

Evolusi Konsep Bangunan Mall

Oleh : Ihya Nasution, ST., MM (Inti Usaha Nusantara)

JEJAK AWAL MALL

Di balik gemerlap lampu etalase, beragam produk dan aroma kopi artisan yang menyambut setiap langkah kaki, mall telah menjelma menjadi lebih dari sekadar ruang belanja. Ia adalah tempat berkumpul, tempat berbagi, dan tempat menjalani hidup. Namun seperti banyak simbol modern lainnya, mall memiliki sejarah panjang yang tak kalah dramatis dengan transformasinya kini.

Di tengah kemewahan mall masa kini, kita mungkin lupa bahwa cikal bakalnya sudah ada sejak ribuan tahun lalu. Dari pasar-pasar kuno di Timur Tengah, Romawi, Persia, dan Tiongkok, ruang publik untuk jual beli sudah menjadi bagian dari struktur kota. Pasar bukan hanya tempat ekonomi berjalan, melainkan juga pusat interaksi sosial, budaya, dan bahkan politik.

Salah satu tonggak awal bentuk "mall" yang kita kenal sekarang adalah **Galleria Vittorio Emanuele II** di Milan (1867). Sebuah arcade mewah beratap kaca dengan toko-toko berderet elegan, tempat orang bukan hanya berbelanja, tapi juga tampil dan bersosialisasi.

ERA SUBURBIA & KELAHIRAN MALL TERTUTUP

Tahun 1956 menjadi titik balik sejarah kelahiran bangunan mall. Di Minnesota, Amerika Serikat, berdirilah **Southdale Center**, mall tertutup pertama di dunia. Dirancang oleh **Victor Gruen**, mall ini menjawab kebutuhan masyarakat suburban pasca Perang Dunia II yang ingin kenyamanan dan keamanan saat berbelanja—terlindung dari cuaca, dengan parkir luas, dan toko-toko berjejer dalam satu struktur.

Menariknya, visi Gruen bukan sekadar membuat pusat belanja, tapi menciptakan pusat komunitas urban. Mall menjadi interpretasi modern dari forum Romawi: tempat orang bertemu, berjalan, dan hidup berdampingan.

Istilah mall sebagai “**Center of Community**” pertama kali diucapkan, dan hingga saat ini masih menjadi acuan dalam perencanaan dan perancangan bangunan komersil atau lebih dikenal dengan Mall.

ERA KONSUMERISME DAN SIMBOL STATUS

Pada tahun 1970-1990, mall menyebar luas ke seluruh dunia. Di Asia, Timur Tengah, dan Eropa, mall tumbuh besar dengan ciri khas regional. Mall menjadi simbol status sosial dan gaya hidup. Ia menawarkan lebih dari sekadar toko: ada bioskop, pusat permainan anak, food court, dan air mancur musikal.

Mall menjadi destinasi akhir pekan, bukan hanya tempat belanja, melainkan ruang rekreasi dan pelarian dari rutinitas kota.

MALL SEBAGAI EXPERIENCIAL SPACE

Abad 21, Mall menjadi sebuah atraksi yang mencerminkan suatu konsep baru disesuaikan dengan tema yang ada. Di satu sisi, Mall menjadi pelengkap dalam perencanaan suatu Kawasan, sementara disisi lain Mall menjadi sebuah “Ego” yang dihadirkan dalam menarik konsumen sesuai dengan karakter maupun segmentasi tanpa mengesampingkan fungsi dasar mall itu sendiri. Salah satu keberadaan ini muncul yakni dari perkembangan yang pesat di industri ritel dunia.

Ketika e-commerce mulai mengguncang dunia ritel, mall kembali berevolusi. Konsep **lifestyle mall** dan **mixed-use development** mengubah wajah mall menjadi pusat kegiatan multiguna. Segala bentuk aktifitas dihadirkan dalam satu konsep bangunan, dan mall pun berlomba-lomba untuk dapat menghadirkan konsep “**One Stop Shopping and Entertainment**”

Mall masa kini menawarkan taman terbuka, coworking space, pameran seni, olahraga, pengalaman digital interaktif, hingga arsitektur hijau. Mereka bukan hanya tempat konsumsi, tetapi juga tempat **hidup, berkarya, berkoneksi, dan bersosialisasi**.

MALL SEBAGAI CERMIN ZAMAN

Mall adalah cerminan peradaban—ia berkembang sesuai kebutuhan zaman. Dari pasar pasir di Damaskus hingga megastruktur seperti Iran Mall atau Jewel Changi, mall terus mencerminkan nilai-nilai masyarakat: kenyamanan, gaya hidup, estetika, dan teknologi.

Di era pasca-pandemi dan masyarakat digital, mall bukan sekadar tempat belanja—ia adalah **ruang hidup urban masa kini**.

Namun yang perlu diperhatikan terutama di Indonesia, dalam proses perencanaan Mall tetap melihat dari karakter masyarakat serta segmentasi yang ada, sehingga kehadiran mall di satu daerah, bukan hanya sebagai symbol bangunan komersil, namun juga dapat memfasilitasi kebutuhan, interaksi dan bagian sejarah perkembangan masyarakat sekitarnya.

Ihya Nasution, ST., MM

Inti Usaha Nusantara

Design | Build | Commercial Building Consultant | Leasing Acquisition | Management

QUOTE HIGHLIGHT:

"Mall bukan hanya tempat belanja. Ia adalah panggung kehidupan kota."

SIDEBAR:

INFOGRAFIS TAMBAHAN:

- Pasar dan Bazar di Timur Tengah, Tiongkok dan Romawi
- Galleria Vittorio Emanuele II, Milan (1867).
- Infografis sejarah konsep mall dari 1867 hingga 2025
- Southdale Center – Minnesota (1956)
- Visual interior Southdale Center – Minnesota (1956)

Mall Spektakuler Dunia:

- **Iran Mall**, Tehran
- **Mall of the Emirates**, Dubai
- **Emporia**, Malmö
- **New Century Global Center**, Chengdu
- **Place Vendôme**, Qatar