

STUDI MENGENAI KONSEP *COMMUNITY MALLS* DI KOTA BANGKOK, THAILAND DAN BANDUNG, INDONESIA

R. Aswin Rahadi⁽¹⁾, Alia Widyarini Hapsariniaty⁽²⁾

⁽¹⁾Staff Pengajar, Sekolah Telekomunikasi dan Manajemen, Institut Manajemen Telkom, Bandung, Indonesia

⁽²⁾Mahasiswa Program Magister, Program Studi Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

Abstrak

Bangkok merupakan salah satu kota terbesar di Asia Tenggara, yang menghadapi permasalahan klasik berupa kemacetan lalu lintas. Salah satu upaya yang dilakukan oleh properti developer disana adalah dengan menciptakan hub-hub kecil berupa *community malls*, memanfaatkan hub-hub Bangkok Train System (BTS) untuk mendekatkan jarak temu antar warga kota Bangkok yang ingin berinteraksi. Paper ini mencoba menganalisa lebih jauh mengenai konsep *community malls* di Bangkok, bagaimana karakteristiknya, dan mencoba membandingkannya dengan konsep mall yang serupa yang ada di Bandung. Dari hasil penelitian pendek ini, didapatkan kesimpulan bahwa konsep *community mall* baru dapat dilaksanakan, apabila didukung dengan sistem transportasi publik yang cukup baik. Hal ini yang menyebabkan mengapa konsep *community mall* di Bandung belum dapat terimplementasikan dengan baik.

Kata-kunci : *community malls*, kemacetan, transportasi publik

Pendahuluan

Bangkok merupakan salah satu kota terbesar di Asia Tenggara, dengan jumlah penduduk lebih dari 9,3 juta penduduk (United Nation Thailand, 2008). Bangkok menghadapi permasalahan klasik yang dihadapi oleh banyak kota-kota besar di dunia, termasuk kemacetan (Bangkok Post, 2012).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh developer properti di Bangkok untuk menyederhanakan dan memberikan kemudahan bagi para penduduknya untuk dapat bertemu dan melakukan interaksi adalah dengan membangun hub-hub pusat perbelanjaan kecil yang dinamakan sebagai “*community malls*” (Thai Retail Blog, 2011).

Secara umum *community malls* dapat dikategorikan sebagai sebuah pusat perbelanjaan kecil yang menawarkan kelengkapan produk bagi penduduk yang berada disekitar lokasi perbelanjaan tersebut (Amitha

Amranand, 2012). Banyak juga yang mendefinisikan *community malls* sebagai reinkarnasi dari strip malls yang banyak terdapat di daerah Amerika Serikat.

Saat ini terdapat lebih dari 150 *community malls* di Bangkok, dimana jumlahnya akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya waktu (Amitha Amranand, 2012). Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan pusat perbelanjaan kecil berkonsep *community malls* seperti ini semakin meningkat, dan yang dibutuhkan oleh warga Bangkok bukanlah pusat-pusat perbelanjaan besar yang berkonsep mixed-used seperti Siam Paragon, Central World, dan pusat perbelanjaan besar lainnya (The Nation, 2012).

Jakarta, dan kota-kota besar lainnya di Indonesia, juga menghadapi permasalahan yang sama dengan kota Bangkok dari segi kemacetan dan aksesibilitas. Pertanyaan yang muncul adalah, apakah dengan konsep *community malls*, kebutuhan akan interaksi dan berbelanja akan menjadi lebih mudah bagi penduduk

Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia?

Paper ini bertujuan untuk menganalisa perkembangan dari *community malls* di kota Bangkok, kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, dan penerapan praktis yang dapat dilakukan di Indonesia sebagai salah satu solusi untuk menghadapi kemacetan yang semakin memburuk setiap harinya.

Kajian Pustaka

Menurut International Council of Shopping Centers (ICSC, 1999), definisi dari Shopping Center adalah:

“A group of retail and other commercial establishments that is planned, developed, owned and managed as a single property. On-site parking is provided. The center's size and orientation are generally determined by the market characteristics of the trade area served by the center. The two main configurations of shopping centers are malls and open-air strip centers.”

Secara lebih lanjut, shopping center dibagi menjadi delapan kategori menurut tipenya: neighborhood center; community center; regional center; super-regional center; fashion/specialty center; power center; theme/ festival center; dan outlet center.

Dilihat dari segi tipe, *community malls* yang banyak terdapat di Bangkok, dapat dikategorikan sebagai *community center* atau *theme/ festival center*. Kategori *community center* dipilih dikarenakan lokasinya yang terdapat di daerah komunitas penduduk, dan kategori *theme/ festival center* dipilih dikarenakan *community mall* diisi oleh restoran dan kedai minum seperti Starbucks, Greyhound Café dan iBerry.

Analisa dan Interpretasi

Untuk riset ini, kami akan coba membandingkan beberapa pusat perbelanjaan yang memiliki karakteristik *community mall* dari dua kota dan dua negara berbeda: Bangkok, Thailand dan

Bandung, Indonesia. *Community mall* dari kedua kota ini kemudian akan dibandingkan dengan menggunakan beberapa karakteristik utama yang mendefinisikan kelebihan dan kekurangan dari kedua mall tersebut.

Ada dua lokasi *community mall* di Bangkok yang dijadikan patokan riset ini:

J-Avenue Thong Lo, Bangkok



Gambar 1. J-Avenue Thong Lo, Tampak Depan (Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2. J-Avenue Thong Lo, Salah Satu Toko (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Community mall yang disebut sebagai *lifestyle center* pertama di Bangkok ini, dibangun oleh Siam Future Development. Mall seluas 88.000 square feet ini diisi oleh department store, beberapa toko pakaian dan kelengkapan sehari-hari, beberapa restoran dan kedai minum. Untuk menampung parkir, dua lokasi disediakan di depan dan dibelakang bangunan (Brannon Boswell, 2007).

The 19th @Chidlom, Bangkok

Community mall yang kedua yang dianalisa adalah The 19th @Chidlom. Berada ditengah jalan ploenchit, community mall dengan tinggi tiga lantai ini memiliki 17 unit toko, dimana diisi oleh beberapa buah café, toko pakaian, dan outlet lainnya.



Gambar 3. The 19th @Chidlom, Tampak Depan (Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 4. The 19th @Chidlom, Signage (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Untuk membandingkan, ada satu mall di Bandung, yang kami kategorikan sebagai community mall.

Riau Junction, Bandung

Riau Junction adalah sebuah pusat perbelanjaan yang terdapat di Jl. Riau, Bandung. Didalam pusat perbelanjaan ini terdapat sebuah gerai supermarket (Yogya department store), beberapa restoran dan kedai minum, food court, dan servis pendukung, seperti ATM dan laundry. Bersebelahan dengan Riau Junction, terdapat sebuah hotel butik berbintang tiga (Angrek Hotel), dimana walaupun hotel dan Riau Junction berbagi pintu masuk parkir yang sama, akan tetapi tidak memiliki akses tembus antar bangunannya.

InterMedia



Gambar 4. Riau Junction Bandung (Sumber: Bandung Tourism)

Dari hasil pengamatan ketiga community mall tersebut diatas, tabel pembanding dapat dibentuk dengan menggunakan karakteristik-karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Perbandingan karakteristik ketiga *community mall*

N	Karakteristik	7 Avenue	The 19 th Chidlom	Riau Junction
1	Parkir	Ada	Ada	Ada
2	Transportasi Publik	BTS	BTS	Angkot
3	Kondisi Lalu Lintas	Lancar	Lancar	Padat
4	Fasilitas	Supermarket, Restoran, Fasilitas Pendukung	Supermarket, Restoran, Fasilitas Pendukung	Supermarket, Restoran, Fasilitas Pendukung

Kesimpulan

Dari penelitian pendek ini dapat diambil sebuah kesimpulan awal bahwa konsep *community mall* dapat berjalan dengan baik di kota Bangkok, dikarenakan telah didukung dengan sistem transportasi yang sinergis berupa BTS (Bangkok Train System) dan sistem transportasi publik lainnya. Adapun untuk pelaksanaannya di kota Bandung, walaupun konsep serupa telah mulai diterapkan, seperti di Riau Junction, akan tetapi tanpa didukung oleh sistem transportasi publik yang baik, maka sebagian besar pengunjung akan bertumpu pada kendaraan pribadi roda dua dan roda empat, dimana pada akhirnya tidak menyelesaikan permasalahan awalnya yaitu sebagai tempat pertemuan alternatif untuk mengurangi beban kemacetan, akan tetapi malah menambah beban kemacetan yang ada di kota Bandung.

Untuk pengembangan dari penelitian ini, studi lebih luas akan dapat dilakukan pada beberapa kota besar di Indonesia, dan juga didukung dengan riset dengan menggunakan data-data kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan sebuah solusi dan model *community mall* yang lebih cocok dengan kondisi Indonesia.

Daftar Pustaka

Amitha Amranand (2012). *Does Bangkok Have Too Many Community Malls?* Retrieved at August 8, 2012 from website: <http://bk.asia-city.com/city-living/article/does-bangkok-have-too-many-community-malls>

Bandung Tourism (2012). *Yogya Riau Junction, Hangout and Shopping*. Retrieved at 8 August 2012 from website: http://www.bandungtourism.com/act_det_lis_a_shop_e.php?idblj=48

Bangkok Post (2012). *Bangkok Traffic expected to worsen*. Retrieved at 8 August 2012 from website: <http://www.bangkokpost.com/news/local/273433/bangkok-traffic-expected-to-worsen>

Brannon Boswell (2007). *Thai Lifestyle Center True to Format*. Retrieved at 9 August 2012 from website: <http://www.icsc.org/srch/sct/sct0607/centerStage.php>

ICSC (1999). *ICSC Shopping Center Definitions: Basic Configurations and Types*. Retrieved at 7 August 2012 from website: <http://www.icsc.org/srch/lib/SCDefinitions99.pdf>

Thail Retail Blog (2011). *Community Mall: Back to the Future*. Retrieved at 6 August 2012 from website: <http://thairetail.blogspot.com/2011/05/community-mall-back-to-future.html>

The Nation (2012). *Bangkok's Suburbs Set to Receive More Community Malls*. Retrieved at 5 August 2012 from website: <http://www.nationmultimedia.com/business/Bangkoks-suburbs-set-to-receive-more-community-mal-30177813.html>

United Nation Thailand (2008). *Thailand Info: Populations*. Retrieved at 5 August 2012 from website: <http://www.un.or.th/thailand/population.html>