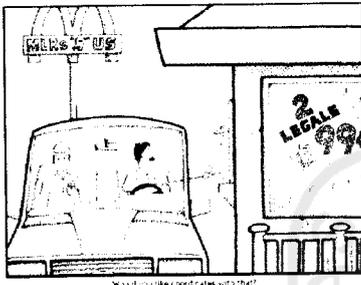


BAB II TINJAUAN

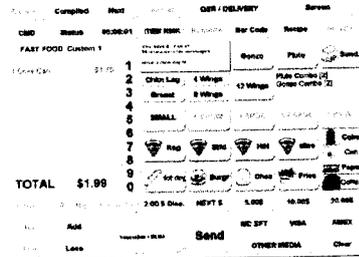
II.1. DRIVE – THRU SERVICE



Gambar 1 : drive thru service
Sumber : hasil olahan

Drive – Thru merupakan suatu bentuk sistem pelayanan yang biasanya dipakai di restoran – restoran, dimana kita sebagai pembeli tidak perlu keluar dari kendaraan, cukup memesan kepada petugas yang sudah siap di counter pemesanan. Ada berbagai macam sistem *drive – thru*, diantaranya :

1. Pembeli cukup menekan tombol pemesanan yang telah tersedia di *Drive – Thru List Board* lalu mesin secara otomatis akan memberi perintah kepada pelayan mengenai makanan yang dipesan. Setelah proses pemesanan dan transaksi pembayaran lalu pembeli menuju counter selanjutnya untuk mengambil pesanan.



Gambar 2: Drive – Thru List Board
 Sumber : google search

2. Pembeli melakukan pemesanan di counter pertama kepada pelayan, lalu membayar kemudian menuju counter selanjutnya untuk mengambil makanan yang telah dipesan.



Gambar 3: Drive Thru service
 Sumber : google search

II.2. MALL

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Lembaga – Lembaga Usaha Perdagangan Bab I pasal 1, Mall / Super Mall / Plaza, adalah tempat atau bangunan (toko) dalam skala besar untuk usaha perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang dan/atau jasa⁵. pengertian lain dari Mall atau Shopping Mall

⁵ Kep.Men Perindustrian & Perdagangan RI no.23/1998

adalah suatu area pergerakan (linear) pada suatu area pusat bisnis kota (central city business area) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki ; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang – ruang interaksional⁶.

Matland juga menyatakan bahwa shopping mall adalah pusat perbelanjaan yang berintikan dari satu atau beberapa departement store besar sebagai daya tarik dari retail – retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah shopping mall, yang berfungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antara pengunjung dan pedagang⁷.

A. Bentuk Mall

1. *Open Mall (mall terbuka)*

Yaitu mall tanpa pelingkup. Keuntungan dari jenis mall ini adalah kesan luas yang begitu terasa, perencanaan teknis yang cukup mudah sehingga dapat menekan biaya pembuatannya. Kerugian dari jenis mall ini adalah kendala thermal, yaitu kurangnya kenyamanan pengguna dan kesan pewadahan yang kurang karena bentukan mall yang luas.

2. *Enclosed Mall (mall tertutup)*

Yaitu mall dengan pelingkup. Keuntungan mall dengan jenis ini adalah pada kenyamanan yang cukup baik. Kerugiannya adalah biaya yang cukup mahal dan kesan yang kurang bagus.

⁶ Central City Mall, 1978

⁷ Matland, 1987

TUGAS AKHIR**3. Integrated Mall (mall terpadu)**

Yaitu penggabungan antara mall terbuka dan mall tertutup. Biasanya mall yang bersifat tertutup dengan akhiran terbuka. Mall jenis ini merupakan jenis mall yang dapat menekan keborosan energi dan sistem termal yang dapat menekan biaya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Mall ini bertujuan untuk memfokuskan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

B. Shopping Mall berdasarkan jangkauan pelayanan (Gruen Victor 1960)

- *Pusat perbelanjaan lokal*
Total area yang digunakan 2.787 – 9.290 m² dengan tingkat layanan 5.000 – 40.000 orang.
Jenis fasilitas : supermarket, toko – toko tunggal (shop unit)
- *Pusat perbelanjaan distrik*
Total area yang digunakan 9.290 – 27.870 m² dengan tingkat layanan 40.000 – 150.000 orang.
Jenis fasilitas : departement store, variety store, junior departement store, supermarket dan toko – toko tunggal.
- *Pusat perbelanjaan regional*
Total area yang digunakan 27.870 – 92.990 m² dengan tingkat layanan 150.000 – 400.000 orang.
Jenis fasilitas : junior departement store, supermarket dan toko – toko tunggal.



C. Shopping Mall berdasarkan bentuk fisik (Nadine Benddington 1982)

- *Shopping street* yaitu sederetan pertokoan di sepanjang sisi jalan
- *Shopping center* yaitu kompleks pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.
- *Shopping precinct* yaitu kompleks pertokoan dengan stand toko menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
- *Departement store* yaitu suatu toko yang sangat besar terdiri dari beberapa lantai dan menjual bermacam – macam barang termasuk pakaian sampai peralatan rumah tangga. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses.
- *Supermarket* yaitu toko yang menjual barang – barang kebutuhan sehari – hari dengan sistem pelayanan sendiri dan penjualan bahan makanan tidak melebihi 15 % dari sebuah area penjualan.
- *Departement store dan Supermarket* yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan dept. Store dengan supermarket)
- *Super Store* yaitu toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri.

D. Sistem pelayanan pada shopping mall (Mills 1976)

- **Personal service**
Sistem pelayanan dimana konsumen membeli dan membayar dilayani oleh pramuniaga di belakang counter.
- **Self selection**

Sistem pelayanan dimana konsumen mencari sendiri barang sesuai dengan kebutuhannya, kemudian memilih dan membawa barang ke kasir untuk membayar dan dikemas.

- **Self service**

Sistem pelayanan dimana konsumen menggunakan alat angkut / trolley / keranjang yang disediakan untuk mencari / memilih barang sendiri, kemudian menuju kasir untuk membayar dan dikemas.

E. Fasilitas

- **Entrance** sebuah shopping mall sangat berpengaruh terhadap keberadaan mall tersebut, entrance mencerminkan keberadaan dari mall tersebut baik dari kualitas bangunannya maupun dari kualitas isi dari mall tersebut. Entrance sebuah mall harus menarik, karena berawal dari entrance-lah pangunjung memasuki mall tersebut.
- **Anchor Tenant** yang berarti penyewa utama pada sebuah mall merupakan kunci utama dari sebuah mall, karena anchor tenant merupakan magnet untuk menarik pengunjung. *Anchor tenant* dapat dijadikan penarik bagi retail – retail yang lebih kecil untuk membuka tokonya pada mall tersebut. Biasanya retail – retail yang lebih kecil berada disekeliling dari *anchor tenant* tersebut biasanya anchor tenant pada sebuah pusat perbelanjaan berupa departement store ataupun supermarket, karena jenis tenant ini menyediakan hampir semua kebutuhan berbelanja. Kesuksesan dari sebuah pusat perbelanjaan dapat ditentukan dari keberadaan *anchor tenant* ini.

- **Tenant Mix**, merupakan sebuah konsep penganeekaragaman jenis retail pada sebuah pusat perbelanjaan. Konsep tenant mix biasanya terbagi menjadi beberapa kelompok, misalnya kelompok fashion, entertainment, food and restaurant. Pada dasarnya tenant mix merupakan pengelompokan dari jenis – jenis retail agar keteraturan dapat tercipta pada sebuah pusat perbelanjaan.
- **Restaurant Row**, yang berarti barisan restoran. Biasanya terdiri dari lima atau lebih restoran yang berbaris di sepanjang jalan atau koridor pada sebuah mall. Restaurant Row terbagi menjadi dua, yaitu yang berada di dalam ruangan atau biasa disebut *indoor restaurant row* dan yang berada di luar ruangan atau biasa disebut *outdoor restaurant row*.
- **Food Court**, merupakan fasilitas dari pusat perbelanjaan bagi pengunjung yang ingin menikmati berbagai jenis makanan dan minuman. Food court biasanya merupakan suatu area yang berupa ruangan yang cukup besar dan luas yang terdiri dari kios – kios dimana mereka menjual aneka masakan dan minuman.
- **Kids Play Area**, merupakan fasilitas yang diperuntukkan bagi anak – anak. Biasanya para orang tua yang berbelanja sambil membawa anaknya dapat menitipkan anaknya di arena bermain ini.
- **Shelter**, tempat beristirahat sementara. Mengelilingi sebuah mall memerlukan waktu yang cukup lama dan menghabiskan energi yang cukup banyak pula. Rasa lelah setelah mengelilingi mall akan terasa berkurang apabila ada suatu tempat untuk melepas lelah tersebut. Shelter adalah pilihan

yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Kita dapat berhenti sejenak untuk melepas lelah di shelter tersebut.

- **Toilets**
- **Mushalla**

II.3. STUDI KASUS

Berhubung belum ada pusat perbelanjaan yang menggunakan sistem drive thru, maka studi kasus hanya melihat pada keunikan dan tampilan bangunan.

City Centre

Spesifikasi proyek :

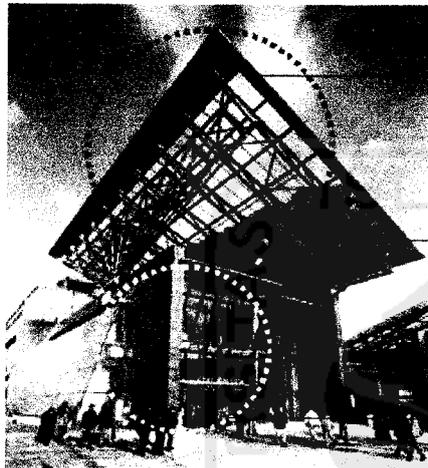
- Nama proyek : Westend City Centre
- Arsitek : Tim Thurik
- Klien : TriGranit Development Corporation
- Lokasi : Budapest, Hungary, Europe
- Berdiri : 17 November 1999
- Luas lahan : 54.000 m²
- Luas bangunan : 200.000 m²
- Program ruang : 53.500 m² retail hiburan
22.500 m² ruang kantor
17.000 m² Hotel Hilton
24.000 m² open space / garden roof.

Gambar
Si

Westend City Centre ini didirikan berdekatan / berseberangan dengan Western (Nyugati) Railway Station di Budapest, Hungaria. Bangunan ini adalah bangunan retail terbesar yang berorientasi pada hiburan yang merupakan proyek gabungan di Eropa Tengah, kolaborasi

dengan tiga arsitek lokal yaitu Finta Stuidos, Jerde dan Finta. Mereka mengkombinasikan retail, hiburan, kantor dan hotel dengan menggunakan konsep *Modern Architecture* yang unik.

Analisis Bangunan



Analisa tampak bangunan
Westend City Centre

Gambar 4 : Westend City Centre

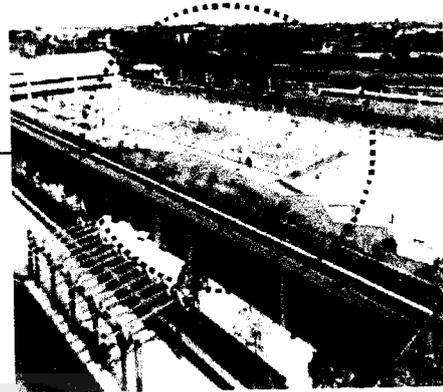
Sumber : Google search

Rangka atap space frame dengan penutup atap transparan sangat lekat dengan unsur modern dan *hi tech building*

Bentukan atap yang menjulang keatas dengan dimensi yang cukup besar memberikan kesan megat dan sangat monumental

Fasad bangunan yang berkarakter masif - transparan sudah m e m b e r i k a n kesan bangunan komersial

Pemanfaatan atap dak bangunan sebagai *Roof Garden* atau taman atap dapat menghilangkan kesan kaku dan monoton pada bagian paling atas gedung



Pohon palem di dalam ruang bertujuan untuk menciptakan suasana ruang luar ke dalam bangunan

Eskalator (naik dan turun) diletakkan sejajar dengan pola linear (memanjang) sehingga pengguna tidak perlu memutar untuk mencapai eskalator

Hall / atrium yang cukup luas sebagai tempat istirahat memberikan kesan lapang dan megah

Gambar 5 - 6 : Westend City Centre

Sumber : Google search