

Jenis gerai atau took

Oleh

Suciati, S.Pd., M.Ds

Prodi Pendidikan Tata Busana JPKK FPTK UPI

a. Toko Klontong (*General Store atau grocery store*)

Toko klontong merupakan perkembangan dari pasar sederhana di daerah tapal batas yang sering merupakan pusat perdagangan dari kota kecil. Toko klontong adalah pusat perdagangan di dalam satu bangunan yang menjual aneka ragam barang pada rak terbuka dan di atas meja kayu. Barang yang dijual berupa bahan makanan, busana, obat-obatan, alat pertanian, alat rumah tangga dan sebagainya. Metoda perdagangan menunjukkan hubungan langsung antara penjual dan pembeli.

b. Toko Khusus (*Specialty Shop*)

Toko yang menjual satu jenis barang atau jasa. Toko khusus memiliki kategori sebagai berikut :

Toko khusus	Contoh
Toko khusus yang menjual satu jenis barang saja	<ul style="list-style-type: none">• Toko buku• Toko alat olah raga
Toko khusus yang hanya menjual jasa saja	<ul style="list-style-type: none">• Salon kecantikan• Pemangkas rambut• Toko reparasi
Toko khusus yang merupakan penggabungan penjualan barang dan jasa	<ul style="list-style-type: none">• Penjahit busana• Toko perhiasan
Toko khusus yang merupakan ruang pameran dari hasil produksi suatu pabrik tertentu, toko ini dapat bersifat di bawah manajemen pabrik atau toko penyalur dengan manajemen sendiri	<ul style="list-style-type: none">• Toko sepatu bata• Toko kendaraan Honda

c. Toko Serba Ada (*Department Store*)

- Merupakan toko yang menyediakan berbagai jenis barang.
- Menyalurkan barang sebagai hasil produksi massa buatan pabrik besar (*general store*).
- Memberikan pelayanan dengan cara pembeli mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja bermacam-macam barang di satu tempat saja atau masih dalam satu bangunan.

d. Pasar Serba Ada (*Supermarket*)

Akibat adanya kekuatan daya beli dan daya jual yang lebih besar dari toko serba ada yang besar, toko kecil mengubah penjualan dengan cara melakukan penjualan yang beraneka ragam barang. Setiap toko eceran mencoba untuk menjadi suatu toko serba ada dalam bentuk kecil. Penjualan makanan, minuman, daging, ikan dan lain-lain digabungkan dalam satu bangunan toko.

e. Pusat Pertokoan (*Shopping Center*)

Toko-toko kecil lainnya melihat dan mengetahui adanya kelemahan dari toko serba ada yaitu pengunjung terlalu lelah dan pusing akibat terlalu luas dan banyaknya lantai daerah penjualan sehingga diciptakan suasana belanja yang menyenangkan, intim dan penuh perhatian. Toko-toko kecil bergabung dalam suatu organisasi di bawah satu manajemen dengan tujuan untuk mengumpulkan daya beli dan memperkecil pengeluaran operasi dan iklan.

Salah satu pusat pertokoan adalah mal. Mal adalah jalan pedestrian di antara dua muka strip. Pada fasilitas komersial mal juga dimaksud sebagai satu jalur pedestrian di antara dua strip massa bangunan yang dipergunakan untuk jalur sirkulasi bagi kegiatan berbelanja. Jalur ini dapat mengantarkan pengunjung pada beberapa penyewa utama yang terletak di masing-masing ujung jalur mal tersebut. Karakteristik massa yang terbentuk ini terletak pada orientasi ruangnya yang kedalam (interior) sehingga “kesan” dan “menerima” lebih banyak terjadi pada ruang-ruang dalamnya. Oleh karena itu, bentuk massa ini berpotensi untuk digunakan bangunan yang banyak memiliki aktivitas dalam ruang.

Pada dasarnya prinsip bangunan komersial bentuk mal telah ada sejak jaman Yunani (*agora*), Romawi (*forum*), kota-kota kuno di Timur Tengah (*bazaar*). Pada tahun 1960 an menjadi trend di Amerika Serikat kemudian berkembang ke seluruh dunia hingga saat ini. Prinsip ini juga akhirnya dimanfaatkan dalam membuat sistem sirkulasi bangunan komersial sehingga membuat suatu varian baru pusat perbelanjaan yang dikenal dengan *shopping mal*

Shopping mal merupakan tipologi pengembangan dari pusat perbelanjaan. Di lingkungan masyarakat, saat ini penggunaan kata *shopping mal* telah salah kaprah menggantikan makna kata pusat perbelanjaan. Saat ini lebih banyak dikembangkan di pusat-pusat kota besar di seluruh dunia karena lebih menawarkan banyak pengalaman dalam aktivitas belanja. Kelebihan tipe ini adalah mengutamakan kepentingan para pejalan kaki di mana tipe ini lebih memungkinkan pengunjung untuk menikmati suasana dengan melihat lebih banyak hal sambil berjalan kaki.

Struktur mal dibentuk oleh satu jalur dan beberapa simpul pertemuan yang biasanya merupakan titik pertemuan dengan jalur sirkulasi vertikal. Titik ini juga biasanya mejadi pusat interaksi pengunjung. Jalur ini sengaja di desain untuk melewati sua strip komersial yang pisisnya mengapit jalur tersebut berupa jajaran toko atau retail ehingga pengunjung dapat melihat seluruh jenisbarang yang ditawarkan. Jalur pedestrian utama yang diapit dua massa strip komersial ini mengantarkan pengunjung pada beberapa penyewa utama yang terletak di tiap ujung jalur mal tersebut.

Apabila dilihat berdasarkan fungsinya, mal merupakan jalur sirkulasi utama pada bangunan pusat perbelanjaan sehingga mal memiliki kriteria bentuk yang sederhana dan tidak terlalu panjang agar tidak membuat pengunjung bingung dalam berorientasi. Umumnya dalam jarak-jarak tertentu mal dipecah oleh suatu plaza yang berfungsi sebagai ruang orientasi. Biasanya plaza ini terletak di pertengahan, ujung awal / akhir mal atau pada simpul-simpul pertemuan sirkulasi horizontal dan vertikal. Plaza ini biasanya diolah secara khusus sehingga bisa dimanfaatkan untuk acara-acara temporal.

Prinsip dasar desain mal seperti dikutip dari Meitiya Diyah Artati (2003:66) dari Darlow (1972:52) bahwa mal :

- a. Harus dapat menciptakan kesan / suasana yang ramai dan aktif.
- b. Harus dapat mengundang perhatian pengunjung.
- c. Memiliki tata ruang yang sederhana atau tidak rumit dengan suatu titik yang menarik perhatian.
- d. Harus memberikan kenyamanan, termasuk jugamasalah cuaca dan pengkondisian udara.

Mal memiliki potensi yang besar terutama untuk menciptakan suasana tertentu. Pada umumnya mal dilengkapi dengan elemen lansekap seperti kanopi, pepohonan, bunga, skulptur, air mancur, lampu hingga kios-kios. Mal juga dilengkapi dengan berbagai macam perabot seperti lampu, kursi, kios dan sebagainya. Dalam hal ini mal bisa beratap atau tidak beratap (dengan *sky light* kaca / plastik) untuk memasukkan pencahayaan alami sehingga suasanaanya berkesan seolah-olah seperti di luar bangunan.

Mal juga dimanfaatkan sebagai tempat promosi menawarkan barang-barang dengan cara memasang *signage* atau membuka meja promosi. Perkembangannya saat ini, mal cenderung menjadi tempat untuk menggelar pameran atau bazaar karena memiliki potensi untuk selalu dilewati dan dilihat oleh para pengunjung. Oleh karena itu mal juga perlu didesain agar memiliki ruang-ruang yang memungkinkan diadakannya acara-acara tersebut.