

PERANCANGAN FOOD COURT DI KOTA BANJARBARU

Anida Aulia Savitri

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat

2010812220019@mhs.ulm.ac.id

Indah Mutia

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat

imutia@ulm.ac.id

ABSTRAK

Kuliner merupakan hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Kuliner bahkan sudah menjadi tren dan saling terhubung dengan segala aktivitas sehingga mengalami peningkatan dalam pembangunan tempat makan yang ada di Kota Banjarbaru. Kehidupan masyarakat yang semakin instan dan praktis mempengaruhi banyaknya minat terhadap makanan dan minuman jadi. Dibuatlah Perancangan *Food Court* di Kota Banjarbaru yang menyediakan berbagai macam kuliner di satu tempat. Perancangan *food court* tidak hanya mewadahi sebagai tempat makan dan berinteraksi sosial, tetapi mencakup fungsi pendukung dan pengalaman pengunjung. Dengan menggunakan pendekatan *sense of place*, *food court* dapat memiliki kesan maupun karakteristik yang menjadi daya tarik pengunjung untuk datang terus-menerus. Konsep yang diterapkan adalah *biophilic architecture*, artinya menghadirkan *food court* yang memiliki pengalaman ruang dengan pengaplikasian elemen maupun nuansa alami. Melalui konsep *biophilic architecture* ini, *food court* dapat menjadi lebih dari sekedar tempat makan, tetapi menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi pengunjung.

Kata kunci: *Food Court*, Kuliner, Pengalaman Ruang, *Sense of Place*, Biofilik Desain

ABSTRACT

Culinary is something that cannot be separated from human life. Culinary has even become a trend and is interconnected with all activities, resulting in an increase in the development of eating places in Banjarbaru City. People's lives are increasingly instantaneous and practical, influencing the increasing interest in ready-made food and drinks. Plan made Food Court in Banjarbaru City which provides various kinds of culinary delights in one place. Food court design is not only a place for eating and social interaction, but also includes supporting functions and visitor experience. By using a sense of place approach, food court can have impressions and characteristics that attract visitors to come again and again. The concept applied is biophilic architecture, it means to present food court who have space experience with the application of natural elements and nuances. Through biophilic architecture, food court can be more than just a place to eat, but create a comfortable and attractive atmosphere for visitors.

Keywords: *Food Court*, Culinary, Space Experience, *Sense of Place*, Biophilic Design

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri makanan dan minuman telah menjadi salah satu sektor yang signifikan dalam perekonomian global. Perubahan gaya hidup, peningkatan mobilitas serta kebiasaan makan yang berubah telah mendorong permintaan akan tempat-tempat makan yang nyaman, beragam dan inovatif. Di tengah perkembangan tersebut, *food court* telah menjadi salah satu konsep populer dalam menyediakan berbagai pilihan kuliner dalam satu lokasi yang terpusat. Di Indonesia, fenomena urbanisasi dan perkembangan ekonomi telah memperkuat permintaan akan fasilitas makanan seperti *food court*. *Food court* tidak hanya menjadi tempat untuk bersantai, tetapi juga menjadi pusat kegiatan sosial dan budaya di tengah masyarakat kota yang sibuk. Kehadiran *food court* di pusat perbelanjaan, perkantoran, kampus dan area-area publik lainnya telah menjadi ciri khas kota-kota besar di Indonesia.

Dilakukan pengamatan di beberapa jenis tempat makan dan mendapatkan hasil bahwa tidak semua tempat dapat mewadahi aktivitas pengunjung dari formal maupun informal sekaligus dalam satu tempat. *Food court* akan memudahkan para konsumen untuk memilih aneka makanan dan minuman yang diinginkan. Dengan fasilitas yang lengkap *food court* dapat menjangkau semua kalangan dan berbagai kegiatan. Oleh karena itu, *food court* bisa menjadi pilihan masyarakat Kota Banjarbaru bukan hanya sebagai tempat makan, tetapi sarana untuk berkumpul, bersantai bersama keluarga, teman maupun rekan kerja. Banyaknya outlet di *food court* ini, membuat para owner selalu berinovasi dan memberikan sentuhan hal baru pada menunya untuk menarik para konsumen dan menciptakan image positif sehingga lebih

banyak mendapatkan loyalitas konsumen. Untuk bangunan komersial seperti *food court*, selain sebagai tempat makan, juga membutuhkan daya tarik lain yang membuat pengguna merasa nyaman dan betah saat melakukan aktivitas pendukung lainnya. Daya tarik ini diwujudkan dengan penerapan visual pada bangunan maupun suasana yang ingin diciptakan dalam *food court*. Selain membuat rasa nyaman secara visual, desain arsitektur memberi keamanan dalam kinerja memori individu (Etsem dalam Setata, Cendana, & Harijono, 2020).

Hal tersebut menjadi latar belakang Perancangan *Food Court* di Kota Banjarbaru yang menginginkan hadirnya *food court* yang dapat mewadahi semua aktivitas berdasarkan preferensi pengunjung dengan konsep desain menarik agar mengundang orang-orang untuk berkunjung, tata letak dan ruang lingkup yang mendukung sehingga dapat memberikan pengalaman ruang tersendiri bagi setiap pengguna.

PERMASALAHAN

Sesuai dengan uraian di atas, maka permasalahan yang diangkat adalah “Bagaimana merancang *Food Court* yang mampu mewadahi berbagai aktivitas dengan menciptakan pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung di Kota Banjarbaru?”

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum

1. Budaya nongkrong

Merupakan fenomena sosial yang terjadi di berbagai budaya seluruh dunia salah satunya di Indonesia. Fenomena nongkrong tidak bisa dianggap semata-mata sebagai budaya konsumtif dan negatif. Nongkrong merupakan salah satu alasan

orang-orang atau kelompok tertentu menjadikan kafe sebagai tempat berkomunikasi dan berinteraksi dalam berkumpul atau sekedar menghabiskan waktu (Lazuardi dalam Fahtoni, 2022).

2. *Work from Cafe*

Work from cafe atau disebut WFC adalah konsep yang mengacu pada aktivitas bekerja dari cafe atau tempat-tempat umum lainnya sebagai alternatif dari lingkungan kerja rutin seperti kantor atau rumah. WFC memungkinkan untuk mengalirkan ide dan menghadapi tantangan baru karena perubahan suasana kerja yang tidak seperti biasanya. Tersedianya fasilitas yang lengkap seperti *wifi*, outlet listrik, tempat ibadah, makanan maupun minuman membuat pengguna bisa duduk berjam-jam sampai pekerjaannya selesai.

3. *Meeting*

Meeting adalah pertemuan antara dua atau lebih orang yang bertujuan untuk berkomunikasi, berdiskusi, membuat keputusan, atau mencapai tujuan tertentu. *Meeting* dapat menjadi alat yang efektif untuk kolaborasi dan pertukaran gagasan di antara anggota tim atau peserta yang terlibat.

4. *Gathering*

Gathering adalah istilah yang digunakan untuk merujuk kepada pertemuan atau kumpulan orang yang datang bersama untuk tujuan tertentu. *Gathering* bisa memiliki banyak bentuk, termasuk acara formal atau informal, acara bisnis, pertemuan keluarga, reuni sekolah, acara sosial dan lain sebagainya.

B. Tinjauan Arsitektural

1. *Food court*

Food court atau bisa disebut Pujasera (Pusat Jajanan Serba Ada) merupakan tempat makan berupa gerai-gerai makanan maupun minuman yang menawarkan fasilitas praktis di mana pengunjung dapat dengan bebas memilih berbagai menu dalam satu tempat. *Food Court* umumnya terdiri dari beragam restoran yang berlokasi di toko, ruko atau gerai yang tersebar dalam satu atau dua lantai, serta sering kali dikelilingi oleh area makan. Pusat kuliner ini memiliki gerbang khusus yang memisahkan aktivitas di dalamnya dengan lingkungan sekitarnya. Untuk menarik minat pengunjung, area ini ditata sedemikian rupa agar menciptakan suasana yang menyenangkan, dengan tambahan fasilitas hiburan seperti musik dan sejenisnya (Underhill dalam Luthfiyya, 2019). Selain itu, Beberapa hal yang membuat desain *food court* terlihat menarik sebagai oasis bagi pengunjung, yaitu tatanan area publik, desain area *tenant* yang menarik, konfigurasi tempat duduk dan desain *furniture* (*fixed* atau *loose*), memperhatikan alur sirkulasi serta adanya interaksi antar pengunjung (Kramer dalam Rahadiyanti, Kusumowidagdo, Wardhani, Kaihatu, & Swari, 2020).

2. Jenis-Jenis *Tenant Food Court*

Food court terdiri dari beraneka ragam makanan dan minuman yang bisa dipesan dan dimakan langsung ditempat atau dibawa pulang. Berikut adalah berbagai jenis tenant dan aktivitasnya, antara lain:

a. *Tenant Makanan Berat*

Makanan berat atau makanan pokok adalah makanan yang dikonsumsi 3 kali sehari yaitu pagi, siang dan malam untuk memenuhi

kebutuhan tubuh atas energi yang digunakan untuk beraktivitas. Pada food court, area untuk pengolahan makanan berat ini memerlukan ruang yang lebih besar. Proses pembuatan makanan berat dimulai dari bahan yang masih mentah hingga siap untuk disajikan.

b. *Tenant Makanan Ringan*

Makanan ringan atau sering disebut *snack food* adalah makanan yang dikonsumsi diantara waktu makan utama. Proses pembuatan makanan ringan terbilang cukup singkat dan tidak terlalu kompleks sehingga area yang dibutuhkan pun lebih kecil. Karena kebanyakan komponennya terbuat dari olahan makanan yang sudah di produksi di pabrik lalu disajikan menjadi menu baru.

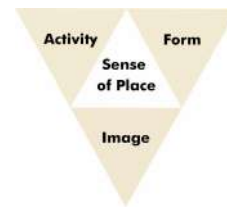
C. Tinjauan Konsep

1. *Sense of Place*

Sense of place adalah sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara manusia dan tempat yang mereka kunjungi. Menurut Fritz Steele dalam bukunya yang berjudul *The Sense of Place*, *sense of place* adalah pengalaman seseorang yang berkaitan dengan suatu tempat (Steele dalam Setiastari dan Purisari, 2021).

2. Konsep *Biophilic Architecture*

Biophilia adalah istilah yang berasal dari dua kata Yunani yaitu, "*Bio*" dan "*Philia*", *bio* berarti alam dan *philia* berarti cinta atau ketertarikan. *Biophilia* adalah kecenderungan atau naluri manusia untuk terhubung dengan alam dan makhluk hidup lainnya.



Gambar 1. Diagram Sense of Place oleh John Montgomery

Sumber: Carmona, 2003

PEMBAHASAN

A. Lokasi



Gambar 2. Peta Lokasi Perancangan

Sumber: Data Penulis, 2024

Lokasi tapak berada di Jl. HM Mistar Cokro Kusumo, Loktabat Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714, koordinat titik lokasi -3.445207, 114.847864 dengan luasan sebesar 14.546.82 m2. Lokasi tapak berada di pusat Kota Banjarbaru yang berdekatan dengan sarana pendidikan, bangunan jasa komersial serta beberapa area residential. Tapak yang dipilih sesuai dengan kebutuhan ruang, target konsumen serta lokasi yang strategis untuk mendukung fungsi bangunan di masa ini dan masa yang akan datang, diantaranya:

1. Tapak berada di pusat kota
2. Pencapaian menuju tapak dapat diakses dengan mudah
3. View dari luar yang bisa tertuju langsung pada tapak

- Luasan lahan yang cukup untuk menampung semua kegiatan yang berhubungan dengan perancangan.



Gambar 3. Landmark Sekitar Tapak
Sumber: Google Earth

Berdasarkan hasil survei lapangan dan penelusuran *google earth*, diperoleh batasan-batasan tapak sebagai berikut:

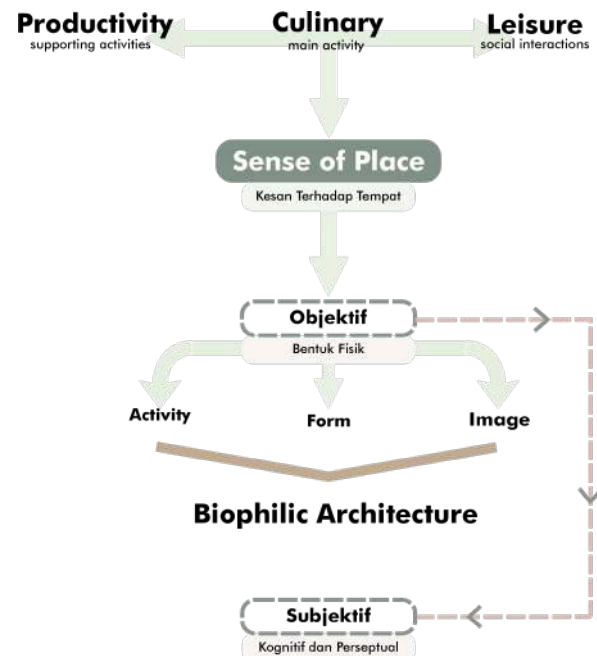
- Utara : Gedung yang tidak terpakai dan Terminal Tipe C
- Selatan : Politeknis Kesehatan Banjarbaru
- Timur : Pemukiman Warga
- Barat : Kawasan Daerah Universitas Lambung Mangkurat

B. Konsep Rancangan

1. Konsep Programatik

Food court dirancang sedemikian rupa agar penggunanya (*tenant* maupun pengunjung) mendapatkan kesan positif, baik *tenant* sebagai penyewa kios merasa untung karena menyewa kios dan pengunjung dapat terpenuhi keinginan dalam berburu kuliner sekaligus merasakan pengalaman ruang yang memberikan kesan tersendiri terhadap masing-masing pengguna. Maka dari itu, pendekatan yang diangkat agar semua pengguna *food court* dapat memiliki kesan tersendiri adalah dengan *sense of place*. *Sense of place* adalah pendekatan dengan adanya rasa ketertarikan kepada suatu tempat yang muncul karena pengalaman ruang yang

pernah terjadi atau berbeda dari tempat lain. Metode *sense of place* ini diwujudkan oleh *biophilic design* yang menghadirkan nuansa alam sehingga pengguna *food court* dapat menyimpan memori menyenangkan selama di *food court*.



Gambar 4. Konsep Programatik
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Sense of place dipengaruhi oleh 2 hal, yaitu secara objektif dan subjektif. Konsep *biophilic design* akan membuat *sense of place* ini semakin terasa karena pengunjung dapat melihat, mendengar dan merasakan melalui indera yang mereka punya, proses ini disebut *sense of place* secara objektif. Sedangkan subjektif pengguna bisa beradaptasi dengan ruang dan menyimpan kesan mendalam terhadap *food court*.

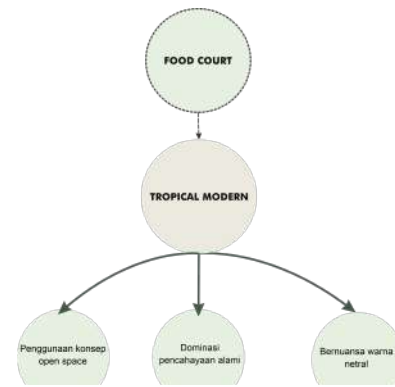
Tabel 1. Penerapan Sense of Place Pada Food Court

Sense of place	Biophilic design	Implementasi Rancangan
Faktor Pembentuk		
Activity	Aktivitas Utama	Memfasilitasi aktivitas utama yaitu area makan dengan menyediakan berbagai pilihan tempat duduk sesuai dengan preferensi pengguna.
	Aktivitas Pendukung	Menambahkan beberapa tempat pendukung area publik sekaligus menambah daya tarik pengunjung seperti, panggung, playground, area serba guna yang dapat difungsikan untuk mengadakan event, pameran dan lain sebagainya.
Form	Bentuk alami/organik	Semua aspek bentuk pada kawasan mempunyai kesinambungan. Dengan mengacu pada pola-pola yang mempresentasikan sifat alami serta material yang digunakan.
	Integrasi dengan alam	Berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan alam. Menggunakan elemen alami seperti tanaman, air, dan cahaya alami dalam desain.
Image	Circulation	Adanya sense yang diambil dari konsep biophilic dengan membuat food court menjadi sebuah tempat rindang dikelilingi berbagai vegetasi yang membuat pengguna seolah-olah tidak berada didalam pusat kota yang sibuk
	Landmark	Penggunaan signage food court dan keterangan merek makanan dan minuman apa saja yang ada di food court

Sumber: Analisis Penulis 2024

2. Konsep Rancangan

Mengacu pada konsep yang diangkat dalam Perancangan *Food Court* di Kota Banjarbaru yaitu *biophilic design*, maka sistem rancangan yang sesuai dengan konsep adalah dengan menerapkan “*Tropical Modern*” pada rancangan. *Tropical modern* adalah gaya arsitektur yang menggabungkan elemen desain modern dengan konteks iklim tropis. Sesuai dengan pendekatan *sense of place*, penggunaan konsep *tropical modern* menawarkan kenyamanan modern dengan elemen alam sehingga *food court* yang tidak hanya menarik tetapi juga fungsional dan nyaman untuk dikunjungi.

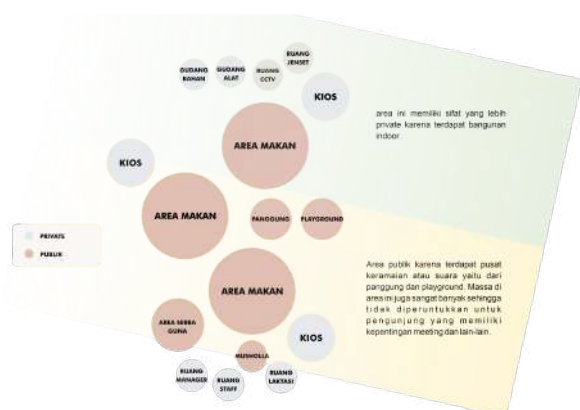


Gambar 5. Konsep Tropical Modern

Sumber: Analisis Penulis, 2024

a. Konsep Zonasi

Zoning pada *food court* dihasilkan oleh analisis kebisingan pada site. Untuk area yang lebih *private* ditempatkan pada sisi timur karena berdekatan dengan pemukiman warga sehingga tidak adanya warga yang merasa terganggu. Sedangkan untuk area publik terutama panggung ditempatkan di tengah area *food court*. Area serba guna berada di sisi barat karena berfungsi untuk menarik perhatian pengunjung apabila ada *event* atau pameran yg diadakan di sana.

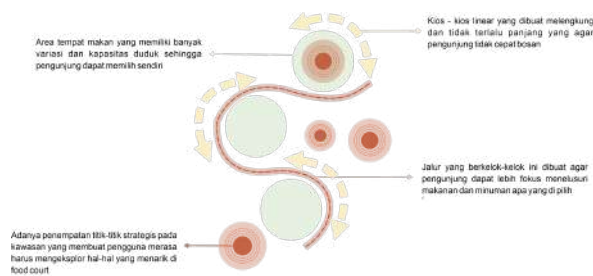


Gambar 6. Konsep Zonasi

Sumber: Analisis Penulis, 2024

b. Konsep Tata Massa Bangunan

Konsep tata massa bangunan merespon sikap pengunjung yang cenderung bosan dan tidak konsisten untuk menelusuri makanan dan minuman apa yang mau dibeli sampai tuntas, oleh karena itu, kios-kios tersebut dibuat linear dengan mengacu pada jalur yang sudah dibuat.



Gambar 7. Konsep Tata Massa Bangunan
Sumber: Analisis Penulis, 2024

HASIL

Hasil perancangan *Food Court* di Kota Banjarbaru merupakan penyelesaian dari permasalahan yang dijabarkan sebelumnya, hasil perancangan tersebut antara lain:

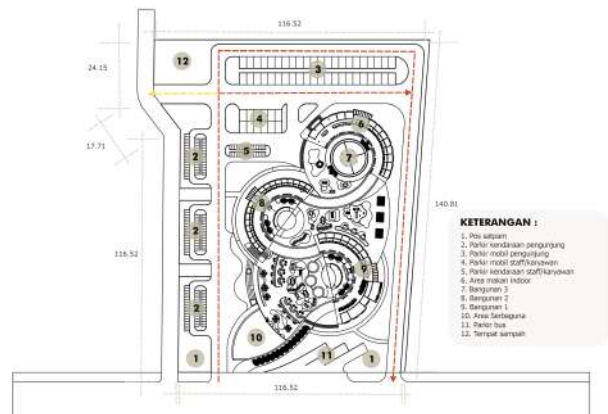
a. Rencana Tapak



Gambar 8. Rencana Tapak
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Food court memiliki satu *entrance* untuk memasuki kawasan. kemudian pengunjung bisa *drop off* untuk masuk di area depan atau langsung memarkirkan kendaraan dan masuk pada area belakang. Terdapat *ramp* melengkung yang berada tepat di belakang bangunan 2.

b. Ground Floor



Gambar 9. Ground Floor
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Terlihat di *ground floor* mempunyai satu jalur hasil dari konsep bentuk bangunan yang mempresentasikan pola-pola organik yaitu garis yang saling menyambung membentuk sebuah aliran air yang terus-menerus mengalir. Begitupun dengan *food court*, jalur yang melengkung membuat pengunjung akan terus mengeksplorasi hal apa saja yang ada di *food court*, sehingga setiap *tenant* yang berada di depan sampai belakang akan merasa adil karena setiap sudut akan dapat dikunjungi.

c. Perspektif



Gambar 9. Perspektif Mushola
Sumber: Analisis Penulis, 2024



Gambar 10. Perspektif Panggung
Sumber: Analisis Penulis, 2024



Gambar 11. Perspektif Playground
Sumber: Analisis Penulis, 2024



Gambar 12. Perspektif Kios Tipe I
Sumber: Analisis Penulis, 2024



Gambar 13. Perspektif Area Makan Outdoor
Sumber: Analisis Penulis, 2024

KESIMPULAN

Perancangan *Food Court* di Kota Banjarbaru merupakan sebuah rancangan yang memiliki fungsi utama sebagai tempat makan yang bisa dikunjungi untuk semua kalangan. *Food court* ini memfasilitasi semua kegiatan dari cuma menghabiskan waktu dikala senggang sampai menyediakan ruang untuk perkumpulan komunitas maupun *gathering*. Perancangan *food court* menjadi solusi terhadap maraknya peningkatan pelaku usaha di bidang kuliner serta pola kehidupan masyarakat yang saat ini menginginkan hal yang praktis dan instan.

Dilihat dari banyak nya rumah makan/restoran yang ada di Kota Banjarbaru, keberadaan *cafe/coffee shop* dan *food court* yang tidak semua bisa difungsikan untuk memenuhi semua aktivitas atau preferensi pengunjung. *Food court* dirancang dengan pendekatan metode *sense of place* agar pengguna dapat merasakan atmosfer yang berbeda ketika berada di dalamnya. Atmosfer atau suasana ruang ini diwujudkan dalam konsep *biophilic design*. Penggunaan *biophilic design* mengacu pada terciptanya nuansa alam pada suatu bangunan. Ini juga tanggapan

atas lokasi site yang berada di tengah kota yang sibuk, membutuhkan tempat untuk berteduh. Bukan hanya sekedar konsep, *biophilic design* dapat memberikan dampak kesehatan bagi para pengguna serta menghilangkan stres sambil menyantap makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku dan Jurnal

- Dhanny, U. R. (2019). Food Court di Kota Pontianak. Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura, 7(1), 270-284.
- Fahtoni, Hidayah. (2022). Pemaknaan Aktivitas Nongkrong di Kafe sebagai Budaya Milenial (Studi Fenomenologi Terhadap Pengunjung Kafe di Kota Pematangsiantar). *Communication & Social Media*. 2(1), 14-21.
- Rahadiyanti, M., Kusumowidagdo, A., Wardhani, D. K., Kaihatu, T. S., & Swari, I. A. I. (2020). Sense of place kawasan wisata pasar ubud.
- Satata, D. B. M., Cendana, D. A., & Harijono, H. (2020). Kesejahteraan Psikologi (Psychological Wellbeing) Ditinjau Dari Teknik Desain Arsitektur Ruang. *Jurnal Teknologi*, 14(2), 16-21.
- Setiastari, H., & Purisari, R. (2021). Analisis Desain Arsitektur dalam Membentuk Sense of Place. Dalam *Seminar Nasional Desain Sosial*.