

BAB VI

KESIMPULAN

Bagaimana kajian teori air yang diterapkan pada bangunan Mega Mall Batam Centere?
Meliputi :

6.1. Kesimpulan Lantai Dasar

Berdasarkan analisis *site plan*, jalur akses mobil masuk dan keluar utama yaitu pintu B dan C menurut teori *Xiao Wang* melanggar sehingga tidak dianggap baik dan merugikan. Pintu *entrance* terbagi menjadi 4, pada bagian utara terdapat dua, barat terdapat 1, dan timur terdapat 1. Pengunjung mall dominan menggunakan pintu yang berada di utara yaitu pintu B dan C sebagai akses masuk maupun keluar. Berdasarkan analisis *Xiao Shui* Semua mobil datang dari trigram langit awal dan trigram langit lanjutan yang berbeda, namun berdasarkan hasil analisis teori *Wang Shui*, kedua pintu yang berada di utara mengalami air yang masuk dan keluar pada trigram lanjutan dan awal yang sama, Teori *Xiao Wang* merupakan satu kesatuan, sehingga apabila satu gagal yang lain juga dianggap gagal. penempatan pintu dan *drop-off* pada area tersebut dianggap tidak baik. Namun pada pintu A dan D tidak melanggar dan dianggap baik.

Untuk penempatan ritel-ritel pada lantai dasar, karena semua ritel makanan terkenal ditempatkan pada zonasi yang sama, maka keramaian seluruhnya mengumpul disana. Semua aliran air masuk dari pintu A,B,C, dan D dan ritel yang paling banyak menangkap aliran air adalah Bread Talk, J.CO, Lee's Kitchen untuk kategori ritel restoran. Sedangkan pada kategori pertokoan, Matahari, Point Break dan Sketchers mendapat sumber aliran air terbanyak. Apabila dibandingkan dengan hasil survey, yang sesungguhnya paling ramai merupakan ritel A&W, Pizza Hut, Roti O, Bread Talk, Starbucks, dan Sports Station. Sehingga tidak semua ritel yang baik menurut analisis teori, juga baik dalam kenyataannya, karena Lee's Kitchen termasuk ritel yang sepi. Aliran air *incoming and outgoing water* pada lantai cukup baik karena lebih banyak ritel yang mendapatkan sumber *incoming water* dibandingkan ritel yang tidak mendapatkan *incoming water*. Dari 33 ritel, hanya terdapat 8 ritel yang tidak mendapatkan sumber aliran air. Khususnya pada zona C, hasil analisis berdasarkan teori air maupun survey sesuai. Karena semua ritel tersebut mendapatkan sumber air dan pada kenyataannya juga ramai.

6.2. Kesimpulan Lantai LG

Teori air *incoming* and *outgoing* pada lantai LG telah sesuai karena tetap terdapat arus *incoming* dan *outgoing* yang seimbang pada lantai. Lantai LG umumnya pada mall-mall lain digunakan sebagai tempat parkir mobil namun pada Mega Mall Batam Centre ini hanya digunakan sebagai supermarket. Aliran air pada lantai LG dapat diperoleh dari eskalator turun yang berasal dari lantai dasar. Namun juga ada aliran air *outgoing* yaitu dari lantai LG menuju lantai dasar. Air masuk dan keluar dari tempat yang sama dan bersebelahan sehingga rezeki yang masuk, kembali keluar menjauh dari ritel.

6.3. Kesimpulan Lantai UG

Pada lantai UG kajian teori air sudah cukup baik pada zona C namun tidak pada zona A dan B.. Lantai UG memiliki 2 pintu sebagai sumber *incoming and outgoing water* . 1 merupakan pintu yang berasal dari Pelabuhan Batam Centre, dan 1 lagi berasal dari tempat parkir. Pintu yang menghubungkan ke jembatan yang menuju Pelabuhan tersebut lebih sering dipakai sebagai akses bagi turis dari Singapura maupun Malaysia untuk masuk ke dalam mall dibandingkan keluar dari mall. Sedangkan untuk pintu akses menuju tempat parkir, pintu tersebut digunakan untuk kedua aktivitas yaitu masuk dan keluar. Sehingga dianggap sebagai *incoming* maupun *outgoing water*.

Berdasarkan dari hasil analisis yang diperoleh, ritel yang paling banyak menerima aliran air adalah ritel KFC ,The Body Shop , dan Matahari Department Store.Memang benar ritel tersebut ramai pengunjung, walau The Body Shop dan Matahari keramaiannya tidak seramai KFC .

Pada lantai ini juga terdapat banyak ritel yang mendapat arus *outgoing water* saja tanpa adanya *incoming water*, khususnya pada zona A ,karena berdekatan dengan eskalator turun. Dari total sebanyak 36 ritel pada lantai UG, terdapat 9 ritel yang mengalami arus *outgoing water* ,6 di antaranya berasal dari zona A. Berdasarkan hasil pengamatan, memang terbukti bahwa pada lantai tersebut, zona A paling jarang dilewati dan sepi akan pengunjung.

Namun pada zona B, berdasarkan hasil analisa, seharusnya zona tersebut dialiri oleh banyak aliran air *incoming*, dan seharusnya ramai akan pengunjung, namun pada kenyataannya zona tersebut semua ritelnya sepi akan pengunjung kecuali ritel Matahari.

Pada zona C, Ritel Glow Kids dan Belinda seharusnya ramai karena mendapatkan aliran air, namun pada kenyataannya kedua ritel tersebut sepi. Kemudian ritel

Godiva, Richeese dan Malaya Café juga mendapat aliran *outgoing* lebih dekat dibandingkan dengan *incoming* dan seharusnya sepi, namun keramaiannya masih cukup stabil.

6.4. Kesimpulan Lantai 1

Kajian teori air pada lantai 1 cukup seimbang dan sudah baik pada zona B. Berdasarkan hasil analisis, dari antara 19 ritel di lantai ini hanya terdapat 5 ritel yang memiliki sumber *outgoing water* yang lebih banyak daripada *incoming water*. Namun zona B cenderung lebih ramai dari zona A.

Lantai 1 mendapat sumber aliran air *incoming* yang berasal dari pintu parkir, eskalator dan juga lift. Pada lantai ini keramaian biasanya berkumpul di zona B, yang menjual ritel makanan seperti Dae Jang Geum dan Ayam Penyet Ria. Berdasarkan analisa teori *incoming dan outgoing water*, disimpulkan bahwa ritel yang paling banyak mendapat aliran air memang merupakan ritel- ritel yang menjual makanan pada zona B.

Berdasarkan hasil dari pengamatan langsung pada objek, didapati bahwa zona A sangat sepi. Seharusnya pada zona A ini ramai karena berdasarkan *analisis incoming and outgoing water* semua ritel mendapatkan aliran *incoming water* kecuali ritel Apink dan Play n Learn. Namun pada kenyataannya, pada zona tersebut yang ramai hanya Time Zone, dan sisanya sepi.

Sedangkan pada zona B kebanyakan ritel sudah sesuai dari analisis teori dengan keramaiannya sesungguhnya, kecuali pada ritel Pempek Kolekta, seharusnya ritel tersebut sepi karena dekat dengan eskalator turun, yaitu sebagai sumber *outgoing water*, namun pada kenyataannya ritel tersebut ramai. Kemudian juga ritel Olive Message dan Balitaku, karena berdasarkan hasil analisis seharusnya ritel ini cukup ramai karena aliran airnya Simbang namun pada kenyataannya, kedua ritel ini sepi.

6.5. Kesimpulan Lantai 2

Berdasarkan hasil analisis tiap ritel pada lantai ini, dapat dikatakan bahwa ritel yang paling berhasil dalam menangkap chi yang baik merupakan bioskop Cinema XXI. Karena memiliki dua sumber arah datang *incoming water*. Pintu keluar dari Cinema XXI juga dipisah dengan entrancenya dan mengarah ke arus *outgoing water* sehingga teori air yang digunakan sesuai dengan sirkulasi pengunjungnya. Untuk dua ritel lain yang sangat sepi, dipengaruhi oleh sumber *outgoing water* yang dekat dengan ritel, dan penempatannya yang kurang strategis, karena zona tersebut hanya dilewati orang-orang yang keluar dari bioskop.

6.6. Kesimpulan Menyeluruh

Secara keseluruhan dari tiap bahasan yang telah dianalisa, dapat disimpulkan bahwa kajian teori air pada mall sudah diterapkan cukup baik pada beberapa area mall tertentu. Namun pada area-area tertentu khususnya pada lantai UG perlu diperbaiki penempatan ritel-ritelnya. Didapati kesimpulan bahwa tidak seluruh analisis berdasarkan teori air sesuai dengan keadaan nyata pada objek. Terdapat ritel yang apabila dianalisis, seharusnya ramai namun malah sepi. Juga terdapat ritel yang dianalisis berdasarkan teori seharusnya sepi, dan malah ramai. Keberhasilan suatu bisnis ataupun usaha perbelanjaan dapat didukung oleh banyak faktor selain aspek *Feng Shui* saja, seperti penempatan yang mudah dilihat orang, maupun daya jual suatu ritel tergantung oleh brand dan cara mempromosikan ritel tersebut melewati strategi marketing yang ditawarkan. Pada Lantai dasar, semua ritel yang memiliki nama terkenal atau dari *franchise* yang terkenal ditempatkan pada zoning yang sama. Sehingga mereka semua kuat dan menunjang satu sama lain. Walaupun ada aliran air *outgoing water* dari tiap ritel namun tidak memengaruhi kekurangan keramaian pada zona tersebut. Terbukti bahwa semua ritel yang dekat dengan pintu masuk dan keluar utara tetap ramai, walaupun mereka dekat dengan sumber keluar aliran air, tapi karena mereka merupakan *brand* dan *franchise* terkenal secara internasional maupun nasional jadi pengunjung memang gemar mendatangi zona tersebut. Pada lantai-lantai berikutnya, pengunjung semakin sepi di zona-zona tertentu dan bahkan semakin keatas maka semakin sepi.

6.7. Saran

Dari hasil analisis secara keseluruhan, masih ditemui ketidakseimbangan dan ketidaksesuaian penempatan ritel pada Mega Mall Batam Centre dalam teori air *Feng Shui*. Saran dari penulis adalah dari tahap awal perencanaan mall, hal-hal harus dipikirkan lebih matang dari segi desain, sirkulasi maupun marketing untuk menonjolkan tiap ritel dan zona-zona mall tertentu. Khususnya untuk penempatan ritel di dalam mall, akan lebih baik apabila tiap lantai ditempatkan ritel dari *brand* yang terkenal yang dapat menunjang ritel-ritel di sekitarnya agar zona tersebut tidak sepi. Penempatan ritel-ritel terkenal hanya pada satu lantai dan satu zonasi tertentu saja membuat ketidakseimbangan keramaian pada titik-titik mall tertentu yang menyebabkan area tersebut mati. Terbukti bahwa ritel-ritel yang memiliki *franchise* nasional dan internasional keramaian pengunjungnya tetap stabil walaupun terdapat adanya *arus outgoing water*. Karena ritel-ritel seperti itulah yang dicari oleh pengunjung, sehingga dengan penempatan ritel-ritel yang seimbang, mereka dapat

menonjolkan satu sama lain dan area keramaian Mega Mall Batam Centre ini dapat lebih merata. Selain itu, juga perlu diusahakan ritel-ritel mall tidak membelakangi aliran air yang turun maupun naik dari eskalator ,karena hal tersebut dapat mengakibatkan kesepian pada ritel karena susah atau bahkan tidak terlihat bagi pengunjung mall.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Koh, Vincent. (2003). *Basic Science of Feng Shui*. Singapore; ASIAPAC BOOKS PTE Ltd.

Dian, Mas.(1990). *Logika Feng Shui*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Jurnal

Leon, Eleasah (2018), Kajian Feng Shui Teori Air pada Mall Pluit Village. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Mayang Sari, Sriti (2010), Sejarah Evolusi Shopping Mall. Universitas Kristen Petra, Surabaya

Derian (2018), Tinjauan Teori Air Dalam Feng Shui Terhadap Sirkulasi dan Tatanan Unit ITC Kebon Kelapa Gading. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Prabowo, Renatta (2017), Pengaruh Anchor Tenant dan Konsep Mall Terhadap Kinerja Pusat Perbelanjaan. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Chandra, Jesslyn Gita (2018), Kajian Teori Air Dalam Feng Shui pada Penataan Sirkulasi Eksterior dan Interior Mal Asia Plaza Tasikmalaya. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Internet

<https://www.fengshuied.com/xiao-wang-water-theory> Diakses pada tanggal 29 Juni 2021

<https://howardchoy.wordpress.com/tag/san-he-water-methods/> Diakses pada tanggal 16 Juni 2021

<https://id.wikipedia.org/wiki/Mal> Diakses pada tanggal 16 Juni 2021

<https://www.ukessays.com/essays/marketing/factors-that-contribute-to-the-shopping-mall-success-marketing-essay.php?cref=1> Diakses pada tanggal 1 Juli

<https://core.ac.uk/display/275766275> Diakses pada tanggal 1 Juli