

PERANCANGAN *SHOPPING MALL* DI CIKARANG UTARA KABUPATEN BEKASI PROVINSI JAWA BARAT Dengan Pendekatan Arsitektur Perilaku

Sari Rahmawati^[1] Wiliarto Wirasmoyo^[2]

^{[1], [2]}Program Studi Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Teknologi Yogyakarta
^[1]sarirahmw@gmail.com, ^[2]wiliarto.wirasmoyo@gmail.com

ABSTRAK

Cikarang merupakan ibu kota dari Kabupaten Bekasi yang sedang berkembang pesat baik secara pertumbuhan jumlah penduduk maupun ekonomi. Banyaknya sektor industri di kota ini menjadikan lonjakan urbanisasi semakin meningkat. Badan Pusat Statistik mencatat dalam kurun waktu 10 tahun terjadi peningkatan jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa, penduduk Kabupaten Bekasi pada 2004 yakni 1.950.209 jiwa kemudian pada 2014 menjadi 3.122.698 jiwa. Kabupaten Bekasi juga merupakan daerah UMK no. 3 tertinggi se-Jawa Barat. Seiring dengan perkembangannya dibutuhkan wadah bagi kegiatan-kegiatan komersial seperti *shopping Mall*. Dalam Kabupaten Bekasi hanya terdapat satu *Shopping Mall* dengan luas lantai 35.456 m² dan tinggi 2 lantai. Perbandingan jumlah *Shopping mall* di Indonesia 1:370.000 jiwa, oleh karena itu perlu adanya pembangunan *shopping mall* baru di Kabupaten Bekasi, khususnya Cikarang Utara sebagai wilayah pengembangan area industri, perdagangan dan jasa serta permukiman. Banyaknya masyarakat dengan kondisi ekonomi yang cukup baik, keberadaan *shopping Mall* akan menjadikan peluang ekonomi yang sangat menjanjikan. Metode penelitian yang digunakan terlebih dahulu mengidentifikasi *local issue* tentang rancangan yang akan diangkat, kemudian dilakukan metode *rasional analitis* mengidentifikasi keadaan lokasi yang akan di rancang melalui survey dengan observasi, wawancara, maupun dokumen lokasi perancangan yang dipilih. Metode tersebut menghasilkan sekumpulan data yang akan menjadi dasar untuk merencanakan wadah berupa *shopping Mall* yang bertemakan pusat aktivitas penduduk Kabupaten Bekasi dilengkapi oleh fasilitas yang mendukung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mengenai proses rancangan sebuah *shopping Mall* dengan pendekatan berupa Arsitektur Perilaku yang mengidentifikasi dari kawasan sekitar berupa perilaku dan kebutuhan masyarakat, yang mana akan menciptakan kesan bangunan yang kontras atau berbeda dari bangunan lainnya, agar pengguna dapat merasakan suasana Kabupaten Bekasi khususnya Cikarang dengan suasana yang lebih menyenangkan. Upaya tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti bentuk eksterior dan interior serta pola ruang, fasilitas yang disediakan dan aktivitas yang difasilitasi untuk pengunjung. Dengan demikian, *local issue* yang diangkat dapat terwujud.

Kata kunci: *Shopping Mall*, Perilaku, Ekonomi

ABSTRAK

Cikarang as the administrative center of Bekasi Regency has rapidly developed in terms of both total of its population and economic. The high number of industrial sectors in this city has led to the more increasing urbanization. As recorded by the BPS (Central Bureau of Statistics), within one decade, there has been an increase of total population by more than one million people. In 2004, the total population in Bekasi Regency was 1.950.209 people and it then increased by 3.122.698 people. In addition, Bekasi is the region as the third highest SMEs (Small-Medium Enterprise) level among all parts of West Java Province. Along with its development, a medium for any commercial activities such Shopping Mall is needed. At the moment, in Bekasi Regency there is only one shopping mall that has 2 floors with the area of 35.456m². The ratio of the number of shopping mall in Indonesia is 1:370.000 people; hence, there is a need for the development of new shopping mall in Bekasi Regency - particularly in North Cikarang as the development area of industry, trading, service and settlement. The quite good economic condition of most of people has made the existence of shopping mall as a promising economic opportunity. The research method used was by firstly identifying the local issue about the intended design. It was then continued with the rational analytical method to identify the state of location that would be designed through the survey with observation, interview and documentation of the design location selected. The method resulted in a set of data that would be used as the base to plan a medium in the form of Shopping Mall with a theme of center for public activities in Bekasi Regency supported with facilities. The conclusion of this research is that the process of designing a shopping mall with the Behavioral Architecture approach in identifying an area nearby is in the form of behavior and needs of public in which it could create a building image contrasting with other buildings. It is purposely to make the users feel the atmosphere of Bekasi Regency particularly Cikarang with a more comfortable atmosphere. This effort can be determined by a number of factors such as the exterior and interior formation, spatial pattern and facilities provided and activities facilitated for the visitors. Thus, the local issues intended could be realized.

Keywords: *Shopping Mall, Behavior, Economic*