

**PERANCANGAN PASAR AKSARA DI KOTA MEDAN
DENGAN TEMA ARSITEKTUR TROPIS**

SKRIPSI

OLEH :

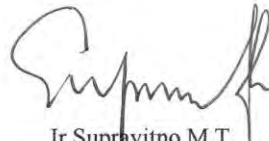
**RUDI TAUPANI SIRDI
13 814 0018**

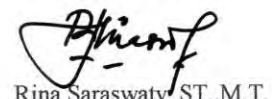


**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2018**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Pasar Aksara di Kota Medan Dengan Tema
Arsitektur Tropis
Nama : RUDI TAUPANI SIRDI
NPM : 13.814.0018
Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


Ir. Suprayitno M.T.
Pembimbing I


Rina Saraswati, ST., M.T.
Pembimbing II



Prof. Dr. Ir. Armansyah Ginting, M.Eng
Dekan Fakultas Teknik



Rina Saraswati, S.T., M.T
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus :

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tugas akhir yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tugas akhir ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam tugas akhir ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/SKRIPSI/THESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Rudi Taupani Sirdi
NPM : 13.814.0018
Program Studi : Arsitektur
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **PERANCANGAN PASAR AKSARA DI KOTA MEDAN DENGAN TEMA ARSITEKTUR TROPIS**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di: Medan

Pada tanggal: November 2018

Yang menyatakan



(Rudi Taupani Sirdi)

Abstrak

Perancangan Pasar Aksara di Jalan Aksara, Kecamatan Medan Tembung, Medan, Sumatera Utara ini bertujuan untuk mengembalikan fungsi Aksara Plaza sebagai pusat perbelanjaan yang mampu memenuhi kebutuhan harian masyarakat kota Medan. Sasaran dari proyek ini ditujukan pada masyarakat kota Medan pada umumnya dan masyarakat luar kota yang datang sebagai pelancong untuk memenuhi kebutuhan wisata belanja dan rekreasi. Pusat Perbelanjaan Pasar Aksara ini nantinya akan menyediakan berbagai macam fasilitas perbelanjaan didalamnya yang berupa Pasar Modern dan Pasar Tradisional yaitu, retail pertokoan, kios, restaurant, dan fasilitas hiburan lainnya yang dirasa perlu dan terencana karena pusat perbelanjaan ini ingin memberikan kenyamanan kepada penggunanya.

Kata Kunci : *Perancangan Pasar Aksara, Arsitektur Tropis*



Abstract

Aksara market design at Jalan Aksara, Medan Tembung, Medan, North Sumatera is aimed to restore the function of Aksara Plaza as a shopping center that is able to fulfill daily needs of Medan city community. The targets of this project are aimed at the people of Medan city in general and the out-of-town people who come as travelers to meet the needs of shopping and leisure tourism. Aksara market Shopping Center will be providing various shopping facilities in the form of a number of retail shops, markets, restaurants, and other entertainment facilities that are considered necessary and planned because this shopping center wants to provide a good shopping haven and comfortable to its users.

Keywords: *Aksara Market Design, Tropical Architecture*



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis atas terselesaikannya Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Pasar Aksara di Kota Medan. Dengan Tema Arsitektur Tropis”. Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Arsitektur di Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada kedua orangtua yaitu Bapak Tabrani dan Mamak Rusdani S.Pd serta adik Saffrizal Ledden atas do’a dan dukungannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. Suprayitno M.T. selaku pembimbing I dan Ibu Rina Saraswaty ST.,MT. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan, saran dan motivasi selama proses perancangan hingga selesainya penulisan tugas akhir ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang kepada Rektor Universitas Medan Area, Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng.,M.Sc. Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area Prof. Dr. Ir. Armansyah Ginting, M.Eng. Wakil Dekan I, staf pengajar Program Studi Arsitektur Universitas Medan Area yang telah mendidik dan membina penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan serta pegawai tata usaha di lingkungan Universitas Medan Area.

Penulis juga menyampaikan terima kasih teruntuk yang terkasih Henny Alwani, wanita yang selalu ada dibalik setiap pencapaian ini berperan sebagai

teman hidup yang setia berada di jalanku. Semoga semua ini menjadi awal untuk kehidupan kita nantinya.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada senior Arsitektur At- tanzil Hakim S.Arst, Sumiardi S. Arst atas dukungan dan arahan selama penyelesaian tugas akhir ini, serta junior yang turut membantu dalam pembuatan tugas akhir (Faisal Bahri, Fauzi, Hery Sanjaya, Tona dan Bili) dan terima kasih untuk sepupu penulis dan rekan-rekan (Nur Adli, Fadhail Menye, Lisa Mulqaumi S.Farm, Rhafika Agustin Bintang S.T, Rhaumi Umroh Bintang, Adenin Fatawa, Al Adawi, Setie Budi Suku S.Pd, Syahrizal Aris S.Kom, Guan Riskaleno S.E, Radiansyah Mentari S.T) yang telah memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, baik dari segi materi dan penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi kita semua.

Medan, November 2018

Penulis

Rudi Taupani Sirdi

13.814.0018

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Maksud Dan Tujuan	3
1.4 Kerangka Berpikir	4
1.5 Sistematika Pembahasan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Pasar	6
2.1.1 Pasar Tradisional	6
2.1.2 Pasar Modern	7
2.2 Tipologi Pasar Tradisional dan Pasar Modern	8
2.2.1 Bentuk Pasar	8
2.2.2 Luas Area Pelayanan	8
2.2.3 Jenis Barang Yang dijual	9
2.3 Pedoman Perencanaan Pemasaran	9
2.3.1 Unsur Kegiatan Pasar	9
2.3.2 Elemen Esensial Pasar Modern	12
2.3.3 Pola Pasar	13
2.3.4 Dimensi Pasar	14
2.3.5 Penataan Retail	14
2.3.6 Komposisi Ruang Penjualan	15
2.3.7 Sistem Sirkulasi <i>Pasar</i>	17
2.3.8 Sistem Pencahayaan	18
2.3.9 Sistem Penghawaan	22
2.4 Pengertian Arsitektur Tropis	23
2.5 Studi Banding Proyek Sejenis	24

BAB III Metodologi Penelitian	25
3.1 Waktu Perencanaan.....	25
3.2 Lokasi	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Kondisi Fisik	25
3.4.1 Tinjauan Terhadap Struktur Kota.....	25
3.4.2 Kondisi Geografis Kota Medan	26
BAB IV ANALISA PERANCANGAN	30
4.1 Analisa Perancangan	30
4.1.1 Analisa Kondisi Tapak	30
4.1.2 Analisa Orientasi Matahari Terhadap Tapak	31
4.1.3 Analisa Orientasi Angin Terhadap Tapak	31
4.1.4 Analisa Kebisingan	32
4.2 Analisa Aspek Manusia dan Ruang Bangunan	33
4.2.1 Analisa Aspek Manusia	33
4.3 Analisa Utilitas	34
BAB V KONSEP PERANCANGAN	35
5.1 Konsep Tapak.....	35
5.2 Penerapan Konsep Arsitektur Tropis	35
5.2.1 Orientasi Bangunan.....	36
5.2.2 Pelindung Matahari	36
5.2.3 Vegetasi.....	36
5.2.4 Ventilasi Silang	36
5.3 Konsep Utilitas.....	36
5.3.1 Utilitas Mekanikal	36
5.3.1.1 Sistem Air Bersih	36
5.3.1.2 Sistem Air Kotor	37
5.3.1.3 Sistem Air Hujan.....	37
BAB VI PENUTUP	38
6.1 Kesimpulan dan Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ukuran Tenant	16
Tabel 2.2 Kebutuhan Pencahayaan untuk Berbagai Kegiatan	19
Tabel 2.3 Pencahayaan sesuai jenis lampu	21
Tabel 3.1 Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Medan 2004 – 2015	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	6
Gambar 2.1 Sistem Retail dengan Banyak Koridor	13
Gambar 2.2 Sistem Retail Plaza	14
Gambar 2.3 Pola aktivitas dalam sebuah retail	15
Gambar 2.4 Contoh bentuk shop front	15
Gambar 2.5 One Way Service Road	17
Gambar 2.6 One Way Service Road to shops	17
Gambar 2.7 Sistem T	18
Gambar 2.8 Pola loading deck	18
Gambar 2.8 Variasi Atrium sesuai kondisi pencahayaan yang diinginkan	19
Gambar 2.9 Tapak Plan Pasar baru bandung	24
Gambar 3.1 Peta kecamatan kota Medan	26
Gambar 4.1 Pergerakan angin daerah tropis	31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh factor perkembangan ekonomi yang pada awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok). Manusia sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai kepuasan dan kekuasaan, kekayaan dan martabat.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendiskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atau suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu (M. Aziz Hakim: 2005)

Secara umum, masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjualan dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi atau tawar-menawar penjual dan pembeli secara langsung, bangunan terdiri dari kion-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan, ikan, sayur-sayuran, buah, telur, daging, kain, barang-barang elektronik dan jasa, serta menjual kue-kue.

Pasar modern, tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun dalam pasar modern antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), akses lebih kecil, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga (Basu Swasta: 1982)

Berdasarkan survey Nielsen, jumlah pasara tradisional pada tahun 2000 masih 78,3% dari total pasar. Namun pada tahun 2005 jumlahnya menurun menjadi 70,5%. Bahkan pada tahun 2008 diperkirakan jumlah pasar tradisional berkurang menjadi 65% dari total jumlah pasar tradisional di Indonesia. Data tambahan dari Asosiasi Pedagang Pasar seluruh Indonesia juga membuat miris, pada tahun 2008 sebanyak 4.707 pasar tradisional atau sekitar 35% dari total seluruh pasar tradisional di Indonesi ditingglakan pedangang karena pasar tradisional kalah bersaing dengan pasar modern, oleh karena itu jumlah pedangang tradisional pun terus menurun. Pada tahun 2007 jumlah pedagang pasar tradisional sebanyak 12.625 juta dan tahun 2008 jumlah pedagang menjadi 11 juta.

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern dewasa ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat kita. Tidak hanya di kota metropolitan tetapi sudah merambat sampai kota kecil di tanah air. Sangat mudah menjumpai minimarket, supermarket, bahkan hypermarket di sekitar tempat tinggal kita. Tempat-tempat tersebut menjanjikan tempat belanja yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menariknya. Namun dibalik kesenangan tersebut ternyata telah membuat pedagang kecil, menengah atau konsumen-konsumen mengeluh (Kusdarjito, Cungki: 2007)

Dari penjelasan di atas penulis mencoba mendesain gabungan antara kedua pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern menjadi dalam satu bangunan. Di Sumatera Utara sendiri telah terdapat beberapa pasar tradisional dan pasar modern yang di satukan dalam satu lokasi salah satunya yaitu Plaza Aksara. Namun Peristiwa kebakaran yang menghancurkan gedung Aksara Plaza yang berada di Jalan Aksara, Kecamatan Medan Tembung, Sabtu 12/07/2016 berakibat pencabutan izin oprasional oleh pemerintah kota Medan karena Aksara Plaza tidak lagi memenuhi persyaratan sebagai pusat perbelanjaan.

Sementara itu pertumbuhan dan kebutuhan masyarakat kota Medan yang semakin tinggi menuntut kota medan untuk menyediakan pusat perbelanjaan, yang bukan hanya mampu memenuhi kebutuhan belanja tetapi dapat menjadi tempat rekreasi yang memberikan kenyamanan masyarakat kota medan.

Dari uraian diatas maka peranan Aksara Plaza sebagai pusat perbelanjaan masih dibutuhkan masyarakat kota Medan untuk itu Perancangan Pasar Aksara adalah solusi tepat untuk mengembalikan fungsi Aksara Plaza menjadi lebih baik.

Dalam mendesain kembali Aksara Plaza penulis menerapkan tema *Arsitektur Tropis* karena tema ini mengarahkan pada penyelesaian desain bangunan yang nyaman dan ramah lingkungan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang, maka perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana menciptakan pusat perbelanjaan yang bersih dan ramah lingkungan
2. Bagaimana menciptakan fasilitas yang baik dan nyaman dalam berbelanja
3. Bagaimana menciptakan tempat perbelanjaan menjadi salah satu pusat rekreasi bagi masyarakat
4. Bagaimana menciptakan pusat perbelanjaan yang strategis

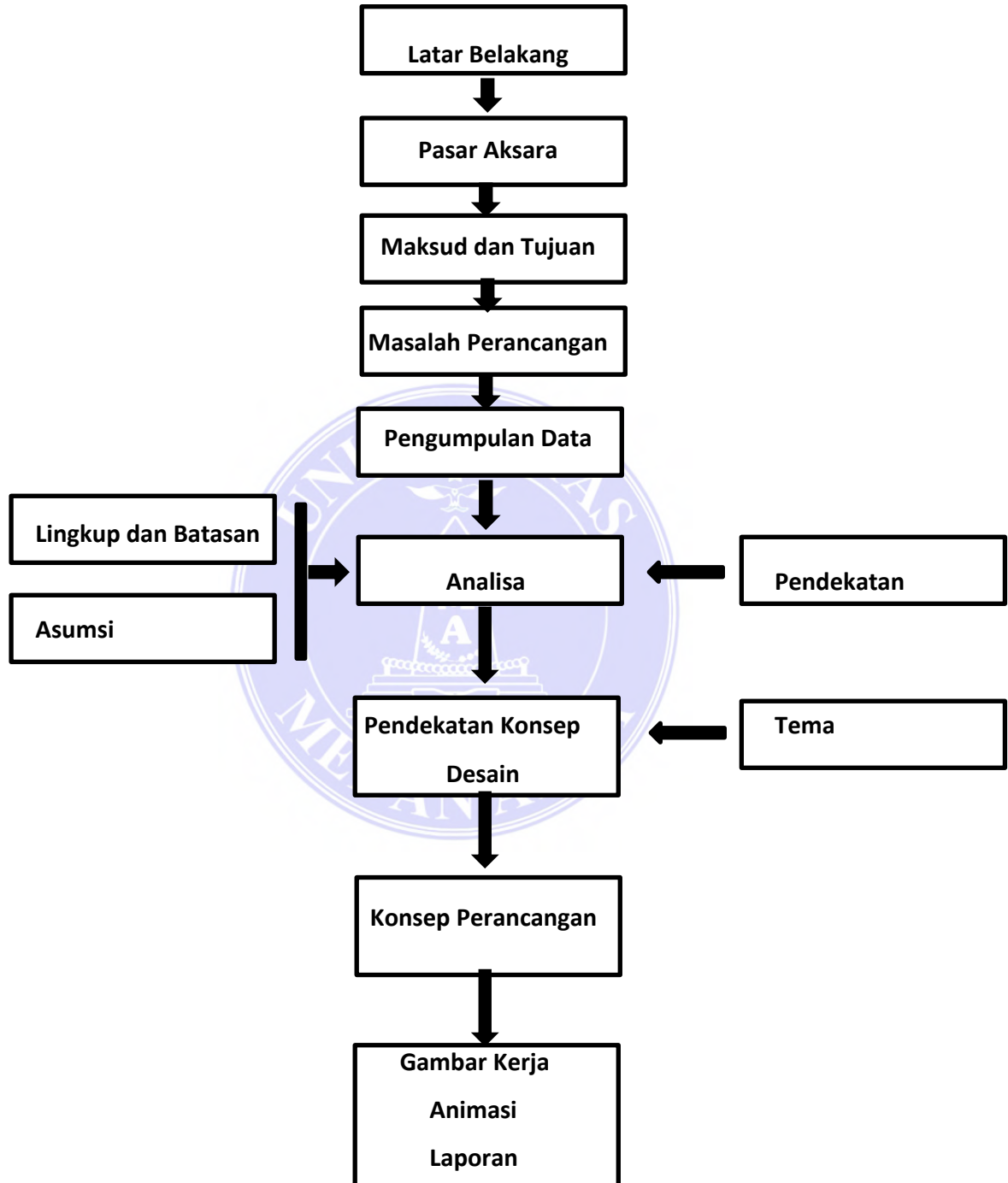
1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari perancangan *Pasar Aksara* ini adalah sebagai wadah yang dapat menampung dan melayani kegiatan perbelanjaan masyarakat akan barang-barang primer, sekunder dan, tersier dan juga sebagai pusat rekreasi bagi masyarakat

Tujuan: Menyediakan fasilitas perbelanjaan bagi masyarakat Medan untuk mendapatkan berbagai barang kebutuhannya sehari-hari.

1.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran proses perancangan mulai dari tahap awal hingga akhir sesuai dengan metode perancangan yang telah ditetapkan.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

1.5 Sistematika Pembahasan

Laporan ini terdiri dari lima bab, setiap bab dibagi atas beberapa sub bab. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan penulisan laporan secara sistematis dan mengoptimalkan hasil dan tujuan.

Bab I berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah perancangan, maksud dan tujuan perancangan, kerangka berpikir dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tinjauan Pustaka menjelaskan uraian teori mengenai judul perancangan, tinjauan tema arsitektur tropis, studi banding tema dan studi banding proyek sejenis.

Bab III berisi metode penelitian, menjelaskan tentang deskripsi proyek yang terdiri dari lokasi proyek dan deskripsi proyek.

Bab IV berisi analisa perancangan menjelaskan tentang analisis terhadap pelaku, tapak, hubungan antar ruang, massa dan bentuk bangunan, struktur dan utilitasnya.

Bab V berisi konsep perancangan menjelaskan tentang konsep perancangan untuk fasilitas Perancangan Pasar Aksara berdasarkan hasil analisis perancangan yang terbagi menjadi konsep tapak, konsep massa bentuk bangunan, konsep struktur, dan konsep utilitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pasar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pasar adalah tempat para penjual dan pembeli dapat dengan mudah saling berhubungan transaksi jual beli.

Pasar dalam artian luas adalah tempat tertentu dan tetap, pusat memperjualbelikan barang-barang keperluan sehari-hari. Selain itu pasar sebagai pusat pertemuan produsen dan konsumen yang sudah banyak dikenal sejak jaman dahulu kala ketika sifat perdagangan masih berupa pertukaran barang (*barter*). Adanya penyediaan sarana kehidupan yang baik dan layak sangat mendukung terciptanya tatanan kehidupan masyarakat yang kondusif. Salah satunya dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai bagi masyarakat.

Pasar dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu pasar modern dan pasar tradisional.

2.1.1 Pasar Tradisional

Pasar Tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Usaha-usaha pasar tradisional dapat digolongkan menjadi beberapa bentuk sebagai berikut :

- a. Pasar Induk
- b. Pasar Lingkungan
- c. Pasar Desa
- d. Pasar tradisional kota
- e. Pasar Khusus
- f. Pasar tradisional yang berupa sektor informal lainnya

2.1.2 Pasar Modern

Pasar modern menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Ada lima fungsi pasar modern yaitu :

- a. Menetapkan nilai (*sets value*)
- b. Pendistribusi barang
- c. Pengorganisir produksi
- d. Penyelenggara penjatahan (*rationing*)
- e. Mempertahankan dan mempersiapkan kebutuhan di masa depan.

Selanjutnya Sinaga 2006 (*Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM nomor 1 tahun 2006*) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini, swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak).

Adanya penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Macam-macam pasar modern diantaranya (Kotler, 2000) :

- a. Minimarket
- b. Convenience store

- c. Special store
- d. Factory outlet
- e. Distro (Disribution Store)
- f. Supermarket
- g. Perkulakan atau gudang rabat.
- h. Super store
- i. Hipermarke

2.2 Tipologi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern

2.2.1 Bentuk Pasar

Menurut Maithland dalam Yempormase (2013:11) dijelaskan bahwa terdapat tiga (3) bentuk umum mall dengan keuntungan dan kerugiannya masing-masing, berikut merupakan rangkuman dari sumber tersebut :

1. *Open pasar (pasar terbuka)*, adalah *pasar* tanpa pelingkup. Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya berupa kendala iklim dan cuaca (*climatic control*) (berpengaruh terhadap kenyamanan) dan kesan pewardahan kurang.
2. *Enclosed pasar (pasar tertutup)*, adalah *pasar* dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan (*climatic control*). Kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan ruang kurang jelas.
3. *Integrated pasar (pasar terpadu)*, adalah penggabungan *pasar* terbuka dan tertutup. Biasany berupa *pasar* tertutup dengan akhiran *pasar* terbuka. Hal ini juga merupakan salah satu solusi *climatic control*.

Berdasarkan keterangan sumber ini maka bentuk yang paling menjawab solusi ruang *pasar* adalah *semi open pasar*, karena dapat memberikan pilihan ruang yang lebih dinamis antara ruang dalam dan ruang luar, namun akan memerlukan luasan tapak yang lebih besar daripada *closed pasar*.

2.2.2 Luas Area Pelayanan

Marlina (2008) menyebutkan bahwa berdasarkan jangkauan pelayanannya, dalam hal ini adalah luas wilayah, maka *pasar* dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis sebagai berikut :

1. *Regional Shopping Centers* (Pusat Perbelanjaan Regional) dengan luas areal antara 27.870 – 92.900 m² dengan skala pelayanan antara 150.000 – 400.000 penduduk.
2. *Community Shopping Centre* (Pusat Perbelanjaan Distrik) dengan luas areal antara 9.290 – 23.225 m² dengan jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk.
3. *Neighbourhood Shopping Centre* (Pusat Perbelanjaan Lokal) dengan luas areal antara 2.720 – 9.290 m². Jangkauan pelayanan antara 5.000 – 40.000 penduduk.

2.2.3 Jenis Barang Yang Dijual

Beddington (1982) mengemukakan empat (4) jenis pusat perbelanjaan berdasarkan barang yang di jual, yaitu :

1. *Demand* (permintaan), yaitu yang menjual kebutuhan sehari-hari yang juga merupakan kebutuhan pokok.
2. *Semi Demand* (setengah permintaan), yaitu yang menjual barang-barang untuk kebutuhan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.
3. *Impuls* (barang yang menarik), yaitu yang menjual barang-barang mewah yang menggerakkan hati konsumen pada waktu tertentu untuk membelinya.
4. *Drugery*, yaitu yang menjual barang-barang higienis seperti sabun, parfum dan lainlain.

2.3 Pedoman Perencanaan Pasar

2.3.1 Unsur Kegiatan Pasar

Prastika (2011:11) Unsur-unsur dalam kegiatan pusat perbelanjaan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu pengunjung, barang dan pengelola. Penjelasan selanjutnya sebagai berikut :

a. Pengunjung

Dwijendra dalam Bhumi (2012) menyebutkan bahwa pengunjung/pembeli adalah suatu lembaga atau individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Sementara Menurut

Beddington (1989:2) aktivitas berbelanja pengunjung dapat dibedakan menjadi dua, antara lain :

- 1) *Convenience Shopping* merupakan kegiatan berbelanja keperluan sehari-hari. Hal yang dibutuhkan pembeli disini adalah kemudahan dan pelayanan yang cepat.
- 2) *Comparison Shopping* merupakan kegiatan berbelanja yang dilakukan dengan membandingkan harga, jenis, kualitas, pelayanan, dan sebagainya walaupun belum tentu membeli. Kegiatan ini juga dalam istilah lain disebut dengan *window shopping*.

Berdasarkan kedua jenis aktivitas berbelanja tersebut, dapat dibedakan pengertiannya antara berbelanja dengan membeli. Membeli (*to buy*) adalah hasil sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dan mempunyai tujuan pasti. Penentuan barang yang hendak dibeli akan mengarahkan pembeli pada toko tertentu. Pembeli biasanya membawa dana yang cukup untuk barang yang diinginkan.

Sedangkan kata berbelanja (*shopping*), dalam hal ini tidak mempunyai tujuan khusus dan biasanya disertai dengan waktu yang berlebihan dan dana yang cukup. Orang berbelanja tidak hanya untuk membeli barang tertentu yang dibutuhkan dengan segera, namun juga untuk membandingkan harga, gaya, dan kualitas. Berbelanja juga dipengaruhi oleh keinginan menghabiskan waktu untuk kegiatan sosial serta meneruskan kebiasaan.

b. Barang

Barang merupakan obyek yang diperjual belikan dalam dunia perdagangan, sehingga kemudian muncul pusat-pusat perbelanjaan (Nusadarifa, 1989). Dalam Nusadarifa (1989:21) disebutkan bahwa jika dilihat dari karakteristiknya, jenis barang yang dijual pada pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi empat (4) yaitu :

- 1) *Convenience Goods*, merupakan barang kebutuhan sehari-hari.
- 2) *Specialty Goods*, merupakan jenis barang tertentu seperti benda-benda antik dan koleksi.
- 3) *Shopping Goods*, merupakan barang yang dibutuhkan bulanan atau musiman.
- 4) *Impulse Goods*, merupakan barang yang tidak terlalu dibutuhkan atau dicari oleh pengunjung.

Berdasarkan sumber ini maka jenis barang yang dominan dijual dalam *pasar modern dan pasar tradisional* adalah *convenience goods* yang merupakan kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, makanan dan minuman dan *shopping goods* yang merupakan kebutuhan musiman seperti gadget, elektronik dan peralatan olahraga.

c. Pedagang dan Pengelola

Menurut Swasta dan Sukotjo (1988) disebutkan bahwa pedagang adalah suatu lembaga atau individu yang melakukan usaha kegiatan menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi yang bersifat non bisnis.

Sehubungan dengan sumber di atas, maka pedagang dalam *pasar* merupakan penyewa dari sebuah tempat/kios yang dikelola oleh pengelola *pasar*. Secara terperinci, fungsi-fungsi dan kegiatan yang dilakukan pedagang dalam *pasar* ini adalah sebagai berikut :

pengangkutan, penyimpanan, pembelanjaan, mencari konsumen, menjalankan kegiatan promosi, memberikan promosi dan informasi, melakukan pengepakan dan pembungkusan dan mengadakan penyortiran.

Dalam melaksanakan transaksi jual beli, ada tiga macam pelayanan yang diberikan dari pedagang kepada pembeli, diterjemahkan dari Beddington (1982:6), yaitu :

- 1) *Self Service* (swalayan) yaitu pengunjung memilih dan mengambil sendiri barang-barang yang hendak di beli dari rak-rak yang tersedia, lalu membawanya ke kasir untuk dibayar.
- 2) *Self Selection* (swapilih) dimana pembeli dapat memilih langsung barang yang dibeli lalu menyerahkannya kepada pramuniaga untuk dibuatkan bukti pembelian.
- 3) *Personal Service* (pelayanan pribadi) dimana pembeli akan mendapatkan pelayanan sepenuhnya dari pramuniaga dalam arti juga dapat berkonsultasi, misalnya pada took pakaian.

Berdasarkan sumber ini, maka jenis pelayanan yang digunakan dalam mall dapat disesuaikan menurut sistem penjualan, akan tetapi sistem yang paling tepat dari aktivitas *pasar* adalah *self service* (swalayan). Hal ini dikarenakan sistem ini

memberikan keleluasaan penuh kepada pelanggan untuk menentukan sendiri barang yang dikehendaki maupun untuk aktivitas *window shopping* serta lebih efisien dalam penyediaan tenaga pelayan dan penjualan barang yang akan ditawarkan

2.3.2 Elemen Esensial Pasar Modern

Sebagai landasan dasar, perlu diketahui apa saja yang menjadi elemen dalam ruang *pasar modern*. Aji Bangun dan Harvey M. Rubenstein dalam Nurrachman (2011:10-12) menyebutkan bahwa elemen-elemen yang terdapat dalam *pasar modern* dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Atrium

Atrium merupakan ruang kosong (*void*) yang secara horisontal diapit oleh lapisan lantai di lantai kedua atau lebih sisi-sisinya, dengan ketinggian dua lapis lantai atau lebih yang mendapat terang alami siang hari dan menjadi pusat orientasi bangunan.

b. Magnet primer

Magnet merupakan transformasi dari "*node*" kota, yang berfungsi sebagai titik konsentrasi, dapat juga sebagai *landmark*. Perwujudannya dapat berupa *crowd* atau plaza. Penempatan magnet primer atau *anchor mall* terletak pada setiap pengakhiran koridor sedangkan pada plaza ditekankan di lantai atas dan *basement* dalam hubungan vertikal. Magnet *pasar modern* dalam istilah lain juga disebut generator.

c. Magnet Sekunder

Toko merupakan salah satu bagian terpenting dari *pasar modern* yang dapat dianggap sebagai "*distrik*" pada pusat perbelanjaan. Penempatan toko erat kaitannya dengan magnet primer (*crowd* dan ruang publik terbuka) sebagai daya tarik utama dalam pusat perbelanjaan tersebut.

d. Koridor

Merupakan ruang yang digunakan untuk berjalan kaki. Koridor terbagi menjadi dua macam, antara lain :

1. Koridor Utama yang merupakan orientasi dari toko-toko yang ada di sepanjang toko toko tersebut dengan lebar sekitar 15 meter untuk koridor outdoor.

2. Koridor Tambahan (Sekunder) yang merupakan koridor yang terletak pada sepanjang koridor utama dengan lebar minimal untuk koridor sekunder adalah 6 meter untuk koridor outdoor.

e. Street Furniture

Merupakan elemen desain yang melengkapi keberadaan suatu jalan, yang berintegrasi dengan pohon, antara lain berupa lampu jalan, patung, desain grafik, kolam, tempat duduk, pot taman, tempat sampah dan lain-lain.

2.3.3 Pola Pasar

Maithland dalam Bhumi (2012:21) menyebutkan bahwa pada dasarnya pola *pasar modern* berpola linier. Tatanan *pasar modern* yang sering dijumpai adalah *pasar modern* berkoridor tunggal dengan lebar koridor standar antara 8-16 m. Untuk memudahkan akses pengunjung, pintu masuk sebaiknya dapat dicapai dari segala arah. *San Interior (2014)* menyebutkan ada dua pola penataan retail dan kios dalam pusat perbelanjaan sebagai berikut :

1) Sistem Banyak Koridor

Dalam sistem banyak koridor memanfaatkan ruang sebanyak mungkin untuk dapat menaruh barang sehingga tidak ada ruang yang terbuang (lihat gambar 2.1).

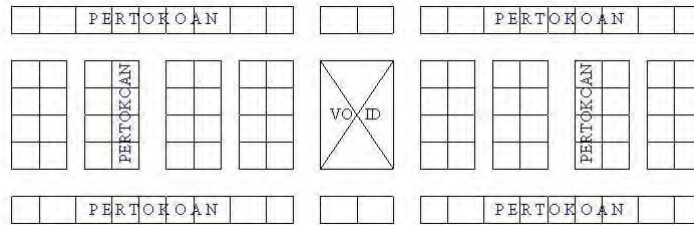


Gambar 2.1 Sistem retail dengan banyak koridor

Sumber: San Interior (2014). Diakses pada 1 November 2016

2) Sistem Plaza

Sistem plaza memanfaatkan adanya ruang kosong (*void*) sebagai ruang bagi pengunjung untuk melihat semua barang yang dijual (lihat gambar 2.2).



Gambar 2.2 Sistem retail Plaza

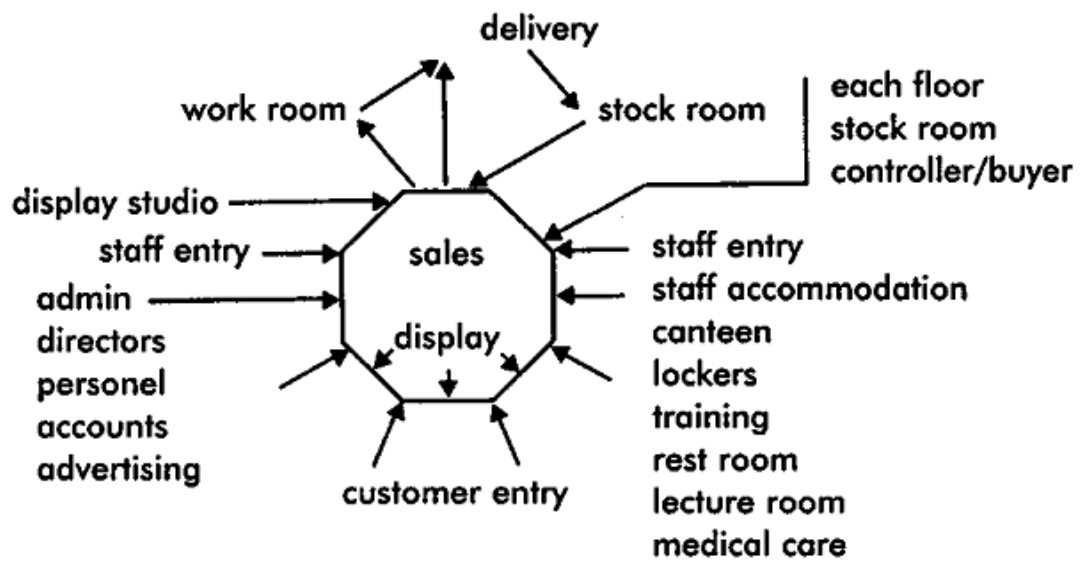
Sumber: San Interior (2014). Diakses pada 1 November 2016

2.3.4 Dimensi Pasar

Diterjemahkan dari Beddington (1982:16) dijelaskan hal yang perlu diperhatikan bahwa *pasar* jangan terlalu panjang karena dapat melelahkan pengunjung. panjang ideal sebuah pedestrian *pasar* berkisar antara 200-250 meter, setelah itu harus ada suatu ruang untuk istirahat dan *pause point* dan suatu focal poin yang menarik agar pengunjung tidak kehilangan selernya.

2.3.5 Penataan Retail

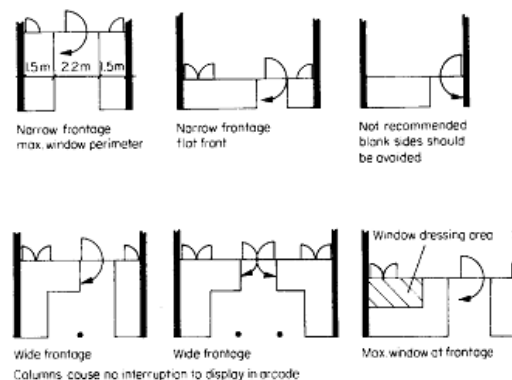
Masih mengacu pada sumber di atas jika penataan sirkulasi Pasar Modern hanya memiliki satu koridor, diharapkan semua retail dapat dilewati pengunjung sehingga semua retail memiliki nilai nilai komersial yang sama. Berdasarkan Pickard (2002) dijelaskan kompleksitas kegiatan yang terjadi pada suatu retail sebagai berikut lihat Gambar 2.3):



Gambar 2.3 Pola aktivitas dalam sebuah retail

Sumber : Pickard (2002)

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa *display area* atau ruang pajang merupakan focal poin yang menjadi daya tarik terhadap konsumen dan dituntut juga akses untuk barang dan pengelolaan yang tidak mengganggu aktivitas utama. Sementara untuk detail *shop front* atau fasad depan toko menurut Beddington (1982:25) ada beberapa tipe (lihat gambar 2.4).



Gambar 2.4 Contoh bentuk shop front

Sumber : Beddington (1982:47)

2.3.6 Komposisi Ruang Penjualan

Lanus dalam Bhumi (2012:21-23) menjelaskan bahwa pada umumnya sebuah pertokoan/perbelanjaan dapat dibagi menjadi dua area berdasarkan pemakaiannya yang terdiri dari :

- 1) *Ruang non penjualan (nonselling area)*, meliputi : ruang-ruang yang berhubungan dengan pelayanan konsumen (*coustemer service*), proses memasukkan dan menukarkan barang dagangan dan aktivitas pengelola dan karyawan.
- 2) Ruang pajang barang dagangan (*display*), tempat terjadinya interaksi antara konsumen dengan penjual. Ruang ini juga disebut *selling area*.

Sementara untuk orientasi ruang-ruang dalam *mall*, berdasarkan kepuasan pelanggan dan produktivitas karyawan, ada empat pendekatan umum menempatkan ruang-ruang penjualan :

- 1) *Sandwich Approach*, keterbatasan sistem ini adalah tidak efisiennya bagi pelanggan dan karyawan ke lantai tertentu dalam hubungannya untuk melakukan kegiatan *non selling area*.
- 2) *Core Approach*, dengan menempatkan *non selling area* ke pusat *core*, arus kedatangan barang bercampur dengan kegiatan penunjang dalam *selling area*.
- 3) *Peripheral Approach*, pada metode ini telah dilakukan penanganan barang-barang dagangan tanpa mengganggu kegiatan penunjang. Area *non selling* diletakkan mengelilingi area penjualan.
- 4) *Annex Approach*, pada metode ini semua kegiatan non-penjualan dikelompokkan menjadi satu dan diletakkan terpisah dengan daerah penjualan. Sementara Jean Lambert (2010:3) menjelaskan ada beberapa tipe tenant sesuai ukurannya (lihat tabel 2.1).

Tabel 2.1 Ukuran Tenant

No.	Jenis Tenant	Ukuran Minimal (m2)	Ukuran Maksimal (m2)
1	Anchor Tenant	2.336	-
2	Mini-Anchor Tenant	935	2.335
3	Large Speciality Tenant	374	934
4	Speciality Tenant	-	373

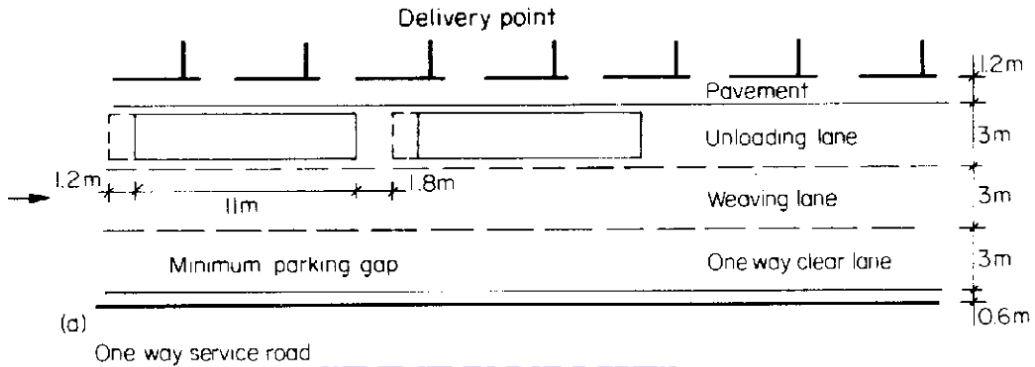
Sumber : Diterjemahkan dari Jean Lambert (2010:3)

2.3.7 Sistem Sirkulasi Pasar

Sementara Beddington (1982:32) menjelaskan beberapa pola sirkulasi untuk *loading* dan *unloading* dock seperti gambar berikut :

1) Sistem servis satu lajur

Sistem servis satu lajur memanfaatkan satu lajur (kiri/kanan) untuk digunakan sebagai *loading* dan *unloading* barang (lihat gambar 2.7).

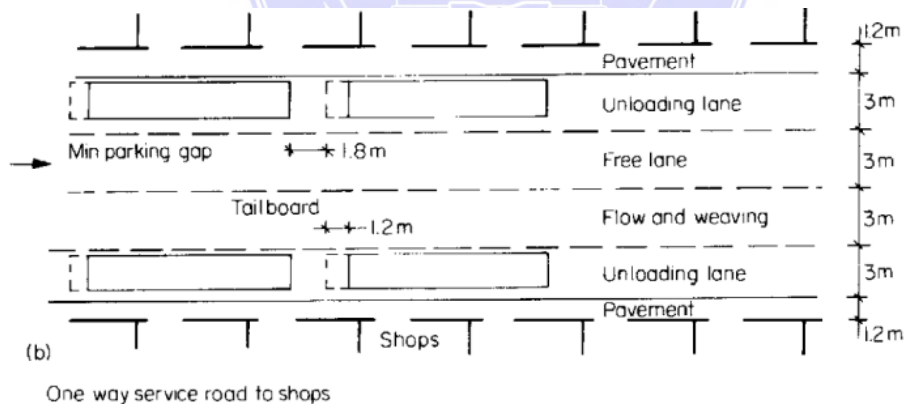


Gambar 2.5 One Way Service Road

Sumber: Beddington (1982:32)

2) Sistem servis dua lajur

Sistem servis dua lajur memanfaatkan 2 sisi lajur untuk *loading* dan *unloading* (lihat gambar 2.8).

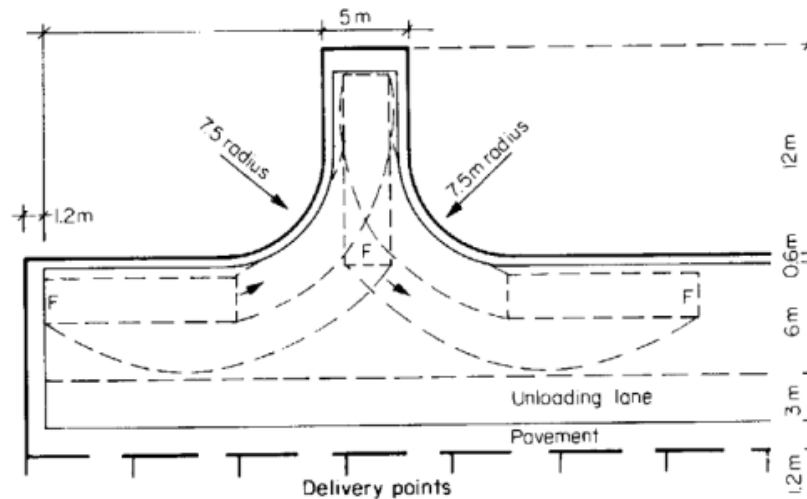


Gambar 2.6 One Way Service Road to shops

Sumber: Beddington (1982:32)

3) Sistem T

Sistem T merupakan alternatif di tempat sempit dan untuk kelancaran sirkulasi sehingga truk barang tidak memerlukan ruang untuk putar balik lagi (lihat gambar 2.9)

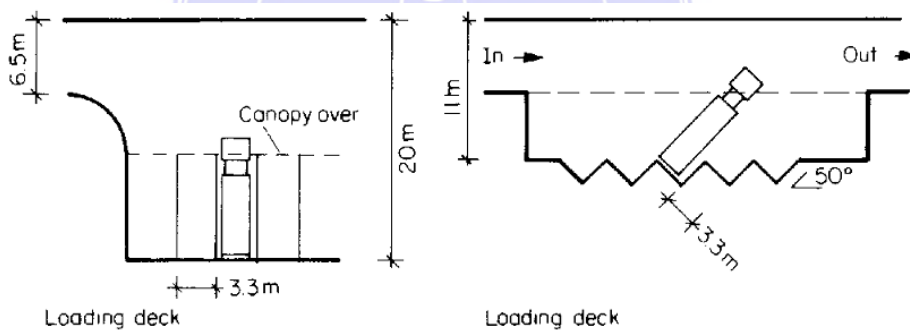


Gambar 2.7 Sistem T

Sumber: Beddington (1982:32)

4) Pola Loading Deck

Dalam loading dan unloading barang seringkali truk harus parkir dan menunggu giliran, berikut pola yang dijelaskan dalam Beddington (1982:32) (lihat gambar 2.10).



Gambar 2.8 Pola loading deck

Sumber: Beddington (1982:32)

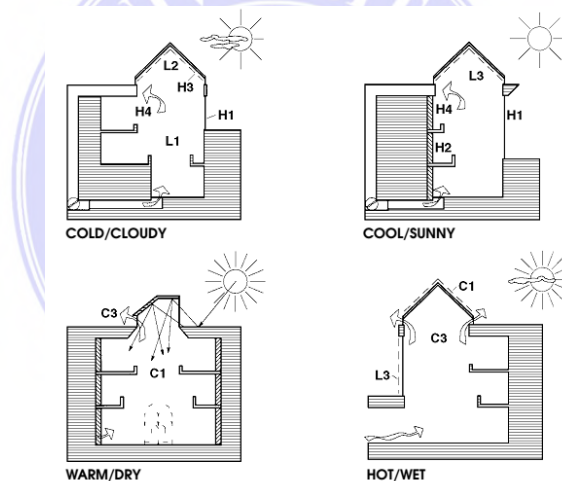
2.3.8 Sistem Pencahayaan

Sistem pencahayaan yang digunakan dalam Pasar terbagi menjadi 2 yaitu pencahayaan alami dan buatan. Untuk pencahayaan alami yang terbaik adalah cahaya langit (bukan sinar langsung) namun intensitasnya tidak bisa ditebak karena tergantung kondisi alam. Menurut Manurung (2012) pencahayaan alami dalam pusat perbelanjaan mengikuti kriteria sebagai berikut :

- 1) Pencahayaan alami pada pusat perbelanjaan sebaiknya diterapkan terutama pada pagi hingga sore hari untuk menekan biaya konsumsi energi lampu.

- 2) Pencahayaan alami yang paling sering digunakan dalam pusat perbelanjaan adalah pencahayaan alami pada atrium (void) dengan menggunakan *skylight* sehingga juga memberi kesan luas dengan pencahayaan yang optimal di siang hari.
- 3) Massa memanjang Timur-Barat lebih efektif untuk memasukkan cahaya alami, sementara massa berbentuk lingkaran digunakan untuk memasukan cahaya secara lebih merata.
- 4) Adaptasi bentuk bangunan terhadap pencahayaan alami seperti bentuk yang ramping, void, fasad yang miring, fasad yang ditonjolkan atau bentuk segitiga yang memungkinkan cahaya masuk dari kedua sisi bangunan.

Sehubungan dengan sumber di atas berikut merupakan gambaran desain atrium dengan pencahayaan alami sesuai dengan kondisi yang diinginkan menurut Watson dkk (1999) (lihat gambar 2.8) :



Gambar 2.8 Variasi Atrium sesuai kondisi pencahayaan yang diinginkan

Sumber : Watson dkk (1999)

Sementara untuk pencahayaan buatan menggunakan lampu. Lampu dipilih sesuai kegiatan. Masing-masing kegiatan memiliki kebutuhan cahaya yang berbeda seperti berikut (lihat tabel 2.2) :

Tabel 2.2 Kebutuhan Pencahayaan untuk Berbagai Kegiatan

Jenis Pencahayaan	Tingkat Penerangan (lux)	Contoh-contoh Area Kegiatan
Pencahayaan Umum untuk ruangan dan	20	Layanan penerangan yang minimum dalam area sirkulasi

area yang jarang digunakan dan/atau tugas-tugas atau visual sederhana		luar ruangan, pertokoan di daerah terbuka, halaman tempat penyimpanan
	50	Tempat pejalan kaki & panggung
	70	Ruang Boiler
	100	Halaman Trafo, ruang tungku, dll.
	150	area sirkulasi di industri, pertokoan dan ruang penyimpanan
Pencapaian umum untuk interior	200	Layanan penerangan yang minimum dalam tugas
	300	Meja & mesin kerja ukuran sedang, proses umum dalam industri kimia dan makanan, kegiatan membaca dan membuat arsip
	450	Gantungan baju, pemeriksaan, kantor untuk menggambar, perakitan mesin dan bagian yang halus, pekerjaan warna, pekerjaan menggambar kritis.
	1500	Pekerjaan mesin dan di atas meja yang sangat halus, perakitan mesin presisi kecil dan instrumen; komponen elektronik, pengukuran dan pemeriksaan bagian kecil yang rumit (sebagian mungkin diberikan oleh tugas pencapaian setempat)

Sumber : UNEP. 2015

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa pencahayaan di pertokoan membutuhkan intensitas sedang, namun untuk retail tertentu seperti bookstore dan barang kesenian memerlukan pencahayaan yang lebih terang. Sementara untuk lampu memiliki intensitas yang beragam dan terukur sesuai kebutuhan (lihat tabel 2.3).

Tabel 2.3 Pencahayaan sesuai jenis lampu

Jenis Lampu	Lum/Watt		Indeks Perubahan Warna	Penerapan	Umur (Jam)
	Kisaran	Ratarata			
Lampu Pijar	8-18	14	Baik sekali	Rumah, restoran, penerangan umum, penerangan darurat	1000
Lampu Neon	46-60	50	Lapisan w,r,t yang baik	Kantor, pertokoan, rumah sakit, rumah	5000
Lampu Neon Kompak (CFL)	40-70	60	Sangat Baik	Hotel, pertokoan, rumah, kantor	8000-10000
Merkuri tekanan tinggi (HPMV)	44-57	50	Cukup	Penerangan umum di pabrik, garasi, tempat parkir mobil, penerangan berlebihan/sangat terang	2000-4000
Lampu Halogen	18-24	20	Baik Sekali	Peraga, penerangan berlebihan, arena pameran, area konstruksi	2000-4000
Sodium	67-121	90	Cukup	Penerangan umum	6000-

tekanan tinggi (HPSV) SON				di pabrik, gudang, penerangan jalan	12000
Sodium tekanan rendah (LPSV) SOX	101-175	150	Buruk	Jalan Raya, terowongan, kanal, penerangan jalan	6000-12000

Sumber : UNEP. 2016

Namun terjemahan dari Levine dan Vorsatz (2007:401) yang menjelaskan bahwa bangunan dapat berfungsi sebagai kolektor dan transformer dari energi matahari sehingga dapat mengurangi ketergantungan dari konsumsi energi listrik.

Energi surya juga dapat digunakan untuk pencahayaan, untuk pemanasan pasif dan sebagai salah satu ventilasi alami, yang dapat memberikan banyak penghawaan yang diperlukan. Sehingga dalam hal ini pemanfaatan lokasi dengan intensitas penyinaran yang tinggi dapat dioptimalkan.

2.3.9 Sistem Penghawaan

Bhumi (2012:24) menjelaskan bahwa sistem penghawaan pada *Pasar* (Pusat Perbelanjaan) dapat digolongkan menjadi dua yaitu alami dan buatan, lebih jelasnya sebagai berikut :

1) Sistem Penghawaan Alami

Sistem penghawaan alami adalah suatu sistem penghawaan yang memanfaatkan hembusan angin dan iklim sekitar untuk penghawaannya atau tanpa bantuan alat.

2) Sistem Penghawaan Buatan

Penghawaan pada suatu *Pasar* (Pusat Perbelanjaan) dapat diatur oleh Air Conditioner atau biasa disebut dengan AC. Suhu yang biasanya digunakan 18-20 derajat celcius. Penggunaan AC biasanya digunakan pada *Mall* dan Plaza yang biasanya cenderung terdiri dari bangunan tunggal.

2.4 Pengertian Arsitektur Tropis Menurut Lippsmeier

Arsitektur tropis menurut Lippsmeier (1980), merupakan suatu rancangan bangunan yang dirancang untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang terdapat di daerah tropis. Suhu udara dan kelembaban udara akan menentukan kenyamanan. Iklim tropis memungkinkan mendapatkan sinar matahari sepanjang tahun, walaupun disaat musim hujan. Daerah yang beriklim tropis memiliki kelembaban yang tinggi dan sinar ultraviolet sepanjang hari.

Ciri-ciri iklim tropis lembab dan pengaruhnya pada masalah umum mengenai bangunan yang dihadapi seperti dikatakan oleh Lippsmeier, 1994: 18. Adalah sebagai berikut:

1. Permukaan tanah: *landscape* hijau. Tanah biasanya merah atau coklat.
2. Vegetasi : lebat, sangat kaya dan bermacam-macam sepanjang tahun.
3. Musim: perbedaan musim kecil. Bulan terpanas, panas lembab sampai basah. Bulan terdingin, panas sedang dan lembab sampai basah.
4. Kondisi awan: berawan dan berkabut sepanjang tahun.
5. Presipitasi: curah hujan tahunan 500-1250 mm. Selama musim kering tidak ada atau sedikit hujan. Selama musim hujan berbeda-beda setiap tempat.
6. Kelembaban: kelembaban absolut (tekanan uap) cukup tinggi, sampai 15 mm selama musim kering, pada musim hujan sampai 20 mm. Kelembaban relatif berkisar 20 – 85%, tergantung musim.
7. Gerakan udara: angin kuat dan konstan. Di daerah hutan rimba lebih lambat, bertambah cepat bila turun hujan. Biasanya terdapat satu atau dua arah angin utama.

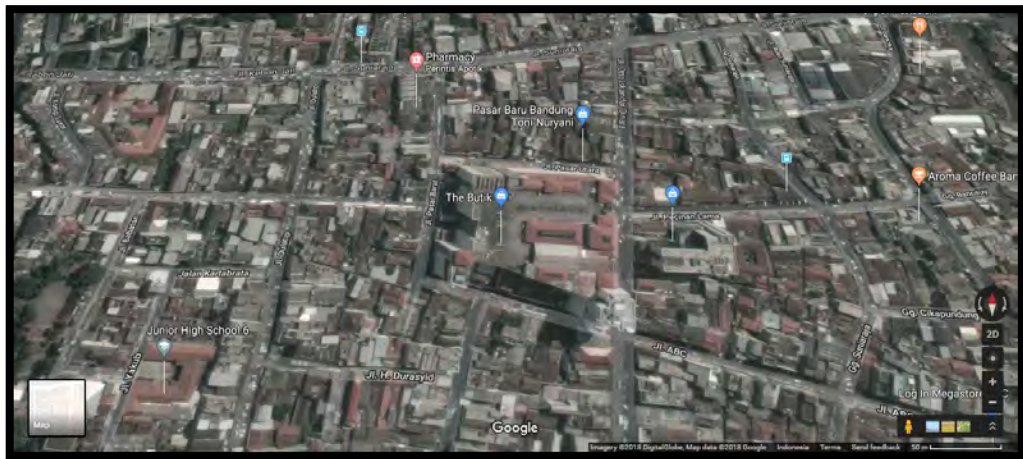
Iklim tropis lembab dan pada umumnya memiliki masalah yang dihadapi seperti dikatakan oleh Lippsmeier, 1994: 18. Adalah sebagai berikut:

1. Panas yang tidak menyenangkan
2. Gerakan udara lambat jadi penguapan sedikit
3. Perlunya perlindungan terhadap matahari
4. Perlunya perlindungan terhadap hujan
5. Perlunya perlindungan terhadap serangga
6. Perlunya perlindungan terhadap angin keras

2.5 Studi Banding Proyek Sejenis

Pasar Baru Bandung

Pasar Baru Trade Center Bandung merupakan salah satu tempat belanja yang favorit bagi parawisatawan baik lokal maupun mancanegara. Pada tahun 1935, Pasar Baru ini sempat dijuluki sebagai pasar terbersih dan teratur se-Hindia Belanda. Pasar Baru terletak di Jl. Oto Iskandardinata Bandung. Beberapa keistimewaan untuk berbelanja di tempat ini diantaranya adalah berbagai macam tipe tekstil tersedia di sini, selain tekstil fasilitas penunjang untuk membeli oleh-oleh makanan khas Bandung pun tersedia di sini, lokasi yang mudah dijangkau, dijadikan sebagai barometer harga di Bandung, dan terletak di pusat kota.



*Gambar 2.9 Tapak Plan Pasar baru bandung
Sumber: Google Earth – Pasar Baru Bandung*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi proyek berada di Jl. Aksara, Bantan Timur, Medan Tembung, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Dengan luas lahan $\pm 1 - 2$ ha, luas bangunan ± 10.000 m², luas tapak ± 1.05 Ha (10.500 m²), kondisi tapak lahan Akasara Plaza dan status proyek fiktif.

3.2 Waktu Penelitian

Perencanaan dilakukan dalam waktu 3 bulan, yaitu pada bulan Desember 2017 – Maret 2018.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tugas akhir ini di gunakan dua jenis dan sumber data, yaitu data primer dan data sekunder :

- a) Data primer, yaitu upaya yang diperoleh melalui interview (wawancara), survei dan observasi lapangan.
- b) Data sekunder, yaitu data yang bersumber dari data pustaka, artikel, situs internet, surat kabar, serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan permasalahan yang dikaji.

3.4 Kondisi Fisik

3.4.1 Tinjauan terhadap struktur kota

Kota Medan memiliki luas 26.510 Ha. (265,10 km²) atau 3,6% dari keseluruhan wilayah Sumatera Utara. Pada tahun 2015, penduduk Kota Medan telah mencapai 2.210.624 jiwa . Berdasarkan data tersebut Kota Medan merupakan salah satu Kota dengan jumlah penduduk yang besar yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Laju pertumbuhan penduduk kota Medan cenderung mengalami peningkatan dari 2012-2015 dengan tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2012 adalah 0,63% dan menjadi 0.88% pada tahun 2012. Sedangkan tingkat kepadatan penduduk mengalami peningkatan dari 8.342 jiwa per km² pada tahun 2015.

Kota Medan (daerah tingkat II berstatus kotamadya) adalah ibu kota provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Medan adalah pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat dan juga sebagai pintu gerbang bagi para wisatawan untuk menuju objek wisata Brastagi di daerah dataran tinggi Karo, objek wisata Orangutan di Bukit Lawang, Danau Toba, yang terkenal sebagai tempat wisata, serta Pantai Cermin, yang terkenal dengan pemandangan lautnya dilengkapi dengan waterboom Theme Park.

Kota Medan memiliki luas 26.510 Hektar (265,10 Km²) atau 3,6% dari keseluruhan wilayah Sumatera Utara. Dengan demikian, dibandingkan dengan kota/kabupaten lainnya, Kota Medan memiliki luas wilayah yang relatif kecil, tetapi dengan jumlah penduduk yang relatif besar. Secara geografis kota Medan terletak pada 3° 30' – 3° 43' Lintang Utara dan 98° 35' - 98° 44' Bujur Timur. Untuk itu topografi kota Medan cenderung miring ke utara dan berada pada ketinggian 2,5 - 37,5 meter di atas permukaan laut.

Secara administratif, wilayah kota Medan hampir secara keseluruhan berbatasan dengan Daerah Kabupaten Deli Serdang, yaitu sebelah Barat, Selatan dan Timur. Sepanjang wilayah Utaranya berbatasan langsung dengan Selat Malaka, yang diketahui merupakan salah satu jalur lalu lintas terpadat di dunia. Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu daerah yang kaya dengan Sumber Daya alam (SDA), khususnya di bidang perkebunan dan kehutanan. Karenanya secara geografis kota Medan didukung oleh daerah-daerah yang kaya Sumber daya alam seperti Deli Serdang, Labuhan Batu, Simalungun, Tapanuli Utara, Tapanuli Selatan, Mandailing Natal, Karo, Binjai dan lain-lain. Kondisi ini menjadikan kota Medan secara ekonomi mampu mengembangkan berbagai kerjasama dan kemitraan yang sejajar, saling menguntungkan, saling memperkuat dengan daerah-daerah sekitarnya.

Sebagai daerah yang pada pinggiran jalur pelayaran Selat Malaka, maka kota Medan memiliki posisi strategis sebagai gerbang (pintu masuk) kegiatan perdagangan barang dan jasa, baik perdagangan domestik maupun luar negeri (ekspor-impor). Posisi geografis kota Medan ini telah mendorong perkembangan

kota dalam 2 kutub pertumbuhan secara fisik , yaitu daerah terbangun Belawan dan pusat Kota Medan saat ini.

Berdasarkan data kependudukan tahun 2005, penduduk Kota Medan saat ini diperkirakan telah mencapai 2.036.018 jiwa, dengan jumlah wanita lebih besar dari pria, (1.010.174 jiwa > 995.968 jiwa). Jumlah penduduk tersebut diketahui merupakan penduduk tetap , sedangkan penduduk tidak tetap diperkirakan mencapai lebih dari 500.000 jiwa, yang merupakan penduduk commuters. Dengan demikian kota Medan merupakan salah satu kota dengan jumlah penduduk yang besar, sehingga memiliki deferensiasi pasar.

Siang hari, jumlah ini bisa meningkat hingga sekitar 2,5 juta jiwa dengan dihitungnya jumlah penglaju (komuter). Sebagian besar penduduk Medan berasal dari kelompok umur 0-19 dan 20-39 tahun (masing-masing 41% dan 37,8% dari total penduduk).

Struktur umur penduduk, kota Medan dihuni lebih kurang 1.377.751 jiwa berusia produktif, (15-59 tahun). Selanjutnya dilihat dari tingkat pendidikan, rata-rata lama sekolah penduduk telah mencapai 10,5 tahun. Dengan demikian kota Medan secara relatif tersedia tenaga kerja yang cukup, yang dapat bekerja pada berbagai jenis perusahaan, baik jasa, perdagangan, maupun industri manufaktur.

Laju pertumbuhan penduduk kota Medan periode tahun 2000-2004 cenderung mengalami peningkatan, dimana tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2000 adalah 0,09% dan menjadi 0,63% pada tahun 2004. Sedangkan tingkat kepadatan penduduk mengalami peningkatan dari 7.183 jiwa per km² pada tahun 2000. jumlah penduduk paling banyak ada di Kecamatan Medan Deli, disusul kecamatan Medan Helvetia dan Medan Tembung. Jumlah penduduk yang paling sedikit , terdapat di kecamatan Medan Baru, Medan Maimun dan Medan Polonia. Tingkat kepadatan Penduduk tertinggi ada di kecamatan Medan Perjuangan, Medan Area dan Medan Timur.

Mayoritas penduduk kota Medan sekarang adalah suku Jawa dan Batak, tetapi di kota ini banyak tinggal pula orang keturunan India dan Tionghoa. Komunitas Tionghoa di Medan cukup besar, sekitar 25% jumlah total. Keanekaragaman etnis di Medan terlihat dari jumlah masjid gereja dan vihara

Tionghoa yang banyak tersebar di seluruh kota. Daerah di sekitar Jalan Zainul Arifin bahkan dikenal sebagai Kampung Madras (Kampung India).

Pada tahun 2004, angka harapan hidup bagi laki-laki adalah 69 tahun sedangkan bagi wanita adalah 71 tahun. Secara historis, pada tahun 1918 tercatat Medan dihuni 43.826 jiwa. Dari jumlah tersebut, 409 orang berketurunan Eropa, 35.009 berketurunan Indonesia, 8.269 berketurunan Tionghoa, dan 139 lainnya berasal dari ras Timur lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Antoniades, Anthony C. (1990), *Poetics of Architecture*. New York : V. N. Reinhold
- Badan Pusat Statistik Kota Medan & Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Medan (2008), *Medan Dalam Angka, Medan in figures 2007*.
- Balai Pustaka. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Kedua. Jakarta.
- Bumi, Lingga. (2007). *Teori Bentuk Arsitektur*, chapter 2; Petra Christian University
- Chiara, Joseph. (1990). *Time Saver Standard: Building System & Material*. New York: McGraw Hill.
- Ching, Francis DK. (1985), *Bentuk, Ruang, dan Tata*. Jakarta : Erlangga
- Draft Rencana Penyempurnaan RUTRW Kota Medan (2008)
- Edward T. White. (1992). *Buku Sumber Konsep*. Bandung: Intermatra
- Firzal, Y, Mira, Zurnalis. 2017. *Arsitektur Tropis sebagai Pendekatan Redesain Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Indragili Hilir*. Jom FTEKNIK Volume 4 No 02: 1-9
- Hakim, Aziz. 2005. *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. Jakarta: PT Krisna Persada
- Kusdardjito, Cungki. (2007). *Menyoal Pasar Tradisional di Perkotaan*.
- Neufert, Ernst. (1996), *Data Arsitek jilid I Edisi 33*, Terjemahan Sunarto Tjahjadi. Jakarta : Erlangga.
- Neufert, Ernst. (1996), *Data Arsitek jilid II Edisi 33*, Terjemahan Sunarto Tjahjadi. Jakarta : Erlangga.
- Neufert, Ernest. (1979), *Data Arsitek 1, 2 & 3*. Jakarta : Erlangga
- Sudarwanto, Budi. (1995) *Sustainable Architecture, Laboratory of Building Physics*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Swasta, Basu. (1982). *Managemen Pemasaran Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty

Sinaga, Pariaman. 2006. *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional*. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*: Nomor 1 tahun 2006: 85-99.

Tzonis, Alexander. (2001), *Tropical Architecture : Critical Regionalism In The Age Of Globalization*. Willey Academy

Wayan, Pariska. (2016). *Beach Mall di Gianyar*. Denpasar: Universitas Udayana

Wikipedia,(2001), Kota Medan: https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan

White, Edward T. (1985), *Analisis Tapak*. Bandung: Intermatra

