

**KEBERHASILAN KONSEP DESAIN PANTAI PADA THE BEACH MIKO MALL
BANDUNG****Arie Setiawan¹, Dewi Rachmaniatius Syahriyah²**

Fakultas Teknik, Program Studi Arsitektur

Universitas Langlangbuana

Jl. Karapitan 116, Bandung

Arriesettiawan@gmail.com, dewi.rachmaniatius@gmail.com**Abstract**

Bandung is one area that has quite a high tourist attraction. Apart from nature tourism and other city tours, culinary tourism in Bandung is still a special attraction. The innovation and creativity of the managers has created many interesting cafes and food courts. behind 'instagrammable' places in Bandung there are always architects who are creative in creating their work, the object of study in this study is the beach miko mall. The purpose of this study or research is to find out how successful the application of beach nuanced design concepts is in public spaces so that they can become an attraction for culinary tourism, especially in terms of spatial design. The design of the space studied in this study is the experience of space, the atmosphere with the application of the style/theme of the feel of the beach as if it were elsewhere, this research presents how this food court revived the mall area which was previously empty of visitors to become an attraction, with the aspect of the location of the food court, food and drink, visitors, design concepts and themes, as well as furniture & decoration. The research method used in this study was direct observation and several questionnaires or response reviews from visitors. The results of the study show that the design of the beach miko mall fulfills design success in aspects of the location of the food court, food and drink, visitors, design concepts and themes, as well as furniture & decoration.

Article History

Submitted: 3 Agustus 2024

Accepted: 5 Agustus 2024

Published: 12 Agustus 2024

Key Words

design success, space
experience, attractiveness of
a beach food court concept
in a mall

Abstrak

Bandung merupakan salah satu wilayah yang memiliki daya tarik wisata yang cukup tinggi. selain wisata alam dan wisata kota lainnya, wisata kuliner di bandung masih menjadi daya tarik tersendiri, inovasi dan kreatifitas dari pengelola banyak menciptakan tempat tempat cafe dan foodcourt yang menarik. dibalik tempat-tempat yang 'instagramable' di bandung selalu ada arsitek yang kreatif menciptakan hasil karyanya, objek studi dari kajian ini yaitu the beach miko mall. tujuan dari kajian atau penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana keberhasilan penerapan konsep design bernuansa pantai dalam ruang publik agar bisa menjadi daya tarik untuk wisata kuliner khususnya pada aspek desain ruang. Desain ruang yang dikaji pada penelitian ini adalah Pengalaman ruang, atmosfer dengan Pengaplikasian gaya/tema nuansa pantai seakan berada di tempat lain, penelitian ini menyajikan bagaimana food court ini membangunkan kembali kawasan mall yang sebelumnya sepi pengunjung menjadi daya tarik, dengan aspek lokasi food court, makanan dan minuman, pengunjung, konsep desain dan tema,serta furniture & dekorasi Metode penelitian yang dilakukan dalam kajian ini yaitu dengan observasi langsung serta dengan beberapa kuisisioner atau respon ulasan dari respon pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain the beach miko mall memenuhi keberhasilan desain pada aspek lokasi food court, makanan dan minuman, pengunjung, konsep desain dan tema,serta furniture & dekorasi.

Sejarah Artikel

Submitted: 3 Agustus 2024

Accepted: 5 Agustus 2024

Published: 12 Agustus 2024

Kata Kunci

Keberhasilan desain,
pengalaman ruang, food
court konsep desain pantai

1. Pendahuluan

Mall merupakan bangunan komersial yang didirikan sebagai pusat perbelanjaan, bandung memiliki beberapa mall yang tersebar di seluruh daerah di bandung, selain sebagai pusat perbelanjaan, mall di juga di gunakan sebagai tempat untuk rekreasi menghabiskan waktu di akhir pekan untuk menghilangkan penat, tidak lengkap apabila sebuah mall hanya tersedia

tempat untuk berbelanja saja, tapi tersedia juga kuliner food court yang mendukung, kuliner atau food court yang menarik tentu akan menjadikan orang datang untuk sekedar menghabiskan akhir pekan di satu tempat tersebut untuk merasakan nuansa yang berbeda untuk menghilangkan jenuh nya aktifitas sehari hari di tempat kerja maupun di rumah , maka dari itu desain dan konsep sangat berpengaruh untuk memberikan pengalaman ruang yang baru serta menjadi daya tarik mengapa orang ingin datang ke tempat tersebut, kemudian setelah orang datang ke tempat tersebut apakah orang tersebut merasa puas dan datang kembali ke tempat tersebut atau hanya sekedar sekali datang karna hanya penasaran , keberhasilan desain dalam hal ini dapat dilihat dari respon dari pengunjung .

Pantai merupakan perbatasan daratan dan juga lautan yang tentunya menjadi objek wisata yang sangat digemari oleh orang-orang. Pantai menghadirkan permainan air, pasir dan pemandangan yang indah untuk memanjakan mata. Namun sayangnya tidak setiap wilayah memiliki pantai dan laut yang indah, salah satu daerah yang tidak memilikinya adalah Bandung. Banyak hal yang harus dilalui untuk mendatangi wisata alam tersebut, seperti halnya jarak tempuh yang cukup jauh, waktu yang cukup lama, dan melewati medan yang tidak mudah.



Gambar 1 . exterior the beach miko mall
sumber : dokumentasi google street view

Hadirnya foodcourt bersuasanakan pantai di Bandung yang berada di mall dapat memanjakan para warga Bandung. Elemen-elemen yang ada di pantai tentunya dihadirkan pula di tempat tersebut yang identik dengan pantai. Semua hal bisa nikmati di The Beach Miko Mall Bandung.



Gambar 2 . interior the beach miko mall
sumber : dokumentasi Pribadi

Keberhasilan desain terwujud apabila konsep dengan nuansa yang diharapkan sesuai dengan apa yang didapat, pengalaman ruang yang baik dan kesan dari pengunjung.

2. Tinjauan pustaka

2.1. Food court

Food court mengadaptasi konsep dari beberapa klasifikasi restoran, Menurut UU RI No. 34 Tahun (2000), Nirmala, Agatha (2018), restoran adalah tempat menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak termasuk usaha jenis tata boga atau kue kering. Selain itu pengertian lain dari restoran menurut Soekresno (2000) Nirmala, Agatha (2018), restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Food court adalah tempat pedagang dapat menjual makan di satu lokasi yang tertata dan dikelola sebuah manajemen. Di tempat ini pelanggan juga dapat membeli dan menikmati makanan dengan pilihan yang bervariasi.

Food court biasanya terdapat di mall-mall atau pusat perbelanjaan, perkantoran modern, universitas, atau sekolah-sekolah yang modern.

Selain mampu untuk menarik perhatian banyak pelanggan, food court juga bisa menjadi salah satu ajang untuk membuka pusat keramaian yang sangat efektif.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penentu berhasilnya sebuah desain foodcourt agar menjadi daya tarik atau perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi oleh pengunjung . Kotler dan Keller (2014) diantaranya :

A. Lokasi food court

Lokasi selalu menjadi pertimbangan pertama saat ingin membuka sentra bisnis, mempertimbangkan lokasi mana yang tepat. Lokasi yang baik merupakan lokasi yang memiliki mobilitas tinggi dan aksesibilitas yang juga baik. lokasi yang benar-benar strategis. Contohnya adalah di dekat jalan utama, kampus, kos-kosan, atau lokasi keramaian lainnya, maka perlu untuk mengetahui pangsa pasar.

B. makanan & minuman

Makanan yang ditawarkan tentu harus menarik, tidak monoton dan memiliki harga dan kualitas makanan yang sesuai karna tujuan utama dari food court yaitu untuk menjual makanan, tipe makanan yang ditawarkan juga harus sesuai dengan desain atau konsep tempat yang ada, harga yang murah enak pasti akan menjadi daya tarik, ataupun harga yang sedikit mahal tapi sesuai atau terbarterbayarkan dengan suasana atau kesan di tempat tersebut agar orang mau jauh jauh effort keluar rumah untuk ke food court tersebut.

C. Pengunjung

Tujuan dari diciptakannya food court tentunya untuk memberi fasilitas dan menjual makanan dan minum, target pasar dari food court ini tentu yaitu semua kalangan usia dari anak anak, muda, remaja dan orang tua, maka perlu makanan dan design pengaturan tempat tersebut dapat digunakan oleh semua kalangan usia serta family friendly agar semua orang bisa datang kesana tidak hanya dalam kalangan tertentu saja.

D. Konsep Desain & tema

Food court tentunya mempunyai beraneka ragam pilihan makanan dengan stan-stan yang menjajakannya. Posisi stan ini sebaiknya diatur agar tiap stand makanan merapat ke dinding, dan area tengah food court yang cukup luas untuk meletakkan meja dan untuk pengunjung berlalu-lalang. lalu menggunakan konsep yang sesuai pada desain foodcourt tersebut baik secara furniture layout, properti maupun penggunaan material:

E. furniture & dekorasi

Meja dan kursi yang cukup untuk menampung banyak pengunjung. Model penataan meja bisa disesuaikan dengan kondisi ruangan atau konsep atau tema yang akan di desain ,pengaturan furniture yang disusun sedemikian rupa. dan Memberi jarak yang cukup antar meja, agar pengunjung tidak kesulitan untuk berjalan sambil membawa makanan di area food court. Dekorasi elemen penting lainnya dalam desain interior. Mulai dari, tepian kap lampu,

warna lampu dekoratif, saklar lampu, hingga gagang pintu dll perlu diperhatikan untuk dapat meningkatkan nuansa keseluruhan ruangan.

3. Metode.

Metode dari penelitian ini yaitu menggunakan Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya dengan observasi langsung serta dengan beberapa kuisioner atau respon ulasan dari respon pengunjung berdasarkan aspek lokasi food court, makanan dan minuman, pengunjung, konsep desain dan tema, serta furniture & dekorasi apakah berhasil menciptakan suasana dan kesan yang berbeda.

4. HASIL DAN DISKUSI

4.1. Lokasi

Alamat : Jl. Raya Kopo No.599, Cirangrang, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40227



● lokasi the beach

Gambar 3 . Peta lokasi

sumber : dokumentasi google maps

Lokasi the beach miko malll yaitu berada di posisi paling depan lantai 1 , bersebelahan dengan entrance masuk mall , hal ini membuat the beach miko mall ini menjadi anchor dai mal ini , dan memudahkan untuk masuk atau meng akses ke area food court ini tanpa harus mencari dimana lantai berapa dll .



■ lokasi the beach

Gambar 4 . lokasi the beach

sumber : dokumentasi google street view

Area pada the beach miko mal ini berada paling samping dari depan hingga ke belakang memanjang sepanjang ini menggunakan lantai pasir.

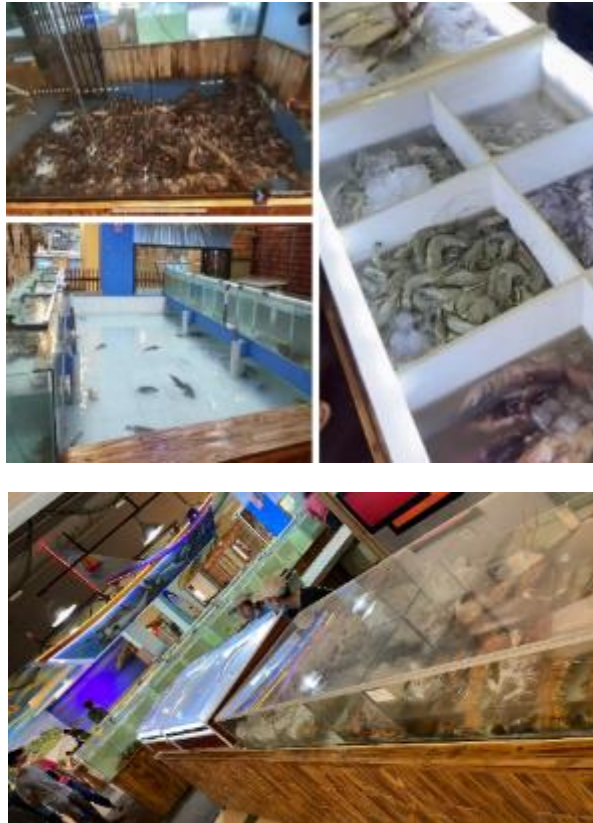
4.2. makanan & minuman

Pada area foodcourt the beach miko mall ini terdapat beberapa tenant makanan diantaranya

a. Tenant Utama

- Perahu Nelayan Seafood

menyediakan makanan seafood yang bisa dipilih pilih dalam keadaan masih hidup segar seperti ketika berada a di pesisir pantai beras seperti kepiting udang gurita dll.



Gambar 5 . Perahu nelayan seafood
sumber : dokumentasi pribadi

- The D'cheers

D'cheers merupakan konsep bar dan cafe dengan menyajikan minuman bir, dan alkohol,



Gambar 6 . Dcheers
sumber : dokumentasi pribadi

b. Tenant Pelengkap

- Mie djiwa
- soto ayam pak karso
- lucky durian
- Baso aci ganteng
- Camp coffee
- Es cendol Elizabeth
- clemons
- lucky bir steak
- Lotek simpang
- Sate ayu
- Kmis toppoki
- Terminale gelato

minat jenis makanan yang banyak di pesan :

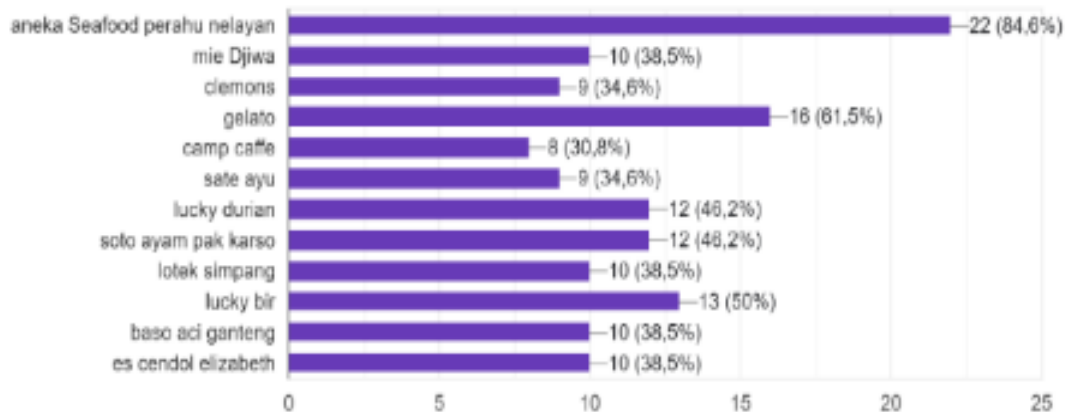


Diagram 1. menu paling banyak di pesan

Berdasarkan survey dari pengunjung menu yang paling banyak dipesan yaitu pada menu aneka seafood nelayan, yang merupakan menu utama dari konsep foodcourt pantai ini. dengan total sebanyak 84.6 % , kemudian gelato sebanyak 60,5 % , lalu lucky bir (d'cheers) sebanyak 50 % dari 26 responden.

Kepuasan dengan Variasi jenis makanan :

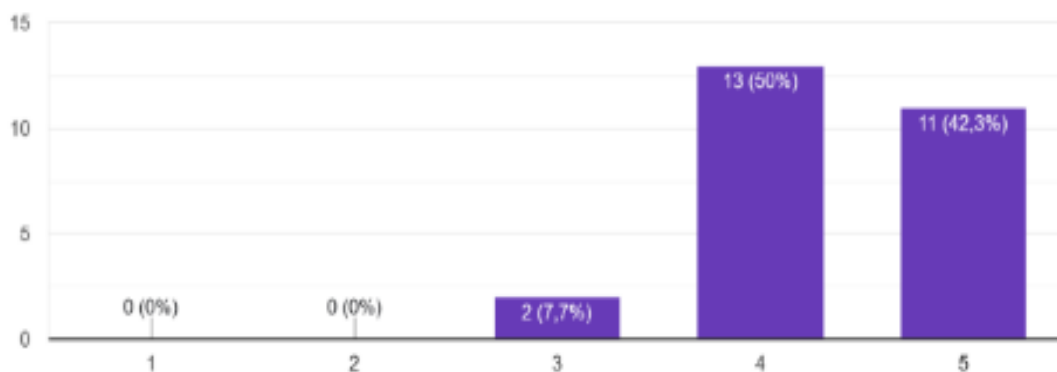


Diagram 2. kesesuaian variasi jenis makanan

Dari respon pengunjung berdasarkan menu yang dimuat cukup sesuai dengan konsep makanan pada pinggir pantai, 13 jawaban memberi bintang 4 dan 11 orang memberi bintang 5 karena adanya menu menu seafood yang sesuai dengan konsep foodcourt dengan skor rata rata 4.3

Kepuasan dengan Kesesuaian Harga makanan :

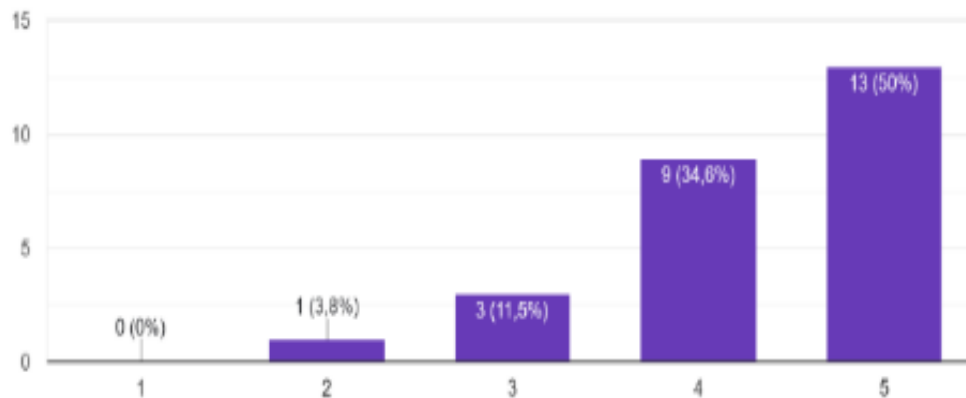


Diagram 3. Respon kesesuaian harga

Kesesuaian harga dengan apa yang di dapat menjadi faktor penting orang tersebut akan datang kembali atau tidak , dari harga dan kesesuaian harga 13 orang mengaku sangat puas , 9 orang mengaku puas , dan 3 orang mengaku cukup, dan 1 orang mengaku kurang puas. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa harga pada makanan dan minuman di tenant the beach miko mall dirasa sesuai dengan nuansa yang dihadirkan yaitu konsep pantai. Hal ini ditunjukkan pada hasil rata-rata kesesuaian harga yaitu 4,5 poin.

4.3 . pengunjung

Pengunjung menjadi salah satu patokan berhasilnya berhasil atau tidaknya daya tarik pada food court ini, maka untuk melihat seberapa respon dari pengunjung perlu dilakukan beberapa kuesioner diantaranya :

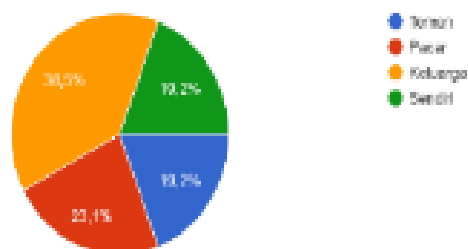
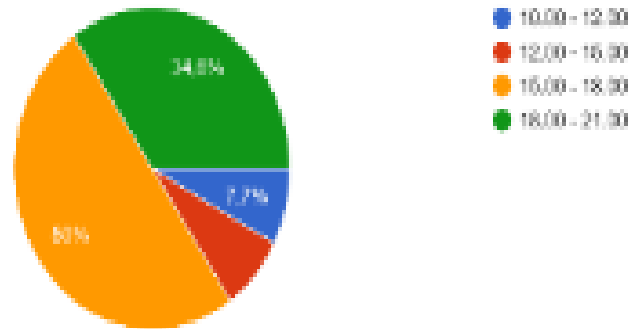


Diagram 4. partner kunjungan

Berdasarkan hasil diagram kunjungan mayoritas pengunjung yang datang yaitu paling banyak datang dengan keluarga, karena tempat ini sangat cocok untuk keluarga dengan adanya playground sehingga bisa digunakan untuk wisata keluarga, sambil makan dan jalan-jalan anak juga dapat sambil bermain, sehingga para orang tua tidak perlu khawatir anak anak bisa main di playground sambil makan.

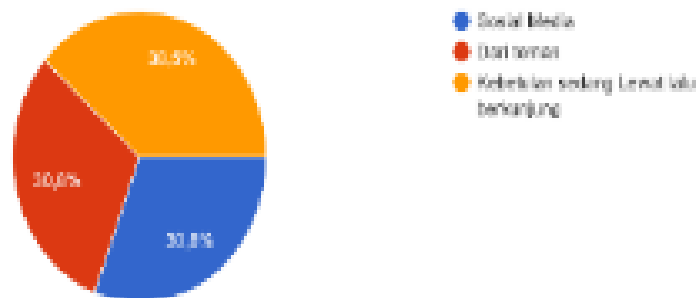


Gambar 7 . Area Playground
sumber : dokumentasi google maps

**Diagram 5.** jam kunjungan

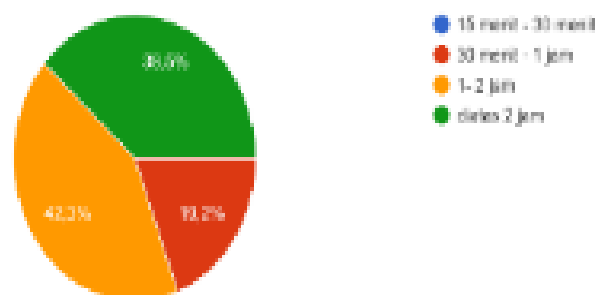
Kunjungan paling ramai yaitu di sore menuju ke malam hari, dimana pada jam ini merupakan waktu yang paling tepat ketika menghabiskan dan menikmati suasana pantai di the beach miko mall.

informasi tentang orang berkunjung ke the beach :

**Diagram 6.** Respon informasi kunjungan

Jumlah informasi kunjungan yang datang berdasarkan respon pengunjung hampir sama rata, rata rata orang mengetahui the beach miko mall dari internet, teman, dan kebetulan sedang datang lalu mampir. namun dari segi marketing the beach miko mall ini tidak terlalu mengedepankan marketing sehingga kebanyakan orang langsung ketika ke mall tersebut , dan dari rekomendasi teman untuk datang kembali ke tempat ini.

lama waktu yang dihabiskan:

**Diagram 7.** lama kunjungan

Rata rata orang menghabiskan waktu di the beach miko mall yaitu 1 jam ke atas, dimana waktu ini digunakan untuk makan dan menikmati suasana pantai, dari total waktu yg dihabiskan dapat menggambarkan orang bisa puas dan enjoy di tempat ini dengan suasana, kenyamanan ruang, live musik, hiburan yang di dapatkan.

4.4 . Konsep Desain & tema

Foodcourt yang ada di Miko Mall ini awalnya mengambil konsep kebun di tengah mall yang diberi nama Food Garden, namun di remake menjadi The Beach Kopo hadir dengan tampilan yang baru.

The beach miko mall menjadi foodcourt yang menyajikan suasana khas pantai yang dapat dikunjungi oleh semua kalangan terutama keluarga. Suasana disana benar-benar seperti pantai konsepnya seperti sedang makan di pinggir pantai Jadi the beach ini konsep yang ada satu-satunya di bandung selatan ,

Kesan pengunjung the beach miko mall :

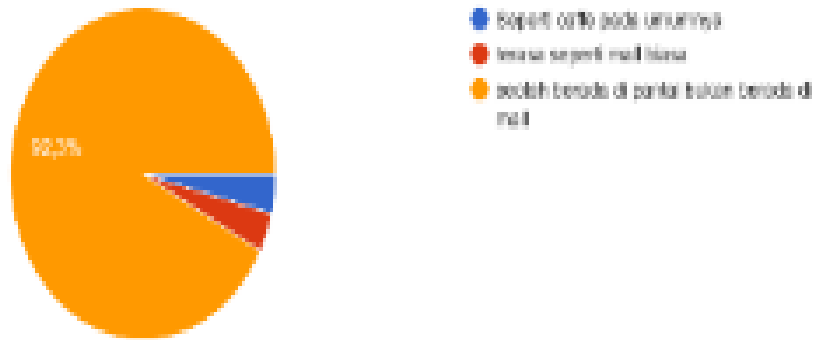


Diagram 8. kesan pengunjung the beach miko mall

Dari 90 % jawaban mengatakan jika di tempat ini terasa seperti di pantai, didukung dengan desain yang dibuat sedemikian rupa sehingga timbul kesan seperti bukan di mall tapi seperti di pantai .

unsur unsur desain yang terdapat pada area miko mall ini yang menunjukkan desain identitas atau nuansa pantai diantaranya adalah :

1.penggunaan material pasir pantai asli



Gambar 8 . Area Pasir

sumber : dokumentasi instagram the beach miko mall

Penempatan pasir di seluruh area the beach miko menjadi point utama yang memberikan kesan identik dengan pantai.

2. penempatan perahu



Gambar 9 . Area Perahu
sumber : dokumentasi pribadi

Penerapan penggunaan perahu kayu menggambarkan seolah berada di pesisir pantai nelayan yang identik dengan perahu untuk menangkap nelayan.

3. Bentuk bangunan Facade area food court



Gambar 10 . Desain bangunan foodcourt
sumber : dokumentasi pribadi

Fasad yang digunakan yaitu dengan penggunaan atap jerami dan plafond jerami supaya mirip dengan warung warung di pesisir pantai dengan materi dan penggunaan bambu pada struktur tenant yg terdapat pada the beach ini

pembagian zona the beach miko mall :

1.Dcheers



Gambar 11. Dcheers
sumber : dokumentasi pribadi

Area the dcheer ini adalah tempat bar and cafe dengan konsep bar di pantai ditambah dengan hiburan live music setiap harinya.

2. Perahu nelayan



Gambar 12. area perahu
sumber : dokumentasi pribadi

Untuk area perahu nelayan ini merupakan empat untuk berfoto yang bisa di naiki atau masuk kedalam perahu ini seolah berada di perahu sungguhan.

3.Area playground



Gambar 13. area Playground
sumber : dokumentasi pribadi

Pada area playground ini merupakan area paling banyak diminati oleh anak-anak, karena selain bisa berkunjung ke foodcourt juga bisa sambil berekreasi untuk anak-anak disini.

4.Food Court pasir



Gambar 14. area food court pasir
sumber : dokumentasi pribadi

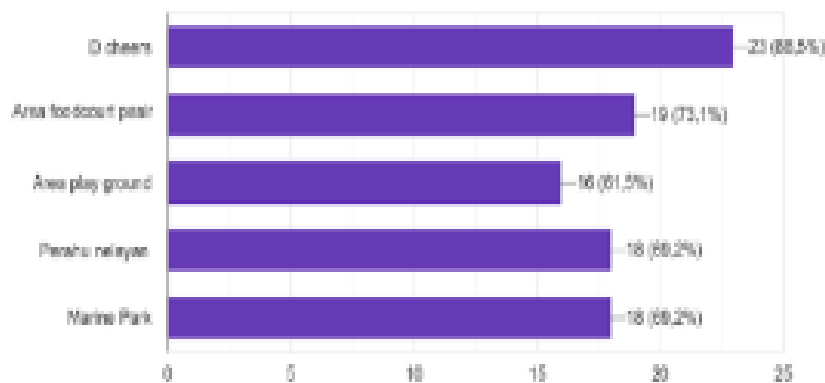
Pada area food court pasir ini merupakan keseluruhan dari bagian area foodcourt yg ada dengan penggunaan material pasir pada pantai nya selaras dengan desain pada tenanya.

5. Marine park

**Gambar 15.** area food court pasir

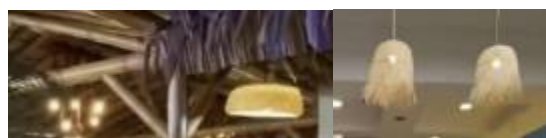
sumber : dokumentasi pribadi

Marine park merupakan area kolam yang di dalamnya berisi ikan ikan laut seperti bayi hiu , kerang,kepiting dll yang sengaja di sediakan agar konsep pasir pantai dengan air laut dan biota laut nya dapat menyatu dengan baik sesuai dengan konsep desain pantai

**Diagram 9..** area yang paling menggambarkan nuansa pantai4.5 .furniture & dekorasi
-penggunaan furniture**Gambar 15.** furniture kayu

sumber : dokumentasi pribadi

Kayu penggunaan kursi dan meja bahan kayu outdoor seperti di pesisir pantai menambah kesan pantai menjadi lebih kuat apalagi di padukan dengan warna pasir putih yang ada. penggunaan dekoratif

**Gambar 16.** Lampu dekoratif

sumber : dokumentasi pribadi



Gambar 17. ayunan dekoratif
sumber : dokumentasi pribadi

Penggunaan material kayu pada ayunan menambah kesan seperti di pantai dimana biasanya di pantai terdapat pula dekorasi ayunan yang terbuat dari kayu sebagai penambah kesan alami seperti berada di pantai serta penambahan lampu dekorasi yang memperkuat kesan alami dari konsep pantai

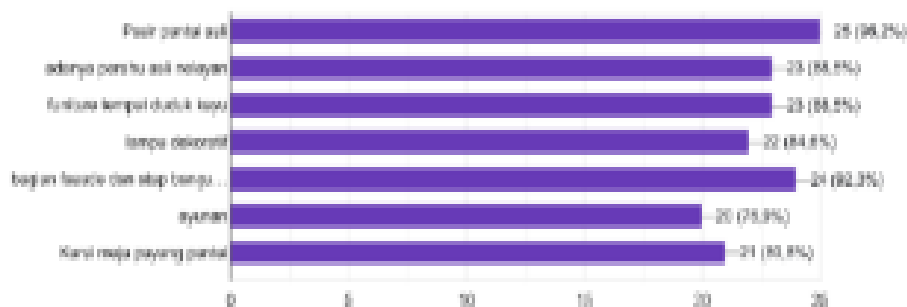


Diagram 10.. Nuansa utama konsep pantai the beach miko mall

5. Kesimpulan

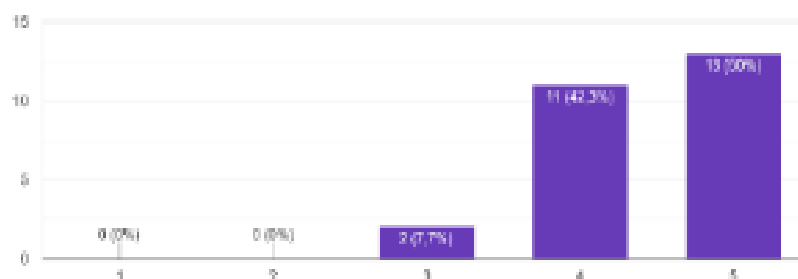


Diagram 11. keberhasilan desain

Berdasarkan hasil kuesioner berdasarkan aspek aspek dalam keberhasilan desain pantai pada the beach miko mall diantaranya berdasarkan 26 Responden :

1. Lokasi food court
2. makanan & minuman
3. Pengunjung
4. Konsep Desain & tema
5. furniture & dekorasi.

Menunjukan respon keseluruhan dari tingkat kepuasan 50% memberi nilai sangat puas , 42,3 % merasa puas , dan 7.7 % merasa cukup, dengan rata rata nilai penilaian tingkat kepuasan 4.42 yang dapat disimpulkan bahwa penerapan desain menggunakan konsep pantai ini mulai dari atribut , dekorasi , serta konsep penyajian terbukti dapat memberikan kesan yang berbeda dan persepsi yang berbeda seperti memberikan kesan berada di pantai , dengan penerapan

desain ini mengundang daya tarik untuk pengunjung dan memberikan wisata atau tempat menghabiskan waktu yang baru di Bandung ini.

Ucapan Terimakasih

Dalam selesainya penyusunan laporan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak manajemen dheers miko mall yang sudah memberi izin untuk melakukan penelitian dan dokumentasi foto di tempat ini , serta melakukan kuisisioner terhadap pengunjung.

Daftar Pustaka

- [1] Nirmala, Agatha “Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk ,” 2018.
- [2] Widya kusuma , “dampak elemen interior terhadap psikologi ,” 2011.
- [3] Eka R & Raden saleh J, “Persepsi pengunjung terhadap visual fungsional kawasan pasca revitalisasi ,” 2019.
- [4] Hadiansyah, Mahendra Nur & Hendrawan, Alvin Sofyan “Persepsi Ruang Pada Interior Restoran Donwoori Bandung ,” 2019.
- [5] Taufan Hidjaz, “Desain interior dan perilaku pengunjung di ruang publik ,” 2019.