

RE-DESIGN PERTOKOAN CITRA NIAGA SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN UKM CENTER DI KOTA SAMARINDA TEMA: NEO-VERNAKULAR

**Shevira Alfiyah Refianda Zulfi¹, Suryo Tri Harjanto², Muhammad Nelza Mulki
Iqbal³**

¹Mahasiswa Prodi Arsitektur, Fak. Teknik Sipil dan Perencanaan, ITN Malang

^{2,3} Dosen Prodi Arsitektur, Fak. Teknik Sipil dan Perencanaan, ITN Malang

e-mail: ¹shevira.alfiyah@gmail.com, ²totosuryosaja@gmail.com,

³nelzamiqbal@lecturer.itn.ac.id

ABSTRAK

Kawasan Pertokoan Citra Niaga di Kota Samarinda merupakan sebuah objek wisata belanja, pusat perbelanjaan, dan arena promosi di Kota Samarinda. Dalam beberapa tahun belakangan, pertokoan ini tidak lagi dipadati oleh pengunjung membuat area pertokoan menjadi tertinggal. Perancangan ulang dari kawasan ini bertujuan untuk membuat desain pusat perbelanjaan pertokoan yang dapat menarik pengunjung agar UKM lokal dapat menawarkan dan mempromosikan produk-produknya sehingga mampu bersaing dan berkontribusi dalam perekonomian Kota Samarinda. Metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi teori penyusunan konsep desain arsitektur menurut Donna P. Duerk dimana dari dikumpulkannya data-data lalu ditemukannya isu-isu perancangan hingga didapatkan konsep perancangan yang dikembangkan untuk menjadi solusi dari isu-isu tersebut. Dengan demikian, re-desain pada kawasan pusat pertokoan ini harapannya dapat membuat wadah pusat perbelanjaan bagi UKM lokal untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produk UKM lokal. Serta sebagai wadah yang menyediakan sarana hiburan, kenikmatan, dan gaya hidup sekaligus dapat berkontribusi dalam menciptakan ruang terbuka publik yang baik terutama pada kawasan yang kumuh.

**Kata kunci : Citra Niaga, Neo-Vernakular, Pusat perbelanjaan
pertokoan, UKM lokal**

ABSTRACT

Samarinda Citra Niaga Shopping Center is a destination for shopping tourism, shopping center, and promotional arena in Samarinda City. In recent years, this shopping center has been in a decline from the lack of visitors caused by different factors. This architectural re-design is put forward with the intent to gain interest from people, locals and tourists alike, to come to the shopping center composed of local businesses from the city. The designing method used in this project is from Donna P. Duerk's

architectural programming theory. It consists of data collecting and finding the issues within. From there, a design concept can be developed as a solution to these issues. Therefore, this re-designing project can hopefully create a shopping center for local businesses to be able to market their products also as an entertainment facility that can be a big contribution to the local economy and can create an open green environment in a crowded area.

Keywords : Citra Niaga, Local businesses, Neo-Vernacular, Shopping center

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kawasan Citra Niaga merupakan kawasan objek wisata belanja, pusat perbelanjaan, dan arena promosi di Kota Samarinda yang sebagai ibukota di provinsi Kalimantan Timur. Citra Niaga dibangun pada tahun 1984 dan pada masa itu merupakan ikon kota yang ramai.

Saat ini, toko-toko dan kios-kios UKM di Citra Niaga mulai sepi pengunjung. Dikarenakan kalahnya persaingan dagang dengan pusat-pusat perbelanjaan besar modern yang kini bermunculan di Kota Samarinda serta ruang publik yang dirasa kurang baik.

Pengunjung-pengunjung Citra Niaga saat ini cenderung hanya datang untuk menikmati kuliner *coffee shop* yang ada kemudian kembali pulang, tanpa menghiraukan usaha-usaha dalam bidang industri lainnya yang berada pada pertokoan ini. Sedangkan mayoritas dari toko-toko dan kios-kios pada pertokoan ini merupakan usaha dalam bidang industri kerajinan lokal.

Sehingga diperlukan adanya usaha untuk membangkitkan kembali kawasan Citra Niaga sebagai kawasan pusat perbelanjaan UKM center dengan cara merancang ulang kawasan untuk meningkatkan kualitas ruang publik serta menyediakan wadah yang dapat bersaing dengan pusat-pusat perbelanjaan modern lainnya.

Kawasan Citra Niaga merupakan kawasan perdagangan yang memiliki nilai budaya bagi masyarakat Samarinda sejak tahun 80-an. Dengan itu, tema arsitektur neo-vernakular dipilih untuk tetap melestarikan nilai-nilai budaya lokal yang ada pada kawasan Citra Niaga namun dengan adanya fasilitas-fasilitas dan unsur-unsur modern agar dapat menarik perhatian publik.

Tujuan Perancangan

Tujuan dari *re-design* atau perancangan ulang ini adalah untuk membangkitkan kembali kawasan Citra Niaga sebagai kawasan pusat perbelanjaan UKM center dengan cara merancang ulang kawasan untuk meningkatkan kualitas ruang publik serta menyediakan wadah yang dapat bersaing dengan pusat-pusat perbelanjaan modern lainnya. Sekaligus dapat berkontribusi dalam menciptakan ruang terbuka publik yang baik terutama pada kawasan yang kumuh.

Rumusan Masalah

Perancangan ini harapannya dapat menjadi penyelesaian bagi permasalahan-permasalahan berikut:

- a. Bagaimana agar menciptakan rancangan yang menarik pada tapak di daerah yang padat?
- b. Bagaimanakah cara untuk menerapkan unsur-unsur kebudayaan lokal sembari menyeimbangkan dengan fasilitas-fasilitas modern agar dapat memberikan kenyamanan pada pengunjung dengan gaya hidup modern tanpa mengorbankan nilai estetika rancangan?
- c. Bagaimanakah agar bangunan dengan tema perancangan yang berbeda dari bangunan sekitarnya agar tetap kohesif dengan lingkungan sekitar?

TINJAUAN PERANCANGAN

Tinjauan Tema

Arsitektur Neo-Vernakular yang termasuk dalam arsitektur post-modern merupakan gaya arsitektur yang menggabungkan antara ilmu modern dan unsur kebudayaan sehingga dapat membantu mempertahankan nilai kebudayaan dengan tetap memenuhi kebutuhan masyarakat modern.

Tabel 1.

Pengertian Arsitektur Neo-Vernakular

No	Definisi	Prinsip	Sumber
1	Akulturasi desain dari pertemuan budaya lokal dan budaya asing, maka tercermin pula dalam bentuk arsitektur yang ter-modernisasi dengan paradigma-paradigma seperti: bentuk dan maknanya tetap, bentuk tetap dengan makna baru, bentuk baru dengan makna tetap, dan juga bentuk baru dengan makna baru.	Upaya-upaya untuk mengangkat tradisi arsitektur vernakular dalam konteks kekinian seharusnya dilakukan dengan menghadirkan tampilan-tampilan arsitektur modern yang berpijak pada nilai-nilai kehidupan masyarakat tradisional itu sendiri. Energi Alami, Menanggapi Keadaan tapak,	Deddy Erdiono, 2012
2	Arsitektur neo-vernakular adalah pendekatan dalam pemahaman dari bangunan, ruang, dan kebutuhan manusia yang berkelanjutan atau juga menunjukkan cara masyarakat pribumi lokal mengartikulasikan ruang.	Merupakan keberlanjutan dari menghormati lingkungan yang autentik dimana lingkungan tersebut telah menjaga/melestarikan ide-ide lokal dalam mendefinisikan ruang baik dalam lingkup visual maupun dalam lingkup sosial.	Elša Turkušić, 2011
3	Arsitektur yang melihat kembali pada arsitektur vernakular-tradisional dan mengakuinya sebagai salah satu dari "Petit histoire"	Arsitektur neo vernakular mengambil dari arsitektur Vernakular dan menggabungkannya dengan teknologi modern sebagai sebuah komposisi hybrid.	Rudyanto Soesilo, 2017

Dari penjelasan-penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa arsitektur neo-vernakular merupakan bagian dari gaya arsitektur post-modern yang memperhatikan nilai-nilai kebudayaan dari masyarakat lokal baik dalam segi visual maupun sosial yang kemudian digabungkan dengan teknologi dan/atau tampilan-tampilan modern. Desain dengan arsitektur neo-vernakular harus dapat memberikan tampilan dan ruang yang sesuai dengan kebutuhan serta mengikuti perilaku manusia pada masa kini dengan tetap mengangkat aspek kebudayaan masyarakat lokal pribumi tanpa kehilangan maknanya.

Tinjauan Fungsi

a. Pengertian

- UKM atau Usaha Kecil dan Menengah adalah:

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Pasal 1:

Merupakan usaha ekonomi produktif dan berdiri sendiri dimana usaha dilakukan oleh individu atau suatu badan usaha dan bukan bagian dari perusahaan atau juga cabang perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Besar

- Pusat perbelanjaan

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 53/M-Dag/Per/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Pasal 1 dijelaskan bahwa:

Pusat perbelanjaan merupakan suatu wadah tertentu yang tersusun dari satu atau lebih bangunan yang diperjualkan ataupun disewakan pada pelaku usaha atau dipergunakan sendiri demi melakukan kegiatan perdagangan.

Pusat Perbelanjaan UKM center adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau lebih bangunan yang dijual ataupun disewakan kepada pelaku usaha kecil dan menengah untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

b. Fungsi

- Sentra UKM direncanakan menjadi wadah untuk memasarkan, membina, dan mempromosikan produk UKM unggulan yang dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang bersifat komersil (Eva Anggraini, Widi Suroto , Tri Joko Daryanto, 2017).
- Tuntutan perputaran ekonomi bukan hanya berpusat pada produksi ekonomi, namun pada jasa hiburan, kenikmatan, dan gaya hidup. Pusat-pusat perbelanjaan menawarkan berbagai macam kemudahan menjadi pusat berkembangnya gaya konsumerisme (Laksmi Kusuma Wardani, 2012).

Jadi, fungsi dari pusat perbelanjaan UKM center ini adalah sebagai wadah untuk memasarkan dan mempromosikan produk UKM serta sebagai wadah yang menyediakan sarana hiburan, kenikmatan, dan gaya hidup sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sekarang yang konsumtif.

b. Klasifikasi

- Berdasarkan skala pelayanan (Victor Gruen, 1960 , p. 2-4)
 - Pusat Perbelanjaan Distrik (*community center*)
Meliputi 40000-150000 penduduk. Luas bangunan antara 9290- 27870 m². Unit-unit penjualannya diantara lain adalah junior department store, supermarket, dan toko-toko.

- Berdasarkan Bentuk Fisik (Nadine Bendington, 1982)

- *Shopping Precinct*

Kompleks pertokoan dimana bagian depan area jual-belinya menghadap ke arah ruangan terbuka.

- Berdasarkan Kuantitas Barang yang Dijual

- Area Penjualan Eceran (retail)

Menjual barang dengan jumlah yang cenderung lebih sedikit atau satuan.

Tinjauan Tapak



Gambar 1 Lokasi Tapak

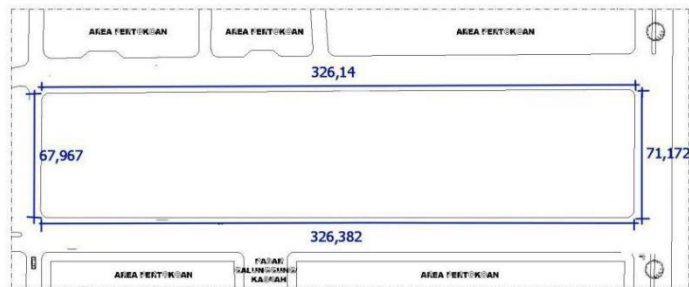
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Lokasi tapak terletak di Jl. Niaga Utara, Jl. Niaga Timur, Jl. Niaga Barat, dan Jl. Niaga Selatan, Kelurahan Pelabuhan, Kecamatan Samarinda Kota, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Tapak pada lahan kawasan perdagangan dan merupakan pertokoan. Luas tapak sebesar 23.980 m² dan peraturan ruang pemerintah Kota Samarinda, dimana KDB sebesar 30-50% dengan KDH paling rendah sebesar 30%. GSJ untuk bangunan renggang, jarak bebas samping dan belakang adalah 4 m pada lantai dasar dan untuk penambahan setiap lantai, jarak bebas ditambah 0.50m sampai mencapai 12.5m.

Adapun batas lingkungan pada tapak yaitu :

- | | | |
|----|---------------|---|
| a. | Batas Utara | : Jl. Niaga Utara |
| b. | Batas Timur | : Jl. Niaga Timur sebagai jalan utama 1 |
| c. | Batas Selatan | : Jl. Niaga Selatan sebagai jalan utama 2 |
| d. | Batas Barat | : Jl. Niaga Barat |

Dimensi Tapak :



Gambar 2 Dimensi Tapak
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Tinjauan Program Ruang

a. Fasilitas Utama

Tabel 2.
Fasilitas Utama

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Ruang toko	4111,904
2	Ruang belakang toko	1465,736
3	Ruang kantor toko	597,968
4	Kios	674,344
5	Ruang makan food court	324,265
6	Kasir/Ruang pelayanan toko kuliner	527,17
7	Dapur	356,966
8	Food stall	126,522
Total besaran		8184,875

b. Fasilitas Penunjang

Tabel 3.
Fasilitas Penunjang

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Ruang gudang toko	1072,968
2	Ruang gudang resto	181,254
3	Ruang gudang kantor	5,331
4	Ruang pemasaran dan informasi	5,718
Total besaran		1265,271

c. Fasilitas Pengelola

Tabel 4.
Fasilitas pengelola

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Ruang pimpinan	3,854
2	Ruang kerja	16,03
4	Ruang staff	6,44
6	Ruang tamu	11,269

8	Toilet pengelola	12,154
Total besaran		49,747

d. **Fasilitas Service**

Tabel 5.
Fasilitas Service

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Ruang utilitas	3,75
2	Ruang keamanan	4,487
3	Ruang janitor	4,147
4	Musholla	46,58
5	Toilet pengunjung	158,96
6	Ruang karyawan resto	293,828
Total besaran		512,022

e. **Ruang Luar**

Tabel 6.
Ruang luar

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Parkir	3207,2
2	Plaza	562,5
3	Playground	292,107
Total besaran		4061,807

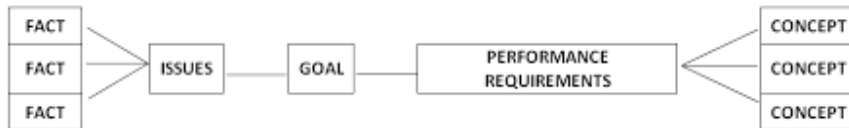
f. **Total Luasan Ruang**

Tabel 7.
Total luasan ruang

No	Fasilitas	Besaran m ²
1	Ruang utama	8184,875
2	Ruang penunjang	1265,271
3	Ruang pengelola	49,747
4	Ruang service	512,022
Total besaran		10.011,915
Lahan parkir dan ruang luar		4061,807

METODE PERANCANGAN

Metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi teori penyusunan konsep desain arsitektur menurut Donna P. Duerk yang meliputi pencarian data-data kemudian ditemukannya isu-isu dari data tersebut. Lalu setelah itu didapat tujuan dari perancangan tersebut. Dari situ, maka dilakukan analisa-analisa dalam bentuk *performance requirements* dimana akan didapatkan alternatif-alternatif konsep penyelesaian untuk mencapai tujuan perancangan. Terakhir adalah didapatkannya konsep desain dari hasil analisa yang telah dilakukan.

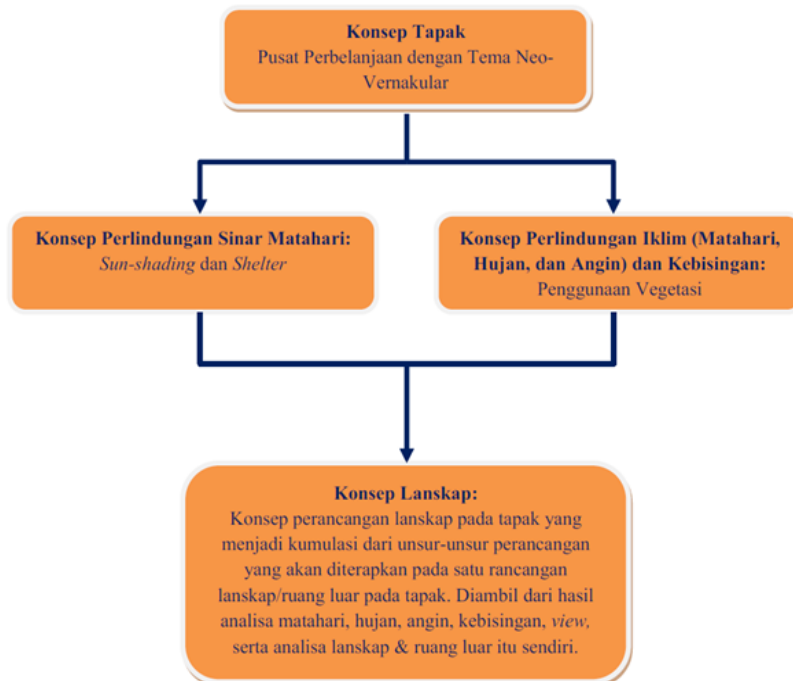


Gambar 3 Diagram Metode Perancangan

Sumber : Donna P. Duerk, 1993

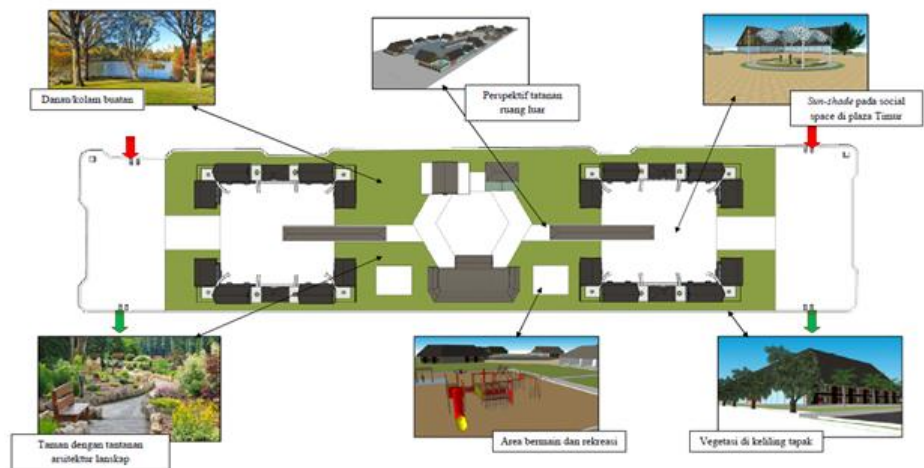
HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Tapak



Gambar 4 Diagram Konsep Tapak

Sumber : Analisa Pribadi, 2020



Gambar 5 Konsep Lanskap Tapak

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Konsep Bentuk

Bentuk dan tampilan bangunan mengikuti fungsi dan tema rancangan. Fungsi rancangan adalah sebagai pusat perbelanjaan dengan bentuk shopping precinct dan juga mengikuti tema neo-vernakular yaitu tema yang mengangkat nilai-nilai kebudayaan lokal masyarakat dan menggabungkannya dengan tampilan maupun teknologi modern. Berdasarkan lokasi tapak obyek rancangan, maka nilai kebudayaan yang diambil dalam perancangan ini adalah kebudayaan dari suku lokal Samarinda yakni suku dayak dan suku kutai. Untuk mengangkat unsur budaya dari suku tersebut, dapat melihat dari rumah adatnya yang dinamakan rumah lamin.



Gambar 6 Konsep Bentuk

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Konsep Ruang

Pola susunan ruang yang dipakai cenderung mengikuti pola radial atau terpusat dimana ruang mengarah ke ruang pusat. Jenis ruangan dibagi menjadi tiga berdasarkan kebutuhan ruang dari kegiatan pengguna yaitu ruang primer, sekunder, dan tersier.

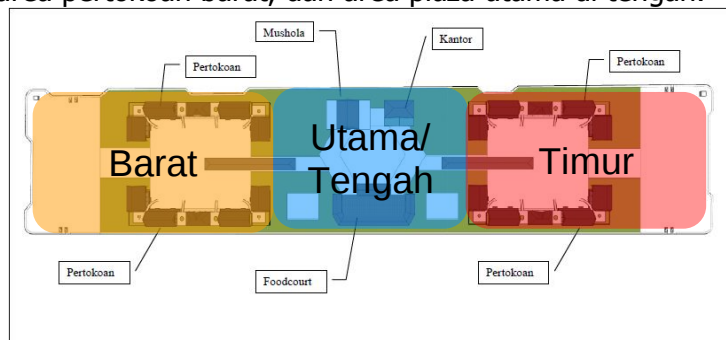
Pada bagian ruang dalamnya diberi aksan-aksan khas suku dayak seperti ukiran pada dinding maupun plafon dan juga pada prabot ruang.



Gambar 7 Konsep Ruang Dalam

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Susunan masa bangunan disusun menjadi tiga area: area pertokoan timur, area pertokoan barat, dan area plaza utama di tengah.

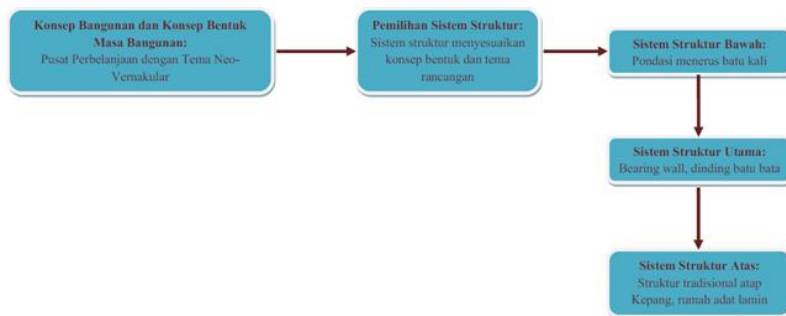


Gambar 8 Konsep Ruang Luar

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Konsep Struktur

Sistem struktur yang dipakai merupakan sistem struktur bearing wall dimana dinding bata dengan bukaan-bukaan kaca yang modern sedangkan beban dari struktur akan dialirkan ke tanah oleh pondasi menerus batu kali dan pondasi mini pile untuk bangunan berlantai dua. Struktur atas kemudian menggunakan struktur atap tradisional rumah lamin yang merupakan rumah adat suku dayak.

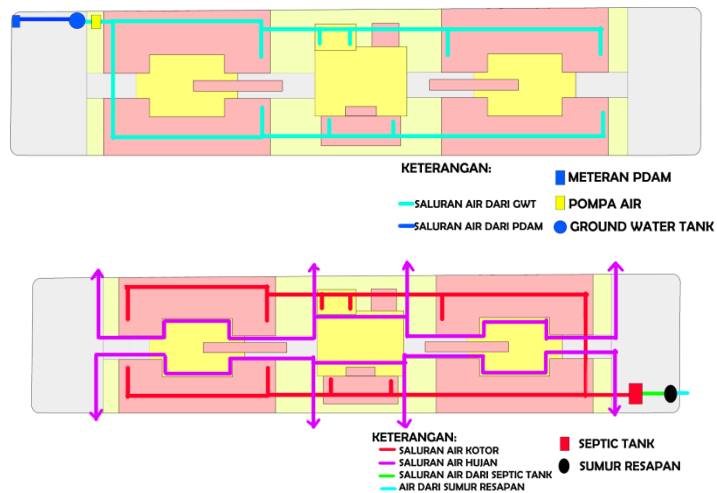


Gambar 9 Konsep Struktur
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Konsep Utilitas

- Air bersih dan air kotor

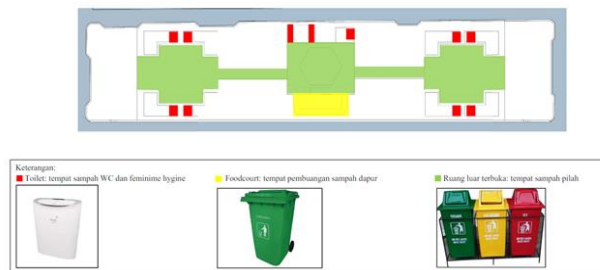
Sistem air bersih pada tapak dibagi menjadi jaringan sistem air bersih dan jaringan sistem air kotor.



Gambar 10 Konsep Air Bersih dan Air Kotor
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Pembuangan limbah

Kelompok area penempatan titik tempat sampah berdasarkan jenisnya:

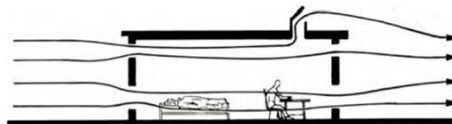


Gambar 11 Konsep Limbah

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- **Penghawaan**

Sistem ventilasi alami yang dipakai untuk sirkulasi udara adalah dengan menggunakan bukaan dua atau lebih ventilasi yang berada pada sisi ruang yang berhadapan (*cross-ventilation*): sistem ventilasi *comfort* (kenyamanan). Sistem ini bekerja pada siang dan malam hari untuk meningkatkan penguapan pada kulit sehingga meningkatkan kenyamanan thermal.



Gambar 12 Konsep Penghawaan Alami

Sumber : : Norbert Lechner, 2015

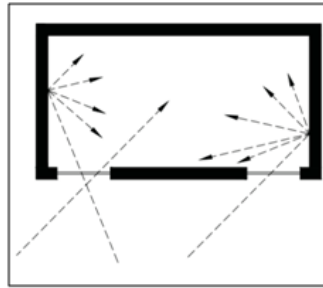
Untuk penghawaan buatan menggunakan sistem penghawaan buatan berupa AC (*air conditioner*) pada ruangan tertentu.

Tabel 8.
Kebutuhan Penghawaan Buatan

Kebutuhan AC Per-Ruangan						
No.	Nama Ruang	Luas Ruang (ft ²)	Tinggi Ruang (ft)	I (Insulasi)	E	Kebutuhan BTU (dibutuhkan)
1	Ruang toko	291,19	9,84	10	18	8596
2	Ruang belakang toko	103,80	9,84	10	16	2724
3	Ruang kantor toko	42,35	9,84	10	17	1181
4	Ruang pimpinan kantor	41,48	9,84	10	17	1157
5	Ruang kerja kantor	172,55	9,84	10	16	4528
6	Ruang staf kantor	69,32	9,84	10	16	1819
7	Ruang tamu kantor	121,30	9,84	10	17	3382
8	Ruang pemasaran kantor	61,55	9,84	10	20	2015
9	Mushola	501,38	9,84	10	18	14801
						2 unit AC 3/4 PK

- **Pencahayaan**

Pencahayaan yang dipakai adalah pencahayaan alami untuk siang hari, serta pencahayaan buatan untuk ruang-ruang tertutup dan sebagai penerangan di malam hari. Untuk pencahayaan alami menggunakan bukaan-bukaan dengan strategi pemasangan jendela yang digunakan adalah dengan meletakkan jendela secara bilateral.



Gambar 13 Konsep Pencahayaan Alami

Sumber : Norbert Lechner, 2015

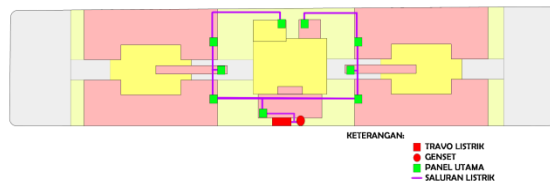
Pencahayaan buatan menggunakan tiga jenis lampu. Berikut adalah tabel konsep penggunaan lampu pada rancangan:

Tabel 9.
Kebutuhan Pencahayaan Buatan

PENGGUNAAN JENIS LAMPU					
No.	Jenis Lampu	Kelebihan	Kekurangan	Lumens/watt	Daya Tahan (jam)
1	Lampu Fluorescent	a. Baik untuk pencahayaan merata b. Baik untuk area yang luas c. Kualitas pencahayaan yang baik d. Daya tahan yang lama	a. Kontrol optikal yang terbatas b. Mengandung merkuri	65-900	20.000-45.000
2	Lampu CFL	a. Ukuran yang relatif kecil untuk fitting lampu yang kecil b. Dapat menggantikan penggunaan lampu pijar c. Kontrol optik yang baik d. Kualitas pencahayaan baik e. Daya tahan yang lama	a. Rendes warna tidak sebaik lampu pijar b. Mengandung merkuri	20-80	8.000-35.000
3	Lampu Metal Halida	a. Kontrol optik yang baik b. Rendes warna yang baik c. Efficacy tinggi d. Daya tahan yang lama e. Dapat menggunakan fitting lampu kecil	a. Keterambatan saat penyalaan selama 5-10 menit	45-900	10.000-20.000

● Listrik

Jaringan sistem elektrik bersumber dari trafo PLN dan genset sebagai sumber listrik cadangannya untuk mengakomodasi setiap kelompok massa bangunan dalam area pusat perbelanjaan.

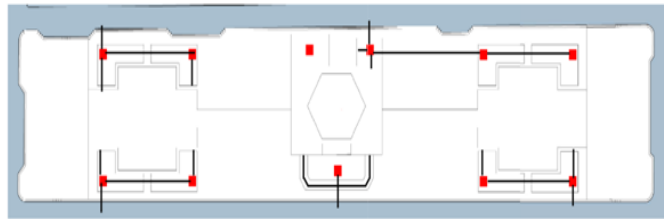


Gambar 14 Konsep Listrik

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

● Telepon dan internet

Berikut adalah penempatan titik wi-fi dan jaringan kabel telepon.

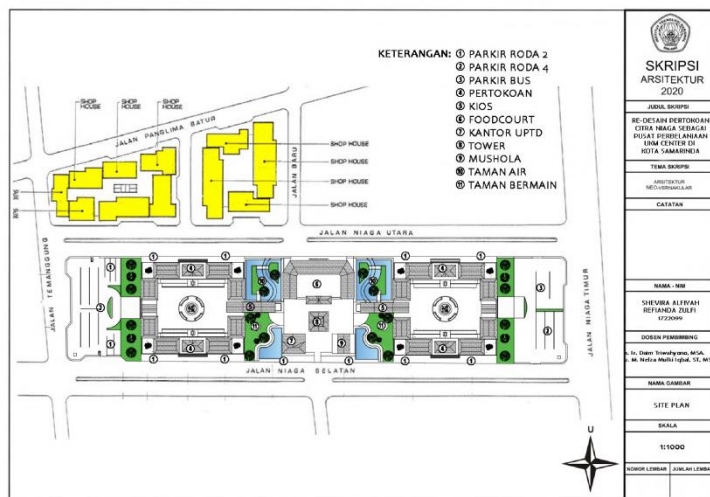


Gambar 15 KonsepTelepon dan Internet

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

Visual Perancangan

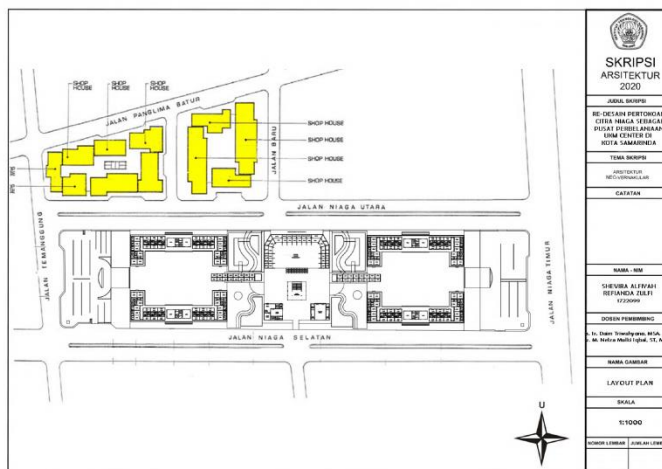
• Site Plan



Gambar 16 Site Plan

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Layout Plan



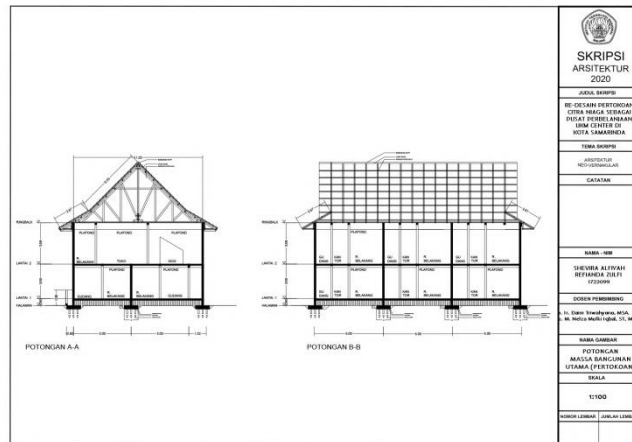
Gambar 17 Layout Plan
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Tampak Kawasan



Gambar 18 Tampak Kawasan
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Potongan Bangunan Utama

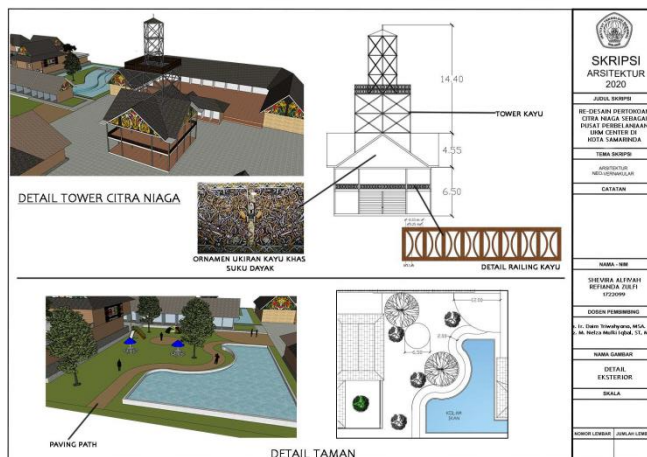


Gambar 19 Potongan Massa Bangunan Utama
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Detail Arsitektur



Gambar 20 Detail Arsitektur
Sumber : Analisa Pribadi, 2020



Gambar 21 Detail Arsitektur
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Perspektif Eksterior



Gambar 22 Perspektif Eksterior Kawasan
Sumber : Analisa Pribadi, 2020



Gambar 23 Perspektif Eksterior Bangunan
Sumber : Analisa Pribadi, 2020

- Perspektif Interior



Gambar 24 Perspektif Interior Bangunan

Sumber : Analisa Pribadi, 2020

KESIMPULAN

Perancangan ulang Citra Niaga sebagai pusat perbelanjaan ini menggunakan pendekatan arsitektur yang terdapat dalam perancangan ruang terbuka pada ruang luar dengan pendalaman pada penataan massa bangunan dan zonasi ruang luar dengan menggunakan tema arsitektur neo-vernakular. Perancangan ruang terbuka yang baik dalam perancangan dengan luasan lahan yang besar dapat membuka ruang-ruang publik sebagai wadah sosial dan juga sebagai ruang sirkulasi yang mampu mendorong tercapainya nilai-nilai sosial dan budaya dari masyarakat Kota Samarinda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E., Suroto, W., & Daryanto, T. J. (2016). Sentra Usaha Kecil Menengah Dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular di Surakarta. *Arsitektura*, Vol.14, No.1 .
- Bendington, N. (1982). *Design for Shopping Centres*. London: Butterworth.
- Duerk, D. P. (1993). *Architectural Programming: Information Management for Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Erdiono, D. (2011). Arsitektur 'Modern' (Neo) Vernakular di Indonesia. *Jurnal Sabua* Vol.3, No.3 , 32-39.
- Gruen, V., & Smith, L. (1960). *Shopping Towns USA: The Planning of Shopping Centers*. Reinhold Publishing.
- Lechner, N. (2015). *Heating, Cooling, Lighting: Sustainable Design Methods for Architects*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Soesilo, R. (2017). Neo-Vernacular Approach in Architecture, as a "National Cultural-. The 5th Celt International Conference Proceeding: Contextualizing the Trajectory of Language, Arts and Culture in Contemporary Society (pp. pp. 200-208). Semarang: Department of Architecture, Soegijapranata Catholic University.
- Turkušić, E. (2011). NEO-VERNACULAR ARCHITECTURE – CONTRIBUTION TO THE RESEARCH ON. ARCHITECTURALTOPICS Sustainable Re-Use in disused buildings and abandoned sites , 506-518.
- Wardani, L. K. (2012). Desain Arsitektur Pusat Perbelanjaan dan Fenomena Masyarakat Konsumen. *Jurnal Seni Rupa & Desain* No.XV , 17-26.