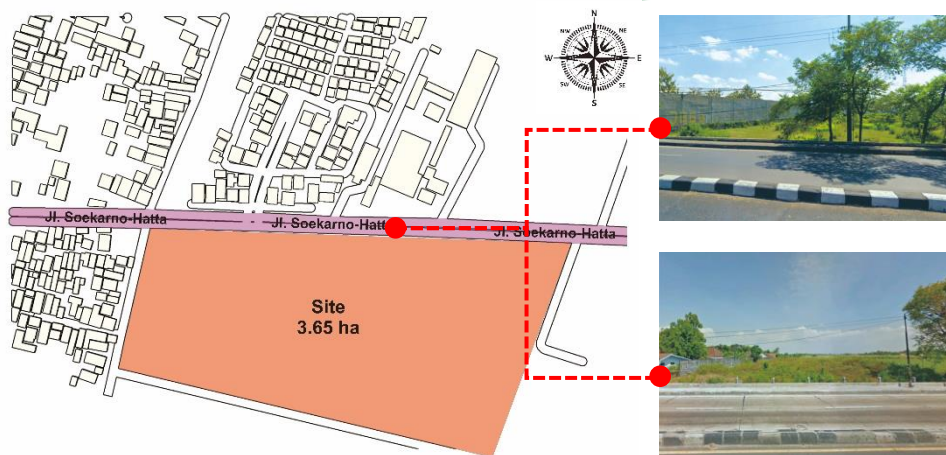
- a. Aksesibilitas yang efisien untuk dijangkau, akses menuju site melalui jalan raya Jl. Soekarno-Hatta yang merupakan jalan utama untuk menuju ke area lokasi site.



Gambar 2. 4 Mapping aksesibilitas pada lokasi

Sumber: Gambar Pribadi, 2022

- b. *Low-Traffic*, pada jalan raya ini tidak terdapat faktor yang menyebabkan kemacetan seperti rel KA atau lampu lalu lintas sehingga akses menuju ke lokasi menjadi lebih mudah dan minim kemacetan.



Gambar 2. 5 Mapping potensi jalan raya di area lokasi

Sumber: Gambar Pribadi, 2022

- c. Lokasi ini berdekatan dengan area pemukiman, komersial dan retail dimana dapat menjangkau para pelaku kegiatan yang akan berbelanja.



Gambar 2. 6 Mapping kawasan pada lokasi

Sumber: Gambar Pribadi, 2022

Adapun permasalahan yang terdapat Jl. Raya Soekarno-Hatta, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang yaitu terdapat beberapa retail dan toko modern yang berada tidak jauh dari site sehingga menjadi salah satu kompetitor pada perancangan *shopping center*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

PENDEKATAN (TEMA) DAN KONSEP PERANCANGAN

3.1 Pendekatan Perancangan

Perancangan bangunan *shopping center* di Kabupaten Jombang ini menggunakan pendekatan *city-walk*. Pendekatan ini diharapkan dapat mengatasi isu-isu permasalahan yang terjadi.

3.1.1 Pengertian *City-Walk*

Secara bahasa, *city-walk* terdiri dari 2 kata yaitu *city* dan *walk*. *City* diartikan sebagai kota, sedangkan *walk* merupakan jalur atau jalan. Maka, dapat didefinisikan bahwa *city-walk* adalah jalur pejalan kaki di dalam kawasan kota. Jalur tersebut dapat berupa deretan bangunan atau lansekap berupa vegetasi. *City-walk* adalah jalur pedestrian dengan area perbelanjaan yang lengkap yang dioperasikan oleh pengembang usaha atau perusahaan dan dapat bertahan dan berkembang (Astarie, F., 2004).

Pengertian lain dari *city-walk* yaitu sebagai tantangan kolektif yang berhubungan dengan interaksi masyarakat dengan suatu pihak yang melakukan aktivitas sosial melalui interaksi antar sesama manusia sebagai tempat berekspresi bagi mereka. (Hauser, 2009). Sedangkan menurut *Jane's Walk Annual Festival*, *city-walk* adalah kesempatan untuk belajar tentang berbagai identitas sosial lingkungan. Hal ini membuat suasana yang berbeda dari tempat dan kegiatan.

3.1.2 Aspek Pendekatan *City-walk*

Menurut Aditya W. Fitrianto dalam artikel IAI 2006, *city-walk* merupakan koridor jalan khusus untuk deretan toko. Yang membedakan adalah jalur pedestriannya terletak di lahan properti suatu pengembang privat atau pengelolaannya yang berada dalam satu atap dan difungsikan sebagai ruang

publik. Ada beberapa aspek yang perlu diketahui tentang konsep *city-walk* itu sendiri, antara lain adalah:

- a. *City-walk* disajikan sebagai koridor pejalan kaki yang memadukan fungsi komersial dan *public space* yang ada. Koridor pejalan kaki ini termasuk dalam jenis koridor terbuka dengan lebar rata-rata 6 hingga 12 meter, tergantung dari jenis kegiatan yang akan digunakan.
- b. Meskipun *city-walk* berfungsi sebagai koridor komersial namun harus memberikan rasa aman dan nyaman dari iklim tropis yang ada di Indonesia seperti panas dan hujan.
- c. Aktivitas *city-walk* lebih berorientasi pada gaya hidup yang berkembang saat ini. Persimpangan koridor *city-walk* pada *shopping center* digunakan sebagai ruang terbuka untuk pertunjukan atau pameran.
- d. Dengan demikian, dari beberapa aspek dan pemahaman dari *city-walk* maka dapat disimpulkan bahwa *shopping center* dengan penerapan konsep *city-walk* yang berupa *open mall* yang memiliki jalur pedestrian sebagai pusat perbelanjaan yang berisi retail-retail dan fasilitas pendukung dimana terhubung dengan jalur pedestrian berupa koridor terbuka dan bebas kendaraan.

3.1.3 Elemen *City-Walk*

Konsep dari *city-walk* dibagi menjadi beberapa elemen termasuk elemen utama pembentuk *city-walk* itu sendiri terdiri dari *open space*, dan pedestrian dan tenant atau retail.

A. *Open Space*

Pada elemen *city-walk* yang berupa *open space* terdapat persimpangan koridor *city-walk* pada suatu *shopping center* yang banyak digunakan sebagai ruang terbuka untuk kegiatan pameran maupun kegiatan-kegiatan yang bersifat publik. Ruang ini juga dapat difungsikan sebagai penghubung atau penyatu massa bangunan yang biasanya terpisah.

B. Pedestrian

Pedestrian berarti pejalan kaki atau orang yang berjalan, sedangkan jalan merupakan media diatas bumi yang memudahkan manusia untuk berjalan. Dalam hal ini, pedestrian diartikan sebagai gerakan atau sirkulasi atau perpindahan manusia dari satu tempat titik asal (origin) ketempat lain sebagai tujuan (destination) dengan berjalan kaki (Rubenstein, 1992). Adapun fitur yang paling penting pada pedestrian *shopping center* dengan tipe terbuka yaitu dengan pedestrian yang teduh. Adapun alternatif bentuk penutup bagi jalur pedestrian yaitu dengan memundurkan pertokoan/retail dari bangunan utama lantai atas dan menambahkan kanopi.

C. Tenant atau Retail

Tenant atau retail- retail pada pendekatan *city-walk* merupakan salah satu elemen pembentuk *city-walk* dalam perancangan *shopping center*. Hal ini dikarenakan fungsi *shopping center* ini sebagai fungsi komersial, maka pada bangunan harus terdapat area berbelanja untuk memenuhi kebutuhan fungsi komersial tersebut.

a. Pola pusat perbelanjaan

Pola konfigurasi bangunan pada *shopping center* merupakan hal yang penting. Bagi penyewa menyesuaikan pola pada bangunan dan penempatan penyewa utama menjadi hal yang harus dipertimbangkan. Adapun beberapa macam pola bangunan dan konfigurasi (The Urban Land Institute, 1985), yaitu:

- Bentuk linear yang merupakan deretan retail yang membentuk garis lurus yang terhubung oleh area pejalan kaki.
- Bentuk L dan U yaitu pengembangan dari bentuk linear *shopping center* dimana peletakan penyewa utama terletak pada ujungnya.
- Mall, merupakan area pejalan kaki yang terletak di antara bangunan linear yang saling berhadapan.

- Cluser merupakan bentuk lain dari konsep mall yang menggunakan beberapa massa bangunan dan dipisahkan oleh jalur pedestrian atau vegetasi.
- b. Tipe Kelompok Bangunan
- Adapun beberapa tipe kelompok bangunan antara lain (Booth, Norman. K., 1983):
- Ruang terbuka yang memusat dimana konsep dari tipe ini adalah penataan ruang terbuka yang dikelilingi oleh beberapa bangunan.
 - Ruang terbuka yang radial dimana konsep dari tipe ruang ini hampir sama dengan tipe memusat namun terdapat satu sisi yang terbuka sehingga adanya view menuju sisi tersebut.
 - Ruang linear yaitu ruang yang terbentuk karena adanya bentuk bangunan yang memanjang sehingga membentuk ruang pada salah satu ujungnya.
 - Ruang linear Organik Ruang ini memiliki tatanan yang mirip dengan ruang linear namun yang membedakan adalah pada ruang ini memiliki jalur yang tidak sederhana.

Berdasarkan uraian diatas, maka perancangan *shopping center* pada kabupaten Jombang ini menggunakan pola pusat perbelanjaan mall dan tipe bangunan ruang terbuka yang memusat.

3.2 Integrasi Keislaman pada Pendekatan *City-walk*

Objek perancangan *shopping center* dengan pendekatan *city-walk* menerapkan adanya jalur pedestrian dengan area perbelanjaan sehingga menimbulkan kegiatan jual-beli. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

” ...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba... ”(Q.S. Al-Baqarah: 275).

Selain itu, penerapan dari pendekatan *city-walk* ini juga berkaitan dengan interaksi masyarakat yang melakukan aktivitas sosial. Melalui interaksi antar sesama manusia ini akan menjadi suatu tempat berekspresi bagi mereka. Seperti yang dijelaskan dalam Surat An-Nisa’ ayat 1 yang artinya:

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ

“... Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta, dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan” Q.S. An-Nisa’: 1).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai manusia kita wajib menjaga silaturahmi antar sesama. Ayat ini juga menghimpun akhlak mulia seorang muslim terhadap orang lain, terutama terhadap tetangga dan kerabat. Pada perancangan ini juga terdapat sebuah musholla sebagai tempat untuk beribadah bagi para pengunjung mengingat shalat merupakan ibadah utama dan wajib dilaksanakan oleh seluruh umat muslim termasuk para pengunjung pada *shopping center* ini. Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Jumu’ah ayat 10 yang artinya:

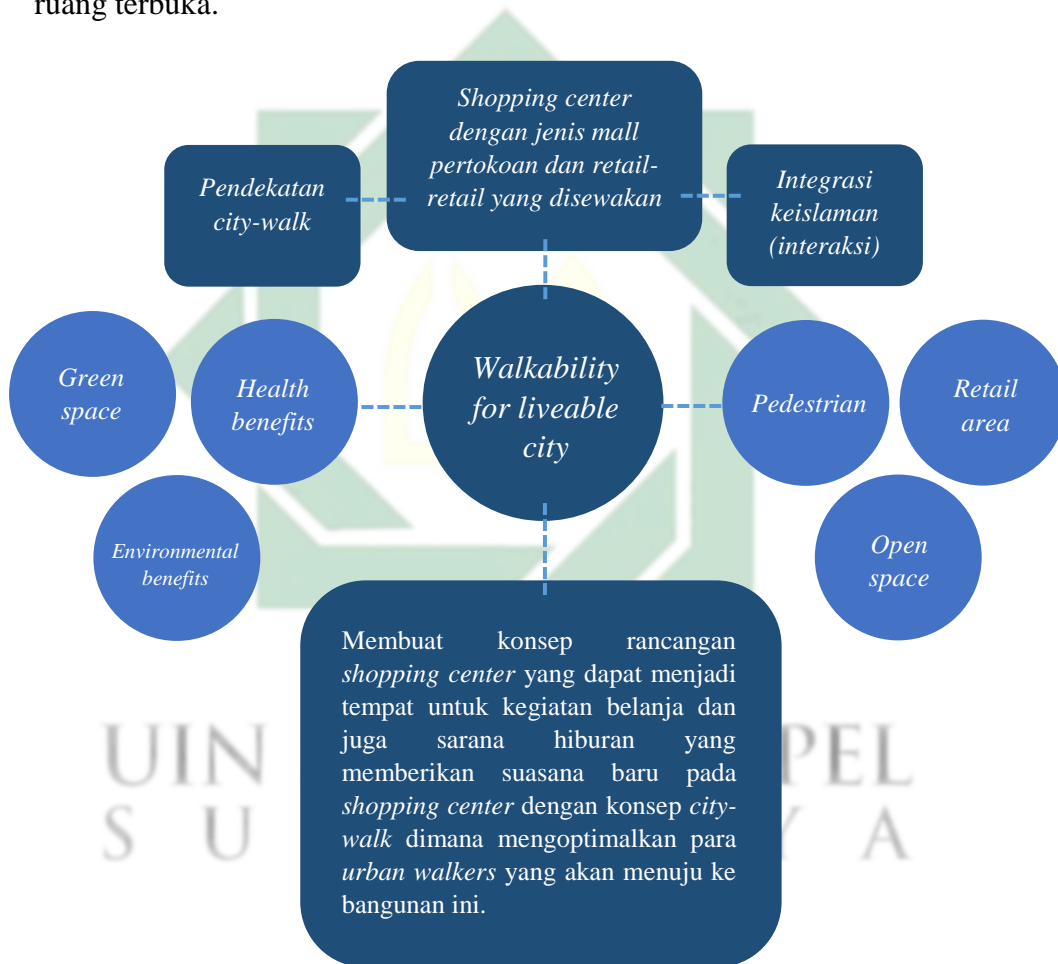
فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” Q.S. Al-Jumu’ah: 10).

Dalam perancangan ini selain fungsi komersial juga menciptakan hubungan sosial yang baik antar sesama manusia untuk menjaga agar fitrah sebagai makhluk sosial yang tetap hidup dalam memperkuat hubungan antar sesama manusia (*hablumminannas*) sehingga dapat menjalin tali silaturahmi yang erat.

3.3 Konsep Perancangan

Pada konsep perancangan mengangankan tema “*Walkability for Liveable City*” dimana prinsip-prinsipnya mengacu pada elemen dari pendekatan *city-walk* dan juga prinsip *walkability* sebagai pendukung konsep rancangan yang dikaitkan dengan *shopping center* ini yang berorientasi pada para pejalan kaki dan ruang-ruang terbuka.



Gambar 3. 1 Konsep umum perancangan

Sumber: Analisis Pribadi, 2022

Tabel 3. 1 Implementasi prinsip desain

Sumber: Hasil Analisis, 2022

No.	Prinsip desain	Keterangan
1.	<i>Open space</i>	Menghadirkan ruang terbuka tidak hanya pada ruang luar tetapi juga ruang dalam dilengkapi dengan koridor-koridor untuk memaksimalkan pendekatan <i>citywalk</i> pada gedung <i>shopping center</i> dan juga untuk memperlihatkan view yang ada pada eksisting.
2.	Pedestrian	Sesuai dengan elemen <i>citywalk</i> terdapat juga jalur pedestrian berupa jalan setapak untuk memisahkan para pejalan kaki dengan kendaraan umum dengan sistem dua jalur agar fleksibel.
3.	<i>Tenant / Retail</i>	Selain mengoptimalkan pejalan kaki, adapun elemen pendekatan <i>citywalk</i> sebagai fungsi komersial dengan menghadirkan retail-retail. Dengan adanya komponen retail ini akan memaksimalkan pendekatan konsep walkability. Tipe pola penataan retail yang diterapkan adalah pola memusat.
4.	<i>Green space</i>	Adanya area hijau sebagai komponen pendukung untuk pejalan kaki sehingga tidak merasa bosan atau jenuh ketika berjalan dan juga berfungsi sebagai daerah resapan air.
5.	<i>Health benefits</i>	Adapun manfaat kesehatan yang diterapkan dengan konsep ini dimana karena mengurangi polusi udara yang disebabkan oleh kendaraan umum khususnya pada zona ruang luar.
6.	<i>Environment benefits</i>	Terdapat manfaat untuk area lingkungan sekitar yang menjadi lebih sehat dan terjaga kebersihannya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

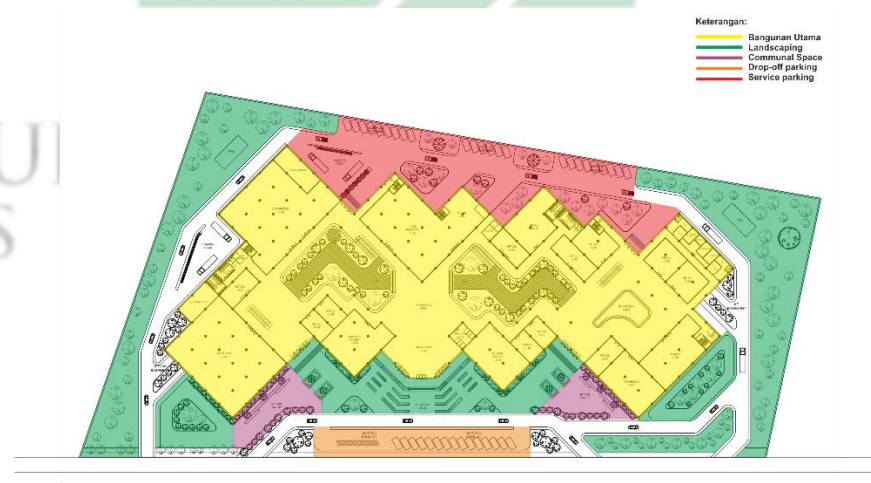
4.1 Rancangan Arsitektur

Perancangan *shopping center* ini memiliki tipe *single-building* dengan bentuk yang menyesuaikan keadaan setempat dan merespon pendekatan *city-walk*.

4.1.1 Tapak

a. Zonasi Tapak

Zonasi pada tapak ini menerapkan konfigurasi pola bangunan dengan jenis mall yang terletak linear saling berhadapan. Penerapan pada zonasi tapak ini menggunakan elemen dari *citywalk* yaitu pedestrian, koridor dan juga retail. Pada ruang luar tersedia *open space* sebagai ruang komunal dan lanskap, sedangkan pada ruang dalam tersedia retail dan koridor penghubung.

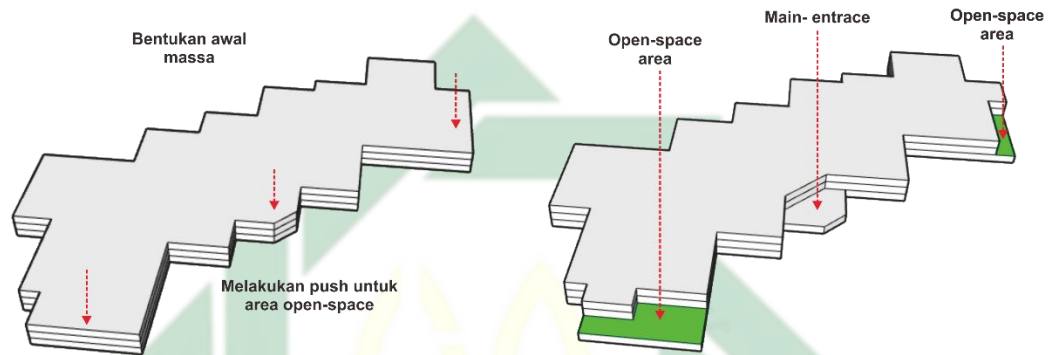


Gambar 4. 1 Zonasi Tapak

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

b. Tata Massa

Massa yang dihasilkan pada *shopping center* ini termasuk dalam kategori *single-building* dimana orientasi bangunan yang menghadap ke jalan utama agar dapat menjadi *point-of-view* yang didukung oleh tatanan ruang luar sesuai dengan elemen *citywalk*.

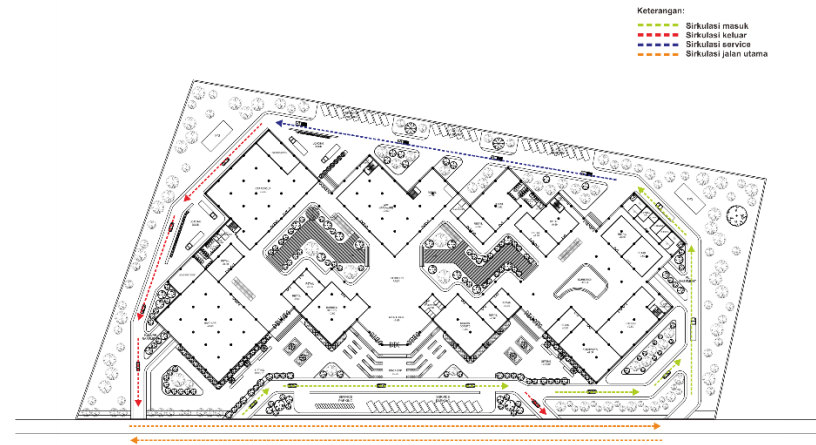


Gambar 4. 2 Tata Massa Bangunan

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

c. Aksesibilitas dan Sirkulasi

Pola sirkulasi pada site ini mengikuti bentuk bangunan yang didukung dengan pola sirkulasi *looping* dimana membentuk putaran dengan gerakan satu arah secara jelas untuk memudahkan akses ke dalam site. Pembagian sirkulasi ini menjadi 2 yaitu pada area depan dikhususkan untuk para pengunjung yang bersifat public, sedangkan untuk area belakang bangunan digunakan untuk sirkulasi service.



Gambar 4. 3 Sirkulasi didalam Site

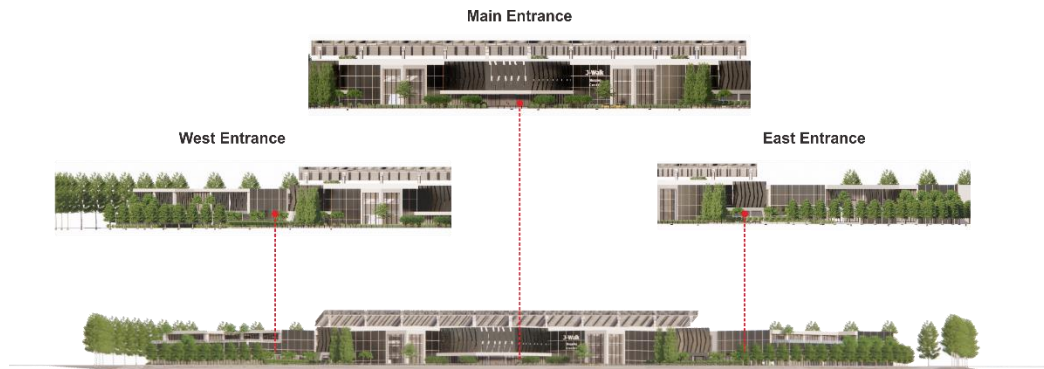
Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.1.2 Bangunan

Bangunan *shopping center* ini terdiri dari satu massa atau *single-building* dimana massa ini menjadi bangunan utama dengan fungsi komersial dan hiburan dengan menerapkan pendekatan *citywalk*.

a. Bentuk dan Fasad Bangunan

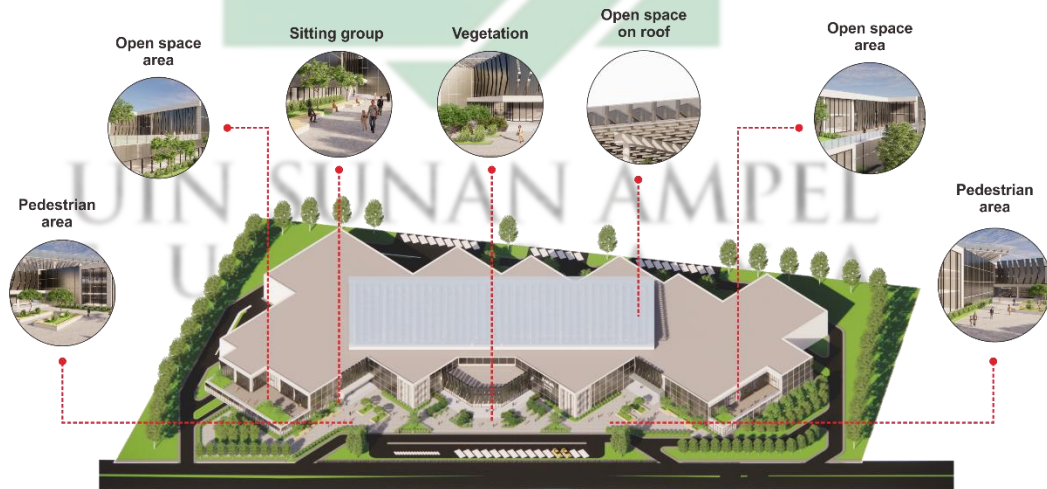
Fungsi utama dari bangunan ini yaitu sebagai fungsi komersial dengan desain gedung *shopping center* yang terdiri dari 3 lantai dan menyesuaikan kondisi lingkungan sekitar yang didominasi oleh bangunan-bangunan yang memiliki fungsi komersial. Zonasi vertikal pada bangunan ini terbagi menjadi 3 yaitu zona publik, semi privat dan privat.



Gambar 4. 4 Fasad pada Bangunan

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

Pendekatan *citywalk* ini merupakan pendekatan yang dapat menjadi sebuah alternatif positif ditengah banyaknya *shopping center* dengan bentuk tertutup. *Shopping center* ini menjadi salah satu bangunan dengan implementasi dari elemen *citywalk*. Bentuk awal yang merupakan geometri kotak ditransformasi dengan permainan grid dan penyesuaian orientasi bangunan dengan kondisi eksisting.



Gambar 4. 5 Bentukan pada Bangunan

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

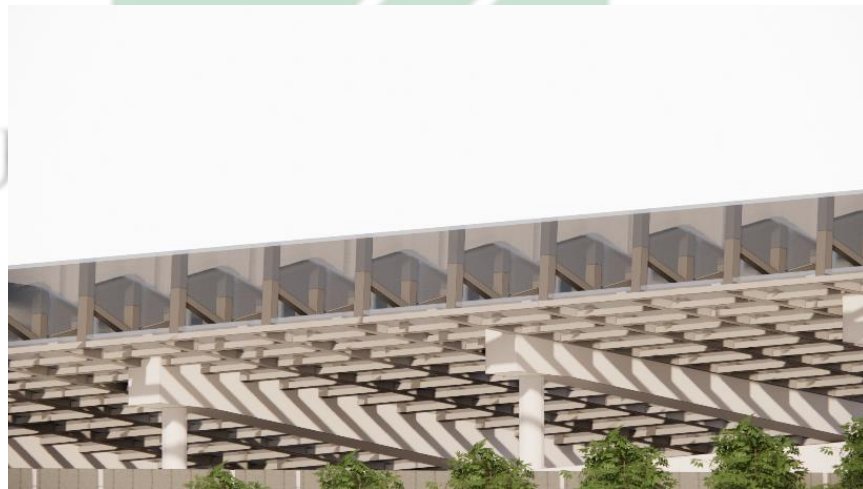
Gubahan massa didesain dengan adanya permainan bukaan pada beberapa ruang sesuai dengan elemen *citywalk* yaitu *open space*. Adanya permainan bukaan pada bangunan ini membuat kesan tidak monoton dan menjadi daya tarik tersendiri. *Open space* pada *shopping center* ini difungsikan sebagai area komunal dan dimanfaatkan sebagai area komersial khususnya retail makanan.



Gambar 4. 6 Ruang terbuka pada bangunan

Sumber: Hasil Rncangan

Selain itu terdapat penggunaan atap skylight yang terbuka sebagai pencahayaan alami dan sirkulasi pertukaran udara dengan material *polycarbonate* respon terhadap iklim tropis.



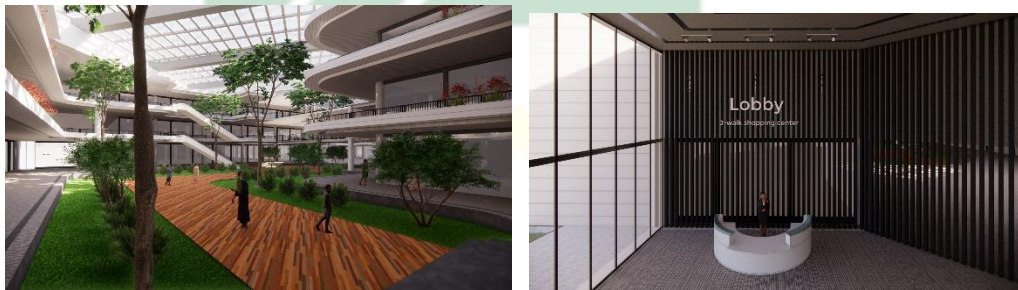
Gambar 4. 7 Bukaan pada atap

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.1.3 Ruang

a. Desain Interior

Desain interior menerapkan elemen dari *shopping center* yaitu *landscaping*. Namun, pada perancangan ini *landscaping* tidak hanya terdapat pada ruang luar tetapi juga terdapat di ruang dalam berupa area taman sebagai *point-of-interest* dan komponen pendukung bagi para pengunjung sehingga menimbulkan satu kesatuan dengan pendekatan *citywalk*.



Gambar 4. 8 Desain interior taman dan lobby

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

Material yang digunakan adalah kaca dimana pada umumnya mendominasi pada fasade bangunan dengan fungsi komersial dan bangunan publik lainnya karena dapat menghadirkan fungsi sebagai jembatan visual antara ruang luar dan dalam bangunan serta menambah kesan modern pada bangunan. Kemudian adanya material beton untuk cladding dan juga material kayu yang diaplikasikan pada beberapa retail memberi kesan natural pada bangunan.



Gambar 4. 9 Desain bookstore dan cafe

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

b. Desain Eksterior

Desain eksterior memiliki fungsi sebagai ruang komunal berupa *sitting group* dan penataan lanskap sesuai dengan elemen dari *shopping center* dan pendekatan *citywalk*. Aktivitas berjalan tidak hanya dilakukan di area ruang dalam namun juga dapat dilakukan di area ruang luar dengan adanya deretan plaza dan taman sebagai komponen yang mendukung para pejalan kaki yang mengunjungi *shopping center*.



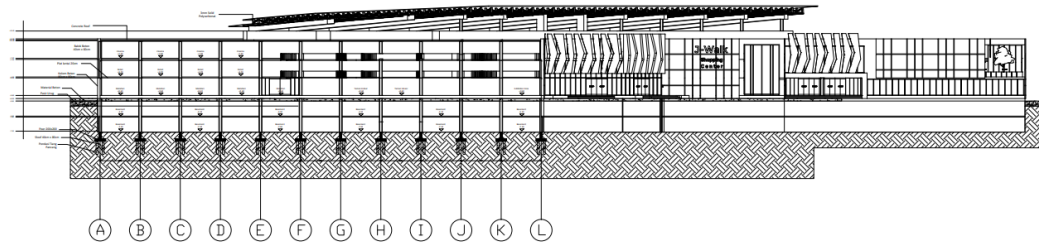
Gambar 4. 10 Kawasan Ruang Luar pada Bangunan

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.2 Rancangan Struktural

Struktur bangunan *shopping center* ini terdiri dari 3 bagian yaitu struktur bawah, struktur tengah dan struktur atas. Pada struktur bawah menggunakan pondasi tiang pancang dengan kedalaman ± 15 meter. Struktur tengah menggunakan kolom jenis beton bertulang yang memiliki dimensi kolom utama 80cm x 80cm yang memiliki bentang 8 meter. Adapun dimensi balok yang

berukuran 40x80 dengan bentang mencapai 8 meter. Struktur atas adalah atap bentang lebar yang menggunakan atap dak dengan adanya skylight struktur baja sebagai fungsi pencahayaan dan penghawaan.



Gambar 4. 11 Struktur Bangunan

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

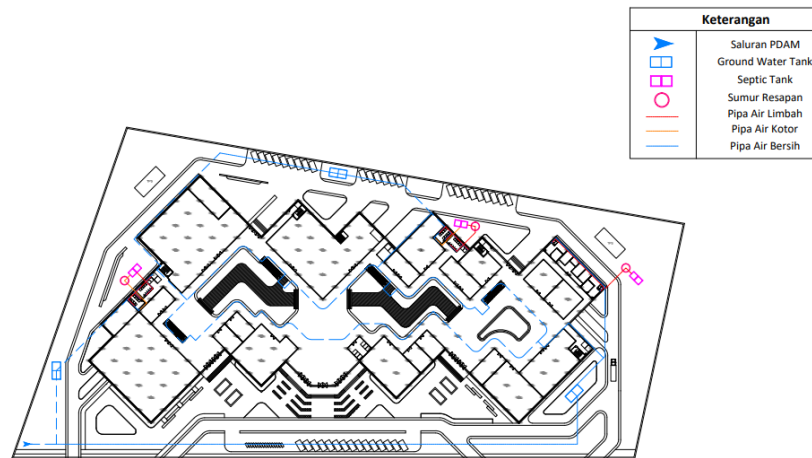
4.3 Rancangan Utilitas

4.3.1 Sistem Sanitasi Air

Berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 122 tahun 2005, jumlah kebutuhan air bersih pada bangunan *shopping center* adalah 5 liter/orang/hari/. Pada ketentuan kebutuhan air bersih yaitu berdasarkan pada perhitungan rumus $(Q_d) = \text{jumlah penghuni} \times \text{kebutuhan air/orang/hari}$ yaitu sebesar 14000 liter atau setara dengan 14 m³. Pada jumlah volume tandon ground water tank berdasarkan perhitungan yang dilakukan adalah sebesar 2,8 m³.

Sistem utilitas air bersih pada bangunan ini menyesuaikan dengan tatanan massa dimana air yang berasal dari jaringan PDAM yang akan diterima dalam tandon bawah kemudian dipompa ke bangunan yang akan dialirkan menuju pipa-pipa air bersih.

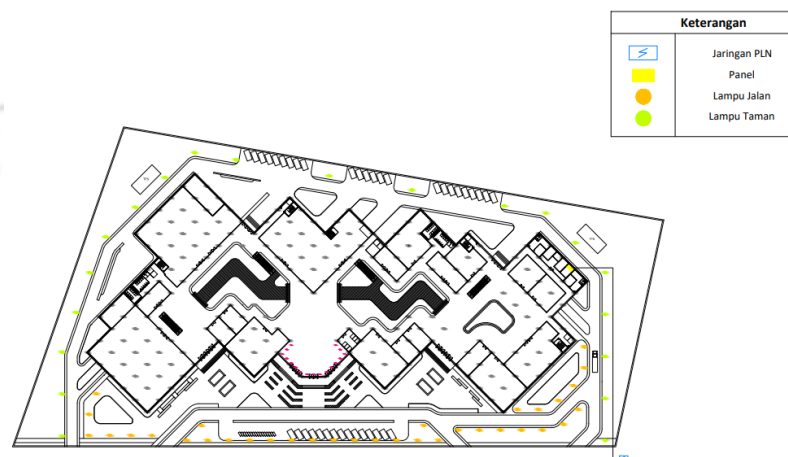
Sistem utilitas air kotor yang berasal dari urinoir, toilet, dan floor drain akan dibuang menuju septictank dan disalurkan pada sumur resapan. Sedangkan air kotor yang berasal dari tempat wudlu dan wastafel akan disalurkan langsung menuju ke sumur resapan.



Gambar 4. 12 Sistem Sanitasi Air
 Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.3.2 Utilitas Kelistrikan

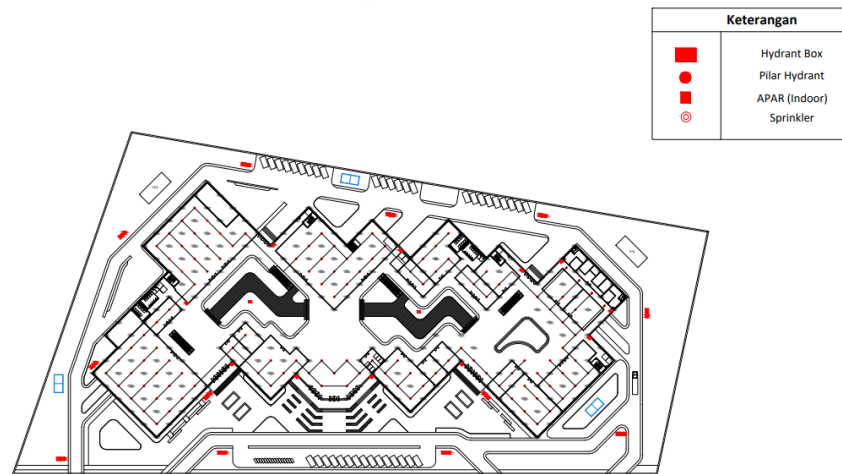
Sistem utilitas pada *shopping center* ini dialirkan ke 2 area yaitu area luar dan dalam dimana listrik yang berasal dari jaringan PLN menuju ruang panel akan disalurkan ke tiap bangunan. Kemudian sistem kelistrikan ini juga menggunakan sistem ATS (Automatic Transfer Switch) sebagai cadangan dimana jika terjadi pemadaman listrik maka genset akan otomatis bekerja.



Gambar 4. 13 Sistem Utilitas Kelistrikan
 Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.3.3 Utilitas Kebakaran

Sistem utilitas kebakaran yang digunakan yaitu terdapat APAR, pilar hydrant dan hydrant box. Jarak penempatan hydrant halaman sesuai standar SNI adalah 35 meter, sedangkan jarak APAR sesuai standar adalah 20m. Pada bangunan juga diletakkan sensor untuk memberitahu jika terjadi kebakaran.



Gambar 4. 14 Sistem Utilitas Kebakaran

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

4.3.4 Utilitas Sampah

Pengelolaan sistem utilitas sampah pada bangunan ini mempertimbangkan terkait fasilitas yang ada. Pertimbangan terkait jenis sampah dihadirkan dalam bentuk tempat sampah yang sesuai dengan golongannya agar pengelolaan sampah lebih efisien. Sistem sampah pada bangunan ini akan ditampung oleh TPS yang nantinya akan diambil oleh truk sampah dan dibuang menuju TPA.



Gambar 4. 15 Sistem Utilitas Sampah

Sumber: Hasil Rancangan, 2022

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan *shopping center* ini bertujuan agar kegiatan belanja menjadi lebih efisien, aman dan nyaman. Kabupaten Jombang merupakan salah satu wilayah yang memiliki PDRB yang sangat baik terutama pada sektor perdagangan sehingga perlu memiliki *shopping center* untuk mengakomodasi sarana dan prasarana pada kawasan ini

Saat ini *shopping center* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat khususnya di daerah perkotaan, *shopping center* ini yang bukan hanya berfungsi sebagai tempat penjual dan pembeli untuk bertemu, namun juga menjadi ruang publik bagi masyarakat untuk melakukan interaksi sosial dan menjadi tempat rekreasi bagi keluarga.

Pendekatan *citywalk* merupakan salah satu solusi yang menarik bagi perancangan ini karena dapat memberikan penataan jalur pedestrian yang tepat dan dapat mengombinasikan aspek *citywalk* dengan adanya ruang-ruang terbuka, vegetasi dan koridor-koridor pada *shopping center* sehingga memberikan daya tarik tersendiri pada penggunaannya. Dengan mengangkat tema “*Walkability for liveable city*” menjadikan pendekatan *citywalk* ini sebagai sebuah alternatif positif ditengah maraknya pusat perbelanjaan dengan bentuk tertutup.

DAFTAR PUSTAKA

- Andoyo. 2006. Pengaruh Penggunaan Abu Terbang (Fly Ash) terhadap Kuat Tekan dan Serapan Air pada Mortar. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Badan Standardisasi Nasional.2012. SNI-1726-2012 Tata Cara Perencanaan Ketahanan Gempa untuk Struktur Bangunan Gedung dan Non-Gedung.Bandung: Departemen Pekerjaan Umum.
- Beddington, Nadine. (1982) Design for Shopping Center.Butterwrth Design Series.
- Chiara, J. D. & Crosbie , M. J., 2001. Time Saver Standard For Building Types. 4th ed. Singapore: McGraw – Hill Book Co.
- Darlow, C. (1972). Enclosed shopping centres. New York: Architectural Press.
- Gruen, Victor, Centers for the Urban Environment : Survival of the Cities, Van Nostrand Reinhold, New York, 1973.
- Hariyono, Paulus. 2002. Tesis : Dampak Kehadiran Pusat Perbelanjaan Terhadap Kegiatan Perdagangan Dan Jasa Di Sekitarnya (Studi Kasus Pada Pusat Perbelanjaan Java Paragon), Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro Semarang.
- Hauser, G. M. (2009). Vernacular Rhetoric and Social Movements: performances of resistance in the rhetoric of the everyday. Suny Press.
- ICSC. (1999). ICSC SHOPPING CENTER DEFINITIONS Basic Configurations and Types.
- Ishnanto, O. (2010). Mal Surga Tanpa Tuhan Ruang Tanpa Waktu. Jaring Pena.
- Maitland, Barry, (1985). Shopping Malls, Planning And Design. New York: Long man Group Limited.

Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
Permendiknas No. 22 Tahun 2006 tentang Standar Isi.

Shirvani, Hamid. (1985). *The Urban Design Process*. Van Nostrand Reinhold: New York.

Sofyan, Deden Asep. 2010. *Jenis-jenis Sirkulasi*.
<http://dedenasepsofyan.blogspot.com/2010/02/jenis-jenis-pola-sirkulasi.html>

Urban Land Institut, *Shopping Centers Development Handbook, Community Builder Handbook Series*, Washington, 1977.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A