BAB II

PEMAHAMAN PROYEK

2.1 Pengertian Proyek

2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan

Menurut Perpres RI No. 112 Tahun 2007 yang memuat tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menerangkan bahwa Pusat Perbelanjaan adalah sebuah area dengan bangunan vertikal ataupun horizontal yang ritel-ritelnya dijual dan/atau disewakan kepada para pelaku usaha dan/atau dapat dikelola sendiri untuk menyelenggarakan kegiatan perdagangan dan jasa.

Sedangkan menurut (Maitland, 1985) dalam (Hartono, 2011) menerangkan pengertian dari pusat perbelanjaan merupakan salah satu bangunan komersil yang berpusat pada suatu penyewa besar ataupun *departement store* yang berfungsi untuk menarik minat pengunjung terhadap retail-retail kecil dari pusat perbelanjaan dan menjadikannya unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan serta berfungsi juga sebagai pusat sirkulasi yang mendukung terjadinya interaksi sosial antar pengunjung dan penjual.

Dari beberapa definisi yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa, bangunan pusat perbelanjaan merupakan sebuah area komersial yang menyelenggarakan kegiatan pedagangan dan jasa dengan menjual ataupun menyewakan ritel-ritel yang ada kepada para pelaku usaha. Bangunan pusat perbelanjaan haruslah memiliki fasilitas ruang yang nyaman untuk aktivitas sosial masyarakat sebagai salah satu pemenuh gaya hidup masyarakat perkotaan.

Pusat Perbelanjaan hadir karena beberapa faktor yaitu : meningkatnya kesejahteraan ekonomi masyarakat dan berubah juga pola jual beli barang yang akhirnya merubah gaya hidup masyarakatnya, lalu faktor perpindahan penduduk ke area pinggiran untuk mencari ketenangan dan merebaknya masyarakat pengguna bis atau mobil maka akses menuju pusat perbelanjaan pun semakin dipermudah.

Menurut (Rubeinstein, 1978) unsur-unsur yang harus ada dalam pusat perbelanjaan :

1. Adanya *Anchor* (magnet) yang berfungsi sebagai daya tarik utama atau *landmark* dalam sebuah pusat perbelanjaan, biasanya dalam bangunan pusat perbelanjaan keberadaan dari plaza sering dijadikan anchor.
2. *Secondary Anchor* (magnet sekunder) perwujudannya berupa perkumpulan ritel yang dihubungkan pedestrian.
3. Koridor yang fungsinya sebagai penghubung antar magnet.
4. Lansekap yang fungsinya sebagai pembatas pusat pertokoan *outdoor* maupun *indoor*.

2.1.2 Pengertian *Lifestyle Center*

Pengertian dari *Lifestyle Center* Menurut (Odgen, 2005) merupakan sebuah tipologi dari bangunan pusat perbelanjaan yang berkonsep terbuka yang didukung oleh suasana pedestrian dan lansekap yang memprioritaskan kenyamanan pengunjung. *Liefstyle Center* memiliki fungsi yang beragam, selain dari sebuah tempat perbelanjaan yaitu sebagai tempat hiburan dan rekreasi yang berfokus kepada visual dan pembentukan suasana yang menjadikannya sebagai sebuah *landmark* yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. (Leviandri, 2018).

Sedangkan menurut (Heitmeyer dan Kind, 2007) *Lifestyle center* menawarkan konsep terbuka yang dapat berpengaruh dengan meningkatnya jumlah pengunjung yang berdampak juga meningkatnya penjualan barang karena menawarkan pengalaman ruang berbelanja yang lebih inovatif. *Lifestyle Center* merupakan sebuah tipologi pusat perbelanjaan dengan konsep terbuka, yang berfokus pada penciptaan suasana ruang yang berbeda dan didominasi oleh retail yang menjual makanan dan minuman, fashion dan aksesoris dan lainnya.

Dalam rancangan *lifestyle center* dibutuhkan suasana terbuka serta lanskap yang dapat menarik pengunjung. Konsep terbuka yang memanfaatkan energi alam seperti sistem pencahayaan dan penghawaan alami, serta memiliki akses visual dari dalam dan ke luar bangunan akan menjadi keunikan tersendiri. Pembentukan suasana juga dapat diwujudkan dalam bentuk *plaza*/atrium terbuka, pemilihan material, warna, bentuk dan ukuran massa bangunan, bunyi-bunyian serta pengadaan acara seperti festival, bazar, pertunjukan dan

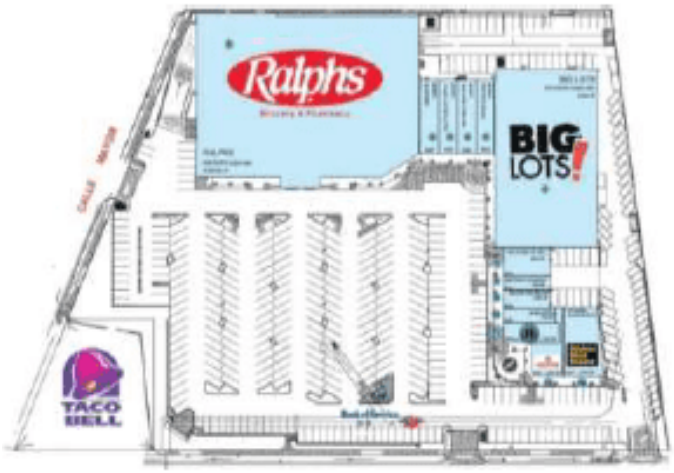
pameran. Semua itu dapat dijadikan daya tarik untuk pengunjung merasakan pengalaman berbelanja yang berbeda dari biasanya.

2.2 Tipologi Proyek

2.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Pola Sirkulasi

Menurut (Sasmita, 2019) Klasifikasi berdasarkan pola sirkulasi ini tertuju pada sebuah tenant besar atau anchor, yaitu para penyewa yang mendapatkan ruangan lebih besar, posisi lebih terjangkau dan eksklusif dari pada penyewa biasa. Berikut ini dijelaskan beberapa tipe-tipe klasifikasi berdasarkan pola srikulasi :

- **Pola Sirkulasi L,** Merupakan kumpulan dari beberapa toko ritel yang membentuk huruf L, kemudian pada setiap sudutnya diletakkan sebuah *departemen store* atau *anchor tenant* yang dapat menjadi daya tarik untuk pengunjung.



Gambar 2. 1 Contoh Pola Sirkulasi dengan Bentuk L

Sumber : Sasmita, 2019

- **Pola Sirkulasi Klaster,** Merupakan kumpulan beberapa toko yang membentuk sebuah klaster dengan sirkulasi di tengah bangunan yang membelah dua bagian ritel yang terdapat dalam bangunan. Pada sirkulasi klaster ini menggunakan sistem *double loadeed* koridor dimana para penyewa utama atau anchor tenant diletakkan pada setiap tepi bangunan dan memiliki area yang paling luas.

Gambar 2. 2 Contoh Desain Klaster

Sumber : Sasmita, 2019

- **Pola Sirkulasi U,** Merupakan kumpulan dari beberapa toko yang membentuk huruf U dan membagi bangunan menjadi tiga area utama, Anchor tenant atau para penyewa utama yang menjadi daya tarik diletakkan pada area terluas ditiga area utama tadi, sirkulasi pada pola ini menggunakan *single loadeed* koridor.

Gambar 2. 3. Contoh Pola Bentuk U

Sumber : Sasmita, 2019

- **Pola Sirkulasi T,** Merupakan kumpulan dari beberapa toko berbentuk huruf T yang kemudian membagi bangunan menjadi tiga area utama, dimana para penyewa utama atau anchor tenant diletakkan pada area pusat dari sirkulasi maupun diujung tiga area utama tersebut. Sirkulasi pada sistem ini menggunakan sistem *double loadded* koridor.

Gambar 2. 4. Contoh Pola Bentuk T

Sumber : Sasmita, 2019

- **Pola Sirkulasi Barbel,** Merupakan kumpulan dari toko-toko yang saling berhadapan satu sama lain di sepanjang jalur sirkulasi yang membentuk seperti barbel dengan anchor tenant atau penyewa utama menempati area terluas dibagian ujung sirkulasi bangunan. Sirkulasi yang digunakan merupakan sistem *double loadded* koridor.

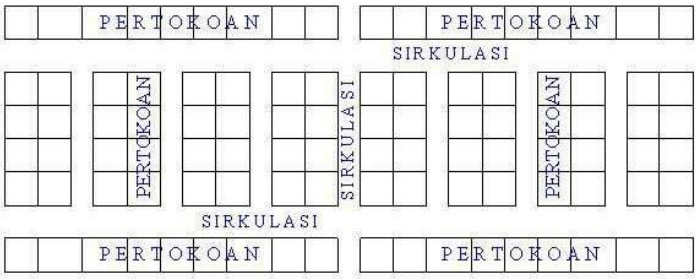
Gambar 2. 5. Contoh Pola Bentuk Barbel

Sumber : Sasmita, 2019

Menurut (Avriansyah, R., 2010) Sistem Sirkulasi pada bangunan pusat perbelanjaan antara lain :

a. Sistem Banyak Koridor, merupakan sebuah sistem sirkulasi pusat perbelanjaan yang memiliki lebih dari satu koridor tanpa adanya penekanan dan penjelasan orientasi yang jelas, sehingga letak dari semua toko dianggap sama, posisi yang strategis hanya pada bagian yang dekat dengan

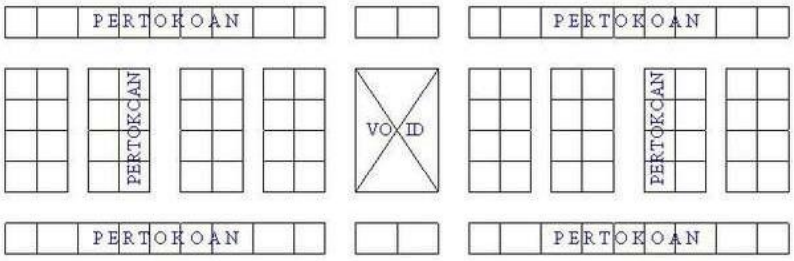
area entrance atau bagian depan saja. Efektifitas pemakaian ruangnya tinggi, serta umumnya terdapat pada area pertokoan di Indonesia yang berdiri pada tahun 1960-an.



Gambar 2. 6 Sistem Banyak Koridor

Sumber: Avriansyah, R., 2010

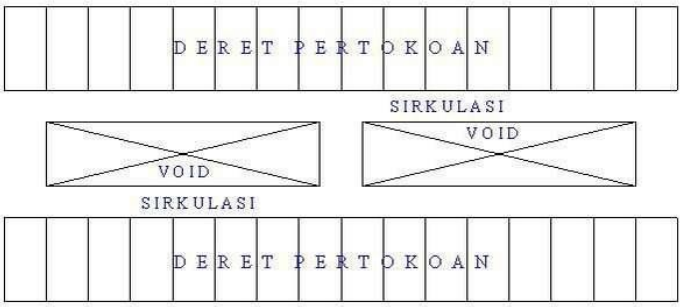
b. Sistem Plaza, merupakan sebuah sistem sirkulasi pada pusat perbelanjaan yang memiliki sebuah plaza yang menjadi pusat dari kegiatan maupun sirkulasi di dalam ruangan serta masih memakai pola banyak koridor agar penggunaan ruang menjadi lebih efisien. Terdapat juga hirarki ruang dari lokasi ritel-ritel, dimana ritel yang dekatt dengan area plaza merupakan ritel yang paling strategis dari yang lain, pada sistem ini mulai mengenal penggunaan dari void dan mezanin.



Gambar 2. 7 Sistem Plaza

Sumber: Avriansyah, R., 2010

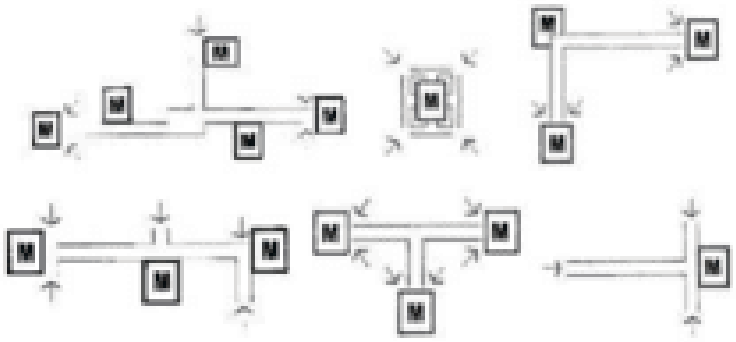
c. Sistem Mall, Menurut (Maithland, 2012) menerangkan bahwa dahulu sebuah pusat perbelanjaan memiliki pola dasar sirkulasi yang linier. Pusat perbelanjaan pada umumnya memiliki koridor tunggal dengan memiliki lebar koridor berkisar pada 8-16 m. Pintu masuk diletakkan pada area yang mudah dicapai dari segala arah, hal ini bertujuan untuk memudahkan akses para pengunjung.



Gambar 2. 8 SIstem Mall

Sumber: Avriansyah, R., 2010

Kesimpulannya, pola sirkulasi pusat perbelanjaan yang menggunakan sistem mall ini memiliki visual ruang yang sangat baik, karena menciptakan kesan longgar yang membuat para pengunjung tidak cepat bosan. Sementara itu (Darlow, 1972) menerangkan bahwa ada beberapa pola yang digunakan untuk menata sebuah pusat perbelanjaan yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. 9 Penempatan Anchor Tenant / Magnet

Sumber: Avriansyah, R., 2010

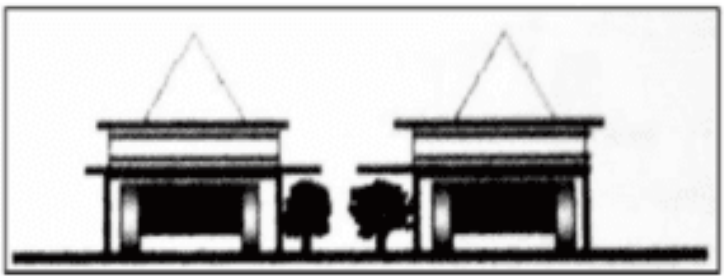
Penempatan “M” yang memiliki arti Magnet atau Anchor tenant yang menjadi daya tarik utama, dapat berupa sebuah supermarket ataupun *departemen store* dari brand-brand yang terkenal misalnya Chandra, Matahari, *Hypermart*, Superindo dll. Hal ini dipilih karena brand-brand yang terkenal dapat menjadi menjadi pusat perhatian utama dari pengunjung dibandingkan dengan retail lainnya.

2.2.2 Klasifikasi Berdasarkan Bentuk Bangunan

Menurut (Nadine Baddington, 1982) pusat perbelanjaan memiliki macam-macam tipologi bentuk bangunan yaitu :

1. Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Terbuka

Merupakan salah satu tipolgi pusat perbelanjaan yang memiliki bentuk bangunan terbuka, dimana cahaya matahari dapat langsung masuk ke dalam bangunan tanpa dilindungi oleh atap. Perlindungan terhadap cuaca dapat menggunakan *canopy* menerus sepanjang muka toko maupun penggunaan dari atap skylight. Keuntungannya dari sistem ini yaitu dapat memperluas ruang, dari segi pelaksanaan pun mudah dan ekonomis. Sedangkan kerugian dari sistem ini adalah kenyamanan pengunjung yang sering terganggu dengan kendala cuaca, dan dapat berpengaruh pada kenyamanan pengguna akibat dari retail-retail yang terspisah.

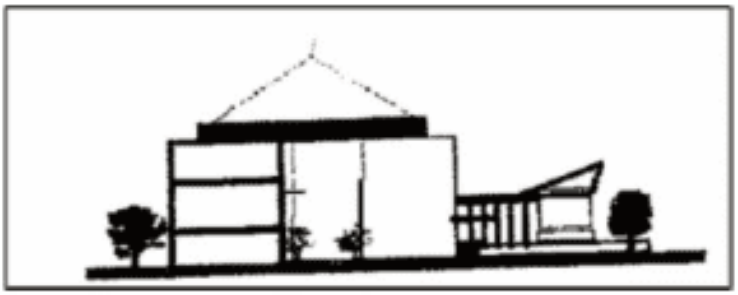


Gambar 2. 10 Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Terbuka

Sumber : Rubeinstein,H.M., Central City (1978)

1. Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Tertutup

Pada sistem ini pengunjung akan nyaman karena terlindungi dari cuaca sebab pada sistem ini menggunakan pelindung atap. Namun kerugiannnya adalah dari segi pembiayaan yang relatif mahal.



Gambar 2. 11 Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Tertutup

Sumber : Rubeinstein,H.M., Central City (1978)

2. Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Terpadu

Merupakan salah satu tipolgi pusat perbelanjaan yang terbentuk dari penggabungan antara pusat perbelanjaan dengan bentuk yang terbuka dan tertutup. Tipologi ini muncul

karena sebuah antisipasi dari pusat perbelanjaan tertutup yang sering kali boros dalam penggunaan energi serta mahalnya biaya perawatan.

Gambar 2. 12 Pusat Perbelanjaan Dengan Bentuk Terpadu

Sumber : Rubeinstein,H.M., Central City (1978)

2.2.3 Aspek Struktural

Menurut Permen PU No. 29/PRT/M/2006 yang memuat tentang Persyaratan Teknis Bangunan dan Gedung, disebutkan bahwa bangunan pusat perbelanjaan termasuk salah satu bangunan kelas 6 sehingga ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi mengenai sistem strukturnya, yaitu :

Jarak struktur utama minimal 10 meter dari batas terluar tapak, bangunan yang memiliki bentuk dasar U, T dan L disarankan menggunakan sistem dilatasi pada strukturnya setiap 25 m untuk mencegah dan menghindari kerusakan yang besar diakibatkan dari terjadinya bencana gempa bumi, serta dapat bertahan dalam waktu yang cukup bagi pengguna untuk dapat melarikan diri keluar bangunan pada saat terjadi gempa bumi.

Sementara itu menurut (Joseph De Chiara dan John Callender, 1983) yang termuat dalam bukunya Time Saver Standard menjelaskan ada beberapa kriteria desain terkait sistem struktur yang harus dimiliki oleh bangunan pusat perbelanjaan diantaranya adalah jarak kolom bangunan dalam modul sebaiknya memiliki jarak 6 m, 7,5 m, atau 9 m, dengan memiliki ketinggian plafon antara 3-4 m dan terdapat beberapa pilihan antara penggunaan single level dan multi level.

2.2.4 Aspek Pencahayaan dan Penghawaan

Bangunan pusat perbelanjaan memiliki tipologi berdasarkan aspek pencahayaan dan penghawaanya, sebagai berikut :

a. Sistem Pencahayaan

Menurut (Tangoro, 2009) menyebutkan bahwa sistem pencahayaan pada bangunan komersil menggunakan sistem pencahayaan buatan dan sistem pencahayaan alami, untuk sistem pencahayaan alami terdapat beberapa kriteria yang harus dimiliki, yaitu :

1. Pencahayaan alami yang diterapkan sebaiknya pada saat pagi sampai saat sore hari, hal ini dimasksudkan untuk menekan penggunaan energi dan mahalnya biaya operasional.
2. Pencahayaan alami dari bangunan pusat perbelanjaan yang memiliki *plaza* atau *void* berasal dari penggunaan atap *skylight* karena dapat memberikan kesan ruangan yang luas dan pencahayaan alami yang optimal pada siang.

Sementara itu untuk penggunaan pencahayaan buatan digunakan lampu yang dipilih sesuai dari bentuk kegiatan dan aktivitasnya, agar dapat menekan biaya perawatan dan operasional.

b. Sistem Penghawaan

Menurut (Tangoro, 2009) menyebutkan bahswa sistem sistem penghawaan pada bangunan komersil menggunakan sistem penghawaan alami dan buatan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari uraian berikut ini

1. Sistem penghawaan alami menggunakan pemanfaatan energi yang berasal dari alam seperti hembusan angin, dan iklim sekitar dari bangunan yang berfungsi untuk membuat nyaman para pengunjung.
2. Sistem penghawaan buatan menggunakan sistem AC Central, dengan penggunaan suhu rata-rata antara 18-20 derajat celcius. Penggunaan sistem AC Central dipilih karena lebih efektif saat digunakan pada bangunan komersil yang memiliki luas lantai yang besar, AC Central sendiri didistribusikan melalui ruang AHU (*Air Handling Unit*) yang kemudian disalurkan melalui *ducting* pada celing yang terdapat pada bangunan.

2.3 Studi Preseden

2.3.1 Namba Parks, Osaka, Japan

Namba Parks adalah sebuah *lifestyle center* yang terletak bersebelahan dengan stasiun Namba dengan luasan 3.37 hektar ditengah kota Osaka. Namba Parks yang berada di pusat kota dengan kondisi yang padat dan ramai membuat bangunan ini menjadi kawasan taman

kota. Namba Parks memberikan pengalaman ruang baru yang menghubungkan interaksi antara manusia, budaya dan rekreasi dalam satu area.

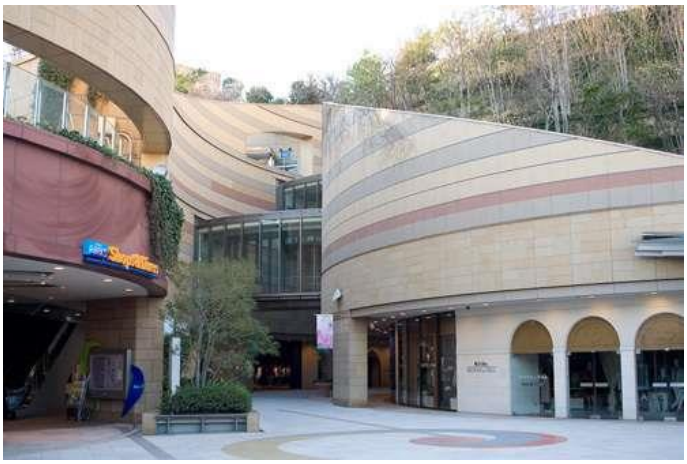
Gambar 2. 13 Perspektif Namba Pakrs Osaka
(Sumber : www.nambaparks.com)

Dengan memiliki konsep rooftop yang menyerupai tebing kanyon (Amerika Serikat) memberikan sebuah pengalaman ruang yang seolah-olah berada diatas pegunungan. Konsep tebing kanyon juga dirancang melalui sistem sirkulasi dan innercourt yang terdapat pada bangunan. Bangunan ini memiliki 8 lantai dengan 1 rooftop, kapasitas retail hingga 100 retail, dan kapasitas parkir 336 lot kendaraan. Kekurangan dari Namba Parks ini adalah ketinggian bangunan terlalu tinggi sedangkan *innercourt* tidak begitu lebar sehingga proporsinya terhadap skala manusia menjadi kurang baik, meskipun demikian suasanya dari tebing kanyon tetap berhasil dimunculkan didalam bangunan.

Gambar 2. 14 Void dan Pedestrian Namba Pakrs
Sumber : www.nambaparks.com/

Keberadaaan *Innercoourt* pada bangunan ini mendukung penerapan sistem penghawaan dan pencahayaan alami hingga ke plaza atrium pada lantai paling dasar. Cahaya matahari langsung maupun tidak langsung dapat masuk kedalam bangunan melalui void yang berada ditengah bangunan ini. Didukung dengan kondisi udara dijepang yang beriklim sub-

tropis sangat cocok untuk beraktivitas di luar ruangan, namun kadang juga terlalu dingin sehingga perlu untuk berada didalam ruangan. Plaza atrium ini juga dapat digunakan sebagai sumber panas agar ruangan di dalam bangunan tetap terjaga dan tetap hangat.



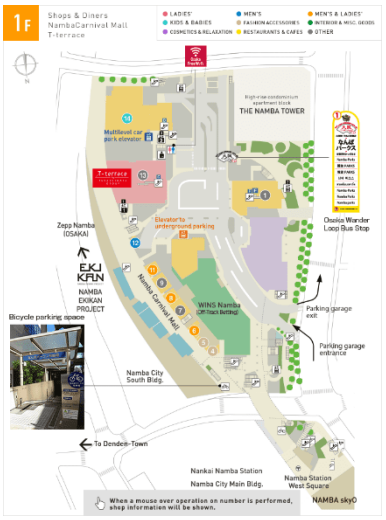
Gambar 2. 15 Fasad Namba Parks

Sumber : JapanAllOver.com/2011/05/namba-parks/

Namba Parks ini dikenal juga dengan *rooftop garden* yang luas dengan varietas tumbuhan yang beragam. Vegetasi yang digunakan dapat menjadi elemen pembentuk suasana dan ruang yang unik juga berbeda dengan suasana perkotaan pada umumnya. Penanaman vegetasi pada bangunan menambah kesan mewah dan alami yang sudah mulai ditinggalkan diwilayah perkotaaan, namun dengan perkembangan gaya hidup saat ini suasana ini sangat dicari oleh masyarakat.

Gambar 2. 16 Lift dan Retail Namba Parks

Sumber : www.nambaparks.com/

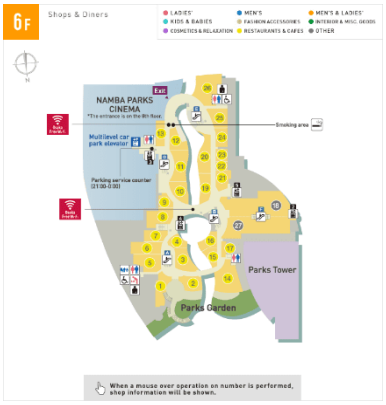

1F
Shops & Diners
NambaCarnival Mall
T-terrace
THE NAMBA TOWER
Osaka Wonder Loop Bus Stop
Zepp Namba (OSAKA)
NAMBA EKIKAN PROJECT
Bicycle parking space
Parking garage exit
Parking garage entrance
Namba City South Bldg.
To Dendeki-Town
Nankai Namba Station
Namba City Main Bldg.
Namba Station West Square
NAMBA skyO
When a mouse over operation on number is performed, shop information will be shown.

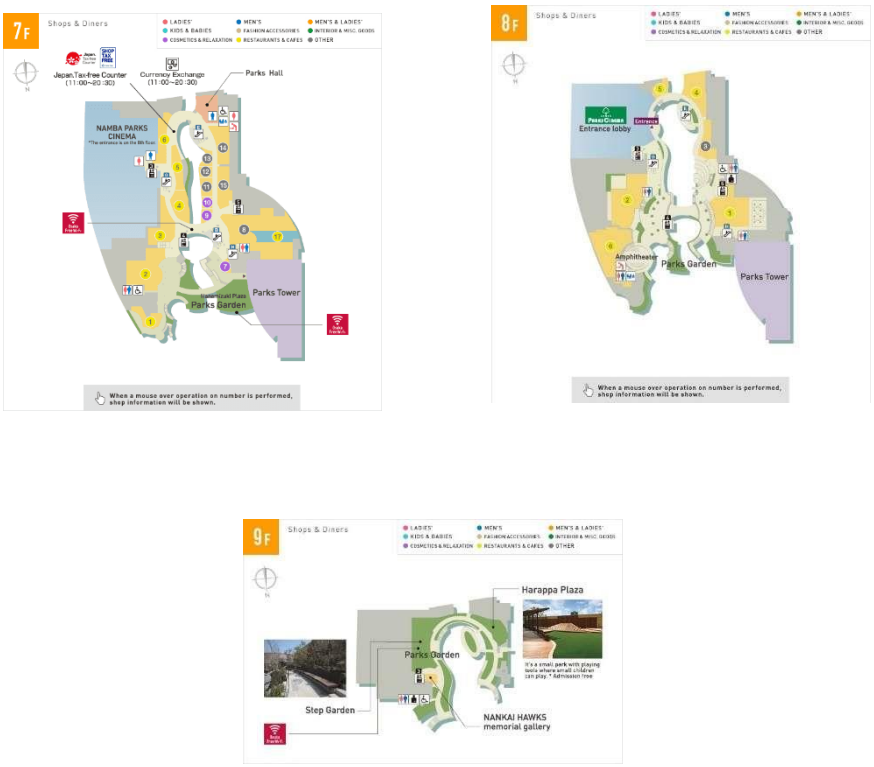
2F
Shops & Diners
T-terrace
LABI 1 Namba
Zepp Namba
Information
Glacier Court
Canyon Court
Parks Tower
Canyon Street
Carnival Mall
Namba City South Bldg.
To South gate of Nankai Namba Station
Nankai Namba Station
Namba City Main Bldg.
Namba Station West Square
To Central gate of Nankai Namba Station
NAMBA skyO
When a mouse over operation on number is performed, shop information will be shown.

3F
Shops & Diners
T-terrace
パークタワー
パークスガーデン
女性のための特設なトイレ&パウダールーム
各番号にマウスオーバーするとショップ情報が表示されます

4F
Shops & Diners
Parks Tower
Parks Garden
When a mouse over operation on number is performed, shop information will be shown.

5F
Shops & Diners
Kids' restroom
BOOK & CAFE PAUSE
Parks Tower
Parks Garden
When a mouse over operation on number is performed, shop information will be shown.


6F
Shops & Diners
NAMBA PARKS CINEMA
Smoking area
Parks Tower
Parks Garden
When a mouse over operation on number is performed, shop information will be shown.



Gambar 2. 17 *Floor Plan* Namba Parks

Sumber : Floor Plan | Namba parks (nambaparks.com)

Bentuk dari retail di Namba Park mengikuti bentuk massa bangunan yang dirancang dengan konsep tebing kanyon sehingga tidak seragam ataupun berulang. Pada bangunan mall ini terdapat satu *anchor* yang terletak pada bagian tengah bangunan, bioskop dilantai paling atas dan *rooftop garden* tentunya yang menjadi atraksi utama pada bangunan mall ini.

Gambar 2. 18 Koridor Namba Parks

Sumber : www.nambaparks.com/

2.3.2 Emquartier, Bangkok, Thailand

Emquartier merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang menggabungkan antara konsep urban tentang modernitas dan konsep alam.

Gambar 2. 19 Emquartier Bangkok

Sumber : www. https://www.tripadvisor.com/

Konsep urban dimunculkan dengan penggunaan material, warna dan pencahayaan pada bangunan sedangkan konsep alam dimunculkan dengan penempatan *rooftop garden* pada lantai 5 dan 6 bangunan untuk menikmati view lingkungan Kota Bangkok dari atas bangunan, air terjun buatan dari lantai lima dan *hanging chandelier* (lampu gantung) dari langit-lanit hingga ke lantai dasar untuk memunculkan konsep alam dalam bangunan.

Gambar 2. 20 Fasad Emquartier

Sumber : 10best.com

Void yang berbentuk radial pada bagian tengah bangunan memberikan suasana yang tidak kaku dan tentunya memberikan pencahayaan alami pada bagian dalam bangunan. *Anchor* atau pusat titik temu pengunjung pada bangunan ini adalah *rooftop garden*, bioskop

dan *departemen store* yang letaknya berjauhan sehingga pengunjung dapat terdistribusi rata dan menikmati keseluruhan bangunan. Karena letaknya yang cukup strategis ditengah Kota Bangkok, maka pada bagian ruang terbuka diberikan banyak fasilitas publik pendukung seperti kursi dan ruang bermain agar pengunjung dapat menghabiskan waktu dan nyaman ditempat ini.

Gambar 2. 21 Void Emquartier

Sumber : 10best.com

Bangunan Emquartier sangat baik dalam merespon lingkungan sekitarnya hal ini ditunjukkan dengan memberikan jarak dari bangunan *esksiting* disekitar. Jarak tersebut memberikan sebuah ruang terbuka yang luas dan dapat mewadahi kebutuhan pengunjung akan sebuah ruang yang dapat memberikan kesempatan untuk berinteraksi dan berekreasi. Fasad bangunan yang mengikuti bentuk dari massa bangunan yang sudah unik telihat sangat baik, massa dipecah perlantai dan disetiap lantainya dibuat tidak sama untuk membuat kesan yang tidak membosankan.

Gambar 2. 22 Aktivitas Plaza Emquartier

Sumber : 10best.com

2.3.3 Beachwalk, Kuta, Indonesia

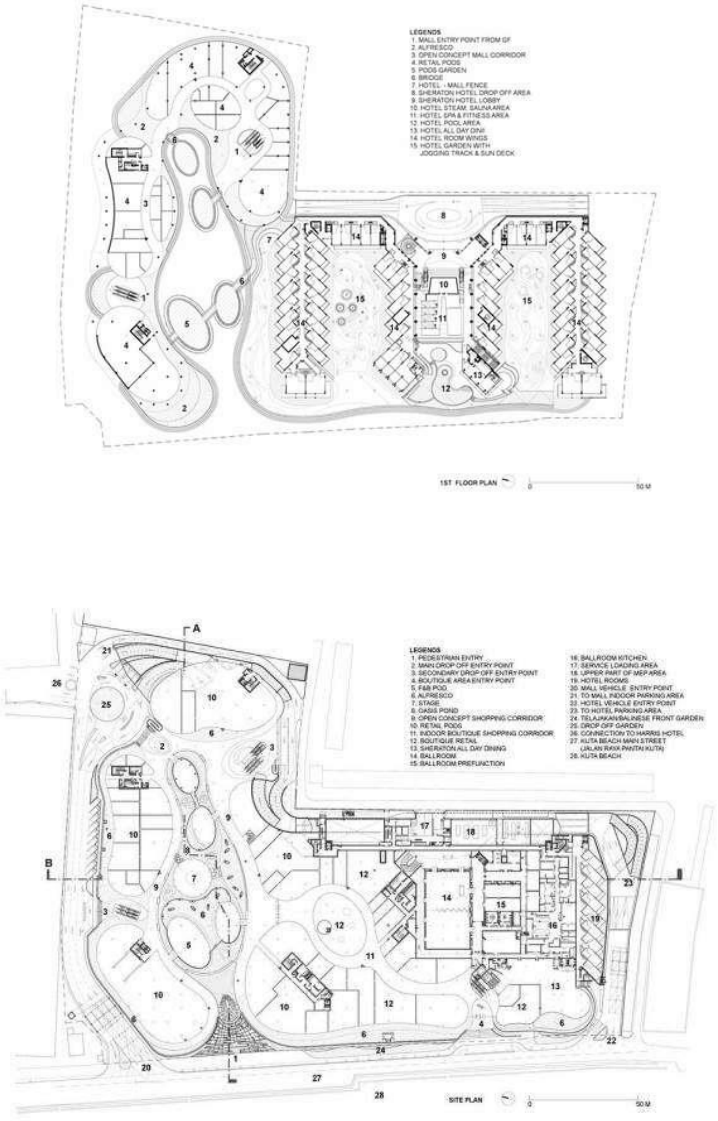
Beachwalk berada di Jalan Pantai Kuta, Badung, Bali (tepat di tepi pantai Kuta) dan disediakan akses pengunjung yang berjalan kaki jika ingin ke arah pantai. Konsep dari Beachwalk sendiri yaitu terbuka dengan harapan menenangkan yang menggambarkan gaya hidup di Bali.

Gambar 2. 23 Perspektif Beachwalk
Sumber : www.thebalibible.com/details/beachwalk-bali-11439

Beachwalk merupakan *lifestyle center* yang mengintegrasikan ruang-ruang terbuka yang meliputi tanaman-tanaman tropis, gunung dan jalur air, dengan unit-unit retail berdinding kaca yang dapat membaur dengan lingkungannya, dan mengundang suasan luar ke dalam ruang. Beachwalk Kuta ini merupakan sebuah *lifestyle center* yang berbentuk pola-pola organik dengan koridor-koridor terbuka dan didesain dengan membaur dengan alam. Bentuk keseluruhan terinspirasi dari kontur sawah terasering yang banyak terlihat di pinggiran perbatasan Bali.

Gambar 2. 24 Retail Beachwalk
Sumber : Raftingbali.net

Sedangkan bentuk massa nya dibuat dinamis untuk menunjukkan identitas Bali dengan alam yang indah dilengkapi dengan atap tradisionalnya yang terinspirasi dari bentuk topi petani. Ruang terbuka pada Beachwalk dilengkapi dengan elemen air, vegetasi dan plaza yang mana biasa dijadikan tempat acara atau pertunjukan budaya seperti tari tradisional, drama musikal, lukis batik ataupun sketsa wajah.



Gambar 2. 25 Floor Plan Beachwalk

Sumber : http://et-envirotec.com/

Basement pada Beachwalk dapat mengakomodasi kurang lebih 700 mobil dan 1000 sepeda motoor. Setiap lantai terdiri dari retail dan restoran, sehingga pengunjung dapat menikmati keseluruhan lantai. *Anchor* pada bangunan ini adalah bioskop, *supermarket*, dan

taman pada lantai atas yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Taman tersebut dihubungkan oleh jembatan-jembatan kayu dan dilengkapi oleh bangku-bangku yang ditujukan untuk bersantai-santai menikmati pemandangan pantai kuta. Rangka atap terdiri dari besi bulat dengan model atap pondokan, sehingga terlihat dekat dengan alam, menggunakan penutup atap bahan sintesisi yang menyerupai alang-alang asli agar dapat bertahan lebih lama. Hampir semua bagian dalam bangunan memiliki area terbuka sehingga dapat meminimalkan penggunaan pengudaraan buatan.

Gambar 2. 26 Entrance Beachwalk

Sumber : Raftingbali.net

Beachwalk memiliki konsep utama pedestrian, yang membuat para pengunjungnya berjalan kaki, sehingga lalu lalang kendaraan tidak terlihat sama sekali pada area plaza beachwalk, kecuali dibagian *entrance* dan bagian area terluar. Pedesrtrian yang ditemani percikan air serta hijaunya vegetasi yang menjalar membuat sirkulasi pengunjung berbeda dari bangunan pusat perbelanjaan lainnya dan tentunya membuat pengalam ruang yang baru bagi para pengunjung.

2.4 Kesimpulan Studi Tipologi dan Preseden

- Berdasarkan ketiga preseden *lifestyle center* yang diambil, besaran retail yang dirancang tidak standar atau baku tetapi menyesuaikan dengan bentuk dan massa bangunan yang telah ada, namun tetap memaksimalkan luasan yang dapat disewakan.
- Retail Besar, dengan luas lebih dari 250 m^2 berperan sebagai *anchor tenant*, seperti *supermarket dan entertainment.*

- Setiap *lifestyle center* memiliki bentukan dan citra yang unik jika dilihat dari luar, sehingga tampak bangunan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik dan mengundang pengunjung untuk dapat masuk ke dalam bangunan.
- Setiap bangunan memiliki atrium/*plaza* yang menjadi pusat orientasi dan memiliki *innercourt* ditengah bangunan. Sirkulasi didalam bangunan baik menggunakan eskalator ataupun lift harus dirancang supaya membuat pengunjung dapat mengitari seluruh sudut bangunan sehingga setiap retailpun dapat dilewati oleh pengunjung.
- Ketiga bangunan menjadikan konsep taman didalam maupun diatap bangunan sebagai atraktor utama yang dapat menjadi keunikan tersendiri dari *lifestyle center* dan dapat menarik pengunjung yang mencari suasana dan pengalaman berbeda di dalam bangunan..
- Ketiga preseden menunjukkan bahwa ruang terbuka pada *lifestyle center* itu suatu keharusan. Maka elemen penunjang untuk kenyamanan pengunjung harus diperhatikan. Perbanyak vegetasi supaya cahaya dan panas matahari tidak langsung menyengat, Pedestrian yang baik dan sesuai standar, elemen air juga dibutuhkan sebagai penetralisir hawa panas, *linkage* dan *street furniture* sangat penting.
- Ketiga bangunan memanfaatkan view dari lingkungan sekitar yang dapat dijadikan nila tambah untuk bangunan.
- Penerapan *automatic parking system* sebagai upaya pengoptimalan lahan dan meminimalisir kepadatan kendaraan di pinggir jalan yang menyebabkan kemacetan.