

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Tingginya jumlah kependudukan 3.174.499 jiwa di kota Bandung, mempengaruhi tingginya kebutuhan masyarakat, salah satunya pemenuhan pada sektor perdagangan yaitu peningkatan jumlah tempat perbelanjaan di kota Bandung. Selain itu, peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung juga membuat meningkatnya tempat-tempat rekreasi. Dari data rekapitulasi data kunjungan wisatawan yang datang ke kota Bandung pada tahun 2010-2015 tercatat 1.974.619 sampai dengan 2.056.602 jiwa. Laju pertumbuhan ekonomi kota Bandung saat ini sedang berkembang pesat. Kondisi ini berbanding lurus dengan pembangunan infrastruktur terutama yang berada di wilayah pusat kota. Pemerintah kota Bandung melalui Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya akan mulai mengarahkan pembangunan ke wilayah Bandung Timur. Hal ini sebagai upaya untuk memindahkan pembangunan infrastruktur yang lebih terkonsentrasi di pusat kota. Untuk itu perencanaan dan perancangan shopping mall akan berlokasi di Ujung Berung, tepatnya di jalan A.H Nasution. Jalan A.H Nasution merupakan jalan arteri primer sebagai akses jalan utama di Ujung Berung, selain itu terdapat potensi sarana prasarana di jalan A.H Nasution berupa alun-alun Ujung Berung dan Masjid besar Ujung Berung yang selalu ramai dikunjungi pengunjung.

Ujung berung merupakan wilayah yang terdapat banyak perumahan, karena peningkatan kebutuhan masyarakat sekarang ini tidak hanya pada pemenuhan kebutuhan primer saja, namun membutuhkan kebutuhan sekunder dan tersier. di samping itu kota Bandung atau yang sering disebut kota kembang, dikenal sebagai kota belanja dan kulinernya. Fashion dan kuliner merupakan sesuatu yang sering di cari oleh masyarakat di dalam maupun dari luar Kota Bandung. Tingginya animo masyarakat terhadap berbelanja yang dipengaruhi gaya hidup dan kuliner, menjadikan pembangunan tempat perbelanjaan saat ini tidak hanya menyediakan kebutuhan primer saja. Peningkatan pembangunan tempat perbelanjaan, jumlahnya cukuplah lumayan menurut Bappeda (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah) , pada tahun 2010 sampai tahun 2015, tercatat 43 pusat perbelanjaan atau mall, terbangun di kota Bandung. Namun demikian, banyaknya pembangunan tempat perbelanjaan juga menimbulkan permasalahan, seperti banyaknya tempat perbelanjaan (mall) di bandung yang tidak laku, salah satu penyebabnya adalah lokasi pemabangunan mall, dimana penduduk yang ada di sekitar tempat perbelanjaan

Zia Catriz, 2018

LAPORAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN SHOPPING MALL UJUNG BERUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

rata-rata dari keluarga menengah dan kebawah, sedangkan tempat perbelanjaan tersebut hanya menyediakan kebutuhan primer saja dan barang yang dijual merupakan barang bermerk terkenal dengan harganya yang mahal-mahal, dan kurangnya fasilitas rekreasi didalamnya, menyebabkan masyarakat enggan untuk pergi ke tempat perbelanjaan tersebut.

Untuk itu, perencanaan shopping mall dengan fasilitas rekreasi serta akan menonjolkan koridor yang menarik dan nyaman sebagai pendukung aktivitas di shopping mall tersebut, yaitu menampilkan koridor dengan pengalaman ruang yang berbeda. Sehingga tema yang akan dihadirkan pada shopping mall ini yaitu *Recreative Corridor* dengan tujuan menjadikan shopping mall ini menjadi destinasi masyarakat agar dapat merasakan pengalaman berbeda dalam berbelanja, kuliner dan hiburan atau sekedar untuk melepas rasa penat dan kejenuhan dari kegiatan sehari-hari dengan rasa nyaman dan aman, tema ini pertimbangan untuk mendukung program walikota Bandung, yaitu “menaikkan indeks kebahagiaan” pada masyarakat kota Bandung.

Shopping mall ini memiliki aktivitas pada ruang dalam maupun ruang luar. Area ruang dalam mewadahi kegiatan berbelanja antara lain pasar swalayan, baju, sepatu, pakaian, dan sebagainya. Pada area ruang luar mewadahi aktivitas makan, *window shopping*, berjalan-jalan, hiburan, yang berujung pada interaksi sosial dengan suasana rekreasi. Target pasar dalam perencanaan dan perancangan shopping mall ini untuk semua golongan pengunjung sebagai kebutuhan akan pusat hiburan, belanja, interaksi atau *social centre*, dan rekreasi serta dalam berinvestasi dan tuntutan gaya hidup, rekreasi dan penciptaan lapangan pekerjaan melalui fasilitas-fasilitas yang ada dalam kawasan tersebut, dimana dapat melayani kebutuhan masyarakat berbagai usia diantaranya anak-anak, remaja dan dewasa. Perencanaan dan Perancangan shopping mall dengan konsep ini, diharapkan pengunjung dapat merasakan kenyamanan dan aman dalam berbelanja hingga berekreasi. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di Ujung Berung kota Bandung.

1.2 Perumusan Masalah

Beberapa aspek permasalahan yang perlu diperhatikan dalam merancang *shopping mall* adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perancangan Shopping Mall yang dapat mewadahi penduduk Ujung Berung sebagai target utamanya?

Zia Catriz, 2018

LAPORAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN SHOPPING MALL UJUNG BERUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan Shopping Mall dengan penerapan tema "*recreative corridor*"?
3. Bagaimana Sirkulasi alur pengunjung Shopping Mall yang menguntungkan bagi penyewa dan dapat mewadahi aktivitas pengunjung?

1.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan Perancangan Shopping Mall ini yaitu untuk dapat merancang sebuah bangunan komersil Shopping Mall sesuai dengan kriteria-kriteria perancangan yang baik dan benar. Selain itu, diharapkan memberikan daya tarik serta pelayanan prima untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kota Bandung dan sekitarnya dalam berbelanja dan juga berekreasi, meningkatkan pertumbuhan perekonomian di kota Bandung melalui peningkatan di bidang komersil.

Sebuah shopping mall untuk daerah Ujung Berung di Kota Bandung ini, sasaran pengunjung nya adalah penduduk dari Ujung Berung dan sekitarnya, dan juga para wisatawan yang berkunjung ke daerah ini, sedangkan untuk target pasar dari shopping mall ini adalah kalangan masyarakat menengah sampai kalangan atas.

1.4 Penetapan Lokasi

Pemilihan lokasi tapak berada pada SWK Ujung berung tepatnya di jalan A.H Nasution, wilayah Ujung Berung telah dibagi-bagi menjadi beberapa zona seperti zona perumahan, perdagangan, wisata, dsb. Pemilihan lokasi proyek didasari dari 2 acuan aturan, yaitu RTRW Kota Bandung 2011 – 2031 dan RDTR Kota Bandung. Kedua acuan tersebut saling beririsan dan mendukung adanya pembangunan pusat perbelanjaan di wilayah Ujung Berung.

1.5 Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan ini antara lain:

1.5.1 Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung di lokasi untuk mendapatkan data atau informasi. Observasi sangat membantu dalam pengumpulan data primer karena dilakukan dengan langsung mengamati kondisi lokasi tersebut. Penulis melakukan studi banding bangunan untuk mendapatkan data dan dokumentasi berupa foto pada lokasi yang dikunjungi.

Zia Catriz, 2018

1.5.2 Metode Studi Literatur

Penulis melakukan studi literatur yang bersumber dari buku, jurnal, artikel, pustaka, dan laporan Tugas Akhir project sejenis.

1.5.3 Pendekatan Konsep

Pendekatan konsep Perencanaan dan Perancangan Shopping Mall dengan penerapan tema "*Rekreative Corridor*", yang meliputi :

- Pendekatan Konsep Kegiatan
- Pendekatan Konsep Peruangan/Layout (indoor-outdoor)
- Pendekatan Konsep Pemilihan Lokasi dan Site
- Pendekatan Konsep Pengolahan Tapak
- Tanggapan Bentuk Massa Bangunan
- Tanggapan Struktur dan Konstruksi pada Bangunan
- Tanggapan Utilitas pada Bangunan

1.6 Ruang Lingkup Rancangan

Yang menjadi ruang lingkup dan batasan perancangan shopping mall di Bandung ini adalah sebagai berikut :

1. Menyangkut masalah pemilihan tapak, asumsi dan peraturan yang berlaku di sekitar tapak;
2. Fokus perancangan Shopping Mall yang meningkatkan nilai guna lahan;
3. Fokus perancangan yang dikaitkan mengenai tema rekreasi.

1.7 Sistematika Penulisan

- BAB I. Pendahuluan
Menguraikan secara garis besar urgensi perancangan dalam penyusunan landasan program perencanaan dan perancangan arsitektur, yang didalamnya meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran, penetapan lokasi, metode perancangan, serta ruang lingkup rancangan.
- BAB II. Tinjauan Perencanaan
Meninjau tentang teori-teori, definisi, dan klasifikasi bangunan Shopping Mall yang dipakai untuk mendukung perencanaan, prinsip perencanaan dan perancangan *Shopping Mall*, serta studi banding yang dilakukan di Bandung.

Zia Catriz, 2018

LAPORAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN SHOPPING MALL UJUNG BERUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- BAB III. Tinjauan Lokasi Perencanaan dan Perancangan
 - Menjelaskan latar belakang penetapan lokasi, analisis penilaian penetapan lokasi, kondisi fisik, kondisi existing, aksesibilitas, potensi lingkungan, dan infrastruktur kota serta peraturan bangunan atau kawasan setempat. Serta menganalisis ruang menurut pewadahan aktivitas, total kebutuhan ruang, organisasi ruang dan analisis tapak menurut lokasi, potensi, permasalahan dan respon terhadap tapak dengan asumsi bahwa lahan tapak dalam kondisi kosong. Dan Menentukan tampilan bentuk bangunan, struktur bangunan serta kelengkapan bangunan.
 - Menguraikan konsep rancangan bentuk, rancangan tapak, rancangan struktur dan rancangan utilitas.

- BAB IV. Kesimpulan dan Saran
Menyimpulkan kesimpulan atas hasil akhir dari perencanaan dan perancangan *Shopping Mall*.