

JOGJAKARTA DRIVE THRU MALL

PENEKANAN PADA KENYAMANAN SIRKULASI DAN KEMUDAHAN AKSES

BAB I PENDAHULUAN

I.1. PENGERTIAN JUDUL

DRIVE – THRU

Drive – thru merupakan sebuah istilah yang biasa dipakai dalam kehidupan sehari – hari di Amerika. Kata *drive – thru* itu sendiri berasal dari penggabungan dua kata dalam bahasa Inggris yaitu “*Drive*” dan “*Through*”.

Bila diartikan satu per satu, *Drive* adalah kata benda yang berarti perjalanan. Sedangkan *Through* adalah kata sifat yang berarti selesai, siap, terusan¹. Gabungan antara kata *Drive* dan *Through* bila diartikan menurut kamus yaitu *naik mobil melintasi*.

Dalam pemakaian sehari – hari, Drive – Thru dapat diartikan sebagai sebuah system pelayanan (*service*) yang dilakukan dari dalam kendaraan (mobil) tanpa harus keluar dari kendaraan tersebut, biasanya yang memakai system Drive – Thru ini adalah restoran atau toko makanan, bahkan kini sudah mulai ada cara pengambilan uang melalui mesin ATM yang menggunakan system drive – Thru. Di Indonesia masih sedikit restoran yang menggunakan fasilitas Drive - Thru, sebut saja McDonald dan Starbuck Coffee. Mereka sudah menggunakan system Drive – Thru yang memudahkan konsumen untuk memesan makanan yang mereka inginkan tanpa harus keluar dari mobil mereka.

¹ John M. Echols dan Hasan Shadily, Kamus Inggris Indonesia

MALL

Menurut pengertian kamus, Mall berarti sebuah plaza umum, jalan – jalan umum atau sekumpulan system dengan tress atau belokan – belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki (A public plaza, walk, or system of walk set with tress and design for pedestrian use)².

Mall adalah jalur pertokoan bagi pejalan kaki (A pedestriannised shopping street) yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah daripada *arcade – arcade* (1. gang beratap. 2. gedung yang mempunyai gang yang beratap biasanya ditempati toko – toko) biasa³.

Kata plaza berasal dari istilah Spanyol, mempunyai arti yang mirip dengan city/town square dalam Bahasa Inggris, atau piazza dalam Bahasa Italia (*Plaza is a Spanish word related to "field" which describes an open urban public space, such as a city square*)⁴. Plaza adalah ruang publik terbuka (*open air*), biasanya minimal ada satu bangunan yang menyertainya, kadang dikelilingi bangunan lain. Dalam terminologi budaya kita dikenal sebagai alun-alun, sebuah ruang publik terbuka yang dibatasi oleh bangunan pemerintahan, masjid, penjara dan pasar.

I.2. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Mall Sebagai Wacana Baru Masyarakat Jogjakarta

Wacana tentang penataan kota Jogjakarta, akhir-akhir ini terus mencuat. Hal ini seiring dengan munculnya kekhawatiran bergesernya penataan kota,

² www.google.com, A Dictionary of Architecture and Construction

³ www.google.com, Shopping Centres a Developer Guide to Planning a Design

⁴ <http://yulian.firdaus.or.id>

TUGAS AKHIR

yang semula lebih berorientasi pada roh seni dan budaya ataupun heritage, kini bergeser ke arah kepentingan bisnis. hal ini ditenggerai dengan munculnya pembangunan mall-mall yang sering dikatakan sebagai bagian dari ciri kehidupan modern.

Seiring dengan perkembangan zaman maka kota Jogjakarta sebagai jantung DIY harus bisa mengikutinya. Kebijakan yang diterapkan harus bersifat dinamis serta didasarkan pada asas modernitas. Pemaknaan dari ungkapan inilah yang sering dijadikan sebagai dasar pembangunan mall ataupun juga fasilitas lain dalam konteks bisnis. Akan tetapi hal yang patut ditegaskan serta diluruskan adalah bahwa modernitas bukan berarti *westernisasi*. Konsep pembangunan yang dinamis dan modern mesti disiasati agar tidak keluar dari konteks heritage.

Mall Sebagai Daya Tarik

Shopping mall merupakan suatu bentuk usaha komersil yang tidak lain adalah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya dan dapat mengembalikan modal dalam waktu yang singkat. Untuk mencapai hal itu didalam suatu Mall atau pusat perbelanjaan harus memiliki suatu daya tarik agar prinsip – prinsip usaha komersil tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini makin banyak orang yang menginginkan sesuatu yang serba cepat dan praktis atau instant, khususnya bagi mereka yang tidak memiliki cukup waktu. Mereka berusaha sebisa mungkin untuk mendapatkan sesuatu dengan cara yang serba instant, karena dengan cara itulah mereka dapat memanfaatkan waktu untuk sesuatu yang lebih bermanfaat bagi kelangsungan hidup mereka. Berkaitan dengan hal tersebut, muncullah sebuah pertanyaan : “bagaimanakah siasat pelaku bisnis retail agar dapat menarik para konsumen tersebut?”.

A. Permasalahan Umum

Bagaimana sebuah mall dapat menjadi icon kota Jogjakarta ?

B. Permasalahan Khusus

Bagaimana mendesain sebuah *Modern Mall* yang bisa memanjakan konsumen dengan nilai kepraktisan tanpa mengabaikan unsur kenyamanan pengguna.

I.3. TUJUAN DAN SASARAN

A. Tujuan

Menciptakan sebuah pusat perbelanjaan yang berbeda dari pusat perbelanjaan yang ada pada umumnya yang dapat menjadi icon bagi kota Jogjakarta.

B. Sasaran

Terciptanya sebuah mall yang bisa memanjakan konsumen dengan sistem thermal dan pola sirkulasi yang baik.