

# Penerapan Konsep *Walkability* Pada Perancangan Parahyangan Walk Shopping Centre Di Kota Baru Parahyangan

Rieke Octaviani<sup>1</sup>, Dewi Parliana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung, <sup>2</sup> Pengajar Program Studi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung

Email: [riekeoctaviani@gmail.com](mailto:riekeoctaviani@gmail.com)

## ABSTRAK

Permintaan ruang terbuka dimasyarakat perkotaan tetap tinggi, tetapi respon terhadap pusat perbelanjaan tidak kalah tinggi. Pusat perbelanjaan merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat selain untuk pemenuhan kebutuhan primer, sekunder, dan tersier namun sudah menjadi tempat kumpul, bermain, dan berekreasi. Selama ini di Indonesia bangunan pusat perbelanjaan dan ruang pejalan kaki belum saling mendukung dalam mewadahi aktivitas pejalan kaki, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan mobil pribadi sebagai sarana transportasi utama meskipun jarak permukimannya tidak jauh dari kawasan komersial. Dalam hal ini perlu dirancang bangunan pusat perbelanjaan yang tidak hanya menjadi tujuan untuk berbelanja, tetapi juga sebagai ruang aktivitas masyarakat berupa infrastruktur bagi pejalan kaki yang baik. Untuk menciptakan sebuah lingkungan yang mendorong manusia untuk menikmati keadaan sekitar dengan berjalan kaki dengan tetap memberikan rasa aman dan nyaman, konsep *walkability* menjadi strategi yang dapat diterapkan pada bangunan pusat perbelanjaan yang berada di Kota Baru Parahyangan dimana jarak antara permukiman dengan pusat perbelanjaan masih dalam satu kawasan, sehingga dapat menciptakan kembali gaya hidup berjalan kaki dengan tetap memberikan rasa aman dan nyaman. Desain perancangan yang diterapkan mengacu kepada teori kelayakan ruang pedestrian yang diwujudkan dalam desain yang memiliki fungsionalitas, estetika, kepraktisan, keselamatan, dan keamanan serta menyediakan transit angkutan umum dan jalur bagi pesepeda.

**Kata kunci:** Pejalan kaki, Pusat Perbelanjaan, Urban, *Walkability*

## ABSTRACT

The demand for open space in urban communities remains high, but the response to shopping centers is no less high. Shopping centers are part of the community lifestyle in addition to fulfilling primary, secondary, and tertiary needs but have become a place to gather, play, and recreation. So far in Indonesia, shopping center buildings and pedestrian spaces have not supported each other in accommodating pedestrian activities, so people prefer to use private cars as the main means of transportation even though the distance of the settlement is not far from the commercial area. In this case it is necessary to design a shopping center building that is not only a destination for shopping, but also as a space for community activities in the form of infrastructure for good pedestrians. To create an environment that encourages people to enjoy the surrounding situation on foot while providing a sense of security and comfort, the concept of *walkability* becomes a strategy that can be applied to shopping center buildings located in Kota Baru Parahyangan where the distance between settlements and shopping centers is still in one area, so as to recreate the lifestyle of walking while providing a sense of security and comfort. The design design applied refers to the theory of pedestrian space feasibility embodied in a design that has functionality, aesthetics, practicality, safety, and security and provides transit public transportation and lanes for cyclists.

**Keywords:** Pedestrian, Shopping centers, Urban, *Walkability*

## 1. PENDAHULUAN

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu dari gaya hidup kalangan urban, namun disisi lain masyarakat kota membutuhkan ruang terbuka. Banyak aktivitas yang dapat dilaksanakan di pusat perbelanjaan selain untuk berbelanja mulai dari pameran, perlombaan, dan lainnya [1]. Pusat perbelanjaan merupakan pertokoan yang tergabung dalam satu kompleks dimana terjadi transaksi jual-beli atau hanya menjadi tempat berkunjung untuk melihat atau membandingkan barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier dengan memperhatikan kenyamanan dan keamanan pengunjung dalam berbelanja [2]. Tujuan utama dari pusat perbelanjaan tentunya untuk menarik pembeli yang sudah menjadi bagian gaya hidup termasuk tempat rekreasi. *Centers for Disease Control and Prevention (CDC)* menyarankan pergi ke pusat perbelanjaan termasuk untuk lansia, dalam hal ini tidak untuk berbelanja melainkan untuk berjalan kaki. Meningkatnya ketergantungan masyarakat akan kendaraan bermotor seharusnya tidak melupakan aktivitas dasar yang harus dilakukan masyarakat yaitu berjalan kaki [3]. Hakikatnya semua orang melibatkan kegiatan berjalan kaki pada setiap perjalanannya [4]. Untuk mengembalikan kebiasaan masyarakat untuk berjalan kaki, diperlukan ruang yang dapat mewadahi aktivitas tersebut diantaranya dengan menyediakan jalur pejalan kaki yang nyaman dan aman serta terintegrasi dengan sistem transportasi umum sehingga perpindahan dari tempat satu ke tempat lainnya saling terhubung. Maka dari itu, untuk menciptakan sebuah lingkungan yang mendorong manusia menikmati keadaan sekitar dengan berjalan kaki dengan tetap memberikan rasa nyaman dan aman, penerapan konsep *walkability* dapat diterapkan pada bangunan pusat perbelanjaan.

## 2. EKSPLORASI DAN PROSES RANCANGAN

### 2.1 Definisi Proyek

Parahyangan Walk Shopping Centre merupakan pusat perbelanjaan dimana terdapat retail-retail yang menyediakan berbagai macam kebutuhan mulai dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Parahyangan Walk diambil dari lokasi tapak yang berada di Kota Baru Parahyangan dan Walk merupakan penerapan konsep *walkability*. *Walkability* merupakan ide untuk menciptakan suatu kawasan yang didukung dengan fasilitas yang lengkap dan hanya dapat dijangkau dengan berjalan kaki [5].

### 2.2 Identifikasi Lokasi

Parahyangan Walk Shopping Centre berada di Kota Baru Parahyangan, Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

|                     |                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------|
| Nama Proyek         | : Parahyangan Walk                                     |
| Sifat Proyek        | : Fiktif / Semi Nyata                                  |
| Owner/Pemberi Tugas | : Swasta                                               |
| Sumber dana         | : Swasta                                               |
| Lokasi              | : Kota Baru Parahyangan, Padalarang, Kab.Bandung Barat |
| Luas Bangunan       | : 15648 m <sup>2</sup>                                 |
| Luas Lahan          | : 26400 m <sup>2</sup>                                 |
| KDB                 | : 50%                                                  |
| KLB                 | : 1                                                    |
| GSB Arteri          | : 20 m                                                 |
| GSB Lingkungan      | : 15 m                                                 |
| KDH minimum         | : 30%                                                  |



**Gambar 1. Lokasi Site**

Sumber : <http://www.maps.google.com/>, diakses pada tanggal 17 Januari, 12:30 WIB

## 2.3 Definisi Tema

Tema yang diambil adalah walkability. Walkability merupakan bentuk tindakan dalam penataan kawasan yang berlandaskan urban design dengan memperhatikan pergerakan manusia dengan lingkungannya. Menurut Walters (2014) *Walkability* adalah tolak ukur terhadap kesanggupan dalam berjalan kaki yang mendukung gaya hidup sehat masyarakat dalam menanggapi pilihan pengguna dan aktivitas sehari-hari. Dalam arti lain masyarakat dapat berjalan kaki atau bersepeda dengan aman dan terjangkau ke berbagai tujuan seperti toko, tempat ibadah, restoran, sekolah, serta tempat transit untuk menggunakan pilihan transportasi umum.

## 2.4 Elaborasi Tema

|         | SHOPPING CENTRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | URBAN DESIGN                                                                                                                                                                                                                                                                 | WALKABILITY                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MEAN    | Shopping centre adalah kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan ekonomi sosial masyarakat serta memberikan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi pengunjung.                                                                                                 | Urban design adalah proses memberikan sebuah bentuk dan karakter kepada sekelompok bangunan kemudian menyatukan menjadi sebuah kawasan yang bertujuan untuk menciptakan sebuah koneksi atau hubungan antara manusia dan ruang <i>connectivity between people and space</i> . | Walkability adalah indikator dalam penataan kawasan yang berlandaskan urban design dengan memperhatikan pergerakan manusia dengan lingkungannya yang memungkinkan orang-orang bisa memiliki beragam akses untuk mencapainya.                                      |
| PROBLEM | Tidak hanya sebagai tempat berbelanja tetapi juga harus bisa menjadi tempat rekreasi.                                                                                                                                                                                                                                                        | Bangunan yang akan menjadi pelengkap bangunan sekitarnya sehingga pada akhirnya akan berkontribusi untuk masa depan yang berkelanjutan.                                                                                                                                      | Masyarakat lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi sebagai mobilitas utama diparkiran, meskipun pemukiman tidak begitu jauh dari area komersial yang dituju.                                                                                            |
| FACT    | Belum terdapatnya shopping centre yang memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier di wilayah Kota Baru Parahyangan maupun di daerah Padalarang dan Bandung Barat.                                                                                                                                                                      | Jembatan antara profesi perencanaan kota dan arsitektur.                                                                                                                                                                                                                     | Di Indonesia selama ini bangunan pusat perbelanjaan dan ruang pedestrian kota belum saling mendukung dalam mewujudkan aktivitas berjalan kaki.                                                                                                                    |
| NEEDS   | Shopping centre yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dengan menyediakan fasilitas umum.                                                                                                                                                                                                                                            | Pengaturan dan desain sebuah bangunan ruang publik sistem transportasi layanan, dan fasilitas.                                                                                                                                                                               | Diperlukan adanya ruang-ruang yang layak untuk mewujudkan aktivitas berjalan-kaki yang dapat dilewati masyarakat dengan berbagai kondisi, serta terintegrasi dengan sistem angkutan umum.                                                                         |
| GOALS   | Mendapatkan shopping centre yang tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan saja tetapi sebagai salah satu daya tarik sebagai pusat "magnet" perbelanjaan di kawasan Kota Baru Parahyangan, Padalarang, dan sekitarnya.                                                                                                                            | Menciptakan sebuah koneksi atau hubungan antara manusia dan ruang.                                                                                                                                                                                                           | Merancang bangunan pusat perbelanjaan yang berbasis pada ruang pedestrian, yaitu bangunan yang tidak hanya menjadi titik destinasi berbelanja, tetapi juga berperan sebagai ruang perantara masyarakat berupa infrastruktur untuk para pedestrian umum yang baik. |
| CONCEPT | <p style="text-align: center;"><b>Parahyangan Walk</b></p> <p>Rancangan Shopping Centre yang berbasis walkability dimana tidak hanya sebagai tempat berbelanja tetapi memiliki ruang pedestrian umum yang layak dengan pola penataan massa dan ruang yang lebih terbuka sebagai penghubung beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                   |

**Bagan 1. Elaborasi Tema**

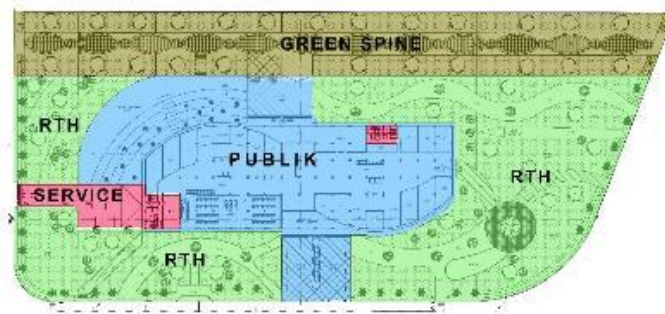
Sumber : Penulis, 2021

## 3. HASIL RANCANGAN

### 3.1 Konsep dan Rancangan Tapak

Secara garis besar, zona dalam tapak di bagi kedalam 4 terdiri dari RTH (ruang terbuka hijau), *service*, publik, dan *green spine*. Zona publik dan RTH sebenarnya dapat digunakan oleh seluruh pengguna

bangunan, zona publik sendiri adalah massa bangunan beserta amphitheater dan RTH terdiri dari taman sebagai ruang terbuka hijau dan plaza-plaza yang tersebar pada tapak.

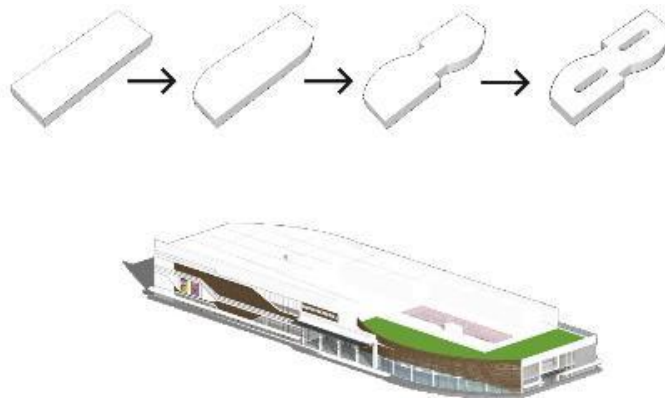


**Gambar 2. Zona Area Tapak**

Sumber : Penulis, 2021.

### 3.2 Konsep Gubahan Massa dan Rancangan Bangunan

Gubahan massa berawal dari persegi panjang mengikuti tapak, kemudian pemberian subtraktif pada bagian ujung di kedua sisi yang berseberangan, lalu penambahan subtraktif pada bagian tengah kedua sisi yang akan difungsikan sebagai *entrance*, terakhir subtraktif pada bagian tengah massa untuk difungsikan sebagai void.



**Gambar 3. Gubahan Massa**

Sumber : Penulis, 2021.

Lantai 1 terdiri dari zona servis yang dipergunakan untuk toilet umum, lift, escalator, dan gudang. Zona sirkulasi yang terdiri dari atrium dan jalur sirkulasi dalam bangunan, serta zona tenant. Terdapat berbagai macam tenant mulai dari *anchor tenant* Hypermart dan Sport Station, lalu tenant-tenant lainnya mulai dari toko sepatu, toko baju, toko tas, tenant makanan, dan tenant *health and beauty*.



**Gambar 4. Denah Lantai 1**

Sumber : Penulis, 2021.

Lantai 2 terdiri dari zona servis yang digunakan untuk toilet umum, lift, dan eskalator. Zona sirkulasi yang terdiri dari void dan jalur sirkulasi dalam bangunan, serta zona tenant, terdapat berbagai macam tenant mulai dari *anchor tenant* Gramedia dan Miniso, lalu tenant-tenant lainnya mulai dari toko sepatu, toko baju, toko tas, toko jam tangan, toko perhiasan, dan tenant *health and beauty*.



**Gambar 5. Denah Lantai 2**

Sumber : Penulis, 2021.

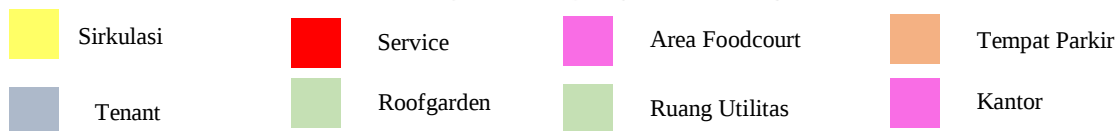
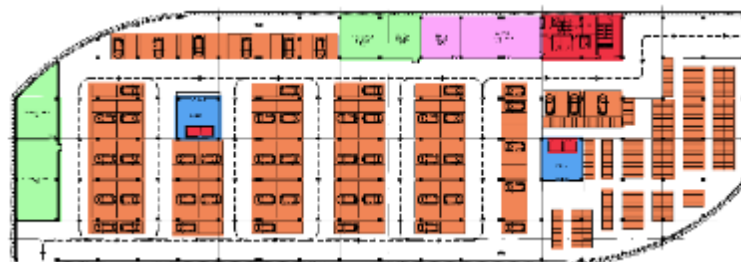
Lantai 3 terdiri dari zona servis didalamnya terdapat toilet umum, mushola, lift, dan eskalator. Zona sirkulasi yang terdiri dari void dan jalur sirkulasi dalam bangunan, serta zona tenant, terdapat *food court*, *cinema*, dan *Timezone*. Pada Lantai 3 juga terdapat *roof garden*.



**Gambar 6. Denah Lantai 3**

Sumber : Penulis, 2021.

Lantai basement terdiri dari zona servis dan utilitas, dimana terdapat ruang genset, LVMDP, ruang pompa, lift, dan toilet. Pada lantai basement selain diperuntukan untuk parkir mobil dan motor juga digunakan untuk kantor pengelola dan ruang teknisi.



**Gambar 7. Denah Lantai B**

Sumber : Penulis, 2021.

### 3.3 Konsep Rancangan Fasad

Fasad utama pada **Gambar 8** diarahkan ke timur berdasarkan analisis tapak dan orientasi bangunan, dimana Jalan Panca Tengah sebagai *main entrance*. Pengolahan bidang *massive* dan bidang transparan diolah berdasarkan fungsi yang didalamnya. Material fasad *massive* menggunakan dinding bata, ACP, dan *bronze metal facade cladding* yang menambah aksesoris pada bangunan. Pada bagian *main entrance* terdapat lobby yang menjorok kedalam. Material yang digunakan untuk fasad transparan menggunakan *curtain wall*.



**Gambar 8. Tampak Arah Timur**

Sumber : Penulis, 2021.

Tampak dari arah barat tidak ada perbedaan dengan tampak dari arah timur dapat dilihat pada **Gambar 9** dikarenakan adanya akses masuk *side entrance* dari arah *green spine* sehingga pengolahan fasad akan terlihat dari berbagai arah.



**Gambar 9. Tampak Arah Barat**

Sumber : Penulis, 2021.

Fasad dari arah timur pada **Gambar 10** pengolahan fasad terdiri dari bidang transparan yang dominan berdasarkan dari analisis site cahaya matahari tidak memiliki pengaruh yang buruk bagi bangunan karena menghadap ke arah Utara. Terdapat *side entrance* bagi pengunjung yang datang dari Jalan Parahyangan.



**Gambar 10. Tampak Arah Timur**

Sumber : Penulis, 2021.

Penerapan fasad *massive* pada tampak arah selatan **Gambar 11** sebagai zona *service*.



**Gambar 11. Tampak Arah Selatan**

Sumber : Penulis, 2021.

**3.4 Eksterior dan Interior Bangunan**

Jalur pedestrian dan plaza pada tapak dari arah *green spine* menuju *entrance* utara dan *entrance* barat.



**Gambar 12. Eksterior**

Sumber : Penulis, 2021.

Eksterior dari arah timur sebagai *main entrance* mengarah ke Jalan Panca Tengah, terdapat *shelter* dan plaza sebagai transit pedestrian menuju ke Parahyangan Walk.

**Gambar 13. Eksterior**

Sumber : Penulis, 2021.



Interior pada area *entrance* mengarah ke *lobby atrium* dan koridor tenant.



**Gambar 14. Interior**

Sumber : Penulis, 2021.

#### 4. SIMPULAN

Parahyangan Walk Shopping Centre merupakan pusat perbelanjaan yang menerapkan konsep *walkability* dimana tidak hanya ada bangunan tetapi menciptakan kenyamanan bagi pejalan kaki dengan adanya transit mobilitas umum, plaza-plaza, dan jalur pejalan kaki karena tidak terjadinya *cross* dengan kendaraan. Sirkulasi kendaraan yang akan parkir langsung memasuki basement sehingga pejalan kaki dapat leluasa berjalan pada area tapak untuk menuju pusat perbelanjaan maupun sebaliknya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Rubenstein, in *Central City Mall*, New York, A Willey Inter Science Publication, 1978, pp. 2-3.
- [2] M. P. R. Indonesia, Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, No.53/M-DAG/PER/12/2008, Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2008.
- [3] K. H. Sasmita, "Perancangan Bangunan Pusat Perbelanjaan Berbasis Ruang Pedestrian dengan Pendekatan Mobilitas Urban," *Tesis Perancangan*, 2019.
- [4] S. d. C. F. d. M. L. Amoroso, "Indicator for Pedestrians Mobility," *Urban Transport*, Vol 128, pp. hal 173 - 185, 2012.
- [5] Y. Hafnizar, I. and S. M. Saleh, "Pengaruh Kenyamanan Terhadap Penerapan Konsep Walkable di Kawasan Pusat Kota Lama," *Jurnal Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala*, pp. 271 - 284, 2017.