BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat,sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Sedangkan wilayah Bandung Raya merupakan metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jabotabek.

Kota kembang merupakan sebutan lain untuk kota ini, dan dahulunya disebut juga dengan *Parijs van Java*. Selain itu kota Bandung juga dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang banyak tersebar di kota ini. Dan pada tahun 2007, British Council menjadikan kota Bandung sebagai *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur. Saat ini kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata dan pendidikan.

Untuk jumlah penduduk dibandung itu sendiri mempunyai hasil pencacahan Sensus Penduduk 2010, jumlah penduduk Bandung sementara adalah 3.174.499 orang, yang terdiri atas 1.617.513 laki-laki dan 1.556.986 perempuan. Dengan luas wilayah Bandung sekitar 1756,65 kilo meter persegi yang didiami oleh 3.174.499 orang maka rata-rata tingkat kepadatan penduduk Bandung adalah sebanyak 1.801 orang per kilo meter persegi.

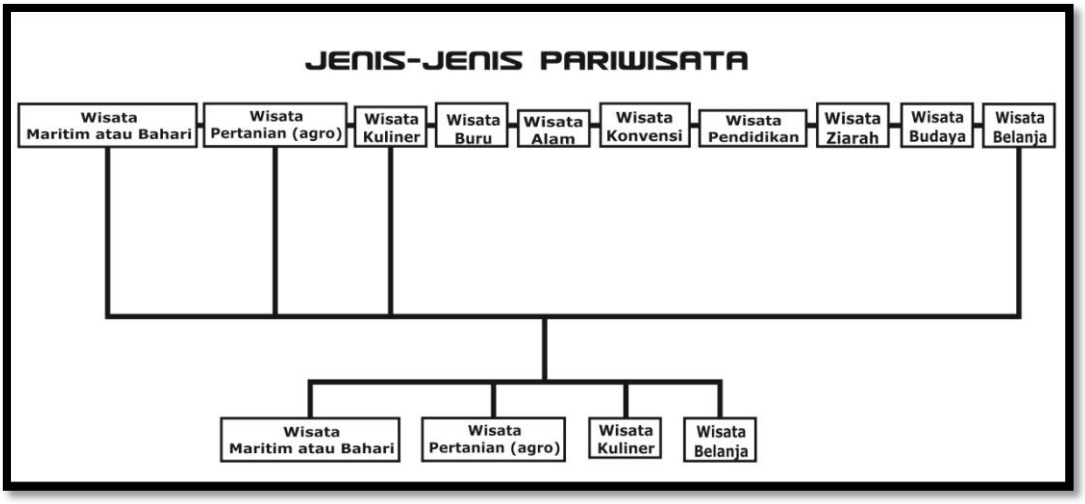
Dengan kependudukan 3.174.499 jiwa mempengaruhi pertumbuhan mall di Bandung,yang semakin pesat. Menurut *Bappeda* (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah) , tahun 2010 tercatat 37 pusat perbelanjaan atau mall terbangun di kota Bandung, dari berbagai kelas pusat perbelanjaan. Jadi,dengan tingkat kependudukan Bandung 3.174.499 orang yang terbagi diantaranya pada sektor perdagangan 28.16%,pada sektor jasa 15.92%.serta pada sektor pengguna 40.92% dan lain-lain,hal itu membantu akan pertumbuhan mall di bandung yang cukup pesat dari segi pedagang maupun pengguna.



Gambar 1.Map Pusat Perbelanjaan di Bandung
(Sumber : www.google.com)

Pada gambar 1 map diatas menunjukan tempat titik-titik pusat perbelanjaan yang ada di bandung serta *outlet-outlet* yang berada disekitarnya,yang antara lain dari satu *outlet* ke *outlet* lainnya sangat jauh dan memakan jarak tempuh waktu yang cukup lama dikarnakan keberadaan pusat perbelanjaan dan *outlet-outlet* berada di area yang rawan akan kemacetan.

Adanya sebuah pusat perbelanjaan dibandung didasari oleh sebuah lingkungan iklim yang berada pada daerah tersebut salah satunya yaitu daerah bandung. Iklim didaerah bandung sangatlah sejuk,nyaman dan tingkat kepadatan penduduknya tidaklah sebanyak di jakarta,ditambah lagi dengan masih banyaknya bangunan-bangunan peninggalan belanda yang masih dipertahankan di kota bandung. Sehingga unsur ke khasan bangunan tempo dulunya masih kental sekali keberadaaanya di bandung. Ditambah dengan beraneka ragamnya pariwisata yang ada di bandung,menjadikan bandung disebut kota hiburan.



Gambar 2.Jenis-Jenis Pariwisata
(Sumber : dokumen pribadi)

Pada gambar 2 diatas merupakan bentuk klasifikasi jenis-jenis pariwisata,dari jenis-jenis tersebut tersaringlah 4 buah jenis wisata yang sangat berpotensi di bandung antara lain;Wisata Maritim atau Bahari,Wisata Pertanian (agro),Wisata Kuliner dan Wisata Belanja. Wisata Belanja,banyaknya *factory outlet* dibandung yang tersebar dimana-mana membuat Mall ini terbentuk dengan menyediakan satu lantai yang berisikan semua *factory outlet-factory outlet* yang terkumpul menjadi satu dalam Mall One Stop Entertainment. Serta adanya toko-toko asessories yang merupakan pelengkap dari *fashion* ,sehingga pengunjung yang berbelanja tidak khawatir lagi dengan barang-barang yang mereka cari. Karena semua itu sudah tersedia pada mall ini ditambah dengan adanya *department store* yang memudahkan keluarga untuk melakukan perbelanjaan bulanan untuk kebutuhan sehari-hari. Semua itu merupakan sarana dan prasarana yang lengkap yang ada untuk mendukung segala aktifitas pengunjung yang datang.

Wisata Kuliner,sebuah mall biasanya memiliki kesamaan pada masalah makanan seperti penyediaan *food court,resto* dan *cafe*. Tetapi pada dasarnya jenis-jenis makanan yang di perjual belikan disana hanyalah makanan-makanan biasa yang hampir di setiap mall itu ada,sedangkan pada One Stop Entertainment Mall ini selain *resto* dan *cafe* adanya unsur makanan yang mencirikan kekhasan bandung dan merupakan sesuatu yang sering di cari oleh masyarakat selain kota bandung,diantaranya makanan serabi,batagor,brownies,siomay,iga bakar,mie kocok bandung dan lain sebagainya. Dengan hadirnya semua jenis makanan-

makanan yang sudah terkenal dibandung,One Stop Entertainment Mall membuat wadah bagi pengunjung yang ingin menikmati semua jenis makanan yang ada dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan suasana yang berbeda.

Wisata Maritim atau Bahari,wisata jenis ini dimaksudkan kepada wisata pemancingan dan kolam renang. Dengan adanya wisata jenis ini yang berkonsep *indoor* merupakan sebagai nilai jual yang sangat menguntungkan,khususnya bagi pengguna mall. Serta dengan adanya wisata jenis ini bisa memunculkan sebuah inovasi baru dengan membuat sebuah wahana permainan yang mengarah kepada bahari dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihan dari mall tersebut.

Agro Wisata atau Wisata Pertanian,sebuah ketertarikan masyarakat kota akan pentingnya penghijauan membuat wisata jenis ini banyak digemari.,khususnya masyarakat luar kota. Suasana dan iklim yang sangat menguntungkan menjadikan bandung sebuah pusat agro wisata yang banyak dicari,dari jenis tanaman hias,buah-buahan dan tanaman-tanaman lainnya. Agro wisata jenis ini merupakan salah satu lagi ciri khas One Stop Entertainment Mall dengan membuat sebuah konsep *outdoor* sehingga pengunjung dapat membeli dan menikmati langsung suasana dari tanaman hias itu sendiri hingga prosesnya.

Keberadaan wisata belanja seperti *factory outlet-factory outlet* yang terkumpul menjadi satu dalam One Stop Entertainment Mall , serta beberapa wisata yang mendukung seperti wisata kuliner,wisata maritim atau bahari dan agro wisata. Semua itu merupakan ciri khas dari mall tersebut,dengan terbentuknya konsep yang seperti ini diharapkan pengunjung-pengunjung yang datang lebih merasa nyaman dan aman ketika melakukan aktifitas-aktifitasnya,baik berupa belanja,menikmati hiburan,makan bersama dan lain sebagainya,tidak perlu lagi berpindah-pindah tempat. Karena semua sudah terkumpul menjadi satu,ditambah lagi dengan tersedianya lahan parkir yang cukup luas dan keamanan yang terjamin.

Melihat fenomena dan permasalahan di atas, maka dibutuhkan perencanaan dan perancangan *one stop service,* dengan karakter dan citra yang berusaha dibangun oleh One Stop Entertainment Mall yakni pemanfaatan tanaman pada interior setiap lantai dan diselaraskan dengan interior pendukung fasilitas yang bersih dan terorganisir,dengan karakter yang membuat senang ketika seseorang melakukan perbelanjaan dengan mutu pelayanan yang baik dan pegawai pelayanan yang ramah.

Dengan sebuah bentuk dan inovasi yang baru,menjadikan One Stop Entertainment Mall sebagai mall *one stop service* yakni menghadirkan sebuah pusat perbelanjaan *outlet-outlet* yang terhimpun dalam satu wadah,memunculkan kekhasan kuliner bandung,mebuat sebuah jenis wahana hiburan yang berhubungan dengan bahari dan memasukan unsur agro wisata dalam mall. Semua itu didukung oleh atmosfer suasana iklim bandung yang masih sejuk,nyaman dan asri. Sehingga penggunjung yang datang kebandung tidak hanya dapat menkmati alam kota bandungnya saja. Tetapi dapat menikmati wisata belanja dan hiburan yang dberikan. Salah satunya yang ada pada One Stop Entertainment Mall,dengan area parkir yang lebih luas dan terorganisir.

Sehingga dengan hadirnya One Stop Entertainment Mall yang berlokasi di Jl.Ir H.Juanda no.61-63 Bandung,Jawa Barat 40135 dengan luas bangunan lebih kurang 11.000 m^2 ,diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat bandung maupun warga kota lain yang sedang berlibur. Dengan sasaran pengunjung golongan menengah ke atas sebagai kebutuhan dalam berinvestasi dan tuntutan gaya hidup, penciptaan lapangan pekerjaan melalui fasilitas-fasiltas yang ada dalam bangunan tersebut dan melayani kebutuhan masyarakat berbagai usia diantaranya ;anak-anak,remaja dan dewasa akan pusat hiburan dan belanja. Fasilitas-fasilitas perpaduan tenant diatur pada setiap lantai dengan fasade tetap mengacu kepada tema mall itu sendiri . Anchor tenant yang tak lain merupakan magnet primer yaitu seperti planet cinema,*food court,the zone book store* dan lain-lain, ditempatkan pada posisi strategis pada bangunan yang dikelilingi oleh tenant-tenant kecil yang diatur dengan system koridor tunggal.

1.2. Permasalahan Perancangan

Adapun permasalahan-permasalahan yang terkandung dalam perancangan One Stop Entertainment Mall di Bandung ini antara lain ;

1. Bagaimana menciptakan sebuah kenyamanan pada saat berbelanja terhadap konsumen,sehingga bisa menjadi tempat perbelanjaan yang baik dan unik yaitu dengan adanya beberapa fasilitas yang ada didalamnya,serta memanjakan pengunjung dari berbagai kalangan usia?
2. Bagaimana mengatur keselarasan tenant yang ada,sesuai dengan tema pada One Stop Entertainment Mall?
3. Bagaimana mengatur atmosphere yang ada pada tenant-tenant didalamnya?

1.3. Maksud dan Tujuan Perancangan

Adapun maksud dari perancangan One Stop Entertainment Mall di Bandung ini sebagai berikut ;

1. Merencanakan dan merancang sebuah fasilitas yang mampu mewadahi semua kegiatan warga kota bandung khususnya dan penduduk Jawa Barat umumnya,dalam satu wadah yang menggemari berbelanja,kuliner dan menyukai agro wisata,terhadap sebuah area pusat perbelanjaan dan hiburan. Khususnya untuk semua kalangan usia,baik itu anak-anak,remaja maupun dewasa.

Sedangkan tujuan dari perancangan One Stop Entertainment Mall di Bandung,sebagai berikut ;

1. Merencanakan sebuah fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung ketika melakukan kegiatan belanja dan hiburan.
2. Menyediakan suatu *entertainment* yang unik bagi pengunjung,serta dapat memenuhi fungsinya sebagai fungsi komersial bagi investor.

3. Untuk mengetahui kegiatan dan aktifitas dari masyarakat dibandung maupun diluar bandung sehingga aktifitasnya dapat terfasilitasi.
4. Kesesuaian perancangan One Stop Entertainment Mall ini dengan sebuah fungsi bangunan komersial sesuai kaidah ilmu desain interior dan arsitek yang baik dan benar.
5. Mengatur tenant-tenant yang ada didalamnya sehingga atmospherenya dapat tersampaikan oleh penggunjung.