

REDESAIN PUSAT PERBELANJAAN KANDILO DI KABUPATEN PASER

Elda Fitrawati

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat
elda033@gmail.com

Anna Oktaviana

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat
aoktaviana@unlam.ac.id

Abstrak

Pusat perbelanjaan kini sudah menjadi gaya hidup, begitu juga yang terjadi di Kabupaten Paser. Satu-satunya pusat perbelanjaan modern adalah Pusat Perbelanjaan Kandilo yang kini sudah berkurang pengunjungnya. beberapa permasalahan berkurangnya pengunjung Pusat Perbelanjaan Kandilo adalah kurangnya store atmosphere dan lantai 3 yang dirancang sebagai area rekreasi seperti zona kuliner dan game zone tidak berjalan lancar. Metode yang digunakan adalah progmatik, metode ini berangkat dari pencarian permasalahan/ problem seeking dan menemukan pemecahan masalah/ problem solving sebagai landasan konsep. Dengan konsep citywalk, redesain ini akan menghidupkan suasana rekreasi salah satunya dengan zona kuliner yang bisa dijadikan tempat nongkrong dan santai setiap kalangan masyarakat. selain menghidupkan wadah rekreasi, redesain ini akan memaksimalkan fungsi Pusat Perbelanjaan Kandilo sebagai pusat perbelanjaan dengan cara menciptakan retail yang menarik dan tersusun merata, pencapaian dan sirkulasi yang mudah, parkir yang memadai dan nyaman serta interior yang membuat pengunjung betah. Penerapan konsep citiwalk pada desain berupa sistem pedestrian yang akan diterapkan pada desain ini dengan sirkulasi yang berbelok-belok. Selain itu adanya atap sky light juga akan menambah suasana city walk pada Pusat Perbelanjaan Kandilo.

Kata Kunci: Pusat perbelanjaan, Redesain, city walk.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pusat perbelanjaan di Indonesia cukup pesat, begitu juga dengan Kabupaten Paser. Kabupaten Paser merupakan bagian dari wilayah provinsi Kalimantan Timur yang terletak dibagian paling selatan. Luas wilayah Kabupaten Paser adalah seluas 11.603.94 yang terdiri atas 10.851.18 Km² luas daratan dan 752.76 Km² adalah luas perairan (Database sosial ekonomi Kabupaten Paser, 2014).

Pusat Perbelanjaan Kandilo adalah sebuah pusat perbelanjaan yang di kelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Paser. Pusat Perbelanjaan Kandilo mewadahi kegiatan berbelanja dan rekreasi seluruh masyarakat Kabupaten Paser. Berikut foto kondisi Pusat Perbelanjaan Kandilo saat ini.



Gambar 1. Kondisi Pusat Perbelanjaan Kandilo
Sumber. Dokumen pribadi, 2016

Pusat Perbelanjaan Kandilo sudah ada sejak tahun 2003 dan kehadiran Pusat Perbelanjaan Kandilo sukses menjadi pusat perbelanjaan di Kabupaten Paser. Disetiap akhir pekan dan hari libur banyak penduduk dari kecamatan lain yang datang ke Pusat Perbelanjaan Kandilo untuk berbelanja beberapa kebutuhan sandang dan lain lain terutama pada hari menjelang lebaran. Beberapa pedagang antusias untuk menyewa *stand* di beberapa atrium yang disediakan oleh pihak Pusat Perbelanjaan Kandilo untuk kegiatan pameran, bazaar dan sebagainya. Dari pameran buku, kue, gadget, bahkan alat transportasi seperti motor dan mobil. Tapi ternyata *euphoria* Pusat Perbelanjaan Kandilo mulai memudar, beberapa tahun belakangan ini Pusat Perbelanjaan Kandilo mengalami pengurangan pengunjung dan kembali ramai pada beberapa hari sebelum hari raya Idul Fitri.

Ada beberapa hal yang mempengaruhi jumlah pengunjung seperti yang dibahas levy dan weitz (2009) dalam buku *retailing management*, strategi retail meliputi *store design*, *space management*, *visual merchandising*, dan *store atmosphere*. Pusat Perbelanjaan Kandilo sendiri kurang menerapkan hal-hal diatas karena *store atmosphere* yang sangat mempengaruhi loyalitas pengunjung kurang dirasakan dengan tidak adanya musik ataupun tema khusus. Adanya tema khusus atau ciri khas sebuah pusat perbelanjaan lebih menarik. Selain itu ketidaknyamanan berbelanja sangat dirasakan saat melewati retail-retail yang meletakkan barang dagangannya dikoridor dan pedagang di retail dadakan yang membuat batasan batasan dengan kayu dan triplek membuat Pusat Perbelanjaan Kandilo terkesan berantakan dan tidak rapi. Kekurangan lainnya dapat dilihat dari lantai 3 yang kurang tertata. Selain itu, retail yang ada dilantai 3 hanya dibatasi dengan rangka kayu, triplek, dan kaca karena sebenarnya pada perencanaan awal lantai 3 akan diisi dengan zona kuliner, *entertainment/ game zone*, dan *department store*. Tapi kenyataannya tidak seperti itu, zona kuliner yang dulu banyak outlet dan pengunjungnya kini menjadi minim outlet dan sepi pengunjung. *Space* milik

departemen store yang awalnya diisi oleh *gamezone* pun kini menjadi area pertokoan atau retail, tempat sekolah PAUD bagi anak-anak penyewa retail dan tempat senam untuk orang dewasa.

Data diatas dilengkapi dengan kuisisioner yang dilakukan pada pedagang dan pengunjung Kandilo Plaza secara Acak (lihat lampiran 2). Rata rata pedagang yang ada sudah berdagang di kandilo Plaza selama lebih dari 10 tahun dan sebagian besar memilih kandilo plaza karena dapat subsidi dan bantuan dari pemerintah atas unit retail yang mereka tempati. Umumnya pedagang yang memiliki 2-3 unit retail merasa luasan toko mereka sudah cukup sedangkan pedagang yang hanya memiliki satu retail masih merasa luasan retailnya terlalu sempit. Dari kuisisioner yang diajukan, umumnya pedagang mengharapkan perletakan retail yang merata (33%), peningkatan kebersihan (30%), penggunaan eskalator sebagai transportasi vertikal yang memudahkan pengunjung untuk kelantai 2 dan 3 (11%), pengelola lebih memerhatikan kondisi fisik bangunan misalnya pengecatan dinding bangunan (8%) dan perlu ditambahkan kegiatan menarik dilantai 3 misalnya dengan diadakan event agar pengunjung meningkat (7%).

Berdasarkan hasil kuisisioner, kebanyakan pengunjung datang ke Kandilo Plaza untuk membeli barang (63%) dan sisanya hanya melihat-lihat (35%). Alasan mereka memilih kandilo plaza adalah tempat yang nyaman (45%), barang beragam (25%), dan lokasi mudah dicapai (20%). Kuisisioner yang dibagikan pada akhir pekan menunjukkan cukup banyak yang mengunjungi lantai 3 karena ingin menemani anak bermain ke game zone (40%). Sedangkan pada hari kerja, pengunjung cenderung hanya mengunjungi lantai 1 dan 2. Pengunjung berharap adanya fasilitas tambahan seperti tempat duduk untuk pengunjung (55%), eskalator sebagai penunjang kemudahan transportasi vertikal (27%), parkir yang terlindung dari panas dan hujan (14%), dan penghawaan buatan (4%). Pengunjung juga mengharapkan adanya ketertiban pedagang untuk mendisplay barang agar tidak mempersempit koridor.

Perancangan pusat perbelanjaan Pusat Perbelanjaan Kandilo ini mengambil lokasi tetap dengan pertimbangan lokasi yang strategis. Untuk memaksimalkan Pusat Perbelanjaan Kandilo sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi maka perlu pengaturan ulang tata letak, dimensi dan tipe unit serta mencoba menghidupkan suasana rekreasi.

Konsep *city walk* akan diterapkan pada desain ini untuk menciptakan ciri khas dari Pusat Perbelanjaan Kandilo. Dengan menerapkan konsep ini, diharapkan bisa menciptakan suasana rekreasi dan suasana belanja yang nyaman bagi pengunjung. Konsep *city walk* bisa diterapkan dari sirkulasinya yang berbeda dari pusat perbelanjaan lain misalnya dengan membuat sirkulasi yang berbelok-belok (dijelaskan di bab 4). Selain dalam hal sirkulasi, penerapannya bisa dengan adanya mini garden indoor serta menyediakan area duduk untuk pengunjung yang lelah setelah berkeliling Pusat Perbelanjaan Kandilo.

Permasalahan Arsitektur

Pusat Perbelanjaan Kandilo perlu peningkatan agar fungsi dari bangunan sebagai pusat perbelanjaan hidup lagi dengan memberikan fasilitas yang nyaman dilengkapi fasilitas rekreasi sebagai penunjang. Dari sini perlu pendekatan konsep untuk menjawab permasalahan secara arsitektural. Salah satu konsep yang bisa diterapkan adalah konsep *city walk*, dimana *city walk* merupakan wadah berbelanja serta rekreasi. Dengan begitu permasalahannya adalah:

“Bagaimana menerapkan konsep *city walk* pada pusat perbelanjaan kandilo?”

TINJAUAN PUSTAKA

Pusat perbelanjaan (*Shopping Centre*) adalah sebuah bangunan yang terdiri dari beberapa toko eceran, yang umumnya dengan satu atau lebih tokoserba, toko grosir dan tempat parkir. (Jeffrey D. Fisher, Robert, Martin dan Paige Mosbaugh 1991 : 121). Pusat perbelanjaan mengalami perkembangan sejalan dengan kemajuan di bidang teknologi. Pusat perbelanjaan saat ini telah berevolusi dari asalnya sebagai pusat konsumsi beralih menjadi aspirasi dan

gaya hidup konsumen, bukan hanya sebatas tempat untuk melakukan pembelian produk saja, akan tetapi telah berubah fungsi menjadi tempat rekreasi yang menarik, menyenangkan, aman, nyaman, dan dapat dipercaya (Neo & Wing, 2005:143).

Tinjauan Kriteria Bangunan Komersial

Konsep desain juga didapat dari acuan persyaratan bangunan komersial itu sendiri sendiri yang termasuk bangunan umum sehingga suatu bangunan komersial harus memperhatikan citra komersial (Hoyt, 1978 dalam Hikmah, M. 2016) yang memiliki persyaratan sebagai berikut:

a. Kejelasan (*Clarity*), dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan kejelasan bagi seseorang mengenali sesuatu fasilitas dengan cepat, dapat menemukan pintu masuk utama dengan segera dan dapat merasakan aktivitas kehidupan dari luar.

b. Kemencolokkan (*Boldness*), penyelesaian dengan sesuatu yang membuat orang segera mengenali dan senantiasa mengingat dalam kenangan.

c. Keakraban (*Intimicy*), penyelesaian fisik yang memungkinkan terciptanya suasana tersendiri yang menjadikan pengguna/pengunjung lebih betah.

d. Fleksibilitas (*Fleksibility*), aspek-aspek perencanaan dan perancangan yang memberikan kemungkinan-kemungkinan alih guna, alih citra dan alih waktu.

e. Kekomplekan (*Complexity*), tuntutan penciptaan suasana yang tidak berkesan monoton untuk menciptakan suasana yang khas pada fasilitas komersial.

f. Efisiensi (*Efficiency*), penggunaan yang optimal dan provitable dalam setiap luasan yang ada.

g. Kebaruan (*Inventiuness*), tataan fisik yang mencerminkan inovatif, ekspresif dan spesifik untuk mencegah kebosanan

Tinjauan Estetika

Bangunan komersil sangat identik dengan estetika karena bangunan komersial harusnya dapat mengundang pengunjung dengan estetika atau keindahan pada bangunannya. Aspek-aspek yang membentuk keindahan dan mempengaruhi kualitas estetika menurut Ishar (dalam Nurmasari, 2008:20), yaitu nilai-nilai dari

bentuk dan ekspresi yang dapat menyenangkan mata dan pikiran. Keindahan bentuk berbicara tentang sesuatu yang nyata dan terukur, sedangkan keindahan ekspresi berbicara mengenai sesuatu dalam suatu yang abstrak dan tak terukur. Dua hal tersebut menjadi satu kesatuan dalam satu kajian yaitu keindahan yang didasari aspek-aspek sebagai berikut.

a. Keterpaduan (Unity) Keterpaduan yaitu menciptakan kesatuan visual yang utuh dari tiap elemen koridor yang berbeda. Menurut Ishar (dalam Nurmasari 2008:21), semakin sedikit jumlah unsur yang harus disatukan, semakin mudah dicapai keterpaduan, semakin besar jumlah elemen yang harus disatukan, semakin sulit mencapai keterpaduan, tetapi jika berhasil, semakin besar pula nilai keterpaduan yang akan dicapai.

b. Proporsi Menurut Ching (1991) Proporsi menekankan pada hubungan yang harmonis dari satu bagian dengan bagian yang lain secara menyeluruh dapat digambarkan dari hubungan antara ketinggian, lebar, dan tinggi. Proporsi menunjukkan kualitas keruangan yang terbentuk dari hasil posisi pengamatan.

c. Skala (Scale) Menurut Ching (1991), Skala adalah suatu perbandingan tertentu yang digunakan untuk menetapkan ukuran dan dimensi-dimensinya dan juga berarti hubungan antara lebar/panjang dan tinggi ruang dari suatu tempat yang memberikan kesan pada orang yang bergerak didalamnya.

d. Keseimbangan (Balance) Keseimbangan adalah nilai yang ada pada setiap objek yang daya tarik visualnya terdapat di kedua titik pusat keseimbangan. Titik pusat keseimbangan ini berada pada titik istirahat mata yang menghilangkan kekacauan visual. (Darnawan, 2008:23).

e. Irama (Rhythm) Irama dalam urban design didapatkan melalui adanya komposisi dari gubahan massa yang serasi dengan memberikan adanya karakter penekanan, interval atau jarak dan arah tertentu dari gubahan massa dalam membentuk ruang koridor. (Ishar, 2008:24).

f. Warna (Colour) Menurut Ching (1991), warna adalah corak, intensitas dan nada yang menjadi atribut paling mencolok yang dapat

membedakan suatu bentuk dengan lingkungannya.

Tinjauan Pelaku kegiatan

- **Pengunjung,** Kegiatan utama pengunjung pada pusat perbelanjaan ada 2 yaitu mengkonsumsi kebutuhan berbelanja yang rutin /berulang misal kebutuhan berbelanja makanan dan membandingkan barang berdasarkan kualitas, variasi, desain, harga, layanan dll sebelum membuat keputusan barang yang akan dibeli.

- **Penyewa,** Penyewa adalah orang atau sekelompok orang yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan dalam melakukan kegiatan jual beli.

- **Pengelola,** Pengelola adalah individu yang tergabung dalam suatu badan yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan pengelolaan yang terdapat dalam pusat perbelanjaan. Berikut adalah pengelola yang ada pada pusat perbelanjaan:

- **Manager (manager/pimpinan),** Pengaturan dibatasi pada pengambilan keputusan (decision making) tingkat atas.

- **Administration (administrasi),** Adalah sebuah tim yang mengelola segala hal yang berhubungan dengan administrasi kantor.

- **Marketing team (Tim marketing),** Adalah suatu tim yang mengurus masalah pemasaran. Berhasil tidaknya shopping center tergantung pada marketingnya. Marketing sering dikatakan sebagai ujung tombaknya produksi.

- **Cleaning service** Adalah yang mengurus segala hal yang berhubungan dengan kebersihan gedung.

- **Maintenance Building Service (Perawatan gedung),** Adalah suatu tim yang bertanggung jawab terhadap perawatan gedung yang meliputi utilitas dan struktur gedung.

- **Security (keamanan),** Adalah suatu tim yang bertanggung jawab terhadap keamanan lingkungan bangunan dari pencurian, perampokan, pengerusakan dan lain-lain.

- **Pemilik** Yakni pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial dari shopping center. Sasaran utama investor

adalah para pedagang/penyewa toko dan sasaran tidak langsungnya adalah para pengunjung. (Francisca, 2014)

Tinjauan Konsep *City Walk*

Pusat perbelanjaan harusnya memiliki daya tarik lebih sebagai bangunan komersil dengan tujuan menarik banyak pengunjung. Oleh karena itu pusat perbelanjaan harus memiliki daya tarik lebih yang biasanya menambahkan area rekreasi untuk pengunjungnya. Dalam redesain Pusat Perbelanjaan Kandilo ini, konsep yang akan diusung adalah pusat perbelanjaan dengan sistem citywalk pada area atriumnya. Dengan begitu, rekreasi yang ditawarkan dalam Pusat Perbelanjaan Kandilo tidak hanya zona kuliner dan game zone, tapi juga mini garden yang akan disediakan di bagian atriumnya.

Citywalk secara harafiah terdiri dari 2 kata, city dan walk. City berarti kota, didalam kota, sedangkan walk berarti jalur, jalan. Jadi secara abstrak, citywalk berarti jalur pejalan kaki di dalam kota. Jalur tersebut dapat terbentuk akibat deretan bangunan ataupun lansekap berupa tanaman, Citywalk merupakan pedestrian dengan sarana perbelanjaan yang lengkap, serta dikelola oleh suatu pengembang usaha, sehingga dapat bertahan dan berkembang (Astarie, F. 2004).

Konsep *City walk* merupakan konsep dimana sebuah kota berorientasi pada pejalan kaki serta ruang terbuka sebagai ruang publik. Citywalk diluar sebuah pusat perbelanjaan modern merupakan area yang dimiliki publik sedangkan citywalk pada pusat perbelanjaan modern adalah membawa konsep citywalk dalam kota yang sebenarnya kedalam skala yang lebih kecil, yang berupa wadah/ tempat untuk berekreasi sekaligus berbelanja dan berada di lahan properti pengembang privat yang diperuntukan sebagai ruang publik.



Gambar 2. Cihampelas Citywalk



Gambar 3. Lippo Cikarang Citywalk

Teori Redesain

Redesain yang berasal dari kata redesign terdiri dari 2 kata, yaitu re- dan design. Dalam Bahasa Inggris, penggunaan kata re- mengacu pada pengulangan atau melakukan kembali, sehingga redesign dapat diartikan sebagai design ulang. Beberapa definisi redesain dari beberapa sumber :

Menurut American Heritage Dictionary (2006) "redesign means to make a revision in the appearance or function of", yang

dapat diartikan membuat revisi dalam penampilan atau fungsi.

Menurut Collins English Dictionary (2009), "redesign is to change the design of (something)", yang dapat diartikan mengubah desain dari (sesuatu).

Menurut Salim's Ninth Collegiate English-Indonesian Dictionary (2000), redesign berarti merancang kembali. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa redesain mengandung pengertian merancang ulang sesuatu sehingga terjadi perubahan dalam penampilan atau fungsi.

Dalam arsitektur, merancang ulang identik dengan membangun kembali karya arsitektur yang dirasakan kurang tepat guna. Heinz Frick dan Bambang Suskiyanto (2007), mengartikan kata-kata membangun kembali dengan membongkar secara seksama dan atau memperbaiki kesalahan yang telah dibangun. Membangun kembali juga berarti menggunakan kembali gedung yang sudah ada tetapi tidak dimanfaatkan lagi seperti fungsi semula. Redesain dalam arsitektur dapat dilakukan dengan mengubah, mengurangi ataupun menambahkan unsur pada suatu bangunan. Redesain perlu direncanakan secara matang, sehingga didapat hasil yang efisien, efektif, dan dapat menjawab masalah yang ada dalam bangunan tersebut.

Pada perancangan ulang Pusat Perbelanjaan Kandilo ini, teori redesain yang dipakai adalah teori yang mengubah bentuk bangunan dan tatanan ruang dengan fungsi yang sama. Memaksimalkan atau mengoptimalkan fungsi Pusat Perbelanjaan Kandilo sebagai pusat perbelanjaan dan wadah rekreasi dengan menambahkan area rekreasi pada area Pusat Perbelanjaan Kandilo.

METODOLOGI

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada pusat perbelanjaan Pusat Perbelanjaan Kandilo, untuk perancangan selanjutnya diperlukan suatu metode perancangan dimana metode dipilih sesuai permasalahan yang ada. Salah satu metode perancangan dalam arsitektur adalah metode perancangan programatik.

Konsep programatik berangkat dari *problem seeking* atau pencarian masalah lalu kemudian menemukan *problem solving*

atau pemecahan masalah dari desain ini. Metode ini sangat cocok mengingat proyek dari tugas akhir ini yang merupakan redesain. Permasalahan dari bangunan sebelumnya akan menemukan *problem solving* dengan metode ini.

Konsep jenis ini menekankan pada upaya untuk mengidentifikasi permasalahan pada suatu proyek dan perancangan. Jadi, ketika kita dihadapkan pada suatu perancangan, kenali dahulu permasalahannya, identifikasi lebih detail kemudian mencari solusi desain dengan pemecahan berbagai sumber. Hal ini yang disebut dengan programatik atau tanggapan langsung dan pemecahan masalah.

Permasalahan utama pada perancangan bangunan pusat perbelanjaan adalah bagaimana menciptakan rasa nyaman, aman, dan menyenangkan bagi seluruh pengunjung pusat perbelanjaan kandilo. Berikut penjelasan dan penerapan metode programatik pada desain pusat perbelanjaan kandilo:

bagaimana desain yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk datang?	Membuat tampilan bangunan yang menarik.
	Entrance yang mengundang
	Adanya papan iklan yang dapat menarik penunjung
bagaimana desain yang membuat pengunjung betah?	Menghidupkan store atmosphere dalam pusat perbelanjaan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi yang akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka.
bagaimana menerapkan konsep city walk pada pusat perbelanjaan kandilo?	Sirkulasi dan pedestrian yang memperhatikan lebar, arahan dan pemilihan material.
	Adanya taman kecil didalam bangunan beserta furniture untuk beristirahat seperti bangku taman.
	penggunaan atap sky light pada bangunan

Gambar 4. Penerapan Metode Programatik

PEMBAHASAN

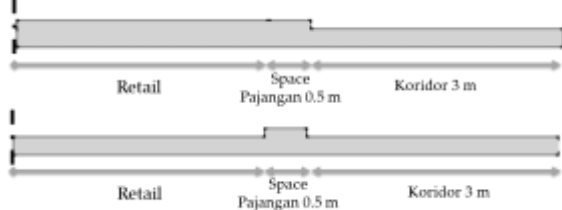
Memaksimalkan fungsi Pusat Perbelanjaan Kandilo sebagai pusat perbelanjaan dan wadah rekreasi bagi masyarakat kabupaten paser adalah tujuan dari Redesain Pusat Perbelanjaan Kandilo

ini. Untuk mencapai tujuan itu sendiri dibutuhkan konsep yang dapat mewujudkan tujuan redesain Pusat Perbelanjaan Kandilo.

Dari konsep citywalk, Pusat Perbelanjaan Kandilo bisa menerapkan pusat perbelanjaan yang santai dan bisa dijadikan wadah rekreasi layaknya citywalk yang santai dengan adanya zona kuliner, pedestrian dan tempat duduk santai yang bisa dijadikan sarana rekreasi.

Konsep Sirkulasi dan pedestrian.

Pola sirkulasi lurus bisa saja jadi alternatif hanya saja perlu tambahan seperti susunan penutup lantai yang menarik agar menciptakan kenyamanan pengunjung. Desain sirkulasi yang aman bisa diterapkan dengan penggunaan material penutup lantai yang tidak licin. Sedangkan kenyamanan dalam pola sirkulasi ini bisa capai dengan lebar sirkulasi yang sesuai dan pencahayaan yang cukup. Lebar sirkulasi untuk pedestrian sendiri umumnya 1,8- 3 meter sedangkan untuk lebar koridor pusat perbelanjaan adalah 3 meter, sehingga akan di sediakan koridor dengan lebar 3 meter ditambah 0,5 meter untuk *space* pajangan pada setiap retail.



Gambar 5. Jarak Sirkulasi
Sumber: Analisis Penulis, 2016.

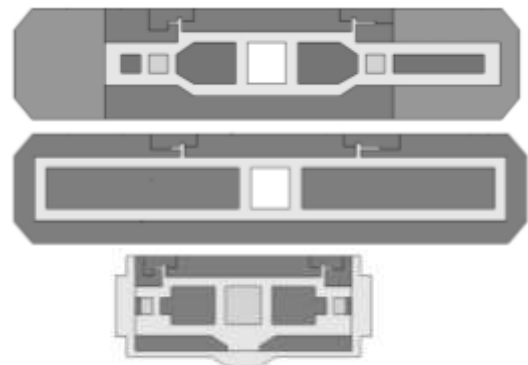
Konsep Susunan Ruang

Zoning vertikal, Berikut pembagiannya tata letak retail per lantai:

Lantai 3	zona kuliner, Gamezone, kantor UPTD dan retail-retail besar seperti retail buku, saloon kecantikan dan retail <i>brand</i> .
Lantai 2	Retail bahan sandang seperti pakaian, tas, dan sepatu.
Lantai 1	retail elektronik, gadget, mainan, perhiasan, kosmetik, hobby shop, dan sembako.

Gambar 6. Zoning Vertikal
Sumber: Analisis Penulis, 2016.

Zoning horizontal, Pola sirkulasi dan perletakan retail sangat berhubungan, maka perletakan susunan retail juga mengikuti pola sirkulasi dan pedestrian. Pada bagian tengah bangunan dan ujung-ujung bangunan juga dibuat perpaduan dengan bentuk setengah segienam untuk mengharmonisasikan bentuk dengan bagian sirkulasi didalamnya.



- Retail
- Koridor
- Area servis
- Food court & game zone
- Area hijau

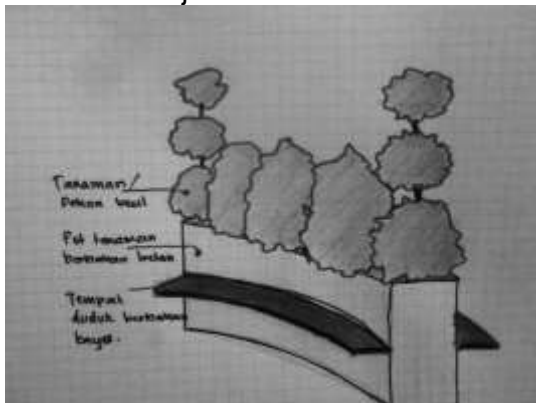
Gambar 7. Zoning Perlantai
Sumber: Analisis Penulis, 2016

Konsep Interior

Tata ruang dalam menjadi penentu betah atau tidaknya pengunjung. Mengingat fungsi pusat perbelanjaan yang bersifat komersial dan menarik banyak pengunjung, maka tata ruang dalam bangunan harusnya

membuat pengunjung betah bahkan berlama-lama didalamnya. Sesuai konsep utama dalam perancangan ini yaitu citywalk, Pusat Perbelanjaan Kandilo tidak hanya sekedar pusat perbelanjaan bagi masyarakat paser, tapi juga sebagai wadah rekreasi.

Konsep citywalk diterapkan dengan interior pada lantai 2 dan 3 dengan membuat konsep seperti pada PVJ mall yang sangat mencerminkan citywalk. adanya mini garden indoor di beberapa titik Pusat Perbelanjaan Kandilo khususnya bagian atrium plaza juga menambah kean city walk pada bangunan ini. Selain itu adanya zona kuliner yang nyaman dan tertata akan menarik pengunjung yang datang bukan untuk berbelanja tapi sekedar makan-makan di zona kuliner yang ada di Pusat Perbelanjaan Kandilo.



Gambar 8. Salah satu atribut mini garden indoor
Sumber: Analisis Penulis, 2016

Konsep Bentuk

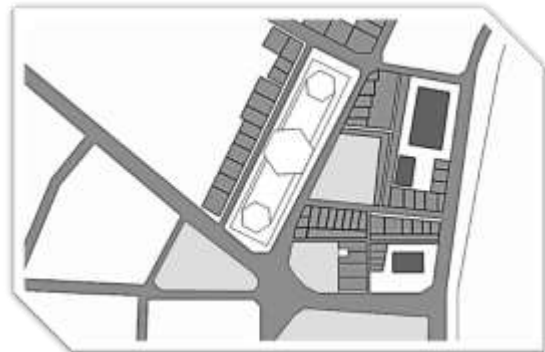
Tampilan eksterior atau bentuk bangunan adalah image bangunan yang tentunya berpengaruh untuk menarik pengunjung untuk datang. Selain eksterior, interior juga sangat berpengaruh, karena tanpa interior yang menarik, pengunjung hanya akan datang sekali karena melihat eksteriornya dan kecewa dengan interiornya maka mereka tidak lagi tertarik untuk berkunjung. Begitupun sebaliknya, jika interiornya nyaman, menarik dan membuat pengunjung betah, maka pengunjung akan senang untung datang dan berkunjung lagi.

Tata ruang luar biasanya mengikuti bentuk bangunan dari denahnya. Konsep bentuk yang diambil adalah lingkaran yang bersifat dinamis sangat cocok diterapkan pada bangunan komersial. Konsep bentuk

lingkaran juga melambangkan sirkulasi pengunjung yang tentunya berputar-putar mengelilingi setiap retail yang ada seperti garis yang ada pada lingkaran. Berikut gambaran konsep bentuk rancangan Pusat Perbelanjaan Kandilo ini:

Bentukan dasar denah

Mengambil bentukan segienam pada tengah bangunan agar menciptakan kesan dinamis dan tidak kaku. Setelah itu dibentuk pula setengah segienam pada ujung-ujung bangunan agar lebih ada kesatuan dan harmonisasi.



Gambar 9. Bentuk dasar denah
Sumber: Analisis Penulis, 2016

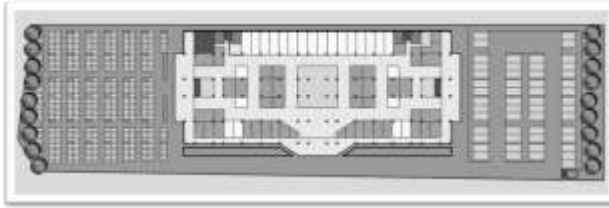
Mengingat lantai satu yang digunakan untuk parkir kendaraan pengunjung, maka pada lantai satu diberikan lebih banyak ruang terbuka daripada lantai 2 dan 3 agar kapasitas parkirnya memadai. Berikut bentuk denah lantai 1 yang sudah dimodifikasi untuk memaksimalkan bagian parkir



Gambar 10. Gambaran denah lantai 1
Sumber: Analisis Penulis, 2016

Desain Awal

Site plan



Gambar 11. Site Plan (pradesain)
Sumber: Analisis Penulis, 2016

Tampak kawasan



Gambar 12. Tampak kawasan (pradesain)
Sumber: Analisis Penulis, 2016

Perspektif



Gambar 13. Perspektif (pradesain)
Sumber: Analisis Penulis, 2016

KESIMPULAN

Euphoria pusat perbelanjaan akan bergantung pada fungsi bangunan itu sendiri. Pusat perbelanjaan dengan retail berjejer didalamnya akan lebih sebentar *euphoria*-nya dibandingkan pusat perbelanjaan yang memuat tempat nongkrong misalnya. Dengan ini pengembangan fungsi pada redesain ini untuk menjadikan Pusat Perbelanjaan Kandilo terus dikunjungi banyak pengunjung.

Pusat Perbelanjaan Kandilo yang berdiri di area yang memiliki luas 8967 m² ini memiliki lokasi yang strategis di area komersial di Tana Paser. Dengan ketinggian 3 lantai, bangunan ini akan memberikan fasilitas sebagai sarana perbelanjaan, rekreasi, dan sarana penunjang lain pada setiap pegunjungnya.

Dengan konsep *citywalk*, Pusat Perbelanjaan Kandilo akan dijadikan pusat perbelanjaan yang memiliki wadah rekreasi berupa mini garden, atrium untuk pameran atau *event-event* kecil dan zona kuliner yang dapat dijadikan tempat nongkrong. Bentuk bangunan mengikuti bentuk site yang memanjang untuk mendapatkan luas bangunan maksimal dan memanfaatkan struktur yang ada pada bangunan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrahwati, D.R. 2010. *Pemilihan Tipe Skylight Pada Bangunan Mall*. Depok: Universitas Indonesia.
- Astarie, F. 2004. *Penerapan City Walk Pada Selokan Mataram*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Azhar, Baihaki. 2009. *Pusat Perbelanjaan di Banjarbaru*. Banjarbaru: S1 thesis Univeritas Lambung Mangkurat.
- Beddington, Nadine. 1982. *Design for Shopping Center*. New York: Mc. Graw-Hill Book Company.
- Berman, Barry and Joel R. Evans, 2001. *Retail Management: A Strategic Approach*. Upper Saddle River :Prentice Hall Intl,Inc.
- Chiara, J.D. dan Callendar, J.H. 1973. *Time-Saver Standards for Building Types*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.
- Elvina Eva , Adrianto. 2013. *Pusat Perbelanjaan Di Yogyakarta*. Yogyakarta: S1 thesis UAJY.
- Fisher, Jeffrey D., Martin, Robert S., and Mosbaugh, Paige. 1991. *The Language of Real Estate Appraisal*. Dearborn Financial Publishing Inc.
- Fransisca. 2014. *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Pusat Perbelanjaan Modern Di Yogyakarta Studi Tata Ruang Luar Dengan Konse Citywalk*. Yogyakarta: S1 thesis, UAJY.
- Heinz Frick, FX Bambang Suskiyanto . (2007). *Dasar - dasar Arsitektur Ekologis*. Yogyakarta: Kanisius.

- Hikmah, Mutiara. 2016. *Depo Tiara Bangunan*. Banjarbaru: S1 thesis Univeritas Lambung Mangkurat.
- Keith J. H, Paul T. 1996. *Mental Leaps: Analogy in Creative Thought*.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Levy, M ichele., Weitz, Banrton A. 2007. *Retailing Management*, 6th edition. New York: Mc.Graw Hill.
- Maitland, B, 1985. *Shopping Malls-Planing and Design*. New York: Langman Group Limited.
- Mardiana, Dian. 2015. *Paris Van Java Mall Bandung – PVJ Resort Lifestyle Place*. [http://tempatwisatadibandung info/paris-van-java-mall-bandung-pvj-resort-lifestyle-place/](http://tempatwisatadibandung.info/paris-van-java-mall-bandung-pvj-resort-lifestyle-place/). Diakses pada 14 Nopember 2016
- Mutia, Indah. Andini, Dila N. 2014. *Buku ajar perancangan tapak*. Banjarbaru: Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat
- Pemerintah Kab.Paser. 2015. *Database pembangunan kabupaten paser, 2015*.
- Pemerintah Kab.Paser. 2014. *Database pembangunan kabupaten paser, 2014*.
- Peraturan Daerah Kabupaten Paser Nomor 11 Tahun 2011. *Retribusi Izin Mendirikan Bangunan*. Kabupaten Paser.
- Rahmadaana, Nur M.S. 2016. *Pengaruh display produk dan suasana toko terhadap pembelian impulsif di minimarket eramart cabang lembuswana Samarinda*. Samarinda: E-jurnal Unmul.