



LANDASAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
ARSITEKTUR

**AUTO SHOPPING MALL
DI SURABAYA**

Diajukan untuk memenuhi sebagian
persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Teknik

Disusun oleh :
RIZKA KAUTSAR

L2B 002 242

Periode 97

Oktober 2006 – Maret 2007

Kepada

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2006**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam zaman yang serba modern ini dimana segala perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat, tentunya kehadiran teknologi dapat membantu dan mendukung aktifitas manusia, khususnya bagi masyarakat perkotaan dimana segala aktifitas dikerjakan secara cepat dan tepat seiring dengan kemajuan teknologi tersebut. Otomotif sebagai salah satu penemuan yang penting dalam bidang teknologi menjadi suatu sarana transportasi yang tentunya dapat membantu dan mempermudah aktifitas manusia. Otomotif atau bisa juga disebut dengan mobil dapat diartikan sebagai kendaraan yang dapat digerakkan dengan motor menjadi kendaraan yang paling umum dan banyak beredar di jalan dan mampu beradaptasi di berbagai medan. Sudah hampir 100 tahun lebih kehidupan manusia dibantu oleh teknologi otomotif. Kehadiran teknologi otomotif menjadi suatu kunci utama dalam industri ekonomi yang dapat merubah dunia selama abad ke-20 ini.

Dalam perkembangannya mobil merupakan salah satu jenis kendaraan bermotor yang telah mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat, sejalan teknologi mobil berbahan bakar bensin pertama kali ditemukan oleh Karl Benz di Jerman pada tahun 1885 hingga sekarang sudah terdapat mobil yang mempunyai teknologi *hybrid*. Meskipun memiliki harga yang relatif lebih mahal dari jenis kendaraan bermotor lainnya, seperti motor, mobil seakan tetap menjadi pilihan utama alat transportasi yang mengutamakan keamanan dan kenyamanan pengendaranya dan terkadang mwnjadi suatu simbol status ekonominya. Berbagai macam merk mobil banyak bermunculan di Indonesia, pabrikan pembuat mobil seakan berlomba satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Merk mobil yang banyak terdapat di Indonesia pada umumnya berasal dari Jepang seperti Toyota, Honda, Mitsubishi, Daihatsu, Suzuki, Mazda, Nissan, dan lain – lain namun ada juga pangsa mobil Eropa dan Amerika yang umumnya berasal dari kalangan menengah keatas yang memilih merk mobil seperti BMW,

Mercedes Benz, Audi, Chevrolet, Ford, Peugeot dan Renault, dengan alasan untuk mendapatkan kenyamanan dan keamanan yang lebih baik serta *image* dari mobil tersebut yang tergolong mobil mewah.

Surabaya sebagai kota metropolis yang merupakan ibukota propinsi Jawa Timur merupakan kota terbesar kedua dan kota pelabuhan terbesar kedua di Indonesia yang menjadikan Surabaya menjadi salah satu kota yang strategis. Hal ini dikarenakan Surabaya memiliki pelabuhan yang cukup ramai dan tentunya mendukung perekonomian serta meningkatkan laju perdagangan di kota itu. Dengan berbagai kelebihan tersebut membuat kota Surabaya menjadi kota besar yang tentunya tidak kalah dengan Jakarta. Kondisi ekonomi daerah secara umum dapat ditunjukkan oleh angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Investasi, Inflasi, pajak dan redistribusi, pinjaman dan pelayanan bidang ekonomi. Besaran nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) ini secara nyata mampu memberikan gambaran mengenai nilai tambah bruto yang dihasilkan unit-unit produksi pada suatu daerah dalam periode tertentu. Lebih jauh, perkembangan besaran nilai PRDB merupakan salah satu indikator yang dapat dijadikan ukuran untuk menilai keberhasilan pembangunan suatu daerah, atau dengan kata lain pertumbuhan ekonomi suatu daerah dapat tercermin melalui pertumbuhan nilai PRDB.

Berdasarkan data Bappeko Surabaya, perkembangan perekonomian kota Surabaya periode (2002-2004), menunjukkan angka pertumbuhan yang cukup positif, masing-masing sebesar 3,80 persen (2002), 4,22 persen (2003) dan 5,45 persen (2004). Pertumbuhan ekonomi kota Surabaya yang meningkat juga mempengaruhi minat masyarakat akan dunia otomotif yang juga ikut meningkat. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor di kota Surabaya. Bagi sebagian masyarakat perkotaan khususnya Surabaya memiliki kendaraan bermotor merupakan suatu kebutuhan yang dapat mendukung serta mempermudah aktivitas mereka. Bahkan bagi sebagian masyarakat yang tentunya berasal dari kalangan menengah keatas, kendaraan bermotor khususnya mobil dapat menjadi suatu gaya hidup (*lifestyle*).

Memiliki kendaraan pribadi tidak hanya digunakan sebagai fasilitas penunjang aktivitas mereka tetapi juga diperlukan keamanan dan kenyamanan selama mengendarai kendaraan tersebut, hal ini membuat para konsumen merasa perlu untuk melengkapi kendaraan mereka dengan berbagai alat tambahan untuk menunjang keamanan dan kenyamanan selama berkendara. Hal tersebut mendorong tumbuhnya tempat-tempat penjualan mobil baru maupun bekas dan penjualan aksesoris dan *spareparts* di kota Surabaya seperti di kawasan jalan kertajaya yang disana terdapat berbagai *showroom* mobil, serta di kawasan jalan kedungkoro dan pasar genteng sebagai pusat penjualan aksesoris dan *spareparts* mobil serta terdapat berbagai salon mobil.

Dengan berbagai realita diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Surabaya pada khususnya, terhadap dunia otomotif mengalami peningkatan yang tentunya hal tersebut dapat dijadikan indikator peluang bisnis yang baik di bidang otomotif. Tren positif dalam bidang otomotif secara garis besar dapat dilihat dalam statistik penjualan mobil-mobil baru yang cenderung meningkat dari tahun ketahun.

Berangkat dari fenomena-fenomena diatas maka diperlukan suatu wadah untuk menampung kegiatan otomotif yang tentunya representatif. Oleh karena itu konsep dari auto shopping mall di Surabaya ini adalah sebagai tempat untuk aktifitas pelayanan penjualan mobil penumpang (*Passenger Car*) serta aksesoris mobil yang menggunakan konsep shopping mall atau bisa dikatakan menggabungkan antara katifitas otomotif yang berupa penjualan mobil dan aksesoris dengan aktifitas berbelanja serta rekreasi seperti layaknya sebuah shopping mall. Bangunan-bangunan komersial seperti Shopping mall, hotel, dan apartemen juga semakin merebak diberbagai penjuru kota Surabaya, tetapi kebutuhan akan suatu shopping mall yang memiliki suatu tema khusus (*Thematic Mall*) dirasa kurang.

Membidik dari kalangan pecinta otomotif maupun masyarakat umum dengan konsep Auto Shopping Mall dengan penekanan desain arsitektur modern karena sesuai dengan filosofi otomotif, dirasa memiliki prospek yang cukup baik karena hingga saat ini shopping mall yang ada di kota Surabaya masih belum ada

yang memiliki konsep seperti itu sehingga diharapkan dengan adanya suatu mall yang mewadahi aktifitas otomotif akan menjadi suatu landmark serta tren yang akan berkembang nantinya di kota metropolitan Surabaya.

1.2 Tujuan dan Sasaran

1.2.1 Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai yaitu terumuskannya pokok-pokok pikiran sebagai suatu landasan konseptual perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya menjadi suatu wadah yang representatif dan akomodatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk dan jasa otomotif.

1.2.2 Sasaran

Tersusunnya usulan langkah-langkah pokok (dasar) perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya berdasarkan atas aspek-aspek panduan perancangan (*design guide lines aspect*) yang berguna sebagai acuan/pedoman dalam penyusunan Landasann Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur.

1.3 Manfaat

1.3.1 Subjektif

1. Untuk memenuhi salah satu persyaratan mengikuti Tugas Akhir di Jurusan Arsitektur Universitas Diponegoro.
2. Sebagai landasan dan acuan dalam penyusunan Laporan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur.

1.3.2 Objektif

1. Sebagai sumbangan perkembangan ilmu dan pengetahuan Arsitektur pada khususnya.
2. Dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa yang akan mengajukan proposal Tugas Akhir.

1.4 Ruang Lingkup

Secara *substansial*, mencakup perencanaan dan perancangan bangunan massa tunggal pada bangunan Auto Shopping Mall di Surabaya, pembahasan materi berdasarkan pada aktifitas di bidang otomotif dan hal lain yang berhubungan dalam perencanaan dan perancangan kemudian dianalisa dengan menggunakan pendekatan aspek-aspek yang ada dalam arsitektur, yaitu aspek kontekstual, aspek fungsional, aspek arsitektural, aspek teknis dan aspek kinerja.

Secara *spasial*, perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya ini direncanakan berada pada kawasan kota Surabaya Provinsi Jawa Timur.

1.5 Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang digunakan dalam penyusunan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) yang berkenaan dengan judul Auto Shopping Mall di Surabaya ini adalah melalui metode deskriptif. Metode ini memaparkan, menguraikan dan menjelaskan mengenai *design requirements* (kebutuhan desain) dan *design determinant* (penentuan desain) terhadap perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya. Adapun *design requirements* dan *design determinant* yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya adalah pemilihan lokasi dan tapak serta program ruang.

Berdasarkan *design requirements* dan *design determinant* inilah nantinya akan ditelusuri data yang diperlukan dalam perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya. Data yang terkumpul kemudian akan dianalisa lebih mendalam dengan bahan, alat dan cara penganalisaan sesuai dengan kriteria yang akan dibahas. Dari hasil penganalisaan inilah nantinya akan didapat suatu kesimpulan, batasan dan juga anggapan secara jelas mengenai perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

Hasil kesimpulan keseluruhan nantinya merupakan konsep dasar yang digunakan dalam perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya sebagai landasan dalam Desain Grafis Arsitektur. Dalam pengumpulan data, akan diperoleh data yang kemudian akan dikelompokkan kedalam 2 kategori yaitu :

a. Data Primer

• **Observasi Lapangan**

Dilakukan dengan cara pengamatan langsung melalui studi kasus, di wilayah lokasi dan tapak perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya dan studi banding pada Automotive Mall Indonesia di Jakarta, Bengkel dan showroom Simprug Mobil di Jakarta, serta Golden City Mall di Surabaya melalui pengumpulan data baik fisik maupun non fisik. Adapun data fisik dan non fisik yang dimaksud adalah :

- a. Data fisik, data yang didapat berupa gambar fisik perencanaan dan perancangan Automotive Mall Indonesia di Jakarta sebagai studi bandingnya.
- b. Data non fisik, data yang didapat berupa angka atau jumlah yang diperoleh pada saat studi kasus di wilayah perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

• **Wawancara**

Wawancara yang dilakukan dengan pihak pengelola Automotive Mall Indonesia di Jakarta, pengelola bengkel dan showroom Simprug Mobil, serta pengelola Golden City Mall di Surabaya, serta berbagai pihak-pihak yang terkait dalam perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya baik pihak pemerintah kota Surabaya, instansi atau dinas terkait kota Surabaya.

b. Data Sekunder

Studi literatur melalui buku dan sumber-sumber tertulis mengenai perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall, serta peraturan-peraturan yang berkaitan dengan studi kasus perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

Berikut ini akan dibahas *design requirements* dan *design determinant* yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

1. Pemilihan Lokasi dan Tapak

Pembahasan mengenai pemilihan lokasi dan tapak, dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penentuan suatu lokasi dan tapak yang layak sebagai perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya, adapun data yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Data Primer, berupa data tata guna lahan/peruntukkan lahan pada wilayah perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.
- b. Data Sekunder, berupa potensi fisik geografis, topografi, iklim, persyaratan bangunan yang dimiliki oleh lokasi dan tapak itu sendiri dan juga terhadap lingkungan sekitarnya yang menunjang terhadap perencanaan dan perancangan sebuah Auto Shopping Mall nantinya.

Setelah memperoleh data primer dan sekunder dari beberapa alternatif tapak yang telah ditentukan untuk masuk dalam kriteria perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya tersebut di analisa dengan menggunakan nilai bobot terhadap kriteria lokasi dan tapak yang telah ditentukan untuk kemudian memberi *scoring* terhadap kriteria x nilai bobot, dan tapak yang terpilih diambil dari nilai yang terbesar.

2. Program Ruang

Pembahasan mengenai program ruang dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan data yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya, yaitu dilakukan dengan pengumpulan data mengenai pelaku ruang itu sendiri beserta kegiatannya, dilakukan dengan observasi lapangan baik studi kasus maupun dengan studi banding, serta dengan standar/literatur perencanaan dan perancangan showroom, bengkel mobil serta shopping mall. Adapun data yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Data Primer, berupa data populasi atau jumlah pada wilayah perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall seperti jumlah pemilik mobil di Surabaya jumlah showroom dan bengkel yang ada pada wilayah perencanaan yaitu kota Surabaya ataupun pada lingkup wilayah yang lebih

besar seperti Provinsi Jawa Timur ataupun seluruh Indonesia. Jumlah pelaku atau pengguna Auto Shopping Mall baik Pengelola, Mekanik, Sales dan pihak terkait lainnya. Struktur organisasi pengelola atau lembaga lainnya yang erat kaitannya dengan perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall.

- b. Data Sekunder, berupa data kegiatan atau aktivitas pengguna Auto Shopping Mall dan kebutuhan ruang serta persyaratan ruang yang disyaratkan berdasarkan standar perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall.

Setelah memperoleh data primer dan sekunder tersebut, kemudian menyesuaikan antara pelaku dan persyaratan ruang yang didapat melalui studi banding dengan standar perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall, sehingga dari hasil analisa terhadap kebutuhan dan persyaratan ruang akan diperoleh program ruang yang akan digunakan pada perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

3. Penekanan Desain Arsitektur

Pembahasan mengenai penekanan desain arsitektur dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan data yang berkaitan dengan aspek arsitektural dalam perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya. Data yang diperoleh dilakukan dengan observasi lapangan melalui studi banding pada Auto Shopping Mall lain serta dengan standar/literatur mengenai perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall kaitannya dengan persyaratan bangunan tersebut. Adapun data yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Data Primer, aspek kontekstual pada lokasi dan tapak terpilih dengan pertimbangan keberadaan bangunan disekitarnya.
- b. Data Sekunder, literatur/standar perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall.

Setelah memperoleh data tersebut, kemudian menganalisa antara data yang diperoleh dari studi banding dengan standar perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall sehingga akan diperoleh pendekatan

arsitektural yang akan digunakan pada perencanaan dan perancangan Auto Shopping Mall di Surabaya.

1.6 Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, sistematika dalam penyusunan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur Auto Shopping Mall di Surabaya ini adalah :

BAB I Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang, tujuan dan sasaran, manfaat, ruang lingkup, metode, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Umum

Membahas tinjauan mengenai otomotif, bengkel, *showroom*, retail aksesoris mobil, serta shopping mall yang meliputi pengertian, fungsi, kegiatan, klasifikasi, standar dan unsur pendukung Auto Shopping Mall dan studi banding.

BAB III Tinjauan Khusus

Membahas data mengenai kondisi kota Surabaya, tinjauan khusus berupa faktor pendukung dan kendala serta identifikasi kegiatan Auto Shopping Mall di Surabaya.

BAB IV Batasan dan Anggapan

Membahas batasan dan anggapan dari pembahasan sebelumnya untuk digunakan sebagai dasar pendekatan dan penentuan landasan program selanjutnya.

BAB V Pendekatan Program Perencanaan Dan Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang dasar pendekatan, analisa pendekatan konsep perancangan secara fungsional, kontekstual, arsitektural, teknis, kinerja, dan analisa pendekatan lokasi dan tapak.

BAB VI Program Dasar Perencanaan Dan Konsep Dasar Perancangan Arsitektur

Membahas tentang konsep dan dasar perancangan yang berisi konsep perancangan, rekapitulasi program ruang dan besaran tapak.