

MALL KECANTIKAN DI MANADO

(Building As Capital Investment)

Julita Anestasya Lumantouw¹
Frits O.P Siregar ST. M.,Sc²

Abstrak

Mall adalah kata serapan dari bahasa Inggris “Mall” yang diterjemahkan menjadi gedung atau kelompok gedung yang berisi macam-macam toko yang dihubungkan oleh lorong/koridor (jalan penghubung). Istilah Mall kemudian digunakan untuk suatu kawasan belanja yang terdapat dalam suatu gedung/kompleks yang dinaungi oleh atap. Mall dihadirkan untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, juga dapat menjadi sarana interaksi sosial. Pengunjung yang datang di mall sebagian besar adalah wanita dengan tujuan untuk perawatan kecantikan, berbelanja dan *refreshing*. Mall ini dirancang khusus untuk menggabungkan semua hal tentang kecantikan juga sebagai tempat hiburan dan rekreasi yang tersedia dalam satu bangunan. Dengan adanya Mall Kecantikan ini masyarakat dimudahkan untuk menjangkau kebutuhan mereka dalam hal kecantikan dalam satu bangunan.

Dalam perancangan Mall Kecantikan Di Manado ini, menggunakan tema “*Building as Capital Investment*” yakni dengan menerapkan prinsip-prinsip *Capital Investment* sehingga diharapkan dari hasil penerapan tersebut bangunan dapat menjadi suatu investasi modal, sehingga akan muncul suatu desain yang dapat memberikan keuntungan bagi pemilik bangunan. Untuk menghadirkan objek desain ini, perancangan melewati proses seperti pendekatan tema *Building as Capital Investment*, pendekatan tipologi objek, pendekatan analisis tapak, kerangka pikir serta metode pengumpulan data.

Hasil rancangan Mall Kecantikan Di Manado mengacu pada tema desain *Building as Capital Investment* dengan konsep aplikasi tematik yakni berada pada lokasi yang strategis, memiliki visibilitas yang baik, kemudahan akses menuju objek rancangan, memiliki karakter / Citra (*Brand Image*) sebagai mall terspesialisasi/khusus yang menangani layanan dan produk tentang kecantikan, menerapkan prinsip kenyamanan bangunan yaitu kenyamanan termal, kenyamanan pencahayaan kenyamanan audio, dan kenyamanan sirkulasi didalam maupun diluar bangunan. Menyediakan semua kebutuhan tentang kecantikan yang tersedia dalam satu bangunan, juga menyediakan fasilitas lainnya seperti fasilitas entertainment (restoran dan cafe) dan fasilitas penunjang guna mendukung aktifitas di dalam bangunan.

Kata Kunci : Mall, Kecantikan, *capital Investment*

I. PENDAHULUAN

Mall merupakan tempat yang menarik perhatian dan tempat yang paling banyak dikunjungi oleh sebagian orang. Mall sendiri dihadirkan untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang entertainment, maupun dapat menjadi sarana interaksi sosial antar individu. Masyarakat masa kini menjadikan Mall sebagai suatu bagian dari gaya hidup. Pengunjung yang datang di mall sebagian besar adalah wanita dan anak muda dengan tujuan yang berbeda – beda ada yang datang untuk *refreshing* juga ada yang datang ke salon kecantikan yang ada dalam mall tersebut.

Mendatangi salon dan klinik kecantikan serta toko makeup saat ini bagi masyarakat perkotaan bukan lagi menjadi suatu keinginan masyarakat, melainkan sudah menjadi kebutuhan serta gaya hidup dimana masyarakat saat ini ingin selalu tampil prima dan terlihat modis. Peminat salon kecantikan dan klinik kesehatan wanita memang mengalami peningkatan tetapi belum tersedianya tempat yang terpusat untuk mewedahi aktifitas ini dimanado.

Perkembangan yang terjadi diatas menimbulkan suatu gagasan dimana dilihat dari jumlah penduduk yang ada di kota manado yang berkisar 2.296.311 jiwa maka perlunya membuat sebuah wadah untuk dapat menampung berbagai macam kebutuhan masyarakat perkotaan sehingga masyarakat terlebih khusus wanita dapat dipermudah untuk mengakses segala kebutuhan mengenai perawatan serta kesehatan , yang nantinya fungsi – fungsi tersebut terdapat dalam satu bangunan, sehingga pengguna hanya mendatangi satu tempat saja tetapi dapat memenuhi segala keperluan dan kebutuhannya khususnya dalam hal kecantikan.

¹ Mahasiswa PS S1 Arsitektur UNSRAT

² Staf Dosen Pengajar Arsitektur UNSRAT

Mall ini direncanakan bertempat di kota Manado, berlokasi di kecamatan Malalayang yang dilalui oleh jalur lalu lintas utama, juga merupakan jalan trans Sulawesi, merupakan lokasi yang strategis. Dengan demikian penulis merasa tertarik untuk mengambil judul tugas akhir “Mall Kecantikan di Manado” dengan penerapan tema *Building is Capital Investment*.

II METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan adalah *problem solving* dengan pendekatan tematik *Building as Capital Investment* dan pendekatan tipologi objek Bangunan Pusat Perbelanjaan (Mall).

Pendekatan perancangan diperoleh melalui : studi literatur, studi komparasi, survey dan wawancara, hasil rancangan diperoleh melalui proses transformasi bentuk, hasil – hasil analisis yang dibuat dari eksperimen desain.

III. KAJIAN PERANCANGAN

3.1 Deskripsi Objek

Sejarah Mall adalah kata serapan dari bahasa Inggris “Mall” yang diterjemahkan menjadi gedung atau kelompok gedung yg berisi macam-macam toko dengan dihubungkan oleh lorong/koridor (jalan penghubung). Istilah Mall kemudian digunakan untuk suatu kawasan belanja yang terdapat dalam suatu gedung/kompleks yang dinaungi oleh atap

Mall kecantikan ialah suatu tempat untuk melakukan perawatan kecantikan, hiburan, dan rekreasi yang ada di Manado. Mall ini dirancang khusus untuk menggabungkan semua unsur kecantikan yang dibutuhkan serta hiburan dan rekreasi sehingga dapat tersedia dalam satu bangunan sehingga masyarakat dapat dimudahkan untuk menjangkau kebutuhan mereka.

3.2 Prospek dan Visibilitas Proyek

Perawatan dan kecantikan banyak diminati masyarakat khususnya wanita. Dengan melihat kebutuhan dan keinginan masyarakat kota Manado menjadikan fungsi objek ini sebagai suatu sarana yang dapat memenuhi kebutuhan dan juga dilihat dari daya beli masyarakat yang juga terus bertumbuh, juga memiliki fasilitas hiburan dan penunjang lainnya serta berada di lokasi yang layak dan strategis menjadikan suatu keunggulan bagi mall ini.

3.3 Tema Perancangan

Building as Capital Investment merupakan tema perancangan yang dipakai dalam proses desain Mall Kecantikan. *Capital investment* pengertiannya adalah bangunan arsitektur berfungsi sebagai suatu investasi modal dengan tujuan untuk memperoleh manfaat atau nilai tambah tertentu atau keuntungan investasi melalui upaya pemanfaatan sumber daya, baik modal uang, alat dan tenaga untuk menghasilkan keuntungan.

Prinsip- Prinsip Bangunan Capital Investment

1. Karakter / Citra (Brand Image)

Bangunan Komersial yang dirancang dengan karakter atau citra yang kuat akan meningkatkan daya tarik kunjungan konsumen. Karakter dari bangunan *Capital Investment* adalah penampilan yang menarik dan mengundang.

2. Lokasi Strategis

Tujuan bangunan komersial direncanakan secara umum adalah agar banyak dikunjungi konsumen. Oleh karenanya pemilihan lokasi menjadi salah satu pertimbangan penting untuk mencapai maksud tersebut.

3. Prinsip Kenyamanan Bangunan

Untuk mendukung maksud ini bangunan komersial sebaiknya dirancang dengan kelengkapan kenyamanan bangunan seperti :

- Kenyamanan Termal

Kenyamanan thermal adalah suatu kondisi thermal yang dirasakan oleh manusia bukan oleh benda, binatang, dan arsitektur, tetapi dikondisikan oleh lingkungan dan benda-benda di sekitar arsitekturnya.

- Kenyamanan pencahayaan
Adalah suatu kenyamanan yang tidak mengganggu jarak pandangan mata, sehingga manusia dapat melihat dengan jelas objek yang ada didepannya.
 - Kenyamanan Audio
Kenyamanan audio dapat dicapai dengan perancangan akustik dan perancangan tata suara dan dimana dalam perancangannya dibutuhkan pertimbangan teknis dan teknologi.
 - Kenyamanan sirkulasi dalam bangunan
Adalah kenyamanan yang tercipta karena penataan sirkulasi pejalan kaki dalam bangunan, seperti koridor yang memiliki ukuran yang luas untuk menampung aktivitas dalam suatu bangunan, sehingga tidak menimbulkan krodit dalam bangunan.
4. **Kebutuhan Jangka Panjang**
Rancangan bangunan mudah disesuaikan dengan kebutuhan jangka panjang untuk mengantisipasi perubahan tuntutan masyarakat.
 5. **Kemudahan Akses**
Pusat perbelanjaan terhubung dengan jalan raya utama akan memperoleh manfaat dari tingginya volume arus lalu lintas sekitar.

3.4 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang digunakan dalam proses perancangan ini adalah strategi perancangan tematik yang didukung oleh pengkajian karakteristik tipologi objek dan pengkajian aspek lokasi, tapak dan lingkungan.

1. **Lokasi Strategis** : Dibangun pada lokasi yang strategis, dekat dengan transportasi publik, dilewati arus lalu lintas utama maka menerapkan pola sirkulasi searah diluar bangunan, sehingga terhindar dari krodit dan tercipta keteraturan lalu lintas dalam kawasan mall.
2. **Kemudahan Akses** : dapat diakses dengan menggunakan angkutan umum, menyediakan sirkulasi untuk pejalan kaki beserta pepohonan yang berfungsi sebagai peneduh, untuk memudahkan pengunjung masuk ke dalam bangunan.
3. **Brand Image/karakter / citra** : memiliki brand image/karakter sebagai mall yang terspesialisasi, yang hanya menyediakan bauran produk mengenai kecantikan, juga dapat menjadi sarana hiburan. Menghadirkan bangunan yang menarik dari segi fasade sehingga dapat menciptakan suatu ketertarikan, menggunakan warna – warna cerah sebagai penarik perhatian pengunjung.
4. **Kebutuhan jangka panjang** : bangunan bersifat *sustainable* atau berkelanjutan, agar dapat mengantisipasi tuntutan masyarakat dan perubahan zaman tentang bentuk bangunan.
5. **Kenyamanan Bangunan**
 - **Kenyamanan Thermal** : Penggunaan pendingin ruangan dalam bangunan sangat membantu untuk menormalkan suhu didalam ruangan, karena mengingat bangunan mal hanya memiliki sedikit bukaan sehingga umumnya bangunan mal menggunakan pendingin ruangan sebagai pendukung untuk sistem kenyamanan bangunan.
 - **Pencahayaan** : Penggunaan pencahayaan buatan pada mall lebih dominan digunakan dari pencahayaan alami karena mall memiliki skala bangunan yang luas. Tetapi pencahayaan alami juga dapat diterapkan dalam bangunan ini yaitu untuk restoran dan bagian void mall.
 - **Sirkulasi dalam bangunan** : Pola sirkulasi didalam bangunan dibuat lebar, agar pengunjung merasa nyaman berada di dalam mal. Merancang pola sirkulasi di dalam bangunan agar pengunjung melewati semua unit perdagangan dan jasa sehingga dapat mendatangkan keuntungan secara maksimal.

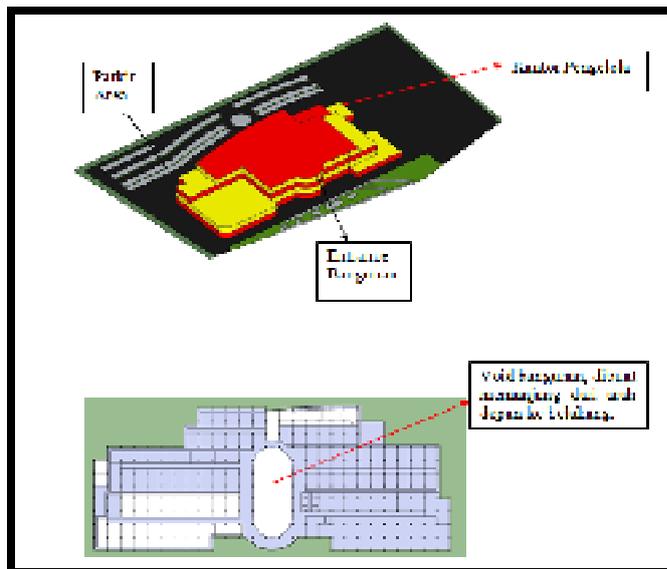
IV. KONSEP-KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Aplikasi Tematik

- a. Lokasi Strategis : Dibangun pada lokasi yang strategis, dekat dengan transportasi publik, dilewati arus lalu lintas maka menerapkan pola sirkulasi searah diluar bangunan, sehingga terhindar dari krodit dan tercipta keteraturan lalu lintas dalam kawasan mall.
- b. Visibilitas : Merancang gerbang masuk yang mudah dilihat pengunjung sehingga dapat dilihat tanpa halangan.
- c. Kemudahan Akses : karena berada dijalur trans sulawesi sehingga lokasi mall dilewati jalur utama kendaraan umum, Penataan ruang luar yakni dengan menyediakan sirkulasi untuk pejalan kaki agar lebih mudah untuk masuk kedalam bangunan.
- d. Karakter Citra/Brand Image : Penerapan prinsip “Brand Image” menghadirkan bangunan yang menarik dari segi fasade sehingga dapat menciptakan suatu ketertarikan bagi pengunjung serta menggunakan warna – warna cerah sebagai penarik perhatian pengunjung.
- e. Kenyamanan bangunan :
 - i. menggunakan pendingin ruangan dalam bangunan sangat membantu untuk menormalkan suhu didalam ruangan, karena mengingat bangunan mall hanya memiliki sedikit bukaan sehingga umumnya bangunan mall menggunakan pendingin ruangan sebagai pendukung untuk sistem kenyamanan bangunan.
 - ii. Penggunaan pencahayaan buatan pada mall lebih dominan digunakan dari pada pencahayaan alami karena mall memiliki skala bangunan yang luas. Tetapi pencahayaan alami juga dapat diterapkan dalam bangunan ini yaitu untuk restoran.
 - iii. Pola sirkulasi didalam bangunan dibuat lebar, agar pengunjung merasa nyaman berada di dalam mall. Mengatur pola sirkulasi di dalam bangunan agar pengunjung melewati semua unit perdagangan dan jasa sehingga dapat mendatangkan keuntungan secara maksimal.

4.2 Konsep Perancangan

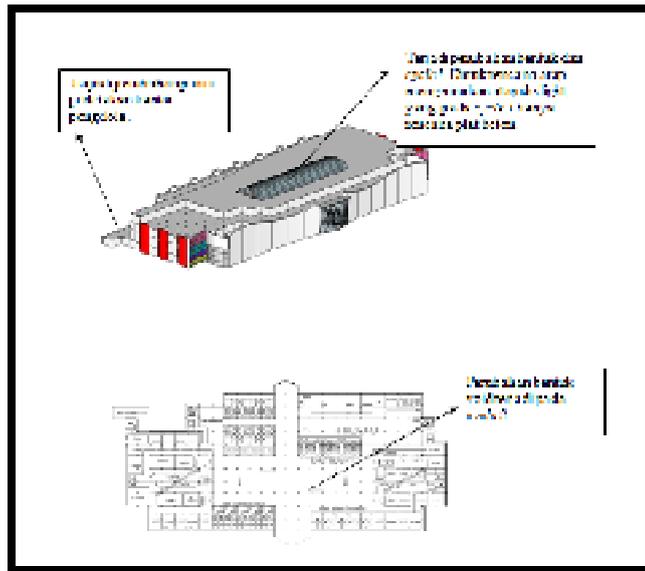
Tahapan proses transformasi rancangan melalui beberapatahapan berikut ini



Gambar 1 Cycle 1

pada cycle ini awal perancangannya area parkir diletakkan dibagian belakang, kantor pengelola berada pada sayap kanan bangunan, void bangunan memanjang dari arah depan ke belakang bangunan, dan hanya memiliki satu entrance utama, yaitu pada bagian depan bangunan.

(Sumber : Analisis)

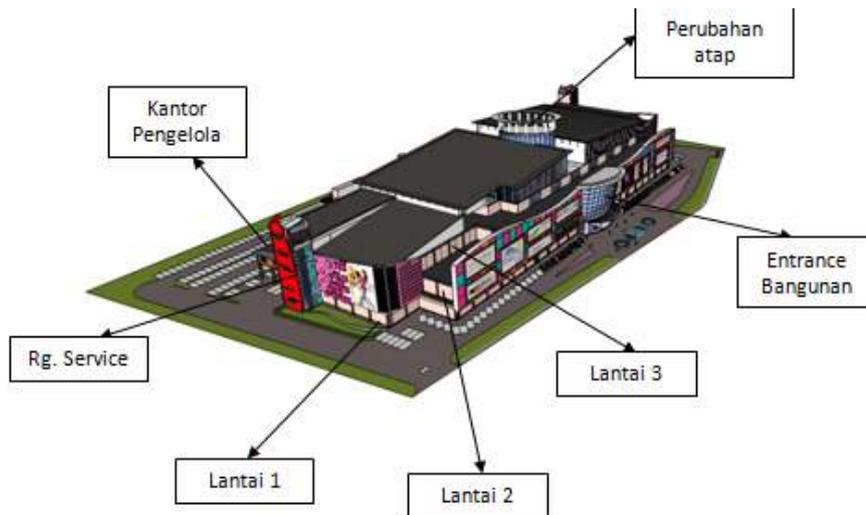


Gambar 2 Cycle 2
 pada tahap ini terjadi perpindahan posisi kantor pengelola, diletakkan di sayap kiri agar dapat langsung diakses melalui entrance tapak, terjadi perubahan bentuk void pada bangunan, memiliki dua jalur entrance untuk masuk kedalam bangunan, yakni dari depan dan belakang, dan terjadi perubahan bentuk atap, pada tahap ini menggunakan atap skylight, untuk memanfaatkan terang langit sebagai sumber penerangan di siang hari.
 (Sumber : Analisis)



Gambar 3 Cycle 3
 mengalami perubahan pada posisi kantor pengelola, diletakkan di lantai dua, agar lantai dasar dapat berfungsi sebagai area loading dock, mengalami perubahan bentuk pada atap skylight, mengubah atap plat beton pada lantai atas menjadi atap rangka baja.
 (Sumber : Analisis)

Hasil akhir dari proses transformasi rancangan adalah perubahan bentuk dengan penggunaan atap skylight dengan tujuan memanfaatkan terang langit sebagai sumber penerangan.



Gambar 4 Cycle 4
 pada tahap ini merupakan hasil akhir dari proses perancangan, terjadi penambahan sistem parkir pada bagian depan tapak, menyediakan parkir khusus pengelola dan karyawan yang terletak dekat dengan kantor pengelola, menyediakan parkir khusus untuk dokter praktek yang ada di sisi kanan bangunan, perubahan pada model atap skylight, entrance pada bangunan menjadi 3 bagian, yakni dari depan, belakang, dan samping kanan bangunan. Merancang sirkulasi untuk pejalan kaki untuk masuk kedalam bangunan, merancang air mancur sebagai suatu objek yang dapat menjadi daya tarik
 (Sumber : Analisis)

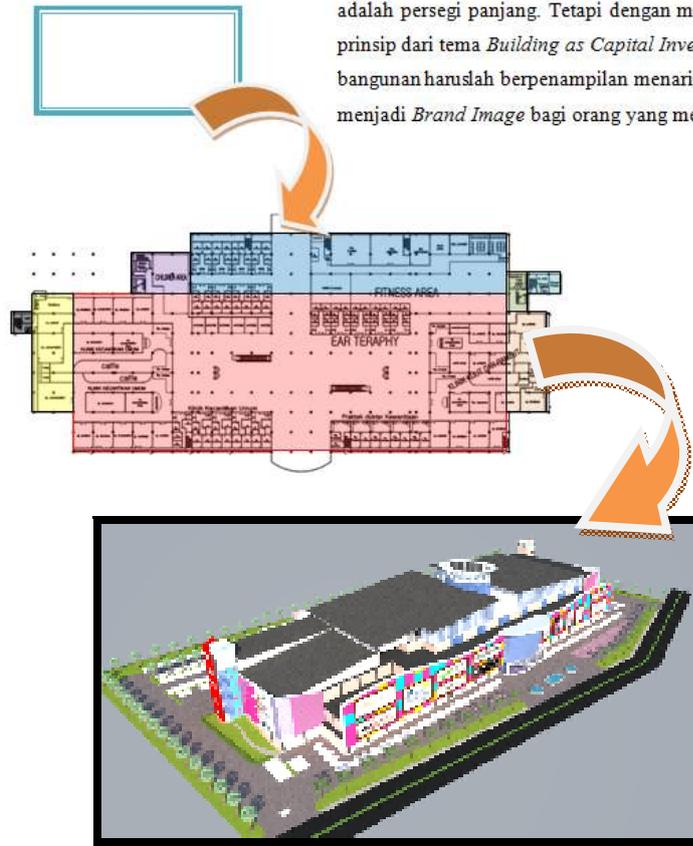
Tahap “*decision to stop*” karena keterbatasan waktu perancangan dan faktor lain yang memaksa proses desain untuk berhenti sehingga penulis mengambil kesimpulan telah mencapai hasil akhir setelah beberapa perubahan image.

4.2.1 Konsep Perancangan Bangunan

a. Gubahan Massa

Konsep bentuk dari Mall Kecantikan ini berawal dari bentuk tipologi yang ada dan Tema sebagai faktor yang menambah nilai estetika. Kriteria-kriteria yang menjadi tolak ukur dalam perancangan yaitu dengan mengaplikasikan tema, yang telah diuraikan sebelumnya:

Bentuk dasar yang digunakan dalam bangunan ini adalah persegi panjang. Tetapi dengan menambahkan prinsip dari tema *Building as Capital Investment* maka bangunan haruslah berpenampilan menarik yang dapat menjadi *Brand Image* bagi orang yang melihatnya.

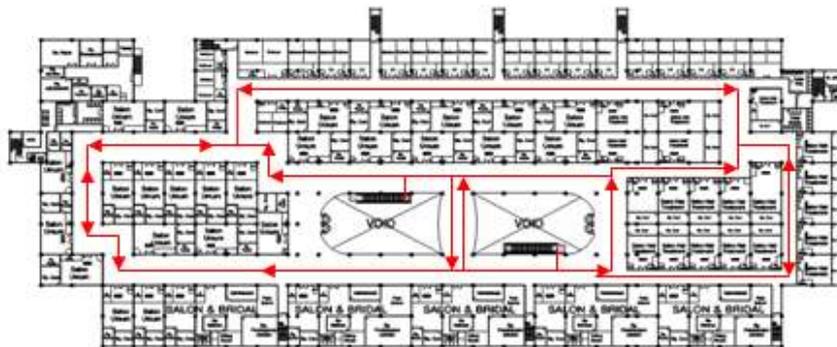


Dengan menggabungkan beberapa bentuk persegi panjang, maka dapat tercipta bentuk seperti yang tertera pada gambar.

Gambar 5. Bentuk Bangunan
(Sumber : Analisis)

b. Sirkulasi dalam bangunan

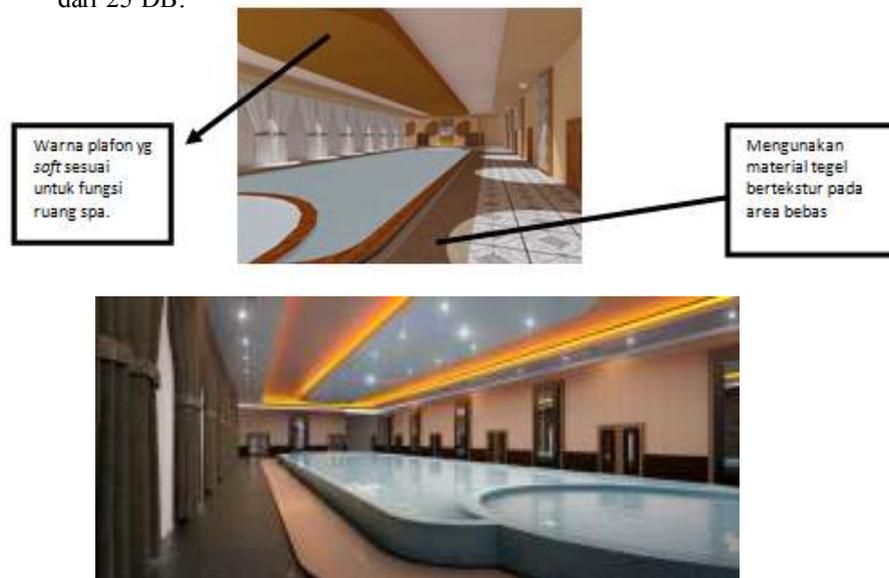
Konsep sirkulasi pada bangunan Mall ini merupakan konsep sirkulasi melingkar, dimana bertujuan agar pengunjung dapat mengitari seluruh bagian dalam ruang mall, agar tidak ada ruangan yang terlewat sehingga dapat menambah keuntungan bagi pemilik.



Gambar 6. Pola sirkulasi dalam bangunan
(Sumber : Analisis)

Penentuan Material :

- Menggunakan material yang tidak bersifat memantulkan (refleksi) seperti koefisien refleksi.
- Menggunakan material yang tidak memantulkan suara (menimbulkan kebisingan) lebih dari 25 DB.



Gambar 7. Interior SPA
(Sumber : Analis)

Sehingga pertimbangan diatas dapat ditarik kesimpulan pada bagian spa harus menggunakan material yang dapat membawa rasa nyaman, menggunakan material penyerap suara, karena ruang ini merupakan ruangan untuk relaxsasi sehingga membutuhkan ketenangan. Bahan penyerap suara antara lain gypsum, plastik dan kayu. Dan material luar bangunan biasanya menggunakan kaca dibagian tertentu panel kaca acrylic dari PVC pada Restaurant dan cafe, pada area tertentu menggunakan beton dan cladding sebagai pemanis tampilan.

PENUTUP

Mall Kecantikan Di Manado merupakan pusat perbelanjaan spesialis yang menyediakan satu jenis bauran produk yang menampung kegiatan mengenai perawatan kecantikan, perbelanjaan, maupun hiburan.

Objek ini didesain berdasarkan kajian tematik *Building as Capital Investment* dalam perancangan ini diharapkan bangunan dapat menjadi suatu investasi modal yang dapat memberikan keuntungan bagi pemilik.

Terdapat beberapa kelebihan yang ada dalam desain Mall Kecantikan ini, hal ini dapat dilihat dari sudah dapat tercapainya implementasi tema pada objek rancangan, baik dari desain ruang dalam, ruang luar, fasad, maupun tapaknya. Desain fasad yang didasarkan pada tema (*Building as Capital Investment*), ini dapat dilihat dari bentuk bangunan yang terdiri dari persegi panjang, guna untuk memaksimalkan fungsi lantai ruang dalam untuk menghasilkan keuntungan, kemudian menggunakan warna – warna cerah, sebagai penarik perhatian pengunjung.

Walaupun demikian masih terdapat beberapa kekurangan yang ada pada desain Mall ini yang perlu disempurnakan. Seluruh kekurangan tersebut tentunya dapat dipecahkan apabila waktu penyelesaian desain dapat diperpanjang, sehingga masih memungkinkan beberapa siklus “*Image-present-test*” terlaksana.

Dalam proses desain objek ini mengalami beberapa kendala. Pada awalnya terdapat kesulitan memulai objek desain, untuk mengatasinya maka perlu adanya kaji literatur dan kajian tematik sebagai patokan awal dalam mendesain, ini sangat membantu dalam keputusan pembuatan block plan atau bentuk awal masa.

Penulis telah mengupayakan sebisa mungkin yang dapat dilakukan, dan hasil perancangan ini masih dapat dikembangkan lebih jauh untuk mendapatkan hasil akhir yang lebih baik. Untuk itu penulis dengan terbuka menerima kritik, saran dan masukannya.

DAFTAR PUSTAKA

De Chiara Joseph, Panero Julius, Zelnik Martin. 1992. **Time-Saver Standart for Interior design and space planning**. McGraw-Hill, Singapore

Marlina Endy. 2008. **Panduan perancangan bangunan komersial**. Andy Publisher, Yogyakarta.

Neufert Ernest. 1996. **Data arsitek jilid 1**. Erlangga, Jakarta.

Poerbo Hartono. 1993. **Tekno Ekonomi Bangunan Bertingkat Banyak**. Djambatan, Bandung.

Wee Keng Neo Lynda. 2005 . **The 4rs of asian shopping center management**. Buana Ilmu Populer, Jakarta .

www.paragonmedical.com (diakses tanggal 23 mei 2013)