

**LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN DAN
PERANCANGAN ARSITEKTUR
(LP3A)**



**WHOLESALE MARKET
DI KOTA SEMARANG**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana

Strata 1

Oleh :

FX DENNY PRADANA

C – 191004242010405

Dosen Pembimbing I :

Dr. Ars. Eko Nursanty, ST., MT.

Dosen Pembimbing II :

I Wayan Andhika Widianara, ST., MT.

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

"WHOLESALE MARKET DI KOTA SEMARANG"

Disusun oleh:

Fx Denny Pradana

191004242010405

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana di Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Semarang, 18 Januari 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ars. Eko Nursanty, ST, MT)

NIDN. 0606046903

Dosen Pembimbing II



(I Wayan Andhika W., ST, MT)

NIDN. 0627039104

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	3
DAFTAR ISI	4
KATA PENGANTAR	8
1. PENDAHULUAN	9
1.1. Latar Belakang	9
1.2. Tujuan dan Sasaran	11
Tujuan	11
Sasaran	11
1.3. Ruang Lingkup	11
1.4. Alur Pikir	12
1.5. Metode Pembahasan	13
Metode deskriptif	13
Metode dokumentatif	13
Metode komparatif	13
1.6. Sistematika Pembahasan	13
2. TINJAUAN UMUM	15
2.1. Pengertian Judul	15
2.1.1. Wholesale market	15
2.1.2. Kota Semarang	16
2.1.3. Kesimpulan Judul	16
2.2. Teori Mengenai Pasar	17
2.2.1. Klasifikasi Pasar	17
2.3. Standar Peraturan Mengenai Pasar	20
2.4. Klasifikasi Kegiatan Perdagangan	21
2.5. Peraturan Mengenai Distribusi Barang	25
2.6. Standar Ruang Pasar Modern	28
2.7. Standar Perancangan Pasar	28
2.8. Standar Kenyamanan Thermal	32
2.9. Standar Kenyamanan Visual	34

2.10.	Standar Aksesibilitas.....	34
2.11.	Standar Mengenai Parkir Dan Loading Dock	38
3.	STUDI BANDING	43
3.1.	Indogrosir Semarang	43
3.2.	Pasar Modern Bintaro Sektor 9	48
3.3.	Jakarta International Expo / Pekan Raya Jakarta.....	54
3.4.	Yi Wu Market, China (Studi Preseden)	61
3.4.1.	Distrik 1	62
3.4.2.	Distrik 2	63
3.4.3.	Distrik 3	64
3.4.4.	Distrik 4	65
3.4.5.	Distrik 5	66
3.5.	Walmart (Studi Preseden)	67
3.6.	Pelaku Kegiatan pada Wholesale market / Pasar Grosir	72
3.7.	Jenis Ruangan pada Wholesale Market / Pasar Grosir	74
3.8.	Kesimpulan Studi Banding.....	77
4.	TINJAUAN KHUSUS OBJEK.....	80
4.1.	Tinjauan Umum Kota Semarang.....	80
4.1.1.	Tinjauan Fisik.....	80
4.1.2.	Tinjauan Non Fisik	84
4.2.	Tinjauan Khusus Wholesale Market di Semarang	91
4.2.1.	Tinjauan Mengenai Pelaku Dagang	91
4.2.2.	Potensi Pola Berbelanja di Kota Semarang.....	102
4.2.3.	Potensi Kota Semarang dengan Adanya Pusat Perbelanjaan Grosir.....	104
4.3.	Rencana Ruang pada Wholesale Market / Pasar Grosir	105
5.	KESIMPULAN, BATASAN DAN ANGGAPAN	108
5.1.	Kesimpulan.....	108
5.2.	Batasan	109
5.3.	Anggapan	110
6.	PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR	111
6.1.	Pendekatan Aspek Dasar	111
6.1.1.	Pendekatan Fungsional	111
6.1.2.	Pendekatan Filosofi.....	111

6.1.3. Pendekatan Aspek Teknologi	113
6.1.4. Pendekatan Aspek Berkelanjutan	115
6.1.5. Pendekatan Aspek Tata Ruang Luar dan Dalam	116
6.2. Pendekatan Dasar Perancangan.....	119
6.2.1. Pendekatan Jenis Pelaku dan Aktifitas	119
6.2.2. Pendekatan Kebutuhan Ruang.....	121
6.2.3. Pendekatan Persyaratan Ruang	123
6.2.4. Pendekatan Kapasitas Ruang	125
6.2.5. Pendekatan Studi Besaran Ruang.....	130
6.3. Pendekatan Sistem Utilitas	134
6.3.1. Pendekatan Sistem Pencahayaan.....	134
6.3.2. Pendekatan Sistem Penghawaan	138
6.3.3. Pendekatan Sistem Air Bersih	139
6.3.4. Pendekatan Sistem Air Kotor	141
6.3.5. Pendekatan Sistem Air Hujan	142
6.3.6. Pendekatan Sistem Kelistrikan dan Komunikasi	143
6.3.7. Sistem Transportasi Vertikal.....	146
6.3.8. Sistem Pemadam Kebakaran.....	147
6.3.9. Sistem Penangkal Petir.....	148
6.3.10. Sistem Keamanan	148
6.3.11. Pendekatan Sistem Pembuangan Limbah Padat	150
6.4. Pendekatan Sistem Struktur Bangunan.....	151
6.4.1. Struktur	151
6.5. Pendekatan Lokasi	159
6.5.1. Kriteria Lokasi.....	160
6.5.2. Pemilihan Lokasi.....	164
6.5.3. Kriteria Tapak	167
6.5.4. Alternatif Tapak.....	169
6.6. Pendekatan Ragam Arsitektur.....	178
6.6.1. Pendekatan Arsitektural.....	178
6.6.2. Pendekatan Desain Bangunan.....	183
7. PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR	186
7.1 Konsep Dasar Perencanaan	186

7.1.1 Konsep Dasar Filosofi.....	186
7.1.2 Konsep Penekanan Desain	187
7.2 Program Perancangan.....	189
7.2.1 Program Ruang	189
7.2.2 Perhitungan Luasan dan Besaran Tapak.....	191
7.3 Lokasi Tapak Terpilih	193
DAFTAR PUSTAKA	198

BAB VII

PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR

7.1 Konsep Dasar Perencanaan

7.1.1 Konsep Dasar Filosofi

Wholesale Market di Kota Semarang dirancang dengan filosofi yang tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan, tetapi juga sebagai ruang yang mendukung kreativitas, interaksi sosial, dan keberlanjutan. Konsep dasar dari pasar ini meliputi pemberian wadah bagi para pedagang dan pengusaha untuk bertumbuh, menyediakan fasilitas yang efisien, mendorong inovasi dalam bisnis lokal, serta menciptakan lingkungan yang dinamis untuk komunitas perdagangan yang luas.

Filosofi perdagangan dan interaksi dalam pasar melibatkan pemahaman tentang pentingnya sinergi antara ruang, efisiensi sirkulasi, dan atmosfer yang mendukung hubungan antara penjual dan pembeli. Wholesale Market ini dirancang untuk menciptakan ruang yang memungkinkan kolaborasi, komunikasi yang mudah, serta pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Dengan filosofi ini, pasar diharapkan menjadi lebih dari sekadar tempat transaksi, melainkan juga sebagai pusat aktivitas ekonomi dan sosial yang dinamis.

Filosofi pasar yang berfokus pada interaksi dan kolaborasi tercermin dalam desain arsitektur yang harmonis dan terstruktur dengan baik. Sama seperti harmoni dalam musik yang mempengaruhi emosi dan ritme, desain arsitektur pasar ini mengintegrasikan aliran ruang dan sirkulasi yang terorganisir. Penggunaan elemen-elemen desain seperti ritme dalam penataan kios dan alur pengunjung membantu menciptakan pengalaman yang efisien, fungsional, dan menarik secara visual.

Selain itu, filosofi yang menekankan pentingnya komunikasi dan interaksi tercermin dalam tata ruang yang mendukung hubungan antara pedagang dan pengunjung. Area komunal dan ruang terbuka yang