

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. PENGERTIAN JUDUL**

- Solo : Solo merupakan nama lain dari kota Surakarta. Mempunyai lokasi yang strategis yaitu di salah satu titik pusat perdagangan di Joglosemar (Jogja, Solo, Semarang), infrastruktur mendukung, kualitas sumber daya manusia, potensi sektor manufaktur, perdagangan dan jasa menjadikannya sebagai sebuah kota yang menarik dan berdaya jual bagi para investor.<sup>1</sup>
- Shopping Mall : Suatu area pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota (*central city business area*) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang- ruang interaksional. (Rubenstein, 1978)<sup>2</sup>
- Strategi : Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan ataupun sasaran khusus.<sup>3</sup>
- Penataan : Proses, perbuatan, cara menata, pengaturan, penyusunan.<sup>4</sup>
- Retail : Ruang berupa toko atau kios yang disediakan shopping mall dan disewakan kepada calon penyewa (*tenants*).
- Arsitektur Kontemporer : - Secara garis besar merupakan metode perancangan yang mengontekstualkan konvensi yang sudah ada secara bertanggung jawab, karena cerdas menyadari bahwa ambiguitas kebenaran membutuhkan visi dan misi : sublimasi sosial budaya menuntut ketegasan seorang arsitek untuk menentukan 'kebaruan.' (Peter Cook, 1970)<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> [www.soloraya.co.id](http://www.soloraya.co.id)

<sup>2</sup> Marlina, Endi. 2008. *Panduan Perencanaan Bangunan Komersial*. Yogyakarta. Andi Offset.

<sup>3</sup> DEKDIKBUD. 1976. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta. Balai Pustaka.

<sup>4</sup> DEKDIKBUD. 1976. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta. Balai Pustaka.

<sup>5</sup> I-ARCH.2006. Jakarta. PT Grasindo Mediatama.

- Arsitektur kini yang berbeda dari kemarin dan di masa yang akan datang dimana pada perkembangannya lebih menekankan komposisi yang sederhana, unik, permainan bidang geometris, horizontal atau vertikal, gubahan massa dan permainan warna atau bentuk yang berani sehingga material yang sering digunakan adalah kaca, beton, baja, aluminium dan stainless steel.<sup>6</sup>

**“ SOLO SHOPPING MALL Penekanan pada Strategi Penataan Retail dengan didukung Arsitektur Kontemporer ”** adalah sebuah pusat perbelanjaan yang bertujuan memwadhahi kegiatan perbelanjaan, promosi sekaligus rekreasi yang mampu memberi kepuasan bagi pengunjung, penyewa, maupun investor, untuk itu tujuan tersebut akan dipecahkan melalui penyusunan strategi penataan atau pengaturan retail dan fasilitas pendukung lainnya.

Dalam hal ini arsitektur kontemporer diharapkan dapat berperan sebagai pendukung yang menjadi daya tarik bagi para penyewa untuk menyewa retail dan pengunjung untuk datang karena tampilan arsitektur kontemporer dapat mewakili gaya hidup masyarakat urban yang aktif, *inovatif*, menginginkan segala yang praktis, cepat, simpel, efektif, efisien, sensitif, tanggap terhadap munculnya sesuatu yang baru dan menantang, dan mengikuti *trend*.

## 1.2. LATAR BELAKANG

### 1.2.1. Umum

Dewasa ini Shopping Mall menjadi fenomena menarik dari gerak perkembangan kota. Selain sebagai wadah pajang (etalase) dari berbagai jenis produk yang dibutuhkan masyarakat urban, shopping mall juga merupakan pintu perubahan gaya hidup yang semakin global. Sistem transaksi (jual beli) yang biasa dijumpai di pasar tradisional telah

---

<sup>6</sup> Sumalyo, Yulianto. 1997. *Arsitektur Modern akhir abad XIX dan abad XX*. Jakarta. Gajah Mada Press.  
Akmal, Imelda. 2005. *Indonesian Architecture Now*.  
Susilowati. 2005. *Modern Chic*. PT. Gramedia Pustaka.

berubah menjadi kegiatan multidimensi. Bahkan menjadi kegiatan rekreasi yang bergengsi, tidak hanya sekedar keperluan belanja saja.<sup>7</sup>

*“...sejalan dengan maraknya ruko dan pusat belanja, yang patut dicermati adalah gaya hidup (life style) yang juga menyertai kehadiran properti komersial. Setelah pusat belanja konvensional, ke depan yang bakal marak adalah pusat belanja yang mengedepankan gaya hidup serta hiburan (entertainment). Sekarang orang-orang datang ke mal tidak lagi hanya berbelanja, tetapi lebih kepada kebutuhan akan hiburan...”* (Cut Meutia, Public Relations Manager PT Summarecon Agung Tbk)

*“...Dimata konsumen, khususnya segmen menengah atas (middle up), mall bukan lagi sekedar tempat berbelanja melainkan telah menjadi tempat “kongkow-kongkow”, hang out, arena hiburan (entertainment) dan bahkan lebih luas lagi telah menjadi pertemuan berbagai budaya. Porsi berbelanja hanyalah sekian persen sedangkan porsi hiburannya kian mendominasi minat orang berkunjung ke satu mal...”*<sup>8</sup>

Hal tersebut ditunjang dengan kegiatan perekonomian yang semakin berkembang pesat seiring dengan tuntutan pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat urban. Dapat dilihat dengan menjamurnya jenis sarana perbelanjaan yang ada baik dalam skala kecil, menengah maupun besar (tingkat pelayanannya), dimana setiap tahunnya bertambah sesuai tuntutan kebutuhan masyarakat.

Kebutuhan masyarakat yang bermacam-macam dari kebutuhan primer hingga tersier tidak diperoleh hanya pada satu sarana perbelanjaan. Sehingga satu sarana perbelanjaan tidak dapat memenuhi salah satu kebutuhan mereka, maka mereka berpindah ke sarana perbelanjaan yang lain. Maka Shopping Mall merupakan alternative sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat urban karena mempunyai konsep *one stop shopping*, yaitu menyediakan berbagai kebutuhan dan fasilitas di dalam satu bangunan dari kebutuhan primer hingga tersier sehingga efisiensi waktu, tempat dan tenaga dapat tercapai. Dimana karakter dari masyarakat urban adalah menghendaki segala sesuatu yang serba praktis, simpel, dan efisien.

*“Shopping Mall adalah suatu penemuan ruang dimana kita dapat menemukan banyak barang yang primer sampai yang tersier.”*<sup>9</sup> (Budi Pradono, IAI)

<sup>7</sup> Santoso, Suwito, Drs, MM, AMD. 2006. *Indonesia Shopping Centers*. Jakarta. PT.Griya Asri Prima.

<sup>8</sup> [www.sinarharapan.com](http://www.sinarharapan.com)

<sup>9</sup> Santoso, Suwito, Drs, MM, AMD. 2006. *Indonesia Shopping Centers*. Jakarta. PT.Griya Asri Prima.

### Pentingnya Strategi Penataan Retail pada Shopping Mall

Tujuan pusat perbelanjaan adalah menyediakan tempat yang nyaman dan kondusif untuk pengunjung berbelanja dan berekreasi, serta memaksimalkan kesesuaian ruang dengan kebutuhan penyewa agar mereka dapat menjalankan usaha secara menguntungkan. Berdasarkan tujuan tersebut, tolak ukur keberhasilan sebuah pusat perbelanjaan adalah bagaimana ia dapat memuaskan pelaku kegiatan didalamnya, dimana terdiri dari investor, penyewa dan pengunjung. Investor atau pemilik shopping mall menginginkan agar retail yang ditawarkan di dalam mallnya dapat menarik tenants untuk menyewanya.

Penyewa pun mempunyai kriteria dalam memilih mall yang akan mereka sewa. Pertama, harga sewa yang disesuaikan dengan kondisi bangunan dan standar pemasaran. Kedua, ungkapan fisik ruang atau bangunan yang dapat menarik calon konsumen. Ketiga, efektivitas ruang untuk melakukan aktivitas. Yang terakhir adalah *tenants mix* (pencampuran penyewa) yang tepat sehingga mengurangi persaingan. Keempat criteria tersebut dimaksudkan agar penyewa memperoleh keuntungan maksimal dari aktivitas jual beli. Sedangkan pengunjung merupakan calon konsumen bagi penyewa shopping mall dimana mereka cenderung menginginkan kelengkapan pilihan jenis dan jumlah barang, pelayanan maksimal, kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja.

Oleh karena itu strategi bagaimana penataan atau pengaturan retail dan fasilitas lainnya yang tepat sangat memegang peranan penting dalam rangka mencapai tujuan, yaitu memberi kepuasan kepada investor, penyewa maupun pengunjung. Lebih jelasnya strategi ini bertujuan agar penyewa mau menyewa retail yang ditawarkan oleh investor karena kriteria yang diinginkan telah terpenuhi, pengunjung tertarik untuk datang dan melakukan transaksi jual beli maupun rekreasi yang menjadi sasaran utama para penyewa, dan juga penataan fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman dan aman sehingga mau untuk datang lagi ke Shopping Mall ini.

### Mengapa Arsitektur Kontemporer ?

Persaingan bisnis retail juga membutuhkan strategi pemasaran dan sarana promosi yang dapat menunjang eksistensi Shopping Mall itu sendiri, dimana di kota Solo sudah terdapat beberapa Shopping Mall yang sudah eksis. Disinilah kemudian arsitektur tidak

hanya berperan sebagai wadah, tetapi juga berperan sebagai alat promosi dan mempunyai nilai komersial sehingga direncanakan sebuah desain bangunan yang mampu bersaing.

Maka, Shopping Mall harus menarik, atraktif dan yang paling penting mampu mempunyai daya jual atau nilai komersial sehingga bisa menarik pengunjung sekaligus penyewa. Etalase Shopping Mall ditampilkan sebagai informasi mengenai trend produk masa kini. Barang dagangannya dibungkus dengan gaya khusus dalam rangka membangkitkan keinginan mereka untuk memiliki atau menjadikannya bagian dari gaya hidup mereka.

Konsumen masa kini mengharapkan pusat perbelanjaan menyediakan fasilitas yang jauh lebih beragam daripada fasilitas dasar yang dibutuhkan untuk pasar transaksi serta penjualan produk kebutuhan dan keinginan sehari-hari. Dampaknya, pusat perbelanjaan menjadi *platform* sosial untuk hiburan, untuk mencari inspirasi, untuk belajar, untuk bertemu orang lain, serta untuk melihat dan dilihat orang lain. Pusat perbelanjaan menjadi indikator tren mode dan gaya hidup terbaru.

Oleh karena itu konsumen Shopping Mall menghendaki adanya desain yang mampu mencerminkan gaya hidup mereka. Sehingga mereka akan segera tertarik karena merasa cocok dengan diri mereka. Tampilan gaya hidup, pada umumnya sudah diperlihatkan dari fasade bangunan dan kemudian baru dapat dibawa masuk melalui penataan interior desainnya.

Pada saat ini, isu kontemporer dalam wacana estetika, arsitektur, dan filsafat menjadi suatu fenomena yang berkembang. Globalisasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di berbagai belahan dunia, termasuk dengan kondisi kontemporer yang dipengaruhi oleh kapitalisme, dimana sistem konsumsi menjadi perhatian utama. Revolusi yang diciptakan oleh sistem konsumsi tersebut adalah berkembangnya *shopping mall*.

Pada hakikatnya istilah kontemporer mencakup hal yang cukup luas. Makna kontemporer sangat erat kaitannya dengan gaya hidup masyarakat urban, salah satunya yaitu haus akan informasi, teknologi dan kebaruan. Dan dari faktor tersebut dapat diketahui karakter dasar kontemporer yaitu dari segi mobilitas masyarakatnya yang cukup tinggi, aktif dan *inovatif*, menginginkan segala yang praktis dan cepat, simpel,

efektif dan efisien, sensitif dan tanggap terhadap munculnya sesuatu yang baru dan menantang.

Dalam dunia desain dan arsitektur, langgam kontemporer sebagai gaya merupakan cara untuk membentuk suatu identitas dan ciri yang membuatnya unik dan berbeda melalui elemen-elemen visual. Melihat kecenderungan masyarakat Indonesia yang mempunyai motivasi berbelanja adalah rekreasi, maka aspek visual merupakan salah satu faktor yang menjadi daya tarik konsumen dalam memilih *shopping mall*.

Maka arsitektur kontemporer dipilih sebagai perwujudan dari gaya hidup masyarakat urban yang menginginkan sesuatu yang baru dan terkini. Arsitektur kontemporer diyakini dapat mewakili usernya karena mempunyai karakter yang sama dengan gaya hidup masyarakat urban. Sehingga menjadi nilai jual dan daya tarik bagi konsumen.

### 1.2.2. Khusus

Hadirnya beberapa pusat perbelanjaan dan yang sedang dibangun di Solo serta meningkatnya minat dan daya beli masyarakat Solo terhadap pusat perbelanjaan dan pusat hiburan yang lengkap, menyebabkan Shopping Mall mempunyai masa depan yang cerah dalam dunia perdagangan di kota Solo.

*"...kota Solo dipilih sebagai sasaran pembangunan kami, karena dinilai potensial dalam perdagangan dan pariwisata..."* (Rudy Indiarso, Presiden Direktur PT Kusuma Mulia Tower)<sup>10</sup>

*"...kota Solo dengan segala potensinya - akan mampu menandingi bahkan sejajar dengan kota-kota lain dalam beberapa tahun ke depan. Sebagai kota budaya sekaligus kota bisnis, kota yang memiliki regional identity "The Spirit Of Java" ini tengah tumbuh menggeliat. Banyaknya industri besar yang ada di wilayah Solo dan sekitarnya tentu akan memacu pertumbuhan ekonomi yang pesat di kawasan ini. Dan inilah yang menjadi potensi besar bagi pasar komersial. Investor berani membangun tentu karena mengendus potensi yang sangat besar di sektor ini..."* (Imelda Tio, Presiden Komisaris Sunindo Gapura Prima)

*"...uang beredar di Solo selama ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kota lain, seperti Yogyakarta dan Semarang. "Cash inflow di Solo sangat tinggi, dan itu sebagai indikator Solo masih sangat memungkinkan untuk investasi, khususnya di bidang perdagangan dan jasa..."* (Ir Masrin Hadi, Kepala Bapeda Kota Surakarta tahun 2005)<sup>11</sup>

<sup>10</sup> [www.skyscraperCity.com](http://www.skyscraperCity.com). Suara Merdeka. 5 Oktober 2007.

<sup>11</sup> [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com). 21 Mei 2005

Hal tersebut menunjukkan bahwa pola konsumtif atau minat dan daya beli masyarakat Solo cukup tinggi dibanding kota Yogyakarta dan Semarang. Sehingga kota Solo potensial bagi kehadiran Shopping Mall bagi pengunjung kelas menengah dan atas.

Keberadaan pusat perbelanjaan di kawasan Solo dan sekitarnya cukup banyak. Namun diantaranya masih minim yang menyediakan kelengkapan fasilitas rekreasi, mereka hanya sekedar menyediakan fasilitas perbelanjaan saja. Fasilitas rekreasi di Solo masih terpisah-pisah dan tersebar, sehingga kurang efisien karena harus menyita waktu untuk menempuh perjalanan. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, perlu adanya unsur-unsur rekreatif untuk dimasukkan ke dalam kawasan perdagangan sehingga dapat memberikan warna baru akan pusat perbelanjaan yang sudah ada <sup>12</sup>, misalnya :

- a. Bioskop
- b. *Restaurant, café, foodcourt*
- c. Aneka jenis permainan dan ketangkasan seperti *game center, billiard, bowling*
- d. Tempat untuk melepas kepenatan seperti taman dan pusat jajan.

Dengan keberadaan pusat-pusat perbelanjaan yang ada di Solo dan sekitarnya yang dirasa masih belum dapat memenuhi tingkat kepuasan dan kenyamanan konsumennya, maka perlu adanya upaya untuk mewujudkan suatu wadah yang perbelanjaan dengan fasilitas yang lebih lengkap lagi dan penataan fasilitas yang lebih baik. Hal-hal yang menjadi pertimbangan diwujudkan hal ini antara lain :

- a. Masih minimnya fasilitas yang tersedia pada pusat perbelanjaan yang ada.

Pusat Perbelanjaan / Elemen	Singosaren Plaza	SGM	Solo Square	PGS	BTC
Anchor tenants	Ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Main Entrance	Jelas	Jelas	Jelas	Kurang jelas	Kurang jelas
Street Picture	Ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Decorative lighting	Tidak ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Skylight	Tidak ada	Ada	Tidak ada	Ada	Ada
Selasar	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Jembatan	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Atrium	Tidak ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Escalator	Ada	Ada	Ada	Ada	Tidak ada
Lift pengunjung	Tidak ada	Ada	Ada	Ada	Tidak ada
Tangga darurat	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Fasilitas rekreasi	Ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada

**Tabel 1.1. Kondisi Fasilitas Pusat Perbelanjaan di Surakarta**  
 Berdasarkan Kelengkapan Elemen Penting bagi Sebuah Pusat Perbelanjaan  
 Sumber: Analisis pribadi

<sup>12</sup> Shopping Mall di Solo Baru Sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi. TGA. 2004.

b. Shopping Mall sebagai sarana rekreasi. Masih minimnya pusat perbelanjaan yang tersedia fasilitas rekreatif di dalamnya.

c. Adanya isu kontemporer keinginan masyarakat dalam sarana perbelanjaan.

Berdasarkan pengalaman dan survey, secara umum masyarakat dalam berbelanja mempunyai kecenderungan :

- Membeli barang dengan mengandalkan merk dagang.
- Membeli barang baru yang sedang trend.
- Mendapatkan segala kebutuhan dalam satu tempat “one stop shopping”.
- Berkunjung ke pusat belanja yang baru beroperasi (rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi).
- Jalan-jalan ke pusat keramaian atau pusat-pusat belanja, walaupun tidak membeli dan hanya melihat-lihat.

*“..Respon masyarakat Kota Solo terhadap hadirnya pusat perbelanjaan modern dapat dilihat dari berduyun-duyunnya orang datang, terutama pada akhir pekan. Kehadiran pusat perbelanjaan modern seakan menjadi magnet baru bagi masyarakat (meski mungkin sebagian besar yang datang belum tentu berbelanja)...”<sup>13</sup>*

- Setelah berbelanja dan kebutuhan belanja terpenuhi, masyarakat cenderung mencari tempat untuk istirahat, duduk, makan minum.

d. Shopping Mall sebagai alat komunikasi sosial (bersosialisasi)

Shopping Mall merupakan fasilitas publik yang dapat digunakan sebagai tempat berkumpul, berinteraksi dan bersosialisasi yang mewadahi kegiatan perbelanjaan dan menampung kebutuhan primer hingga tersier. Bahkan bersama keluarga sambil bersenang-senang menikmati suasananya.

e. Shopping Mall sebagai pelayanan fungsi regional.

Dilihat dari persebaran pusat perbelanjaan yang ada di Solo, cenderung mengelompok di pusat kota yaitu di sepanjang jalan Slamet Riyadi yang dianggap sebagai jalur emas bagi pusat bisnis dan komersial. Hal ini menyebabkan persebarannya pusat perbelanjaan di Solo menjadi tidak merata. Sedangkan masyarakat sekarang lebih menginginkan efisiensi waktu dan tenaga, termasuk dalam pencapaian ke pusat perbelanjaan.

Spesifikasi sasaran konsumen yang dibidik adalah masyarakat Solo kelas menengah dan kelas atas. Karena shopping mall yang khusus untuk kelas atas belum

<sup>13</sup> [www.kompas.com](http://www.kompas.com). 17 Februari 2006.



mampu secara total diterapkan di kota Solo sehingga lebih cocok dengan kondisi daya beli masyarakat kota Solo.

Dari segi perekonomian, keberadaan Solo Shopping Mall berpotensi meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Surakarta. Dengan kata lain, dapat meningkatkan anggaran daerah dan menjadi salah satu asset kota Solo untuk menarik pengunjung dari luar kota serta menyediakan lapangan pekerjaan di kota Solo pada khususnya. Selain itu dapat mewarnai wajah kota, sehingga semakin memperkaya khasanah arsitektur di kota Solo.

### 1.3. PERMASALAHAN DAN PERSOALAN

#### 1.3.1. Permasalahan

Bagaimana merencanakan dan merancang *Solo Shopping Mall* sebagai sebuah pusat perbelanjaan yang bertujuan memwadahi kegiatan perbelanjaan, promosi sekaligus rekreasi yang mampu memberi kepuasan bagi pengunjung, penyewa, maupun investor, untuk itu tujuan tersebut akan dipecahkan melalui strategi penataan atau pengaturan retail dan fasilitas pendukung lainnya dengan didukung oleh arsitektur kontemporer yang mempunyai karakter simple, unik, *inovatif* dan sejaman sebagai daya tarik penyewa dan pengunjung.

#### 1.3.2. Persoalan

##### a. Pemilihan lokasi

Bagaimana menentukan lokasi dan site yang tepat untuk *Solo Shopping Mall*, sesuai dengan fungsi kegiatan dan keberadaannya sebagai bangunan komersial, sehingga sarana fisik yang direncanakan akan mempunyai daya tarik yang tinggi bagi penyewa dan pengunjung.

##### b. Pengolahan site

Bagaimana mengolah site yang tepat sehingga site dapat merespon dengan baik kegiatan perbelanjaan, promosi sekaligus rekreasi dan menghasilkan gubahan massa yang sesuai dengan data fisik yang ada, sehingga akan mengoptimalkan gubahan massa *Solo Shopping Mall* sebagai bangunan komersial dan akan mengoptimalkan arsitektur kontemporer pada desain.

c. Sistem Kegiatan dan Peruangan

- Bagaimana menentukan jenis dan pola kegiatan yang mampu mawadahi kebutuhan konsumen dan pengguna dalam memenuhi kebutuhan kegiatan perbelanjaan sekaligus rekreasi.
- Bagaimana menentukan program ruang dimana menata dan mengatur fasilitas berdasarkan jenis kegiatan dan kebutuhan ruang yang menunjang efisiensi ruang bangunan komersial yang mempertimbangkan aspek kelancaran dan sirkulasi, kenyamanan, keseimbangan kebutuhan ruang fungsional dan servis.

d. Tampilan

Bagaimana mewujudkan bentuk fisik Solo Shopping Mall, baik interior maupun eksterior yang mampu mencitrakan sebuah bangunan komersial yang representative sebagai pusat perbelanjaan di kota Solo dengan penerapan arsitektur kontemporer yang unik dan sesuai dengan jaman (10-15 tahun) sebagai daya tarik awal pengunjung dan penyewa.

- e. Bagaimana menentukan tata lansekap yang dapat menunjang kegiatan perbelanjaan sekaligus rekreasi serta menunjang tampilan kontemporer.
- f. Bagaimana menentukan sistem struktur, konstruksi, material dan utilitas yang diperlukan sesuai dengan tampilan kontemporer dan

## 1.4. TUJUAN DAN SASARAN

### 1.4.1. Tujuan

Merencanakan dan merancang *Solo Shopping Mall* sebagai sebuah pusat perbelanjaan yang bertujuan mawadahi kegiatan perbelanjaan, promosi sekaligus rekreasi yang mampu memberi kepuasan bagi pengunjung, penyewa, maupun investor, untuk itu tujuan tersebut akan dipecahkan melalui strategi penataan atau pengaturan retail dan fasilitas pendukung lainnya dengan didukung oleh arsitektur kontemporer yang mempunyai karakter simple, unik, *inovatif* dan sejaman sebagai daya tarik penyewa dan pengunjung.

### 1.4.2. Sasaran

Mewujudkan Solo Shopping Mall menjadi sebuah pusat perbelanjaan yang dapat mawadahi seluruh kegiatan yang mampu memberi kepuasan pengunjung, penyewa

maupun investor melalui penyusunan strategi penataan atau pengaturan retail dan fasilitas pendukung lainnya yang tepat dengan didukung arsitektur kontemporer, meliputi :

- a. Konsep lokasi
- b. Konsep site
- c. Konsep sistem kegiatan dan peruangan
- d. Konsep tampilan bangunan yang meliputi: konsep bentuk ruang, bentuk massa bangunan, interior dan eksterior/fasade bangunan yang sesuai dengan karakter arsitektur kontemporer yang menerjemahkan karakter shopping mall yang identik dengan gaya hidup masyarakat urban
- e. Konsep penataan lansekap
- f. Konsep sistem struktur, konstruksi, material dan utilitas

## 1.5. LINGKUP PEMBAHASAN

Untuk mencapai tujuan dan sasaran pembahasan, maka perlu adanya pembatasan-pembatasan sebagai berikut :

- a. Pembahasan ditekankan pada disiplin arsitektur dan hal-hal yang berkaitan dengan Solo Shopping Mall yang menekankan pada strategi penataan retail dan fasilitas pendukung lainnya yang tepat dengan didukung oleh arsitektur kontemporer pada desainnya. Hal-hal di luar disiplin ilmu arsitektur seperti aspek sosial, ekonomi, bisnis, dan sebagainya apabila dianggap menentukan dan mendasari perencanaan dan perancangan fisik akan dibahas secara umum berdasarkan literature yang terbatas dan logika yang sederhana.
- b. Dalam pembahasan *Solo Shopping Mall* ini, diproyeksikan dalam jangka waktu 10-15 tahun mendatang dengan pertimbangan untuk mempertahankan konsep kontemporer yang sesuai dengan jaman pada periode tersebut.
- c. Untuk mendapatkan fungsi shopping mall dan tampilan arsitektur kontemporer yang optimal, maka masalah finansial tidak ditekankan dan dianggap sudah tersedia.

## 1.6. METODE PEMBAHASAN

Metode pembahasan yang digunakan antara lain :

### 1.6.1. Pengumpulan data

- a. Study Observasi

Studi lapangan dengan mengamati keberadaan Shopping Mall yang sudah ada beserta faktor pendukungnya, agar dapat memperluas pembahasan.

b. Wawancara

Dengan mewawancarai pihak-pihak yang terkait untuk mendukung kelengkapan data yang ada.

c. Study literature

Mengumpulkan data yang relevan terhadap topik judul yang berkaitan dengan Shopping Mall secara umum dan dilihat dari segi strategi penataan retail dan fasilitas pendukungnya serta mengenai Arsitektur Kontemporer.

### 1.6.2. Pendekatan Konsep

a. Analisis

Tahap-tahapnya meliputi :

- 1) Identifikasi data dan permasalahan yang diperoleh
- 2) Klasifikasi data yang sejenis
- 3) Penyusunan data secara sistematis
- 4) Mengkorelasikan data satu sama lain untuk menunjang pembahasan dalam rangka memecahkan permasalahan dan persoalan

b. Sintesa

Merumuskan sintesa dari hasil korelasi antar komponen pembahasan dan outputnya kemudian digunakan sebagai *input* atau masukan bagi proses mendapatkan konsep perencanaan dan perancangan Solo Shopping Mall.

c. Pendekatan Konsep

Merupakan kesimpulan dari proses analisis dan sintesa, dimana kesimpulan ini nantinya digunakan untuk mendapatkan Konsep Desain.

### 1.6.3. Konsep Desain

Menyimpulkan dan merumuskan hasil pendekatan konsep kedalam konsep perencanaan dan perancangan yang mampu memecahkan permasalahan dan persoalan bangunan Solo Shopping mall yang direncanakan.

## 1.7. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

### **BAB I PENDAHULUAN**

Membahas permasalahan dan persoalan dalam merancang Solo Shopping Mall yang direncanakan dari latar belakang untuk mendapatkan tujuan serta sasaran yang akan dicapai, kemudian mengklasifikasikan metode pembahasan yang digunakan, dan sistematika penulisannya.

### **BAB II TINJAUAN TEORI**

Berisi tentang tinjauan teoritis yang berisi tentang tinjauan shopping mall, tinjauan strategi penataan fasilitas, tinjauan rekreasi, tinjauan perilaku konsumen, tinjauan arsitektur kontemporer, dan tinjauan empiris shopping mall di Indonesia.

### **BAB III TINJAUAN SHOPPING MALL DI SURAKARTA**

Berisi tentang tinjauan mengenai kondisi Surakarta dan pusat perbelanjaan yang ada di Surakarta. Serta kaitannya dengan arsitektur kontemporer yang berkembang di Surakarta.

### **BAB IV SOLO SHOPPING MALL YANG DIRENCANAKAN**

Membahas Solo Shopping Mall yang akan direncanakan, dengan mencantumkan beberapa komponen atau permasalahan desain yaitu lokasi, pengolahan site, sistem kegiatan dan peruangan, tampilan bangunan, penataan lansekap serta struktur, konstruksi, material dan utilitas .

### **BAB V ANALISIS PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

Membahas beberapa permasalahan desain, yaitu:

- a. Analisis Lokasi
  - 1) Analisis alternatif lokasi
  - 2) Analisis lokasi terpilih
- b. Analisis Site
  - 1) Analisis alternatif site
  - 2) Analisis site terpilih
- c. Analisis Sistem Kegiatan dan Peruangan
  - 1) Analisis persyaratan ruang

- 2) Analisis kebutuhan ruang berdasarkan pada user, kegiatan perbelanjaan sekaligus kegiatan rekreasi
  - 3) Analisis besaran ruang
  - 4) Analisis pola hubungan ruang
- d. Analisis Penataan Site
- e. Analisis Tampilan Bangunan
- 1) Analisis tampilan bangunan yang meliputi: konsep bentuk ruang, bentuk massa bangunan, interior dan eksterior bangunan berdasarkan karakter arsitektur Kontemporer sebagai perwujudan fisik karakter shopping mall yang komersial dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat urban.
  - 2) Analisis tampilan bangunan dengan memperhatikan site.
  - 3) Analisis tampilan bangunan dengan memperhatikan aspek pencahayaan.
  - 4) Analisis tampilan bangunan dengan memperhatikan view lingkungan.
- f. Analisis Penataan Lanskap
- 1) Analisis penataan lanskap yang dapat menunjang kelancaran, kemudahan, kenyamanan kegiatan perbelanjaan sekaligus rekreasi.
  - 2) Analisis penataan lanskap yang dapat menunjang tampilan arsitektur kontemporer.
- g. Analisis Struktur, Konstruksi, Material dan Utilitas
- 1) Analisis struktur, konstruksi dan material yang dapat menunjang tampilan arsitektur kontemporer
  - 2) Analisis utilitas bangunan dengan memperhatikan aspek kenyamanan, keamanan, dan estetika yang menunjang karakter arsitektur kontemporer.

## **BAB VI KONSEP PERENCANAAN dan PERANCANGAN**

Menyusun konsep yang merupakan kesimpulan dari hasil pendekatan perencanaan dan perancangan, meliputi konsep lokasi, pengolahan site, system kegiatan dan peruangan, tampilan bangunan, penataan lanskap, struktur, konstruksi, material dan utilitas sebagai dasar pembentukan desain.