

REVITALISASI SUPERMARKET BERASTAGI

SKRIPSI

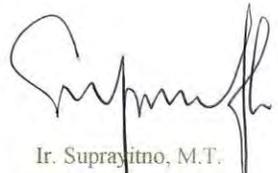
**Disusun Oleh :
HARI ISMAIL
138140029**



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

Judul Skripsi : REVITALISASI SUPERMARKET BRASTAGI
Nama : Hari Ismail
NPM : 138140029
Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Ir. Suprayitno, M.T.
Pembimbing I


Rina Saraswati, ST, MT.
Pembimbing II



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



Rina Saraswati, ST, MT.
Ketua program studi

Tanggal Lulus : :

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tugas akhir (TA) yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tugas akhir (TA) ini 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 dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam tugas akhir (TA) ini.

MEDAN, November 2018

METERAI
TEMPEL

D178FAFF415039714

6000
ENAM RIBURUPIAH



Hari Ismail

138140029

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hari Ismail
NPM : 138140029
Program Study: Arsitektur
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **REVITALISASI SUPERMARKET BRASTAGI**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hal Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 30 November 2018



(Hari Ismail)



ABSTRAK

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk dapat memenuhi hal tersebut dibutuhkan suatu teknologi dan strategi yang dapat memudahkan pelayanan, proses, serta pengantaran layanan. Keberadaan ritel modern berdampak bagi produsen, perusahaan dan pemerintah. Sudut produsen dan perusahaan adalah meningkatkan kapasitas pemasaran para distributornya dan pelaku terkait, tetapi pada sisi persaingan usaha memberikan dampak negatif bagi pengecer kecil. di sisi lain timbulnya ritel memberikan dampak positif bagi pemerintah terutama dalam pendapatan perkapitanya. Ritel modern semakin lama semakin berkembang. Hal ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Kondisi ini terjadi karena adanya kecenderungan ritel modern dijadikan sarana untuk bersantai yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota, karena mudah dijangkau tanpa banyak mengorbankan waktu. Selain itu Ritel Modern merupakan tempat yang nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli atau bertransaksi.

kata kunci : *Revitalisasi Supermarket, Brastagi Supermarket, Supermarket, Revitalisasi, High-Tech*



ABSTRACT

Retail business is the whole activity of selling goods or services directly to consumers that are used to fulfill their needs. To be able to fulfill this, a technology and strategy is needed that can facilitate services, processes, and delivery of services. The existence of modern retailers has an impact on producers, companies and the government. The angle of producers and companies is to increase the marketing capacity of their distributors and related actors, but on the business competition side it has a negative impact on small retailers. On the other hand, the emergence of retail has a positive impact on the government, especially in per capita income. Modern retailers are increasingly developing. This has encouraged a very tight competition in the business world. This condition occurs because of the tendency of modern retailers to be used as a means to relax which is needed by the city community, because it is easily accessible without sacrificing much time. In addition, Modern Retail is a comfortable place to conduct buying and selling activities or transacting.

Keywords: *Revitalization of Supermarkets, Brastagi Supermarkets, Supermarkets, Revitalization, High-Tech*



BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Kota Medan sebagai Kota terbesar ketiga setelah Jakarta dan Surabaya, pada saat ini sedang memasuki modernisasi yaitu sebagai Kota Metropolitan dan merupakan pusat kegiatan baik itu perdagangan, ekonomi, industrial, sosial, budaya dan politik. Didalam pusat kegiatan tersebut juga mengembangkan sarana - prasarana lainnya.

Daerah kepadatan penduduk tertinggi terdapat di wilayah pusat Kota dikarenakan berperan sebagai pusat perdagaan, pusat pemerintahan, pusat pendidikan dan sebagainya. Angka laju pertumbuhan Penduduk Kota Medan menurut data Badan Pusat Statistik 2016 sebesar 0,89% TRF 2,12 dengan jumlah penduduk sebesar 2.210.624 jiwa, Kota Medan memiliki luas 26.510 Ha (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' LU dan 98° 35' - 98° 44' BT. Untuk Topografi Kota Medan cenderung miring kearah Utara dan berada pada ketinggian 2,5 - 3,75 Mdpl.(sumber,wikipedia)

Dengan tingginya minat masyarakat Kota Medan dengan kebutuhan pangan dan sandang hal ini sejalan dengan upaya pemerintah didalam memfokuskan pasar modern. Yang tujuannya sangat penting untuk menunjang kestabilan pasar tradisional dan pasar modern, maupun dalam rangka mewujudkan kebutuhan masyarakat agar tertip, adil dan makmur.

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Sebagai

negara yang membangun, angka pertumbuhan industri ritel Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan

Brastagi supermarket adalah sebuah retail yang berawal dari minimarket yang bertempat di jalan mangku bumi yang hanya memiliki luas 20x25 dan tidak mempunyai kelengkapan barang, penjualan yang di utamakan di Brastagi adalah buah, dan dari situ brastagi di kenal dengan sebutan pasar buah. Seiring perkembangan zaman dan banyaknya permintaan customer terhadap kebutuhan primer dan sekunder Brastagi melebarkan sayap ke jenjang yang lebih baik dari minimarket ke supermarket membuat suatu management yg kuat dan sistem struktur suatu retail. Akhirnya terbentuk sebuah retail yang menjadi salah satu kompetitor di kota Medan Supermarket Brastagi Bintang 5

I.2. Rumusan Masalah

- Bagaimana menciptakan Fasilitas yang baik dan kenyamanan dalam berbelanja,
- Bagaimana menciptakan sirkulasi yang sesuai dengan kenyamanan customer
- Bagaimana Memberikan petunjuk area pada customer (interior)
- Banyaknya item (barang) namun sempitnya displayan (Pajangan)

I.3. Tujuan Pembahasan

Untuk meningkatkan penjualan yang memenuhi target dari biasanya dan existensi Retail dan daya saing yg kuat antar perusahaan, menjadikan salah satu retail yang komplit dalam kebutuhan primer dan sekunder dan menjaga kenyamanan customer dalam perbelanjaan di dunia retail modern

1.4. Lingkup Pembahasan

Untuk meningkatkan existensi Retail dan daya saing yg kuat antar perusahaan, menjadikan salah satu retail yang komplit dalam kebutuhan primer dan sekunder dan menjaga kenyamanan customer dalam perbelanjaan di dunia retail modern

I.5. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Pembahasan, Lingkup Pembahasan, Metode Pengumpulan Data, Sistematika Pembahasan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang tinjauan Umum Revitalisasi Supermarket, Pengertian Revitalisasi, Tentang Standart Supermarket, Tentang Proyek

BAB III METODOLOGI PERENCANA

Berisikan tentang Perjalanan Brastagi, Studi Pengadaan Revitalisasi Supermarket, Pendekatan Dalam Perancangan.

BAB IV ANALISA PERENCANAAN

Berisikan tentang analisis oleh penulis terhadap tapak, hubungan antar ruang, massa dan bentuk Bangunan.

BAB V KONSEP PERANCANGAN

Berisikan tentang konsep - konsep yang diambil dari berbagai analisa tersebut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang Kesimpulan, saran yang diambil dari semua bab tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Tinjauan Umum Perencanaan

Tinjauan pustaka proyek berisi teori dan Arti tentang Pengertian revitalisasi dan Klasifikasi Supermarket, dan beberapa literatur lainnya yang mendukung proyek.

II.1.1. Pengertian Revitalisasi

Pengertian dari revitalisasi bisa berarti proses perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali berbagai program kegiatan apapun. Sehingga secara umum pengertian dari revitalisasi merupakan usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu itu menjadi penting dan perlu sekali. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti revitalisasi adalah: suatu cara atau perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali. Revitalisasi mengandung unsur kata sifat “vital” yang merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yang memiliki arti penting. Penggunaan kata „re“ dan „isasi“ menunjukkan adanya usaha untuk mengulang (re) dan isasi (gerakan).

Apabila dijabarkan secara detail, arti revitalisasi memiliki makna suatu proses atau cara dan perbuatan untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya terberdaya sehingga revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk menjadi vital, sedangkan kata vital mempunyai arti sangat penting atau sangat diperlukan sekali untuk kehidupan dan sebagainya.

Kata Revitalisasi seringkali digunakan dalam istilah-istilah dalam dunia sosial, pembangunan, kebudayaan, biologi dan ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya

II.1.2. Standarisasi Supermarket

Supermarket atau pasar swalayan adalah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari. Kata yang secara harfiah yang diambil dari bahasa Inggris ini artinya adalah pasar yang besar. Barang barang yang dijual di supermarket biasanya adalah barang barang kebutuhan sehari hari. Seperti bahan makanan, minuman, dan barang kebutuhan seperti tissue dan lain sebagainya.

Jenis Pasar Swalayan: Selain supermarket dikenal pula minimarket, midimarket, dan hypermarket. Perbedaan istilah minimarket, supermarket dan hypermarket adalah di format, ukuran dan fasilitas yang diberikan. Contohnya :

- ✓ minimarket berukuran kecil (100m² s/d 999m²).
- ✓ supermarket berukuran sedang (1.000m² s/d 4.999m²).
- ✓ hypermarket berukuran besar (5.000m² ke atas).
- ✓ grosir berukuran besar (5.000m² ke atas).

Pasar Swalayan atau toko serba ada dibagi dalam jenis :

- Minimarket

Sebuah minimarket sebenarnya adalah semacam “toko kelontong” atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang. Sebuah minimarket jam bukanya juga lain dari sebuah supermarket, minimarket Alfamart jam bukanya hingga 24 jam namun tidak semua dikarnakan keamanan. Minimarket yang ada di Indonesia adalah Alfamart, Indomaret, Ceriamart, Circle K, dan lain-lain.

- Midimarket

Ukuran lebih besar sedikit dari minimarket adalah midimarket, di sini sudah dijual daging dan buah-buahan. Buka bisa 24 jam atau hanya sampai jam 24 saja. Sebagai contoh adalah Alfa Midi, dan sebagian dari jaringan Giant yang dulunya bernama Hero.

- Supermarket

Jika Supermarket semua barang ada, dari kelontong, sepeda, TV dan camera, furnitur, baju, ikan dan daging, buah-buahan, minuman, pokoknya serba ada kebutuhan sehari-hari. Contohnya : Giant Supermarket, Carrefour Express, Foodmart, Super Indo, dan lain-lain.

- Hypermarket

Di sini hypermarket adalah supermarket yang besar termasuk lahan parkirnya. Sebagai contoh Carrefour, Hypermart, Giant Hypermarket, dan lain-lain.

- Grosir

Disini semua barang tersedia sehingga ada bongkar muat di dalam pusat grosir. Contoh : Indo Grosir, Makro [Lotte Mart], Jaya Toserba dan lain-lain.

- Toko Serba Ada

Toko serba ada atau toserba (bahasa Inggris: department store) adalah suatu bentuk toko yang menjual barang dagangan eceran. Barang-barang yang dijual umumnya digolongkan menjadi :

- ✓ Barang-barang kebutuhan pria.
- ✓ Barang-barang kebutuhan wanita.
- ✓ Barang-barang kebutuhan remaja.
- ✓ Barang-barang kebutuhan anak.
- ✓ Alat-alat rumah tangga.
- ✓ Contohnya : Jaya Toserba.

- Mal

Mal adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada diantara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. Di dalam sebuah mal, penyewa besar (anchor tenant) lebih dari satu (banyak). Seperti jenis pusat perbelanjaan lain seperti toko serba ada untuk masuk di dalamnya. Contoh dari sebuah standar mal adalah Cinere Mall dan Blok M Mall.

Jika ditinjau dari lokasi, mal sebenarnya diperuntukkan berada di dekat lokasi perumahan. Karena itulah bangunan mal melebar, karena dalam pada umumnya lokasi yang dekat perumahan ini, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam bangunan mal juga umumnya terdapat atrium.

Pusat perbelanjaan Pusat perbelanjaan adalah sekelompok penjual eceran dan usahawan komersil lainnya yang merencanakan, mengembangkan, mendirikan,

memiliki dan mengelola sebuah properti tunggal. Pada lokasi properti ini berdiri disediakan juga tempat parkir. Tujuan dan ukuran besar dari pusat perbelanjaan ini umumnya ditentukan dari karakteristik pasar yang dilayani. Konfigurasi umum pusat perbelanjaan contohnya adalah gedung tertutup dan pasar terbuka.

Konsep Supermarket pada proyek ini Arsitektur modern

selalu mengutamakan kenyamanan pengunjung, yang utama di konsep ini adalah penataan desain Interior untuk memajang sebuah produk, penataan rak gondola supermarket, engkep, by engkep, floran, meja kasir hingga mesin kasir dengan sistem yg tertata menyesuaikan dengan kondisi bangunan menjadi poin plus.

Jenis-Jenis Kegiatan Supermarket Melayani customer berbelanja dengan senang hati, Mengisi barang-barang yang kosong, menyediakan tempat barang New Item, Merakit rak di saat session tertentu, membuat flooraan di saat meju wekand day kamis, jum'at, sabtu, minggu, membongkar semua di saat Wekand day dan session berakhir.

III.1.3. Konsep Supermarket

Konsep supermarket selalu membuat pengunjung nyaman dalam berbelanja, memiliki fasilitas yang layak untuk di datangi seperti luas nya parkir area sirkulasi di dalam supermarket tidak sempit, karna supermarket harus menggunakan ukuran standar sirkulasi dari rak ke rak yaitu 2.5 meter

III.1.4. Jenis-Jenis Kegiatan Supermarket

Melayani customer berbelanja dengan senang hati, Mengisi barang-barang yang kosong, menyediakan tempat barang New Item, Merakit rak di saat session tertentu, membuat flooraan di saat meju wekand day kamis, jum'at, sabtu, minggu, membongkar semua di saat Wekand day dan session berakhir

II.2. Tinjauan Khusus Supermarket

II.2.1. Supermarket

Supermarket Brastagi Gatsu terbentuk di tahun 2006/06/06 ia menggunakan gedung lama yang telah ada di tahun 97 bangunan yang berawal dari Supermarket FreshMart perusahaan asing lalu di ambil alih oleh clubstore pada tahun 2000an , setelah berakhirnya clubstor di karnakan filed nya perusahaan, gedung di ambil alih oleh Supermarket Brastagi pada tahun 2005, Supermarket lokal,yang awalnya supermarket brastagi hanya minimarket bertempat di jalan mangku bumi, sekarang ia menjadi supermarket bersaing yang menjadi saingan Market di kelasnya, Material Exterior bangunan masih bertahan sampai saat ini hanya ada perubahan tampak atau fasad saja,materialnya seperti atap masih menggunakan seng ,struktur-Strukturnya, mesin-mesin utama yang sudah tua masih berfungsi sampai saat ini seperi mesin AC Central buatan Luar Negri dan Tangki Air Bersih juga di datangkan dari Lur Negri

II.2.2. Tujuan Supermarket

- Supermarket Brastagi menciptakan tenaga kerja.
- Memberdayakan manusia dengan pengetahuan retail.
- Mengurangi tingkat pengangguran.
- Memberikan produk-produk yg berkualitas
- Mejadikan Supermarket Retail yang Terkemuka
- Memiliki hight class dalam berbelanja
- Memberikan kenyamanan dalam berbelanja,
- Memudahkan dalam mencari buah-buah berkualitas
- Memudahkan membeli barang-barang dari luar negri

II.2.3. Fasilitas Umum Supermarket

- Memliki parkir vertikal membentang dengan sangat luas
- Adnya tenan-tenan yang di sewa oleh prusahaan terkenal
- Toilet/ILavatooy
- Eskalator yang mengarahkan ke Ace Hard ware
- Memiliki foodcort /corner

II.2.4. Prinsip Dan persyaratan Supermarket

Prinsip supermarket memberikan pelayanan terbaik di kelas pasar modern Supermarket, membuat senyaman mungkin dalam berbelanja agar menjadi customer yang royal, mempunyai prinsip yang mengutamakan kepuasan dalam berbelanja, Persyaratan

barang item per item harus menggunakan SNI untuk TOYS, PLASTIK, dan kebutuhan non food lainnya, sedangkan yang food harus berlabelkan halal (mui) jika untuk yang halal, dan lulus Balai BPOM

II.3. Tinjauan Teoritis

Teoritis merupakan pikiran atau pola pikir yang mendasarkan semuanya dari teori-teori yang ada sebagai landasan tindakanya, lalu menjadikan sebuah atau beberapa teori sekaligus yang punya keterkaitan sebagai landasan berfikir dan bersikap dalam menyikapi atau atau menghadapi masalah

II.3.1. Pengertian Arsitektur High-Tech

Secara umum high-tech adalah sistem penggunaan teknologi tinggi, akan tetapi pada kenyataannya high-tech memiliki pengertian yang tidak terbatas dan tidak hanya dengan memandang high-tech sebagai bentuk penggunaan teknologi tinggi dan ciri-ciri high-tech ialah menggunakan material-material kaca, lebih cenderung menampilkan struktur-strukturnya

II.3.2. Pengertian Arsitektur High-Tech Menurut Para Ahli

Mengingatnya perkembangan teknologi selalu mengalami siklus penyempurnaan hingga ke fase yang lebih tinggi (canggih) sehingga pandangan umum ini tidak pernah memunculkan kesimpulan yang pasti dan tepat.

Dalam tulisanya Charles Jencks mengenai arsitektur high-tech, "the Battle of high-tech", "great Building with Great Fault". Charles Jencks juga menuliskan karakteristik high-tech building yang intinya sebagai berikut :

"inside out" Bagian interior yang di perlihatkan keluar dengan menggunakan material penutup yang transparan

High-tech merupakan buah pemikiran modern abad ke-20 yang mempopulerkan penggunaan material industri. Wujudnya dipaparkan dalam buku yang berjudul High Tech: The Industrial Style and Source Book for The Home oleh Joan Kron pada tahun 1978. Buku ini menunjukkan bagaimana memadukan produk industri seperti sistem rak gudang dan penutup lantai pabrik untuk sebuah rumah. Dalam arsitektur sangat banyak digunakan istilah high-tech untuk menginterpretasikan sebuah sistem teknologi yang digunakan pada suatu bangunan dan semakin populer digunakan pada awal 1970 untuk

menggambarkan keberhasilan teknologi canggih yang dicapai pada saat itu seperti yang terlihat pada arsitektur Pusat Georges Pompidou, Paris (1972-7) karya Renzo piano dan Richer rogers yang memperlihatkan penggunaan material-material kaca dan logam dengan mengekspose secara transparan bentuk bentuk jaringan dalam bangunan serta berbagai fungsi-fungsi layanan seperti escalator,walkways dan ornament-ornamen diluar gedung. Dalam sejarah perkembangannya istilah high-tech masih tetap digunakan sejak pertama kali muncul pada awal 1970-an hingga sekarang dengan perkembangan teknologi yang semakin tinggi dan kompleks(canggih) hal ini memperlihatkan tidak adanya kelas khusus sebuah teknologi untuk dikatkan sebagai high-tech mengingat perkembangan teknologi selalu bergeser dari waktu ke waktu,namun berdasarkan sejarahnya istilah high-tech telah disimpulkan sebagai teknologi tercanggih saat ini (teknologi kekinian) yang diambil dari pengeneralisasian periode perkembangan teknologi dimana disepakati bahwa perkembangan teknologi yang dimulai pada tahun 1970 dikategorikan sebagai high-tech (teknologi tinggi) sehingga system teknologi pada era 1960 ke bawah telah dipertimbangkan saat sekarang untuk tidak memasukkan kedalam kategori high-tech dan pernyataan yang paling baru (2006) bahwa semua penemuan teknologidari tahun 2000 hingga kedepan dapat dianggap sebagai high-tech (teknologi tinggi). (Wikipedia, pompidou centre, 2005)

II.3.3. Karya Arsitektur high-Tech



Gambar II.3. 'The Pompidou Centre'

„The Pompidou Centre“, adalah sebuah bangunan modern , didesain oleh seorang arsitek kebangsaan Itali, Renzo Piano dengan Richard Rogers. Salah satu Arsitek . Bangunan ini merupakan museum dan Pusat Budaya, merupakan gagasan Presiden Georges Pompidou, yang memang ingin menciptakan sebuah lembaga

kebudayaan asli di jantung kota Paris, yang benar-benar terfokus pada penciptaan modern serta kontemporer, dimana seni visual akan banyak terdapat disini, seperti teater, musik, bioskop, sastra dan beberapa aliran seni modern dunia.

Arsitekturnya melambangkan abad-20, dan bangunan ini pertama kali dibuka untuk umum pada tahun 1977. Tahun 1997 direnovasi sampai tahun 1999 dan dibuka untuk umum 1 Januari 2000, yang melambangkan pergantian abad dari abad-19 ke abad-20. Data statistic Paris mengatakan bahwa sekitar 6 juta orang melewati pintu masuk Pompidou setiap tahun dan total lebih dari 190 juta pengunjung pada 30 tahun keberadaannya.



Gambar II.3.1 'The Pompidou Centre'

II.3.4. Keterkaitan Tema

Penerapan tema pada proyek ini adalah ARSITEKTUR HI-TECH dimana perancang melihat pemahaman dari seorang arsitek yang bernama "KENZO PIANO" dengan karyanya The Pompidou Centre"

Dengan merevitalisasikan supermarket ini akan adanya penambahan customer yang menaikkan omset penjualan selling skala besar, karna desain yang akan membuat pelanggan tertarik dan antusiasme yang tinggi sehingga pelanggan/customer merasa nyaman untuk belanja di supermarket Brastagi

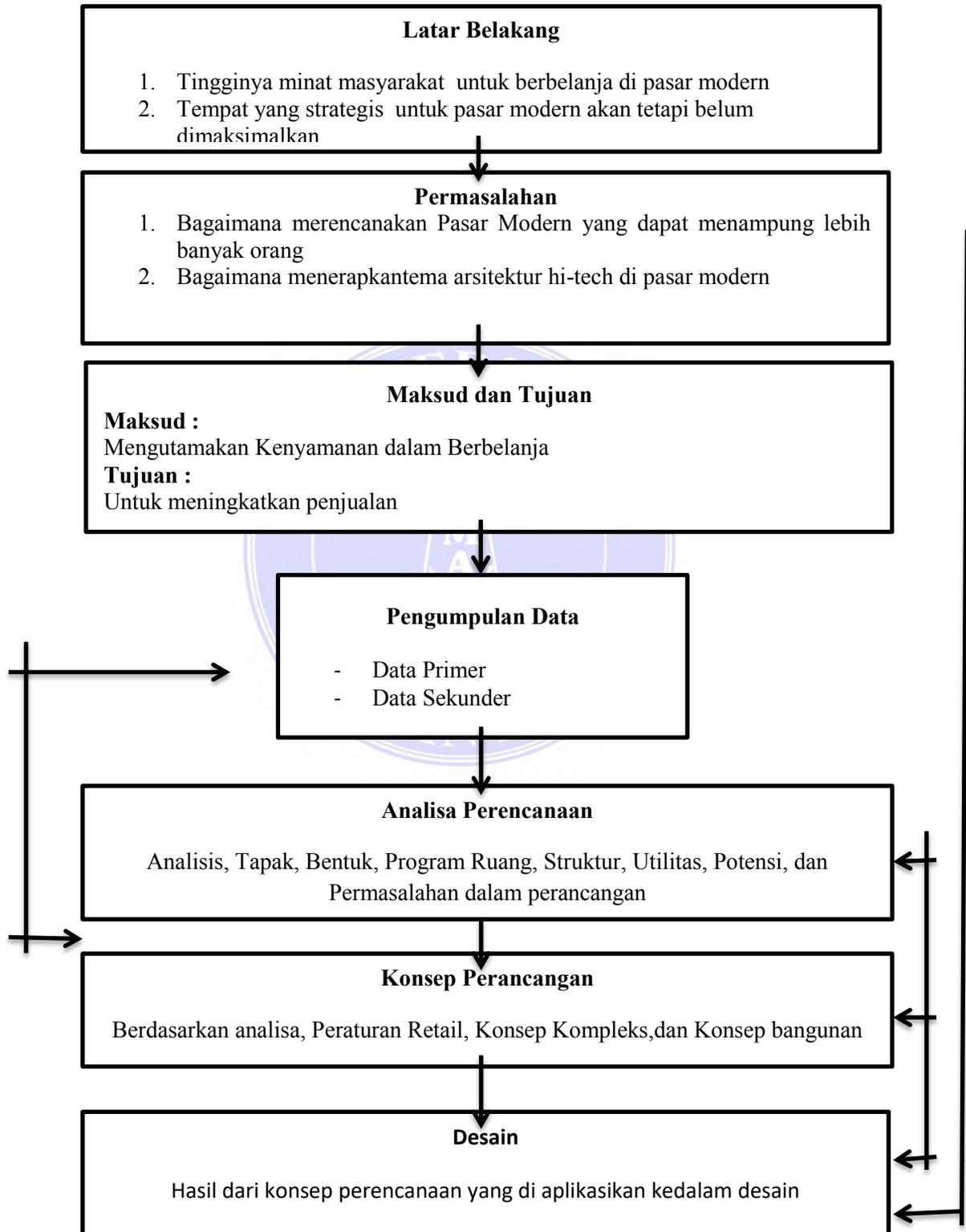
yang membuat kenyamanan si customer/pengunjung mendatangi bangunan rancangan yang menggunakan high-tech itu sendiri yaitu :

Efisiensi waktu, Karena bangunan yang menggunakan teknologi maka memudahkan si customer/pelanggan dalam berbelanja hingga menjadi lebih cepat

Instan, Karna bangunan yang menggunakan high-tech customer/pelanggan di manjakan dengan teknolog

II.4. Kerangka Berpikir

Sistematika yang dilakukan dalam perancangan proyek Revitalisasi Supermarket Brastagi



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nyalah, penulisan Skripsi Perancangan ini sebagai persyaratan untuk ujian sarjana pada Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Medan Area diselesaikan. Penulisan ini merupakan Skripsi Perancangan Tugas Akhir Sarjana Arsitektur dengan judul :

REVITALISASI SUPERMARKET BRASTAGI

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan kemampuan, waktu dan tenaga sehingga penulisan ini masih terdapat berbagai kekurangan. Meskipun demikian diharapkan penulisan ini dapat memenuhi standar persyaratan yang ada dan bermanfaat bagi kita semua. Dengan segala kerendahan hati, ucapan terima kasih penulis haturkan sebagai penghargaan atas segala bimbingan, bantuan dan dukungan, kepada :

1. **Ir. SUPRAYITNO, M.T.** selaku Dosen Pembimbing Universitas Medan Area yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat dibutuhkan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan memuaskan.
2. **Rina Saraswaty, ST., MT.** Dosen pembimbing Akademik Program Studi Arsitektur Dan selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang juga telah banyak membantu penulis dalam memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat dibutuhkan.
3. **Perpustakaan Universitas Medan Area Kampus I**
4. **Supermarket Brastagi.**
5. **Ayah & Ibu serta Kakak, Abang & Adik,** yang selalu memberikan semangat untuk tetap berusaha dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
6. **Rekan – rekan di Jurusan Arsitektur Universitas Medan Area, Medan.**
7. Serta teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah mendukung dan membantu baik langsung maupun tidak langsung selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Skripsi masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata, semoga Perencanaan dan Perancangan Arsitektur pada tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Penulis pribadi dan semuanya, Aamiin aamiin yaa Rabbal Aalamiin

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	2
I.3. Tujuan Pembahasan.....	2
I.4. Lingkup Pembahasan	2
I.5. Sistematika Pembahasan	3
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
II.1. Tinjauan Umum Perencanaan	4
II.1.1. Pengertian Revitalisasi.....	4
II.1.2. Standarisasi Supermarket	4
II.1.3. Konsep Supermarket.....	7
II.1.4. Jenis-Jenis Kegiatan Supermarket	7
II.2. Tinjauan Khusus Supermarket	7
II.2.1. Supermarket	7
II.2.2. Tujuan Supermarket.....	8
II.2.3. Fasilitas Umum Supermarket.....	8
II.2.4. Prinsip Dan persyaratan Supermarket.....	8
II.3. Tinjauan Teoritis	9
II.3.1. Pengertian Arsitektur High-Tech.....	9
II.3.2. Pengertian Arsitektur High-Tech Menurut Para Ahli.....	9
II.3.3. Karya Arsitektur high-Tech	10
II.3.4. Keterkaitan Tema.....	11

II.4. Kerangka Berpikir	12
BAB III.....	13
METODOLOGI PENELITIAN.....	13
II.1. Pendekatan Penentuan Lokasi Awal	13
III.1.1. Tinjauan Tentang Kecamatan	13
III.1.2. Orientasi Wilayah	14
III.1.3. Kondisi Demografi dan Sosial Budaya	25
III.1.4. Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Medan Petisah.....	26
III.1.5. Luas Wilayah.....	17
III.1.6. Sosial Budaya	17
III.2. Metode Penelitian.....	17
III.2.1. Studi Banding	17
III.2.2. Metode Pengumpulan Data	18
III.2.3. Angket atau Kuesioner	18
III.2.4. Metode Dokumentasi.....	18
III.2.5. Waktu Pelaksanaan.....	18
III.2.6. Sosialisasi Terhadap Customer.....	19
III.2.7. Prilaku Kegiatan Customer.....	19
III.2.8. Aktifitas Kegiatan.....	19
IV.3. Pola Kegiatan	19
BAB IV.....	20
ANALISA PERENCANAAN.....	20
IV.1. Analisa Kondisi Tapak.....	20
IV.1.1. Site Proyek	20
IV.1.2. Data proyek	20
IV.2. Analisa Penzoningan.....	21
IV.2.1. Ukuran luasan tapak dan bangunan.....	21
IV.2.2. Analisa Massa Bangunan Utama.....	22
IV.2.3. Analisa Massa Bangunan Kedua.....	22
IV.2.4. Analisa Massa Bangunan Ketiga.....	22
IV.3. Analisa Sirkulasi	22
IV.4. View (Arah Pandang) Dari Keluar Tapak.....	23
IV.5. Analisa Pada Tema.....	23

IV.6. Analisa Kebisingan	23
IV.7. Analisa Orientasi Matahari Dan Arah Angin.....	24
IV.8. Analisa Parkir.....	24
IV.9. Analisa SE Dan ME.....	25
IV.10. Analisa Vegetasi	27
IV.11. Analisa Utilitas	27
IV.12. Konsep Sistem Pengadaan Air Bersih	27
IV.13. Konsep Sistem Pembuangan Air Kotor	28
IV.14. Analisa Keamanan Pada Bangunan	28
IV.15. Analisa Program Ruang.....	28
BAB V	31
KONSEP PERANCANGAN.....	31
V.1. Konsep Tapak.....	31
V.2. Penzoningan	31
V.2.1 Bangunan Massa Utama	31
V.2.2. Bangunan Massa Kedua	32
V.3. Konsep sirkulasi	33
V.4. konsep (Arah Pandang) Dari Keluar Tapak	33
V.5. Konsep Perancangan Pada Tema	33
V.6. Konsep Kebisingan	34
V.7. Konsep Orientasi Matahari dan angin	35
V.8. Konsep Parkir	36
V.9. Konsep SE dan ME	37
V.10. Konsep Vegetasi.....	38
V.11. Konsep Perancangan Roof Garden.....	39
V.12. Konsep Sistem Utilitas	40
V.13. Konsep Sistem Pengadaan Air Bersih.....	40
V.14. Konsep Sistem Pembuangan Air Kotor.....	41
V.15. Sistem Keamanan Pada Bangunan	43
V.15.1 Access Control	44
V.15.2 Alarm System.....	44
V.15.3 Sistem Kebakaran.....	45
V.15.4 Sistem Penangkal Petir.....	48

V.16. Hubungan Ruang.....	50
V.17. Kebutuhan Ruang Dan Besaran Ruang.....	50
V.18. Penggunaan Material Cladding.....	53
V.18.1. Material Ruang Luar (Exterior).....	53
V.18.2. Material Ruang Dalam (Interior).....	54
BAB VI.....	55
KESIMPULAN	55
VI.1. Kesimpulan.....	55
VI.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56



DAFTAR TABLE

Tabel 1

IV.15. Analisa Program Ruang

Tabel 2

V.17. Kebutuhan Ruang Dan Besaran Ruang



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.3. 'The Pompidou Centre'

Gambar II.3.1 'The Pompidou Centre'

Gambar III.3.1 lokasi awal(google maps)

Gambar III.1.2. peta kecamatan medan petisah

Gambar III.1.3 Peta Petisah Sekitar Tahun 1925

Gambar III.1.4. RTRW medan petisah

Gambar III.1.5. peta kecamatan medan petisah

Gambar IV.1. peta lokasi (google maps)

Gambar IV.1.9.3D Brastagi Supermarket

Gambar V.2 3D Brastagi Supermarket

Gambar V.2.2.1 3D massa bangunan

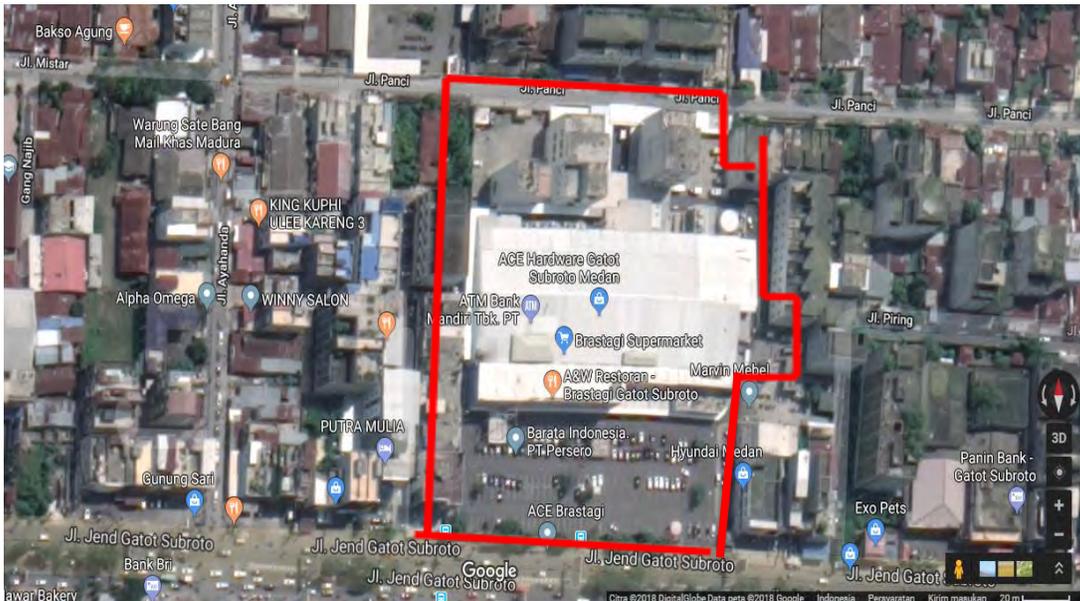
Gambar V.2. 3D SE ME



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

II.1. Pendekatan Penentuan Lokasi Awal



Gambar III.3.1 lokasi awal(google maps)

Site proyek tetap pada tempatnya wilayah Sei Putih Tengah Medan Petisah no,288 medan. namun ada perbedaan yang mendalam dari segi struktur,bentuk, kebutuhan ruang, dan sirkulasi,

Pendekatan Penentuan Lahan/Tapak

Penentuan lahan pada proyek ini tetap berada di site awal, tetapi ada beberapa pelebaran bangunan, karna menyesuaikan analisa yang di dapat

Program Kegiatan Supermarket Brastagi

Mengisi barang-barang yang kosong,menyediakan tempat barang New Item, Merakit rak di saat seshonal tertentu, membuat flooraan(rak lantai) di saat meuju wekand day yaitu kamis, jum'at, sabtu, minggu, membongkar semua di saat Wekand day dan seshon berakhir, merubah displayan agar semenarik mungkin.

III.1.1. Tinjauan Tentang Kecamatan

Medan Petisah merupakan sebuah kecamatan di medan provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Jalan Majapahit yang terkenal sebagai pusat lokasi toko-toko bika Ambon di Medan berada di kecamatan ini. Selain itu, kantor Walikota juga berada di

Peta lokasi kecamatan Medan Petisah

Negara	Indonesia
Provinsi	Sumatra Utara
Kota	Medan
Pemerintahan	Camat
Luas	13.16 KM2
Jumlah Penduduk	80.057 jiwa (2017)
Desa/Kelurahan	7



Gambar III.1.3 Peta Petisah Sekitar Tahun 1925

III.1.3. Kondisi Demografi dan Sosial Budaya

Di Kecamatan Medan Petisah ini banyak terdapat pusat-pusat perbelanjaan, pasar, pertokoan, perbankan dan show room. Dari Kecamatan ini terdapat produk unggulan yang merupakan industri rumah tangga berupa industri dan pemasaran Bika Ambon di Jl. Majapahit Medan yang sudah sangat terkenal sebagai oleh-oleh dari Medan. Selain Bika Ambon di Kecamatan Medan Petisah ini juga terdapat industri rumah tangga lainnya seperti anyaman rotan dan konveksi pakaian jadi. Lokasi penelitian ini adalah di kota Medan Provinsi Sumatera Utara di Jalan Listrik kelurahan Petisah Tengah, yaitu KTV Stroom yang berada di lantai 3 Selecta Building. Selecta Building terdiri dari beberapa kantor seperti Ballroom, kantor Grapari Telkomsel dan kantor asuransi Prudential.

III.1.5. Luas Wilayah



Gambar III.1.5. peta kecamatan medan petisah

Kecamatan Medan Petisah yang terdiri dari 17 lingkungan ini adalah daerah pusat perdagangan Kota Medan, dengan penduduknya berjumlah : 80.057 jiwa (2017)

III.1.6. Sosial Budaya

Di kecamatan medan petisah jumlah penduduk masih sedikit relatif tingkat populasi manusianya, banyaknya masyarakat yg pindahan dari luar kecamatan lain untuk tinggal di kecamatan medan petisah, karna landvalue di perkotaan sangat mahal, Masyarakat di kecamatan medan petisah sudah jarang melakukan tradisi lokal yang yang di turunkan dari leluhur dahulu, di karnakan masyarakat yang asli di wilayah tersebut sudah banyak yang berpindah dan mayoritas kini menjadi minoritas, yg awalnya melayu berkisar 70% sekarang menjadi 30% suku melayu, kini tingkat sosial sedikit berkurang.

III.2. Metode Penelitian

III.2.1. Studi Banding

Studi banding ini dilakukan untuk menjadi acuan dalam membandingkan tema dengan proyek sejenis yang telah ada atau yang masih berhubungan dengan prosesdesain.

Tujuan Studi Banding, Studi banding ini dilakukan untuk menjadi acuan dalam membandingkan tema dengan proyek sejenis yang telah ada atau yang masih berhubungan dengan prosesdesain.

Fungsi dan Peranan Studi banding Supermarket Bertujuan memahami dan dapat mengetahui literatur dalam proyek revitalisasi dan dapat melihat perbandingan ketentuan-ketentuan dalam pembangunan proyek revitalisasi,

III.2.2. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data adalah salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yg di gunakan adalah sebagai berikut:

III.2.3. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik data melalui formulir-formunlir yang berisi pernyataan-pernyataan yang di ajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti(mardalis:2008: 66) penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar pertanyaan di buat secara berstruktur dan bentuk pertanyaan pilihan berganda(multiple choice question). metode ini di gunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dan responden

III.2.4. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi yaitu pengumpulan data dimana peneliti menyelidiki benda-benda terrulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya (Arikunto, 2002: 158). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah pengunjung.

III.2.5. Waktu Pelaksanaan

Waktu pengerjaan proyek akan berlangsung selama 1 tahun, dengan bersamaan dua masa bangunan yakni gedung utama dan gedung parkir serta pelebaran jalan yang akan di lakukan sebelum pengerjaan masa bangunan tersebut berlangsung.

III.2.6. Sosialisasi Terhadap Customer

Penerapan paging (pemberitahuan by Informasi) terhadap customer akan di lakukan terus menerus selama waktu 3 bulan sebelum hari H pembangunan, itu di harapkan agar meratanya penyampaian revitalisasi kepada customer,

Serta peran media masa juga membantu untuk menyampaikan informasi revitalisasi supermarket, dengan adanya kedua metode tersebut, maka pemberitahuan informasi kepada customer akan merata.

III.2.7. Prilaku Kegiatan Customer

Memilih barang yang menjadi kebutuhan skunder dan primer Terkadang membuang sampah di sembarang tempat, sampah simple maupun barang dari luar ataupun sampah dari dalam, bertanya kepada pramuniaga lokasi barang yang di cari,

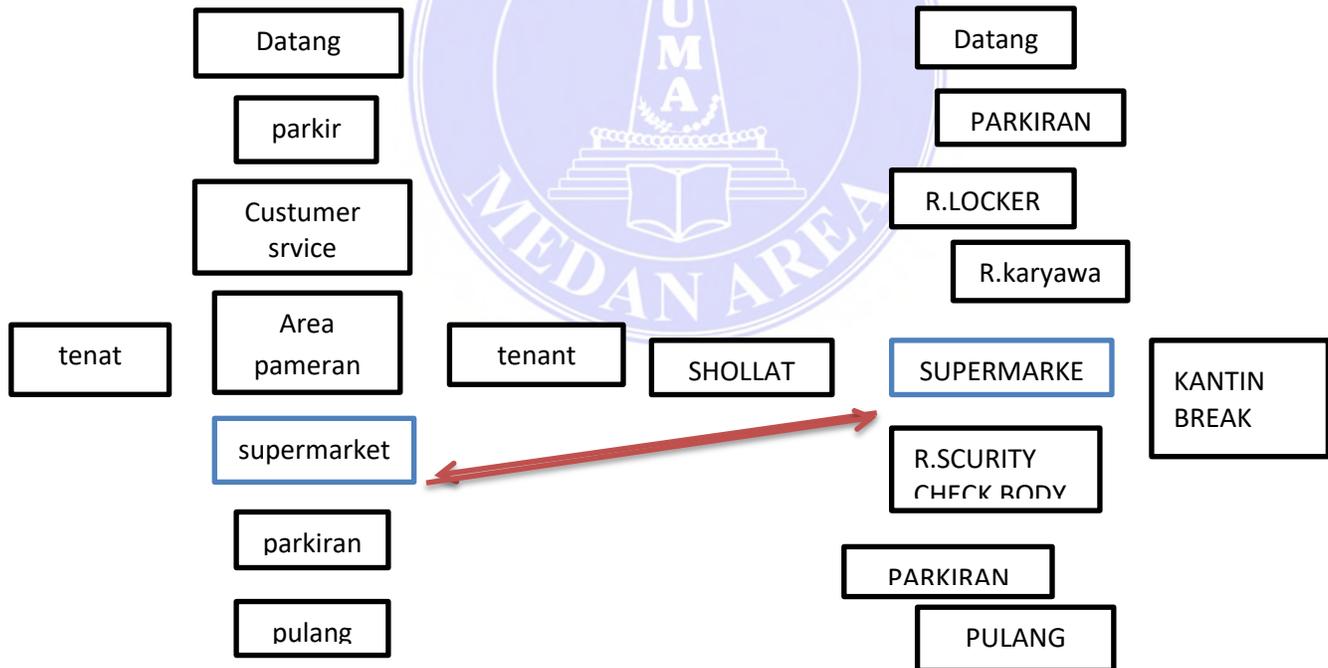
III.2.8. Aktifitas Kegiatan

Datang dengan menggunakan mobil lebih dominan dari pada motor, dalam Berbelanja menggunakan Trolley ataupun dengan menggunakan Keranjang perbelanjaan, berjalan memilih-milih barang yang ingin di cari dari lorong ke lorong, lalu setelah berjalan mencari-cari langsung menuju ke pembayaran cashier, keluar membawa trolley menuju parkiran kembali.

IV.3. Pola Kegiatan

Pola kegiatan CUSTUMER

Pola kegiatan KARYAWAN



DAFTAR PUSTAKA

1. Wikipedia. (2017). *kota medan*.
2. Wikipedia. (2005). *pompidou centre*. high-tech.
3. Wikipedia. (2015). *Kecamatan Medan Petisah*. medan.
4. Ching, F. D. (2008) *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tuntunan* (3rd ed), ciracas, Penerbit Erlangga.
5. Fujianto. (2015), Januari 2). *Fujianto21*. Retrieved from Fujianto21 Chikafe: <http://fujianto21-chikafe.blogspot.com/2015/01/contoh-penulisan-daftar-pustaka.html>
6. [2] Beddington, Nadine. *Design for Shopping Centers*. London: Butterworth Scientific, 1982.
7. Ching, Francis D.K., *Ilustrasi Desain Interior*, terj. Ir. Paul Hanoto Adjie. Jakarta: Erlangga, 1966.
8. Ching, Francis D.K., *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tatanan*, terj. Nurahma Tresani Harwadi. Jakarta: Erlangga, 2000.
9. Gosaling, David and Barry Mailand. *Design and Planning of Retail Systems*. Great Britain: The Architectural Press Ltd, 1976.
10. Laurens, Joyce Marcella. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT. Grasindo, 2004.
11. Mills, Edward D. *Planning: Building for Education Culture and Science*. England: Newness Buttherworths, 1976.
12. Mun, David. *Shop a Manual Planning and Design*. London: The Architectural Press, 1981.
13. Neufert, Ernest. *Architects Data*. Great Britian: Crosby Lockwood and sons Ltd, 1970.
14. Neufert, Ernest. *Data Arsitek*, jilid 1 ed. 33, terj. Ing Sunarto Tjahjadi. Jakarta: Erlangga, 1996.
15. Juwana, J.S. (2015), *Panduan Sistem Bangunan Tinggi*, Ciracas: penerbit Erlangga.
16. Karlen, M. (2007). *Dasar-Dasar Perencanaan Ruang* (2nd 3d,) Ciracas: Penerbit Erlangga
17. Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan, *Kebijakan Pengembangan Bisnis Ritel Modern*.
18. Henky Njoto Widjaja. 2008. *Mengungkap Sukses Hypermarket Asing*.