

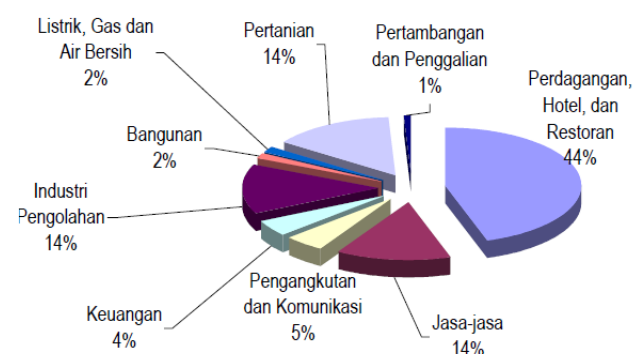
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Herabadi, et al dalam Nurlaila (2013) menyebutkan bahwa berbelanja tidak hanya untuk mendapatkan keperluan akan barang atau memenuhi kebutuhan, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup atau *lifestyle* dan mungkin untuk memenuhi kebutuhan psikologi. Saat ini pusat perbelanjaan mulai mengalami pergeseran fungsi. Pada mulanya masyarakat datang untuk berbelanja keperluan, namun saat ini pusat perbelanjaan tidak sekedar tempat berbelanja barang yang dibutuhkan, tetapi juga sebagai tempat hiburan yang memberikan suatu sarana rekreatif. Selain itu, sering juga ditemui aktivitas rekreasi dengan berkunjung ke pusat perbelanjaan untuk sekedar melihat-lihat dan membandingkan harga barang walaupun pada akhirnya tidak membeli.

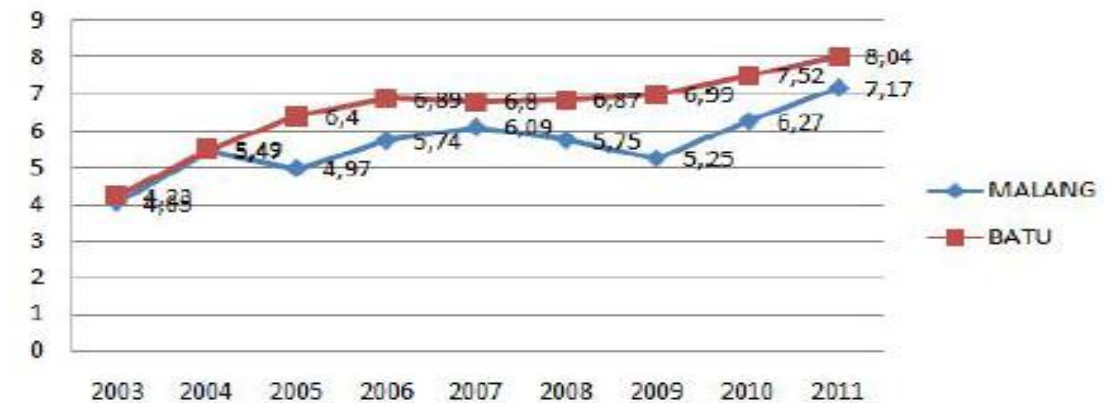
Pusat perbelanjaan biasanya berkembang di suatu Kota yang sedang mengalami perkembangan sumber daya manusianya, dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatannya yang mengalami peningkatan. Hal itu bisa terjadi karena daya beli masyarakat yang meningkat untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kebutuhan ruang untuk mewadahi para pedagang untuk berjualan, sehingga dibutuhkan pusat perbelanjaan.

Adapun Kota yang bisa dipertimbangkan sesuai dengan kriteria perkembangan pusat perbelanjaan yang telah dijelaskan diatas adalah Kota Batu. Kota Batu merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur. Merupakan kota yang baru terbentuk pada tahun 2001 sebagai pecahan dari Kabupaten Malang. Kota ini masih tahap pengembangan dalam melakukan pembangunan meningkatkan kesejahteraannya. Berdasarkan hasil registrasi penduduk akhir tahun 2002, jumlah penduduk kota Batu tercatat sebesar 168.155 jiwa. Sehingga perekonomian kota Batu bersandar pada sektor kegiatan komersial seperti perdagangan, hotel dan lain-lain (ciptakarya.pu.go.id).



Gambar 1.1 Persentase kegiatan ekonomi Kota Batu
Sumber : ciptakarya.pu.go.id

Keadaan tersebut dibuktikan dengan pertumbuhan ekonomi Kota Batu cenderung mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan daerah induknya, yaitu Kabupaten Malang, dari tahun 2002-2011 menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi di Kota Batu terus meningkat. Sehingga di tahun 2011 mencapai angka 8,04 %. Rata-rata pertumbuhan ekonomi Kota Batu yang mencapai angka 6,58 %. Di samping itu, laju pertumbuhan ekonominya juga stabil, yaitu terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi Kota Batu sejak lepas dari Kabupaten Malang terus mengalami peningkatan (Zaenurullah, L. 2013)



Gambar 1.2 Perbandingan pertumbuhan ekonomi Kota Batu dan Kabupaten Malang kegiatan ekonomi Kota Batu
Sumber : Zaenurullah, L. Et al

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa suatu kelayakan untuk membangun pusat perbelanjaan di Kota Batu sebagai salah satu fasilitas untuk melayani kebutuhan masyarakat dan sekaligus sebagai tempat rekreasi. Karena pusat perbelanjaan yang dibangun mempunyai hubungan terhadap pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat di Kota Batu, maka dipilih “Pusat Perbelanjaan di Kota Batu” yang mengandung makna sebuah pusat perbelanjaan yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi.

Dari segi arsitektural, pusat perbelanjaan ini dirancang berupa mall yang sesuai dengan ketentuan yang ada. Karena melihat pusat perbelanjaan yang ada pada Kota Batu untuk saat ini tidak memenuhi kriteria yang sesuai dengan pengertiannya. Maka dari itu, ingin menghadirkan suatu pusat perbelanjaan yang sesuai dengan elemen-elemen pusat perbelanjaan yang seharusnya ada. Sehingga dasar perancangan pusat perbelanjaan ini selain untuk menambah wadah kegiatan komersial juga ingin menghadirkan bangunan yang sesuai dengan pengertiannya.

1.2 Tujuan Perancangan

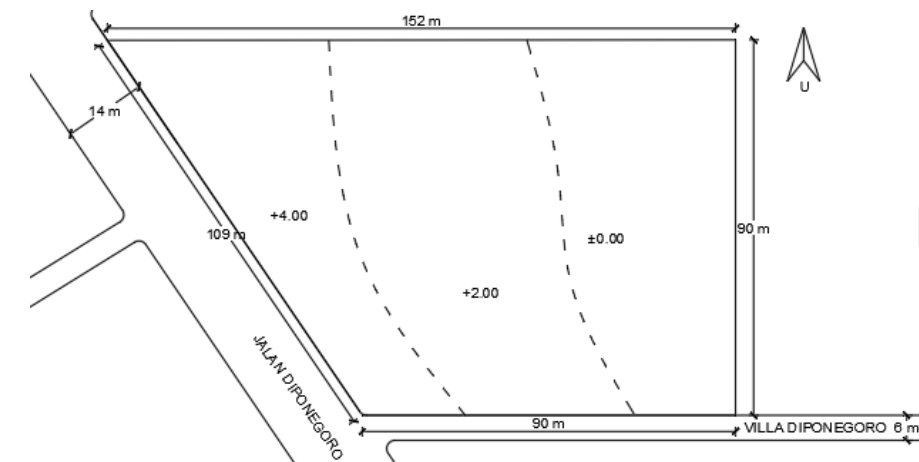
Tujuan perancangan adalah pendekatan menuju tinjauan yang dapat berupa desain (visual ruang) ataupun secara sosial (pengguna dan lingkungan). Tujuan dari perancangan pusat perbelanjaan di Kota Batu adalah :

- Menyusun kajian dengan topik perancangan pusat perbelanjaan yang dapat dipergunakan sebagai pedoman untuk merancang meliputi rincian spesifikasi pusat perbelanjaan, tema, pemrograman ruang.
- Mewujudkan pusat perbelanjaan selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Batu juga sebagai suatu sarana rekreasi.
- Menambah kapasitas bangunan komersial di Kota Batu dengan fungsi perdagangan.

1.3 Lokasi Tapak

Lokasi tapak untuk perancangan pusat perbelanjaan ini pada jalan Diponegoro, Kota Batu. Koefisien dasar bangunan (KDB) maksimal 90%, koefisien lantai bangunan (KLB) 0,7-3,6 dan tinggi lantai bangunan (TLB) 1-4 lantai (Perda Kota Batu No 3 Tahun 2004) . Alasan pemilihan tapak pada lokasi tersebut karena :

1. Merupakan kawasan yang berada di pusat kota atau dekat dengan pusat keramaian (alun-alun Kota Batu).
2. Tapak merupakan kawasan perdagangan yang terdapat beberapa toko di sekitarnya.
3. Jalan Diponegoro merupakan jalan protokol Kota Batu.



Gambar 1.3 Peta lokasi tapak beserta ukurannya

Sumber : dokumen pribadi

1.4 Tema

Pemilihan tema terkait dengan objek perancangan, pusat perbelanjaan menggunakan tema Arsitektur Modern. Yaitu pusat perbelanjaan dimana mengutamakan kenyamanan di dalam ruang atau bangunan dan penggunaan ornamen yang tidak berlebihan, dan setiap elemen bangunan terbentuk berdasarkan fungsi sekaligus estetika secara bersamaan, seperti pada elemen balok, kolom, kanopi, pintu masuk, kaca, dan dinding bisa menjadi elemen pembentuk estetika dan fasad. Nantinya prinsip-prinsip dari tema Arsitektur Modern akan diterapkan secara menyeluruh dalam bentuk desain terhadap rancangan pusat perbelanjaan yang seimbang dengan lingkungan sekitar dan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada secara arsitektural.

1.5 Batasan Perancangan

- Pusat perbelanjaan dirancang dengan jenis *Mall*.
- Tapak seluas 13.400 m².
- Penataan toko-toko secara teratur dan fungsi – fungsi lainnya.
- Batasan kapasitas yang dapat ditampung adalah 2.000 pengunjung.